

ΧΟΡΗΓΗΣΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΑΠΟ ΤΙΣ ΚΑΕ ΤΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ ΣΤΑ ΑΘΛΗΤΙΚΑ ΜΜΕ: Ο “ΘΑΝΑΤΟΣ ΤΟΥ ΠΥΛΩΡΟΥ”

Καραστογιάννη, Α., Σπηλιόπουλος, Π., Τσιγγίλης, Ν., & Μπαλτζής, Α.

Τμήμα Δημοσιογραφίας & ΜΜΕ, ΑΠΘ

Περίληψη

Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν να διαπιστώσει τον βαθμό και την έκταση που οι αθλητικοί συντάκτες με την ιδιότητα του “πυλωρού” της ειδησεογραφίας χρησιμοποιούν το πληροφοριακό υλικό που τους παρέχεται από τα τμήματα επικοινωνίας των Καλαθοσφαιρικών Ανώνυμων Εταιρειών (ΚΑΕ) της Αττικής, με ποιον τρόπο, και κατά πόσο αυτό επηρεάζει την οικοδόμηση της ατζέντας των αθλητικών Μέσων (κατ’ επέκταση και του κοινού). Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε ήταν αυτή της ποιοτικής έρευνας με εργαλείο την ατομική συνέντευξη σε βάθος. Το δείγμα αποτέλεσαν τέσσερις δημοσιογράφοι και δύο υπεύθυνοι επικοινωνίας που εργάζονταν σε ΚΑΕ και Μέσα με έδρα την Αττική. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι δύο πλευρές έχουν μία εύθραυστη συμβιωτική σχέση αλληλεξάρτησης, που είναι μάλλον επιφανειακή, και η οποία πολλές φορές κλονίζεται από δυσπιστία και προβλήματα, ενώ προκύπτει κυρίως από λειτουργικές ανάγκες και συμφέροντα των αθλητικών οργανισμών. Συμπερασματικά, οι ΚΑΕ της Αττικής καθορίζουν σε σημαντικό βαθμό το καθημερινό θεματολόγιο των αθλητικών Μέσων.

Λέξεις - κλειδιά: Καλαθοσφαιρικές Ανώνυμες Εταιρείες (ΚΑΕ), αθλητικά ΜΜΕ, πληροφοριακό υλικό, οικοδόμηση του θεματολογίου (agenda building / media agenda).

Εισαγωγή

Οι αθλητικοί οργανισμοί χρειάζονται τα Μέσα Επικοινωνίας για να προβάλλουν τις εκδηλώσεις τους και τα Μέσα χρειάζονται τις ομάδες για να έχουν διαθέσιμο προς προβολή περιεχόμενο. Έτσι από την ίδρυση των τμημάτων επικοινωνίας στις επιχειρήσεις, δημοσιογράφοι και υπεύθυνοι επικοινωνίας (ΥΕ) ζουν και εργάζονται μαζί, στις ίδιες αγορές και η σχέση που προκύπτει από αυτή τη συνύπαρξη, είναι συμβιωτική (Schonhagen, & Meißner, 2016). Η παγκοσμιοποίηση και η εμπορευματοποίηση του αθλητισμού έθεσαν νέους όρους στη σχέση των δύο πλευρών, και έφεραν τους δημοσιογράφους σε μειονεκτικότερη θέση, λόγω της αμεσότητας στην επικοινωνία μεταξύ κοινού και ομάδων, χάρη στη χρήση των νέων Τεχνολογιών Πληροφορίας και Επικοινωνιών (ΤΠΕ) και κυρίως των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (ΜΚΔ) από αυτές (Veglis, & Pomportsis, 2014). Καθώς ο μεσοποιημένος / διαμεσολαβημένος αθλητισμός (mediated sports) έχει αρχίσει να μελετάται σχετικά πρόσφατα (Wenner, 2003), και ενώ δεν έχει δοθεί ιδιαίτερη σημασία στον τομέα των αθλητικών δημοσίων σχέσεων και των Μέσων (Hopwood, 2007), η παρούσα έρευνα επιχειρεί να καλύψει μερικώς, αυτό το κενό. Οι σχέσεις μεταξύ των επαγγελματιών τέθηκαν στο επίκεντρό της, επειδή είναι αυτές που απαιτούνται για την υλοποίηση των αναγκών και την ικανοποίηση των συμφερόντων κάθε πλευράς.

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν να διαπιστώσει τον βαθμό και την έκταση που οι αθλητικοί συντάκτες με την ιδιότητα του “πυλωρού” της ειδησεογραφίας χρησιμοποιούν το πληροφοριακό υλικό που τους παρέχεται από τα τμήματα επικοινωνίας των Καλαθοσφαιρικών Ανώνυμων Εταιρειών (ΚΑΕ) της Αττικής, με ποιον τρόπο, και κατά πόσο αυτό επηρεάζει την οικοδόμηση της ατζέντας των αθλητικών Μέσων (κατ’ επέκταση και του κοινού).

Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας

Η σημασία της εισχώρησης του πληροφοριακού υλικού στο καθημερινό θεματολόγιο των Μέσων αναδεικνύεται καθαρά μέσα από τις μελέτες που έχουν γίνει πάνω στη θεωρία οικοδόμησης του θεματολογίου. Αποτελεί επέκταση της θεωρίας της ρύθμισης του δημόσιου θεματολογίου και μελετά ποιος καθορίζει το θεματολόγιο των Μέσων μέσα από μία διαδικασία μεταφοράς θεμάτων και γνωρισμάτων μεταξύ των διάφορων θεματολογίων (McCombs, 2005). Μία πλευρά που θέλει να καθορίσει το θεματολόγιο των Μέσων είναι οι επιχειρήσεις, όπως οι ΚΑΕ. Για τον σκοπό αυτό παρέχουν μέσω των υπευθύνων επικοινωνίας πληροφοριακό υλικό στους δημοσιογράφους για τους λόγους που έχει εξηγήσει ο Gandy (1982). Οι δημοσιογράφοι που έχουν το ρόλο / ιδιότητα του πυλωρού το αξιοποιούν σε μεγάλο βαθμό, γεγονός που σε σημαντικό βαθμό καθιστά τις επιχειρήσεις ρυθμιστές του ειδησεογραφικού προϊόντος (Fortunato, 2000). Οι δημοσιογράφοι κρίνουν αρνητικά τους υπεύθυνους επικοινωνίας με τους οποίους έρχονται σε επαφή, ήδη από την εμφάνιση του θεσμού του υπεύθυνου επικοινωνίας και πρόκειται για μία σχέση που εξελίχτηκε σε σχέση αγάπης-μίσους, με αμοιβαία εξάρτηση και τριβές (Sallot, & Johnson, 2006). Στην Αγγλία, τη Γερμανία και την Ισπανία, οι αθλητικοί συντάκτες περιγράφουν ως αρνητική τη σχέση τους με τους υπεύθυνους επικοινωνίας και τους κατηγορούν για παρακράτηση πληροφοριών, χειραγώγηση και αδυναμία κατανόησης των αναγκών ενός Μέσου (Sánchez, 2015). Ανάλογες αρνητικές σχέσεις παρατηρούνται στην Αυστραλία και στις ΗΠΑ (Sherwood, Nicholson, & Marjoribanks, 2016; Suggs, 2015). Οι μελέτες στην Ελλάδα (Σπηλιόπουλος, Αποστολίδης, & Τσιγγίλης, 2019), μαρτυρούν μία σχέση συμβιωτική, που όμως, δεν εκλείπουν αρνητικά φαινόμενα, όπως εκείνα που εκφράζονται και στον υπόλοιπο κόσμο (Sánchez, 2015).

Μεθοδολογία

Προκειμένου να επιτευχθεί ο σκοπός της έρευνας υιοθετήθηκε η μέθοδος της ποιοτικής προσέγγισης (Willig, 2015) και εξετάστηκαν οι εμπειρίες των υπευθύνων επικοινωνίας καλαθοσφαιρικών οργανισμών στο λεκανοπέδιο της Αττικής που δημιουργούν το πληροφοριακό υλικό που αναρτάται σε ιστότοπους και ΜΚΔ, όπως και των αθλητικών συντακτών που το χρησιμοποιούν, ρυθμίζοντας κατ’ επέκταση, την δημόσια ατζέντα (McCombs, 2005). Οι αφηγήσεις των συμμετεχόντων για τις εμπειρίες τους αναλύθηκαν υπό το πρίσμα της ερμηνευτικής φαινομενολογίας (Smith, 2011).

Δείγμα - Εργαλείο συλλογής των δεδομένων

Συμμετείχαν δύο υπεύθυνοι επικοινωνίας (YE1, YE2) από ΚΑΕ της Αττικής και τέσσερις αθλητικοί συντάκτες (Δ1-Δ4), από τους οποίους μία ήταν γυναίκα υπεύθυνη επικοινωνίας και μία αθλητική συντάκτρια, που εργάζονται σε Μέσα της περιοχής. Η επιλογή τους ήταν σκόπιμη και θεωρητική, με

προϋπόθεση να έχουν τουλάχιστον πενταετή εμπειρία στο αντικείμενο και να αντιπροσωπεύουν όλους τους τύπους των Μέσων. Εργαλείο συλλογής των δεδομένων αποτέλεσε η συνέντευξη σε βάθος, με την χρήση ενός ημιδομημένου οδηγού (Willig, 2008). Επιχειρήθηκε οι ερωτήσεις να μην είναι κατευθυντικές, ώστε να μη χειραγωγούν τους ερωτώμενους. Σε μία προσπάθεια για «οιονεί ποσοτικοποίηση» της έρευνας (Bryman, 2017, σελ. 681), έγιναν τρεις ερωτήσεις που απαιτούσαν απάντηση σε δεκαβάθμια κλίμακα. Οι συνεντεύξεις διεξήχθησαν τον Ιούνιο και τον Ιούλιο του 2019.

Ανάλυση δεδομένων

Τα δεδομένα που συλλέχθηκαν κωδικοποιήθηκαν στο πλαίσιο της θεματικής ανάλυσης (Braun & Clarke, 2012) με τη χρήση της συνεχούς συγκριτικής μεθόδου, και εστίαση στα μοτίβα που προέκυπταν (Willig, 2015). Για τη διασφάλιση της αξιοπιστίας της έρευνας, έγινε έλεγχος επικύρωσης από τον δεύτερο ερευνητή ως «μια άλλη μορφή ‘τριγωνισμού’» (Reid, Flowers, & Larkin, 2005, σελ. 23) της μεθοδολογίας. Τα θέματα που αναδύθηκαν, συζητήθηκαν με τη χρήση της ερμηνευτικής φαινομενολογικής ανάλυσης (ΕΦΑ) που υιοθετήθηκε για πρώτη φορά σε Ελλάδα και Κύπρο (Σπηλιόπουλος, Τσιγγίλης, Καλλίρης, Αυξεντίου, & Σουρκούνης, 2020), σύμφωνα με τη διαδικασία που περιγράφει η Willig (2015) και υπό το πρίσμα της θεωρητικής προσέγγισης της οικοδόμησης της ατζέντας των αθλητικών Μέσων.

Αποτελέσματα - Συζήτηση

Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν μία σχέση μεταξύ υπεύθυνων επικοινωνίας και δημοσιογράφων, σε γενικές γραμμές καλή και συμβιωτική (Δ2, Δ3, ΥΕ2). Ωστόσο πρόκειται για μία εύθραυστη και πολλές φορές επιφανειακή συμβίωση. Βασικός παράγοντας επιρροής για τη σχέση των δύο πλευρών είναι οι κατά περίπτωση διαπροσωπικές επαφές (Δ4, ΥΕ1). Αν και ο επαγγελματισμός των εμπλεκόμενων συνήθως εκτιμάται, δεν είναι λίγες οι φορές που εκλείπει, σύμφωνα με τους συμμετέχοντες. Οι δημοσιογράφοι (Δ1, Δ4) κατηγορούν τους υπεύθυνους επικοινωνίας για προσπάθειες χειραγώγησης και ελέγχου των πληροφοριών που δημοσιεύονται, ακόμα και για εκφοβισμό (Δ1). Οι Κ.Α.Ε. αξιοποιούν τις νέες Τ.Π.Ε. για απευθείας επικοινωνία με το κοινό τους, έχοντας την τάση να παρεμποδίζουν την πρόσβαση των δημοσιογράφων σε πηγές ειδήσεων, αναλαμβάνοντας οι ίδιες τον ρόλο των ελεγκτών και διαχειριστών της ροής πληροφοριών (Δ3, ΥΕ2). Το πληροφοριακό υλικό αφθονεί, ενώ οι δημοσιογράφοι μπορεί να μην το εμπιστεύονται απόλυτα και να το αντιμετωπίζουν σύμφωνα με τις δημοσιογραφικές πρακτικές (Δ2, Δ3). Ωστόσο, τελικά δημοσιεύεται, φτάνοντας στο κοινό αυτολεξεί όπως «σε περιπτώσεις ανακοινώσεων» (ΥΕ1). Όσον αφορά τη σχέση μεταξύ των δύο πλευρών, τα ευρήματά μας συμφωνούν ως προς το θετικό πρόσημο με τα ευρήματα της ελληνικής βιβλιογραφίας (Σπηλιόπουλος και συν., 2019) και εν μέρει με τη διεθνή, όπου διαπιστώνονται προβληματικές σχέσεις (Sherwood et al., 2016). Ο επαγγελματισμός των δημοσιογράφων κρίνεται θετικά από τους υπεύθυνους επικοινωνίας στο σύνολο της βιβλιογραφίας, ενώ σχετικά με τους υπεύθυνους επικοινωνίας, η έρευνά μας βρήκε ότι οι Έλληνες δημοσιογράφοι θεωρούν κυρίως, ότι εξαρτάται από τον άνθρωπο και υπάρχουν εξαιρέσεις. Αντίθετα, στη διεθνή βιβλιογραφία αναφέρεται ότι οι υπεύθυνοι επικοινωνίας υποτιμώνται χαρακτηριστικά (Sánchez, 2015). Η έρευνα βρήκε επίσης, ότι σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό, από τους υπεύθυνους επικοινωνίας επιδιώκεται και υπάρχει χειραγώγηση των αθλητικών συντακτών καθολικά. Το πιο σημαντικό, όμως, εύρημα – που δεν έχει αναφερθεί ως τώρα στη βιβλιογραφία – είναι ο εκφοβισμός των αθλητικών συντακτών από υπεύθυνους επικοινωνίας, ώστε να υιοθετήσουν και να μεταδώσουν άκριτα τις θέσεις των ομάδων (Δ1). Εν

κατακλείδι, εντοπίστηκε η επίδραση των ομάδων στην οικοδόμηση του θεματολογίου των Μέσων (Σπηλιόπουλος και συν., 2020).

Συμπεράσματα

Η σχέση υπεύθυνων επικοινωνίας και δημοσιογράφων είναι εύθραυστη, μάλλον επιφανειακή και με μέλλον πιθανότατα δυσοίωνα. Τα κακώς κείμενα που σχετίζονται με τη χειραγώγηση των αθλητικών συντακτών, φαίνεται να αντιμετωπίζονται ως δεδομένα και η αυξανόμενη χρήση των Τ.Π.Ε. και των Μ.Κ.Δ. δυσχεραίνει όλο και περισσότερο τη θέση των δημοσιογράφων που παρότι πασχίζουν να αντισταθούν στην επιρροή των αθλητικών οργανισμών, δεν έχουν και πολλά περιθώρια να διατηρήσουν την ιδιότητα του ανεξάρτητου πυλωρού (White, 1950). Η επίδραση στην οικοδόμηση του θεματολογίου των Μέσων από πλευράς Κ.Α.Ε. φαίνεται σημαντική, όμως η αυτολεξεί δημοσίευση πληροφοριακού υλικού των Κ.Α.Ε. υπό τον εκφοβισμό ενίοτε των αθλητικών συντακτών, σίγουρα δεν παράγει καλή δημοσιογραφία (Σπηλιόπουλος και συν., 2019).

Πρακτικές συνέπειες.

Το ενδιαφέρον εύρημά μας, αφορά τον εκφοβισμό των αθλητικών συντακτών από τους ΥΕ. Θεωρούμε ότι σηματοδοτεί μια νέα εποχή στην έρευνα δημοσίων σχέσεων και αθλητικών συντακτών και επαναφέρει σοβαρά στο προσκήνιο το θέμα της θυματοποίησής τους (Σπηλιόπουλος, 2007). Η διατήρηση της ιδιότητας του πυλωρού κάτω από αυτές τις συνθήκες, είναι περισσότερο κοντά στον «θάνατο του πυλωρού» όπως έχει προτείνει ο Vos (2015, σελ. 6), γεγονός που ταυτόχρονα σημαίνει και το τέλος της δημοσιογραφίας με τη γνωστή έως τώρα ελεγκτική μορφή του «φρουρού» των Μέσων. Περαιτέρω μελέτες με εστίαση σε αυτό το θέμα, προτείνονται τόσο από τους συγγραφείς της παρούσας μελέτης όσο και από άλλους ερευνητές. Θεωρούμε ότι η θεωρία για την οικοδόμηση της ατζέντας και η ΕΦΑ μπορούν να εφαρμοστούν με επιτυχία στον τομέα της έρευνας των αθλητικών μέσων.

Βιβλιογραφία

- Braun, V., & Clarke, V. (2012). Thematic Analysis. In H. Cooper, *APA Handbook of Research Methods in Psychology: Vol. 2. Research Designs*. American Psychological Association, 57-71.
- Bryman, A. (2017). *Μέθοδοι κοινωνικής έρευνας*. Αθήνα: Gutenberg.
- Fortunato, J. A. (2000). Public relations strategies for creating mass media content: A case study of the National Basketball Association. *Public Relations Review*, 26(4), 481-497.
- Gandy, O. H. (1982). *Beyond agenda setting: Information subsidies and public policy*. Ablex Publishing Corporation.
- Hopwood, M. (2007). It's football but not as you know it: Using public relations to promote the world game in Australia. *Sport Marketing Europe*, 3, 32-37.
- McCombs, M. (2005). A look at agenda-setting: Past, present and future. *Journalism Studies*, 6(4), 543-557.
- Sánchez, F. O. (2015). Luces y sombras de la comunicación del Real Madrid CF. Reflexiones desde el periodismo deportivo. *Signo y Pensamiento*, 34(67). Αγγλική έκδοση, 1-16.
- Sallot, L. M., & Johnson, E. A. (2006). Investigating relationships between journalists and public relations practitioners: Working together to set, frame and build the public agenda, 1991-2004. *Public Relations Review*, 32(2), 151-159.

- Schonhagen, P., & Meißner, M. (2016). The co-evolution of public relations and journalism: A first contribution to its systematic review. *Public Relations Review*, 42, 748-758.
- Sherwood, M., Nicholson, M., & Marjoribanks, T. (2016). Access, agenda building and information subsidies: Media relations in professional sport. *International Review for the Sociology of Sport*, 52(8), 992-1007.
- Smith, J. A., (2011) Evaluating the contribution of interpretative phenomenological analysis. *Health Psychology Review*, 5(1), 9-27.
- Σπηλιόπουλος Π. (2007). *Βία και Επιθετικότητα στην Εργασία και τη Ζωή των Αθλητικών Συντακτών μελών του Π.Σ.Α.Τ.* Θεσσαλονίκη: ΠΑΝ-ΠΑΝ, 109-158.
- Σπηλιόπουλος, Π., Αποστολίδης, Ν., & Τσιγγίλης, Ν. (2019). Η επιρροή των πρακτικών των υπευθύνων επικοινωνίας στην οικοδόμηση του θεματολογίου των αθλητικών Μέσων. Διερεύνηση των επαρχιακών Π.Α.Ε. της Ελλάδος. *Φυσική Αγωγή & Αθλητισμός*, 39(1), 134-135.
- Σπηλιόπουλος, Π, Τσιγγίλης, Ν., Καλλίρης, Γ., Αυξεντίου, Π., & Σουρκούνης, Χ. (2020). Beyond Agenda Setting: Οι πηγές αθλητικών ειδήσεων των Κυπριακών ΜΜΕ μέσω μιας ερμηνευτικής φαινομενολογικής ανάλυσης. *Πρακτικά 20ού Συνεδρίου ΕλλΕΕΔΑΑ*. Θεσσαλονίκη, 24-26 Ιανουαρίου.
- Suggs, D. W. (2015). Tensions in the Press Box. *Communication & Sport*, 4(3), 261-281.
- Veglis, A., & Pomportsis, A. (2014). Journalists in the Age of ICTs. *Journalism & Mass Communication Educator*, 69(1), 61-75.
- White, D. M. (1950). The “gate keeper”: A case study in the selection of news. *Journalism Bulletin*, 27(4), 383-390.
- Willig, C. (2015). *Ποιοτικές μέθοδοι έρευνας στην Ψυχολογία*. Αθήνα: Gutenberg.
- Wenner, L.A. (2003). *Αθλητισμός και Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας*. Αθήνα: Καστανιώτης.