

عنوان مقاله:

مدل ارتقای کیفیت برنامه های رسانه ای به منظور جذب نوجوانان و جوانان به مشارکت در ورزش و فعالیت بدنی

محل انتشار:

فصلنامه پژوهشهای ارتباطی، دوره 30، شماره 116 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

نویسندگان:

سیداسماعیل عباسی - دانشجو دکتری مدیریت ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران

طاهر بهلکه - استادیار مدیریت ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران

زین العابدین فلاح - دانشیار مدیریت ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران

محمدعلی نودهی - استادیار مدیریت ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران

خلاصه مقاله:

رسانه ها با توجه به کارکردهایشان می توانند زمینه حضور بیشتر افراد جامعه را در فعالیت های ورزشی، به ویژه برای نوجوانان و جوان که زمان بیشتری از آنها استفاده می کنند، را فراهم کنند؛ از این رو، هدف از پژوهش حاضر، ارائه مدل ارتقای کیفیت برنامه های رسانه ای به منظور جذب نوجوانان و جوانان به مشارکت در ورزش و فعالیت بدنی بوده است. پژوهش حاضر که با رویکرد کیفی به روش داده بنیاد (مدل نظام مند اشتراوس و کوربین) انجام گرفته، از نظر هدف بنیادی بوده و جمع آوری داده ها را به صورت میدانی انجام داده است. جامعه آماری این پژوهش، شامل خبرگان آشنا با رسانه، مشارکت کنندگان ورزشی، رسانه های ورزشی و روان شناسان نوجوانان و جوانان، همچنین پژوهشگران، استادان دانشگاه و دست اندرکاران رسانه های ورزشی، مدیران روابط عمومی سازمان های ورزشی و برخی از ورزشکاران نوجوان و جوان مطرح کشوری بوده که به روش نمونه گیری هدفمند انتخاب شده اند (۲۵ نفر). در تجزیه و تحلیل داده ها برای کدگذاری باز، محوری و گزینشی، از رویکرد کیفی گراند تئوری استفاده شده و با تحلیل مصاحبه ها، کدگذاری باز انجام گرفته است. مدل ارتقای کیفیت برنامه های رسانه ای به منظور جذب نوجوانان و جوانان به مشارکت در ورزش و فعالیت بدنی، از شرایط علی (نیروی انسانی، همکاری سازمانی و ساختار سازمانی) است و با در نظر گرفتن راهبردهای استخراجی (محتوای برنامه های رسانه های، برنامه سازی، برنامه ریزی و ارزیابی) که از شرایط زمینه ای (زیرساخت ها و فرهنگی) و شرایط مداخله گر (عوامل اقتصادی و سیاسی قانونی) تاثیر می پذیرد، می توان پیامدهایی نظیر توسعه ورزش، بهبود سلامت و آثار اجتماعی را مشاهده کرد. برنامه سازی تخصصی با توجه ویژه بر مزایای فعالیت بدنی، نیازهای ورزشی نوجوانان و جوانان، امکانات و تجهیزات موجود در مراکز ورزشی و ... می تواند کیفیت برنامه های رسانه ای را ارتقا دهد و به جذب اقشار مختلف به ویژه نوجوانان و جوانان به ورزش کمک کند.

کلمات کلیدی:

ورزش همگانی، صداوسیما، محتوای رسانه ها، سازمان های ورزشی، مدل

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1941697>

