

## عنوان مقاله:

بررسی مدل تاثیر ابعاد فعالیت های رسانه های جمعی بر گرایش به ورزش همگانی در شهر تهران

## محل انتشار:

مدیریت ارتباطات در رسانه های ورزشی، دوره 4، شماره 16 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

## نویسندگان:

معصومه کلاته سیفری - استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه مازندران

مسعود فریدونی - دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه مازندران

## خلاصه مقاله:

هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی مدل تاثیر ابعاد فعالیت های رسانه های جمعی بر گرایش به ورزش همگانی در شهر تهران بود. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و با توجه به ماهیت موضوع و اهداف پژوهش، جزئی پژوهش های توصیفی از نوع پیمایشی بود. جامعه آماری پژوهش حاضر، شامل کلیه استفاده کنندگان از مراکز ورزشی و تندرستی شهر تهران بودند که جهت نمونه گیری از روش خوشه ای استفاده شده است. ابتدا شهر تهران به پنج منطقه شمال، جنوب، شرق، غرب و مرکز تقسیم بندی شد. سپس از هر یک از این مناطق پنج گانه 70 نفر به صورت تصادفی (حجم نمونه آماری کل برابر با 350 نفر) انتخاب شدند. برای سنجش ابعاد فعالیت رسانه های جمعی از پرسشنامه ی طراحی شده توسط مرادی (1390) و برای سنجش گرایش به ورزش همگانی از پرسشنامه طراحی شده توسط گروه پژوهش استفاده گردید. رویی صوری سوالات توسط صاحب نظران دانشگاهی مورد تأیید قرار گرفت و ضریب آلفای کرونباخ نیز نشان از پایایی قابل قبول برای سوالات پژوهش داشت. در ادامه جهت بررسی سوالات پژوهش از ضریب استاندارد و اعداد معناداری استفاده گردید که نتایج حاصل از این مدل نشانگر تاثیر فعالیت های رسانه های جمعی و ابعاد آن بر گرایش به ورزش همگانی در شهر تهران داشت. شاخص های برازندگی نیز نشان داد که مدل، با داده ها برازش نسبی و مناسبی دارد. در نتیجه با توجه به یافته های حاصل از این مدل کارشناسان رسانه ای و ورزشی می توانند با نوآوری در برنامه های خود و ایجاد انگیزه، سطح مهارت و عملکرد ورزشی آحاد مختلف مردم را بهبود بخشند.

## کلمات کلیدی:

رسانه جمعی، توسعه ورزش، معادلات ساختاری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/874448>

