
ΕΝΟΤΗΤΑ 1

ΑΘΛΗΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ & ΜΜΕ



Η εκτίμηση αύξησης των χορηγικών εσόδων και της αξίας μάρκας σε ευρωπαϊκές ποδοσφαιρικές ομάδες ανάλογα με τη δυναμική τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

1

Γκανάς Παναγιώτης, Αντωνοπούλου Παναγιώτα,
Αθανασοπούλου Πηνελόπη, Αυγερινού Βασιλική

ΤΟΔΑ, Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου

Περίληψη

Στη σημερινή —ισχύουσα, διαμορφωμένη κατάσταση της ψηφιακής αγοράς και των διαδικτυακών πλατφορμών—, η προώθηση υπηρεσιών και προϊόντων επηρεάζεται έντονα από την ανάπτυξη νέων τεχνολογιών, όπως και των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (ΜΚΔ). Η σχέση ανάμεσα σε χορηγούς και χορηγούμενους, ως δύο οικονομικά επηρεαζόμενες πλευρές, έχει αλλάξει από την είσοδο των νέων εργαλείων στις εμπορικές συναλλαγές, όπως αυτά των κοινωνικών και ψηφιακών μέσων. Η μαζική μετακίνηση των χρηστών—πολιτών από τα παραδοσιακά Μέσα στα ΜΚΔ για ψυχαγωγία και ενημέρωση έφερε μία σειρά αλλαγών και καινοτομιών στον τομέα της επικοινωνίας. Όπως σε αρκετούς ακόμη κλάδους, οι αλλαγές επηρέασαν και τον αθλητισμό, σε αθλητές και σε ομάδες. Στόχος της παρούσα έρευνας ήταν η διερεύνηση και η αξιολόγηση της σχέσης που μπορεί να αναπτυχθεί ανάμεσα σε εταιρείες—χορηγούς και ομάδες, εκτιμώντας με μία οικονομική κλίμακα την σχέση που έχουν τα δύο μέρη ανάλογα με τα δεδομένα (στατιστικά χρηστών) που υπάρχουν στα ΜΚΔ. Ειδικότερα, εξετάζεται το κατά πόσο η αύξηση των ακόλουθων ομάδων στα δημοφιλή κοινωνικά δίκτυα (Facebook, Twitter, Instagram) μπορεί να αυξήσει τα χορηγικά έσοδα της ομάδας, αλλά και την αξία της μάρκας της. Για την εξαγωγή ασφαλών συμπερασμάτων ήταν αρχικά σημαντικό να διερευνηθεί το κατά πόσο τα likes ή τα follows στις σελίδες αποτελούν σημάδι πιστότητας του χρήστη, αλλά και βαρόμετρο για την αξία του λογαριασμού σε σχέση με άλλες ενέργειες, όπως π.χ., likes σε posts, reach, engagement. Ακόμη, η έρευνα εστιάζει στη χρήση των ΜΚΔ, σε συμπεριφορές προς χορηγούς και προθέσεις για αγορά προϊόντων. Διερευνήθηκε έτσι η σχέση μεταξύ του αριθμού likes—followers, της κατάταξης και των εσόδων 10 ευρωπαϊκών ποδοσφαιρικών ομάδων κατά τις αγωνιστικές περιόδους 2015–2020. Τα στοιχεία συγκεντρώθηκαν από: α) τους επίσημους λογαριασμούς στα ΜΚΔ των επιλεγμένων επαγγελματικών ποδοσφαιρικών ομάδων, β) τις μελέτες για τα έσοδα των ομάδων αυτών που δημοσιεύονται κάθε χρόνο από τη συμβουλευτική εταιρεία Deloitte, γ) στατιστικά στοιχεία για τον κλάδο του ποδοσφαίρου, και δ) τους ισολο-

γισμούς των ομάδων. Με περιγραφική στατιστική προσδιορίστηκαν οι μέσες τιμές και οι τυπικές αποκλίσεις και δημιουργήθηκαν πίνακες και γραφήματα που περιγράφουν τις μεταβλητές ανά αγωνιστική περίοδο. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι υπάρχει μία ραγδαία ανάπτυξη των ΜΚΔ, με σαφή επέκτασή τους και στη βιομηχανία του αθλητισμού. Τα ευρήματα έδειξαν ότι η αφοσίωση των ατόμων σε επίπεδο φιλάθλων-οπαδών μέσω κοινωνικών δικτύων είναι μία πολυδιάστατη δομή που διακρίνεται από πολλούς και μερικές φορές σύνθετους παράγοντες. Επίσης, φάνηκε ότι τα χορηγικά έσοδα και η αξία μάρκας έχουν ανοδική τάση.

Λέξεις-κλειδιά: αθλητισμός, νέα μέσα, χορηγοί, μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Επαυξημένη πραγματικότητα σε αθλητικές τηλεοπτικές μεταδόσεις

2

Χαραλάμπους Καλλιόπη¹, Αυθίνος Θεόφιλος², Αυθίνος Δημήτριος³

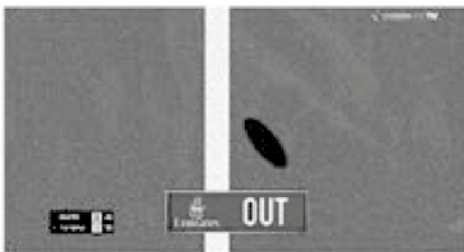
¹ ΤΟΔΑ, Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου

² Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

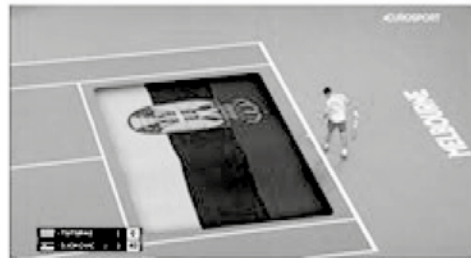
³ ΤΕΦΑΑ/ΣΕΦΑΑ, ΕΚΠΑ

Περίληψη

Σκοπός της παρούσας μελέτης είναι η διερεύνηση της αξιοποίησης της ψηφιακής τεχνολογίας, και συγκεκριμένα της «επαυξημένης πραγματικότητας/augmented reality – AR», στον αθλητισμό, η οποία κατά τη μετάδοση των αγώνων αναδεικνύει «αθέατες» πλευρές της αγωνιστικής διαδικασίας, καθιστώντας την σημαντικά πιο κατανοητή και ενδιαφέρουσα προς παρακολούθηση. Η ερευνητική μεθοδολογία που ακολουθήθηκε είναι αυτή της ποιοτικής έρευνας και συγκεκριμένα της ανάλυσης περιεχομένου. Το ερευνητικό πρωτόκολλο περιελάμβανε την καταγραφή (με τη μορφή ψηφιακής αποτύπωσης) της χρησιμοποίησης της τεχνολογίας (AR) κατά τη διαδικασία της μετάδοσης αγώνων διάφορων αθλημάτων. Το δείγμα των μεταδόσεων ήταν ευκαιρίας. Τα δεδομένα αναλύθηκαν, ταξινομήθηκαν και παρουσιάζονται με βάση τη συμβολή τους στη βελτίωση της θέασης. Τα γραφικά επαυξημένης πραγματικότητας (AR) είναι μία τεχνολογία που συνδυάζει οπτικά το φυσικό και το ψηφιακό. Συγκεκριμένα, το AR επικαλύπτει το πραγματικό περιβάλλον με γραφικά (Εικόνες 1, 2) (Berryman, 2012, στο Goebert, 2020).



Εικόνα 1



Εικόνα 2

Τώρα είναι πιο ενδιαφέρον για τους θεατές να παρακολουθούν τη δράση στην κολύμβηση βλέποντας ποιος προηγείται, από ποια εθνικότητα (Εικόνες 3, 4).



Εικόνα 3

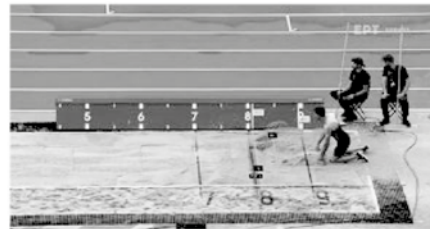


Εικόνα 4

Και το άλμα σε μήκος, αφού μπορούν να συγκρίνουν την κάθε προσπάθεια με τον κορυφαίο αθλητή του αγώνα ή/και του κόσμου (Εικόνες 5, 6).



Εικόνα 5



Εικόνα 6

Σε αθλήματα όπως η ιστιοπλοΐα ή στο κανό, η τεχνολογία των infographics διευκολύνει πλέον τους θεατές να καταλάβουν πότε ξεκινάει (Εικόνες 7, 8) και πώς εξελίσσεται ο αγώνας (Εικόνες 9, 10) (Mishra, 2022).



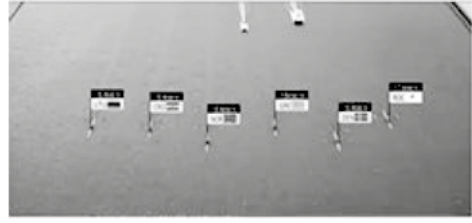
Εικόνα 7



Εικόνα 8



Εικόνα 9



Εικόνα 10

Σε αθλητικές μεταδόσεις παρέχονται πλέον στους θεατές σημαντικές και ενδιαφέρουσες πληροφορίες. Στις καταδύσεις, στην αριστερή γωνία της οθόνης της τηλεόρασης, προβάλλεται σε κινούμενα σχέδια η κατάδυση που πρόκειται να εκτελέσει ο αθλητής (Εικόνα 11), ενώ στο τένις παρέχονται ενδιαφέροντα στατιστικά στοιχεία εικονικά στο γήπεδο (Εικόνα 12).



Εικόνα 11

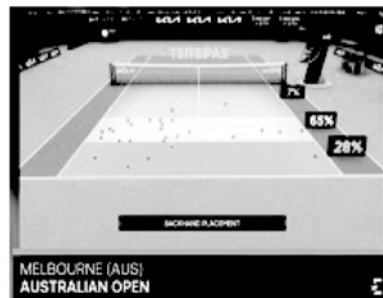


Εικόνα 12

Εκτός από τα στατιστικά στοιχεία, παρέχονται επίσης τακτικές και αναλύσεις αγώνων στη μετάδοση αθλημάτων, όπως ποδόσφαιρο και τένις (Εικόνες 13, 14).



Εικόνα 13



Εικόνα 14

Το συμπέρασμα που εξάγεται είναι ότι η χρήση νέων τεχνολογιών αλλάζει τόσο τον τρόπο εκπαίδευσης [...] παικτών και παιχνιδιού [...], όσο και ολόκληρη την εμπειρία της παρακολούθησης των δημοφιλών αθλημάτων («The benefits», 2023).

Λέξεις-κλειδιά: επαυξημένη πραγματικότητα σε αθλητικές μεταδώσεις, ψηφιακή τεχνολογία σε αθλητικές μεταδώσεις, augmented reality στη μετάδοση αθλημάτων

Επικοινωνία, αθλητισμός και πολιτική για άτομα με οπτική αναπηρία

3

Βρης Αλέξανδρος, Αντωνοπούλου Παναγιώτα

ΤΟΔΑ, Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου

Περίληψη

Η παρούσα μελέτη εντάσσεται στο επιστημονικό πεδίο της αθλητικής και της πολιτικής επικοινωνίας και έχει ως βασικά ερωτήματα: α) την αλληλεπίδραση των ατόμων με οπτική αναπηρία με το πολιτικό περιβάλλον και β) τον ειδικότερο ρόλο του αθλητισμού στη σχετική διαδικασία. Αφετηρία της μελέτης αποτελεί το λεγόμενο «κοινωνικό μοντέλο» διαχείρισης της αναπηρίας, το οποίο απορρίπτει το προγενέστερο «ιατρικό μοντέλο», καθώς υποστηρίζει πως οι άνθρωποι με κάποια μορφή σωματικής ή αισθητηριακής δυσλειτουργίας καθίστανται ανάπηροι όχι εξαιτίας της δυσλειτουργίας αυτής καθαυτής, αλλά εξαιτίας των φραγμών που θέτει η κοινωνία στην καθολική συμμετοχή τους σε όλο το εύρος της δημόσιας ζωής. Βασική αρχή των θεμελιωτών του κοινωνικού μοντέλου αποτελεί η θέση ότι το δομημένο περιβάλλον σχεδιάστηκε αποκλειστικά για μη τους ανάπηρους και τα πρότυπα της δόμησης είναι τέτοια που όσοι έχουν κάποια μορφή σωματικής δυσλειτουργίας αποκλείονται από όλο το εύρος του κοινωνικού χώρου, ο οποίος θεωρείται αυτονόητα δεδομένος για τους υπόλοιπους. Επίσης, ότι η αναπηρία οφείλει να μην αντιμετωπίζεται ως σωματική παθολογία, αλλά ως σύγχρονο ζητούμενο της κοινωνικής οργάνωσης. Στο πλαίσιο αυτό, στόχος της παρούσας μελέτης είναι να αναδείξει το πολιτικό ενδιαφέρον, την επιθυμία πολιτικής εμπλοκής και την εμπιστοσύνη των συμμετεχόντων σε βασικούς θεσμούς και φορείς που συνδέονται με την πολιτική, τον αθλητισμό και την ενημέρωση. Επιπλέον στοχεύει στην ανάδειξη των μέσων, των εμποδίων, αλλά και των προσδοκιών των συμμετεχόντων στη διαδικασία της πολιτικής και αθλητικής επικοινωνίας. Για τις ανάγκες της μελέτης διεξήχθη πρωτογενής έρευνα μέσω ερωτηματολογίου, με αποδέκτες ενήλικες Έλληνες με οπτική αναπηρία. Για την προσέγγιση των ατόμων αυτών καθοριστικής σημασίας ήταν η συμβολή και η συνεργασία της Εθνικής Ομοσπονδίας Τυφλών, καθώς και των κατά τόπους σωματείων. Τα ερωτηματολόγια συντάχθηκαν στην πλατφόρμα Google forms, η οποία παρέχει πλήρη προσβασιμότητα σε άτομα με οπτική αναπηρία και τα αποτελέσματα θα αναλυθούν με τη χρήση του στατιστικού προγράμματος SPSS. Η έρευνα είναι πρωτότυπη και κρίνεται αναγκαία, καθώς στην αποκατάσταση της επικοινωνίας

των πολιτικών με τα άτομα με οπτική αναπηρία μπορεί να συμβάλει και ο αθλητισμός, με αποτέλεσμα την συμπερίληψη και την ισότητα ως προς την παροχή ευκαιριών προς όλους τους πολίτες.

Λέξεις-κλειδιά: πολιτική επικοινωνία, αθλητική επικοινωνία, οπτική αναπηρία, προσβασιμότητα, συμπερίληψη

Σύγχρονος αθλητισμός και αθλητικά media: μια κοινή σχέση δυο αιώνων

Μαμουζέλος Γιάννης

Δημοσιογράφος

Περίληψη

Στο πλαίσιο της παρούσας εργασίας μελετώνται παράλληλα και σε αντιδιαστολή η γέννηση και η πορεία του αθλητικού Τύπου και η διαμόρφωση του σύγχρονου αθλητισμού, με έμφαση στη μεταξύ τους σχέση και αλληλεξάρτηση. Τα πρώτα αθλητικά ρεπορτάζ και αθλητικές στήλες σε έντυπα μέσα εμφανίστηκαν τον 19ο αιώνα, την ίδια περίοδο που στην Ευρώπη και στις ΗΠΑ συντελέστηκε η μορφοποίηση και η συστηματοποίηση των περισσότερων, σημαντικότερων και δημοφιλέστερων σπορ της νεότερης εποχής. Η περίοδος κατά την οποία «γεννήθηκε» ο αθλητισμός στις σύγχρονες μορφές του αποτελεί την απαρχή της αθλητικής δημοσιογραφίας, έστω και αν ο όρος επισημοποιήθηκε πολύ αργότερα, ως διακριτή επαγγελματική ειδικότητα. Η ανάπτυξη του αθλητισμού στη σύγχρονη μορφή του και η εμφάνιση του αθλητικού Τύπου είχαν κοινωνιολογικές διαστάσεις: στην πρώιμη εποχή τους, ήταν οι κοινωνικές συντεταγμένες αυτές που νοηματοδοτούσαν τη σημασία των σπορ στο πλαίσιο της κοινωνικής διαστρωμάτωσης, πολύ πριν αυτά εξελιχθούν σε θέαμα και οικονομικό μέγεθος τεραστίων διαστάσεων. Αντίστοιχα, τα πρώτα ρεπορτάζ εστίαζαν στο αθλητικό γεγονός (στην όλη ατμόσφαιρα, τις παρουσίες, τις ενδυμασίες κ.α.) και όχι στους καθαυτού αγώνες (θέαμα, πρωταγωνιστές, αποτελέσματα). Ειδικότερα, στην παρούσα εργασία μελετώνται: α) το οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον του 19ου αιώνα, το οποίο διαμόρφωσε τις συνθήκες για την «γέννηση» αφενός του σύγχρονου αθλητισμού και αφετέρου του αθλητικού Τύπου, β) οι διαδικασίες μορφοποίησης των σπορ και το κοινωνικό ενδιαφέρον για δημοσιογραφική τους κάλυψη κατά την συγκεκριμένη περίοδο, γ) η παράλληλη εξέλιξη του αθλητισμού και του αθλητικού Τύπου μέχρι τις μέρες μας, δ) οι αθλητικοί θεσμοί που προήλθαν από ιδέες και πρωτοβουλίες αθλητικών συντακτών και ΜΜΕ και ε) ο αθλητισμός ως έκφανση των κοινωνιών μέσα από τις τεχνολογικές εξελίξεις (τηλέγραφος, τηλέφωνο, πρακτορεία ειδήσεων, ραδιόφωνο, τηλεόραση, δίκτυο). Ως μεθοδολογία επιλέχθηκε η βιβλιογραφική επισκόπηση, καθώς και η ανάλυση περιεχομένου εμβληματικών αθλητικών Μέσων. Η μελέτη αυτή είναι η πρώτη σε εύρος και βάθος καταγραφή των αθλητικών ΜΜΕ και της εξελικτικής εμφάνισής τους στην Ελλάδα, εμπλουτίζοντας σημαντικά τη βιβλιογραφία.

Λέξεις-κλειδιά: αθλητικά ΜΜΕ, αθλητισμός, αθλητική δημοσιογραφία, αθλητικοί θεσμοί