TEHETSÉGGONDOZÁS • TANULMÁNY | TALENT MANAGEMENT • REVIEW

Az Olimpiák hatásai a sportolási hajlandóságra

The Effects of the Olympics on the Willingness to Participate in Sport

SZERZŐK / AUTHORS

Tóth Dávid Zoltán
Eötvös Loránd Tudományegyetem
toth.david@ppk.elte.hu

Kiss Dániel
Eötvös Loránd Tudományegyetem
kissde910@gmail.com

Absztrakt
A felgyorsult világ népbetegségei közé tartoznak a mozgásszegény életmódból fakadó betegségek (magas vérnyomás, mozgásszervi megbetegedések), ami napjainkban érte el csúcspontját, de a 2000-es években is több kutatás is jelezte már, hogy a társadalom egyre kevesebbet mozog. Számos kutató egyetért abban is, hogy ha pozitív példát mutatunk ennek a korosztálynak, az segíthet nekik abban, hogy rendszeresen mozogjanak. Kutatásunk szekunder tartalom- és dokumentumelemzésen alapult, amelynek keretében szisztematikusan vizsgáltuk a 2004-es, 2008-as, 2012-es, 2016-os és 2021-es olimpiai játékokkal kapcsolatos nemzetközi tudományos publikációkat. A szekunder adatgyűjtés alkalmazását az indokolta, hogy ez a megközelítés lehetővé tette a különböző kutatási eredmények összehasonlítását. Az elemzés célja az volt, hogy feltárja az olimpia és a helyi lakosság szabadidős célú testmozgásra való hajlandósága közötti összefüggéseket.
Kutatásunkból kiderült, hogy az olimpia jelentős infrastrukturális beruházásokkal jár, de maga az esemény, valamint az új létesítmények, pályák és parkok egyelőre nem lesznek hatással a mozgásszegény életmódot folytató emberek testmozgási szokásaira. Ezt szem előtt tartva kidolgoztunk egy kommunikációs stratégiát.

Kulcsszavak:
sportolási hajlandóság, olimpiák hatásai, kommunikáció

Abstract
Among the widespread health issues of our fast-paced world are diseases stemming from a sedentary lifestyle (high blood pressure, musculoskeletal disorders), which have reached their peak today; however, as early as the 2000s, several studies had already indicated that society was becoming increasingly sedentary. Many researchers also agree that setting a positive example for this age group can help them start exercising regularly. Our research was based on secondary content and document analysis, in which we systematically examined international academic publications related to the 2004, 2008, 2012, 2016, and 2021 Olympic Games. The use of secondary data collection was justified by the fact that this approach allowed for the comparison of various research findings. The aim of the analysis was to explore the relationships between the Olympics and the local population's willingness to engage in physical activity from a recreational perspective.
Our research revealed that the Olympics involve major infrastructure investments, but the event itself and the new facilities, tracks, and parks will not yet have an impact on the exercise habits of people who lead sedentary lifestyles. With this in mind, we developed a communication strategy.

Keywords:
willingness to participate in sports, the impact of the Olympics, communication

CIKK MÉRFÖLDKÖVEI / ARTICLE HISTORY
Benyújtva: 2025.10.19.
Átdolgozva: 2026.06.17.
Elfogadva: 2026.06.18.
Megjelent: 2026.07.17

DOI:
https://doi.org/10.21486/recreation.2026.16.1-2.3

CC BY NC ND

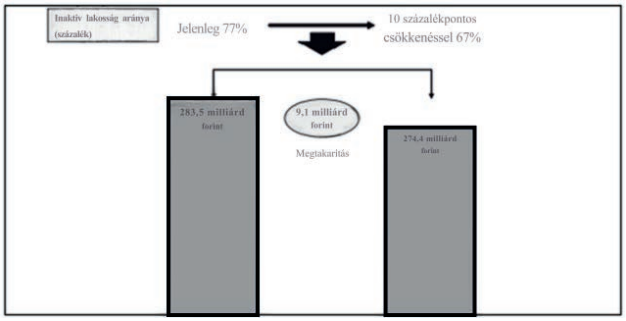
Bevezetés

Kutatásunk fő problémakörét a WHO (2022) mérése adta, ami kimondja, hogy Európa lakosságának fele túlsúlyos vagy elhízott, ami a mozgásszegény életmóddal magyarázható (Malina & Katzmarzyk, 2006; Maklári & Bartha 2020; Szigethy, et al., 2024). A mozgásszegény életmódnak több negatív externáliája is van, mert az elhízással növeljük:

- A krónikus légúti betegségek;
- Az alkoholmentes zsíros májbetegség;
- A krónikus vese betegség;
- A mozgásszervi szövődmények;
- A szív- és érrendszeri betegségek;
- A cukorbetegség;
- A mentális egészség problémák;
- valamint a rák kialakulásának kockázatát (Maklári & Bartha 2020; WHO, 2022; Szigethy, et al., 2024).

A WHO (2022) mérésében felhívja a figyelmet, hogy a 7-9 éves gyerekeknél egyre nagyobb arányban jelenik meg a túlsúly problémája és az elhízás. Továbbá aggasztó tény, hogy a kisiskolás korúak körében egyre gyakoribb a helytelen testtartás, ami hosszú távon mozgásszervi megbetegedéshez vezethet (WHO, 2022).

A mozgásszegény életmódnak az egészségre gyakorolt negatív hatása mellett negatív gazdasági következményei is vannak (Ács, et al., 2016; Vörös & Koppány, 2019; Koskinen 2022; Faragó, 2024). Ács és munkatársai 2016-ban kiemelték, ha hazánkban 10 százalékponttal csökkenne az inaktivitás, akkor az állam több, mint 9 milliárd forint költségmegtakarítást érhetne el. Az inaktivitás 10 százalékpontos csökkentésével megvalósítható elméleti nemzetgazdasági megtakarításokat az 1. kép mutatja be.



1. kép: A fizikai aktivitás nemzetgazdasági hatásai/
The economic impact of physical activity (Ács, et al., 2016)

Az 1. kép megmutatja, amennyiben az inaktív lakosság aránya csökken, azzal várhatóan nemzetgazdasági megtakarítások jönnének létre, mert az aktív életmód növelheti a várható élettartamot. Faragó (2024) rámutat arra, hogy amennyiben a várható élettartam egy évvel növekszik, az 4%-os GDP-emelkedéssel járna.

A fentiek ismeretében a kutatók vizsgálják, hogyan lehet mozgásra ösztönözni a lakosságot. Weed és munkatársai (2015) kiemelték, hogy a hivatásos sport szereplői (klubok, sportolók) által közvetített üzeneteket nagyobb figyelemmel és elfogadással követik a szurkolóik, mint egyéb közszereplők üzeneteit (Kajos, 2019; Li, et al., 2022; Tóth, 2025). A 2020-as években megjelent digitalizáció és a rendszeres kommunikáció miatt a példaképhatás/szerepmodellezés még tovább erősödött (Fűzy, 2015; Tóth, 2025). A fentiek ismeretében többen kiemelték, hogy a sportolók, klubok lehetnek az egyik megoldás a fiatalok mozgásra történő motiválására (Bene & Móre, 2017; Bács & Kozma, 2018; Müller, 2018; Kajos, 2019; Li, et al., 2022; Tóth, 2025). Nagy és Tobak (2015), valamint Vörös és Koppány (2019) arra a következtetésre jutottak, hogy az olimpiák e folyamat kulcsfontosságú tényezőivé válhatnak. Ezt a társadalmi kötődéssel, valamint az infrastrukturális fejlesztésekkel magyarázzák. Külföldi és hazai kutatások is egyetértenek abban, hogy az olimpikonok ebben az időszakban nagyobb figyelmet kapnak a szurkolóktól (Gold & Gold 2008; Preuss, 2018; Müller, 2018; Kajos, 2019; Tóth, 2025).

A sportolói példakép-hatás egyik magyarországi példája, Hosszú Katinka esete. Karrierje csúcsán egy sikeres, népszerű és inspiráló sportoló volt, aki felismerte, hogy képes hatni a fiatalokra. Katinka és a hazai rendezésű vizes világbajnokság(ok) hatása miatt többen kezdtek el úszni, és érdeklődni az úszás sportága iránt. A kutatók azt is kiemelték, amennyiben ez a kommunikáció nincs fenntartva, akkor a hatás rövidtávú lesz (Wicker & Sotiriadou, 2013; Weed, et al., 2015; Kajos, 2019; Tóth, 2025). A sportolói példakép hatás az alábbi módon épül fel:

1. Azonosulás a sportolóval
   a. A kutatók egyetértenek abban, hogy az azonosuláshoz kell a sportoló sikeressége, mert ez kelti fel elsőként az emberek figyelmét (Wicker & Sotiriadou, 2013; Weed, et al., 2015; Kajos, 2019; Tóth, 2025).
2. Médiahatás
   a. A siker itt is elengedhetetlen, mert a média szereplői egy sportsiker hatására jobban foglalkoznak a sportolókkal, és ennek hatására több emberhez tud eljutni a sportoló és az üzenete (Fűzy, 2015; Kajos, 2019; Li, et al., 2022; Tóth, 2025)
   b. A digitalizáció miatt a kapcsolattartás a sportoló és a sportklubok között napi szintű lett, így megerősítve az érzelmi elköteleződést (Wicker & Sotiriadou, 2013; Weed et al., 2015; Fűzy, 2015; Kajos, 2019; Li et al., 2022; Tóth, 2025).
3. Növekvő sportági érdeklődés
   a. Témánk szempontjából a példakép-hatás legutolsó és legfontosabb pontja a sportág iránti érdeklődés. Az eddigi kutatások azt bizonyítják, hogy a legtöbb sportoló és sportklub a passzív érdeklődés (események megtekintése szurkolóként) növelésére használja fel a kapott figyelmet, és kevesebb energiát fektet az aktív érdeklődés (sportolás) népszerűsítésére (Wicker & Sotiriadou, 2013; Weed, et al., 2015; Tóth, 2025). Lentebb, a koncepcionális modellünkben több megoldási lehetőséget is bemutatunk, hogyan lehet a kapott érdeklődést a sportolási hajlandóság növelésére fordítani.

A pozitív kapcsolat másik okozója az olimpia miatt létrehozott, vagy felújított sport infrastrukturális beruházások, amiket a rendezés után, a szabadidős-sportolók számára is megnyitnak (Nagy & Tobak 2015; András & Máté, 2016; Overmyer, 2017; Bács, et al., 2018; Gyömörei & Máté, 2019; Maklári & Bartha, 2020; Banio, et al., 2021; Papanikos, 2022; Koskinen, 2022; Faragó, 2024). Nagy és Tobak (2015) hazai kutatásában is erről a pozitív összefüggésről publikáltak adatokat. A kutatásból kiderült, hogy a megkérdezettek 81%-a végezne gyakrabban sporttevékenységet, amennyiben ezt megfelelő infrastruktúra támogatná. A magyar kutató páros hangsúlyozza, hogy a fogyasztói igényeket fontos kielégíteni (Nagy & Tobak, 2015).

A fenti adatokból következik, hogy a 21. század legnagyobb sporteseményének fontos feladata, hogy felhívja a figyelmet az egészség prevenciójának fontosságára, valamint segítse a rekreációs sportágak terjesztését. Szekunder kutatásunkban azt vizsgáltuk, hogy a 2004-es, 2008-as, 2012-es, 2016-os és 2021-es olimpiák mennyire tudtak segíteni ebben, milyen hatással voltak az adott ország lakosainak sportolási hajlandóságára.

Módszerek:

Kutatásunk szekunder jellegű tartalom- és dokumentumelemzésen alapult, amelynek keretében strukturált módon vizsgáltuk a 2004-es, 2008-as, 2012-es, 2016-os és 2021-es (eredetileg 2020-ban került volna megrendezésre, de a Covid-19 járványhelyzet miatt erre 2021-ben került sor) olimpiai játékokhoz kapcsolódó nemzetközi tudományos publikációkat. A keresés a 2000 és 2025 között megjelent tudományos publikációkra terjedt ki. Az időintervallum kiválasztása azzal magyarázható, hogy a vizsgálat a 2004 és 2021 között megrendezett olimpiai játékokhoz kapcsolódó társadalmi hatásokat elemezte, így szükséges volt az eseményeket megelőző és követő kutatások elemzése is. A szekunder adatgyűjtés alkalmazását az indokolta,

hogy ez a megközelítés lehetőséget biztosított különböző kutatási eredmények összehasonlítására. Az elemzés célja az volt, hogy feltárjuk az olimpiák és a helyi lakosság mozgási hajlandósága közötti összefüggéseket rekreációs szemléletben.
A vizsgálat során lektorált folyóiratcikkeket, empirikus kutatásokat, longitudinális vizsgálatokat elemeztünk, amelyek az olimpiai játékok egészségmagatartási következményeit vizsgálták. Az adatgyűjtés online környezetben a Google Scholar keresőmotor alkalmazásával előre meghatározott kulcsszavak és kombinációik segítségével történt. A kulcsszavak az alábbiak voltak:

- Egészségmagatartás
- Sportlétesítmények hatása a sportolási hajlandóságra
- Az olimpiák gazdasági hatásai
- Az olimpiák társadalmi hatásai
- A fizikai aktivitás ösztönzésének lehetőségei
- A megasport események társadalmi hatásai
- Olympic Games' effects on public health
- Changes to London's sports infrastructure
- The pillars of social media communication
- Trickle-down effect

A dokumentumelemzés során egyértelmű beválasztási és kizárási kritériumokat alkalmaztunk. Beválasztási feltétel volt, hogy a vizsgált tanulmány:

- konkrétan a megjelölt olimpiák egyikéhez kapcsolódjon,
- empirikus adatokat tartalmazzon a sportolási hajlandóság változásáról,
- empirikus adatokat közöljön a rekreációs sportolásra is felhasználható infrastrukturális fejlesztésekről,
- a fenti mutatókban vizsgálja az olimpia előtti, alatti és/vagy utáni időszakot.

Kizárási kritériumként jelent meg:

- nem közölt empirikus adatokat,
- nem tartalmazott információt sem a fizikai aktivitással, sem pedig az infrastrukturális fejlesztésekkel kapcsolatban,
- nem tette lehetővé az olimpiai események közötti összehasonlíthatóságot.

Kutatásunkat 5 szűrési szakaszra bontottuk. A kulcsszavak segítségével egy 538 elemszámból álló szakirodalmi (angol és magyar nyelvű) anyag állt a rendelkezésünkre, amiket a kizárási kritériumok alkalmazásával tudtunk csökkenteni, végül a beválasztási feltételeknek 29 tanulmány felelt meg.
A szakirodalmi áttekintés végleges keretrendszerébe ezt a 29 tanulmányt használtuk fel, amelyek közül 14 közvetlenül az olimpiai játékokkal, és azok társadalmi, gazdasági hatásaival foglalkozik. A feldolgozott szakirodalmak alapján interdiszciplináris megközelítést alkalmaztunk, amely elsősorban a sportgazdaságtan, az egészségtudomány, a sportmenedzsment és a marketing tudományterületeire épült. Az elemzésbe bevont adatok rendszerezése tematikus kategóriarendszer mentén történt. A folyamat során előre definiált kategóriákat hoztunk létre, így kategorizáltuk az adatokat:

- a fizikai aktivitás változása (időbeli bontásban: olimpia előtt, alatt, után),
- a változás okai,
- az infrastruktúra-fejlesztések (új vagy felújított sportlétesítmények) hatása,
- a sportolói kommunikáció szerepe,
- valamint a fizikai aktivitás változásának esetleges gazdasági következményei.

A beválasztott irodalmak főbb jellemzői és állításai az alábbiak:

- a sport társadalmi és gazdasági értéke jelentős;
- az olimpiák pozitív hatása nem automatikus;
- a hosszú távú sportolási hajlandóságra gyakorolt hatás tudatos tervezést igényel;
- az aktív sport fontos közegészségügyi eszköz;
- a sportinfrastruktúra közösségi hasznosítása kiemelten fontos

Az adatok feldolgozása során elemzési eljárást alkalmaztunk. A vizsgált olimpiákhoz kapcsolódó eredményeket hasonlítottuk össze, és azonosítottuk a visszatérő mintázatokat. A módszer lehetővé tette a különböző időpontokban és helyszíneken végzett kutatások integrált értelmezését, segítve azok megértését. A megbízhatóság biztosítása érdekében kizárólag olyan adatokat vettünk figyelembe, amelyek korábban validált kutatásokból származtak.
A szekunder kutatás miatt a mérésünknek vannak korlátai, amelyek befolyásolják a bemutatott eredmények általánosíthatóságát. Az elemzés alapját más kutatók által végzett vizsgálatok eredményei képezték, aminek következtében a kutatás függött a bevont tanulmányok módszertani sajátosságaitól.

Hipotézisek

H1: A vizsgált olimpiák alatt a sportolási hajlandóság 5 százalékpontnál kisebb növekedést ért el. (Wicker & Sotiriadou, 2013).

H2: A vizsgált olimpiák infrastrukturális beruházásainak mennyisége és a sportolási hajlandóság változása között nincs szignifikáns összefüggés.

Eredmények

Több kutató álláspontját fentebb már említettük, miszerint az olimpiák rendezése segít a rendező város szabadidős tevékenységeinek, sportolási helyszíneinek vagy turisztikai látványosságainak fejlesztésében is, így segítve a sportolási hajlandóság növekedését (Li, 2015; Ács, et al., 2016; Lockstone-Binney, et al., 2016; András & Máté, 2016; Vörös & Koppány, 2019; Banio, et al., 2021; Papanikos, 2022; Koskinen 2022). Kutatásunk során megosztó adatokat kaptunk. Ezt az 1. táblázat mutatja be.

Olimpia éve/ Helyszínek	Összesen (db)	Új (db)	Meglévő felújítva (db)	Ideiglenes (db)	Sportolási hajlandóság változása (százalékpont)
2004 Athén	36	22	13	1	4,1 százalékpontos növekedés
2008 Peking	31	12	11	8	5,6 százalékpontos növekedés
2012 London	28	6	19	3	6 százalékpontos növekedés*
2016 Rio De Janeiro	34	16	18	0	1,3 százalékpontos növekedés
2021 Tokió	43	8	25	10	1,1 százalékpontos növekedés

*100 napon belül eltűnt a hatás

1. táblázat: Az elemzett olimpiák hatásai a sportolási hajlandóságra/ The impact of the analysed Olympics (Li, 2015; Lockstone-Binney, et al., 2016; Kokolakakis, et al., 2019; Banio, et al., 2021; Koskinen, 2022; Papanikos, 2022) alapján saját szerk.

Az első hipotézisünk egyes helyszínek tekintetében beigazolódott, de volt olyan helyszín, ahol a változás átlépte az 5 százalékpontos küszöböt. A vizsgált irodalmak alapján a pekingi és a londoni olimpia ért el 5 százalékpontos, vagy nagyobb növekedést.

- Az athéni olimpia esetében 4 százalékpontos növekedés volt látható (Papanikos 2022).
- Pekingben (2008) 5,6 százalékpontos növekedést mértek a fizikai aktivitás tekintetében.
- A londoni olimpia kapcsán Li (2015), valamint Lockstone-Binney és munkatársai (2016) arra a következtetésre jutottak, hogy a 6 százalékpontos növekedés csak rövid ideig tartott (kutatók pozitív, de rövidtávú hatást mértek).
- Rióban 1,3 százalékpontos növekedést mértek
- A tokiói (2021) olimpia esetében 1,1 százalékpontos (156.000 ember) mértek. [**ami a többi rendezőhöz képest kevesebb, de az olimpia a Covid-19 járvány miatt nézők nélkül került megrendezésre.*(Banio, et al., 2021.)]

Az általunk gyűjtött adatok megegyeznek abban is, hogy a növekedés rövidtávú és az olimpia végétől számított mindössze 100 napon belül visszatér az eredeti kiindulópontra. Itt ki kell emelnünk, hogy a vizs-

gált olimpiai játékok – a rendező ország sajátosságai miatt - eltérő társadalmi, gazdasági, kulturális környezetben valósultak meg, ami megnehezíti az eredmények közvetlen összehasonlítását. A sportolási hajlandóság változását számos olyan külső tényező is befolyásolhatta, amelyek nem kizárólag az olimpiai eseményekhez kapcsolódtak:

- az adott ország sportpolitikája,
- gazdasági helyzete,
- egészségfejlesztési programjai,
- vagy demográfiai sajátosságai.

A vizsgált dokumentumok viszont abban egyetértettek, hogy a kutatásban szereplő olimpiák során minimális edukációs és motivációs eszközöket alkalmaztak a szervezők. Főleg a passzív sportfogyasztás ösztönzése volt hangsúlyos, nem pedig az aktív sportolók számának növelése. Előbbi rövidtávú és könnyen mérhető adat, míg utóbbi hosszútávon fejti ki gazdasági hatásait, és nehezen mérhető a hatásvizsgálat.

Második hipotézisünk - *A vizsgált olimpiák infrastrukturális beruházásainak mennyisége és a sportolási hajlandóság változása között nincs szignifikáns összefüggés – beigazolódott. A rendező országok infrastrukturális fejlesztései:*

- Athén – 11,2 milliárd EUR 4,1%-os növekedés
- Peking – 41,3 milliárd EUR 5,6%-os növekedés
- London - 9,3 milliárd EUR 6%-os növekedés (*100 napon belül eltűnt a hatás)
- Rio de Janeiro – 7,5 milliárd EUR 1,3%-os növekedés
- Tokió – 15,4 milliárd EUR 1,1%-os növekedés

Jól látható, hogy a sportinfrastruktúra fejlesztésére fordított összeg mértéke és a sportolási hajlandóság növekedése között nincsen szignifikáns összefüggés. Elemzésünk alapján a fejlesztések valóban szolgálták az amatőr sportolókat is. Rióban például új kerékpárutak épültek az eseményre, és 16 új sporthelyszínt hoztak létre, valamint 18 meglévő helyszínt újítottak fel. A többi helyszínen az sportinfrastrukturális fejlesztések az alábbi módon oszlottak meg:

- Athén 36 sporthelyszín 22 új 13 felújítás 1 ideiglenes
- Peking 31 sporthelyszín 12 új 11 felújítás 8 ideiglenes
- London 28 sporthelyszín 6 új 19 felújítás 3 ideiglenes
- Rio de Janeiro 34 sporthelyszín 16 új 18 felújítás 0 ideiglenes
- Tokió 43 sporthelyszín 8 új 25 felújítás 10 ideiglenes

Az elemzés alapján arra a következtetésre jutottunk, hogy a beruházások volumene és a sportolási hajlandóság változása között nem igazolható szignifikáns összefüggés, így a második hipotézisünk igazolást nyert. Összességében az általunk vizsgált eredmények arra utalnak, hogy az olimpiai játékok által generált infrastrukturális és kommunikációs hatások elsősorban rövid távon hatnak a sportolási hajlandóság pozitív változására, és nem vezetnek tartós viselkedésváltozáshoz. Ennek megoldására egy koncepcionális megközelítést dolgoztunk ki, amelyet a következtetésben részletesen ismertetünk.

Következtetés

Kutatásunk során kiderült, hogy az olimpiák nagy infrastrukturális beruházásokkal járnak, de csak az esemény és az új eszközök, pályák, parkok nem fognak hatni az inaktív életmódot folytatók sportolási szokásaira. Az általunk felhasznált irodalmakban többen hivatkoztak a trickle-down hatásra, amit először Wicker és Sotiriadou (2013) úgy írt körül, hogy az események előtti időszakban megnő a sportolási kedv, ám az esemény végeztével nem marad meg ez a felívelő trend, hanem visszasüllyed a kezdeti pontra. A fentiek alapján nem véletlenül jelentették ki Weed és munkatársai (2015), hogy amennyiben egy olimpia megrendezésének elsődleges célja, a fizikai inaktivitás csökkentése, akkor a sportesemény egy rossz befektetés lesz. Ez az állítás annak tudatában bizonyosodik be, hogy kutatók többsége arra a következtetésre jut, hogy a fizikai aktivitás növekedése, egy mega-sportesemény következtében, csak rövid hatású, és az eseményt követően visszaesik a kezdeti szintre (Wicker & Sotiriadou, 2013; Weed, et al., 2015; Kokolakakis, et al., 2019). A felhasznált kutatások alapján, kimondható, hogy az általunk vizsgált olimpiák, bár sok új sportinfrastruktúrát adtak a szabadidős-sportolóknak, rövidtávon minimális, míg hosszútávon semmilyen szignifikáns változást nem eredményeztek a sportolási hajlandóság kapcsolatában (Weed, et al., 2015; Kokolakakis, et al., 2019; Banio, et al., 2021; Koskinen, 2022; Papanikos, 2022).

Pedig a legnagyobb gazdasági, és társadalmi hatása akkor lehetne egy olimpiának, ha ezt a sportolási aktivitás növekedést hosszútávon is fent tudná tartani az esemény. Véleményünk szerint ahhoz, hogy megfelelően használjuk fel az olimpiákat egy tudatosabb tevékenységre van szükség. Ennek érdekében három szempontot határoztunk meg, amelyek segíthetnek a cél elérésében (fizikai aktivitás szignifikáns és hosszútávú növekedése). A három fő pillér az edukáció, fogyasztói igények felmérése, és a sportolási lehetőségek biztosítása. A szempontokat indoklással, és olyan kérdések feltevésével foglaltuk össze a 2. táblázatban, amelyek tapasztalataink szerint segíthetnek egy mega-sporteseményt rendező városnak abban, hogy hosszútávon növelje a fizikailag aktívak számát a társadalomban.

Társadalom aktív sportolásra buzdító kommunikációjának pillérjei	Pillér pontosabb bemutatása
Edukáció	Miért is fontos sportolni? Milyen betegségek előzhetők meg? Milyen gazdasági előnyokkel járhat a sportos életmód az egyén szemszögéből?
Fogyasztói igények felmérése, a létesítmények létrehozatalakor	Kutatásunk során megtudtuk, hogy a mai posztmodern világunkban, már csak olyan létesítményeket érdemes létrehozni, amelyek az év 365 napján képesek működni. Ezt leghatékonyabban úgy érhetjük el, ha olyan szabadidős létesítményeket hozunk létre, amelyeket az ott élő emberek számára tudunk utó hasznosítani.
Sportolási lehetőségek biztosítása	Olyan sportolási lehetőségek biztosítása a sportesemény alatt, amelyek kötődnek az adott rendezvényhez, előtérbe helyezve az adott sportág könnyebb/rekreációs megjelenését.

2. táblázat: Hogyan használjuk fel egy mega-sporteseményt, a fizikai aktivitás növelésére egy fizikailag inaktív társadalomban?
How do we use a mega sporting event to increase physical activity in a physically inactive society? (saját szerkesztés)

Az első feladatunk az edukáció, amely során a célcsoportnál a fő trigger pontjaink az alábbiak lennének:

- az egészség megőrzése,
- betegségek elkerülése,
- az egyén számára hasznos gazdasági hatások bemutatása.

Véleményünk szerint a fizikailag inaktívakat hatásosabban érjük el, ha a sportolás pozitív hatásait emeljük ki, és a gazdasági lehetőségeire fordítjuk a hangsúlyt. Fentebb már említettük, hogy a nemcsak felnőttkorban, hanem már a gyerekeknél is megjelent a túlsúly problémája, így a szülői edukáció sem maradhat el. Fel kell hívni a szülők figyelmét (és az olimpia nagy média érdeklődése miatt jó lehetőség) arra, hogy az élethosszig tartó sportolás milyen pozitív hatásokkal jár. A civilizációs megbetegedések megelőzésének lehetőségeit kell bemutatni. Egy ilyen program során érdemes élsportolókat is bevonni, mert a hitelességük mellett széles közönséghez is eljutnak a gondolataik (Fűzy, 2015; Kajos, 2019, Li, et al., 2022; Tóth, 2025). Az élsportolók mellett a szimpátia érzése miatt az edukációba be kell vonni aktív szabadidős-sportolókat, akik hitelesebben tudják bemutatni, miként fér bele a hétköznapjaikba a mozgás. A kulcs, hogy az edukációt időben – több évvel az esemény előtt – el kell kezdeni, valamint állandó ellenőrzésre, visszamérésre van szükség.

Nagyon fontos, hogy a sportinfrastruktúra fejlesztése közben ott legyen az utóhasznosítás gondolata is, ezért fontos felmérni a szabadidős-sportolók igényeit. A verseny ideje alatt valóban a hivatásos sportolók fogják használni, ám azután a néhány hét után már a szabadidős-sportolóké a főszerep, és az Ő igényeiket ugyanúgy ki

kell tudnia elégítenie a létesítménynek. Fent már kifejtettük, hogy van kapcsolat a sportlétesítmények elérhetősége és a fizikai aktivitás között. Erre már láthatunk pozitív példákat, például az kültéri edzőparkokban megjelenő QR kódos rendszerek, amelyek egy applikáció segítségével segítenek az edzésekben.

A harmadik feladatunk, hogy az események köré építsünk sportolási lehetőségeket. A 2023-as hazai rendezésű atlétika világbajnokságon a szervezők ajándékkal jutalmazták azt, aki sportolt. Véleményünk szerint ez egy követendő példa, mert ösztönző hatása van, ráadásul a mozgás „segítségével "elérhető áron juthatunk el egy mega-sporteseményre. Egyre több sportklubnál is láthatjuk, hogy rendelkeznek Szurkolói Zónával, ahol a programok közé be lehet vonni sportolási lehetőségeket is. Új sportágakat is mutathatunk a szurkolóknak, így kimozdítva őket a fizikailag inaktív életmódból.

Kutatásunk során többször utaltunk arra, miképpen lehet tudatosabban – a sportolókat bevonva – egy kommunikációs stratégiát felépíteni, ami alkalmazkodni tud a kor sajátosságaihoz, valamint fel tudja használni az olimpia során kapott nagyfokú figyelmet. Tóth (2025) kutatásában arról számolt be, hogy a mintájának több mint 70%-a szívesen használja a közösségi médiát, mint szórakoztató „eszközt" és a napi 2,5 órát is eléri az ott töltött idő mennyisége. Korábbi kutatások alapján négy fő motivációs tényező azonosítható, amelyek magyarázzák a közösségi média használatát (Adams, 2014):

- Tanulás
- Szórakozás
- Kikapcsolódás
- Kapcsolattartás

A hivatásos sportklubok, sportolók kommunikációja nagyobb figyelmet kap, és ezzel több kutató is egyetért (Kajos, 2019; Li, et al., 2022; Tóth, 2025). A szerepmodellezés miatt az általuk megosztott információ több emberhez jut el, és az érzelmi bevonódás miatt jobban elfogadja, megfogadja azokat (Fűzy, 2015; Kajos, 2019; Li, et al., 2022; Tóth, 2025). A közösségi média trendek azt mutatják, hogy rövid videós tartalmakkal, érdemes felkelteni az érdeklődést, és a platformok képesek arra is, hogy ilyen videókban gyakorlatokat is bemutassanak a sportolók (*a COVID19 ideje alatt a ligáktól, és sportolóktól egyaránt több jó példát láttunk)! A kutatók egyetértenek abban, hogy be kell mutatni az ok-okozatot (Li, et al., 2022; Tóth, 2025). A következőkben egy modell lépéseit mutatjuk be, ami képes lehet tudatosabbá tenni a kommunikációt.

1. Érdekes, szórakoztató tartalommal felkelteni a szurkolók érdeklődését (a sportoló iránt)
2. Edukációs tartalom beágyazása a kommunikációba
   a. Ok-okozatok bemutatása

Az első két lépés segítségével egy passzív befogadás jön létre, ami már elindít egy érdeklődési folyamatot, de még nem történik meg az akarat mozgósítás. Fontos, hogy ezekkel a tartalmakkal többször (minimum 7 alkalommal) találkozzon a fogyasztó, és ez legyen az első dolog, ami eszébe jut, ezáltal megtörténik a dönteni akarás folyamata. Ezek után következik a 3-as és a 4-es pont.

3. Fogyasztók aktivizálása – programok szervezése
4. Sportoló megjelenése ezeken a programokon

Nagyon fontos, hogy az érzelmi elköteleződést a profi sportolók, példaképek megjelenésével erősítsük meg és mélyítsük el az emberekben a mozgás vágyát és örömét. Az 5. pont a fentiek megerősítése és a közösségi elismerés (social proof) felhasználása.

5. Bátorítsuk, hogy a résztvevők is készítsenek tartalmat.

A fenti eszközzel több emberhez jut el az üzenet, olyanokhoz, akik a tartalmat gyártó személy iránt vannak „elköteleződve", így egymást motiválva arra, hogy mozogjanak! További méréseink során a fenti modellnek/módszernek a hatásait szeretnénk mérni.

A tanulmányunk végén fontos kiemelnünk, hogy a fenti modell koncepcionális irányból közelíti meg a kérdéskört, és az igazolásához további empirikus vizsgálatokra van szükség, de jól látható, hogy elméletben választ ad a fent taglalt kérdésekre.

Összefoglalva, látható egy jelenség Európában és a világon: egyre kevesebbet mozognak az emberek, ami a jóléti társadalommal magyarázható. A mozgásszegény életmód az egészség mellett a gazdaságra is negatívan hat. A kutatásunk során arra kerestük a választ, hogy az olimpia rendezése tud-e segíteni a sportolási hajlandóság növelésében. A szekunder mérésünk során arra kaptunk választ, hogy nem elég csak az infrastruktúra fejlesztése, mert az önmagában nem fogja megváltoztatni az emberek sportolási szokásait (aki addig nem sportolt, egy új létesítményben sem fog). Véleményünk szerint a nagy média- és helyszíni érdeklődést edukációra kell fordítani, és így elérni azt, hogy változzanak a sportolási szokások.

Irodalomjegyzék:

Ács, P., Stocker, M., Füge, K., Paár, D., Oláha A. & Kovács, A., (2016). Economic and public health benefits: The result of increased regular physical activity. *European Journal of Integrative Medicine 8(2). 8-12* https://doi.org/10.1016/j.eujim.2016.11.003

Adams, C (2014). *How 3 Big Brands Use Storytelling to Make Everyday Products Exciting.* 2014 Retrieved from http://www.bruceclay.com/ (2023.04.20)

András, K., & Máté, T. (2016). Hazai rendezésű megasport események gazdasági hatása. *Start 1*(1), 13-24.

Bács, Z., & Kozma, G. (2018). Sportlétesítmények a köz szolgálatában: a multifunkcionális stadionok. *Magyar Sporttudományi Szemle, 15*(2), 27-34.

Banio, A., Rozmiarek, M., Jastrząbek, J. & Omorczyk, A. (2021). *Summer Olympic Games Tokyo 2020 Facing the Coronavirus COVID-19 Pandemic.* University of Szczeczin. ISBN: 978-83-7972-504-5

Bene, Á., & Móre, M. (2017). Egy világméretű sportesemény, a 2017 Vizes Világbajnokság néhány társadalmi aspektusa a jövő manager-eireinek szemszögéből a felkészülési időszakban. *International Journal of Engineering and Management Sciences*, *2*(4), 40-59. https://doi.org/10.21791/IJEMS.2017.4.4.

Faragó, B. (2024). Fenntarthatóság a sportmenedzsmentben. *TAYLOR*, *14*(43), 95-109. Retrived from: https://ojs.bibl.u-szeged.hu/index.php/taylor/article/view/45808 (2025.02.10.)

Fűzy, B. (2015). A tanári szerepmodell fejlesztésében rejlő lehetőségek. *Neveléstudomány Oktatás – Kutatás – Innováció 3*(4) 38-56.

Gold, J. R., & Gold, M. M. (2008). Olympic cities: regeneration, city rebranding and changing urban agendas. *Geography Compass*, *2*(1), 300-318. https://doi.org/10.1111/j.1749-8198.2007.00080.x

Gyömörei, T., & Máté, T. (2019). Sportlétesítmények elhelyezésének döntési tényezői. in. Gyömörei (Ed.), *Egészség Sport Gazdaság*, 6-17. Mobilis Közhasznú Nonprofit Kft.

Kajos, A. (2019). *Sportolók fogyasztói márkaértéke-konceptuális modellje, dimenzióinak mérése és hatása a szurkolók fogyasztói magatartására.* Tézisfüzet Pécsi Tudományegyetem Retrived from: https://www.proquest.com/openview/d08d7ea4a8b046cc1a9b6dff4eea9c91/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y (2026.06.01.)

Kokolakakis, T., Lera-López, F., & Ramchandani, G. (2019). Did London 2012 deliver a sports participation legacy? *Sport Management Review*, *22*(2), 276-287. https://doi.org/10.1016/j.smr.2018.04.004

Koskinen, T. (2022). The economic impact of Tokyo 2020 Olympic Games that never happened. Retrieved from: https://www.theseus.fi/handle/10024/744986 (2025.04.17.)

Li, Y. (2015). *The London Olympics and Urban Development: The Mega-Event City.* ISBN: 978-1-138-79494-8 (hbk) ISBN: 978-1-315-75886-2 (ebk)

Li, T., Hao, L., Kubiczek, J., & Pietrzyk, A. (2022). Corporate social responsibility of sports clubs in the era of the coronavirus pandemic: Zaglebie Sosnowiec case study. *Economic Research*, 35(1), 2073–2092. https://doi.org/10.1080/1331677X.2021.1932547

Lockstone-Binney, L., Holmes, K., Shipway, R., & Smith, K. A. (2016). *Evaluating the volunteering infrastructure legacy of the Olympic Games: Sydney 2000 and London 2012. Final Report.* Retrieved from: https://research-repository.griffith.edu.au/items/d2d562f0-a918-4041-9da1-2db5da36ab48 (2025.02.17)

Maklári, E., & Bartha, É. J. (2020). Sportolási szokások a különböző életszakaszokban. *Gazdálkodástudományi Közlemények, 8*(1), 43-50. Retrived from: https://ojs.lib.unideb.hu/gazdalkodaskozlemenyek/article/view/14097 (2025.04.03.)

Malina, R.M. & Katzmarzyk, P.T. (2006). Physical activity and fitness in an international growth standard for preadolescent and adolescent children. *Food and Nutrition Bulletin*, *27*(4), 295–313. https://doi.org/10.1177/15648265060274S511

Müller, M. (2018). What makes an event a mega-event? Definitions and sizes. *Leisure Studies*, *34*(6), 627-642.

Nagy, A. & Tobak, J. (2015). The role of the sport infrastructure: Use, Preferences, and Needs. *Applied Studies in Agribusiness and Commerce 9*(1-2). pp. 47-52. https://doi.org/10.22004/ag.econ.210613

Overmyer, M. P. (2017). *Economic impact analysis on Olympic Host-Cities. Grand Valley State University* Honors Projects 647.

Papanikos, G. T. (2022). An ex-post analysis of the 2004 Olympic effect. *Athens Journal of Sports*, *9*(1), 51-58. https://doi.org/10.30958/ajspo.9-1-4

Preuss, H. (2018). A framework for identifying the legacies of a mega sport event. *Leisure Studies*, *30*(3), 313-338.

Szigethy, M., Nagyváradi, K., Ekler, J. & Ihász, F. (2024). Relationship between spinal column health and physical activity among schoolchildren aged 12-13. *Health Prob. Civil 18*(3). 310-319. https://doi.org/10.5114/hpc.2024.134276

Tóth D.Z. (2025). *A magyarországi sportvállalatok társadalmi felelősségvállalásának hatásai az utánpótlás sportolók személyes kompetenciájára.* https://doi.org/10.15476/ELTE.2024.311

Vörös, T. & Koppány, K. (2019). Sportberuházások társadalmi-gazdasági értékelése – a költség-haszon elemzésben rejlő lehetőségek. in. Gyömörei (Ed.), Egészség Sport Gazdaság, 18-31. Mobilis Közhasznú Nonprofit Kft.

Weed, M. E., Coren, E., Fiore, J., Wellard, I., Chatziefstathiou, D. and Suzanne, D. (2015) The Olympic Games and raising sports participation: a systematic review of evidence and an interrogation of policy for a demonstration effect. *European Sport Management Quarterly*, *15*(2). 195-226. https://doi.org/10.1080/16184742.2014.998695

Wicker, P. & Sotiriadou, P. (2013). The Trickle-Down Effect: what population groups benefit from hosting major sport events? *International Journal of Event Management Research* 8(2). pp. 25-41.

World Health Organization. (2022). European Obesity Report 2022. https://cdn.who.int/media/docs/librariesprovider2/euro-health-topics/food-safety/europeanobesityreport-2022-fs-(1).pdf?sfvrsn=fcf36c2c_5&download=true