

عنوان مقاله:

صنعت المپیک و ارتباطات بین الملل؛ مطالعه المپیک پکن با تاکید بر تصویرسازی و بازسازی نقش چین در نظام جهانی

محل انتشار:

دو فصلنامه دین و ارتباطات، دوره 17، شماره 37 (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 30

نویسنده:

سید مجید امامی - دانشجوی دکتری معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق (ع)

خلاصه مقاله:

پیوند و تعامل ورزش و فرهنگ، موضوع مطالعه بسیاری از نظریه پردازان اجتماعی در قرن گذشته بوده است. در این تعامل رسانه، به عنوان طرف سوم به شکل بسیار فعال و اثرگذار وارد شده است. رسانه از آن جهت که قدرت بالایی در تصویرسازی و تثبیت هژمونی فرهنگی دارد، همواره کانون توجه ورزش قهرمانی بوده است. مسابقات المپیک، نقطه عطف ورزش قهرمانی در دوره معاصر است که توانایی اثرگذاری جهانی آن، تردیدناپذیر است و حضور موفقیت آمیز در آن، کمکم به شاخصی برای توسعه پایدار، ثبات سیاسی و اقتصادی و تحرک و امید اجتماعی تبدیل شده است. با این مفروضات، المپیک 2008 پکن، با توجه به عزم جدی نظام چین برای حضور فعال در نظام بین الملل، گذشته از توفیق یا عدم توفیق در کسب وجهه، می تواند یکی از زمینه های مهم برای مطالعه نسبت فرهنگ، ورزش و رسانه و جایگاه تصویرسازی فرهنگی ورزشی و رسانه ای در سیاست و قدرت بین المللی در شرایط کنونی باشد. در بخشی از این مقاله عزم و برنامه ریزی متفاوت چین برای بازی ها یا مقاومت هایی که با برگزاری مطلوب این مسابقات صورت گرفت، به عنوان شاهدی بر اهمیت خاص المپیک در بازی قدرت بین المللی بررسی شده و در نهایت سعی شده است با روش و شیوه توصیفی اکتشافی اهمیت المپیک به عنوان یک صنعت فرهنگی در ارتباطات بین الملل فرهنگی عصر حاضر برای سیاست گذاران فرهنگی رسانه ای ایران تبیین گردد.

کلمات کلیدی:

ارتباطات بین الملل فرهنگی، المپیک پکن، تصویرسازی، کالایی شدن فرهنگ، اقتصاد ورزش، ارتباطات ورزش، چین، نشانه شناسی المپیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/834045>

