

فاطمه عبدوی

استاد پارمدرپیت ورزشی دانشگاه تبریز، تبریز، ایران  
fatemehabdavi@yahoo.com

### چکیده

صنعتی شدن جوامع و گسترش روزافزون وسایل نوین ارتباطی سبب تغییرات بسیاری در سبک زندگی روزمره ی افراد شده است. بسیاری از اموری که توسط انسان و با تحرک فیزیکی بشر انجام می گرفت، امروزه از طریق ماشین های اتوماتیک انجام می شود. ورزش به عنوان یکی از علل حفظ سلامت و پیشگیری از بیماری در جهت اهداف توسعه ی انسانی و اجتماعی دارای اهمیت به سزایی است. توسعه ی ورزش از موضوعات مهم در توسعه ی ملی است و رسانه های جمعی نقش مهمی در این زمینه دارند (یمنی فیروز و همکاران، ۱۳۹۲، ص: ۱۳۸). رسانه-ها مسئول بخش اعظمی از مشاهدات و تجربه هایی هستند که ما از طریق آن ها درک خود را نسبت به جهان پیرامون و نحوه ی عملکرد آن سامان می یخشیم. در واقع، بخش عمده ای از تگرس ما به دنیا، ریشه در پیام های رسانه ای دارد که از پیش ساخته شده اند. آن ها به لحاظ دارا بودن دامنه ی نفوذ وسیع، اثر مستقیمی بر ارزش ها و هنجاری های جامعه دارند (روشن دل اریطانی، ۱۳۸۶، ص: ۱۶۸). با جایگاهی که رسانه های گروهی و وسایل ارتباطی از تولد تا مرگ در زندگی اجتماعی بشر پیدا کرده اند، می توان آن را در زمره ی نهادهای اجتماعی و یکی از عوامل عمده ی مؤثر بر فرآیند پذیرش هنجارها و ارزش های اجتماعی یا اجتماعی کردن و هنجارپذیر نمودن، قلمداد نمود (خالدیان و همکاران، ۱۳۹۲، ص: ۵۰). در واقع، رسانه های گروهی یکی از ابزارهای اساسی برای بررسی مسائل اجتماعی، اطلاع رسانی، آموزشی و عامل بسیار مؤثری در شکل گیری ارزش های اجتماعی به شمار می آیند (هنری و همکاران، ۱۳۹۱، ص: ۱۴۵)؛ و اثر مستقیمی روی ارزش ها و هنجارهای جامعه دارند، زیرا تعداد بی شماری از افراد جامعه را در برمی گیرند (صادق افروزه و همکاران، ۱۳۹۱، ص: ۵۶).