

عنوان مقاله:

مروری بر تاثیر رسانه ها در اقتصاد ورزشی

محل انتشار:

ششمین همایش ملی علوم ورزشی و تربیت بدنی ایران (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

محمد کرم پور - کارشناسی ارشد، گروه آسیب شناسی ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بروجرد، بروجرد، بروجرد، ایران.

شیمای عوض پور - دکترا، گروه رفتار حرکتی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکز، تهران، تهران، ایران.

میثم طرهانی - کارشناسی ارشد، گروه آسیب شناسی ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بروجرد، بروجرد، بروجرد، ایران.

خلاصه مقاله:

در این پژوهش که به صورت مروری انجام شده است به پژوهش های انجام شده و آمار و ارقام داده شده در زمینه تاثیر رسانه بر اقتصاد ورزش پرداخته شد که ابتدا تعریف هر یک از عناصر اصلی این پژوهش گردآوری گردید سپس به آمارهای منتشر شده در مورد نقش رسانه ها در بهبود اقتصادی ورزش های مختلف پرداخته و در نهایت نتیجه گیری بعمل آمد. امروزه در عرصه تجارت جهانی، ورزش استثناست؛ زیرا مشتریانی دارد که در ازای تماشای ورزش و نه خرید یا مصرف آن پول پرداخت می کنند به زعم بسیاری از کارشناسان اگر ورزش جایگاه امروزی خود را پیدا کرده است و به عنوان یک پدیده فراگیر و به صورت یک اقتصاد کامل و مستقل درآمدی است و نقش بسیار مهمی را هم بین دولت مردان و هم اهالی جامعه ایفا می کند، رسانه ها نقش اصلی و کلیدی را در این حوزه داشته اند. پیوند بین رسانه و ورزش به عنوان یک رابطه فرهنگی و تجاری برای هر دو صنعت نیازمند مدیریت مناسب است. از این بین رسانه های جمعی مانند تلویزیون به واسطه پخش زنده و امکان مشاهده تصاویر، تاثیر بیشتری در پیوند مثبت بین رسانه و ورزش و در پایان رشد اقتصاد در ورزش داشته است. در این زمینه پژوهشگران متعددی تلاش کرده اند که با دادن اطلاعات و ارقام مشخص میزان تاثیر رسانه ها در کسب درآمد و اقتصاد ورزشی را مشخص کنند.

کلمات کلیدی:

اقتصاد ورزشی، رسانه، درآمدزایی، تبلیغات ورزشی، بازاریابی ورزشی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1031604>

