

Advies: Mediabeleid

1. Inleiding: van reactief naar proactief?

We hebben een goede maar behoorlijk reactieve relatie met de media. Individuele zaken worden niet besproken, dat is alom bekend. Verder worden journalisten altijd snel en kundig bediend. Of het nu schriftelijk is, middels een telefoongesprek, afspraak op kantoor of in een live studiodesprek, de journalist krijgt antwoord. De contacten hebben voor het merendeel betrekking op het domein topsport.

Wanneer we menen dat zorgelijke ontwikkelingen of uitdagingen meer onder de aandacht dienen te komen, dan wordt er uit naam van de Dopingautoriteit een algemeen webbericht en/of persbericht verstuurd of wordt er een publicatie geschreven in een relevant vakblad. Eenieder die dat wil, kan deze informatie dan tot zich nemen. We stellen de informatie dan zoveel mogelijk in één keer beschikbaar voor de gehele doelgroep.

[...] Toch kan het ons helpen hier proactiever beleid op te voeren. Zeker nu dopinggebruik steeds meer normaliseert als een lifestyle, en de verwachting is dat dopinggebruik - door de toenemende druk om te presteren in de samenleving - in de toekomst zal toenemen ([zie het rapport *Sterk Spul*](#)). Doping is in toenemende mate een maatschappelijke kwestie, waarbij publieke discussie kan helpen de uitdagingen het hoofd te bieden. Het zorgt er ook voor dat we het werk en het nut van de Dopingautoriteit prominenter in beeld kunnen brengen bij het algemeen publiek en beleidmakers.

Enkele voorbeelden van zaken die wat ons betreft meer publieke aandacht verdienen zijn:

- de recente toename van overlijdens binnen het bodybuilden ([zie artikel *Eigen Kracht*](#));
- de verwerking van SARMS (nieuwe groep farmacologische stoffen) in dopingpreparaten en supplementen ([zie artikel *Tijdschrift voor Gezondheidswetenschappen*](#) en;
- de beroerde kwaliteit van anabolica ([zie artikel *Eigen Kracht*](#)).

2. Adviesvragen

Adviseert de Raad van Advies om proactiever met de media om te gaan, of om het huidige mediabeleid te handhaven? Wat zijn de overwegingen bij dit advies?

Hebben de leden van de Raad van Advies zelf ervaringen met betrekking tot het proactief benaderen van de media? Zo ja, wat zijn hieruit de leerpunten voor de Dopingautoriteit?

Als de Raad van Advies een proactiever mediabeleid adviseert, hoe kan de voorzitter dit dan het beste vormgeven?

Kan de Raad van Advies de voorzitter verder van advies dienen over dit vraagstuk?