

عنوان مقاله:

مدیریت رسانه های ورزشی در دوره کرونا نگاه کلی به رسانه ورزشی

محل انتشار:

سومین کنفرانس ملی ارتباطات ورزشی: سواد ارتباطی و سواد رسانه ای در ورزش (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 5

نویسنده:

هدی بزرگی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت رسانه ورزشی دانشگاه پیام نور استان تهران

خلاصه مقاله:

مقدمه و هدف: در واقع اولویت ها را رسانه ها تعیین می کنند، مدیریت رسانه در شناخت و آموزش ورزش حائز اهمیت بوده و بخش عمده ای از پوشش رسانه ای در مورد شیوع این بیماری، در واقع انعکاس ترس عمومی است تا اطلاع رسانی دقیق در مورد آنچه در بیماری کرونا واقعا رخ می دهد. نکته ای که همه متخصصین رسانه بر روی آن تاکید دارند این است که انتشار اخبار غلط و اطلاعات جعلی علاوه بر تاثیری که بر روی خود انتشار بیشتر ویروس ها دارد. احساسات مسری مثل ترس و وحشت را نیز در سطحی گسترده منتشر می کند. چرا که در یک جامعه پوشش رسانه ای، اولویت، بحث های اجتماعی را تعیین می کند، همه تحقیقات نشان می دهند وقتی موضوعات مورد توجه جدی رسانه ها قرار می گیرند، از طرف اعضای جامعه نیز اهمیت بیشتری پیدا می کنند. به عبارت دیگر اخبار شاید به ما نگویند چگونه فکر کنیم، اما به ما می گویند که به چه چیزی فکر کنیم با شیوع ویروس کرونا در جهان، ساختار فعالیت ها در بسیاری از صنایع با تغییر مواجه شده است. هدف از آن تحقیق ساختار تربیتی و آموزشی در صنعت ورزش نیز از حالت سنتی به حالت مدرن و آنلاین تغییر وضعیت داده است پس مدیریت رسانه ورزشی مخصوصا در دوران کرونا بسیار قابل اهمیت و باعث آشنایی این بیماری به صورت اصولی و مقابله با آن با فعالیت های بدنی و ورزش به صورت مجازی یا آنلاین مدیریت کرد.

کلمات کلیدی:

مدیریت رسانه ورزشی، بیماری کرونا، ورزش و سلامت، رسانه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1251270>

