

عنوان مقاله:

کاربرد علائم بصری ورزش و فعالیت بدنی، به منزله ابزار ترویج ورزش در سریالهای تلویزیون ایران و ترکیه

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات بازاریابی ورزشی، دوره 1، شماره 4 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

سارا کشر - دانشیار مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

فرانچسکو ادسا - دانشیار مدیریت ورزشی، گروه ورزش کارنگی، دانشگاه لیدز بکت، انگلیس

آرزو صادقی - کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

روش تحقیق مطالعه حاضر کاربردی و از نوع تحلیل محتوا بود. جامعه آماری پژوهش تمامی سریالهای ایرانی و ترکیه‌ای بودند که در بازه زمانی سال ۱۳۹۱ تا بهار سال ۱۳۹۸ در حال پخش بودند و موردتوجه تحقیق قرار گرفتند. در این راستا، به منظور انتخاب جامعه نمونه، روش نمونه‌گیری چندمرحله‌ای استفاده گردید. به این ترتیب مجموعاً ۶ سریال ترک و ۵ سریال ایرانی انتخاب شدند و در مجموع ۹۱ قسمت با ۱۳۶۹ سکانس موردمشاهده و بررسی قرار گرفت. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که سازندگان سریال‌ها و فیلم‌های خانوادگی در ترکیه، ورزش را در شکل‌های مختلف در تولیدات رسانه‌ای موردتوجه قرار می‌دهند. نمایش علائم بصری ورزش در فیلم‌های ترکیه بیش از فیلم‌های ایران موردتوجه است و این امر نشان‌دهنده توجه سیاست‌گذاران جامعه و رسانه‌های جمعی این کشور به مقوله ورزش و انتقال آن به جامعه می‌باشد و این درحالی‌ست که در ایران به مقوله علائم بصری ورزش در تولیدات تلویزیونی کمتر توجه می‌شود و حتی بسیاری از ورزشکاران در فیلم‌ها و سریال‌ها نقش‌های منفی و مخرب را برعهده می‌گیرند. لذا توجه به نمایش علائم بصری در سریال‌های محبوب تلویزیون ایران نقش مهمی در تغییر نگرش و احتمالاً رفتار بینندگان و علاقمندی آنها به ورزش خواهد داشت.

کلمات کلیدی:

علائم بصری، تلویزیون، ورزش، سریال، ایران، ترکیه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1224194>

