

بررسی نگرش دانشجویان رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه تهران نسبت به کم و کیف مطبوعات ورزشی

دکتر عبدالرضا شاه محمدی، استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی
نادیه ناظر فرد، کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی

چکیده

ورزش از جمله بحث انگیزترین موضوعات در کشورهای مختلف جهان می باشد. باید گفت که رویدادهای ورزشی از مهمترین مقوله ها در هر کشوری است که تقریباً تمام مردم به نوعی با آن در ارتباط و خواستار مطلع شدن به موقع از اخبار ورزشی داخلی و خارجی هستند. در کشور ما این رسالت از یک طرف بر عهده صدا و سیما و از طرف دیگر بر عهده مطبوعات است. (بارفروش، ۱۳۸۰: ۲۳) با توجه به اهمیت موضوع ورزش و نقش آن در سلامت و نشاط روحی و جسمی افراد جامعه و وظیفه مدیران مسئول، سر دبیران، خبرنگاران، نویسندگان ورزشی را، برای هرچه پر بار کردن و اطلاع رسانی بهتر در امر ورزش، چندین برابر می سازد. (دارایی، ۱۳۸۵: ۵۶)

هدف این مقاله تبیین و بررسی میزان رضایت مندی دانشجویان تربیت بدنی دانشگاه تهران از کم و کیف نشریات ورزشی بوده است. تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش از نوع همبستگی می باشند. برای انجام این تحقیق از روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای استفاده شده که از بین دانشجویان در مقاطع مختلف تحصیلی کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری، به ۲۴۰ نفر پرسشنامه توزیع و جمع آوری شده است.

نتایج تحقیق نشان داد که با توجه به آمار و ارقام بدست آمده از پژوهش، دانشجویان رشته تربیت بدنی دانشگاه تهران از عملکرد مطبوعات ورزشی رضایت زیادی ندارند. پاسخگویان بر این باورند که مطبوعات ورزشی اخبار مسابقات ورزشی دانشجویی را کم تحت پوشش قرار داده و اخبار مربوط به زنان نیز در این گونه نشریات اندک می باشد. در نشریات ورزشی ارتباط منطقی بین تصاویر چاپ شده و گزارش های مندرج وجود ندارد. هم چنین در این گونه نشریات به تاکتیک های و تمرین های روز دنیا توجه جدی نمی شود.

واژگان کلیدی: مطبوعات، نگرش، تربیت بدنی، مطبوعات ورزشی، استفاده و خشنودی، توسعه

مقدمه

یکی از پدیده‌های اجتماعی که در سال‌های اخیر رشد چشم‌گیری داشته، تربیت بدنی و ورزش است. در میان تمام پدیده‌های اجتماعی، ورزش هم متأثر از گرایش‌های جامعه بوده و عادات و رفتار ورزشی افراد جامعه و نگرش‌ها و باورهای آنان در مسائل ورزش همگانی تحت تأثیر متقابل گرایش‌های جامعه و رسانه‌ها قرار گرفته است. یکی از راه‌های هدایت این نگرش و باورها در مسیر درست، توجه به مطالب مندرج در مطبوعات است که بر خلاف انتظار همیشه این مطالب ممکن است افکار عمومی را در مسیر صحیح هدایت نکرده و در پاره‌ی از مواقع باعث کج روی‌ها و کج فکری‌ها نیز شود. (دارایی، ۱۳۸۵: ۵).

مطبوعات ورزشی از جمله وسایل ارتباط جمعی هستند که به عنوان یکی از ابزارهای مؤثر در توسعه و ترویج ورزش محسوب می‌شوند و می‌توانند به عنوان اهرمی مشورتی و نظارتی نسبت به طرح مشکلات اقدام کنند و با بررسی نقاط ضعف و قوت ورزش تصویری از ورزش کشور را به ارائه دهند. در ضمن متذکر می‌شود که کارکرد خبری روزنامه‌های ورزشی در جامعه کنونی ما، اهمیت غیرقابل انکاری یافته است. شرایط خاص ملی، منطقه‌ای و جهانی بر اهمیت این کارکرد افزوده است. علاوه بر این محتوای خبری روزنامه‌ها را از حیث ثبت و ضبط رویدادها می‌توان نوعی «تاریخ نگاری» نیز تلقی کرد. روزنامه‌ها از آن جایی که رسانه مکتوب محسوب می‌شوند از این حیث یک سند تاریخی به شمار می‌آیند (رضوی زاده، ۱۳۸۳: ۴۵).

نقش رسانه‌ها در ورزش

بسیاری از صاحب نظران و اندیشمندان بر این باورند که نقش رسانه‌ها برای ترویج ورزش، معرفی و انعکاس‌های رویدادها که بتواند در نسل‌های امروز ایجاد انگیزه کند بسیار مهم است. (بدیعی، ۱۳۸۳: ۳۴) این گونه اندیشمندان بر این باورند که وسایل ارتباط جمعی الگوسازی می‌کنند، قهرمان می‌سازند و نمونه‌های اجتماعی تحویل

می دهند. تماشاگران ورزشی یا خوانندگان روزنامه ها و مجلات ورزشی به دنبال یک نوع الگوبرداری برای پرورش شخصیت خود هستند. (بدیعی، ۱۳۷۷: ۸۹) روانشناسی اجتماعی نشان می دهد که چگونه همسان سازی شخصی یا یک گروه به هنگامی که فرد در تشخیص هویت خود گروه بزرگتری را مرجع قرار می دهد به وقوع می پیوندد، سپس این دیگری تعمیم یافته و هویت گروهی، هنجاری برای فعالیت اجتماعی می گردد. در اینجا نقش رسانه ها بیشتر متجلی می شود، چون آنها می توانند همین نیازهای شناختی یا عاطفی را به نوعی به سوی منطبق یک مسابقه سوق دهند و تماشاگران را به نوعی با ستاره های خود همسان کنند و به شکل روشن تر همانندی کنند و در بخش های دیگر می توان از طریق رسانه ها با ورزش بسترهای تازه ای برای پرورش فرهنگ مطرح کرد.

نقش مطبوعات در توسعه ورزش در ایران

بدون شک در جوامع امروزی از مهمترین ارکان ارتباطات جمعی، رسانه های جمعی اعم از رادیو و تلویزیون و مطبوعات هستند. (پیر، ۱۳۶۳: ۵۶) این پدیده فراگیر با پیشرفت و ترقی انسان ها پیوند مستقیم داشته و به گفته بسیاری از صاحب نظران و اندیشمندان از اصلی ترین شاخص های توسعه فرهنگی و اجتماعی محسوب می شود. (سورین، ۱۳۸۱: ۱۷۸)

ورزش و تربیت بدنی بویژه در ابعاد قهرمانی و مسابقات جذاب ورزشی خود یکی از پدیده های مهم و گسترده فرهنگی و ارتباطی در سطح جهان تلقی می شود (کردی، ۱۳۸۴: ۵۶) و ارتباطاتی که از طریق میداین و مجامع بزرگ و کوچک ورزشی و برگزاری پرشکوه المپیک و مسابقات منطقه ای و قاره ای بین بین المللی در رشته های متعدد ورزشی ایجاد می شود برای مردم کشورهای گوناگون حائز اهمیت فراوان است. (قاسمی، ۹۳: ۱۳۷۰) امروز شکل گیری ارتباطات جمعی از طریق ورزش در ابعاد ملی و بین المللی با ایجاد جریانات و هیجانات ورزشی و نمایش های پرجاذبه به حدی توسعه یافته است که حتی در بخش هایی از ساختار ورزشی ارتباطات دیگر از نوع ارتباطات سیاسی و اقتصادی یا علمی و فرهنگی را در نوردیده و چه بسا کمک شایان توجهی به ساماندهی و اصولی شدن این ارتباطات شده است. (کردی، ۴۲: ۱۳۸۳)

روش تحقیق

این تحقیق به منظور بررسی نگرش دانشجویان رشته تربیت بدنی نسبت به مطبوعات ورزشی با استفاده از روش پیمایشی که ابزار اندازه گیری آن پرسشنامه سی گزینه ای بوده است.

یافته های تحقیق

بررسی نگرش دانشجویان رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه تهران نسبت به کم و کیف مطبوعات ورزشی نشان داد که ۱۳۹ نفر در مقطع کارشناسی، ۸۸ نفر در مقطع کارشناسی ارشد و ۱۳ نفر در مقاطع دکتری تخصصی پاسخگوی سوالات پرسشنامه بوده اند. سی درصد از کل پاسخگویان علاقه مندی خود را به مطالعه مطبوعات ورزشی بیان کرده اند. جدول شماره یک بیانگر رابطه میان رضایتمندی دانشجویان از مطبوعات ورزشی و میزان توجه مطبوعات ورزشی می باشد.

جدول شماره ۱

مجموع	رضایتمندی از مطبوعات ورزشی			میزان توجه مطبوعات ورزشی به ورزش دانشجویی
	کم	تا حدودی	زیاد	
۱۵	۱	۱۰	۴	زیاد
۳۷	۱۶	۱۲	۹	تا حدودی
۱۸۸	۹۴	۷۸	۱۶	کم
۲۴۰	۱۱۱	۱۰۰	۲۹	مجموع

ضریب کرامر	سطح معناداری	درجه آزادی	مقدار خی دو
۰,۱۹۳	۰,۰۰۱	۴	۱۷,۹۴۸

داده جدول بیانگر این امر است که با توجه به اینکه سطح معناداری محاسبه شده کوچکتر از ۰,۰۱ است فرضیه صفر در سطح معناداری ۰,۰۱ رد شده است. بنابراین، با اطمینان ۹۹ درصد می توان اظهار داشت فرضیه پژوهشی مبنی بر اینکه بین میزان رضایتمندی دانشجویان از مطبوعات ورزشی و میزان توجه مطبوعات ورزشی به ورزش

بررسی نگرش دانشجویان رشته تربیت بدنی و.../

سال پنجم / شماره یازدهم / زمستان ۱۳۸۹

دانشجویی رابطه وجود دارد؛ مورد تایید قرار گرفته است. علاوه بر این ضریب کرامر نیز حاکی از آن است که شدت رابطه بین متغیرها در حد بسیار کم است.

جدول ۲: رابطه بین رضایتمندی دانشجویان از مطبوعات ورزشی و میزان اعتقاد آنها به اینکه هدف اصلی مسئولین مطبوعات ورزشی داشتن مخاطب زیاد است.

مجموع	رضایتمندی از مطبوعات ورزشی			مقدار خی دو	میزان انعکاس گزارش مسابقات ورزشی دانشجویان
	کم	تا حدودی	زیاد		
۱۵۹	۷۵	۶۴	۲۰	۴	زیاد
۴۳	۱۶	۲۱	۶	۴	تا حدودی
۳۸	۲۰	۱۵	۳	۴	کم
۲۴۰	۱۱۱	۱۰۰	۲۹	۴	مجموع

مقدار خی دو	درجه آزادی	سطح معناداری	ضریب کرامر
۲,۴۸۳	۴	۰,۶۴۸	۰,۰۷۲

همانگونه که در جدول فوق ملاحظه می شود با توجه به اینکه سطح معناداری محاسبه شده بزرگتر از $0,05$ است فرضیه صفر رد نشده است. بنابراین، می توان اظهار داشت که فرضیه پژوهشی مبنی بر اینکه میزان رضایتمندی دانشجویان از مطبوعات ورزشی و میزان اعتقاد آنها به اینکه هدف اصلی مسئولین مطبوعات ورزشی داشتن مخاطب زیاد است، رابطه وجود دارد؛ مورد تایید قرار نگرفته است. با توجه به عدم وجود رابطه از تفسیر ضریب کرامر صرف نظر شده است.

جدول ۳: رابطه بین رضایتمندی دانشجویان از مطبوعات ورزشی و میزان انعکاس گزارش مسابقات ورزشی دانشجویان

مجموع	رضایتمندی از مطبوعات ورزشی			مقدار خی دو	میزان انعکاس گزارش مسابقات ورزشی دانشجویان
	کم	تا حدودی	زیاد		
۲۲	۳	۱۲	۷	۴	زیاد
۴۳	۱۷	۱۹	۷	۴	تا حدودی
۱۷۵	۹۱	۶۹	۱۵	۴	کم
۲۴۰	۱۱۱	۱۰۰	۲۹	۴	مجموع

مقدار خی دو	درجه آزادی	سطح معناداری	ضریب کرامر
۱۷,۳۸۵	۴	۰,۰۰۲	۰,۱۹۰

همانگونه که در جدول فوق ملاحظه می شود با توجه به اینکه سطح معناداری محاسبه شده کوچکتر از $0,01$ است فرضیه صفر در سطح معناداری $0,01$ رد شده است. بنابراین، با اطمینان ۹۹ درصد می توان اظهار داشت فرضیه پژوهشی مبنی بر اینکه بین میزان رضایتمندی دانشجویان از مطبوعات ورزشی و میزان انعکاس گزارش مسابقات ورزشی دانشجویان، رابطه وجود دارد؛ مورد تایید قرار گرفته است. علاوه بر این ضریب کرامر نیز حاکی از آن است که شدت رابطه بین متغیرها در حد بسیار کم است.

جدول ۴: رابطه بین میزان رضایتمندی دانشجویان از مطبوعات ورزشی و تاثیر آن ها در افزایش اطلاعات دانشجویان

مجموع	رضایتمندی از مطبوعات ورزشی			میزان تاثیر مطبوعات ورزشی در افزایش اطلاعات دانشجویان
	کم	تا حدودی	زیاد	
۷۲	۱۳	۴۱	۱۸	زیاد
۷۱	۲۶	۳۹	۶	تا حدودی
۹۷	۷۲	۲۰	۵	کم
۲۴۰	۱۱۱	۱۰۰	۲۹	مجموع

مقدار خی دو	درجه آزادی	سطح معناداری	ضریب کرامر
۶۲,۱۲۹	۴	۰,۰۰۰	۰,۳۶۰

همانگونه که در جدول فوق ملاحظه می شود با توجه به این که سطح معناداری محاسبه شده کوچکتر از $0,01$ است فرضیه صفر در سطح معناداری $0,01$ رد شده است. بنابراین، با اطمینان ۹۹ درصد می توان اظهار داشت که فرضیه پژوهشی مبنی بر این که بین میزان رضایتمندی دانشجویان از مطبوعات ورزشی و تاثیر آن ها در افزایش اطلاعات دانشجویان، رابطه وجود دارد؛ مورد تایید قرار گرفته است. علاوه بر این ضریب کرامر نیز حاکی از آن است که شدت رابطه بین متغیرها در حد کم است.

جدول ۵: رابطه بین میزان رضایتمندی دانشجویان از مطبوعات ورزشی و میزان توجه مطبوعات ورزشی به یک ورزش خاص

مجموع	رضایتمندی از مطبوعات ورزشی			میزان توجه مطبوعات ورزشی به یک ورزش خاص
	کم	تا حدودی	زیاد	
۱۹۳	۹۰	۸۰	۲۳	زیاد
۳۱	۱۲	۱۴	۵	تا حدودی
۱۶	۹	۶	۱	کم
۲۴۰	۱۱۱	۱۰۰	۲۹	مجموع

مقدار خی دو	درجه آزادی	سطح معناداری	ضریب کرامر
۱,۷۶۸	۴	۰,۷۷۸	۰,۰۶۱

همانگونه که در جدول فوق ملاحظه می شود با توجه به این که سطح معناداری محاسبه شده بزرگتر از $0/05$ است فرضیه صفر رد نشده است. بنابراین، می توان اظهار داشت که فرضیه پژوهشی مبنی بر اینکه بین میزان رضایتمندی دانشجویان از مطبوعات ورزشی و میزان توجه مطبوعات ورزشی به یک ورزش خاص، رابطه وجود دارد؛ مورد تایید قرار نگرفته است. با توجه به عدم وجود رابطه از تفسیر ضریب کرامر صرف نظر شده است.

جدول ۶: رابطه بین رضایتمندی دانشجویان از مطبوعات ورزشی و میزان تاثیرگذاری مطبوعات ورزشی در علاقه مندی دانشجویان به ورزش قهرمانی

مجموع	رضایتمندی از مطبوعات ورزشی			میزان تاثیرگذاری مطبوعات ورزشی در علاقه مندی دانشجویان به ورزش قهرمانی
	کم	تا حدودی	زیاد	
۱۰۹	۴۰	۵۰	۱۹	زیاد
۷۵	۳۵	۳۱	۹	تا حدودی
۵۶	۳۶	۱۹	۱	کم
۲۴۰	۱۱۱	۱۰۰	۲۹	مجموع

مقدار خی دو	درجه آزادی	سطح معناداری	ضریب کرامر
۱۴,۸۵۶	۴	۰,۰۰۵	۰,۱۷۶

همانگونه که در جدول فوق ملاحظه می شود با توجه به اینکه سطح معناداری محاسبه شده کوچکتر از $0,01$ است فرضیه صفر در سطح معناداری $0,01$ رد شده

است. بنابراین، با اطمینان ۹۹ درصد می توان اظهار داشت که فرضیه پژوهشی مبنی بر اینکه بین میزان رضایتمندی دانشجویان از مطبوعات ورزشی و میزان تاثیرگذاری مطبوعات ورزشی در علاقه مندی دانشجویان به ورزش قهرمانی، رابطه وجود دارد؛ مورد تاکید قرار گرفته است. علاوه بر این ضریب کرامر نیز حاکی از آن است که شدت رابطه بین متغیرها در حد بسیار کم است.

جدول ۷: رابطه بین رضایتمندی دانشجویان از مطبوعات ورزشی و میزان اهمیت

مطبوعات ورزشی به تاکتیک ها و تمرین های جدید و به روز دنیا

مجموع	رضایتمندی از مطبوعات ورزشی			میزان اهمیت مطبوعات ورزشی به تاکتیک ها و تمرین های جدید و به روز دنیا
	کم	تا حدودی	زیاد	
۲۵	۳	۱۳	۹	زیاد
۵۳	۱۶	۳۰	۷	تا حدودی
۱۶۲	۹۲	۵۷	۱۳	کم
۲۴۰	۱۱۱	۱۰۰	۲۹	مجموع

مقدار خی دو	درجه آزادی	سطح معناداری	ضریب کرامر
۳۲,۳۹۹	۴	۰,۰۰۰	۰,۲۶۰

همانگونه که در جدول فوق ملاحظه می شود با توجه به اینکه سطح معناداری محاسبه شده کوچکتر از ۰,۰۱ است فرضیه صفر در سطح معناداری ۰,۰۱ رد شده است. بنابراین، با اطمینان ۹۹ درصد می توان اظهار داشت که فرضیه پژوهشی مبنی بر اینکه بین میزان رضایتمندی دانشجویان از مطبوعات ورزشی و میزان اهمیت مطبوعات ورزشی به تاکتیک ها و تمرین های جدید و به روز دنیا رابطه وجود دارد؛ مورد تاکید قرار گرفته است. علاوه بر این ضریب کرامر نیز حاکی از آن است که شدت رابطه بین متغیرها در حد کم است.

جدول ۸: رابطه بین رضایتمندی دانشجویان از مطبوعات ورزشی و میزان تاثیر مطبوعات ورزشی در رشد ورزشی دانشجویی

مجموع	رضایت مندی از مطبوعات ورزشی			میزان تاثیر مطبوعات ورزشی در رشد ورزش دانشجویی
	کم	تا حدودی	زیاد	
۹۶	۳۰	۴۵	۲۱	زیاد
۵۲	۲۲	۲۵	۵	تا حدودی
۹۲	۵۹	۳۰	۳	کم
۲۴۰	۱۱۱	۱۰۰	۲۹	مجموع

مقدار خی دو	درجه آزادی	سطح معناداری	ضریب کرامر
۲۷,۹۶۰	۴	۰,۰۰۰	۰,۲۴۱

همانگونه که در جدول فوق ملاحظه می شود با توجه به اینکه سطح معناداری محاسبه شده کوچکتر از ۰,۰۱ است فرضیه صفر در سطح معناداری ۰,۰۱ رد شده است. بنابر این، با اطمینان ۹۹ درصد می توان اظهار داشت که فرضیه پژوهشی مبنی بر اینکه بین میزان رضایتمندی دانشجویان از مطبوعات ورزشی و میزان تاثیر مطبوعات ورزشی در رشد ورزش دانشجویی رابطه وجود دارد؛ مورد تاکید قرار گرفته است. علاوه بر این ضریب کرامر نیز حاکی از آن است که شدت رابطه بین متغیرها در حد کم است.

نتیجه گیری

یکی از مهمترین سرگرمی های هیجان انگیز جوانان ایرانی رویدادهای ورزشی است (۱۶) و نشریات ورزشی یکی از مهمترین پل های ارتباطی این جوانان با حوادث و رویدادهای مذکور به شما می آیند. گسترش و فراوانی چاپ و نشر روزنامه های ورزشی در کشور بیانگر اقبال و توجه روزافزون خوانندگان این گونه نشریات و مخصوصا جوانان و نوجوانان به آنها می باشد. (۱۷) نظریه استفاده و رضایت مندی در سال ۱۹۷۴ کاتز درباره الگوی رضایت مندی از رسانه ها می گوید: این الگو به خاستگاه اجتماعی و روانی نیازهای ناشی از تجارب رسانه ای و یا سایر منابع است برمی گردد و به الگوهای متفاوت از نمایش رسانه ای (داخل شدن در سایر فعالیت ها) معلول رضایت مندی

سایر پیامدها است منتهی می شود چه بسا اکثر ناخواسته باشد. (ساروخانی، ۱۳۷۰: ۵۴). همانگونه که محققان و کارشناسان اجتماعی و فرهنگی بیان کرده اند اینگونه نشریات عامه پسند ورزشی هیجان انگیز می توانند همانند پلی جوانان از مرحله مطالعات آثار پر تحرک و سرگرم کننده به آثار پر محتوا و غنی عبور دهند. (کازنو، ۱۳۷۳، ۸۳) بر اساس فرضیه برجسته سازی یکی از شیوه هایی است که از طریق آن وسایل ارتباط جمعی می توانند به شکل دهی به افکار عمومی تأثیر بگذارند. برجسته سازی یعنی این اندیشه که رسانه های خبری با ارائه اخبار، موضوعاتی را که عامه مردم راجع به آنها فکر می کنند، تعیین می نمایند. (سورین، ۱۳۸۱: ۱۵۹) به عبارت دیگر برجسته سازی فرا گردی است که طی آن رسانه های جمعی اهمیت نسبی موضوعات مختلف را به مخاطب انتقال می دهند. (مک کوئیل، ۱۳۸۲: ۴۳) هر چه رسانه ها اهمیت بیشتری به موضوع یا رویداد بدهند، مخاطبان اهمیت بیشتری برای آن قائل می شوند. (مهرداد، ۱۳۷۹: ۵۷) باید گفت که در این خصوص نظریه استفاده و رضایت مندی، اندیشه هایی درباره اینک که فرد محتوای ارتباطی را چگونه انتخاب می کند و به کار می برد پیش رو می نهد. (ساروخانی، ۱۳۷۹: ۷۶) اما نظریه پذیرش با آنچه در عمل مصرف اتفاق می افتد سروکار دارد یعنی با این موضوع که گیرنده چگونه به محتوای معینی روی می آورد آن را تفسیر میکند این تحلیل ارزشمند است زیرا در بسیاری موارد پذیرش درست و بی غرض بدیهی انگاشته می شود لیکن این تصور غالباً خطا است. (نقیبی، ۱۳۷۵: ۸۶) بنابر این، باید گفت که بر اساس نتایج به دست آمده از تحقیق، به نظر می رسد که مطبوعات ورزشی می توانند با انعکاس و ارائه گزارشات ورزشی مربوط به جوانان جهت ارتقاء و رشد ورزش دانشجویی گام برداشته و در سطح کلان سبب بالا رفتن انگیزه دانشجویان جهت قهرمانی در مسابقات ورزشی گردند. از آنجا که مطبوعات ورزشی در جلب مخاطب و خواننده موفق بوده است با درج واقعیات و انعکاس به موقع اخبار ورزشی میتواند در جلب رضایت دانشجویان کمک شایانی کرد. همچنین مطبوعات با ارائه روش ها و

تمرین های جدید و به روز دنیا می توانند سبب بالا رفتن اطلاعات ورزشی دانشجویان و سایر اقشار مردم گردند و همین امر باعث بالا رفتن میزان رضایت مندی دانشجویان رشته تربیت بدنی از مطبوعات ورزشی خواهد شد.

پیشنادهای تحقیق

با توجه به نتایج و یافته های تحقیق، پیشنهادهای زیر در راستای عملکرد مطلوب مطبوعات ورزشی که به نظر می رسد مورد علاقه دانشجویان رشته تربیت بدنی است به شرح زیر ارائه می شود.

با توجه به عدم توجه مطبوعات ورزشی به ورزش دانشجویی پیشنهاد می شود بخشی از اخبار مطبوعات ورزشی به انتشار و انعکاس گزارشات و مسابقات مربوط به ورزش دانشجویان باشد.

بخشی از اخبار و گزارشات در مطبوعات ورزشی به ورزش بانوان اختصاص یابد. لازم است بین تصاویر و گزارشات منتشر شده ارتباط معنا دار و منطقی باشد. اخبار و مسابقات منتشر شده در مطبوعات باید شامل تمامی رشته های ورزشی و نه اختصاص به یک رشته خاص باشد.

نشریات ورزشی به عنوان اهرم های نظارتی جهت بهبود ورزش کشور اقدام کنند و همچنین خود را با اهداف تربیت بدنی در کشور منطبق سازند. تنها هدف داشتن مخاطب و خواننده زیاد نباشد بلکه به کیفیت و محتوا هم توجه شود.

مطبوعات با تبلیغات مناسب می توانند زمینه مناسب شرکت دانشجویان را در مسابقات و المپیادهای ورزشی فراهم آورند.

مطبوعات با ارائه به موقع و واقعی اخبار می توانند به عنوان یک رسانه جمعی جهت ارتقاء و رشد ورزش دانشجویی نیز اقدام کنند.

منابع

- ۱- بار فروش احمد، ۱۳۸۰، تحلیل محتوای نشریات ورزشی و جوانان، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
- ۲- بدیعی نعیم، ۱۳۸۳، روزنامه نگاری نوین، انتشارات علامه طباطبایی
- ۳- بدیعی نعیم، ۱۳۷۷، تجزیه و تحلیل محتوی مطالب ده هفته نامه کشور، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
- ۴- جیم تانکارد سورین، ترجمه علیرضا دهقان ۱۳۸۱، کاربرد نظریه‌های ارتباطات انتشارات دانشگاه تهران
- ۵- پیر آلبرفرناندترو، ترجمه دکتر هوشنگ فرخجسته، ۱۳۶۳، تاریخ مطبوعات جهان، چاپ اول
- ۶- دارایی فیروز، ۱۳۸۵، تحلیل محتوای نشریات ورزشی کشور، پایان نامه ارشد، دانشگاه پیام نور
- ۷- ساروخانی باقر، ۱۳۷۰، دایرة المعارف علوم اجتماعی، تهران، مؤسسه کیهان
- ۸- ساروخانی باقر، ۱۳۷۹، جامعه شناسی ارتباطات، تهران، مؤسسه اطلاعات
- ۹- مک کوپل دنیس، ترجمه پرویز اجلالی، ۱۳۸۲، درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی، تهران، مرکز تحقیقات و مطالعات رسانه‌ها
- ۱۰- سیده آمنه خاتون (مهرناز نقیعی)، ۱۳۷۵، بررسی میزان بهره مندی جوانان از محتوای وسایل ارتباط جمعی، پایان نامه ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی
- ۱۱- قاسمی فرید، ۱۳۷۰، تاریخچه مطبوعات ورزشی ایران، مرکز مطالعات رسانه‌ها
- ۱۲- کردی محمد رضا، ۱۳۸۳، بررسی وضعیت نشریات ورزشی کشور، دانشگاه تهران
- ۱۳- کردی محمد رضا، ۱۳۸۴، بررسی نقش رسانه‌های گروهی در ورزش کشور، دانشگاه تهران
- ۱۴- مهرداد هرمز، ۱۳۷۹، مقدمه‌ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی، نشر فاران
- ۱۵- کازنو، ژان. ترجمه کاظم معتمدنژاد، سال ۱۳۷۳ جامعه شناسی وسایل ارتباط جمعی. انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی

<http://sport13.persianblog.ir/sport/18>

<http://www.hamshahrionline.ir/hamnews/1384/840510/word/sporw.htm>