

نقش رسانه در ورزش و اجتماع امروزی

رسانه های ورزشی به ویژه مطبوعات الگوهایی در فرهنگ مدرن ایجاد می کنند که می توانند ادراکات مشترک اجتماعی را حجم ببخشند.

به گزارش خبرگزاری برنا ، مطبوعات قهرمانان را می سازند، الگوها را در جامعه به عنوان مدلهای اخلاقی و ورزشی مطرح می کنند و گاهی مانند غلام رضا تختی جاودانه می سازند.

امروزه فناوری ها به عنوان یکی از ابزارهای کمکی در ورزش نقش موثری ایجاد می کنند چون می تواند در برگزاری مسابقات نقش داشته باشند و هم در تجزیه و تحلیل حرکات ورزشی به مربیان کمک کنند.

استفاده از فناوری ها روزانه در حال گسترش است، این روزها کمتر رویدادهای ورزشی معتبری را مشاهده می کنید که پوشش خبری یا تلویزیونی نداشته باشد اوج حساسیت در رویدادهای ورزشی و همچنین تقاضا برای تماشای این رویدادها سبب شده تا شبکه های بزرگ تلویزیونی، اینترنتی و مطبوعات دنیا سرمایه گذاری عظیمی در این بخش داشته باشند.

همچنین رقابتها میان این رسانه ها و شبکه ها سبب شده خدمات متنوع و مهیجی برای مخاطبان ارائه شود. بخش مهم اقتصاد ورزشی از طریق پوشش تلویزیونی و تبلیغاتی رویدادهای ورزشی رقم میخورد و تقاضا برای پوشش این رویدادهاست که سبب بالابردن سطح رقابتها می شود و همچنین شرکت های تجاری که سعی می کنند برند خود را از طریق عنوان یکی از اصلی ترین منبع درآمدی برای صاحبان باشگاه ها و برگزارکنندگان رویدادهای ورزشی معرفی کنند.

امروزه درگیری با رسانه های جمعی بعد از ساعات خواب واستراحت، انجام کار و فعالیت جایگاه سوم را در زندگی بشر دارد.

بیشتر افراد رسانه ها را منبع اصلی اطلاعات وعامل تاثیرگذاری در زندگی و امور اجتماعی می دانند، بی شک دیدن رویدادهای ورزشی و همچنین اطلاع از انجام فعالیت های ورزشی جزو مواردی است که سبب می شود ورزش دوستان تمایل بیشتری به رسانه پیداکنند.

رسانه ها به ویژه تلویزیون امروزه بخشی از زندگی فیزیکی مردم راتشکیل می دهند، همچنین رسانه ها به عنوان بخشی ازساختار نوین جامعه و یکی ازدستگاه های فراگیر و گسترده در دسترس همگان در تمامی کشورها نقش حساس و مهمی را در زمینه های مختلف سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی ایفا می کنند.

بیشتر مردم از طریق تلویزیون، رادیو و مطبوعات با ورزش ارتباط برقرار می کنند و سهم این رسانه ها در زندگی برخی از طبقات اجتماعی مانند کارگران بسیار بالاست.

توسعه ورزش گامی در راستای توسعه کشور است و ورزش به دلیل تاثیر در زندگی فردی و اجتماعی مورد توجه مردم و دولت مردان قرار دارد.

رسانه های گروهی از ابزارهای مهم توسعه ورزش بدون انگیزه، ممکن نیست به اهداف سازمانی خود دست یابند بنابراین برای دستیابی به این منظور رسانه ها باید انگیزه های صحیح و عقلانی مخاطب را شناسایی کنند.

آنچه امروز به عنوان یک رسالت اجتماعی بر دوش مجریان و نویسندگان ورزشی گذاشته شده است حفظ اصالتها، نقش فرهنگ، خودباوری و عدم جانب داری از گروه یا جناح خاص در نوشته ها و اجرای برنامه های ورزشی است.

مطبوعات، رادیو، تلویزیون و سایتها می توانند در ورزش امروز جهان و ایران به عنوان یک عامل پیش برنده فرهنگی ورزشی معرفی شوند.

رسانه ها کارکردهای امنیتی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و فراملی دارند و گسترش و توسعه وسایل ارتباط جمعی به حدی است که انسان امروزی را می توان انسان رسانه ای ، و فرهنگ جدید را محصول تبلیغات وسایل ارتباط جمعی دانست ازسوی دیگر ورزش به عنوان یکی از مسائل فرهنگی، اجتماعی، عمومی و همگانی از اهمیت خاصی در جوامع، ادیان و مذاهب برخوردار بوده که رسانه های جمعی نقش مهمی در همگانی کردن وحدت و توسعه ورزش ایفامی کنند.