





دانشگاه شهید چمران اهواز

دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی

گروه مدیریت ورزشی

پایان نامه کارشناسی ارشد

عنوان:

تحلیل محتوای بخش ورزشی مطبوعات استان خوزستان

پژوهشگر:

مریم علیشاهی

استاد راهنما:

دکتر صدیقه حیدری نژاد

استاد مشاور:

دکتر ناهید شتاب بوشهری

مهرماه ۹۲

سپاس بی کران پروردگار یکتا را که هستی مان بخشید و به طریق علم و دانش را بنمونان شد و به همنشینی رهروان علم و دانش مفتخرمان نمود و خوشه چینی از علم و معرفت را روزی مان ساخت.

نهال را باران باید، تا بشوید غبار نشسته بر برگهایش

و سیرابش کند از آب حیات

و آفتاب باید، تا تاباند نیرو را و محکم کند شاخه های تازه روئیده را

به نام مادر

بوسه ای بیدزد، دست هایی را که می شویند غبار حسنگی روزگار را و سیراب می کنند روح تشنه را

به نام پدر

بوسه ای بیدزد، دست هایی را که می تابانند نیرو را و محکم می کنند استواری پایه های زیستن را...

تقدیم به

مادر عزیزم که وجودش برایم همه مهرباست

پدر عزیزم که وجودش امیدبخش زندگی ام است

و خواهر مهربانم که وجودش برایم مومنتی است الهی

بسی شایسته است که از استاد راهنمای فرهیخته سرکار خانم صدیقه حیدری نژاد که
آموخت مرا تا بیاموزم و گلشن سرای علم و دانش را با راهنمایی های کارساز و
سازنده بارور ساخت، تشکر و قدردانی نمایم.

و با سپاس فراوان از استاد مشاور گرامی، سرکار خانم دکتر شتاب بوشهری که
همواره و همه وقت مرا یاری رساند.

لازم می دانم از داوران محترم پایان نامه جناب آقای دکتر عبدالرحمن مهدی پور و جناب
آقای دکتر مسعود نیکبخت و ناظر تحصیلات تکمیلی سرکار خانم پروانه شفیع نیا نیز
کمال تشکر و امتنان را داشته باشم.

همچنین از زحمات دکتر حمید قاسمی، جناب آقای خالد لویمی که همواره مرا از
رهنمودهای ارزنده خود بهره مند می ساختند، نیز تشکر و قدردانی می کنم.

بر خود می دانم از اساتید عزیز دکتر ولی اله دبیدی روشن، دکتر فرزام فرزاد، دکتر
شادمهر میردار، که در طول دوران تحصیل همواره افتخار شاگردی شان را داشته ام
کمال تشکر و سپاسگذاری را داشته باشم.

و با سپاس فراوان از تمامی دانشجویان و دوستان عزیزم که مرا در انجام این پژوهش
یاری رساندند.

نام خانوادگی: علیشاهی	نام: مریم
عنوان: تحلیل محتوای بخش ورزشی مطبوعات استان خوزستان	
استاد راهنما: دکتر صدیقه حیدری نژاد اساتید مشاور: دکتر سیده ناهید شتاب بوشهری	
درجه تحصیلی: کارشناسی ارشد	رشته: تربیت بدنی
گرایش: مدیریت ورزشی	
محل تحصیل: دانشگاه شهید چمران اهواز	
دانشکده: تربیت بدنی و علوم ورزشی	
تاریخ فارغ التحصیلی: ۱۳۹۲/۷/۳۰	
واژه های کلیدی: تحلیل محتوا، مطبوعات	
<p>چکیده:</p> <p>رسانه های جمعی مرکز هدایت و سرنوشت ورزش امروزی هستند. هدف این پژوهش بررسی تحلیلی بخش ورزشی مطبوعات استان خوزستان بود. جامعه آماری پژوهش بخش ورزشی ۶روزنامه استان خوزستان، منتشر شده در سال ۱۳۹۱ بود. روش نمونه گیری تصادفی منظم و بر مبنای هفته آماری بود و از هر روزنامه دو هفته آماری انتخاب شد. ابزار اندازه گیری برگه کدگذاری بود و روایی آن را ۱۵ نفر از متخصصان مدیریت ورزش و ارتباطات تأیید کردند. هم چنین، ضریب عینیت و پایایی براساس فرمول اسکات برای مقوله های (حوزه جنسیت ۹۴٪، مؤلفه ورزشی ۸۵٪، رشته ورزشی ۹۶٪، ورزش معلولین ۹۰٪، سن ۸۳٪، منطقه رویداد ورزشی ۹۰٪، پوشش جغرافیایی ۸۷٪، سبک نوشتاری ۸۲٪، مسئولیت مصاحبه شونده ۹۴٪، گرایش تربیت بدنی ۸۳٪، حوزه مدیریت ورزشی ۸۵٪، شکل و نحوه پوشش متن ۹۸٪، رنگ عکس ۹۸٪، اندازه عکس ۸۷٪، مکان عکس ۹۰٪، ملیت عکس ۸۷٪، پست ورزشی سوژه مرتبط با عکس ۹۳٪، ارزش های خبری ۸۳٪، منبع خبر ۸۸٪، جهت گیری ۸۳٪) محاسبه شد. نتایج نشان داد در پوشش مطبوعات عدم تعادل وجود دارد. مطبوعات ۸۱٪ ورزش مردان، ۸۸٪ مؤلفه قهرمانی و ۷۰/۶٪ رشته فوتبال، ۷۰٪ ورزش بزرگسالان، ۸۴/۵۳٪ سبک خبر را پوشش داده اند. با توجه به یافته های تحقیق پیشنهاد می شود، مسئولین برنامه های عملیاتی جهت از بین بردن عدم تعادل پوشش رسانه ای اتخاذ کنند.</p>	

فهرست..... شماره صفحه

فصل اول: مقدمه و معرفی تحقیق

مقدمه	۲
بیان مساله	۳
ضرورت و اهمیت تحقیق	۵
اهداف تحقیق	۶
هدف کلی	۶
هدف اختصاصی	۶
سؤال‌های تحقیق	۹
فرضیه‌های تحقیق	۱۱
محدودیت‌های تحقیق	۱۱
محدودیت‌های غیر قابل کنترل	۱۱
محدودیت‌های قابل کنترل	۱۱
پیش فرض‌های تحقیق	۱۲
تعریف واژه‌ها و اصطلاحات	۱۲

فصل دوم: مبانی نظری و پیشینه تحقیق

مقدمه	۱۴
ارتباط	۱۴
مفهوم ارتباط	۱۴
اهمیت ارتباط	۱۶
انواع ارتباط از لحاظ رسانه های مورد استفاده	۱۶
انواع ارتباط از لحاظ تعداد افراد فراگیر	۱۷
عناصر ارتباط	۱۷
مفهوم رسانه و رسانه جمعی	۲۰

۲۰.....	رسانه.....
۲۰.....	رسانه‌های جمعی.....
۲۱.....	کارکردهای رسانه‌های جمعی.....
۲۴.....	رسانه‌های جمعی و ورزش.....
۲۴.....	کارکرد رسانه‌های جمعی در ورزش.....
۳۰.....	ویژگی های مشترک رسانه و ورزش.....
۳۱.....	مفهوم نگرش و گرایش و رابطه رسانه‌های جمعی با نگرش مثبت و منفی به ورزش.....
۳۲.....	مفهوم گرایش.....
۳۲.....	مدیریت رسانه‌های ورزش.....
۳۳.....	معرفی انواع رسانه‌های جمعی و ارتباط آنها با ورزش.....
۳۳.....	رادیو.....
۳۸.....	تلویزیون.....
۴۲.....	مطبوعات.....
۴۷.....	رسانه و ورزش بانوان.....
۵۲.....	نقش رسانه‌های جمعی.....
۵۲.....	نقش فرهنگ‌سازی رسانه‌های جمعی.....
۵۲.....	مفهوم فرهنگ.....
۵۴.....	مفهوم فرهنگ‌سازی و فرهنگ‌گرایی.....
۵۵.....	ارتباط فرهنگ و ارتباطات.....
۵۶.....	رسانه و فرهنگ‌سازی.....
۶۰.....	نقش آگاهی‌دهندگی.....
۶۰.....	نقش اطلاع‌رسانی.....
۶۲.....	نقش آموزشی رسانه‌های جمعی.....
۶۲.....	نقش ایجاد مشارکت اجتماعی رسانه‌های جمعی.....
۶۳.....	تحلیل محتوا.....
۶۳.....	تاریخچه تحلیل محتوا.....
۶۴.....	تعریف تحلیل محتوا.....

۶۵	مراحل تحلیل محتوا.....
۶۵	انواع تحلیل محتوا.....
۶۵	تحلیل محتوای کمی.....
۶۶	تحلیل محتوای کیفی.....
۶۸	مقایسه تحلیل محتوای کمی با تحلیل محتوای کیفی.....
۶۹	پیشینه‌های تحقیق.....
۶۹	پژوهش‌های داخل کشور.....
۸۲	پژوهش‌های خارج کشور.....
۸۹	جمع بندی.....

فصل سوم : روش شناسی تحقیق

۹۱	مقدمه.....
۹۱	روش تحقیق.....
۹۱	جامعه آماری.....
۹۲	نمونه آماری.....
۹۳	ابزار اندازه‌گیری.....
۹۳	واحد تحلیل.....
۹۳	مقوله‌های تحقیق.....
۹۶	روایی برگه کدگذاری.....
۹۶	پایایی برگه کدگذاری.....
۹۸	شیوه اجرای تحقیق.....
۹۹	روش آماری.....

فصل چهارم : یافته های تحقیق

۱۰۱	مقدمه
۱۰۲	یافته های توصیفی
۱۰۴	یافته های مربوط به سؤال های تحقیق
۱۳۶	یافته های مربوط به آزمون فرضیه ها

فصل پنجم: بحث و نتیجه گیری

۱۳۸	مقدمه
۱۳۸	خلاصه تحقیق
۱۴۰	یافته های تحقیق
۱۴۰	یافته های توصیفی تحقیق
۱۴۰	یافته های مربوط به سؤالات تحقیق
۱۶۰	یافته های استنباطی
۱۶۱	نتیجه گیری
۱۶۳	پیشنهادات تحقیق
۱۶۳	پیشنهادات برخواسته از تحقیق
۱۶۵	پیشنهادات برای سایر محققین

فهرست منابع

۱۶۷	فهرست منابع فارسی
۱۷۹	فهرست منابع لاتین

فهرست شکل ها

۲۰	شکل ۱-۲، ساده ترین نوع جریان ارتباطی (ارتباط مستقیم)
۲۱	شکل ۲-۲، جریان ارتباطی غیر مستقیم
۲۲	شکل ۳-۲، جریان های ارتباطی پیچیده

فهرست نمودارها

- نمودار ۱-۴: توزیع فراوانی روزنامه‌های چاپ شده ۱۰۳
- نمودار ۲-۴: توزیع فراوانی مطالب ورزشی در هر ماه ۱۰۳
- نمودار ۳-۴: توزیع پوشش جنسیتی روزنامه‌ها ۱۰۴
- نمودار ۴-۴: توزیع پوشش مؤلفه‌های چهارگانه ورزش ۱۰۵
- نمودار ۵-۴: توزیع مؤلفه ورزش تربیتی در حوزه جنسیت ۱۰۶
- نمودار ۶-۴: توزیع مؤلفه ورزش همگانی - تفریحی در حوزه جنسیت ۱۰۷
- نمودار ۷-۴: توزیع مؤلفه ورزش قهرمانی در حوزه جنسیت ۱۰۸
- نمودار ۸-۴: توزیع پوشش ورزش معلولین ۱۱۲
- نمودار ۹-۴: توزیع پوشش ورزش‌ها بر اساس رده‌های سنی ۱۱۳
- نمودار ۱۰-۴: توزیع محتوای بخش ورزشی مطبوعات از لحاظ پوشش سطوح مسابقات ۱۱۴
- نمودار ۱۱-۴: توزیع فراوانی پوشش سطوح مسابقات با توجه به جنسیت ۱۱۵
- نمودار ۱۲-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ پوشش جغرافیایی ۱۱۶
- نمودار ۱۳-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ سبک نوشتاری ۱۱۷
- نمودار ۱۴-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ نوع مسئولیت ورزشی، مصاحبه شونده ۱۱۸
- نمودار ۱۵-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ نوع مسئولیت مصاحبه شونده در حوزه جنسیت ۱۱۹
- نمودار ۱۶-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ پوشش گرایش‌های تربیت بدنی ۱۲۰
- نمودار ۱۷-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ پوشش حوزه‌های مدیریت ورزش ۱۲۱
- نمودار ۱۸-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ پوشش شکل و نحوه پوشش متن ۱۲۲
- نمودار ۱۹-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ پوشش شکل و نحوه پوشش متن با توجه به جنسیت ۱۲۳
- نمودار ۲۰-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ رنگ عکس ۱۲۴
- نمودار ۲۱-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ رنگ عکس با توجه به جنسیت ۱۲۵
- نمودار ۲۲-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ اندازه عکس ۱۲۶

- نمودار ۲۳-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ اندازه عکس با توجه به جنسیت.....۱۲۷
- نمودار ۲۴-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ مکان عکس ها.....۱۲۸
- نمودار ۲۵-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ مکان عکس ها با توجه به جنسیت...۱۲۹
- نمودار ۲۶-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ ملیت عکس ها.....۱۳۰
- نمودار ۲۷-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ ملیت عکس ها با توجه به جنسیت.....۱۳۱
- نمودار ۲۸-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ پست ورزشی سوژه مرتبط با عکس ۱۳۲
- نمودار ۲۹-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ ارزش خبر.....۱۳۳
- نمودار ۳۰-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ منبع خبر.....۱۳۴
- نمودار ۳۱-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ جهت گیری.....۱۳۵

فهرست جداول

- جدول ۱-۳: مقوله ها و زیر مقوله ها.....۹۴
- جدول ۱-۴: توزیع فراوانی روزنامه ها.....۱۰۲
- جدول ۲-۴: توزیع فراوانی مطالب ورزشی در هر ماه.....۱۰۳
- جدول ۳-۴: توزیع پوشش جنسیتی روزنامه ها.....۱۰۴
- جدول ۴-۴: توزیع پوشش مؤلفه های چهارگانه ورزش.....۱۰۵
- جدول ۵-۴: توزیع مؤلفه ورزش تربیتی در حوزه جنسیت.....۱۰۶
- جدول ۶-۴: توزیع مؤلفه ورزش همگانی - تفریحی در حوزه جنسیت.....۱۰۷
- جدول ۷-۴: توزیع مؤلفه ورزش قهرمانی در حوزه جنسیت.....۱۰۸
- جدول ۸-۴: توزیع فراوانی انواع رشته های ورزشی تحت پوشش.....۱۰۹
- جدول ۹-۴: توزیع فراوانی رشته های ورزشی تحت پوشش بانوان.....۱۱۰
- جدول ۱۰-۴: توزیع فراوانی رشته های ورزشی تحت پوشش آقایان.....۱۱۱
- جدول ۱۱-۴: توزیع پوشش ورزش معلولین.....۱۱۲
- جدول ۱۲-۴: توزیع پوشش ورزش ها بر اساس رده های سنی.....۱۱۳
- جدول ۱۳-۴: توزیع محتوای بخش ورزشی مطبوعات از لحاظ پوشش سطوح مسابقات.....۱۱۴
- جدول ۱۴-۴: توزیع فراوانی پوشش سطوح مسابقات با توجه به جنسیت.....۱۱۵
- جدول ۱۵-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ پوشش جغرافیایی.....۱۱۶
- جدول ۱۶-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ سبک نوشتاری.....۱۱۷

- جدول ۱۷-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ نوع مسئولیت ورزشی، مصاحبه شونده..... ۱۱۸
- جدول ۱۸-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ نوع مسئولیت مصاحبه شونده در حوزه جنسیت..... ۱۱۹
- جدول ۱۹-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ پوشش گرایش‌های تربیت بدنی..... ۱۲۰
- جدول ۲۰-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ پوشش حوزه‌های مدیریت ورزشی..... ۱۲۱
- جدول ۲۱-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ پوشش شکل و نحوه پوشش متن..... ۱۲۲
- جدول ۲۲-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ پوشش شکل و نحوه پوشش متن با توجه به جنسیت..... ۱۲۳
- جدول ۲۳-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ رنگ عکس..... ۱۲۴
- جدول ۲۴-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ رنگ عکس با توجه به جنسیت..... ۱۲۵
- جدول ۲۵-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ اندازه عکس..... ۱۲۶
- جدول ۲۶-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ اندازه عکس با توجه به جنسیت..... ۱۲۷
- جدول ۲۷-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ مکان عکس‌ها..... ۱۲۸
- جدول ۲۸-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ مکان عکس‌ها با توجه به جنسیت..... ۱۲۹
- جدول ۲۹-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ ملیت عکس‌ها..... ۱۳۰
- جدول ۳۰-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ ملیت عکس‌ها با توجه به جنسیت..... ۱۳۱
- جدول ۳۱-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ پست ورزشی سوژه مرتبط با عکس..... ۱۳۲
- جدول ۳۲-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ ارزش خبر..... ۱۳۳
- جدول ۳۳-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ منبع خبر..... ۱۳۴
- جدول ۳۴-۴: توزیع محتوای ورزشی مطبوعات از لحاظ جهت‌گیری..... ۱۳۵
- جدول ۳۵-۴: رابطه بین حوزه جنسیت و رشته‌های ورزشی..... ۱۳۶
- جدول ۳۶-۴: رابطه بین مؤلفه‌های ورزشی و جنسیت..... ۱۳۶

مقدمه

صنعتی شدن جوامع و گسترش روز افزون وسایل نوین ارتباطی سبب تغییرات بسیاری در سبک زندگی روزمره افراد شده است. بسیاری از اموری که توسط انسان و با تحرک فیزیکی بشر انجام می گرفت، امروزه از طریق ماشین های اتوماتیک انجام می شود این موضوع باعث کاهش فعالیت های فیزیکی و تحرک کافی انسان شده و می تواند سلامت روحی و جسمی او را به مخاطره اندازد (آقاجانی و همکاران، ۱۳۹۰). بیش از ۲۰۰۰ سال قبل بقراط^۱ پزشک یونانی در مورد نیاز انسان به فعالیت های حرکتی مستمر اعلام داشت که فعالیت بدنی برای سلامتی ضروری است و ارگان های بدن انسان در صورت داشتن تمرینات بدنی معتدل و مستمر سلامتی خود را حفظ نموده، قوی شده، عمرشان طولانی می گردد. چنان چه فعالیت حرکتی از زندگی روزمره انسان دور شود، دستگاه های بدن او تنبل و آماده پذیرش بیماری های گوناگون گردیده و پیری در انسان تسریع می شود (مظفری و همکاران، ۱۳۸۴). این واقعیت کاملاً پذیرفته شده که فعالیت های ورزشی برای عموم مردم لازم، مفید و ارزشمند است و همه افراد در هر مقطع سنی که باشند باید به فعالیت های ورزشی تفریحی یا به اصطلاح همگانی بپردازند تا دارای جسمی سالم و روحیه ای شاد و با نشاط باشند (حمایت طلب، ۱۳۸۸). هر اندازه دیدگاه و نگرش افراد نسبت به ورزش مثبت باشد، انگیزه مشارکت در فعالیت های ورزشی نیز بیشتر می شود (دارابی و همکاران، ۱۳۸۸). برای تغییر در دیدگاه و نگرش های افراد، نهادهای عمومی بسیار اثر گذارند. از جمله نهادهای عمومی در اشاعه ورزش همگانی می توان به رسانه های جمعی اشاره کرد (نوابی نژاد، ۱۳۸۱).

امروزه، رسانه ها بخش جدایی ناپذیر زندگی فردی و اجتماعی جامعه انسانی هستند. وظیفه رسانه ها تنها پخش برنامه های سرگرم کننده، آگاهی های تجاری و اخبار و اطلاعات سیاسی و اقتصادی نیست، بلکه وظیفه اصلی آنها، آفرینش نگرش اجتماعی برای رشد و توسعه ملی و انگیزش عمومی در مسیر رشد و توسعه و پیشرفت اقتصادی، فرهنگی و سیاسی است (زورق، ۱۳۸۹). رسانه ها به طور مستقیم بر ارزش ها و هنجارهای جامعه اثرگذار هستند، زیرا

۱- Hippocrates.

تعداد زیادی از مردم به آن توجه دارند (قاسمی، ۱۳۸۷). رسانه‌ها قوی‌ترین ابزار برای طرح و رواج اندیشه‌ها و کارآمدترین وسایل برای نفوذ فرهنگ‌ها و نگرش‌ها به قلب جوامع محسوب می‌شوند (قاسمی، ۱۳۸۶). رسانه‌های جمعی از عوامل مهم ارتقای فرهنگی از جمله توسعه فرهنگ ورزشی هستند (مهدویان، ۱۳۸۷). منظور از توسعه فرهنگ ورزش، ایجاد یک باور مثبت و همیشگی در میان اقشار مردم نسبت به مقوله ورزش است (صادقیان، ۱۳۹۰). توسعه فرهنگ سلامت از طریق ورزش امری است که امروزه نیاز به آن شناخته شده و رسانه‌های جمعی باید برای دستیابی آن تلاش کنند (قاسمی و همکاران، ۱۳۸۷).

مسئولان رسانه در برنامه‌های خود باید به دور از کلی‌گویی، مبهم‌گویی، گزافه‌گویی، یک‌جانبه‌گرایی، یک‌سو‌نگری و با لحن و زبان منصفانه و بی‌طرفانه و با استفاده از نظریات کارشناسان با تجربه و آینده‌نگر مطرح نمایند و بکوشند فرصت‌ها تقویت و تهدیدها تضعیف شوند تا دور توسعه و رونق با برقراری مکانیسم کشف «کشف عیب- رفع عیب» آغاز گردد (زورق، ۱۳۸۹).

بیان مساله

فعالیت‌های ورزشی سبب کاهش هزینه‌های درمانی و بهداشتی می‌شود، بهره‌وری نیروی کار جامعه را بالا می‌برد و از این راه به توسعه همه‌جانبه جامعه کمک می‌کند. گذشته از این، ورزش همگانی در یک جامعه کارکردهای مطلوبی چون افزایش همدلی، تقویت همبستگی و مشارکت-اجتماعی و تحکیم روابط و پیوندهای اجتماعی، کمک به فرایند جامعه‌پذیری افراد نیز دارد (روشندل اربطانی، ۱۳۸۶). عوامل فرهنگی و اجتماعی در توسعه ورزش بسیار مهم است، به عبارت دیگر توسعه فرهنگی ضرورتی برای توسعه در هر یک از ابعاد اجتماعی، اقتصادی و حتی ورزش است (لوندی، ۱۹۹۹، به نقل از صادقیان، ۱۳۹۰). وسایل ارتباط جمعی قادر هستند روش‌های جدید زندگی را در فرایند تغییرات اجتماعی و فرهنگی پدید آورند (آقاجانی و همکاران، ۱۳۹۰).

روشه^۱ در کتاب "جامعه‌شناسی کنش اجتماعی" می‌نویسد: هیچ خصوصیت فرهنگی به طور زیستی یا ژنتیکی انتقال نمی‌یابد و هیچ خصوصیت فرهنگی در آغاز تولد در اندام زیستی وجود ندارد (زنجانی ۱۳۸۵). بنابراین اشاعه فرهنگ در فرایند ایجاد تغییرات اجتماعی و فرهنگی، می‌تواند از طریق وسایل ارتباط جمعی تحقق یابد (آفاجانی و همکاران، ۱۳۹۰). امروزه رسانه‌های جمعی یکی از ابزارهای موثر در انتقال فرهنگ، تغییر فرهنگ و فرهنگ‌سازی محسوب می‌شوند (فرهنگی و همکاران، ۱۳۸۶).

رسانه‌های جمعی از یک سو در شکل‌دهی ساختار ذهنی افراد جامعه مؤثرند و از سوی دیگر رفتار افراد را سامان می‌بخشند و موجب می‌شوند، افراد در مورد پدیده‌های اجتماعی، رفتاری کاملاً حساب شده از خود بروز دهند (هونی بور^۲، ۲۰۰۲). نتایج تحقیق مظفری و همکاران (۱۳۸۸) تأکید دارد رسانه‌ها از طریق ارائه هنجارهای اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و ... مخاطبان را با الگویی از روابط انسانی و اجتماعی آشنا می‌کنند و جامعه و ارزش‌های آن را تغییر می‌دهند. کردی (۱۳۸۶) معتقد است رسانه‌های گروهی عامل بسیار موثری در شکل‌گیری ارزش‌های اجتماعی به شمار می‌روند که بخش برنامه‌های ورزشی و محتوا و مطالب درج شده در آنها می‌توانند تأثیر به‌سزایی داشته باشند و از این طریق به پیشرفت و بهبود وضعیت ورزش کشور کمک کنند. هنری و همکاران (۱۳۹۱) معتقدند رسانه‌های گروهی در شکل‌دهی و جهت‌دهی باورها، نگرش و افکار جامعه و همچنین ساخت بستری مناسب در عرصه ورزش نقش انکارناپذیری دارند. نتایج تحقیق روشندل اربطانی (۱۳۸۶) نشان می‌دهد حدود ۳۷ درصد تغییرات نهادینه شدن ورزش همگانی در کشور مربوط به رسانه‌های جمعی است و بقیه آن (۶۳ درصد) به عوامل دیگر مربوط می‌شود.

البته نمی‌توان رابطه بین ورزش و رسانه‌ها را همیشه مفید تلقی کرد یا آن را دو طرفه دانست. ورزش می‌تواند در جلب مخاطب به رسانه‌ها کمک شایانی کند، اما اینکه رسانه‌ها به همان اندازه در جهت اشاعه ورزش و ترویج فرهنگ ورزش فعالیت می‌کنند یا نه؟ جای سوال

۱- Rocher, Guy

۲- Honey bourne

دارد (ولف^۱، ۲۰۰۲). به عبارتی اگر رسانه‌ها منصف نباشند، می‌توانند جامعه را به انحراف کشانده و نه تنها مشکلی را حل نکنند، بلکه خود باعث ایجاد مشکلات جدیدتر و پیچیده‌تری شوند (قاسمی، ۱۳۸۶).

گذشته از تأثیرات متقابل رسانه و ورزش بر یکدیگر، توجه به محتوا و نوع برنامه‌ها و مطالب ورزشی نیز از اهمیت بالایی برخوردار است. برای مثال جامعه شناسان حوزه ورزش، دو زمینه مربوط به توصیف قهرمانان زن و مرد را از طریق رسانه‌ها شناسایی کرده‌اند. نخست اینکه، گرچه برای شماری از زنان افزایش چشمگیری در مشارکت برخی از فعالیت‌ها پدید آمده است، ولی قهرمانان زن از لحاظ پوشش رسانه‌ای خیلی کمتر مورد توجه قرار می‌گیرند (دانکن و هازبروک^۲، ۱۹۸۸ به نقل از مهدویان، ۱۳۹۱). موضوع دوم شکل و نحوه پوشش خبری ورزش‌های زنان و مردان است. مک‌گریگور^۳ (۲۰۰۶) خاطر نشان کرد مهم‌ترین چیزی که بانوان از رسانه می‌خواهند، حضور در آن است. به عبارت دیگر آن‌ها نمی‌خواهند فقط هدف تمایلات جنسی، برای ازدواج کردن و مادر بودن باشند، بلکه می‌خواهند پیچیدگی و گوناگونی آنها تشخیص داده شود. تحقیقات متعدد دیگر نشان می‌دهد در رسانه‌های ورزشی خارجی افراد مذکر به شیوه‌هایی ظاهر می‌شوند که بر توان ورزشی و شایستگی‌های خود تأکید دارند، در حالی که افراد مونث به گونه‌ای نشان داده می‌شوند که بر حالت زنانگی و جذابیت فیزیکی خود بیشتر تکیه دارند (هریس و همکاران^۴، ۲۰۰۲. مسنر و همکاران^۵، ۲۰۰۳ و بنیاد ورزش زنان انگلیس^۶، ۲۰۰۴ به نقل از مهدویان، ۱۳۸۷).

با توجه به اینکه، استفاده هدفمند رسانه، ارتباطی قوی و مؤثر با دانش، نگرش و رفتارهای افراد در خصوص فعالیت بدنی و سلامتی دارد (سرین^۷، ۲۰۰۴ به نقل از صادقیان، ۱۳۹۰) لذا، بررسی وضعیت محتوای مطالب کلیه رسانه‌ها در ارتباط با تربیت بدنی و ورزش از اهمیت زیادی

۱- Wolfe Rosit

۲- Duncan, M. Hasbrook

۳- McGregor, J

۴- Harris, J. Clayton, B.

۵- Macaloon, M.A. & et al.

۶- Women's Sport Foundation UK

۷- Serben Liliana

برخوردار است (خیبری، ۱۳۸۴). از بین انواع رسانه‌ها، روزنامه‌ها و نشریات ورزشی، از توجه ویژه‌ای در میان مردم برخوردار است. رسانه‌های چاپی مثل مطبوعات ورزشی، توسط افرادی خریداری می‌شوند که می‌خواهند آنها را بخوانند، لذا خوانندگان این نوع رسانه تمایل بیشتری برای پذیرش اطلاعات آن دارند (پیتس و استوتلار^۱، ۲۰۰۲).

لاسلو^۲ به عنوان یک محقق ارتباطات بر عناصر ارتباط شامل پیام دهنده، وسیله انتقال پیام، استفاده کنندگان از پیام و آثار اجتماعی پیام تأکید دارد و در این مورد فرمول خاصی ارائه کرده است. به عقیده او در مطالعات روزنامه ورزشی باید معلوم شود که گوینده و نویسنده کیست؟ چه می‌گوید و چه می‌نویسد؟ چه وسیله‌ای برای گفتن و نوشتن به کار می‌برد؟ برای چه کسانی می‌گوید و می‌نویسد و تأثیر گفتن و نوشتن او چیست؟ بدین طریق بر اساس فرمول لاسلو، بررسی روزنامه ورزشی، متوجه گردانندگان، ویژگی‌های فنی، محتوا، مخاطبان و آثار پیام بر مخاطبین روزنامه‌های ورزشی می‌باشد. یکی از محورهای مهم در این راستا، بررسی محتوای روزنامه‌های ورزشی است، یعنی این که چه می‌گوید و چه می‌نویسد؟ (معمدنژاد، ۱۳۷۱).

در کشور ما نیز رسانه‌های ورزشی از جایگاه ویژه‌ای در توسعه و گسترش فرهنگ ورزش در جامعه برخوردار هستند. تأسیس و راه اندازی شبکه‌های ورزشی در رادیو و تلویزیون و انتشار روزنامه‌ها و مجلات ورزشی متعدد حاکی از اهمیت این مقوله اجتماعی، فرهنگی و اجتماعی است. لذا بررسی و تحلیل محتوای آن‌ها به منظور تقویت نقاط قوت و رفع نقاط منفی ضروری و لازم است تا پیام‌های منتقل شده از رسانه‌های مکتوب مورد ارزیابی قرار بگیرد تا دستگاه‌های ناظر مثل وزارت ارشاد اسلامی بتوانند آن‌ها را در جهت اهداف توسعه ورزش نظارت و هدایت نمایند. این پژوهش قصد دارد با بررسی و تحلیل محتوای بخش ورزشی مطبوعات استان خوزستان، به این سوال پاسخ دهد که وضعیت محتوای بخش ورزشی مطبوعات استان خوزستان از لحاظ پوشش مؤلفه‌های ورزش، جنسیت و موضوعات چگونه می‌باشد؟

۱- Pitts and Stotlar

۲- Lasswell

ضرورت و اهمیت تحقیق

ورزش و به ویژه ورزش های همگانی از آنجا که موجب افزایش امید به زندگی از طریق ارتقای سلامت افراد جامعه می شود، یکی از زیر شاخص های توسعه انسانی در جوامع قلمداد می گردد (روشندل اربطانی، ۱۳۸۶). امروزه ورزش نقش و جایگاه بسیار بارزی در جامعه انسانی دارد. کارکردهای ورزش ابعاد بسیار گسترده و عمیق و اثر گذاری بر نحوه تفکر افراد و شکل دهی به ایده ها و ذهنیات آنان یافته، انگیزه های بشری را نیز تحت تاثیر خود قرار داده است (رجبی و همکاران، ۱۳۸۴). امروزه ورزش به سیاست، اقتصاد، فرهنگ و جنسیت در آمیخته است و ارتباط بین رویدادهای ورزشی و پوشش رسانه ای امری دو جانبه است و هر یک از حوزه های ورزشی و پخش رسانه ای آن، وابستگی و تاثیرات متقابلی بر یکدیگر دارند (کریمی، ۱۳۹۱).

وسایل ارتباط جمعی نقش مهمی در روشن کردن افکار عمومی و رساندن اخبار و وقایع روز جامعه به مردم عهده دار بوده و نیز در هدایت افکار عمومی مؤثر و مفید هستند، بر همین اساس باید به تأثیر این رسانه ها و اثرات آن بر جامعه یاد کرد و متوجه پدیده هایی چون امکان به وجود آمدن ناهنجاری های زیان بخش از طریق اشاعه ارزش ها و باورهای ورزشی نامطلوب بود (طاهریان، ۱۳۸۷).

امروزه اهمیت ورزش های رسانه ای شده در دو بعد کمیت و کیفیت قابل بررسی است. مثلاً پدرسن و همکاران^۱ (۲۰۰۳) در پژوهش خود مبنی بر چاپ تصاویر مربوط به دانش آموزان ورزشکار در ۶۰۲ روزنامه به این نتیجه رسید که چاپ عکس های ورزشی در بخش مردان بیشتر و با کیفیت تر از عکس های زنان ورزشکار است. رسانه ها به عنوان وسایل ارتباط جمعی باید به هر حوزه که وارد می شوند، سعی کنند تمام جنبه های این پدیده را نیز دقیق و به درستی و بدون حاشیه و سوگیری برای بینندگان و خوانندگان خود پوشش دهند.

1- Pedersen & et al.

رو^۱ (۲۰۰۰) معتقد است رسانه مرکز هدایت و سرنوشت ورزش امروزی است. با توجه به اینکه محتوا و نوع برنامه‌های ورزشی از اهمیت بالایی برخوردار است، اگر چه در سطح کشور تحقیقاتی اندکی در زمینه تحلیل محتوای مطبوعات ورزشی انجام شده است، اما تاکنون هیچ تحقیقی از لحاظ نوع پوشش و شیوه انعکاس خبرهای ورزشی از نظر زمان، نوع رشته‌های ورزشی و مؤلفه‌های ورزشی به بررسی محتوای مطبوعات ورزشی استان خوزستان پرداخته است. محقق امیدوار است نتایج این تحقیق تصویری جامع از شیوه پرداختن به ورزش در خبرهای مطبوعات ورزشی استان خوزستان ارائه دهد تا مسئولان و مدیران رسانه از وضع موجود ورزش در مطبوعات ورزشی آگاه شوند و بتوانند خبرهای مطبوعات ورزشی را در جهت توسعه هر چه بیشتر ورزش نظارت و هدایت کنند.

اهداف تحقیق

هدف کلی

تحلیل محتوای بخش ورزشی مطبوعات استان خوزستان

هدف اختصاصی

۱- بررسی محتوای بخش ورزشی مطبوعات به لحاظ پوشش جنسیتی (مرد، زن، بدون تاکید جنسیتی)

۲- بررسی محتوای بخش ورزشی مطبوعات به لحاظ پوشش مؤلفه‌های چهارگانه ورزش (تربیتی، همگانی - تفریحی، قهرمانی - حرفه ای)

۱- بررسی مؤلفه ورزش تربیتی در حوزه جنسیت (بانوان و آقایان)

۲- بررسی مؤلفه ورزش همگانی در حوزه جنسیت (بانوان و آقایان)

۳- بررسی مؤلفه ورزش حرفه‌ای و قهرمانی در حوزه جنسیت (بانوان و آقایان)

۳- بررسی محتوای بخش ورزشی مطبوعات به لحاظ پوشش انواع رشته‌های ورزشی

۱- بررسی محتوای بخش ورزشی مطبوعات به لحاظ پوشش انواع رشته‌های ورزشی در

حوزه ورزش بانوان

۲- بررسی محتوای بخش ورزشی مطبوعات به لحاظ پوشش انواع رشته‌های ورزشی در

حوزه ورزش آقایان

۴- بررسی محتوای بخش ورزشی مطبوعات به لحاظ پوشش ورزش معلولین

۵- بررسی محتوای بخش ورزشی مطبوعات به لحاظ پوشش ورزش‌ها بر اساس رده‌های سنی

۶- بررسی محتوای بخش ورزشی مطبوعات از لحاظ پوشش سطوح مسابقات (درون مرزی و

برون مرزی)

۱- بررسی محتوای بخش ورزشی مطبوعات از لحاظ پوشش سطوح مسابقات با توجه به

جنسیت

۷- بررسی محتوای بخش ورزشی مطبوعات از لحاظ پوشش جغرافیایی

۸- بررسی محتوای بخش ورزشی مطبوعات از لحاظ سبک نوشتاری

۹- بررسی محتوای بخش ورزشی مطبوعات از لحاظ نوع مسئولیت ورزشی مصاحبه شونده

۱- بررسی محتوای بخش ورزشی مطبوعات از لحاظ مسئولیت ورزشی مصاحبه شونده

با توجه به جنسیت

۱۰- بررسی محتوای بخش ورزشی مطبوعات از لحاظ پوشش گرایش‌های تربیت‌بدنی (مدیریت

ورزشی،)

۱۱- بررسی محتوای بخش ورزشی مطبوعات از لحاظ پوشش حوزه‌های مدیریت ورزشی