

ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΚΑΙ ΓΥΝΑΙΚΕΙΟΣ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ

Κωνσταντινίδου Ξ.¹, Παπαδοπούλου Δ.Σ.²

1. Σχολική Σύμβουλος Φυσικής Αγωγής, PhD.

2. Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης,
Σχολή Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού

Περίληψη

Η παγκόσμια εμπορευματοποίηση του αθλητισμού μεγιστοποίησε τον ρόλο των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ) στις αθλητικές διοργανώσεις. Τα ΜΜΕ και ο ρόλος των πρότυπων/μοντέλων που δημιουργούν, διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη κοινωνικοποίηση του ατόμου και τη διαμόρφωση της αντίληψης των αθλητικών ρόλων και των στερεότυπων. Σκοπός της μελέτης ήταν να εξετάσει τον ρόλο των ΜΜΕ διαχρονικά στην κάλυψη και προβολή του γυναικείου αθλητισμού, διεθνώς και στην Ελλάδα. Από τη βιβλιογραφική ανασκόπηση φάνηκε ότι η μεγάλη ανάπτυξη και πρόοδος του γυναικείου αθλητισμού παγκοσμίως, δεν επέφερε αναλογικά ιδιαίτερη ποσοτική και ποιοτική αύξηση στην προβολή του από τα ΜΜΕ. Μέχρι και σήμερα εξακολουθεί να υπάρχει μεγαλύτερη και διαφορετική κάλυψη, προβολή και απεικόνιση των ανδρών αθλητών έναντι των γυναικών αθλητριών διαφόρων ατομικών αγωνισμάτων και ομαδικών αθλημάτων από τα ΜΜΕ, που συνεχίζουν να αναπαράγουν στάσεις και αντιλήψεις κοινωνικής ανισότητας. Επιπλέον, διαχρονικά από τα σπορ που ασχολούνται οι γυναίκες, προβάλλονται περισσότερο τα «γυναικεία» αγωνίσματα/αθλήματα, σε σχέση με τα αντίστοιχα «αντρικά», διακρινόμενα προ-καταλήψεις και αναχρονιστικά στερεότυπα. Συμπεραίνεται ότι, για την εξάλειψη των δια-

Αλληλογραφία

Ξανθή Κωνσταντινίδου
Παπάφη 8, 54638 Θεσσαλονίκη
Τηλ.: 6944874281
E-mail: xkonstant@sch.gr

MASS MEDIA AND WOMEN'S SPORT

X. Konstantinidou¹, S.D. Papadopoulou²

1. School Advisor of Physical Education, PhD

2. Aristotle University of Thessaloniki, School of
Physical Education & Sport Science

Abstract

The global commercialization of sports maximized the role of Mass Media in sporting events. The Media and the role of models they create, play an important role in the socialization of individuals and the shaping of public perception with regard to sports roles and stereotypes. The aim of the study was to examine through time the effect of the Media on the coverage and promotion of women's sports both internationally and in Greece. The literature review has shown that, despite the great development and progress of female sport worldwide, this has not brought forward a respective quantitative and qualitatively increase in female sports view and media promotion. Even today the media are still providing more expansive and distinct coverage, projection and display of male athletes compared to women athletes in various individual and team sports, thus continuing to reproduce attitudes and mentalities of social inequality. Moreover, from the sports that women are involved in over time, it is the so-called "feminine" sports -compared to those characterized as "masculine"- that are mostly highlighted -thus perpetuating prejudices and obsolete stereotypes. In conclusion, in order to eliminate discrimination against women's sport in the Media and put an end to the reproduction of social stereotypes, it is necessary to adopt

Correspondence

Xanthi Konstantinidou
8 Papafi Str., 54638 Thessaloniki
Tel.: 6944874281
E-mail: xkonstant@sch.gr

κρίσεων σε βάρος του γυναικείου αθλητισμού από τα ΜΜΕ, πρέπει κυρίως να υιοθετηθούν αλλαγές στην αθλητική κουλτούρα των μέσων ενημέρωσης και πρακτικές αύξησης της κάλυψης και της ισότιμης προβολής όλου του φάσματος των γυναικείων αγωνισμάτων/αθλημάτων, εξαιλείνοντας την αναπαρογωγή των κοινωνικών στερεότυπων. Η συνεισφορά των ΜΜΕ κρίνεται σημαντική για την περαιτέρω ενίσχυση και ανάδειξη του γυναικείου αθλητισμού.

Λέξεις-κλειδιά: ΜΜΕ, αθλητική κάλυψη, προβολή, γυναικείος αθλητισμός, αθλήτριες, αθλητές, αγωνίσματα, αθλήματα

Εισαγωγή

Ο ρόλος των ΜΜΕ ως παράγοντας που καθορίζει την αντίληψη των αθλητικών ρόλων και των στερεοτύπων έχει διερευνηθεί κυρίως μετά τη δεκαετία του '80 όταν άρχισε η μεγάλη ανάπτυξη του γυναικείου αθλητισμού παγκόσμια, με την αύξηση των γυναικείων αθλημάτων στους Ολυμπιακούς αγώνες (Αλμπανίδης & Κωνσταντινίδου, 1996) και παράλληλα την εμπορευματοποίηση του αθλητισμού που μεγιστοποίησε τον ρόλο των ΜΜΕ στις αθλητικές διοργανώσεις.

Διαχρονικές έρευνες αρχικά των Boutillier και SanGiovanni (1983), για το χρονικό διάστημα από το 1954-1978 και στη συνέχεια των Lumpkin και Williams (1991), για το διάστημα από το 1954-1987, έδειξαν αντίστοιχα ότι οι αθλήτριες κάλυπταν μόνο το 5% των αθλητικών ρεπορτάζ και ότι το 91% των αθλητικών ρεπορτάζ αφιερωνόταν στους άνδρες αθλητές. Στην ήδη μικρή κάλυψη, ακόμη μικρότερο εμφανιζόταν το ποσοστό των γυναικείων ομαδικών αθλημάτων ή των αγωνισμάτων/αθλημάτων που θεωρούνταν «ανδρικά». Συνέπεια της μικρής προβολής των γυναικείων σπορ ήταν τα αθλητικά μοντέλα σε όλες τις φάσεις της ζωής των

changes in sports culture of the Media and implement practices that promote the coverage and equal display of the entire spectrum of women's sports. The contribution of the Media is considered to be important for the further enhancement and promotion of women's sports.

Key-words: media, sports coverage, view, women's sports, athletes, female athletes, sports.

αθλητριών να είναι κυρίως άνδρες (Weiss & Knoppers, 1982).

Τα αποτελέσματα των αρχικών ερευνών και όσων διεξήχθησαν έως και σήμερα, για τη διερεύνηση της ποσότητας και ποιότητας προβολής των γυναικείων αθλημάτων δεν δείχνουν ιδιαίτερη αύξηση στην κάλυψη των γυναικείων αθλημάτων. Οι Cooky, Messner και Hextrum (2013) σε πρόσφατη μελέτη τους, συγκρίνοντας την κάλυψη των γυναικείων σπορ την τελευταία 20ετία υποστηρίζουν ότι το ποσοστό και η ποιότητα της προβολής του γυναικείου αθλητισμού μειώθηκε, παρά την τεράστια αύξηση της συμμετοχής των κοριτσιών και των γυναικών στον αθλητισμό, θεωρώντας ότι τα ΜΜΕ μεταφέρουν ένα μήνυμα στο κοινό ότι ο αθλητισμός συνεχίζει να είναι «από και για τους άνδρες». Ισότιμη αντιμετώπιση φαίνεται να υπάρχει μόνο στην περίοδο των τελευταίων Ολυμπιακών αγώνων (Jones, 2011; Solomon, 2012). Έρευνες που αναδεικνύουν τον ρόλο των ΜΜΕ στην εξέλιξη του γυναικείου αθλητισμού και την κοινωνικοποίηση των κοριτσιών στον αθλητισμό στην αρχή του 21^{ου} αιώνα, καταδεικνύουν την τάση που διαφαίνεται στα ΜΜΕ για τη συνέχιση της αναπαρογωγής στερεοτύπων διαμέσου της χαμηλής