

عنوان مقاله:

اثربخشی برنامه های تلویزیونی ورزشی و نقش آن بر تعهد ورزشی مخاطبان (مطالعه موردی: برنامه تلویزیونی ورزش صبحگاهی)

محل انتشار:

فصلنامه پژوهشهای ارتباطی، دوره 24، شماره 89 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

مصطفی مقدس - دانشجوی دکترای مدیریت ورزشی، دانشگاه مازندران

الهه حسینی - دانشجوی دکترای مدیریت ورزشی، دانشگاه مازندران

فرزام فرزبان - دکترای مدیریت ورزشی، دانشیار دانشگاه مازندران

خلاصه مقاله:

هدف از پژوهش حاضر، مطالعه اثربخشی برنامه های تلویزیونی ورزش صبحگاهی و نقش آن بر تعهد ورزشی مخاطبان بوده است؛ بخشی از برنامه های در حال پخش شبکه های تلویزیونی، برنامه های ورزشی هستند که به منظور آموزش یا سرگرمی تولید شده اند و سعی در جذب مخاطبان تلویزیونی به سمت خود دارند. در پژوهش حاضر، برنامه تلویزیونی ورزش صبحگاهی به عنوان متغیر مستقل انتخاب شده است تا اثربخشی آن بر روی مخاطب مورد بررسی قرار گیرد. جامعه آماری پژوهش را مخاطبان برنامه تلویزیونی ورزش صبحگاهی تشکیل می دهند. این نمونه ها به صورت هدفمند جمع آوری شده اند و برای گردآوری اطلاعات، از چهار پرسشنامه استفاده شده است که روایی آن را متخصصان ورزش و رسانه مورد تایید قرار داده اند. ضمن اینکه پایایی آن نیز مطلوب گزارش شده است. یافته ها نشان داد که ارتباط موثر و معناداری بین متغیرهای پژوهش وجود دارد. آزمون تحلیل مسیر نیز حاکی از آن بود که متغیر مستقل بر نگرش مخاطب تاثیرگذار است و نگرش ایجاد شده از طریق متغیر مستقل بر تغییر رفتار مخاطب موثر است چنانکه موجب می شود در نهایت مخاطب به تغییر رفتار خود متعهد شود. مخاطبی که برنامه تلویزیونی را مشاهده می کند، نسبت به آن شناخت کافی می یابد و متعهد می شود که فعالیت ها را انجام دهد.

کلمات کلیدی:

برنامه تلویزیونی، ورزش، مخاطب، تحلیل مسیر، تعهد ورزشی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/889823>

