

بررسی نقش مطبوعات و رسانه های گروهی در ورزش

مجری: محمدرضا کردی

عضو هیئت علمی دانشگاه تهران - ۱۳۸۷

چکیده:

هدف از انجام این تحقیق نگرش سنجی از مخاطبان رسانه های گروهی ورزش شامل: مردم به طور عام و اساتید دانشگاه ها، مدیران و مسئولان ادارت تربیت بدنی و فدراسیون های ورزشی، کارشناسان، مربیان، داوران و ورزشکاران به طور خاص و همچنین از دست اندرکاران تولید محتوای رسانه ها شامل: مدیران مسوول، سردبیران، خبرنگاران و گزارشگران است. در کنار نگرش سنجی، موضوع تحلیل محتوای نشریات ورزشی و برنامه های ورزشی صدا و سیما نیز مورد توجه بوده است.

بدین منظور، در بخش نگرش سنجی، افراد به طور داوطلبانه شامل خوانندگان نشریات ورزشی و شنوندگان و تماشاگران برنامه های ورزشی رادیو و تلویزیون ($n=1000$)، اساتید و اعضای هیئت علمی رشته های تربیت بدنی، علوم ارتباطات و روزنامه نگاری ($n=100$)، مدیران، مسوولان فدراسیون ها و انجمن های ورزشی و کارشناسان ($n=200$)، مدیران مسئول رسانه ها ($n=35$) و سردبیران و دبیران ($n=50$) انتخاب شدند. در بخش دوم پژوهش، یعنی تحلیل محتوا، تمام روزنامه های ورزشی و غیر ورزشی و برنامه های ورزشی صدا و سیما برای دو هفته مورد مطالعه قرار گرفت.

برای دستیابی به دیدگاه افراد مورد مطالعه از پرسشنامه محقق ساخته و بعد از اعتباریابی صوری و تعیین پایایی آن از طریق تعیین ضریب آلفای کرونباخ به میزان $0/814$ و برای مقایسه وضعیت موجود و مطلوب عملکرد رسانه ها از آزمون فریدمن استفاده شد و سطح معنی دار یافته ها برابر با $a=0/05$ تعیین گردید. برای تحلیل محتوای رسانه ها، نسبت به تعیین میزان اختصاص یافته مطالب چاپی به سانتی متر و برنامه های رادیو و تلویزیونی به دقیقه به موضوعات مختلف ورزشی و تعیین درصدهای مربوطه اقدام شد.

نتایج نشان داد از دیدگاه افراد مورد مطالعه، یعنی گروه مخاطبان و همچنین گروه متولی تولید محتوای رسانه های ورزشی، تفاوت معنی داری بین وضعیت موجود و مطلوب عملکرد رسانه های گروهی ورزشی وجود دارد ($P=0/0001$).

تحلیل محتوای نشریات ورزشی نشان داد این گروه از رسانه ها به طور ویژه به یک رشته ورزشی (فوتبال) به میزان $81/30$ درصد توجه داشته و نسبت به موضوعات مهم مثل ورزش همگانی، به میزان صفر درصد پرداخته

و میانگین سطح نوشتاری در باره ورزش اقشار مختلف ۱/۲۵ درصد بوده است. ورزش های پایه شامل دو و میدانی، شنا و ژیمناستیک به ترتیب ۰/۲۹، ۰/۲۱ و صفر درصد مورد توجه نشریات ورزشی بوده اند. تحلیل برنامه های ورزشی رادیو، نشان داد میزان اختصاص یافته برنامه های این شبکه، به ورزش فوتبال ۳۲/۶۶، وزنه برداری ۱۱/۷۷، کشتی ۴/۶۶، والیبال ۲/۹، کاراته ۲/۲۲، ورزش بانوان ۱/۷۴، جودو ۱/۶۶، ورزش دانش آموزان ۱/۰۲، ورزش دانشجویان ۰/۶۳، دو و میدانی ۰/۹۹، شنا ۰/۶۱، ژیمناستیک ۰/۱۷ درصد و سایر رشته های ورزشی و ورزش برخی از اقشار زیر ۰/۵ و در حد صفر بوده است.

میانگین میزان توجه برنامه های تلویزیونی به فوتبال ۴۳/۴۶، کشتی ۱۸، ورزش های رزمی ۶/۴۷، تکواندو ۶/۲۵، والیبال ۵/۲۵، ورزش معلولین ۵/۰۲، تیراندازی یک، ژیمناستیک ۰/۹۰، بسکتبال، دو و میدانی و وزنه برداری هر کدام ۰/۸۷ و سایر رشته های ورزشی و ورزش اقشار مختلف ۱۱/۸۰ درصد بوده است.

آزمودنی ها معتقدند رسانه های گروهی ورزش به وظایف خود درباره توسعه ورزش، ورزش اقشار مختلف، افزایش سطح دانش و آگاهی مخاطبان، پرهیز از سطح نگری و حل مشکلات ورزش کشور به خوبی عمل نکرده اند.

واژه های کلیدی: نگرش سنجی، تحلیل محتوا، رسانه ها، ورزش کشور