

Vyspělé společnosti tvrdí, že muži a ženy jsou si rovni, ve všem co dělají. Není žádné přesné rozdělení rolí a každý si může dělat, co si usmyslí. Jenže když se na celou situaci podíváme zblízka, uvidíme v tomto pozitivním přístupu mezery. Najednou vidíme, že muži a ženy si nejsou tak úplně rovni, jeden z příkladů je oblast zaměstnání. Ženy prostě nemají stejné možnosti, jaké mají muži. To stejné se děje i v případě sportu, ženy jsou odrazovány od „mužských“ sportů, jako je ragby a to stejné se děje i obráceně, kdy jsou muži odrazováni od „ženských“ sportů, jako je například aerobic. Problém vyvstává, když na scénu vstoupí média. Ta totiž začnou rozhodovat o tom, který sport dostane prostor a mediální pozornost, tím pádem určují, co je společností akceptováno jako norma.

Toto téma je zajímavé nejen tím, že se zabývá nerovností v mediálním pokrytí mužských a ženských sportů, ale také protože tím zkoumá, co je v naší společnosti chápáno jako mužské a co jako ženské. To je něco, s čím se všichni setkáváme, buď přímo nebo nepřímo, každý den. V posledních několika letech se situace žen ve sportu zlepšila, ženy jsou jako sportovkyně akceptovány, uznání společnosti získal i fakt, že do sportovního světa vnáší jiné přednosti než muži, což se také projevilo ve způsobu mediálního zpracování sportovního zpravodajství. To jsou základy do budoucna, kde by se rozdíl v množství mediální pozornosti mužským a ženským sportům mohl minimalizovat. Stejně tak se sjednotí způsob vyobrazení sportovců a sportovkyň v médiích. Nerovnost v mediálním vyobrazení sportovců a sportovkyň reflektuje role, které v západní společnosti přičítáme mužům a které ženám. Toto je důležité rozebírat také proto, že fyzický vzhled se stal zbožím, které je na prodej. Dění ve společnosti se příliš zrychluje a my zapomínáme analyzovat následky přehnaného důrazu na vzhled. Sport se může změnit na další přehlídku pěkých obličejů a vypracovaných těl. Na druhé straně je nutné si připomenout, že právě media silně podporují právě takový obrázek společnosti. Vliv médií na společnost je v dnešní době obrovský, proto je nutné ho sledovat ve spojitosti s vytvářením myšlenek a přesvědčení ve společnosti.