

عنوان مقاله:

انگیزه‌های بینندگان برنامه ی منتخب ورزشی تلویزیون و رابطه ی بین مولفه های انگیزه: مطالعه ی موردی برنامه ی 90 تلویزیون ایران

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی و اولین کنفرانس بین المللی پژوهشهای نوین در علوم انسانی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

الهام امیدقائمی - کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

لیلا صباغیان راد - استادیار، دکتری تربیت بدنی، گروه تربیت بدنی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

خلاصه مقاله:

هدف از تحقیق حاضر، انگیزه‌های بینندگان برنامه‌ی منتخب ورزشی تلویزیون و رابطه‌ی بین مولفه‌های انگیزه: مطالعه‌ی موردی برنامه‌ی 09 تلویزیون ایران است. به علت نامحدود بودن جامعه تحقیق، 0999 نفر به عنوان نمونه در نظر گرفته شده و روش نمونه‌گیری تصادفی ساده است. از پرسشنامه برای اندازه‌گیری هشت بعد متغیر انگیزه که شامل کسب اطلاع، گریز، جذابیت، تفریح و سرگرمی، علاقه به برنامه‌های چالشی، علم فوتبال، شرکت در مسابقات پیامکی، زیبایی استفاده شد و سوالات با لیکرت پنج گزینه‌ای سنجیده شد. از آزمون‌ها توصیفی و با توجه به نرمال نبودن داده‌ها از همبستگی اسپیرمن استفاده و در نهایت الگو ارائه شد. جدول نتایج آمار توصیفی نشان داد بیشترین انگیزه برای دیدن برنامه، انگیزه‌ی علاقه به برنامه چالشی و کمترین آن انگیزه گریز است. طبق الگوی بدست آمده بیشترین رابطه از نوع مثبت را انگیزه تفریح و سرگرمی، و انگیزه گریز رابطه منفی و معکوسی را با متغیر انگیزه دارد.

کلمات کلیدی:

انگیزه، بیننده، برنامه ورزشی تلویزیون، برنامه‌ی 09

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/390857>

