

عنوان مقاله:

نقش رسانه های ورزشی در شکل گیری رفتار شهروندی هواداران شهرآورد

محل انتشار:

دوماهنامه مطالعات مدیریت ورزشی، دوره 7، شماره 34 (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

جمال الدین بیرامی ایگدر - دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه خوارزمی

سعید حاتمی - دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه خوارزمی

سوسن رحیمی - کارشناس ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد مشهد

خلاصه مقاله:

هدف از پژوهش حاضر، بررسی نقش رسانه های ورزشی در شکلگیری رفتار شهروندی هواداران شهرآورد فوتبال پایتخت میباشد. این پژوهش که به روش توصیفی انجام شده است، از نوع مطالعات همبستگی میباشد و با توجه به هدف، در زمره پژوهشهای کاربردی قرار دارد. جامعه آماری آن را کلیه تماشاگران بالای 18 سال که جهت تماشای شهرآورد فوتبال پایتخت در شهریور ماه 1391 به ورزشگاه آزادی آمده بودند تشکیل دادند. از آنجا که حجم جامعه آماری بیش از 75000 نفر بود، نمونه آماری براساس جدول مورگان 384 نفر انتخاب شد. نتایج نشان داد بین متغیرهای مورد مطالعه در پژوهش همبستگی وجود دارد به طوری که داده های مشاهده شده تا میزان زیادی منطبق بر مدل پژوهش هستند. همچنین، نتایج نشان داد زیزمولفه فرهنگ سازی پیش بینی کننده قویتری نسبت به زیر مولفه های مشارکت اجتماعی، آموزشی و اطلاع رسانی رفتار شهروندی میباشد. به عبارت دیگر رسانه های ورزشی نقش مهمی در شکل گیری رفتار شهروندی هواداران ایجاد می کند که در نهایت باشگاه ها می توانند از مزایای ایجاد رفتار شهروندی هواداران به نفع خود استفاده کنند.

کلمات کلیدی:

رسانه ورزشی، رفتار شهروندی، شهرآورد، فوتبال، هواداران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/765251>

