

# سومین کنگره ملی دستاوردهای علوم ورزشی و سلامت اولین کنگره ملی مدیریت راهبردی در ورزش

دانشگاه گیلان - منطقه آزاد انزلی - اداره کل ورزش و جوانان گیلان

۳۱ مرداد ۹۸

آدرس سایت: [www.confsh.ir](http://www.confsh.ir)



## ارزیابی دیدگاه مخاطبان از عملکرد شبکه رادیویی ورزش در انتقال ارزش های اخلاقی و اجتماعی

هدی صادقی\*<sup>1</sup>، زهرا دژبان<sup>2</sup>، حمید قاسمی<sup>3</sup>

1. کارشناسی ارشد تربیت بدنی گرایش مدیریت رسانه های ورزشی از دانشگاه علم و فرهنگ تهران (\*نویسنده مسئول)

2. دانشجوی ارشد تربیت بدنی گرایش مدیریت راهبردی سازمانهای ورزشی موسسه آموزش عالی علامه قزوینی قزوین

3. استادیار دانشگاه پیام نور کرج

\*Email: (sadeghie\_may@yahoo.com)

نوع ارائه مقاله: پوستر

### چکیده:

هدف از انجام پژوهش حاضر ارزیابی دیدگاه مخاطبین از عملکرد شبکه رادیویی ورزش در انتقال ارزش های اخلاقی و اجتماعی است. به همین منظور پرسشنامه 58 گویه ای ارزش های اخلاقی و اجتماعی (محقق ساخته) طراحی شد که به طور تصادفی در اختیار 420 مخاطب شب رادیو ورزش شامل اساتید دانشگاهی و کارشناسان، خبرنگاران قرار گرفت. روایی ابزار که توسط متخصصین و ثبات درونی آن طی یک مطالعه مقدماتی شامل پرسشنامه ارزش های اخلاقی و اجتماعی با معیار کایرز-میر-اولکین KMO به دست آمده برابر 0/912 می باشد. برای همبستگی گویه ها از آزمون بارتلت استفاده شد، از نرم افزار SPSS در سطح آماری کوچکتر از 0/05 برای تجزیه و تحلیل داده های آماری استفاده شد و یافته ها نشان داد، شبکه رادیویی ورزش در انتقال ارزش های اخلاقی و اجتماعی به طور معنی داری عملکرد موفقی داشته است ( $p=0/01$ ) بنابراین فرضیه صفر رد میشود. با توجه به معنی دار شدن آزمون بارتلت و همبستگی بین گویه های ارزش های اخلاقی و اجتماعی، بالاترین میانگین مربوط به ادب ( $4/0 \pm 11/93$ )، ادای حق و جایگاه مربی در جامعه ( $4/1 \pm 09/11$ ) و احترام ( $4/06 \pm 0/91$ ) بود و این نشان می دهد شبکه رادیویی ورزش به آن ها توجه بیشتری داشته است.

نتیجه گیری: با توجه به نتایج پژوهش حاضر میتوان اظهار نمود از آنجایی که عملکرد شبکه رادیویی ورزش در انتقال ارزش های اخلاقی و اجتماعی مثبت بوده است و در انتقال ارزش های اخلاقی ضعیفتر عمل کرده است مسئولین و برنامه سازان این شبکه به ارزش های اخلاقی توجه بیشتری نشان دهند تا بتوان رضایت و تأثیر بیشتری در بین مخاطبان و جامعه ایجاد کنند.

واژگان کلیدی: ارزش های اخلاقی، ارزش های اجتماعی، عملکرد، انتقال، مخاطبین