

رسانه و ورزش

دکتر کیوان انتظامی لاهیجانی

ویراستار علمی

مصطفی رشیدی نیا

سرشناسه	:	انتظامی لاهیجانی، کیوان، ۱۳۶۶-
عنوان و نام پدیدآور	:	رسانه و ورزش / کیوان انتظامی لاهیجانی؛ ویراستار علمی مصطفی رشیدی نیا.
مشخصات نشر	:	قاین: انتشارات اکبرزاده، ۱۴۰۱.
مشخصات ظاهری	:	۹۰ ص.: مصور (رنگی).
شابک	:	۳۵۰۰۰ ریال 3-21-978-622-7672-978 :
وضعیت فهرست نویسی	:	فیبا
یادداشت	:	کتابنامه: ص. ۸۶ - ۹۰.
موضوع	:	رسانه‌های گروهی و ورزش -- ایران
	:	Mass media and sports -- Iran
شناسه افزوده	:	رشیدی نیا، مصطفی، ۱۳۷۰- ویراستار
رده بندی کنگره	:	۷۴۲GV
رده بندی دیویی	:	۴۴۹۷۹۶/۰۷۰
شماره کتابشناسی ملی	:	۸۸۰۴۹۵۵
اطلاعات رکورد کتابشناسی	:	۱۳۷۰

www.ketab.ir

عنوان	/	رسانه و ورزش
مؤلف	/	دکتر کیوان انتظامی لاهیجانی
ویراستار علمی	/	مصطفی رشیدی نیا
طراح روی جلد	/	ناصر رونقی
صفحه آرا	/	امین آزادخواه
ناشر	/	نشر اکبرزاده
نوبت چاپ	/	اول، بهار ۱۴۰۱
تیراژ	/	۱۰۰۰ نسخه
شابک	/	۹۷۸-۶۲۲-۷۶۷۲-۲۱-۳
قیمت	/	۳۵۰۰۰ تومان

فهرست مطالب

۹	مقدمه.....
۱۲	تاریخچه رسانه در ایران.....
۱۳	تأسیس دایره سانسور در ایران.....
۱۵	تاریخچه تبلیغات مطبوعاتی در ایران.....
۱۷	تاریخچه تلویزیون در ایران.....
۲۱	تاریخچه رادیو در ایران.....
۲۴	تاریخچه رسانه‌های ورزشی در ایران و جهان.....
۲۵	تاریخچه رسانه‌های ارتباطی.....
۲۷	دست نوشته.....
۳۱	تعریف رسانه و انواع آن.....
۳۱	رسانه.....
۳۴	ورزش.....
۳۵	تاریخچه ورزش.....
۳۸	جایگاه ورزش در ایران باستان.....
۴۰	تغذیه.....
۴۰	انرژی.....
۴۱	پروتئین.....
۴۲	چربی.....
۴۳	آب.....

۴۴	مواد معدنی.....
۴۵	ویتامین ها.....
۴۶	هنر.....
۴۸	تکنولوژی.....
۴۸	تجهیزات.....
۴۸	بهداشت و سلامتی.....
۴۹	دستورالعمل ها.....
۴۹	اثرات ورزش در روح آدمی.....
۵۳	انواع رسانه.....
۵۳	روزنامه ها.....
۵۴	مجلات.....
۵۴	رادیو.....
۵۶	سینما.....
۵۶	تلویزیون.....
۵۷	ماهواره.....
۵۷	اینترنت.....
۶۰	انواع رسانه های ورزشی.....
۶۰	تلویزیون.....
۶۰	رادیو.....
۶۱	مطبوعات و خبرگزاری ها.....

۶۲.....	رادیو و تلویزیون.....
۶۳.....	کارکرد رسانه‌ها.....
۶۴.....	کارکرد رسانه در ورزش.....
۶۶.....	طبقه‌بندی نقش‌ها و وظایف وسایل ارتباط جمعی.....
۶۷.....	نقش رسانه‌ها در ترویج و توسعه ورزش همگانی.....
۷۳.....	مهم‌ترین نقش‌های مثبت رسانه‌های گروهی در ورزش.....
۷۴.....	نقش رسانه در ورزش زنان.....
۷۷.....	نقش رسانه‌های ورزشی کشور بر ترویج ورزش در جامعه جانبازان و معلولین.....
۸۱.....	رسانه‌ها و ورزش قهرمانی.....
۸۳.....	پیوست.....
۸۶.....	منابع فارسی.....
۸۹.....	منابع لاتین.....

مقدمه

پیوند بین ورزش و رسانه به عنوان یک رابطه فرهنگی و تجاری برای هر دو صنعت نیازمند مدیریت مناسب است. از بین رسانه‌های جمعی تلویزیون به واسطه پخش زنده و امکان مشاهده تصاویر، تأثیر بیشتری در پیوند رسانه و ورزش داشته است. خط مشی تلویزیون با توجه به انحصاری بودن این رسانه در ایران و نقش محوری آن در فعال کردن زندگی عامه مردم، نیازمند تحقیق و بررسی در مورد راهایی است که بتوان از طریق آن، تلویزیون را در خدمت سطوح پایه ورزش (با حفظ جذابیت‌ها) قرار داد. این امر از اهمیت توجه به سطوح بالا (ورزش حرفه‌ای و ورزش قهرمانی) نمی‌کاهد.



مسائل فرهنگی و اجتماعی در هر جامعه‌ای متأثر از عوامل مختلفی است، این عوامل می‌توانند باورها، نگرش‌ها و عملکردها را تحت تأثیر خود قرار دهند. در این میان

رسانه‌های گروهی یکی از ابزارهای اساسی برای بررسی مسائل اجتماعی، اطلاع رسانی، آموزشی و عامل بسیار مؤثری در شکل‌گیری ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی به شمار می‌آیند.

به نظر می‌رسد پیشرفت و تحول کمی و کیفی «رسانه‌های جمعی» ماهیت مبادله و تولید نمادین را در جهان معاصر عمیقاً و به شیوه‌هایی برگشت‌ناپذیر دگرگون کرده باشد. عصر حاضر را «عصر ارتباطات» نامیده‌اند؛ یعنی در حال حاضر به دلیل وجود کاربرد وسایل ارتباط جمعی که وسعت، نفوذ و تأثیرات آن بسیار زیاد است، ارتباط جمعی شکلی نوینی یافته و تحولات جوامع بشری را تحت شعاع قرار داده است، به طوری که امروزه وسایل ارتباط جمعی برای تثبیت، حفظ و تحکیم سلطه فرهنگی و سیاسی قدرت‌های استعماری حتی بر نیروهای نظامی برتری دارد و ابزار مؤثر و نیرومندی برای تسخیر هویت، افکار و اذهان عمومی محسوب می‌شوند (گروه مطالعاتی صداوسیما، ۱۳۸۱).

با جایگاهی که رسانه‌های گروهی و وسایل ارتباطی از تولد تا مرگ در زندگی امروزی بشر پیدا کرده‌اند، می‌توان آن را در زمره نهادهای اجتماعی و یکی از عوامل عمده مؤثر بر فرایند پذیرش هنجارها و ارزش‌های اجتماعی یا اجتماعی کردن و هنجار پذیر نمودن قلمداد نمود. افراد معمولاً ارزش‌ها، هنجارها، اعتقادات، گرایش و تزیهای رفتاری را از دیگران و از خلال روند تربیت اجتماعی و جامعه‌پذیری یا در سیر و فرا گرد دگرگونی ارزش‌های پذیرفته شده و نهادینه شده اجتماعی فرا می‌گیرند.