

**Ερωτήσεις εμπέδωσης ύλης στο μάθημα "Σύγχρονες Μορφές Αθλητικής Δημοσιογραφίας και Αθλητικής Επικοινωνίας μέσω Web"**

**Case-Based Ερωτήσεις Πολλαπλής Επιλογής**

**Case 1 — Live στα social: reach ή community;**

Ένα αθλητικό μέσο κάνει live στο TikTok σε ντέρμπι. Το live "σκίζει" σε προβολές, αλλά το κοινό δεν επιστρέφει στην ιστοσελίδα και δεν εγγράφεται στο newsletter. Ο αρχισυντάκτης θέλει το live να χτίζει *μακροπρόθεσμη αξία* και όχι μόνο στιγμιαίο θόρυβο.

**Ποια στρατηγική είναι η πιο σωστή;**

- α) Να αυξηθούν τα live, γιατί οι προβολές από μόνες τους χτίζουν πιστό κοινό
- β) Να μπει στο live ξεκάθαρο call-to-action (newsletter/website) + σταθερό format ("ραντεβού") + αλληλεπίδραση που ενισχύει κοινότητα**
- γ) Να κοπούν τα live και να επενδυθεί χρόνος μόνο σε άρθρα για SEO
- δ) Να μεταφερθεί το live σε ιδιόκτητο site για πλήρη έλεγχο, χωρίς να αλλάξει τίποτα άλλο

---

**Case 2 — Breaking news: ταχύτητα vs ακρίβεια**

Κυκλοφορεί στο X ότι "ο προπονητής παραιτήθηκε" 10 λεπτά πριν τη συνέντευξη Τύπου. Ένας ανταγωνιστής το ανέβασε ήδη. Εσύ έχεις 1 πηγή εντός ομάδας αλλά όχι επίσημη ανακοίνωση.

**Ποια είναι η καλύτερη κίνηση;**

- α) Δημοσιεύεις αμέσως ως γεγονός για να μη χαθεί το timing
  - β) Περιμένεις μόνο επίσημη ανακοίνωση, ακόμη κι αν περάσει ώρα
  - γ) Κάνεις δεύτερη ανεξάρτητη διασταύρωση, δημοσιεύεις μόνο αν έχεις 2 επιβεβαιώσεις· αν όχι, ενημερώνεις με σαφή σήμανση "υπό επιβεβαίωση" και τι ακριβώς γνωρίζεις**
  - δ) Αναδημοσιεύεις αυτό που γράφουν τα μεγάλα sites για κάλυψη
-

### Case 3 — Clickbait και αξιοπιστία

Ένα άρθρο έχει τίτλο “ΣΟΚ! Έκτακτη τιμωρία στον αστέρα!”. Το περιεχόμενο τελικά λέει για μια τυπική ποινή μιας αγωνιστικής. Τα clicks εκτοξεύτηκαν, αλλά στο newsletter αυξήθηκαν τα unsubscribes και στα σχόλια γράφουν “μας δουλεύετε”.

#### Τι είναι πιο σωστό να κάνεις ως policy;

- α) Συνεχίζεις clickbait γιατί φέρνει έσοδα και μετά “το κοινό συνηθίζει”
  - β) Κρατάς clickbait μόνο στα social, αλλά στο site βάζεις σοβαρούς τίτλους
  - γ) Θέτεις κανόνες τίτλων (ακρίβεια/μη παραπλάνηση), με A/B testing σε καθαρούς τίτλους και μετράς όχι μόνο clicks αλλά retention/επιστροφές
  - δ) Αφαιρείς εντελώς τους δυνατούς τίτλους και γράφεις μόνο “ουδέτερους” ακόμη κι αν χάνεις κοινό
- 

### Case 4 — Data analytics: αριθμοί ή αφήγημα;

Σε ανάλυση αγώνα, ο ρεπόρτερ γράφει 15 στατιστικά (xG, PPDA, passes, zones...) χωρίς ερμηνεία. Οι αναγνώστες σχολιάζουν “ωραία νούμερα, αλλά δεν κατάλαβα τι σημαίνουν”.

#### Ποια παρέμβαση βελτιώνει περισσότερο την ποιότητα;

- α) Προσθέτεις ακόμη περισσότερα metrics για πληρότητα
  - β) Κρατάς 2–3 βασικούς δείκτες, εξηγείς με απλή γλώσσα τι δείχνουν, δίνεις πλαίσιο και περιορισμούς, συνδέεις με κρίσιμες φάσεις
  - γ) Κόβεις όλα τα στατιστικά και κρατάς μόνο περιγραφή παιχνιδιού
  - δ) Βάζεις πίνακα στο τέλος “για τους ειδικούς” χωρίς να αλλάξεις το κείμενο
- 

### Case 5 — Σχόλια κοινού και παραπληροφόρηση

Κάτω από άρθρο για διαιτησία, εμφανίζονται σχόλια με ψευδή “στοιχεία” και προσωπικές επιθέσεις. Ταυτόχρονα, στα σχόλια υπάρχουν και χρήσιμες παρατηρήσεις που διορθώνουν μικρά λάθη. Θέλεις να κρατήσεις διάλογο χωρίς να γίνει “βόθρος”.

#### Ποια πολιτική είναι η καλύτερη;

- α) Κλείνεις σχόλια σε όλα τα άρθρα διαιτησίας
- β) Αφήνεις ελεύθερα σχόλια γιατί η αυτορρύθμιση λειτουργεί
- γ) Εφαρμόζεις κανόνες κοινότητας + moderation, pin με διευκρινίσεις/πηγές, και

αφαιρείς επιθέσεις/ψευδείς ισχυρισμούς με διαφάνεια στους κανόνες

δ) Επιτρέπεις σχόλια μόνο σε verified λογαριασμούς χωρίς moderation

---

### Case 6 — Automation: αποτελεσματικότητα ή αυθεντικότητα;

Η ομάδα social αυτοματοποιεί posts (προγραμματισμός, auto-replies). Σε κρίση (σοβαρός τραυματισμός), το σύστημα ανεβάζει προγραμματισμένο “fun meme” και auto-reply “Thanks for your comment!”. Η κοινότητα εξοργίζεται.

**Ποια είναι η πιο σωστή “ώριμη” λύση;**

α) Κατάργηση όλων των αυτοματισμών μόνιμα

β) Διατήρηση αυτοματισμών, αλλά μόνο σε ώρες χαμηλής επισκεψιμότητας

γ) Πρωτόκολλο κρίσης: pause scheduled posts, human review, κανόνες tone-of-voice, και automation μόνο σε μη-ευαίσθητα περιεχόμενα

δ) Αύξηση auto-replies για να “ηρεμήσει” το κοινό γρήγορα

---

### Case 7 — Πολυμεσική αφήγηση (multimedia)

Έχεις ρεπορτάζ για έναν αγώνα με αμφισβητούμενη φάση. Το κοινό διχάζεται. Έχεις διαθέσιμο 1 clip 10” και τα στατιστικά της φάσης. Θες ο αναγνώστης να καταλάβει, όχι απλώς να “νιώσει”.

**Ποια επιλογή είναι καλύτερη;**

α) Βάζεις το clip και αφήνεις το κοινό να βγάλει συμπέρασμα χωρίς άλλο σχόλιο

β) Βάζεις clip + 1 γράφημα (π.χ. παρ/θέση/χρόνος) + 5–6 γραμμές “τι βλέπουμε” και τι δεν δείχνει το υλικό

γ) Βάζεις 5 clips από social τρίτων για να καλύψεις όλες τις γωνίες

δ) Γράφεις εκτενές κείμενο χωρίς πολυμέσα για να μη “χειραγωγήσει” η εικόνα

---

### Case 8 — Hashtags με στρατηγική

Ανεβάζεις post για ανάλυση τακτικής (pressing) σε ελληνικό ντέρμπι. Θες να σε βρουν και “ποδοσφαιρόφιλοι” και “ψαγμένοι”.

**Ποιο πακέτο hashtags είναι πιο έξυπνο;**

α) #football #sports #news #greece #match #goal #team #win #fans #stadium

β) #GreekFootball #DerbyName #Pressing #PPDA #YourBrandTag (5–6 συνολικά, όλα σχετικά)

γ) Μόνο 1 hashtag: #football (για να μη φαίνεται spam)

δ) Μόνο trending hashtags της ημέρας (έστω κι αν είναι άσχετα) για reach

---

### Case 9 — Επιλογή πλατφόρμας (στόχος vs κοινό)

Έχεις 2 formats: (i) 60” vertical highlights + (ii) 8’ ανάλυση με γραφήματα. Το κοινό σου είναι 18–24 και 25–40, μοιρασμένο. Θες και ανάπτυξη, και κύρος.

**Ποια στρατηγική διανομής είναι καλύτερη;**

α) Όλα στο TikTok — εκεί είναι όλοι, άρα καλύπτει τα πάντα

β) Short-form στο TikTok/Instagram και το 8’ στο YouTube (με teaser στα short-form)

γ) Όλα στο X για γρήγορη διάδοση, γιατί εκεί γίνεται το “αθλητικό debate”

δ) Μόνο στο site για να μη σε ελέγχουν αλγόριθμοι

---

### Case 10 — Παραπληροφόρηση σε πραγματικό χρόνο

Κυκλοφορεί “βίντεο” που φαίνεται να δείχνει σοβαρό επεισόδιο στις κερκίδες. Σου το στέλνουν 20 χρήστες. Δεν είσαι σίγουρος για χρόνο/τοποθεσία.

**Ποια είναι η πιο υπεύθυνη αντίδραση;**

α) Το ανεβάζεις με λεζάντα “δεν είναι επιβεβαιωμένο” για να ενημερώσεις

β) Περιμένεις ώρες χωρίς καμία ενημέρωση, για να είσαι 100% σίγουρος

γ) Κάνεις επαλήθευση (γεωεντοπισμός/metadata/σύγκριση με άλλες λήψεις),

δημοσιεύεις μόνο ό,τι τεκμηριώνεται και εξηγείς τι ξέρεις/τι όχι

δ) Ανεβάζεις “και τις δύο πλευρές” (ότι συνέβη/ότι δεν συνέβη) για ισορροπία

---

### Case 11 — Προσωπικό blog: έλεγχος vs διανομή

Δημοσιογράφος ανοίγει blog για να μη “χάνεται” στους αλγόριθμους. Όμως το traffic είναι χαμηλό. Θέλει ανεξαρτησία και ανάπτυξη.

**Ποια κίνηση είναι πιο σωστή;**

α) Να μεταφέρει όλο το περιεχόμενο αποκλειστικά σε social για reach

β) Να χτίσει newsletter/SEO βασικά, και να χρησιμοποιεί τα social ως “διανομέα”

### προς το blog με σταθερά formats

- γ) Να αγοράσει followers και ads για να φαίνεται μεγάλο
  - δ) Να γράφει πιο ακραία opinions για να γίνεται viral
- 

### Case 12 — Προσέλκυση νέων αναγνωστών: “μια φορά” ή “επιστρέφουν”;

Site ξεκινάει τώρα. Τα viral άρθρα φέρνουν spikes, αλλά δεν υπάρχει επιστροφή. Θες σταθερή βάση αναγνωστών.

#### Τι σχεδιασμό περιεχομένου κάνεις;

- α) Πολλά breaking posts/ημέρα, γιατί η συχνότητα φέρνει συνήθεια
  - β) 2–3 σειρές (π.χ. “Tactical Tuesday”, “Numbers after the match”) + συνέπεια + ποιοτική διανομή
  - γ) Μόνο long reads για κύρος, χωρίς short-form
  - δ) Μόνο multimedia γιατί “το κείμενο πέθανε”
- 

### Case 13 — Δεδομένα & στατιστικά: αξιοπιστία χωρίς παγίδες

Άρθρο γράφει: “Μετά την αλλαγή προπονητή, η ομάδα κερδίζει επειδή αυξήθηκε το xG”. Όμως έχεις μικρό δείγμα (3 αγώνες) και αδύναμους αντιπάλους.

#### Ποια διατύπωση/πρακτική είναι πιο σωστή;

- α) Να κρατήσεις το συμπέρασμα ως αιτιότητα — οι αριθμοί μιλάνε
  - β) Να παρουσιάσεις το εύρημα ως ένδειξη, να δώσεις πλαίσιο (αντίπαλοι/δείγμα) και να αποφύγεις αιτιακές υπερβολές
  - γ) Να αφαιρέσεις όλα τα δεδομένα για να μη μπερδέψεις
  - δ) Να βάλεις περισσότερα metrics ώστε “κάτι” να αποδειχθεί
- 

### Case 14 — Podcasts: βάθος ή απλή “κουβέντα”;

Ξεκινάς podcast. Θες να είναι δημοσιογραφικό, όχι καφενείο. Έχεις πρόσβαση σε παίκτες/προπονητές περιοδικά.

#### Ποιο format είναι καλύτερο;

- α) 60' ελεύθερη κουβέντα χωρίς δομή για αυθεντικότητα
- β) 25–35' με σταθερές ενότητες: ρεπορτάζ–ανάλυση–συνέντευξη–fact check “τι μάθαμε/τι ισχύει”

- γ) 10' μόνο highlights περιγραφές, σαν ραδιόφωνο
  - δ) Μόνο γνώμη/πρόβλεψη για να προκαλείς engagement
- 

### **Case 15 — Engagement: υγιές vs “θόρυβος”**

Ο editor ζητά “να ανεβάσουμε σχόλια”. Κάποιοι προτείνουν πιο προκλητικά posts. Εσύ θες engagement που δεν καίει την αξιοπιστία.

#### **Ποια επιλογή είναι πιο ώριμη;**

- α) Πιο “πολεμικοί” τίτλοι για να ανάβουν καβγάδες
  - β) Διαδραστικό περιεχόμενο με αξία (polls με context, Q&A, explainers) + απαντήσεις + κανόνες
  - γ) Μόνο πληρωμένες διαφημίσεις για να αυξηθεί engagement τεχνητά
  - δ) Αποφυγή αλληλεπίδρασης — η αξιοπιστία είναι μόνο μονόλογος
- 

### **Case 16 — Video highlights: ενημέρωση ή παραπλάνηση;**

Ανεβάζεις highlights 45”. Αν διαλέξεις μόνο τις καλύτερες φάσεις μιας ομάδας, φαίνεται ότι “πάτησε” την άλλη, ενώ η εικόνα του αγώνα ήταν ισορροπημένη.

#### **Ποια πρακτική είναι καλύτερη;**

- α) Να βάλεις μόνο τις πιο εντυπωσιακές φάσεις, γιατί αυτές θέλει το κοινό
  - β) Να επιλέξεις αντιπροσωπευτικές φάσεις και από τις δύο πλευρές + σύντομη λεζάντα πλαισίου
  - γ) Να μην ανεβάζεις highlights ποτέ — προκαλούν bias
  - δ) Να βάλεις όλα τα highlights (5 λεπτά) για πλήρη αντικειμενικότητα
- 

### **Case 17 — Αυθεντικότητα: προσωπικό ύφος vs επαγγελματική δεοντολογία**

Δημοσιογράφος είναι γνωστός φίλαθλος ομάδας. Κάνει ρεπορτάζ για αυτήν. Το κοινό τον “μετράει” για προκατάληψη.

#### **Ποια πρακτική ισορροπεί καλύτερα;**

- α) Να δηλώνει “είμαι οπαδός και δεν το κρύβω” και να γράφει ελεύθερα
- β) Να αποφεύγει πλήρως το ρεπορτάζ της ομάδας του
- γ) Διαφανής δήλωση σύγκρουσης όπου χρειάζεται + αυστηρή τεκμηρίωση/πηγές +

### διαχωρισμός είδησης/σχολίου

δ) Να γράφει υπερβολικά ουδέτερα για να μη φανεί bias (χωρίς ανάλυση)

---

### Case 18 — Παραδοσιακή vs ψηφιακή: το “feedback loop”

Σε ψηφιακό άρθρο έγινε λάθος σε ένα όνομα. Στα σχόλια το επισημαίνουν 5 χρήστες. Στην έντυπη εκδοχή θα διορθωνόταν “την επόμενη μέρα” (αν διορθωνόταν).

#### Ποια πρακτική δείχνει ψηφιακή ωριμότητα;

α) Σβήνεις το άρθρο και το ανεβάζεις ξανά χωρίς να πεις τίποτα

β) Διορθώνεις, αλλά χωρίς σημείωση για να μη “φαίνεται”

γ) Διορθώνεις και προσθέτεις σημείωση αλλαγής (timestamp/τι άλλαξε), ειδικά αν επηρεάζει νόημα

δ) Αφήνεις το λάθος γιατί “δεν είναι και τίποτα”

---

### Case 19 — Live streaming σε ιδιόκτητο site: τεχνικό ρίσκο

Κατά τη διάρκεια live, το site πέφτει λόγω traffic. Στα social, το live θα άντεχε. Θες να συνεχίσεις στο site για έλεγχο/έσοδα, αλλά δεν θες φιάσκο.

#### Ποια στρατηγική είναι πιο σωστή;

α) Επιμένεις μόνο στο site — αλλιώς χάνεις τον έλεγχο

β) Πας μόνο σε social — αλλιώς ρισκάρεις πάντα

γ) Υβριδικό: βασικό stream σε ανθεκτική υποδομή (CDN/backup) + mirror/contingency σε social για failover

δ) Μειώνεις ποιότητα βίντεο στο ελάχιστο για να μην πέσει

---

### Case 20 — Ποιότητα άρθρου: clicks vs δημοσιογραφική αξία

Δύο άρθρα:

A: 100k clicks, αλλά αναπαραγωγή άλλων.

B: 15k clicks, αλλά πρωτότυπο ρεπορτάζ με πηγές και έγγραφα.

#### Ποιο κριτήριο αξιολόγησης είναι πιο σωστό για πανεπιστημιακό/δημοσιογραφικό πλαίσιο;

α) Μόνο clicks — αυτά μετράνε

β) Μόνο πρωτοτυπία — τα metrics δεν έχουν σημασία

γ) Πολυκριτηριακό: πρωτοτυπία/τεκμηρίωση/σαφήνεια/λογοδοσία + μετρικές κοινού ως δευτερεύουσες

δ) Μόνο χρόνος παραμονής, γιατί δείχνει ποιότητα

---

### Case 21 — Αντικειμενικότητα σε ντέρμπι

Σε ντέρμπι, δύο “στρατόπεδα” κατηγορούν το μέσο για μεροληψία. Έχεις στοιχεία και από τις δύο πλευρές, αλλά το θέμα είναι φορτισμένο.

**Ποια επιλογή είναι καλύτερη;**

α) Ισορροπία = 50/50 χώρο, ακόμη κι αν τα στοιχεία δεν είναι 50/50

β) Παρουσιάζεις τεκμήρια, δίνεις πλαίσιο, ξεχωρίζεις γεγονότα από ερμηνεία και δηλώνεις τι δεν μπορείς να επιβεβαιώσεις

γ) Παίρνεις ξεκάθαρα θέση για να τελειώνει η συζήτηση

δ) Αποφεύγεις το θέμα εντελώς

---

### Case 22 — Επικαιροποίηση: breaking ή evergreen;

Έχεις άρθρο “Τι είναι το xG;” (evergreen) και άρθρο “τραυματισμός παίκτη” (breaking). Ποιο πρέπει να ενημερώνεται και πώς;

**Ποια πολιτική είναι πιο σωστή;**

α) Μόνο το breaking ενημερώνεται — evergreen δεν αλλάζει ποτέ

β) Και τα δύο: breaking με timestamp updates, evergreen όταν αλλάζουν ορισμοί/εργαλεία/παραδείγματα (με σημείωση ανανέωσης)

γ) Evergreen ενημερώνεται κάθε εβδομάδα για SEO, ακόμη κι αν δεν αλλάζει κάτι

δ) Κανένα — οι διορθώσεις δημιουργούν σύγχυση

---

### Case 23 — Ρόλος social media: διαφάνεια/λογοδοσία

Έκανες λάθος σε μια πληροφορία που ανέβασες σε story (εξαφανίζεται σε 24 ώρες). Το άρθρο στο site διορθώθηκε, αλλά το story το έχουν δει χιλιάδες.

**Ποια κίνηση είναι πιο υπεύθυνη;**

α) Τίποτα — το story έληξε, άρα τελείωσε

β) Νέο story/ανάρτηση διόρθωσης με ξεκάθαρη αναφορά στο λάθος και link στο διορθωμένο κείμενο

- γ) Σιωπηλή διόρθωση μόνο στο site, για να μη δώσεις έκταση
  - δ) Μεταθέτεις ευθύνη: “έτσι το είπατε εσείς στα DM”
- 

### **Case 24 — Mobile journalism: ταχύτητα χωρίς ρίσκο**

Καλύπτεις αγώνα μόνο με κινητό. Κάποιος σου στέλνει “εσωτερικό” βίντεο από αποδυτήρια. Είναι juicy, αλλά δεν ξέρεις αν είναι σημερινό.

#### **Ποια είναι η πιο σωστή κίνηση;**

- α) Το ανεβάζεις — το mobile journalism είναι ταχύτητα
  - β) Το αγνοείς πάντα — τα UGC είναι επικίνδυνα
  - γ) Επαλήθευση (χρόνος/χώρος/συμφραζόμενα) + αξιολόγηση δεοντολογίας/ιδιωτικότητας πριν από οποιαδήποτε χρήση
  - δ) Το ανεβάζεις αλλά θολώνεις πρόσωπα, άρα είσαι καλυμμένος
- 

### **Case 25 — Ρεπορτάζ διαφθοράς: τεκμηρίωση vs κίνδυνος**

Whistleblower σου δίνει έγγραφα που υπονοούν στημένο παιχνίδι. Δεν είναι πλήρως επαληθευμένα. Υπάρχει νομικός κίνδυνος. Θες και δημόσιο συμφέρον.

#### **Ποια προσέγγιση είναι καλύτερη;**

- α) Δημοσίευση άμεσα “βόμβα” — αν είναι ψέμα, θα φανεί
- β) Πλήρης σιωπή μέχρι να βγει δικαστική απόφαση
- γ) Σταδιακή έρευνα: επιβεβαίωση εγγράφων, δεύτερες πηγές, νομικός έλεγχος, δικαίωμα απάντησης των εμπλεκομένων πριν τη δημοσίευση
- δ) Δημοσίευση μόνο ως “φήμη” για να μη φταις