

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Turismiosakond

Kadri Liivsalu

**SPORDIEETIKA PÕHIMÕTETE  
KOMMUNIKEERIMINE  
SPORDISÜNDMUSTE KORRALDAMISEL  
EESTI NÄITEL**

Lõputöö

Juhendaja: Margrit Kärp, MBA

Pärnu 2024

Soovitan suunata kaitsmisele

(digitaalselt allkirjastatud)

*Margrit Kärp*

Kaitsmisele lubatud

TÜ Pärnu kolledži programmijuht

(digitaalselt allkirjastatud)

*Ilona Kandelin*

Olen koostanud töö iseseisvalt. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, põhimõttelised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

(digitaalselt allkirjastatud)

*Kadri Liivsalu*

## SISUKORD

Sissejuhatus .....	4
1. Spordieetika järgimine spordi suursündmustel .....	7
1.1. Spordieetika käsitluste areng ja suundumused .....	7
1.2. Spordi suursündmuste korraldamise põhimõtted .....	13
1.3. Spordieetika kommunikeerimine spordisündmustel osalejatele .....	17
2. Spordieetika põhimõtete kommunikeerimine Eestis toimuvate spordisündmuste korraldajate poolt .....	20
2.1. Spordieetika käsitlemine Eesti spordiregulatsioonides .....	20
2.2. Uuringu kirjeldus .....	23
2.3. Uuringu tulemused .....	26
2.4. Järeldused ja ettepanekud .....	33
Kokkuvõte .....	37
Viidatud allikad .....	40
Lisa 1. Spordikorraldust, sh spordieetikat reguleerivad dokumendid Eestis .....	48
Lisa 2. Eesti Antidopingu ja Spordieetika SA juhatuse liikme intervjuukava .....	50
Lisa 3. Spordisündmuste korraldajate intervjuukava .....	51
Summary .....	53

## SISSEJUHATUS

Sport, ühendades rahvuseid ja erinevat kultuuriruumi, pakub oma dramaatiliste vaatamängudega meelelahutust ning elamusi paljudele. Spordivõistlusi peetakse avalikuks hüveks tänu nende võimele ühendada ja lahendada sotsiaalseid lõhesid läbi sotsialiseerumise. Entusiasm spordi vastu on kustumatu, see pakub emotsioone, mille eest inimesed on nõus maksma. (Cashmore, 2010, lk 1–2; Evens *et al.*, 2013, lk 12) Sporditurism moodustab umbes 10% maailma turismikulutustest ning mille kasvutempo aastani 2030 on hinnanguliselt 17,5% (World Tourism Organization, *n.d.*). Kuigi COVID-19 pandeemia on jätnud oma jälje spordivõistluste külastatavusele üle maailma, külastab Statistikaameti (2020) andmetel iga neljas Eesti elanik spordivõistlusi ning Eesti Konjunktuuriinstituudi uuringu (2018) järgi tõi ainuüksi Tallinna Maraton Eesti majandusse 3,5 miljonit eurot.

Spordivõistluse teeb atraktiivseks tulemuste ennustamatus, me ei tea kunagi mis juhtub või kes võidab. Seda muidugi kui tulemus pole eelnevalt fikseeritud, mis tähendaks et tegemist pole mitte tõelise spordi vaid teeskuse ehk petturlusega. Võidu kindlustamine (reeglipäraselt) on spordivõistluste põhimõte, mis aga välistab vastasel sama tegemise. Seetõttu pannakse mängu kõik füüsilised ning vaimsed eelised, mida võib aga tõlgendada kui enesekeskset või omakasupüüdlikku käitumist. Selline võidu ületähtsustamine on pannud spordis osalejaid omaks võtma mõtet, et eesmärk pühitseb abinõu. Võimalus finantskasuks, isiklikeks saavutusteks, kuulsuse kasvuks ning muuks survestab spordiasjalisi olema leidlikud võidu tõenäosuse tagamisel, mistõttu kombitakse kogu aeg ausa mängu ja eetilise käitumise piire. Võitmist võib võtta kui tulemust või kogemust, kusjuures esimese puhul saab võidust võistluse tähtsaim osa. See iseenesest pole probleemiks, kuid „võit iga hinna eest“ võib viia mitte ainult ebaetilise vaid ka ebaseadusliku käitumiseni. (Cashmore, 2010, lk 8; Jones & McNamee, 2000, lk 135; Rechner & Smart, 2012; Sukhdial *et al.*, 2002)

Spordikorrupsiooni kõikides selle vormides ja raskusastmetes kirjeldatakse kui ülemaailmset nähtust, mis ohustab jätkuvalt spordisektori terviklikkust ning on spordijuhtidele sh spordivõistluste korraldajatele suureks väljakutseks. Arvestades juhtumite ja spordialade arvu tõuseb Euroopa riikides spordivõistlustega manipuleerimise probleem kõige rohkem esile, kusjuures kardetakse, et juhtumeid on tegelikult tunduvalt rohkem kui neid on avastatud. (Kihl *et al.*, 2017, lk 1; Sorbonne & ICSS, 2014, lk 4–12)

Lisaks eelnevale näitavad uuringud, et 14–39% tippspordlastest kasutavad dopingut, mis on tunduvalt rohkem kui 1–2% sportlastest, kes realselt keelatud ainete tarvitamisega vahele jäävad (de Hon *et al.*, 2014, lk 67). Venemaa riiklik dopinguprogramm, jalgrattameeskond US Postal Service Lance Armstrongiga eesotsas ning Eesti suusakoondise dopinguskandaalid vapustasid spordisõpru üle maailma ning on mõjult ühed ulatuslikumad, sest säärane spordile tekitatud mainekahju peletab eemale erinevad poolehoidjad, sh pealtvaatajad ning sponsorid (Kulczycki & Koenigstorfer, 2016).

2023. aastal toimus Tallinnas ligi 100 kõrgetasemelist rahvusvahelist spordivõistlust, mida Tallinna linn toetas kokku 715 tuh euroga (Tallinna linnavalitsus, 2023). Rahvusvaheliste spordivõistluste seas on palju selliseid võistlusi (nt Ironman, Tartu Maraton ja Tallinna Maraton), millest võtavad osa harrastussportlased nii kodu- kui ka välismaalt. Seetõttu saab neid nimetada spordisündmusteks ja lisaks majanduse elavdamisele rikastavad spordisündmused Eesti spordielu ning tutvustavad Eestit kui sihtriiki. Selliste spordi suursündmuste puhul on spordieetikal oluline roll ausa spordi väärtuste ja hoiakute kujundamisel ning edasikandmisel. Seda nii noortele kui ka harrastussportlastele, erinevate spordipahede ennetamiseks.

Kuigi spordisündmuste korraldajad mängivad kesksel rollil võistluste reeglipärasuse ja eetilise tagamisel, pole spordieetika põhimõtete kommunikeerimist spordisündmuste raames varem Eestis uuritud. Eeltoodu põhjal saab öelda, et spordieetika järgimisel on oluline roll spordivõistluste usaldusväärse tagamiseks ja selle suurendamiseks. Sellest tulenevalt seatakse lõputöö probleemküsimuseks, kuidas toetatakse kommunikatsiooni abil spordieetika põhimõtete järgimist rahvusvahelistel spordi suursündmustel? Probleemküsimusele püütakse vastuseid leida Eestis toimuvate rahvusvaheliste spordisündmuste korraldajate uuringu toel.

Lõputöö eesmärgiks on tuginedes teooriale ja uuringu tulemustele anda soovitusi spordisündmuste korraldajatele spordieetika põhimõtete kommunikeerimise parendamiseks rahvusvahelistel spordisündmustel. Eesmärgi saavutamiseks püstitatakse järgmine uurimisküsimus: kuidas spordisündmuste korraldajad kommunikeerivad spordieetika põhimõtteid Eestis toimuvatel rahvusvahelistel spordi suursündmustel?

Lõputöö koosneb kahest peatükist, millest esimeses antakse ülevaade spordieetika käsitlemise arengust ja suundumustest, kirjeldatakse spordieetika põhimõtete järgimist spordisündmuste korraldamisel ning tuuakse välja spordiasjaliste teadlikkuse tõstmise viisid spordieetikast. Peamised autorid kellele töös tuginetakse on Loland (1998, 2002, 2021), Rutherford Silvers ja O'Toole (2021), Gerritsen ja van Olderen (2014). Teine peatükk moodustab töö empiirilise osa, milles antakse ülevaade spordieetikat reguleerivatest dokumentidest Eestis. Edasi keskendutakse uuringule, milles töö autor viis läbi intervjuud kuue rahvusvahelise spordisündmuse korraldajaga. Peale tulemuste sisuanalüüsi tehakse järeldused ning esitatakse spordisündmuste korraldajatele soovitusel spordieetika põhimõtete järgimise toetamiseks rahvusvahelistel spordisündmustel Eestis.

# 1. SPORDIEETIKA JÄRGIMINE SPORDI SUURSÜNDMUSTEL

## 1.1. Spordieetika käsitluste areng ja suundumused

Inimesed on läbi aegade olnud kehaliselt aktiivsed nii vaba aja veetmise kui võistlemise eesmärgil. Mängulised tegevused on muutunud organiseeritud ja struktureeritud võistlusvormideks, pannes aluse sellele, mida tänapäeval tuntakse kui professionaalset sporti. Koos spordi kommertsialiseerimisega on kasvanud erinevad ohud, mis on mõjutanud spordieetika arengut.

Sporti võib võrrelda mänguga, kus osalejad suhtlevad, suhestuvad ja mõjutavad üksteist. Eristamaks õiget käitumist valest annavad väärtused hinnangu otsustusprotsessi situatsioonideüleselt. See kuidas ajalooliselt on mängu mängitud võib erineda olenevalt kultuuriruumist, kuid isegi kui inimese väärtused teistest erinevad, siis spordis on võimalik kokku leppida ühtsed normid, mille alusel on mängimine võimalik. Ametlike reeglite järgimise kõrval on niisama oluline austada mitteametlikke ausa mängu reegleid, mis toetavad eetilist käitumist. Seetõttu eeldavad need n-õ kirjutamata reeglid, et kui vastane on maas pikali, siis väljakul olevad mängijad lõpetavad mängimise. Järelkult ainult reeglite järgi mängimisest ei piisa, sest mitteametlikud ausa mängu käsitlused määravad ära kindlad hoiakud mängu suhtes, milles on oluline anda endast parim ja austada vastast. Tegemist on normidega, mida mängijatelt eeldatakse, ilma milleta mängida pole võimalik. See tähendab, et osalejad astuvad sotsiaalsesse kokkuleppesse, millest tekib moraalne kohustus, kus ametlikest mängureeglitest tuleb kinni pidada, sest mängu valitsevad reeglid, kuid mitte vähem tähtsad on spordis kehtivad käitumisnormid ja -põhimõtted, mis moodustavad spordieetika aluse. Eelnevast tulenevalt ilmneb ka õigustatud vajadus õiglusele mängus. (Cashmore, 2010, lk 466; Casini, 2021, lk 164; Eassom, 1998, lk 60; Kavussanu, 2008, lk 124; Loland, 1998, lk 79–86; Mortimer *et al.*, 2021, lk 534)

Loland (2002, lk 12–14) võrdleb spordiideaale sõdalase eetosega, mille rõhuasetus on auväärusel ja õiglasel käitumisel. Järelikult on moraalsed ideed spordi väärtusest ja tähendusest sama vanad kui sport ise ning mõiste aus mäng kujunes järk-järgult välja moraalselt õige ja hea käitumise standardiks võistlustel. Kuigi ausa mängu praktiseerimist peeti algselt pigem isiklikuks vooruseks kui formaalseks reeglist kinnipidamise normiks, siis nüüdisajal peetakse ausale mängule kohaseid hoiakuid ja käitumist atraktiivseks, laitmatuks ja puhtaks, sest need ei teeni mitte ainult iseenda huve vaid on erapooletult kõigi hüvanguks. Samas kui Serrano-Durá *et al.* (2021, lk 650) eelkõnelejaga suures osas nõustuvad, toovad nad välja, et ausat mängu tuleks rohkem seostada õiglusega, mis on seotud võrdsete võimaluste, kui hea käitumisega spordivõistlustel. Siiski jääb aus mäng üheks kõige olulisemaks spordi väärtuseks, mis on kunagi loodud ja avaldub spordisündmuste ajal, tuues kaasa erakordse käitumise, mis kujundab selle konkreetse olemuse (Păunescu *et al.*, 2013, lk 692). Kokkuvõtlikult võib öelda, et üksmeel spordieetika teooria käsitlustes viitab kahele põhimõttele, millest esimene on õiglus ja teine sportlikus tiptasemes avaldub inimlik täiuslikkus (EPAS, 2011, lk 97).

Eelnimetatud spordi üldisele eetilisele ja moraalsele raamistikule lisaks on oluline dopingu- ja kokkuleppemängude vastane võitlus, sportlaste tervise ja heaolu tagamine ning spordivõistluste korraldamise läbipaistvus ja ausus, kust ei puudu ka pealtvaatajate turvalisus. Kusjuures spordieetika ei puuduta ainult sportlasi, vaid ka loomasid, kellega võisteldakse ning spordi sidusrühmasid nagu sportlaste treenerid, tugipersonal, spordiorganisatsioonid, sponsorid jt. Erinevad skandaalid spordimaailmas on juhtinud tähelepanu spordieetika väljakutsetele ning seetõttu mõjutanud ja aidanud kujundada nii spordieetikat, aga ka üldist teadlikkust. (Andreff, 2019, lk 53–67; Cashmore, 2010, lk 306; Cleret *et al.*, 2015, lk 1–4; Heil, 2016, lk 281–284; Serrano-Durá *et al.* 2021, lk 650)

Elias (1986, viidatud Loland, 2021, lk 1477 vahendusel) kirjeldab, et vajadus erapooletute ja ausate võistlustulemuste järele kasvas, kui hasartmängud muutusid populaarsemaks. Leiti, et vastased peaksid olema paari pandud vastavalt eeldatavale soorituspotentsiaalile, sest võistlus võimalikult võrdsete vastaste vahel tagas ka tulemuste ennustamatuse. Professionaalsel tasandil on spordi ausus spordi kaubandusliku, sotsiaalse ja kultuurilise väärtuse aluseks. Fännid on ainult siis nõus maksma ja kaasa elama spordi vaatamängudele kui nad on kindlad, et võistlus kui toode on ülimalt aus ja seda saab

usaldada. Selleks, et kaitsta ning edendada spordi ausust ning puutumatus, on poliitika-kujundajad loonud sporti reguleeriva raamistiku. (Harvey & McNamee, 2020, lk 2)

Spordieetikat reguleerivad peamiselt:

- Euroopa spordi harta;
- Euroopa spordieetika koodeks;
- Olümpiaharta;
- Rahvusvahelise Olümpiakomitee eetikakoodeks;
- Olümpialiikumise hea juhtimistava;
- ÜRO Haridus-, Teadus- ja Kultuuriorganisatsiooni (UNESCO – *The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*) spordis dopingu kasutamise vastane rahvusvaheline konventsioon;
- Euroopa Nõukogu dopinguvastane konventsioon;
- jalgpallivõistlustel ja teistel spordiüritustel turvalisuse, julgeoleku ja teenindamise lõimitud lähenemisviisi käsitlev Euroopa Nõukogu konventsioon;
- spordivõistlustega manipuleerimise vastase võitluse Euroopa Nõukogu konventsioon;
- Maailma Antidopingu Agentuuri (WADA – *World Anti-Doping Agency*) dopinguvastane koodeks.

Nii Euroopa spordieetika koodeks kui ka Rahvusvahelise Olümpiakomitee (ROK) eetikakoodeks on põhimõtete ja juhiste kogumid, mille eesmärk on edendada eetilist käitumist spordivaldkonnas. Kuna viimane keskendub vaid Olümpiamängudele ja olümpialiikumisele, siis fokuseeritakse käesolevas töös Euroopa spordieetika koodeksile, mis on laiemal kohaldamisalal, käsitledes spordi eetilisi kaalutlusi üldisemalt. Kui Euroopa spordiharta sätestab spordipoliitika raamistiku, siis Euroopa spordieetika koodeks täiendab seda. Sport peab muu hulgas tuginema kõrgetele eetilistele väärtustele. Seetõttu on spordieetika koodeksi aluspõhimõte, et ausa mänguni viivad eetilised põhimõtted on kogu spordiliikumise lahutamatud mitte lisaelemendid ja kehtivad kõigil sporditegevuse tasemetel, olgu selleks siis sport kõigile või tipptasemel võistlussport. (Council of Europe, *n.d.*; Euroopa Nõukogu Ministrite Komitee, 1992)

Spordisektori kasvuga on fookus äritegevuses suunatud järjest suurema kasumi teenimisele. Selle nihkega kaasnevad kasvuvalud, mis sageli spordijuhte ja nende

otsuseid erinevate eetiliste kaalutlustega vaevavad. Seega peavad spordijuhid olema kursis enamlevinud spordieetika väljakutsetega, selleks, et olla oma lähenemisviisides pigem ennetavad kui reageerivad. Vaatamata sellele, et teadlikkus eetika probleemidest spordikeskkonnas kasvab, on kõrge profiiliga ebaetiliste juhtumite esinemine järjekestev. Säärastele juhtumitele vastureaktsioonina on organisatsioonid asunud koostama eetikakoodekseid, -koolitusprogramme, -nõustamistegevusi ning olulisi akadeemilisi uuringuid, mis püüavad mõista mis eelneb eetilistele hinnangutele, -otsustele ja -käitumisele. (Hums *et al.*, 1999; Rechner & Smart, 2012, lk 142)

Euroopa spordieetika koodeksi järgi vastutavad spordiorganisatsioonid ja spordiga seotud organisatsioonid, järelikult ka võistluste korraldajad, ausa mängu põhimõtete täitmiseks soodsa keskkonna kujundamise eest, milleks tuleb:

- avaldada selged juhised eetilise ning ebaetilise käitumise eristamiseks ning tagada asjakohased stiimulid ja/või sanktsioonid kõigil spordiliikumise tasanditel;
  - tagada otsuste langetamisel antud spordiala eetikakoodeksi järgimine, mis peegeldaks ka Euroopa spordikoodeksi põhimõtteid;
  - aidata oma mõjusfääris spordieetika põhimõtete teadlikkust tõsta, kasutades erinevaid kampaaniaid, autasusid, koolitusvõimalusi jne, hinnates nende efektiivsust ja mõju;
  - luua autasustamise süsteeme, mis hindaksid lisaks sportlikule edule ka ausat mängu ja eetilisi saavutusi;
  - sõnastada võistlustel osalemise õigus ja kategooriad spordieetika põhimõtete järgi;
  - abistada ja toetada meediat spordieetika panuse esiletoomisel haridusse ja ühiskonda.
- (Council of Europe, 2010; Euroopa Nõukogu Ministrite Komitee, 1992)

Viimase paarikümne aasta areng on see, et lisaks eetikakoodeksitele on suured rahvusvahelised spordialaliidud enda kõrvale loonud eraldi üksused, mis kontrollivad eetikareeglitele vastavust ning teostavad järelevalvet (Gardiner *et al.*, 2016, lk 8). Nende hulka kuuluvad näiteks rahvusvahelise kergejõustikuliidu World Athletics egiidi all tegutsev puhta spordi eest võitlev Athletics Integrity Unit (AIU), kuid ka kommertsettevõtte Sportradar, kes mitme rahvusvahelise spordialaliidu partnerina, lisaks teistele, kogub ja analüüsib spordivõistluste andmeid pettuste avastamiseks.

Dopinguaineid arendavate teadlaste ning dopinguvastaste asutuste vahelises võidujooksus on petjad alati justkui sammu võrra ees ning kui varem keerles arutelu selle ümber, kuidas keelustada sooritust tõstvad ained ning meetodid, siis nüüd arenevad vestlused dopingu legaliseerimise ümber. Need arutelud lähtuvad eeldusest, et dopingutestimine ei ole efektiivne ning võitlus dopingu vastu spordis on kaotatud, sest tõelisi petjaid ei tabata. (van der Sloot *et al.*, 2020, lk 249) Seetõttu leiab Savulescu (2016, lk 300–303), et dopingu tarvitamine meditsiinilise järelevalve all võiks olla lubatud, piirates seejuures tarbitavat kogust, et vältida kahjustusi sportlase tervisele. Siiski ei leia eelnimetatud lähenemine suurt poolehoidu ning viiks Camporesi (2017, lk 113–116) sõnul kaheastmelise dopingusüsteemi loomiseni, kus konkurentsieelise säilitamiseks jätkaksid sportlased lisaks eelnevale teiste, potentsiaalselt tervisele ohtlike sooritusvõimet tõstvate ainete salaja kasutamist. Dopingu legaliseerimisele alternatiivina peaks Camporesi sõnul dopinguküsimustes vastutust kandma mitte sportlased, vaid need isikud, kellel on märkimisväärne mõju sportlase üle, eriti profispordi kontekstis, sest dopingu kasutamine on tihtipeale süstemaatiline ja organiseeritud tegevus.

Teisest küljest sportlased, kes professionaalsel tasemel ei võistle, võivad dopingutestimise tõttu saada stigmatiseeritud, häbi mis järgneb ka spordivälisesse maailma. Nende teadlikkus spordis keelatud ainetest või meetoditest on puudulik ning ained (näiteks marihuaana), mida tarbitakse meelelahutuslikul eesmärgil, ent millel puuduvad sportlikku sooritust tõstvate ainete omadused, on samuti spordis keelatud ainete nimekirjas, kuid nende võrdsustamine ning esimese vajalikkus antud nimekirjas on vastuoluline. Samaaegselt pole dopinguvastased regulatsioonid arvesse võtnud toidulisandite ja vananemisvastaste toodete turgude laienemist ning eelnimetatud ainete kasvavat sotsiaalset aktsepteerimist ühiskonnas. Mistõttu ainete kasutamine erinevate inimvõimete suurendamiseks võib lõpuks muutuda vastuvõetavaks ning saada heakskiidu kõigis inimtegevuse valdkondades. Seetõttu süsteem, mis on loodud Olümpia- ja profispordi silmas pidades ei pruugi sobida sportlastele, kelle eesmärgid keskenduvad välimusele, vananemisvastasele või muule sooritusega mitteseotud valdkonnale. Niisiis võiks fookuses olla kahjude vähendamine läbi teadlikkuse suurendamise. (Henning & Dimeo, 2015, lk 407; 2018, lk 130–134; Hunt *et al.*, 2012, lk 58; van der Sloot *et al.*, 2020, lk 42–204)

Kui dopinguvastane võitlus on näiliselt kontrolli all nimetatakse kokkuleppemänge uueks dopinguks. Seejuures leiavad paljud, et kokkuleppemängud, mille taga on reeglina kuritegelikud ühendused ning ebaseaduslik hasartmäng, valmistavad isegi suuremat ohtu spordi aususele kui doping. Kasvav trend on aga see, et spordivõistluste manipuleerimisega tegelevad inimesed sihivad üha enam noorte, naiste ja madalama taseme võistlusi, kuna eelnimetatud võistluste jälgimiseks üldiselt ressursid puuduvad. Mistõttu kujutavad need märkimisväärset ohtu ja takistavad jõupingutusi kokkuleppemängudega võitlemiseks. Samaaegselt soovivad valitsused üha enam spordivõistlustega manipuleerimist kriminaliseerida ning ÜRO narkootikumide ja kuritegevuse büroo (UNODC – *United Nations Office on Drugs and Crime*) ja ROK ülemaailmsest kaardistusest avaldus, et spordivõistlustega manipuleerimist käsitlevad riiklikud õigusaktid kasvasid 900% aastatel 2013–2021. Kui dopinguvastasest liikumisest loodi WADA, siis võitlemaks kokkuleppemängudega kaalutakse sarnase organisatsiooni ning vastava koodeksi loomist. (Carpenter, 2012, lk 13; de Hon *et al.*, 2014, lk 67; Gardiner *et al.*, 2016, lk 8–9; UNODC, 2021, lk 229–235; Veuthey, 2014, lk 82)

Tüüpiliselt klassifitseeritakse sportlasi ebavõrdsuse vähendamiseks võistlustel, näiteks soo, vanuse või kaalu, puude või selle puudumise järgi. Samas spordialadel nagu laskmine, kiisport (piljard, snuuker) või kurling, mis rõhutavad täpset peenmotoorikat, tehnikat või taktikat, tundub, et soo klassifitseerimisel puudub igasugune põhjus. Lisaks on spordikogukonnad endiselt aruteludes transsooliste ja interseksuaalsete sportlaste kaasamise üle ning küsimus seisneb eelkõige selles, kuidas tagada nende võrdne osalus ja vältida võimalikku ebaõiglust arvestades kõiki osapooli. Nii on esile kerkinud arutelu soolise segregatsiooni lõpetamise ning sooliselt kaasavate võistluste kasuks. Eelnevalt tulenevalt tehakse ettepanekuid õiglase võrdsete võimaluste põhimõtte järgimiseks spordis. (Gleaves & Lehrbach, 2016, lk 315–322; Loland, 2021, lk 1478–1482)

Spordisündmuste korraldamine nõuab mitmekülgset lähenemist, mis kombineerib spordieetika põhimõtete austamist, ausa mängu edendamist ning osalejate ja publiku kaasamist. Kui spordieetika moodustab aluse, millele spordi kultuur ja väärtused rajanevad, siis spordisündmus on see oluline koht, kus need põhimõtted leiavad praktilise teostuse. Aususe ja eetilise käitumise prioriteediks seadmine aitab sündmuse korraldajatel mitte ainult järgida spordimeheliikkuse põhimõtteid, vaid innustab ka kõiki osapooli

osalema ausas ja mõtestatud spordikogemuses, aidates sellega kaasa spordiringkonna kui terviku positiivsele arengule ja mainele.

## **1.2. Spordi suursündmuste korraldamise põhimõtted**

Sündmused moodustavad põneva ja dünaamilise maailma, mis rikastavad meie igapäevaelu ning kutsuvad esile mitmekesiseid kogemusi. Käesolevas alapeatükis pööratakse tähelepanu spordi suursündmuste korraldamise eripäradele.

Sündmused on nähtused, millel on ajalised ja ruumilised mõõtmed. Iga sündmus on ainulaadne, sest see hõlmab endas keskkonda, inimesi ja juhtimissüsteeme, lisaks kujunduselemente ning programmi, mis kõik on omavahel seotud. Sündmused on kordumatud mistõttu nende täielikuks nautimiseks peab neist osa võtma. Igal sündmusel on kindel eesmärk ning kunagisest üksikisiku või kogukonna algatusest on kasvanud välja professionaalide ja ettevõtjate pärusmaa. Seda põhjusel, et sündmuste korraldamisel on reeglina vaja täita mitmeid strateegilisi eesmärke ning oleks üsna riskantne jätta nende täitmine amatööride hooleks. Sellest ning sündmuse funktsioonist tulenevalt on võimalik sündmuskorralduse ja turunduse kaudu täita ka teatud majanduslikke, turismi- või poliitilisi eesmärke. Sündmuskorraldus professionaalsel tasemel sisaldab sündmuste kavandamist, tootmist ja juhtimist, kusjuures sündmuse õnnestumine sõltub suure osas organisatoorsest efektiivsusest, kus erinevad huvigrupid teevad koostööd, et anda oma panus sündmuse kogemuse ehk elamuse arendamiseks. (Getz, 2008, lk 404–408; Kaplanidoua *et al.*, 2013, lk 138)

Spordisündmustel osalevad profisportlased (sh tippsportlased), amatöörspordlased, harrastajad aga ka loomad, seejuures võisteldakse meistrivõistlustel, matšidel, turniiridel, maratonidel, regattidel, võidusõitudel ning paljudel muudel. Spordisündmuse korraldatakse nii pealtvaatajatele kui osalejatele ning need hõlmavad harrastus- või võistlussporti, samas mitte vähem tähtis on võistlusega kaasnev sõprus, solidaarsus ning seltskond. Kui varem viidati spordile kui tegevusele või mängule, siis tänapäeval tajuvad inimesed sporti ja eelkõige spordisündmuse kui sotsiaalset reaalsust. Sellest tulenevalt on tegemist seltskondliku sündmusega, mis on mänguliselt intensiivne, see ühendab tõsist kergemeelsega, on ideoloogiline ning samas struktuurne. Spordisündmused äratavad huvi erinevates huvigruppides nagu linn, kohalikud elanikud ja ettevõtjad, meedia, sponsorid

ning fännid üle maailma. (Herstein & Berger, 2013, lk 40; Raj *et al.*, 2017, lk 12; Rutherford Silvers & O'Toole, 2021, lk 10)

Soov võõrustada spordisündmusi on pannud nii linnasid kui riike üle maailma panustama agentuuridesse, mille eriülesandeks on spordisündmuste maaletoomine. Näiteks Calgary sporditurismi strateegia, on toonud linnale tuntuse ja usalduse sündmuste korraldamisel ning korraldusõiguste saamisel. Seepärast mängivad turismisihtkoha juhtimis- ja arendusorganisatsioonid tähtsat rolli spordisündmuste korraldamisel ning maaletoomisel. (Getz 2008, lk 408; Gibson, 1998, lk 51)

Nagu eelpool mainitud, siis sündmustel on erinevad mõõtmed. Herstein ja Berger (2013, lk 40–41) jagavad spordisündmused asukoha põhjal kohalikuks või rahvusvaheliseks ning kestvuse põhjal ühekordseks või pidevaks, kuid Getz (2008, lk 407) klassifitseerib sündmused nende kohaseotuse alusel mega-sündmusteks, tunnussündmusteks ning piirkondlikeks ja kohalikeks sündmusteks. Lisaks võib spordisündmusi jagada ühe või mitme spordialaga seotud sündmusteks, kus esimesed keskenduvad ühele konkreetsele spordialale (näiteks jalgpalli maailmameistrivõistlused) ning teised hõlmavad endas mitut spordiala (näiteks paraolümpiamängud) (Gijzenberg, 2014, lk 5). Spordisündmused toimuvad nii sise- kui välistingimustes ning olenevalt spordialast, võistlustasemest ning eeldatavast publikuhulgast on nende korraldamiseks sageli vaja eriotstarbelisi rajatisi nagu spordiareenid (Getz, 2008, lk 404), spordihallid, staadionid, väljakud, või muud tüüpi hooned ning rajatised.

Mega-sündmused on ühekordsed globaalsed sündmused, mille korraldamisõiguste saamiseks tuleb konkureerida ning need paistavad silma oma suuruse ja rohke meediakajastuse poolest. Olümpiamängud on kõige ehedam näide mega-sündmusest. Tunnussündmused, nagu ikoonilised Wimbledon'i tenniseturniir ja Bostoni maraton, on püsivad ja perioodilised sündmused, mis on loodud spordi- ja kultuuripidustusteks ning on sageli kombineeritud. Neil on oluline koht sihtkohas ja selle kogukonnas, arendades ja pakkudes sündmusel mitmekülgseid programme, mis suurendavad nähtavust ja lisavad atraktiivsust. Piirkondlikud ning kohalikud sündmused toimuvad reeglina ühes ja samas kohas ning on suunatud peamiselt kohalikele elanikele. Näiteks on harrastusspordi populaarsus tõuganud paljusid linnasid ning kogukondi korraldama linnajooksusid. (Getz, 2008, lk 408–412; Getz *et al.*, 2012; Gibson, 1998, lk 51; Raj *et al.*, 2017, lk 12)

Sündmuste ajalise mõõtme tõttu jaguneb korraldamine viie erineva etapi vahel. Nendeks on algatusfaas, planeerimisfaas, rakendusfaas, sündmus ja lõpetusfaas. Algatus- ning planeerimisfaasis on esmalt oluline paika saada eesmärgid, mida erinevad osapooled soovivad sündmust korraldades saavutada. Teiseks määrata sündmuse ulatus vajalike ruumide, kestuse, osalejate arvu, materjalide, seadmete ja tarnijate mahtudega. Viimaks ka sisu ehk sündmuse korraldamisel soovitud või nõutud tulemuste saavutamiseks vajalikud elemendid. Selleks, et sündmused vastaksid ootustele tuleb pakkuda väärtust, mitte ainult osalejatele, pealtvaatajatele ja korraldajatele vaid ka laiemale kogukonnale. (Perić *et al.*, 2019, lk 9; Rutherford Silvers & O'Toole, 2021, lk 12)

Olenevalt spordisündmuse iseloomust tuleb tähelepanu pöörata erinevatele aspektidele, kuid sündmust planeerides tuleb eelkõige hinnata riske. Kahjude ennetamine ja vähendamine võimaldab muuta sündmuse mitte ainult osalejatele, vaid ka korraldajatele atraktiivsemaks, turvalisemaks ja jätkusuutlikumaks. Siiski ei tea spordisündmuste tegelikku väärtust keegi enne korraldamise kogemust, seetõttu hinnatakse kahjuks kulusid madalamaks ning tulusid kõrgemaks. Hindamisel tuleks arvesse võtta juriidilisi ja eetilisi kohustusi, tervisekaitset ja ohutust, hädaolukordadeks valmisolekut ning otsuste juhtimise protsessi. Lisaks esinevad spordisündmustel füüsilise võistlusega seotud riskid ning rivaalitsemissed pealtvaatajate seas, mistõttu tuleb erilist tähelepanu pöörata publiku suurusele. (Perić *et al.*, 2019, lk 10–11; Rutherford Silvers & O'Toole, 2021, lk 4–10; Solberg, *et al.*, 2022, lk 404)

Suursündmuste korraldamisel on oluline eristada primaarseid ja sekundaarseid huvigruppe. Korralduslikult on esimese kaasamine hädavajalik sündmuse edukuse ja jätkusuutlikuse tagamiseks ning nende huvigruppide roll sündmusel on seotud järgnevate tegevustega: korraldamine, toetamine, pakkumine ning osalemine. (Todd *et al.*, 2017, lk 497–505) Pöörates sündmuse väärtuspakkumises tähelepanu erinevate sihtrühmade ootustele võib see kaasa tuua suurema osavõtu ja nähtavuse, suust suhu turunduse ning potentsiaalselt ka finantsmõju osalustasude kaudu. Lisaks võivad selle mõju osaks saada ka partnerid, kes pakuvad lisateenuseid ja tooteid. Seetõttu on positiivse sotsiaalse mõju tekitamiseks kohaliku kogukonna kaasamine spordisündmuse korraldamisse, mitte ainult tänuväärne vaid ka arukas. (Đurkin Badurina *et al.*, 2021, lk 378; Perić *et al.*, 2019, lk 11; Raj *et al.*, 2013, lk 354)

Sündmuse rakendusfaasis tuleb sõlmida kokkulepped eelnimetatud partneritega ning teha kõik ettevalmistused eelseisvaks sündmuseks. Uuringud on näidanud, et sündmuse meelelahutusprogramm ja funktsionaalsed lahendused nagu viidad, kvaliteetne toitlustus, aga ka keskkonnahoidlikkus mängivad olulist rolli sündmuste valikul osalejate seas. Oluline on läbi mõelda terviklahendus, mis puudutab ruume, audio-visuaalsed lahendusi, programmi ülesehitust (sh auhinnatseremoonia) ning kogu bränding, sest suursündmused on rahvusvahelised demonstratsioonid, kus on olulised positiivsed telepildid maalilistest maastikest või kaasaegsetest staadionitest. Turundusplaani täitmise juurde kuuluvad ka sotsiaalmeediakampaaniate korraldamine, suhtekorraldus, piletimüük ning sponsorluse juhtimine. Raha toob eelarvesse ka sportlaste osalustasud ning uuringud näitavad, et aktiivsetest välispordisündmustest osavõtjad pole nii hinnatundlikud. Kui sündmus algab on oluline kiire reageerimine ning probleemide jooksev lahendamine. Sündmuse lõppedes küsitakse tagasisidet ning antakse hinnang toimunule. Ühtlasi on oluline võtta kokku teadmised ning õppetunnid järgmise sündmuse korraldamiseks. (Perić *et al.*, 2019, lk 10–11; Rutherford Silvers & O'Toole, 2021, lk 14–17; Solberg, *et al.*, 2022, lk 405)

Sportisündmusest osavõtjatele suurepärase elamuse pakkumine sõltub sündmuste korraldajatest ja nende võimest koordineerida või pakkuda kvaliteetseid teenuseid. Need teenused peavad olema kättesaadavad mitte ainult sündmuse ajal, vaid ka enne saabumist ja pärast lahkumist. Kommunikatsioon on väärtuse loomise tuum ning seda hindavad kõrgelt ka osalejad, kes eeldavad operatiivset sündmusega seotud info edastamist läbi erinevate veebiteenuste ning sotsiaalmeedia. Kvaliteetse sündmuse jaoks on vaja esmajärjekorras tagada juurdepääs sihtkohale, hotellile, treenimis- ning võistluspaigale. Teiseks võimaldada majutuse ning selle teenuste kvaliteetne pakkumine. Koht kus sündmus aset leiab vajab kvaliteetset infrastruktuuri ning asjalikku personali, sest personal mängib olulist rolli nii osalejate kui pealtvaatajate kogemuse kujundamisel, kus lahkus, kättesaadavus ja abivalmidus on elementaarsed ent olulised tegurid. Korraldusmeeskonna empaatia annab võimaluse ületada osalejate ootusi ja rikastada sündmuskogemust, mistõttu on oluline tagada nii töötajate kui ka vabatahtlike koolitus. Viimasena, kuid mitte vähem tähtsana on vaja kindlustada sündmuse takistusteta kulgemine läbi hästi organiseeritud protsesside ning teenuste ja toodete pakkumise. (Dwyer & Fredline, 2008, lk 498; Hover *et al.*, 2014, lk 182; Perić *et al.*, 2019, lk 10)

Sündmustele omistatakse tähendusi ning see tähendus võib olla lahutamatu osa sellest mis kogemusega inimesed lahkuvad ning tulevasi sündmusi külastavad. Seega on sündmustel võime inimeste tulevast käitumist mõjutada, sest kogemused muudavad uskumusi, väärtusi ja hoiakuid. (Getz, 2008, lk 414) Eelnevast tulenevalt võimaldab spordisündmus osalejatel ja pealtvaatajatel aktiivselt osaleda ja kaasa mõelda eetilistes küsimustes ning kujundada positiivseid väärtusi spordi kontekstis. Spordisündmused on võimas platvorm, mida saab tõhusalt kasutada eetiliste väärtuste edendamiseks, eriti seoses spordieetika kommunikeerimisega osalejatele, aga ka pealtvaatajatele.

### **1.3. Spordieetika kommunikeerimine spordisündmustel osalejatele**

Spordisündmuste korraldajad saavad kasutada erinevaid kommunikatsioonistrateegiaid, et edendada sportlaste teadlikkust eetikareeglitest. Kommunikatsiooni defineeritakse erinevalt ja ühest seisukohta teaduskirjandusest ei leidu, siiski kajastavad mõisted kahte peamist suunda. Üks neist keskendub sideprotsessile kui info edastamisele, mille tulemusel kujuneb välja saatja-sõnumi-kanali-vastuvõtja mudel, esindades teatud tüüpi lineaarset mudelit. Sellised mudelid illustreerivad, kuidas ideed, tunded, suhtumised jne liiguvad ühelt isikult teisele. Samas on igalvõimalik vaba valik, kas nõustuda mõttega või mitte, kontrollides seega olukorda ning seda, kas lasta ennast mõjutada. Teine suund keskendub vastastikkusele ja jagatud arusaamadele kui olulistele elementidele. Nii teoorias kui praktikas on interaktiivse kommunikatsioonitehnoloogia tulekuga siirdunud tähelepanu just viimasele. See tähendab, et kommunikatsiooni protsessis jagatakse informatsiooni ning kui informatsioon üksinda on ühesuunaline protsess, siis üksteise mõjutamiseks on vaja kahesuunalist kommunikatsiooni, mis lähtub dialoogist ja vastastikusest mõistmisest. Seetõttu nimetatakse kommunikatsiooni sünonüümina suhtlemist. (Eesti Keele Instituut, 2023; Greenman, 2008, lk 1340; Windahl *et al.*, 2009, lk 12–14)

Reeglina ühendab kommunikatsioon inimesi läbi otsese või virtuaalse suhtluse, see on inimestele loomupärane ning aitab neil lähedasemaks saada, jagades mõtteid, arvamusi, väärtusi ja argumente. Kommunikatsiooni võib jagada kaheks – massikommunikatsiooniks ning interpersonaalseks ehk inimestevaheliseks suhtluseks. Lisaks

sõnumile hõlmab suhtlusprotsess ka kanaleid ehk viise mille kaudu sõnum edastatakse. Sündmus, kui üks kommunikatsiooni viis, on platvorm, mis võimaldab inimestel kohtuda ja omavahel suhestuda ning toimib samuti sõnumite edastamise vahendina. (Calvó-Armengol *et al.*, 2015, lk 649–650; Gerritsen & van Olderen, 2014, lk 73–83)

Sündmuse korraldamisel on oluline arvestada selle uudisväärtusega, kuna sündmus kujutab endast tavapärasest eristuvat olukorda, mille kaudu on võimalik saavutada meediakajastust ning rõhutada korraldaja jaoks olulisi mõtteid või ideid. Seejuures mängib massimeedia oma usaldusväärsusega sõnumite levitamisel olulist rolli. Samas kui rääkida inimestevahelisest suhtlusest, siis arvamusiidrid on need, kes avaldavad kohati isegi suuremat mõju, võimendades sõnumeid läbi sotsiaalmeedia platvormide ning viies need laiemale publikuni. (Gerritsen & van Olderen, 2014, lk 87–88; Hunt & Gruszczynski, 2024, lk 247–249; Windahl *et al.*, 2009, lk 72)

Viimastel aastatel on suhtluskanalite mitmekesisus suurenenud, kuid nende kasutamine on ettearvamatum. Oluliseks on muutunud personaalne suhtlus, kus sõnumid on kohandatud vastavalt iga tarbija vajadustele ja omadustele. Informatsiooni ja kommunikatsiooni ülekülluse tingimustes muutub soovitud sihtrühmadeni jõudmine järjest keerukamaks, samal ajal kui inimesed on üha valivamad, kui palju aega nad suhtlemisele pühendavad, arvestades suhtlemise aeganõudvust. Seetõttu otsivad ettevõtted uusi lähenemisviise ning sündmuseid võib pidada üheks nimetatud alternatiiviks. (Calvó-Armengol *et al.*, 2015, lk 649–650; Gerritsen & van Olderen, 2014, lk 74–89)

Kommunikatsiooniekspertid kirjeldavad sündmust kui elamust, mille käigus edastatud sõnumid avaldavad sihtrühmale tugevat ja soovitud mõju. Niisiis pakub sündmus võimalusi inimestega reaalses ehk otse suhtlemiseks, läbi mille luuakse elamusi, suhteid ning suunatakse tähelepanu oma sõnumile. Tegemist on kahesuunalise kommunikatsiooniga, sest tänapäeva jagamisühiskonnas luuakse ja edastatakse sõnumeid peale korraldajate ka sündmuse küllastajate ehk tarbijate poolt. Ühisloome (*co-creation*) rakendamine spordisündmustel võimaldab osalejatel aktiivselt kaasa lüüa kogemuse kujundamisel, kusjuures digitaalne meedia ja internet pakuvad mitmeid vahendeid kaasamiseks ja kogemuse jagamiseks. Sellest tulenevalt pakub loomingulisus omaette elamust ning seda saab rakendada nii enne sündmust, selle ajal kui ka pärast seda.

Elamuse rikastamiseks on võimalik kasutada ka lugude jutustamist (*storytelling*) kui tööriista. (Gerritsen & van Olderen, 2014, lk 75–77; Hover *et al.*, 2014, lk 176–181)

See tähendab, et soovitud tulemuste saavutamiseks tuleb kommunikatsiooni planeerida, sest head kommunikatsiooni iseloomustab eesmärgi, sõnumi, kanali (vahend), sihtrühma ja ajastuse efektiivne koordineerimine. Peaaegu kõik kommunikatsioonimudelid sisaldavad mingisugust tagasisidet, mis on põhimõtteliselt vastuvõtja reaktsioon sõnumile. Need reaktsioonid jäävad tihtipeale sõnumi edastajale teadmata. See tähendab, et kommunikatsiooni mõju hindamiseks ning oma püüdluste tõhustamiseks on oluline küsida tagasisidet, mis omakorda võimaldab teha järeldusi kanalite valikute osas. Oluline on kasutada kanaleid, mida sõnumi vastuvõtja eelistab ning mitte valida kanalit oma isiklike eelistuste seast. Teisalt silmas pidades, et suhtluskanalid erinevad oma usaldusväarsuse ja autentsuse poolest. (Danaher & Rossiter, 2011, lk 9–11; Gerritsen & van Olderen, 2014, lk 82; Windahl *et al.*, 2009, lk 1–23)

Eelnevad veendumused, suhtumused, varasemad kogemused ja omandatud teadmised mõjutavad oluliselt, kuidas koheldakse, tõlgendatakse ja võetakse vastu sõnumeid. Eriti tundlikel, vastuolulistel või põhiväärtustega seotud teemadel võib sõnumi sisu leida raskusi kohalejõudmisel, eelkõige kui see on vastuolus inimese eksisteerivate uskumuste ja suhtumistega. Seetõttu tuleb pöörata erilist tähelepanu sõnumitele, mis on suunatud inimestele, kes on järjekindlalt vastu sõnumi sisule või suhtuvad sellesse kahtlevalt. Edukas kommunikatsioon muudab inimeste teadmisi, hoiakuid ning käitumist. Sihtrühma jaoks sobiva kanali valimine on kõige alus ning mõjutab kui palju vastukaja sõnumid tekitavad, näiteks kas need leiavad tee inimeste omavahelistesse vestlusesse või mitte. Positiivse kuvandi tekitamiseks on oluline mõelda sõnumi sisule ning kuidas läbi selle tekitada inimestes entusiasmi. Siiski ainult teadlikkuse tõstmisest ning positiivse kuvandi loomisest ei piisa, et inimeste käitumist muuta. Viimase saavutamiseks tuleb teatud tüüpi käitumist premeerida. (Gerritsen & van Olderen, 2014, lk 84–85; Henley *et al.*, 2007, lk 18–19)

Kokkuvõtlikult on kommunikatsiooni üks peamisi funktsioone info edastamine, kuid muutuse loomiseks ainult sellest ei piisa. Spordisündmused aitavad propageerida ausa mängu põhimõtteid ning edendada teadmisi ja mõistmist spordietika olulisusest, kaasates läbi selge ja suunatud dialoogi nii osalejaid, pealtvaatajaid aga ka meediat.

## **2. SPORDIEETIKA PÕHIMÕTETE KOMMUNIKEERIMINE EESTIS TOIMUVATE SPORDISÜNDMUSTE KORRALDAJATE POOLT**

### **2.1. Spordieetika käsitlemine Eesti spordiregulatsioonides**

Eestis hakati spordieetika teemaga süsteemselt tegelema aastal 2019, kui Eesti Olümpiakomitee (EOK) poolt asutati Eesti Antidopingu ja Spordieetika sihtasutus (EADSE). Organisatsioon ennetab spordieetika väljakutseid läbi koolitamise. Enne EADSE loomist keskenduti spordieetikaga seotud tegevustes peamiselt dopinguvastastele meetmetele – testimisele, ennetustööle ning siseriiklikule- ja rahvusvahelisele koostööle. MTÜ Eesti Antidopingu Keskus tegeles riiklikul tasemel antidopinguga seonduvaga alates 1997 ning EADSE eelkäijaks oli 2007. aastal asutatud sihtasutus Eesti Antidoping, mis liideti EADSEga 2021. aastal. Peale dopinguvastasele ennetustööle lisandusid EADSE tegevusvaldkondade hulka:

- spordivõistlustega manipuleerimise ennetamine;
- diskrimineerimise, väärkohtlemise, ahistamise jm ennetamine spordis;
- spordivõistlustel osalejate turvalisuse tagamine;
- muude spordis esinevate spordi ausust ohustavate probleemide lahendamine.  
(EADSE, *s.a.*)

Spordikorraldus ja -eetika on oluline alus spordivaldkonnas, millele on Eestis pööratud tähelepanu mitmete regulatiivsete dokumentide näol, mis määratlevad spordisündmuste korraldamise põhimõtteid ning spordis osalejate ja spordiorganisatsioonide eetilisi nõudeid. Eestis on neid reguleerivaid dokumente palju, millest peamiselt on spordiseadus, Eesti spordipoliitika põhialused aastani 2030 ja hea juhtimise tava spordiorganisatsioonides (täielik loetelu on toodud lisas 1). Spordiseadus sätestab nõuded dopinguvastaste reeglite järgimiseks ning spordivõistlustega manipuleerimise vastase

riikliku kontaktpunkti korralduseks; lisaks reguleerib spordi korraldamist, sportlaste õigusi ja rahastamist (Spordiseadus, 2005). Eesti spordipoliitika põhialused aastani 2030 sätestab põhimõtted, mis on aluseks kõikide spordivaldkonna arengudokumentide koostamiseks (Riigikogu, 2015). Hea juhtimise tava spordiorganisatsioonides mängib olulist rolli spordiorganisatsioonide käitumise reguleerimisel, kuna see tagab läbipaistvuse, demokraatliku juhtimise ning teenuste kvaliteedi. Tava eesmärk seisneb usaldusväärsete, avatud ning jätkusuutlike spordiorganisatsioonide arendamises. (EOK, 2017) Need kehtestatud dokumendid aitavad tagada läbipaistvust, ausust ja õiglust spordisektoris ning propageerida ausat mängu ja eetilist spordiliikumist. Kuna sport on piirideülene, siis on nende dokumentide väljatöötamisel lähtutud rahvusvahelistest regulatsioonidest ja juhistest, mis on eelnevalt välja toodud alapeatükis 1.1.

Uuringule taustainformatsiooni saamiseks viidi läbi ekspertintervjuu EADSE juhatuse liikme Henn Vallimäega, mille küsimused on välja toodud lisas 2. Intervjuust ilmses, et EADSE on korraldanud regulaarseid kohtumisi suuremate (sh riskirikamate) spordialaliitudega aastatel 2020 ja 2022 ning on rõhutanud vajadust lisada spordialaliitude võistlusjuhenditesse ja/või litsentsitingimustesse kohustus järgida ausa mängu ja spordieetika reegleid, sealhulgas dopingukontrollile allumine ja kokkuleppemängude ennetamise reeglite järgimine. Kuigi täpset statistikat pole, on hinnanguliselt üle 50% spordialaliitudest seda soovitus mingil määral järginud. (Vallimäe, e-kiri, 13.03.2024)

Uuritavate spordisündmuste juhendite analüüsist selgus, et võistlusjuhendid lähenevad spordieetikale pigem üldvaates ning suunavad järgima võistlus- ning kohaliku ja/või rahvusvahelise spordialaliidu reegleid. Enamus sündmustel peetakse lugu dopinguvabast ja ausast spordist, ohutusest ning keskkonnahoiust. Selleks, et tagada õiglus ning võrdsed võimalused rakendatakse võistlustel klassifitseerimist ning pakutakse võimalust esitada protest võistlustulemuste või reeglite rikkumiste kohta. Ei tolereerita ebasportlikku käitumist ning reeglite rikkujaid ähvardab võistluselt eemaldamine. Eraldi tähelepanu all oli osalejate piisav tervislik seisund võistlemiseks, samas ka hädasolevatest võistluskaaslastest teavitamine. Kohati leidis infot liikumisrõõmust ning naudingust, mida sport pakub, kuid sündmuste võistlusjuhendid ei sisaldanud näiteks spordivõistlustega manipuleerimise või väärkohtlemise ennetamist.

Vallimäe hinnangul on märkimisväärselt kasvanud risk, et spordis rikutakse kokkulepitud reegleid, sealhulgas kasutatakse dopingut ning „spordieetika võtmeteemadeks pole mitte ainult dopinguga seotud küsimused, vaid ka kokkuleppemängud ning seoses üle maailma levinud „*me too*“<sup>1</sup> liikumisega ka võitlus väärkohtlemisega.“ Uueks ja omaette teemaks on viimastel aastatel tõusnud transsooliste ja soovahetajate osalemine spordis, eelkõige naiste spordis. Rahvusvaheline Olümpiakomitee on jätnud selle küsimuse rahvusvaheliste spordialaliitude otsustada, kus inimõiguste ja enamusõiguste tasakaalu leidmine on väljakutse. Rahvusvaheline jalgrattaliit, ujumisliit ja kergejõustikuliit on kehtestanud tingimused ja normid, mida tuleb järgida ent lõplikku selgust inimõiguste riive osas veel pole, sest kohtuprotsessid on käimas. (Vallimäe, e-kiri, 12.–13.03.2024)

Lisaks vajab Eesti sport spordiüleseid eetikareegleid, et tõhusamalt tuvastada ja reageerida eetikarikkumistele – eesmärk, mis Vallimäe sõnul võiks realiseeruda 2024. a. maikuuks. Erinevalt ametlikest võistlusmäärustest, kus ebaetilise käitumise ja selle sanktsioonide reeglid on juba kehtestatud, on ausa mängu ja spordieetika põhimõtete kommunikeerimine spordisündmustel pigem erandlik. See võib olla tingitud asjaolust, et spordieetika rikkumised lahendatakse sageli otsustuskorras võistluste korraldaja või spordialaliidu poolt. Kusjuures otsuste erapooletus ja vastavus õiglustundele ei pruugi sel juhul olla alati tagatud. Isiklikult toetab Vallimäe ideed selgemast, sihitumast ja intensiivsemast spordieetika ja ausa mängu põhimõtete ning soovitude edastamisest ja positiivsete näidete esiletoomisest spordisündmustel. Mõistlik on välja töötada ühtsed juhised selle tegevuse tõhusaks rakendamiseks tulevikus. (Vallimäe, e-kiri, 12.–13.03.2024)

EADSE loomise ja tegevusvaldkondade laienemisega pööratakse Eesti spordis ning ühiskonnas laiemalt järjest enam tähelepanu kõigile spordieetika elementidele. Spordieetika tähtsus on eriti oluline spordisündmuste kontekstis, kus aus mäng ja eetiline käitumine on normiks ka harrastussportlastele, kes ei kuulu spordiühingutesse. Selles valguses on oluline teada saada kuidas tagatakse spordieetika kommunikeerimine spordisündmustel, tuues ühtlasi esile selle parimad praktikad.

---

<sup>1</sup> "Me too" liikumine on sotsiaalne liikumine, mis algatas arutelu seksuaalse ahistamise, väärkohtlemise ja vägivalla üle. See kutsus esile oma kogemuste jagamise nende teemade kohta sotsiaalmeedias ja mujal, aidates kaasa teadlikkuse tõstmisele ning nende probleemide vastu võitlemisele.

## 2.2. Uuringu kirjeldus

Ebapiisava infrastruktuuri ning sobivate spordirajatiste puudumise tõttu ei korraldata Eestis mega-sündmuseid (Martinson, 2024). Siiski korraldatakse ühekordseid ning ühe või mitme spordialaga rahvusvahelisi karika- ja tiitlivõistlusi nii täiskasvanutele kui noortele. Ühtlasi toimuvad Eestis pidevalt rahvaspordisündmused, mis toovad kokku nii tipp- kui ka harrastussportlased Eestist ja välismaalt, millest mõnede osalejate arvu mõõdetakse tuhandetes, kui mitte kümnetes tuhandetes (Klubi Tartu Maraton, 2022; Piirsalu, 2018).

Lõputöö eesmärgi saavutamiseks viidi läbi uuring Eesti rahvusvaheliste spordisündmuste korraldajate seas, et selgitada välja, kuidas kommunikatsioon toetab spordieetika põhimõtete järgimist spordisündmustel. Uuring oli kvalitatiivne, sest sooviti tagada parem arusaamine uuritavate reaalse olukorra olemusest. Antud uurimisviis aitas mõista uuritavate mõtteid ja kogemusi, mis muidu oleksid jäänud varjatuks (Õunapuu, 2014, lk 62). Selleks kasutati andmete kogumise meetodina poolstruktureeritud intervjuud, mis võimaldas tagada vastajate anonüümsust, samas oma mõtteid, kogemusi ja seisukohti vabalt väljendada. Poolstruktureeritud individuaalintervjuu kasutamine andis uurijale võimaluse küsida täpsustavaid küsimusi ning vajadusel muuta küsimuste järjekorda või neid ära jätta. Intervjuud viidi läbi oma ala ekspertidega, toetudes intervjuukavale (vt lisa 3), milles olevad avatud küsimused baseerusid teooriale töö esimesest peatükist ning ühtlasi aitasid täita lõputöö eesmärgi. (Lagerspetz, 2017, lk 128–129)

Eestis toimuvatest spordisündmustest laiemat ülevaate saamiseks ning lõputöö teema spetsiifikast lähtudes moodustasid valimi rahvusvaheliste sündmuste korraldajad nii sise- kui välispordi ning nii tali- kui ka suvespordialadelt. Tegemist on sihipärase valimiga, mis võimaldas uuringusse selekteerida populatsiooni tüüpilisemad esindajad (Õunapuu, 2014, lk 143). Arvestades asjaolu, et rahvaspordisündmustel ei pruugi spordieetikat puudutav info alati osalejateni jõuda, kuna paljud neist registreerivad oma osavõtu viimasel hetkel (Allika, 2013), valis töö autor tasakaaluks uuringusse ka rahvusvaheliste karika- ja tiitlivõistluste korraldajad, sest antud sündmustel võiks spordieetikal olla suurem tähtsus ja tähendus.

Kultuuriministeeriumist saadud info kohaselt sõltub rahvusvaheliste spordisündmuste korraldajate arv aastast, kuid Eestis on see hinnanguliselt 40–60 ning 2024. aastal toetatakse riigieelarvest kultuuriministeeriumile spordi toetamiseks eraldatud vahenditest 41 rahvusvahelise spordisündmuse korraldamist (J. Koort, e-kiri, 12.04.2024). Antud uurimuse valimisse kuulus kaheksa spordisündmuse korraldajat.

Uuringu kavandamisel lähtuti teadmisest, et antud teemat pole Eestis varem uuritud ning seetõttu võib olla vajalik uurimisstrateegiat täpsustada. Enne intervjuude läbiviimist teostas töö autor prooviintervjuu EADSE töötajaga, kellel on kogemused nii spordivõistlustel osalemise, korraldamise kui ka eetilise spordi edendamisega. Prooviintervjuu eesmärgiks oli kontrollida küsimuste arusaadavust ning kas uurimisküsimusele leitakse vastus ettevalmistatud intervjuukavale tuginedes. Selle intervjuu käigus saadud andmeid töös ei kasutatud, küll aga vajas prooviintervjuu tulemusena täpsustamist teemasse sissejuhatav küsimus.

Uuring viidi läbi perioodil 12.02–20.04.2024, täpne ajakava on toodud järgnevas tabelis 1. Selleks, et mõista ning pöörata tähelepanu sellele, mida spordisündmuste korraldajad peavad oluliseks, valmis eeltööna dokumendianalüüs spordieetikat reguleerivatest dokumentidest (sh võistlusjuhenditest) Eestis, mille abil oli hiljem võimalik teha järeldusi tegelikkuse kohta (Lagerspetz, 2017, lk 165–166).

**Tabel 1.** Uuringu ajakava

Ülesanne	Aeg
Intervjuukava koostamine	12–14.02.2024
Dokumendianalüüs	05.03–17.03.2024
Intervjuu EADSE juhiga	08.03, 12–13.03.2024
Prooviintervjuu EADSE töötajaga	14.03.2024
Üleskutse spordisündmuste korraldajatele	18.03.2024
Intervjuud spordisündmuste korraldajatega	19.03–25.03.2024
Tulemuste analüüs	29.03–20.04.2024

Järgnevalt saadeti valitud korraldajatele e-kirjaga uuringut tutvustav üleskutse. Järelepärimised viidi läbi telefoni teel nende korraldajate puhul, kes e-kirjale ei reageerinud. Intervjuu aeg ja koht lepidi kokku vastavalt korraldajate eelistustele,

kasutades e-kirja või telefoni. Uuringu valimisse sattunud kaheksast spordisündmuste korraldajast kuus osalesid uuringus. Enamus neist olid spordisündmuste peakorraldajad ning üks vastutas turunduse eest. Valdavalt toimusid intervjuud Microsoft Teamsi platvormi vahendusel, üks vestlus toimus telefoni teel. Kusjuures intervjuu küsimused küsis ette vaid üks osaleja ning tema vastustes peegeldus ka suurem teadlikkus teemast.

Avaküsimusega küsiti uuritavatelt konkreetsel spordialal sündmuste korraldamise kohta ning teema juhatati sisse kirjeldades selle olulisust ning aktuaalsust, samas toodi välja lõputöö eesmärk. Intervjuud kestsid keskmiselt 40 minutit, millest kõige lühem oli 22 minutit ning pikim 70 minutit. Intervjuude ajal tegi uurija endale märkmeid, mille toel täpsustavaid küsimusi esitada.

Kõik osalejad andsid nõusoleku intervjuu salvestamiseks. See võimaldas hiljem intervjuu transkribeerida, kasutades selleks esmalt Microsoft Wordi rakendust Dictate, kuid pärast transkriptsioonide parandamisele kulunud aja hindamist otsustati edaspidi kasutada Tekstiks.ee vabavara (Olev & Alumäe, 2022), mille kõnetuvastus oli palju täpsem ning parandustele kulus oluliselt vähem aega.

Arvestades uuritava teema delikaatsust ning uuringus osalejate ausate ja avatud vastuste olulisust, oli kogutud andmete konfidentsiaalsus ja osalejate anonüümsus kõrge prioriteet. Osalejate identiteet hoitakse konfidentsiaalsena ning uuringu tulemuste osas viidatakse neile läbi koodide V1–V6. Kogutud andmeid kasutatakse üksnes käesoleva uuringu eesmärgil, selleks hoiti andmeid turvaliselt krüpteeritud andmekandjal ning hävitati peale lõputöö kaitsmist 03.06.2024. Kõik tulemused esitatakse anonüümselt, ilma viiteta üksikisikutele või nende isiklikule taustale.

Andmete analüüsimisel tugineti varasemale asjakohasele kirjandusele ning kasutati kvalitatiivset sisuanalüüsi. Juhtumiülesel analüüsil vaadeldi kogutud andmeid teemadeplokide ning intervjuu küsimuste lõikes, pöörates tähelepanu tekstilõikudele ning lausetele. See võimaldas avastada andmetes varjatud mustrid ja seosed ning pöörata tähelepanu detailidele, mis olid uuritava teema mõistmisel olulised. Selline lähenemine võimaldas uurijal avastada ka neid käsitusi, mis esialgu kõrvale jäid. (Lagerspetz, 2017, lk 181–182; Õunapuu, 2014, lk 182–184)

Selleks, et kirjeldada tegelikkust ning tõlgendada tulemusi antakse uuringu kontekstis huvipakkuvamatest andmetest ülevaade analüüsi käigus. Kvalitatiivses uurimistöös võimaldab sisuanalüüs teha täpseid ja usaldusväärseid järeldusi (Õunapuu, 2014, lk 160), selleks töödeldi kogutud andmeid korduval lugemisel, otsides intervjuu tekstist ühiseid ning vastandeid ja ühtlasi hinnati kogutud empiiriliste andmete haakuvust teooriaga.

### **2.3. Uuringu tulemused**

Järgnevalt analüüsitakse spordisündmuste korraldajate intervjuu tulemusi. Enamus uuringus osalejaid hindasid Eesti spordisündmustel toimuvat pigem positiivselt, tõsiseid probleeme liikumisharrastuse ja harrastusspordi sündmustel pole ning suures plaanis spordieetika põhimõtteid järgitakse (V1–V4, V6). Samas toodi välja, et nii tipp- kui harrastusspordis petturlusega siiski tegeletakse (V4), k.a viimaste lõpetajate seas (V5), kuid olukord on varasemast tunduvalt parem (V1, V3) ning peamiselt jäävad rikkumised 10–15 aasta tagusesse perioodi (V1, V6). Leiti, et suuremad spordisündmused, kuuludes spordialaliitude liikmeskonda, on rohkem reguleeritud ning (miinimum) nõuded on seetõttu täidetud (V2, V6). „Üldiselt on eestlased ja Eesti üritustel käijad ikkagi sellise päris kõrge moraaltunnetusega.“ (V4)

Püüdes välja selgitada, mida tähendab spordisündmuste korraldajate jaoks spordieetika ning aus mäng, lähtuti ennekõike võistleja perspektiivist (V2–V6), kuid toodi välja ka korraldaja kohustusi (V2–V4, V6). Esimeste puhul peeti oluliseks nii kirjutatud (V2, V4–V6), kuid ka kirjutamata reeglitest (V2, V5, V6) kinnipidamist. Samas toodi välja et reeglid on järgimiseks kõigile (V2) ning spordisündmuste läbiviimisel kehtib ka n-ö korralduseetika (V3, V4, V6), mille alla kuulub näiteks finants- ning keskkonnaeetika, jätkusuutlik majandamine ning kaasav suhtumine, kus kedagi ei diskrimineerita (V6).

Korraldajate sõnul eeldab võrdsetel alustel toimuvast spordisündmusest osavõtt teistega arvestamist, ausa mängu põhimõtete järgimist (V3), loomulikult teel saavutuste poole püüdemist (V4) ning lugupidavat suhtumist eelkõige kaasvõistlejatesse (V4–V6), aga ka korraldajatesse (V5). Kuigi spordieetika üks põhimõtte eeldab võrdseid võimalusi kõigile osalejatele (V3), siis viimastel aastatel, lähtuvalt Ukraina sõjast, Venemaa sportlasi Eestis võistleva ei lasta ning kuni valitsustasandini välja agressorriigiga koostööd ei tehta (V6).

Samuti leidsid intervjueeritavad, et spordieetika üks sünonüüm on aus mäng (V2) ning ausa mängu reeglite järgimine on liikumise ja spordi üks põhiväärtustest (V4). Eetika küsimused lähtuvadki üldiselt moraalist, ehk kas ühiskonnas ning spordis kokkulepitud ja aktsepteeritud normide järgi tegutsetakse või mitte (V4–V6). Samas tõdeti, et ei teata, kust algab spordieetika ja kus lõppeb (V1), kuna eetika on paljuski (sisemise) tunde küsimus (V6) ning niivõrd lai teema, et üheselt defineerida on keeruline (V2, V6).

Enamus spordisündmuste korraldajaid kinnitavad koostööd antidopingu organisatsioonidega (V1–V3, V6), siiski toodi välja et pisteliste kontrollide tõttu, ei teata kui levinud tegelikult keelatud ainete kasutamine harrastussportlaste seas on (V4). Paljude liikumisharrastuse sündmusteni dopingukontroll tegelikult ei jõuagi (V3, V4), sest puuduvad teadmised, võistlustase (V5) või vajadus (V1).

Ma arvan, et neid harrastajaid, kes tarbivad mingeid dopinguaineid, neid on väga palju. /.../ Ma ei tea, neid ei testita tõenäoliselt. Mul endal kunagi üks tuttav ütles, et ta on nagu iseenda katsejänes, et katsetab mingeid aineid piiri peal, et vaatab kas tervis ütleb üles või mitte. Minu arust on see väga julm, aga tehakse. /.../ tegelikult on ju üle Eesti, on täis väikseid võistluseid, kus ju keegi ei kontrolli mitte midagi. (V5)

Olgugi et osa korraldajatest leiab, et keelatud ainetega nende korraldatavatel sündmustel muret ei ole (V1, V6), levib kuuldus, et harrastussportlaste seas võivad sooritust tõstvad ained olla päevakorral (V3, V4). Seetõttu kannavad harrastusspordi ja liikumisharrastuse sündmused mainekahju, isegi kui dopinguga kasutamisele viitavad tõestusmaterjalid laialdaselt puuduvad (V3). Samas kui keegi peakski dopinguga vahele jääma, siis selles ei nähta probleemi, vaid hea töö tulemust (V2). Tänapäeva spordisündmustel mängib suurt rolli ka tehniline kontroll (V3, V6), sest ollakse teadlikud n-õ mehhaanilisest dopingust või keelatud meetodite kasutamisest (V3, V4), ka siis kui seda ei tehta tahtlikult (V6) või nende korraldatavaid sündmusi see ei kimbuta (V4).

Võimalike pettustena mainiti ka raja lõikamist (V1–V3, V5) või osavõttu vale stardinumbri alt (V4, V5). Säärast hoolimatut suhtumist teistesse rajal viibijatesse peetakse kaasvõistlejate suhtes ebaõiglaseks (V3, V5), eriti kui meesterahvas püüab võõra stardinumbri saada tulemust kirja naiste klassis (V5). Õnneks leidub peale kohtunike

ka tähelepanu juhtivaid osalejaid, kes toovad esile võimalikud rikkumised, millest tulenevalt saab korraldaja tärganud kahtlustusi kontrollida (V1). Samas tõdeti, et paljud pisipettused tulevad välja juhuslikult (V5).

Võistlusklassid ning stardikoridorid on loodud, et pakkuda võimalusi erineva sportliku võimekusega osalejatele tagamaks võrdne konkurents ning turvalisus (V1). Kui kiiremad ja tugevamad stardivad koos, aitab see ennetada kukkumisi, ent siiski leidub inimesi, kes tasemest hoolimata, kibelevad eespool startima (V1) või lausa pressivad ennast valesse stardigruppi (V4). Lisaks tuleb arvestada, et korraldaja ei vastuta ainult võistlejate, vaid ka pealtvaatajate turvalisuse eest ning selleks on kasutusele võetud kõik võimalikud meetmed (V6).

Intervjuude käigus rõhutasid korraldajad oma pühendumust keskkonnahoiule (V1, V6), kus näiteks võistluse ajal võivad osalejad prügi maha visata ainult selleks tähistatud alal ning patustajaid võib oodata karistus (V1, V4). Korraldajad on pidanud aru andma ka auhinnafondide teemal (V1, V4) ning võrdse kohtlemise tagamiseks on loodud auhinnafond, mis nii meestel kui naistel on esikolmiku seas võrdne (V1).

Oleneb küll olukorrast, kuid kui keegi eksib, siis enamjaolt ei poolda korraldajad avalikku häbiposti panemist (V1, V3, V5). Samas tipp sportlaste puhul reeglitest üleastumist ning ausa mängu reeglite rikkumisi ei aktsepteerita, sest vastupidiselt harrastusportlastele kehtib esimestele kõrgem standard, kuna neid peetakse eeskujuks (V6). Mõnikord on ebaeetiline käitumine tingitud sportlikust ebaõnnest, siis vaadatakse menetluse käigus, kuidas võrdsus taastada, kuid „tipud ikkagi proovivad niimoodi, et parim võidaks ja selliseid musti mängu on pigem vähem“ (V6).

Väärkohtlemise temaatikaga spordisündmuste korraldajad pigem kokku pole puutunud (V3), kui siis mõni liiga agar lapsevanem läheb ergutamisega liiale (V1, V3), aga kõik on püsinud sündsuse piirides (V3) ning kui ei ole, siis juhitakse sellele ka lapsevanema tähelepanu (V1). Ette pole tulnud ka olukordi kus kedagi diskrimineeritakse, sest eesmärgiks on hoopis midagi muud – eneseületus. Siinjuures tuleb mainida, et kuigi väärkohtlemist ning ahistamist ei osatud väga antud spordisündmuste konteksti panna, siis probleemi välistada ei saa ning tähelepanekute ja ettepanekute osas ollakse avatud. (V3)

Üldjoontes mõõndi, et läbi ajaloo on kokkupuuteid erinevate ebaeetiliste situatsioonidega ning seda laadi käitumine on tavapärane kõikide võistluste raames, selleks ongi loodud võistlusmäärused (V2). Kui ühel juhul võib reeglitest üleastumine päädida noomitusega (V4, V5), siis teisel juhul suure trahvi, võistluselt eemaldamise ning lõppkokkuvõttes ka kogukonnast väljaarvamise (V6). Sanktsioneerimine olenebki rikkumisest (V2, V6) ning loomulikult on ka muid lähenemisi (V4, V6), arvestada tuleb, et kõik rikkumised pole alati sihilikud või pahatahtlikud ning seetõttu ei rakendata alati kõige karmimaid karistusi (V5, V6).

Suuremas või väiksemas mastaabis kommunikatsiooniga tegelevad kõik spordisündmuste korraldajad, osad saavad hakkama oma jõududega (V2–V6), teised ostavad teenust sisse (V1), kuid eraldi spordieetikaga tegelevat inimest reeglina ei ole (V2, V3, V5, V6). Selleks pole ressursse (V1–V5) ega vajadust (V3, V6) ning kuna teisi infokilde on veel, siis tuleb leida tasakaal, et mitte osalejaid infoga üle koormata (V2, V4, V5) ega jätta neile muljet, nagu korraldaja eeldaks osalejatest halvimat (V5). Ühtlasi, kui rääkida tippspordisündmustest, siis reeglina tegeleb spordieetika teemade kommunikatsiooniga rahvusvaheline või kohalik spordialaliit ning sündmuse promootor (V6). Mitmed korraldajad tõid välja, et kommunikatsioon on nende jaoks oluline (V1, V4), seetõttu on osad korraldajad välja töötanud kommunikatsiooniplaani (V2, V3). Siiski leiti, et alati saab paremini teha, eriti mis puudutab noortele ning harrastussportlastele suunatud teavitustööd (V2).

Peamiseks viisiks, kuidas spordisündmuste korraldajad suunavad võistlejaid ausa mängu ja spordieetika põhimõtteid järgima, on võistlusjuhend (V1, V2, V4, V6), mille tavapäraselt leiab sündmuse kodulehelt (V1). Lisaks võistlusjuhenditele saadavad osad korraldajad enne sündmust ka (personaalse) osaleja meelespea (V2–V4), sest kui läheneda isiklikult, läheb see osalejatele korda ning mõju on teine (V5). Samuti püütakse meelsust ning hoiakuid kujundada läbi erinevate kirjutiste, kajastuste, mõjuisikute (V3) ning päevajuhtide (V4). Tänapäeval kasutataksegi turundus- ja kommunikatsioonitegevuses sõnumite võimendamiseks eeskujusid ning suunamudijaid, nende valikul on oluline, et väärtused korraldusmeeskonnaga ühtiksid (V3). Samamoodi toob päevajuht spordisündmusel esile olulisi märksõnu regulatsioonidest ning rõhutab pidevalt, mis nii korraldaja kui ka osaleja vaates võiksid olulised olla (V4). Muuhulgas

suunatakse osalejaid edasi spordialaliidu kodulehele lisainfo saamiseks (V2) ning vahendatakse spordialaliidu liikmetena rahvusvahelise spordialaliidu suuniseid ning võistlusreegleid (V1, V2, V6), läbi mille suunatakse ka harrastussportlasi eetilisel käituma (V2).

Kommunikeerida saab otseste või kaudsete sõnumite teel. Spordieetika sõnumites rõhutatakse peamiselt reeglite järgimise olulisust, kuna seda peetakse prioriteediks. Näiteks on osaleja meelespeas viited n-ö mängureeglitele (V2, V3). Sõnumid mida laialdaselt rõhutatakse on „antidopingu reeglid, ausa mängu põhimõtted, võistlusmäärustest kinnipidamine, kaasvõistlejate suhtes lugupidav käitumine ja ka kaasvõistlejate aitamine rajal /.../.“ (V2). Teisalt kajastatakse otsestes sõnumites peamiselt reeglite või regulatsioonide muudatusi, sest see huvitab osavõtjaid kõige rohkem (V1).

Soovitud käitumist ning hoiakuid saab kujundada ka läbi varjatud sõnumite. Näiteks lähtutakse kommunikatsioonitegevustes korraldusmeeskonnas kokkulepitud meelsuse kujundamise printsiipidest, kus olulist rolli mängib sõbraliku ja üksteisest toetava meeleolu hoidmine ja kasvatamine. Alati ei pea sõna-sõnalt kõike välja ütleva, kui suurt probleemi ei ole, siis aitab ka spordieetika mõtet edasi kandes vaikne ja varjatud mõjutamine. (V3)

Kui spordivõistlustel tunnustatakse reeglina neid, keda saadab sportlik edu ning korraldajad leiavad, et tunnustamisel üldiselt on positiivne mõju, siis eetilise käitumise tunnustamisele reageerib enamus korraldajaid vastavalt tekkinud situatsioonidele (V1–V4, V6). Info, mis korraldajateni jõuab puudutab peamiselt neid, kes on võistluskaaslaseid aidanud seoses tehniliste või tervislike muredega, osad korraldajad töid välja lausa elupäästvad juhtumid. Sellistel juhtudel peab korraldaja samuti mõtlema eetikale ning sellele, kuidas pakkuda meditsiinilist abi nii, et säiliks hädasolija privaatsus ja väärikus (V4).

Selleks, et spordieetika kommunikatsioon toimiks peab kogu meeskond olema kursis regulatsioonidega (V2) ning korraldajate sisemine kompass haakuma spordieetika väärtustega (V3). Lisaks tuleb arvestada, et info on ajas muutuv ning sõnumeid tuleb pidevalt täiendada ning muuta (V2). Reeglite koostamisel lähtutakse tavapäraselt

rahvusvahelise alaliidu regulatsioonidest (V1, V2), kuid seejuures on oluline, et need oleksid kõigile osavõtjatele kätte- ning arusaadavad. „Need juhendmaterjalid on meie veebis nii-öelda osavõtjale suupäraseks ja nähtavaks tehtud, et seal oleks natuke vähem võib olla seda kantseliiti ja võib olla natuke selliselt, inimlikult lahti seletatud.“ (V2) Teine korraldaja lisab, et kõik tekstid peaksid lähenema üldvaates, sest inimese tähelepanu on info ülekülluses piiratud ning selle nimel tuleb konkureerida (V4).

Paraku ütlevad korraldajad, et isegi kui nende poolt on kõik tehtud ning juhendmaterjalides edastatav informatsioon ausa mängu reeglite ja diskvalifitseerimise ehk üritusest kõrvalejätmise kohta on edasi antud (V2, V4), siis ei saa kuidagi kontrollida, kas neid juhiseid ka läbi loetakse (V2). Pigem otsib iga osaleja endale vajaliku info sealt üles (V4), kui sedagi. „Inimesed on üldiselt väga viletsad juhendi lugejad. Ma olen enam kui kindel, et päriselt loevad seda juhendit võibolla 10%, võib olla seegi on palju pakutud.“ (V1)

Traditsioonilist meediat kasutatakse nende kulukuse tõttu järjest vähem (V3), kui üldsegi. Seetõttu töid kõik korraldajad peamiste kommunikatsioonikanalitena välja kodulehe ning sotsiaalmeedia (V1–V5) ja olenevalt korraldajast kasutatakse info edastamiseks veel uudiskirju ning osaleja meelespead. Sotsiaalmeediast peetakse olulisemaks Facebooki, aga ka seda toetavat Instagrami, kuid TikToki profiile korraldajatel loodud pole. Kui üks korraldaja valib kommunikatsioonikanalid lihtsuse ja mugavuse järgi (V5), siis enamus korraldajaid valivad teadlikult, lähtuvalt tarbijast (V1–V4).

Eks me peame muidugi vaatama ju seda ka milline on meie nii-öelda klientuur või vanuserühm ja kus kohast nendele meeldib informatsiooni saada. Eks selle järgi me käitume. Täna Facebook ikkagi veel kannab kõiki vanuserühmasid. Noh Instagram ilmselt nüüd toetab seda. (V1)

Ühe kommunikatsiooni tööriistana nimetati tagasiside ankeedi kasutamist, mille vastuseid tõlgendades ilmnes samuti, et antud sündmusel peetakse Facebooki kõige olulisemaks info saamise kanaliks. Korraldaja tõi selle põhjenduseks osalejate keskmise vanuse, mis oli 35 aastat või vanem. (V4) Samas kõikidel osalejatel ei pruugi olla ligipääsu sotsiaalmeediale ning ka uudiskirjad võivad kohati jääda lugemata, sellepärast

dubleeritakse nende kanalite sisu sündmuse kodulehele, et oluline info oleks kättesaadav ega jääks märkamata (V1, V5).

Jälgides, mis kanal mõjub, toovad korraldajad esile uudiskirja (V1, V3, V4). Antud kanali puhul jälgitakse avamisprotsente ning teemasid, mis lugejaid kõige rohkem kõnetab. Rahulolevalt võrreldakse oma uudiskirjade tõhusust turukaaslastega, kuna näitajad on oluliselt üle keskmise (V4), samasugune võimekus on märgatav Facebooki platvormil (V3). Täiendavalt ollakse teadlikud, et raha eest on võimalik erinevatel platvormidel oma sõnumeid võimendada ning seeläbi jälgida nende levimust (V1). Samas nentis üks korraldaja, et kuivõrd ta postituste levimust vahetevahel vaatab, pole selle jälgimine omaette eesmärk (V5).

Kuigi võistluste eesmärk on justkui välja selgitada parimad, siis spordisündmuste korraldajad osutasid intervjuudes meelsuse muutumisele ühiskonnas, enam ei soovita võistelda ning peamiseks on saanud osavõtt, seltskond ning eneseületus (V1, V3, V4), sellele keskenduvad korraldajad ka oma sõnumites. „/.../ mentaliteet, et spordivõistlus ikkagi peab ka olema sõna otseses mõttes spordivõistlus või isegi võitlus ja ainult võit maksab, et seda, nagu kuvandit oleme me küll siin suutnud ühiselt teiste turul tegutsejatega murda /.../.“ (V3) Eesmärk on kaasata inimesi, kes varem pole harrastusspordisündmustest osa võtnud (V4). Niisiis on korraldaja ülesanne pakkuda valikut ning osaleja valib endale sobiva spordiala ja jõukohase distantsi (V1, V4), kusjuures enne starti tulekut on soovituslik lasta oma tervislikku seisundit kontrollida ning arvestada ka kaasvõistlejatega ehk haigena mitte starti tulla (V2, V4).

Oma intervjuus tõi korraldaja välja puuduliku seadusandluse, mis puudutab liikumisharrastuse sündmuste korraldamise spetsiifikat. Spordiseaduses mõeldakse spordisündmuste all võistkondlikke spordialasid ning eelkõige jalgpallivõistluste korraldamist, kuid liikumisharrastuse sündmuste vaatenurk puudub ning korraldajad toimetavad justkui väljaspool seadust. Samas nõuab politsei sündmuse korraldamiseks kooskõlastust, viidates seaduseparagrahvidele, mis ei kajasta liikumisharrastuse sündmuste eripära. (V3)

Samuti markeeriti, et uute regulatsioonide loomel ootavad spordisündmuste korraldajad dialoogi ning suuremat selgitustööd. Regulatsioonide väljatöötamine peaks nende arvates

olema koostööprotsess, kus tegevust juhitakse mitte üksnes käskude ja nõudmiste vaid pakutavate lahenduste teel. Seda siis mitte ainult spordieetika mõistes vaid ka eurodirektiivide näol, mis puudutavad näiteks rohelist mõtteviisi ning säästva arengu põhimõtteid. (V2, V4)

Kuigi mõned korraldajad tõdesid, et nende korraldatud sündmuste raames spordieetika kommunikatsiooniga väga ei tegeleta (V1, V5), toodi esile, et soov asju paremini teha on olemas ning igasugused ettepanekud on teretulnud (V1–V3). Siiski leiti, et näiteks harrastussportlastele suunatud puhta spordi kommunikatsioon peaks tulema teiselt tasemelt kui korraldaja ning selleks võiks olla kas riik või alaliit (V5).

## **2.4. Järeldused ja ettepanekud**

Lõputöö eesmärgiks oli esitada Eestis toimuvate rahvusvaheliste spordisündmuste korraldajatele soovitusi spordieetika põhimõtete kommuniqueerimise parendamiseks. Töö autor koostas ettepanekud tuginedes teooriale ja uuringu tulemustele. Lõputöö eesmärgi täitmiseks on alljärgnevalt esitatud nii järeldused kui autoripoolsed soovitusel.

Spordieetika lähtub ausa mängu, austuse, võrdsete võimaluste, õigluse ja üldise eetilise käitumise põhimõtetest (Eassom, 1998, lk 60; Gardiner *et al.*, 2016, lk 7; Loland, 1998, lk 83; Serrano-Durá *et al.*, 2021, lk 650) ning sarnastele järeldustele jõudsid enamus spordisündmuste korraldajad. Siiski leidis korraldajaid, kelle jaoks spordieetika sõnadesse panemine oli väljakutse. Niisiis teadlikkus korraldajate seas varieerub ning see võib olla tingitud teadmiste puudumisest, ebakindlusest või teema keerukusest. Seetõttu soovitab töö autor EADSE kodulehel oleva spordieetika teabe täiustamist, et pakkuda spordisündmuste korraldajatele ja teistele huvitatud osapooltele kergelt kättesaadavat ja senisest selgemat ja praktilisemat teavet spordieetika põhimõttest. Lisades EADSE kodulehele juhised ja parimad tavad, mida spordisündmuste korraldajad rakendada saaksid. Ühtlasi on spordisündmuste korraldajatel võimalik osaleda EADSE spordieetika teemalistel koolitustel või läbida sportlastele, treeneritele ja nende tugipersonalile väljatöötatud e-koolitusi antidopingust, sporditurvalisusest või kokkuleppemängude ennetamisest. EADSEl tasub kaaluda ka eraldi spordisündmuste korraldajatele suunatud, kord aastas toimuva, spordisündmuse eetikaga seotud koolituse välja töötamist.

Spordieetikat reguleerivad põhimõtted ja raamistikud, mille eesmärk on edendada eetilist käitumist spordivaldkonnas ning tagada spordi ausus ja puutumatus (Harvey & McNamee, 2020, lk 2). Nii nagu on soovitanud Euroopa Nõukogu (2010) on ka spordisündmuste korraldajad avaldanud juhised eetilise ja ebaetilise käitumise eristamiseks võistlusjuhendite näol. Samas käsitlevad need juhendid spordieetikat üldvaates ja viitavad kohaliku või rahvusvahelise spordialaliidu reeglitele, oodates, et harrastussportlased otsivad ise täiendavat infot, mistõttu ei saa eeldada, et nad kõikide reeglite ja spordieetika põhimõtetega kursis oleksid. Tegemist on ühesuunalise kommunikatsiooniga (Windahl *et al.*, 2009, lk 12–14) ning puudub info, kas ning mil määral nende juhendite ja reeglitega tutvutakse. Probleemi lahendamist hõlbustab osalejate tagasisideküsitluse läbiviimine, mis võimaldab kommunikatsiooni mõju hinnata ning vajadusel oma tegevust korrigeerida (Rutherford Silvers & O'Toole, 2021, lk 15; Windahl *et al.*, 2009, lk 23). Seetõttu tuleb uurida, kas osalejad tutvusid võistlusjuhendi ja -reeglitega ning kas spordieetika sõnumid jõudsid nendeni.

Siiski on informatsiooni ja kommunikatsiooni ülekülluse tingimustes sihtrühmadeni jõudmine keeruline, mistõttu on ka osad korraldajad lähenenud sündmusel osalejatele läbi personaalsete sõnumite, mille tähtsust on esile toonud ka Gerritsen & van Olderen (2014, lk 74). Spordieetika info edastamisel ja kanalite valikul tuleb teha teadlikke otsuseid, nagu üldise kommunikatsiooni korraldamisel juba tehakse. Seetõttu eeldab edukas kommunikatsioon, et kanaleid valitakse sihtrühmast, mitte isiklikest eelistustest või mugavusest lähtuvalt (Danaher & Rossiter, 2011, lk 9–11; Gerritsen & van Olderen, 2014, lk 84–85). Eelnevast tulenevalt soovitab autor ennekõike uurida, milliseid kanaleid eelistavad spordisündmustel osalejad. Kuna võistlusjuhendite aga ka personaalsete sõnumite loetavust ei saa hinnata, siis tuleb spordieetika põhimõtete kommunikeerimise tulemuslikkuse hindamiseks kasutada lisaks viise ja kanaleid, mis võimaldavad jälgitavust. Korraldajate seas on sotsiaalmeedia ning uudiskirjade rakendamine populaarne, nende läbi juba hinnatakse sõnumite levikut ning avamisprotsente. Kasutades samasid kanaleid olulisemate spordieetika sõnumite levitamiseks on võimalik teha järeldusi, mis spordieetika teemad vajavad suuremat tähelepanu, sh päevajuhi poolt spordisündmusel.

Nii nagu spordisündmuste korraldajad teevad koostööd antidopingu organisatsioonidega ning testivad võistlusel osalejaid keelatud ainete kasutamise väljaselgitamise eesmärgil,

saab teha koostööd ka ennetustöö raames, sest ainult informeerimisest ei piisa. Sündmustel on võime inimese tulevast käitumist, väärtusi ja hoiakuid mõjutada ning selleks on vaja nendega suhelda (Getz, 2008, lk 414; Windahl *et al.*, 2009, lk 12–14), mistõttu soovitab töö autor kutsuda spordisündmusele ausa mängu ning spordieetika põhimõtteid levitama lisaks ka EADSE. Harrastussportlaste seas, on teadlikkus spordis keelatud ainetest ja meetoditest puudulik (van der Sloot *et al.*, 2020, lk 42), mistõttu on rahvatervise huvides oluline välja tuua potentsiaalsed terviseriskid ning spordis kokkulepitud reeglite rikkumise tagajärjed, mis võivad lisaks eelmainitule kaasa tuua olulise mainekahju ning stigmatiseerimise (Henning & Dimeo, 2018, lk 130–134). Selleks, et toetada spordieetika põhimõtete levikut, on EADSEl otstarbekohane kaasajastada harrastussportlastele suunatud e-õppekeskkond. Alternatiivina saavad huvilised tasuta läbida ülalmainitud e-koolitusi ning nende jagamine spordisündmuste kanalites on üks võimalus teadlikkuse tõstmiseks spordieetikast.

Sündmuse korraldamisel tuleb muu hulgas arvestada selle uudisväärtusega, mis võimaldab saada meediakajastust ja edastada olulisi sõnumeid. Massimeedia levitab sõnumeid, kuid arvamused võimendavad neid sotsiaalmeedias. (Gerritsen & van Olderen, 2014, lk 87–88; Hunt & Gruszczynski, 2024, lk 247–249; Windahl *et al.*, 2009, lk 72) Kuigi mingil määral püütakse spordisündmustel läbi erivate kirjutiste ja kajastuste, sh varjatud sõnumite ja mõjuisikute, soovitud meelsust ning hoiakuid kujundada, siis suures osas pole spordieetika põhimõtete võimendamine leidnud rakendust. Selleks, et viia spordieetika sõnumeid laiema publikuni soovitab töö autor kaasata nii meediat kui ka mõjuisikuid spordiala seest ja väljast. Samas ei tasuks ära unustada ka spordisündmustel osalejaid, sest tänapäeva jagamisühiskonnas tuleb olla loov ning leida mängulisemaid lahendusi sihtrühmade kaasamiseks. Spordieetika sõnumite levikul võimaldab ühisloome rakendamine spordisündmustel osalejatel aktiivselt kaasa lüüa ning rääkida oma lugu (Hover *et al.*, 2014, lk 176–181), kuidas nemad spordieetika põhimõtteid järgivad. Säärase kampaania loomisel soovitab töö autor kasutada samuti mõjuisikuid, kes aitaksid muutusi ellu kutsuda.

Kui praegu reageerivad sündmuste korraldajad suures osas vastavalt situatsioonile ning tihtipeale info ei jõuagi korraldajateni kui keegi on spordieetika mõistes silmapaistvalt käitunud, siis soovitab töö autor sportlike saavutuste tunnustamise kõrvale luua

regulaarse süsteemi eetilise käitumise tunnustamiseks. Selleks, et eetilist käitumist esile kutsuda, tuleb seda premeerida (Gerritsen & van Olderen, 2014, lk 84–85), ka spordisündmuste korraldajad leidsid, et tunnustus on positiivse mõjuga. Eelnevalt kommuniqueeritud süsteem, kus märgatakse ja teavitatakse, aitab võistluskaaslaste tunnustamise kõrval ka teadlikkust tõsta ning juhtida tähelepanu solidaarsusele (Council of Europe, 2010; Euroopa Nõukogu Ministrite Komitee, 1992).

Soov asju paremini teha on spordisündmuste korraldajate seas olemas. Nähakse, et harrastussportlastele suunatud kommunikatsiooni spordieetika põhimõtete järgimise toetamiseks saab paremini teha. Ühtlasi ootavadki spordisündmuste korraldajad koostööd, sest nagu uuringust selgus, on korraldusmeeskonna ressursid piiratud. Järelkult sõltub spordieetika kommuniqueerimine korraldusmeeskonna võimalustest ning seetõttu peamiselt piirduaksegi nende poolt vaid ausa spordi info vahendamisega. Antud olukorras on EADSEI mõistlik organiseerida ümarlaud spordisündmuste korraldajatega, selgitamaks koos välja kitsaskohad ning võimalikud lahendused, arvestades seejuures korraldusmeeskondade eripärasid. Spordiorganisatsioonid ja spordiga seotud organisatsioonid vastutavad ausa mängu põhimõtete täitmiseks soodsa keskkonna kujundamise eest (Euroopa Nõukogu Ministrite Komitee, 1992), mistõttu esialgselt ümarlauast võib välja kujuneda töörühm, mis panustab järjepidevalt harrastusspordi-, aga ka tippspordisündmustest osavõtjate eetilise käitumise tagamisele. Soovitus, mis toetab ka Vallimäe (e-kiri, 13.03.2024) ideed selgemast, sihitumast ja intensiivsemast spordieetika ja ausa mängu põhimõtete edastamisest spordisündmusel, mistõttu on mõistlik välja töötada ühtsed soovitusel. Töö autor soovib töörühma kaasata ka Tervise Arengu Instituudi, mis tegeleb samuti tervise edendamise ja ennetusega.

Lõpetuseks võib öelda, et spordieetika põhimõtete kommuniqueerimisele pööravad korraldajad tähelepanu vastavalt oma võimalustele. Kasutatavate kanalite ning sõnumite mitmekesisus ongi põhiliselt tingitud just ressurssidest. Eelnevast tulenevalt panustavad korraldajad peamiselt ühesuunalisse kommunikatsiooni, edastatakse ja vahendatakse ausa ning eetilise spordi infot, kuid sellega üksi inimeste suhtumist ei muuda. Seetõttu on oluline mõista, kuidas spordieetika sõnumid tegelikult jõuavad sihtrühmani ning mida saab veel teha, et innustada kõiki spordisündmustel osalejaid järgima kokkulepitud ausa mängu reegleid.

## KOKKUVÕTE

Spordieetika käsitleb spordis kokkulepitud käitumisnorme, kus oluliseks on nii kirjutatud kui ka kirjutamata ausa mängu reeglite järgimine – need on ühtlasi aluseks eetilisele käitumisele, sh spordisündmustel. Selleks, et korraldada õiglaseid ning võrdseid võimalusi pakkuvaid spordisündmuseid peavad ka spordisündmuste korraldajad olema kursis enamlevinud spordieetika väljakutsetega, sest ebaetiliste juhtumite esinemine spordis on järjekestev. Eelnevast tulenevalt nõuab spordisündmuste kontekstis olulisema sõnadesse ja sõnumitesse panemine ning efektiivne kommunikeerimine eraldi tähelepanu. Eduka kommunikatsiooni võtmeks on eesmärgipärane sõnumi edastamine sobivas kanalis ning sihtrühma vajaduste arvestamine. Kvaliteetsel kommunikatsioonil mõjutab sõnum inimeste teadmisi, hoiakuid ja käitumist ning aitab luua positiivset spordikeskkonda ning innustada soovitud käitumist.

Töö eesmärgi täitmiseks valmis kvalitatiivne uuring. Uuring viidi läbi perioodil 12.02–20.04.2024 ning selle raames sooviti paremini aru saada uuritavate reaalse olukorra olemusest ning mõista nende mõtteid ja kogemusi. Selleks viidi läbi poolstruktureeritud individuaalintervjuud kuue spordisündmuse korraldajaga. Arvestades käsitletava teema delikaatsust ning uuringus osalejate ausate vastuste olulisust, oli kogutud andmete konfidentsiaalsus ja osalejate anonüümsus kõrge prioriteet. Andmete analüüsimisel tugineti varasemale asjakohasele kirjandusele ning kasutati kvalitatiivset sisuanalüüsi.

Uuringu tulemusel tõid korraldajad esile erinevaid spordieetikaga seotud väljakutseid. Mõõndi, et nii tipp- kui harrastusspordisündmustel spordieetika rikkumiste ilminguid esineb, kuid olukord on varasemast tunduvalt parem ning seetõttu hindasid enamus korraldajaid Eesti spordisündmustel toimuvat pigem positiivselt. Kuigi kommunikatsioon mängib spordisündmuste aususel ja edukusel märkimisväärset rolli, siis eraldi spordieetika kommunikeerimine sõltub korraldusmeeskonna võimalustest. Peamiselt ressursipuudusest tingituna eraldi spordieetika kommunikatsiooniga tegelevat inimest

korraldusmeeskondades ei ole. Ühtlasi tuleb leida tasakaal kogu sündmuse info ning spordieetika sõnumite kommunikeerimisel, sest olulist ning osalejaid huvitavat infot on palju. Samas nenditi, et noortele ning harrastussportlastele suunatud spordieetika teavitustööd saaks ning võiks paremini teha.

Uuringust selgus, et spordieetika põhimõtete kommunikatsioonis kasutatakse sündmuse kodulehel olevat võistlusjuhendit, uudiskirju, sotsiaalmeediat, personaalset osaleja meelespead ning päevajuhti sündmuse ajal. Samuti püütakse meelsust kujundada läbi mõjuisikute ja erinevate kirjutiste ja kajastuste, kusjuures spordieetikaga seotud sõnumid esitatakse lihtsas ning arusaadavas võtmes, samas mõnikord isegi varjatud sõnumite teel. Kohati vahendatakse ka rahvusvahelise või kohaliku spordialaliidu suuniseid.

Kuigi suures plaanis reegleid ja põhimõtteid järgitakse on teadlikkus lubatust ja lubamatust harrastajate seas erinev ning pigem isegi vähene. Lisaks selgus, et osalejate teadlikkust kuidagi ei kontrollita. Üldiselt ei poolda spordisündmuste korraldajad reegli rikkujate avalikku hukkamõistu ning pigem on levinud heauskne käitumine, kus kergemad eksimused harrastussportlastele andestatakse. Samas tippportlaste mõõdupuu on oluliselt kõrgem, olles avaliku tähelepanu all ja eeskujuks kõigile. Uuringust selgus, et spordisündmuste korraldajad soovivad kaasata inimesi, kes varem pole liikumisharrastuse sündmustest osa võtnud. Erinevalt tippportlastest ei ole harrastussportlaste eesmärk tihtipeale seotud kõrgete kohtade saavutamisega, pigem on selleks tervise edendamine, osavõtt, seltskond ja eneseületus. Eelnevast tulenevalt ei saa harrastussportlastest eeldada, et nad kõikide reeglite ja spordieetika põhimõtetega põhjalikult kursis oleksid. Seetõttu tuleb luua senisest tõhusamad teavitamis- ja juhendamissüsteemid nii spordisündmuste korraldajate kui ka EADSE poolt. Tagamaks spordieetika põhimõtete teadlikkus ja nende järgimine kõigi seas, sest spordieetika oluline kriteerium on, et eetilised põhimõtted kehtivad igal sporditegevuse tasandil.

Selleks, et spordisündmuste korraldajad saaksid oma mõjusfääris spordieetika põhimõtete teadlikkust suurendada, soovitab töö autor korraldajatel hinnata oma tegevuse efektiivsust ja mõju läbi tagasiside kogumise. Nii saab uurida ka seda, milliseid kanaleid eelistavad sündmustel osalejad, sest valides kanalid sihtrühmast lähtuvalt on võimalik teha efektiivsemat ennetustööd. Sealjuures soovitab töö autor spordieetika sõnumeid levitada kanalites, mis võimaldavad hinnata sõnumite levikut. Samas selleks, et inimeste käitumist

ning hoiakuid muuta on vaja peale informeerimise inimestega otse suhelda ja sündmused pakuvad nendega kohtumiseks ideaalset keskkonda. Kutsudes spordisündmustele ausa mängu ning spordieetika põhimõtteid levitama EADSE, on võimalik täita ühiseid eesmärgi ning suurendada spordieetika teadlikkuse taset ning selle põhimõtete järgimist ka harrastussportlaste seas. Täiendavalt saab teadlikkust suurendada jagades EADSE spordieetika e-koolituste võimalusi spordisündmuste kanalites. Kuna suures osas pole spordieetika põhimõtete võimendamine spordisündmustel rakendust leidnud, siis soovib töö autor korraldada kampaaniaid osalejate kaasamiseks läbi ühisloome. Nii on igal osalejal võimalus jagada oma lugu, kuidas nad spordisündmustel eetilist käituvad. Sellise käitumise esilekutsumiseks soovib töö autor eetilist käitumist spordisündmustel premeerida. Lõpetuseks tasuks EADSEl kokku kutsuda ümarlaud spordisündmuste korraldajatega, et töötada välja ühtsed soovitusel spordieetika paremaks kommunikeerimiseks.

Eelnevast tulenevalt sai uurimisküsimus vastuse ning töö eesmärk täidetud. Ühtlasi kuna Eesti on väike ja olulisemate spordisündmuste korraldajatega sai ühendust võetud, siis uurimistulemusi võib laiendada kõigile spordisündmuste korraldajatele Eestis. Arvestades korraldatavate spordisündmuste suurust, arvu ja turgu, oli antud valimi suurus ja uuringus osalejate arv piisav. Uuringus osalejad olid lõputöö teemast huvitatud ning seetõttu võiks see töö huvi pakkuda kõigile spordisündmuste korraldajatele, aga ka EADSEle, kui valdkonda reguleerivale organisatsioonile Eestis, pakkudes ideid, kuidas spordisündmustel spordieetika kommunikatsiooni parendada.

Töö teema on oluline ja tulemustest lähtuvalt on võimalik antud uuringut aja möödudes korrata, nii saaks jälgida, kas soovitusi on arvesse võetud. Kuna tegelikult ei teata, kas spordieetika sõnumid jõuavad sihtrühmani, siis tasuks kaasata uuringusse ka spordisündmustel osalejad, saamaks teada kas, kuidas ning mil määral spordieetika sõnumid nendeni jõuavad. Võttes seejuures arvesse ka erinevaid suhtluskeeli. Ühtlasi on võimalik edaspidi uurimisteemat kitsendada, keskendudes konkreetse spordiala spordisündmustele või spordieetika konkreetsele valdkonnale. Samas tasuks uurida ka spordisündmuste eetilist korraldamist, täpsemalt finantsetikat, keskkonnaeetikat, sündmuste maaletoomist või jätkusuutlikku korraldamist.

## VIIDATUD ALLIKAD

- Allika, A. (2013, 2. september). *Tallinna maratoni ootab tänavu osalejate rekord*. Ajaleht Pealinn. <https://pealinn.ee/2013/09/02/tallinna-maratoni-ootab-tanavu-osalejate-rekord/>
- Andreff, W. (2019). *An Economic roadmap to the dark side of sport. Volume II: Corruption in sport*. Palgrave Pivot. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-28479-4>
- Calvó-Armengol, A., de Martí, J., & Prat, A. (2015). Communication and influence. *Theoretical Economics* 10(2), 649–690. <https://doi.org/10.3982/TE1468>
- Camporesi, S. (2017). An alternative solution to lifting the ban on doping: breaking the payoff matrix of professional sport by shifting liability away from athletes. *Sport, Ethics and Philosophy* 11(1), 109–118. <https://doi.org/10.1080/17511321.2017.1281345>
- Carpenter, K. (2012). Match-Fixing—The Biggest Threat to Sport in the 21st Century? *International Sports Law Review* 2(1), 13–24. <http://www.responsiblegambling.eu/wp-content/uploads/2016/06/Match-Fixing%E2%80%94The-Biggest-Threat-to-Sport-in-the-21st-Century.pdf>
- Cashmore, E. (2010). *Making sense of sports*. Routledge.
- Casini, L. (2021). Ethics in international sporting institutions. In M. Varaki, & G. V. Vilaça, *Ethical leadership in international organizations: concepts, narratives, judgment, and assessment* (pp. 160–175). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108641715.006>
- Cleret, L., McNamee, M., & Page, S. (2015). ‘Sports integrity’ needs sports ethics (and sports philosophers and sports ethicists too). *Sport, Ethics and Philosophy* 9(1), 1–5. <http://dx.doi.org/10.1080/17511321.2015.1049015>
- Council of Europe. (2010, June 16). *Recommendation CM/Rec(2010)9 of the Committee of Ministers to member states on the revised Code of Sports Ethics*. <https://rm.coe.int/09000016805cecaa>

- Council of Europe. (n.d.). *The European Sports Charter*.  
<https://www.coe.int/en/web/sport/european-sports-charter>
- Danaher, P., & Rossiter, J. (2011). Comparing perceptions of marketing communication channels. *European Journal of Marketing* 45(1/2), 6–42.  
<https://doi.org/10.1108/03090561111095586>
- de Hon, O., Kuipers, H., & van Bottenburg, M. (2014). Prevalence of doping use in elite sports: A review of numbers and methods. *Sports Med* 45, 57–69.  
<https://doi.org/10.1007/s40279-014-0247-x>
- Durkin Badurina, J., Perić, M., & Vitezić, V. (2021). Potential for the regeneration of rural areas. *Managing Sport and Leisure* 26(5), 377–394.  
<https://doi.org/10.1080/23750472.2020.1829990>
- Dwyer, L., & Fredline, L. (2008). Special sport events - part II. *Journal of Sport Management* 22(5), 495-500. <https://doi.org/10.1123/jsm.22.5.495>
- EADSE. (2019). *EADSE põhikiri*. [https://eadse.ee/wp-content/uploads/2021/10/EADSE\\_pohikiri\\_06.09.2019.pdf](https://eadse.ee/wp-content/uploads/2021/10/EADSE_pohikiri_06.09.2019.pdf)
- EADSE. (2021). *Eesti dopinguvastased reeglid*. <https://eadse.ee/wp-content/uploads/2021/12/EDR-2021.pdf>
- EADSE. (s.a.). *Organisatsioon*. <https://eadse.ee/organisatsioon/>
- Eassom, S. (1998). Games, rules, and contracts. In M. McNamee, & J. Parry, *Ethics & sport* (pp. 57-78). Routledge.
- Eesti Keele Instituut. (s.a.). Sõnaveeb.  
<https://sonaveeb.ee/search/unif/dlall/dsall/kommunikatsioon/1>
- Eesti Konjunkturiinstituut. (2018). *Tallinna Maratoni majandusliku mõju hinnang*. Tallinn: Eesti Konjunkturiinstituut.
- Eesti Spordi Harta*. (2023). <https://eadse.ee/spordieetika-ja-aus-mang/eesti-spordi-harta/>
- EOK. (2001). *EOK põhikiri*.  
<https://media.voog.com/0000/0041/2571/files/EOK%20P%C3%95HIKIRI%20%C3%95IGE.pdf>
- EOK. (2017). *Hea juhtimise tava saamislugu*. <https://www.eok.ee/organisatsioon/hea-juhtimistava/saamislugu>
- EOK. (s.a.). *Eesti Spordi Kongress*. <https://www.eok.ee/organisatsioon/eesti-spordi-kongress>

- EPAS. (2011). Defence and promotion of ethics in sport. In D. Bodin, & G. Sempé, *Ethics and sport in Europe* (pp. 97–103). Council of Europe Publishing.
- Euroopa Nõukogu Ministrite Komitee. (1992, 15. mai). *Euroopa spordieetika koodeks*. <https://www.eok.ee/organisatsioon/spordiregulatsioonid/euroopa-spordieetika-koodeks>
- Evens, T., Iosifidis, P., & Smith, P. (2013). The social and cultural value of sport. In T. Evens, P. Iosifidis, & P. Smith, *The political economy of television sports rights* (pp. 51–67). Palgrave Macmillan. [https://doi.org/10.1057/9781137360342\\_4](https://doi.org/10.1057/9781137360342_4)
- Gardiner, S., Parry, J., & Robinson, S. (2016). Integrity and the corruption debate in sport: Where is the integrity? *European Sport Management Quarterly* 17(1), 6–23. <https://doi.org/10.1080/16184742.2016.1259246>
- Gerritsen, D., & van Olderen, R. (2014). Events and marketing communication. In D. Gerritsen, & R. van Olderen, *Events as a strategic marketing tool* (pp. 73–95). CABI.
- Getz, D. (2008). Event tourism: definition, evolution, and research. *Tourism Management* 29(3), 403–428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>
- Getz, D., Svensson, B., Peterssen, R., & Gunnervall, A. (2012). Hallmark events: definition and planning process. *International Journal of Event Management Research* 7(1/2), 47–67. <https://core.ac.uk/download/pdf/43344354.pdf>
- Gibson, H. (1998). Sport tourism: A critical analysis of research. *Sport Management Review* 1(1), 45–76. [https://doi.org/10.1016/S1441-3523\(98\)70099-3](https://doi.org/10.1016/S1441-3523(98)70099-3)
- Gijsenberg, M. (2014). Going for gold: Investigating the (non)sense of increased advertising. *International Journal of Research in Marketing* 31(1), 2–15. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2013.09.004>
- Gleaves, J., & Lehrbach, T. (2016). Beyond fairness: The ethics of inclusion for transgender and intersex athletes. *Journal of the Philosophy of Sport* 43(2), 311–326. <https://doi.org/10.1080/00948705.2016.1157485>
- Greenman, J. (2008). On communication. *Michigan Law Review* 106(7), 1337–1378. [https://heinonline.org/hol-cgi-bin/get\\_pdf.cgi?handle=hein.journals/mlr106&section=61](https://heinonline.org/hol-cgi-bin/get_pdf.cgi?handle=hein.journals/mlr106&section=61)

- Harvey, A., & McNamee, M. (2020). Sport integrity: Ethics, policy and practice: An introduction. In A. Harvey, & M. McNamee, *Sport integrity: Ethics, policy and practice* (pp. 1–7). Routledge.
- Heil, J. (2016). Sport advocacy: Challenge, controversy, ethics, and action. *Sport, Exercise, and Performance Psychology* 5(4), 281–295. <https://doi.org/10.1037/spy0000078>
- Henley, N., Donovan, R., & Francas, M. (2007). Developing and implementing communication messages. In L. Doll, S. Bonzo, D. Sleet, & J. Mercy, *Handbook on injury and violence prevention intervention* (pp. 433–447). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-0-387-29457-5\\_24](https://doi.org/10.1007/978-0-387-29457-5_24)
- Henning, A. D., & Dimeo, P. (2015). Questions of fairness and anti-doping in US cycling: The contrasting experiences of professionals and amateurs. *Drugs: Education, Prevention and Policy* 22(5), 400–409. <https://doi.org/10.3109/09687637.2015.1029872>
- Henning, A. D., & Dimeo, P. (2018). The new front in the war on doping: Amateur athletes. *International Journal of Drug Policy* 51, 128–136. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2017.05.036>
- Herstein, R., & Berger, R. (2013). Much more than sports: Sports events as stimuli for city re-branding. *Journal of Business Strategy* 34(2), 38–44. <https://doi.org/10.1108/02756661311310440>
- Hover, M., Gerritsen, D., & van Olderen, R. (2014). The translation of strategy into concept. In D. Gerritsen, & R. van Olderen, *Events as a strategic marketing tool* (pp. 157-183). CABI.
- Hums, M., Barr, C., & Gullion, L. (1999). The ethical issues confronting managers in the sport industry. *Journal of Business Ethics* 20, 51–66. <https://doi.org/10.1023/A:1005951720456>
- Hunt, K., & Gruszczynski, M. (2024). “Horizontal” two-step flow: The role of opinion leaders in directing attention to social movements in decentralized information environments. *Mass Communication and Society* 27(2), 230–253. <https://doi.org/10.1080/15205436.2023.2167663>

- Hunt, T., Dimeo, P., & Jedlicka, S. (2012). The historical roots of today's problems: A critical appraisal of the international anti-doping movement. *Performance Enhancement & Health* 1(2), 55–60. <https://doi.org/10.1016/j.peh.2012.05.001>
- Jones, C., & McNamee, M. (2000). Moral reasoning, moral action, and the moral atmosphere of sport. *Sport, Education and Society* 5(2), 131–146. <https://doi.org/10.1080/713696034>
- Kaplanidoua, K., Kerwin, S., & Karadakis, K. (2013). Understanding sport event success: Exploring perceptions of sport. *Journal of Sport & Tourism* 18(3), 137–159. <https://doi.org/10.1080/14775085.2013.861358>
- Kavussanu, M. (2008). Moral behaviour in sport: A critical review of the literature. *International Review of Sport and Exercise Psychology* 1(2), 124–138. <https://doi.org/10.1080/17509840802277417>
- Kihl, L., Skinner, J., & Engelberg, T. (2017). Corruption in sport: understanding the complexity of corruption. *European Sport Management Quarterly* 17(1), 1–5. <https://doi.org/10.1080/16184742.2016.1257553>
- Klubi Tartu Maraton. (2022, 31. oktoober). *Tartu Maratoni spordiüritused koguvad populaarsust – osalejaid pea 30 000*. <https://tartumaraton.ee/et/tartu-maratoni-spordiuritud-koguvad-populaarsust-osalejaid-pea-30-000>
- Kulczycki, W., & Koenigstorfer, J. (2016). Why sponsors should worry about corruption as a mega sport event syndrome. *European Sport Management Quarterly* 16(5), 545–574. <https://doi.org/10.1080/16184742.2016.1188839>
- Lagerspetz, M. (2017). *Ühiskonna uurimise meetodid: sissejuhatus ja väljajuhatus*. Tallinna Ülikool.
- Loland, S. (1998). Fair play: Historical anachronism or topical ideal? In M. McNamee, & J. Parry, *Ethics & sport* (pp. 79–103). Routledge.
- Loland, S. (2002). *Fair play in sport*. Routledge.
- Loland, S. (2021). Classification in sport: A question of fairness. *European Journal of Sport Science* 21(11), 1477–1484. <https://doi.org/10.1080/17461391.2021.1923816>
- Martinson, J. (2024, 15. mai). Olümpiaujula, Tallinna laskesuusakeskus, velotrekk, jääspordihall, suusatunnel... Kümme spordirajatist, mida Eesti hädasti vajab. <https://sport.delfi.ee/artikkel/120277779/olumpiaujula-tallinna->

laskesuusakeskus-velotrekk-jaaspordihall-suusatunnel-kumme-spordirajatist-  
mida-eesti-hadasti-vajab

- Mortimer, H., Whitehead, J., Kavussanu, M., Gürpınar, B., & Ring, C. (2021). Values and clean sport. *Journal of Sport Sciences* 38(5), 533–541. <https://doi.org/10.1080/02640414.2020.1835221>
- Olev, A., & Alumäe, T. (2022). Estonian Speech Recognition and Transcription Editing Service. *Baltic J. Modern Computing* 10(3), 409–421. <https://doi.org/10.22364/bjmc.2022.10.3.14>
- Păunescu, M., Gageab, G., Păunescuc, C., & Pițigoic, G. (2013). The moral dimension of fair play in high-performance sport. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 92, 692–696. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.08.740>
- Perić, M., Vitezić, V., & Đurkin Badurina, J. (2019). Business models for active outdoor sport event tourism experiences. *Tourism Management Perspectives* 32, 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.100561>
- Piirsalu, M. (2018, 5. juuli). Millised rekordid on sündinud Tallinna maratonil? *Ajakiri Sport*. <https://ajakirisport.ee/2018/07/05/millised-rekordid-on-sundinud-tallinna-maratonil/>
- Raj, R., Walters, P., & Rashid, T. (2013). *Events management: Principles and practice* (2nd ed.). Sage Publications.
- Raj, R., Walters, P., & Rashid, T. (2017). *Events management: Principles and practice* (3rd ed.). Sage Publications.
- Rechner, P., & Smart, D. (2012). An examination of the effects of sport involvement on ethical judgements in sport and business. *Ethics & Behaviour* 22(2), 142–157. <https://doi.org/10.1080/10508422.2011.641825>
- Riigikogu. (2015). *Eesti spordipoliitika põhialused aastani 2030*. Riigi Teataja III, 20.02.2015, 2. <https://www.riigiteataja.ee/akt/320022015002>
- Rutherford Silvers, J., & O'Toole, W. (2021). *Risk management for events*. Routledge.
- Savulescu, J. (2016). Doping scandals, Rio and the future of human enhancement. *Bioethics* 30(5), 300–303. <https://doi.org/10.1111/bioe.12268>
- Serrano-Durá, J., Molina, P., & Martínez-Baena, A. (2021). Systematic review of research on fair play and sporting competition. *Sport, Education and Society* 26(6), 648–662. <https://doi.org/10.1080/13573322.2020.1786364>

- Solberg, H. A., Becker, D. M., Denstadli, J. M., Heldal, F., Knardal, P. S., & Thøring, T. A. (2022). Why are major sports events trapped in the winner's curse? A case study of the 2017 World Road Cycling Championship. *Sport, Business and Management* 12(4), 403–420. <https://doi.org/10.1108/SBM-12-2020-0132>
- Sorbonne, & ICSS. (2014). *Protecting the integrity of sport competition - the last bet for modern sport*. Sorbonne-ICSS Research Programme on Ethics and Sports Integrity. <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.1.2546.0325>
- Spordiseadus. (2005). *Riigi Teataja I* 2005, 22, 148; *Riigi Teataja I*, 28.02.2020, 3. <https://www.riigiteataja.ee/akt/890243?leiaKehtiv>
- Statistikaamet. (2020). *Statistikaamet*. Allikas: KUT021: Vähemalt 15-aastaste kultuurielus osalemine viimase 12 kuu jooksul | Näitaja, Elukoht / Isikute rühm, Aasta ning Kultuurielus osalemine. [https://andmed.stat.ee/et/stat/sotsiaalelu\\_\\_kultuur\\_\\_kultuurielus-osalemine/KUT021](https://andmed.stat.ee/et/stat/sotsiaalelu__kultuur__kultuurielus-osalemine/KUT021)
- Sukhdial, A., Aiken, D., & Kahle, L. (2002). Are you old school? A scale for measuring sports fans' old-school orientation. *Journal of Advertising Research* 42, 71–81. <http://dx.doi.org/10.2501/JAR-42-4-71-81>
- Tallinna linnavalitsus. (2023, 9. veebruar). *Liikumisaastal toimub Tallinnas ligi 100 kõrgetasemelist rahvusvahelist spordivõistlust*. <https://www.tallinn.ee/et/uudis/liikumisaastal-toimub-tallinnas-ligi-100-korgetasemelist-rahvusvahelist-spordivoistlust>
- Todd, L., Leask, A., & Ensor, J. (2017). Understanding primary stakeholders' multiple roles in hallmark event tourism management. *Tourism Management* 59, 494–509. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.09.010>
- Treenerite eetikakoodeks. (2019). <https://www.eok.ee/treenerid/treenerite-eetikakoodeks>
- United Nations Office on Drugs and Crime. (2021). *Global Report on Corruption in Sport*. United Nations. [https://www.unodc.org/documents/corruption/Publications/2022/Global\\_Report\\_on\\_Corruption\\_in\\_Sport\\_Full\\_report.pdf](https://www.unodc.org/documents/corruption/Publications/2022/Global_Report_on_Corruption_in_Sport_Full_report.pdf)
- van der Sloot, B., Paun, M., & Leenes, R. (2020). *Athletes' human rights and the fight against doping: A study of the European legal framework*. T.M.C. Asser Press The Hague. <https://doi.org/10.1007/978-94-6265-351-1>

- Veuthey, A. (2014). Match-fixing and governance in cricket and football: What is the fix? *The International Sports Law Journal* 14, 82–114. <https://doi.org/10.1007/s40318-014-0038-4>
- Windahl, S., Signitzer, B., & Olson, J. (2009). *Using communication theory: An introduction to planned communication*. Sage Publications.
- World Tourism Organization. (n.d.). Sports Tourism. <https://www.unwto.org/sport-tourism>
- Õunapuu, L. (2014). *Kvalitatiivne ja kvantitatiivne uurimisviis sotsiaalteadustes*. Tartu Ülikool.

## **Lisa 1. Spordikorraldust, sh spordieetikat reguleerivad dokumendid Eestis**

- Spordiseadus – sätestab nõuded dopinguvastaste reeglite järgimiseks ning spordivõistlustega manipuleerimise vastase riikliku kontaktpunkti korralduseks; lisaks reguleerib spordi korraldamist, sportlaste õigusi ja rahastamist (Spordiseadus, 2005).
- Eesti spordipoliitika põhialused aastani 2030 – sätestab põhimõtted, mis on aluseks kõikide spordivaldkonna arengudokumentide koostamiseks (Riigikogu, 2015).
- Eesti Spordi Harta (ESH) – koondab endas spordiliikumise põhimõtteid, väärtusi, eesmärgesid, korraldust ja arengut käsitlevaid kontseptsioone. See rõhutab, et sport peab olema väärtuspõhine ning tuginema jagatud arusaamadele, et täita avalikke huve. ESH eesmärk on olla alusdokumendiks spordi- ja kehakultuuri poliitikas, väljendades ühiseid arusaamu ja väärtusi ning juhindudes neist. (Eesti Spordi Harta, 2023)
- Hea juhtimise tava spordiorganisatsioonides – mängib olulist rolli spordiorganisatsioonide käitumise reguleerimisel, kuna see tagab läbipaistvuse, demokraatliku juhtimise ning teenuste kvaliteedi. Tava eesmärk seisneb usaldusväärsete, avatud ning jätkusuutlike spordiorganisatsioonide arendamises. (EOK, 2017)
- Treenerite eetikakoodeks – määrab kindlaks nõuded treenerite tööetikale ja käitumisele ning kehtib kõigile Eesti Vabariigi treeneritele sõltumata nende asukohast. Antud eetikakoodeks hõlmab treeneri eetikanõudeid igal oskuste ja pädevuste tasemel teiste isikute juhendamisel, nii liikumisharrastuses kui ka võistlusspordis ning selle eesmärk on juhendada spordis kehtivatest ausa mängu põhimõtetest. Eetikakoodeks on sihtasutus Kutsekoda poolt heaks kiidetud. (Treenerite eetikakoodeks, 2019)
- Eesti dopinguvastased reeglid – toetavad EADSE jõupingutusi dopingu kasutamise kaotamiseks Eesti spordis. Need esindavad üldsuse, spordiorganisatsioonide ja sportlaste üksmeelset seisukohta ausa spordi kaitsmisel ja tagamisel ning antud reeglite järgimine on spordis osalemise eeltingimus. Dopinguvastased reeglid on olulised, et kaitsta sportlaste õigust puhtale spordile ning edendada eetilist käitumist, õiglast konkurentsi ja spordi vaimu. Reeglid kehtivad EADSE-le, Eesti spordialaliitudele ja kõigile spordis osalejatele. (EADSE, 2021, lk 3–6)

## Lisa 1 järg

- Eesti Spordi Kongress – Eesti Olümpiakomitee poolt korraldatav suurkoosolek, millel on olnud märgatav roll Eesti spordiliikumise edendamisel. Kongressil osalevad EOK liikmed ehk spordialaliidud ja seotud organisatsioonid ning selle otsused on aluseks spordi arengule ja suundadele. (EOK, s.a.)
- Eesti Olümpiakomitee põhikiri – missiooni saavutamiseks ja põhikirjaliste eesmärkide täitmiseks tagab EOK Olümpiaharta järgimise Eestis, propageerib olümpismi, ausa mängu ja eetilise spordiliikumise põhimõtteid (EOK põhikiri, 2001).
- EADSE põhikiri – diskrimineerimisvaba, eetilise ja ausa spordikultuuri propageerimiseks Eestis teeb sihtasutus koostööd nii kodu- kui ka välismaiste spordiorganisatsioonide ning teiste sporditegevust edendavate organisatsioonidega (EADSE, 2019).
- EADSE juhendid ja juhised spordiorganisatsioonidele – aitavad tagada ausat mängu ja sporditurvalisust (H. Vallimäe, suuline vestlus, 08.03.2024).

## **Lisa 2. Eesti Antidopingu ja Spordieetika SA juhatuse liikme intervjuukava**

- Millised on spordieetika suundumused Eestis ja maailmas?
- Kuidas hindate spordieetika põhimõtete kommunikeerimist spordisündmuste korraldajate poolt Eestis?

### Lisa 3. Spordisündmuste korraldajate intervjuukava

Sissejuhatav küsimus:

- Milline olukord valitseb teie arvates Eesti spordisündmustel – kas spordieetikat ja reegliteid järgitakse?

Spordieetika küsimused:

- Mida teie jaoks tähendab spordieetika ja aus sport? (Casini, 2021, lk 164; Jones & McNamee, 2000, lk 135; Loland, 1998, lk 79–86; 2002, lk 12–14; 2021, lk 1477; Păunescu *et al.*, 2013, lk 692; Rechner & Smart, 2012; Sukhdial *et al.*, 2002)
- Millised spordieetika väljakutsed on teie poolt korraldatud sündmustel esinenud? (Hums *et al.*, 1999)

Sündmuskorralduse küsimused:

- Kuidas suunate sportlasi/osalejaid teie korraldatavatel spordisündmustel spordieetika ja ausa mängu põhimõtteid järgima? Milliseid viise selleks kasutate? (Council of Europe, 2010; Euroopa Nõukogu Ministrite Komitee, 1992; Gardiner *et al.*, 2016, lk 8; Getz, 2008, lk 414; Hums *et al.*, 1999)
- Palun tooge näiteid, kuidas teie korraldatavatel spordisündmustel tunnustatakse spordieetika ja ausa mängu põhimõtete järgimist? (Casini 2021; Council of Europe, 2010; Euroopa Nõukogu Ministrite Komitee, 1992; Kavussanu, 2008, lk 124; Păunescu *et al.*, 2013, lk 692; Rutherford Silvers & O'Toole, 2021, lk 12)

Kommunikatsiooni küsimused:

- Kuidas on teie organisatsioonis korraldatud spordieetika kommunikatsioon? Kes tegeleb ja kuidas? (Calvó-Armengol *et al.*, 2015, lk 649–650; Gerritsen & van Olderen, 2014, lk 73–74)
- Milline oli spordieetikaga seotud sõnumite sisu? (Gerritsen & van Olderen, 2014, lk 74; Henley *et al.*, 2007, lk 18–19)
- Kuidas valite kanalid spordieetikaga seotud sõnumite edastamiseks? (Calvó-Armengol *et al.*, 2015, lk 649–650; Danaher & Rossiter, 2011, lk 9–11; Gerritsen & van Olderen, 2014, lk 74)
- Mille järgi saate aru, kas vajalik spordieetikat puudutav info jõudis sihtrühmani? (Calvó-Armengol *et al.*, 2015, lk 649–650; Gerritsen & van Olderen, 2014, lk 73–74; Henley *et al.*, 2007, lk 18–19; Windahl *et al.*, 2009, lk 12)

### **Lisa 3 järg**

Lõpuküsimused:

- Mida sooviksite veel lisada või rõhutada, millest me vestluse käigus veel ei rääkinud?  
Teil on võimalus jagada täiendavat teavet või tuua esile olulisi punkte.
- Kas soovite minult midagi küsida?

## SUMMARY

### COMMUNICATING THE PRINCIPLES OF SPORTS ETHICS IN ORGANIZING SPORTING EVENTS: THE CASE OF ESTONIA

Kadri Liivsalu

The uncertainty of outcomes makes sports competitions attractive, as we never know what will happen or who will win. However, the overemphasis on winning has led participants to believe that the end justifies the means. The potential for financial gain, personal achievement, and increased fame pressures sports professionals to push the boundaries of fair play and ethical behavior, sometimes resulting in unethical and illegal actions. Corruption in sports is a global issue that continues to threaten the integrity of the sector, with match-fixing being particularly prominent in European countries. Additionally, studies indicate that 14–39% of elite athletes use doping, far exceeding the 1–2% who are caught. Scandals involving these issues damage sports' reputation and deter various supporters, including spectators and sponsors (Cashmore, 2010, p. 8; de Hon *et al.*, 2014, p. 67; Kihl *et al.*, 2017, p. 1; Kulczycki & Koenigstorfer, 2016; Rechner & Smart, 2012; Sorbonne & ICSS, 2014, p. 4–12; Sukhdial *et al.*, 2002).

In 2023, Tallinn hosted nearly 100 high-level international sports competitions (Tallinna linnavalitsus, 2023). Among these competitions are many events (e.g., Ironman, Tartu Marathon, and Tallinn Marathon) which attract recreational athletes from home and abroad. These sports events play a crucial role in promoting sports ethics, raising awareness, and fostering fair play values among youth and recreational athletes to prevent sports-related violations. While organizers are central to ensuring ethical conduct, the communication of sports ethics principles at these events has not been previously studied in Estonia. Therefore, this thesis investigates how communication supports the adherence to sports ethics principles in international sporting mega-events, focusing on organizers of such events in Estonia.

The aim of this thesis is to provide recommendations to sports event organizers for improving the communication of sports ethics principles at international sports events, based on theory and research findings. To achieve this aim, the following research question is posed: how do sports event organizers communicate the principles of sports ethics at international sporting mega-events held in Estonia?

Sports ethics encompasses the agreed-upon norms of conduct in sports, emphasizing adherence to both written and unwritten rules of fair play. These are foundational to ethical behavior at sports events. As unethical incidents continue to occur in sports, organizers must be aware of the main challenges in sports ethics to organize fair and equitable sports events. Consequently, the clear and effective communication of key messages within the context of sports events demands particular attention. Successful communication hinges on delivering purposeful messages through appropriate channels while considering the needs of the target audience. Quality communication influences people's knowledge, attitudes, and behavior, fostering a positive sports environment and encouraging desired conduct.

A qualitative study was conducted to fulfill the aim of this research. The study took place between February 12 and April 20, 2024. Semi-structured individual interviews were conducted with six sports event organizers, aiming to gain a better understanding of the actual situation of the subjects and comprehend their thoughts and experiences. Given the sensitivity of the topic and the importance of honest responses from participants, the confidentiality of collected data and the anonymity of participants were prioritized. The data analysis relied on relevant literature and utilized qualitative content analysis.

The study revealed several challenges in sports ethics, including ethics violations in both elite and amateur sports, although the situation in Estonia has improved. Effective communication of sports ethics is crucial but often hindered by limited resources and the need to balance various types of information. Awareness efforts for youth and amateur athletes require enhancement. Currently the sports ethics principles are communicated through multiple channels at events, such as websites, newsletters, social media, participant e-mails and on-site announcements. Efforts are also made to shape attitudes through influencers and various writings and coverages, with ethics messages being presented in simple, understandable terms, sometimes even through hidden messages.

Guidelines from international or local sports federations are occasionally conveyed. Despite broad rule adherence, recreational athletes' awareness of ethical conduct is generally low, and their awareness is not monitored. The study revealed that sports event organizers aim to engage individuals who have not previously participated in sports activities. Unlike elite athletes, amateurs often focus on health promotion, participation, social interaction, and personal achievement rather than high placements. Therefore, it cannot be expected that all recreational athletes are thoroughly familiar with all rules and principles of sports ethics.

To improve sports ethics awareness, organizers should assess the effectiveness of their communication strategies through feedback. Utilizing the preferred channels of participants can enhance message delivery. The author also suggests disseminating sports ethics messages through channels that allow for evaluating message reach. Direct engagement at events, involving bodies like the Estonian Center for Integrity in Sports (ESTCIS), and rewarding ethical behavior are recommended. Campaigns encouraging participants to share their ethical experiences and co-create content can further promote ethical conduct. Additionally, awareness can be raised by sharing ESTCIS' e-course on sports ethics through event channels. Finally, ESTCIS should convene a roundtable with event organizers to develop unified recommendations for better communication of sports ethics.

The study achieved its aim and provided insights applicable to all sports event organizers in Estonia. The topic is important, and the results indicate that the study could be repeated over time to monitor changes in sports ethics communication at events. Future research should include event participants to better understand the reach and impact of ethics messages and may focus on specific sports or aspects of sports ethics. Examining the ethical organization of sports events, including financial and environmental ethics, event bidding, and sustainable practices, would also be valuable.

## **Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks**

Mina, Kadri Liivsalu,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose „Spordieetika põhimõtete kommuniqueerimine spordisündmuste korraldamisel Eesti näitel“, mille juhendaja on Margrit Kärp, reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 4.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

*Kadri Liivsalu*

**17.05.2024**