



دانشگاه آزاد اسلامی

واحد تهران مرکزی

دانشکده علوم اجتماعی و روانشناسی گروه ارتباطات

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد (M.A)

ارتباطات (تحقیق در ارتباطات)

عنوان:

نقش برنامه های آموزشی ورزشی شبکه 3 سیما در گرایش به فعالیت های

ورزشی در دانش آموزان تهران مقطع راهنمایی

استاد راهنما:

دکتر نوشین آقاچانی چوبر

استاد مشاور:

دکتر شیوا پژوهش فرد

پژوهشگر:

علیرضا امیری

پاییز 1388

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

۱۶.

تقدیم بہ خانوادہ ام

کہ ہرچہ دارم از ہمراہی، ہمیشگی آنہاست کہ با حضورشان شوق ادامہ دادن را در من
آشکار کردند و چون کویہ تکیہ گاہ، ہمیشگی من، ہستند۔

مشکر و قدردانی

ضمن قدردانی و سپاس از زحمات بی‌شائبه سرکار خانم دکتر نوشین آقا جانی چوبر که با

راهبانی‌های ارزشمند و پراج، آموخته‌های خویش را چون چراغی فراروی من نهادند.

تقدیر و مشکر از رهنمودهای ارزنده و راهگشای استاد محترم سرکار خانم دکتر شیوا پرورش

فرد که در تهیه و تدوین این پرورش مرایاری نمودند.

علیرضا امیری

بسمه تعالی

تعهد نامه اصالت پایان نامه کارشناسی ارشد

اینجانب علیرضا امیری دانش آموخته مقطع کارشناسی ارشد ناپیوسته به شماره دانشجویی 860005438300 در رشته علوم ارتباطات - تحقیق در ارتباطات که در تاریخ 1388/7/9 از پایان نامه خود تحت عنوان: نقش برنامه های آموزشی ورزشی شبکه 3 سیما در گرایش به فعالیت های ورزشی در دانش آموزان تهران مقطع راهنمایی با کسب نمره 18/5 و درجه عالی دفاع نموده ام بدینوسیله متعهد می شوم:

1- این پایان نامه حاصل تحقیق و پژوهش انجام شده توسط اینجانب بوده و در مواردی که از دستاوردهای علمی و پژوهشی دیگران (اعم از پایان نامه، کتاب، مقاله و ...) استفاده نموده ام، مطابق ضوابط و رویه های موجود، نام منبع مورد استفاده و سایر مشخصات آن را در فهرست ذکر و درج کرده ام.

2- این پایان نامه قبلاً برای دریافت هیچ مدرک تحصیلی (هم سطح، پایین تر یا بالاتر) در سایر دانشگاهها و موسسات آموزش عالی ارائه نشده است.

3- چنانچه بعد از فراغت از تحصیل، قصد استفاده و هر گونه بهره برداری اعم از چاپ کتاب، ثبت اختراع و ... از این پایان نامه داشته باشم، از حوزه معاونت پژوهشی واحد مجوزهای مربوطه را اخذ نمایم.

4- چنانچه در هر مقطع زمانی خلاف موارد فوق ثابت شود، عواقب ناشی از آن را بپذیرم و واحد دانشگاهی مجاز است با اینجانب مطابق ضوابط و مقررات رفتار نموده و در صورت ابطال مدرک تحصیلی ام هیچگونه ادعایی نخواهم داشت.

نام و نام خانوادگی:

علیرضا امیری

تاریخ و امضاء:

به نام خدا

در تاریخ 1388/7/9

دانشجوی کارشناسی ارشد آقای علیرضا امیری از پایان نامه خود دفاع نموده و با نمره
.....18/5..... به حروفهیجده و نیم..... و با درجه عالی..... مورد تصویب قرار
گرفت.

امضاء استاد راهنما

بسمه تعالی

دانشگاه آزاد اسلامی - واحد تهران مرکزی

دانشکده : علوم اجتماعی و روانشناسی

(این چکیده به منظور چاپ در پژوهش نامه دانشگاه تهیه شده است)

نام واحد دانشگاهی: تهران مرکزی کد: 101	کد شناسایی پایان نامه: 10120515872022
عنوان پایان نامه: نقش برنامه های آموزشی ورزشی شبکه 3 سیما در گرایش به فعالیت های ورزشی در دانش آموزان تهران مقطع راهنمایی	
نام و نام خانوادگی دانشجو: علیرضا امیری شماره دانشجویی: 860005438300 رشته تحصیلی: ارتباطات - تحقیق در ارتباطات	تاریخ شروع پایان نامه: 1387/12/7 تاریخ اتمام پایان نامه: 1388/7/9
استاد/ استادان راهنما: دکتر نوشین آقاجانی چوبر استاد/ استادان مشاور: دکتر شیوا پژوهش فرد	
چکیده پایان نامه (شامل خلاصه، اهداف، روشهای اجرا و نتایج به دست آمده) : اهداف پژوهش: نقش برنامه های آموزشی ورزشی شبکه 3 سیما در گرایش به فعالیت های ورزشی در دانش آموزان تهران مقطع راهنمایی. روش پژوهش: در این تحقیق از روش نمونه گیری پیمایشی استفاده شده و شامل کلیه دانش آموزان مدارس مقطع راهنمایی - تیزهوشان تهران می باشد که این دانش آموزان در 4 مدرسه راهنمایی مشغول به تحصیل بودند. محتوای اصلی: تلویزیون به عنوان پر رسانه ای که قدرت زیادی در جهت کسب مخاطب دارد اگر برای زمینه های آموزشی بکار گرفته شود می تواند عامل مهمی در جهت پیشرفت آموزش باشد. آنچه در این تحقیق در پی آن بودیم میزان پذیرش دانش آموزان دوره راهنمایی نسبت به برنامه های آموزشی ورزشی شبکه 3 سیما است. آشنایی با این رسانه همگانی به ما کمک می کند تا آخرین دستاوردهای علمی و تکنولوژیکی بشر امروز را در تسریع، تسهیل و تقویت رشد و بالندگی نوآموزان و دانش آموزان به شایسته ترین وجه به کار گیریم نتیجه کلی: نتایج این تحقیق در نوع خود شاید از مطلوبترین نتایج بدست آمده باشد زیرا ما توانستیم بفهمیم که میزان پذیرش دانش آموزان با تنوع ورزشهایی که برنامه های آموزشی ورزشی شبکه 3 سیما به آن می پردازد ارتباط دارد. در ادامه پخش ورزشهای مورد علاقه دانش آموزان و همچنین میزان تماشای تلویزیون در ایجاد انگیزه در آنها به ورزش نقش دارد.	

تاریخ امضاء:

نظر استاد راهنما برای چاپ در پژوهش نامه دانشگاه مناسب است

مناسب نیست

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
	چکیده
	فصل اول: کلیات پژوهش
۴	1-1 بیان مسئله
۴	2-1 اهمیت موضوع
۶	3-1 هدف تحقیق
۶	4-1 سوال های تحقیق
۶	5-1 فرضیه های تحقیق
۷	6-1 تعاریف مفاهیم
۸	7-1 چهارچوب نظری
	فصل دوم: ادبیات و پیشینه پژوهش
۱۰	1-2 بخش اول:
۱۰	2-1-2 رسانه
۱۱	3-1-2 رسانه های ارتباط جمعی
۱۴	4-1-2 نقش وسایل ارتباط جمعی
۱۵	5-1-2 وظایف وسایل ارتباط جمعی
۱۵	6-1-2 مصرف فرهنگی تلویزیون
۱۷	7-1-2 تلویزیون به عنوان یک رسانه جمعی
۱۷	8-1-2 قدرت، رسانه یا مخاطب
۱۸	9-1-2 از تلویزیون چه می گیریم
۱۹	10-1-2 مخاطب کیست
۱۹	11-1-2 اوقات فراغت و جامعه ی فراغتی و مصرف تلویزیون
۲۱	12-1-2 تاریخچه مختصر تلویزیون در جهان
۳۰	13-1-2 تاریخچه تلویزیون در ایران
۳۳	14-1-2 پرسنل و تشکیلات تلویزیون
۴۰	15-1-2 شبکه ها و برنامه های تلویزیون
۴۶	2-2 بخش دوم:
۴۶	1-2-2 ورزش
۴۷	2-2-2 تاریخچه ورزش
۴۹	3-2-2 تاریخچه ورزش ایران

۴۹	4-2-2 نقش رسانه های گروهی در توسعه ورزش
۵۱	5-2-2 نقش و ضرورت رسانه های گروهی در ورزش
۵۴	6-2-2 ورزش رسانه ای و رسانه ورزشی
۵۵	3-2 بخش سوم:
۵۵	1-3-2 آموزش
۵۵	2-3-2 تاثیر تکنولوژی بر آموزش
۵۶	3-3-2 رسانه های ارتباط جمعی، رادیو و تلویزیون آموزشی
۵۷	4-3-2 اهمیت و نقش آموزشی رسانه های ارتباط جمعی
۵۸	5-3-2 طراحی منظم درس و رسانه های یاد دهی - یادگیری
۶۰	4-2 بخش چهارم:
۶۰	1-4-2 رسانه های ارتباط جمعی، رادیو و تلویزیون آموزشی:
۶۱	2-4-2 نقش رادیو تلویزیون در امر آموزش
۶۲	3-4-2 ویژگی های رادیو و تلویزیون
۶۳	4-4-2 تلویزیون آموزشی
۶۴	5-4-2 مزایای تلویزیون آموزشی
۶۵	6-4-2 محدودیتها تلویزیون آموزشی
۶۹	7-4-2 تلویزیون آموزشی در غرب
۷۰	8-4-2 تلویزیون آموزشی در انگلستان: دانشگاه آزاد در انگلستان
۷۱	9-4-2 تلویزیون آموزشی در کشورهای جهان سوم
۷۲	10-4-2 تلویزیون آموزشی در اتحاد شوروی سابق
۷۴	11-4-2 تلویزیون آموزشی در ایران
۸۳	14-4-2 هدف های رادیو تلویزیون آموزشی
۸۴	5-2 بخش پنجم: دیدگاه های نظری و تجربی تحقیق
۸۹	6-2 بخش ششم: پیشینه پژوهش
	فصل سوم: روش شناسی پژوهش
۹۷	1-3 روش تحقیق
۹۷	2-3 ابزار گردآوری اطلاعات
۹۸	3-3 جامعه آماری
۹۹	4-3 روایی و اعتبار تحقیق
۱۰۱	5-3 روش تجزیه و تحلیل داده ها
	فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده ها
۱۰۴	1-4 تحلیل توصیفی داده ها (جداول یک بعدی)

2-4 بخش دوم: تجزیه و تحلیل استنباطی (جداول دو بعدی)..... ۱۲۹

فصل پنجم: نتیجه گیری

1-5 نتیجه گیری..... ۱۳۹

2-5 پیشنهاد های تحقیق..... ۱۴۲

3-5 محدودیت های تحقیق..... ۱۴۱

پیوست ها و ضمائم

منابع

چکیده

این تحقیق با هدف "با عنوان نقش برنامه های آموزشی ورزشی شبکه 3 سیما در گرایش به فعالیت های ورزشی در دانش آموزان تهران مقطع راهنمایی" انجام گرفته است. روش این تحقیق پیمایشی و ابزار اندازه گیری پرسشنامه بوده است و پس از پرشدن پرسشنامه ها، جداول توصیفی و استنباطی از طریق نرم افزار SPSS بدست آمده و تحلیل شد. جامعه آماری این تحقیق شامل شامل کلیه دانش آموزان مدارس مقطع راهنمایی- تیزهوشان تهران می باشد که این دانش آموزان در 4 مدرسه راهنمایی مشغول به تحصیل بودند.

بررسی های انجام شده در این پژوهش نشان داد که بطور کلی تنوع ورزشی هایی که در برنامه های آموزشی ورزشی به آن می پردازند در ایجاد گرایش به ورزش دانش آموزان نقش دارد. در حقیقت دانش آموزان بر این باورند که تنوع ورزشی هایی که در برنامه های آموزشی ورزشی به آن می پردازند در ایجاد گرایش به ورزش دانش آموزان به میزان نسبتاً زیادی تاثیر دارد همچنین در ادامه ما می بینیم که نتایج بدست آمده بیانگر این نکته است که بطور کلی رشته های ورزشی که در برنامه های آموزشی ورزشی به آن می پردازند در ایجاد گرایش به ورزش دانش آموزان نقش دارد. دانش آموزان بر این باورند که پخش ورزشی های مورد علاقه دانش آموزان که در برنامه های آموزشی ورزشی به آن می پردازند در ایجاد گرایش به ورزش دانش آموزان به میزان نسبتاً زیادی تأثیر دارد.

در کل نتایج این تحقیق در نوع خود شاید از مطلوبترین نتایج بدست آمده باشد زیرا ما توانستیم بفهمیم که میزان پذیرش دانش آموزان با تنوع ورزشهایی که برنامه های آموزشی ورزشی شبکه 3 سیما به آن می پردازد ارتباط دارد و در ادامه پخش ورزشهای مورد علاقه دانش آموزان و همچنین میزان تماشای تلویزیون در ایجاد انگیزه در آنها به ورزش نقش دارد.

فصل اول

کلیات پژوهش

مقدمه

تلویزیون را شاید به جرأت بتوان مهمترین رسانه جمعی نامید. رسانه ای که با قدرت فوق العاده اش قادر است مردم را ساعتها به تماشا وادار سازد بدون آنکه گذشت زمان را متوجه شوند. قرن جاری را اندیشمند شهیر ارتباطات مارشال مک لوهان عصر وسایل ارتباطی الکترونیکی نامیده است که بیشترین تأکیدش بر تلویزیون بوده است. او تلویزیون را سرور رسانه ها می دانست و عقیده داشت تلویزیون است که همه چیز را در قرن جاری مشخص خواهد کرد. اگر چه بسیاری این سخنان مک لوهان را زیاده روی می دانند و بر آن انتقاداتی فراوان، نوشته اند اما می توان تا حدی به اهمیت این رسانه فراگیر پی برد. تلویزیون می تواند پیوندی باشد بین سنت گرایی و مدرنیسم در عرصه آموزش و پرورش آموزش و پرورش که مردم آنرا با گج و تخته می شناسند. تلویزیون می تواند همانند مکمل آموزش سنتی عمل کرده و سطح آموزش و پرورش را ارتقا دهد. آشنایی با این رسانه همگانی به ما کمک می کند تا آخرین دستاوردهای علمی و تکنولوژیکی بشر امروز را در تسریع، تسهیل و تقویت رشد و بالندگی نوآموزان و دانش آموزان به شایسته ترین وجه به کار گیریم همزمان با ورود وسایل ارتباط جمعی بویژه تلویزیون به تعداد زیادی از کشورها، رسانه های آموزشی رواج یافتند. نقشی که از رسانه های تصویری برای آموزش انتظار می رفت، کمک به رفع مشکلات کمی آموزش، نظیر کثرت تعداد دانش آموزان، کمبود معلم با تجربه، عدم گستردگی تسهیلات آموزشی، گسترش حجم اطلاعات و محدودیت مالی بود. برای بالا بردن کیفیت و کمیت

برنامه های آموزشی در ایران، رسانه های تصویری نقش مؤثری را در تغییر روش آموزش از نوع گچ و تخته به صورت یک منبع اطلاعات مهم و مؤثر برای دانش آموزان می تواند داشته باشد.

استفاده از تلویزیون با نظامهای مرسوم آموزشی تفاوت اساسی دارد. بدین معنی که در این نظام آموزشی کلاس های درس به صورت مرسوم وجود ندارد. بلکه دانش آموزان از راه دور آموزش می بینند و با استفاده از وسایل رسانه های جمعی، در محل های مختلف به تحصیل می پردازند.

تلویزیون با دو نوع کاربرد، مورد استفاده قرار می گیرد. یکی به عنوان ارتباط متقابل یاد گیرنده با درس تلویزیونی که برای این برنامه ها، هدفهای درسی مرحله ای و متناوب با رشد و پیشرفت تحصیلی یاد گیرنده در نظر گرفته شده است که از این روش در بسیاری از دروس و به صورت تدریس مستقیم استفاده می شود، خواه به عنوان جانشین درسی یا مکمل آن.

دوم بکارگیری رسانه آموزشی به عنوان یک رسانه عمومی که کارکردهای آن عبارت است از امور فرهنگی و آموزشی که بیشتر متوجه عموم مردم است تا مدارس.

امروزه برنامه های آموزش رسمی تلویزیون در آمریکا و اروپا را برنامه های درسی و برنامه های آموزش غیر رسمی تلویزیون را برنامه های آموزشی یا حتی برنامه های عمومی می خوانند.

تأکید بر مضمون فرهنگی آموزش خود زاده تغییر نحوه نگرش به آموزش است که حیات فرد را یک فرآیند مداوم یادگیری می داند.

این نگرش در شیوه برخورد به برنامه های آموزشی تلویزیون نیز بازتاب داشته و این خود شاید موجب دشواری تقویت چنین برنامه هایی می باشد. به هر حال همه برنامه های رسانه های همگانی عملاً توان آموزشی دارند چون حاوی پیامهایی با بار فرهنگی به معنای وسیع کلمه هستند. وانگهی سیر پیشرفت تکنولوژی رسانه ها موجب گسترش برد و تنوع کارکرد آموزشی آنها شده است، لذا امروزه خطا است که تقویت رسانه آموزشی را منحصر به آن دسته از برنامه هایی کنیم که در قالب نظام آموزش رسمی می گنجد و بس.

ممکن است برنامه ای به صورت تدریس مستقیم باشد و در وضعیتی رسمی نظیر کلاس درس و یا در وضعیتی غیر رسمی مثلاً در خانه پخش شود. باز ممکن است برنامه ای به صورت آموزش غیر

مستقیم باشد و در وضعیتی رسمی پخش شود که هدف از آن کمک به تسهیل و تقویت یادگیری است.

پس برنامه های تلویزیون را می توان برنامه هایی دانست که اولاً هدف آنها آموزش مستقیم و غیرمستقیم باشد. ثانیاً یادگیری از آنها می تواند هم در وضعیت رسمی صورت پذیرد و هم در وضعیت غیر رسمی.

خاطر نشان می گردد یونسکو چهار ویژگی عمده برای برنامه های آموزشی رادیو و تلویزیون قائل شده است.

1- برنامه ها به صورت مجموعه متوالی است تا به یادگیری تزییدی کمک کند.

2- طراحی و برنامه ریزی آنها صراحتاً با کمک مشاوران آموزشی است.

3- معمولاً با دیگر انواع مواد آموزشی نظیر متون درسی و راهنمایی مطالعاتی همراه است.

4- استفاده از این برنامه ها توسط معلم و شاگرد به نوعی ارزیابی می شود.

اما رسانه آموزشی به معنای وسیعی که برای آموزش قائل هستیم، عموم مردم و سراسر زندگی خود را هم در نظر دارد مثلاً تلویزیون می تواند در جوار برنامه های درسی خود برنامه هایی نیز برای ارتقای سطح دانستنی ها و معلومات عموم و اعتلای سطح دانش فنی و معارف قشرهای خاصی از جامعه و تشویق ذوق هنری آنها تهیه و پخش کند که همان نقش و رسالت فرهنگی این رسانه است. امروزه تلویزیون آموزشی شامل هر دو پخش فرهنگی است. عموم مردم را در نظر دارد و آموزش می دهد. چه در قالب برنامه های درسی و چه به صورت برنامه های سرگرم کننده.

در این تحقیق سعی شده است که میزان موفقیت تلویزیون ایران را در جلب مخاطبان نوجوان خود به برنامه های آموزشی شبکه سیما بسنجیم و دریابیم آیا دانش آموزان راهنمایی تمایلی به تماشای اینگونه برنامه های آموزشی ورزشی دارند و البته دلایل آن را نیز دنبال خواهیم کرد.

1-1 بیان مسئله:

ورزش یکی از فعالیت های مهم انسانی است و تقریباً هیچ جامعه بشری را با هر درجه ای از پیشرفت و یا عقب ماندگی، نمی توان یافت که در آن، ورزش به گونه ای وجود نداشته باشد. بشر در طی اعصار و تمدن های گوناگون خود با این پدیده آشنایی داشته است، هرچند توجه و رویکرد تمدن های مختلف به ورزش یکسان نبوده است. برای مثال توجه برخی از تمدن ها به این پدیده، انگیزه نظامی، خواه دفاعی یا توسعه طلبانه، داشته است، برخی دیگر تنها به منظور پر کردن اوقات فراغت و به مثابه یک تفریح به آن روی آورده اند، و در پاره ای از تمدن ها هم به عنوان شیوه ای تربیتی به کار گرفته شده است؛ زیرا اندیشمندان مسائل تربیتی در روزگاران پیشین به جنبه های ارزشی ورزش و نیروی عظیم آن در اجتماعی شدن انسان و به هنجار سازی او و ساختن شخصیت متوازن اجتماعی پی برده بودند؛ بگذریم از آثار بهداشتی که از دیرباز با فعالیت های ورزشی و تمرینات بدنی ارتباط داشته است، امری که تحقیقات علمی پیرامون تاثیرات کارکردی و بهداشتی ورزش در حوزه بیولوژی انسان آن را تایید می کند.

در عصر جدید، بر اثر کوشش های پیگیر دانشمندان و محققان مسائل تربیت بدنی و ورزش که سعی داشتند بنای علمی و اطلاعاتی نظام آکادمیک خود را تحکیم بخشند، برای نخستین بار این امکان فراهم آمد تا به ورزش نگاهی فراگیر و همه جانبه افکنده شود. در نتیجه با نمودار شدن تدریجی ابعاد اجتماعی و فرهنگی ورزش، از سویی پرداختن به این فعالیت بالنده انسانی با دشواری مواجه شد، و از طرف دیگر نادیده گرفتن درونمایه اجتماعی این فعالیت برجسته انسانی ناممکن می نمود.

2-1 اهمیت موضوع:

دانش آموزان به صفحه تلویزیون به عنوان وسیله سرگرمی و تفریح نگاه میکنند. در حالیکه تلویزیون به جز ارائه تفریح و سرگرمی به آحاد مختلف جامعه رسالت دیگری نیز دارد و آن هم آموزش است. مخاطبان سیمای جمهوری اسلامی ایران دانش آموزانی هستند در سنین خاصی که عصیان، بی پروایی و بی حوصلگی را ایجاب می نماید شاید دبیران آنها در سر کلاس اگر به چهره آنها توجهی نداشته

باشد و در جای جای کلام از آنها تقاضای سکوت و توجه ننمایند خیال ظریف این نوجوانان به سوی کنجکاوی ها و مسائل بیرون از کلاس پرواز نماید.

حال برای محققین وسایل ارتباط جمعی و همچنین مسئولین سیمای کشور نیز این سوال وجود دارد که آیا این مخاطبین نوجوان پذیرای درس و آموزش معلمین تصویری بدون جان نیز می باشند چنانچه ما در این تحقیق مشخص کنیم. که کدام دسته از این نوجوانان به چه مشخصه های اجتماعی پذیرای این برنامه ها هستند و پذیرای کدامیک از آموزش های این برنامه ها می باشند و کدام دسته از آنها گوش شنوایی به این آموزش ها ندارند.

ورزش امروزه تبدیل به زبانی همگانی شده است. بسیاری از مردم گهگاه البته به نحوی با آن سروکار پیدا می کنند، چه از نظر سرگرمی و تفریح و چه به منظور راهی برای رسیدن به تناسب اندام یا نوعی قدرت نمایی و شهرت. بنابراین ورزش به عنوان یک پدیده اجتماعی محلی است برای شور و شوق همگانی و فرصتی است برای فرد تا به واسطه آن به زندگی اجتماعی بپیوندد. ورزش و البته روح آن در برخی زمان ها، مرزهای عقیدتی و سیاسی را درهم می شکند و شور و هیجانی ایجاد می کند که همه مردم پراکنده در سرتاسر این کره خاکی را دور هم جمع می کند. اما پیشرفت ورزش و تبدیل آن به پدیده ای جهانی بیشتر ناشی از تأکید فراوانی است که بر جنبه ای خاص از آن نهاده می شود و آن اهمیت ورزش به عنوان شکلی از بازی و وسیله ای برای آموزش است.

یکی از جنبه هایی که باید در خصوص ورزش، مورد بررسی و پژوهش قرار گیرد تاثیر تلویزیون و برنامه های ورزشی در ایجاد انگیزه و تشویق افراد به ورزش کردن است.

تلویزیون از یک سو اخبار و رویدادهای ورزشی را به اطلاع مخاطبان می رساند و از سوی دیگر به تحلیل، تفسیر و نقد این رویدادها می پردازند.

ما را قادر خواهد کرد راه حلهای علمی به این سازمان ارتباطی ارائه دهیم.

در این تحقیق می خواهیم دقیقاً بررسی نماییم که چه تعداد از دانش آموزان دوره راهنمایی (تیزهوشان) با کدامیک از خصوصیات اجتماعی و اقتصادی بیشتر پذیرای برنامه های آموزشی ورزشی شبکه 3 سیما هستند.

1-3 هدف تحقیق:

هدف از این تحقیق این موضوع می باشد که نقش برنامه های آموزشی ورزشی شبکه 3 سیما در ایجاد گرایش به ورزش دانش آموزان مقطع راهنمایی - تیزهوشان تهران را مورد بررسی قرار دهیم.

1-4 سوال های تحقیق:

1. آیا تنوع ورزش هایی که برنامه های آموزشی ورزشی شبکه 3 سیما به آن می پردازد در ایجاد گرایش به ورزش در دانش آموزان نقش دارد؟
2. آیا بین رشته ورزشی مورد علاقه دانش آموزان و برنامه های آموزشی ورزشی که شبکه 3 سیما به آن می پردازد در ایجاد گرایش به ورزش در آنها نقش دارد؟
3. آیا سطح برنامه های آموزشی ورزشی پخش شده از شبکه 3 سیما در ایجاد گرایش به ورزش در دانش آموزان نقش دارد؟
4. آیا ساعت پخش برنامه های آموزشی ورزشی شبکه 3 سیما در ایجاد گرایش به ورزش دانش آموزان نقش دارد؟
5. آیا بین میزان تماشای تلویزیون در ایجاد گرایش به ورزش در دانش آموزان نقش دارد؟

1-5 فرضیه های تحقیق:

1. تنوع ورزش هایی که برنامه های آموزشی ورزشی شبکه 3 سیما به آن می پردازد در ایجاد گرایش به ورزش در دانش آموزان نقش دارد.
2. بین رشته ورزشی مورد علاقه دانش آموزان که برنامه های آموزشی ورزشی شبکه 3 سیما به آن می پردازد و ایجاد گرایش به ورزش در آنها رابطه وجود دارد.
3. سطح برنامه های آموزشی ورزشی پخش شده از شبکه 3 سیما در ایجاد گرایش به ورزش در دانش آموزان رابطه وجود دارد.

4. ساعت پخش برنامه های آموزشی ورزشی شبکه 3 سیما در ایجاد گرایش به ورزش دانش آموزان نقش دارد.

5. به نظر می رسد بین میزان تماشای تلویزیون و ایجاد گرایش به ورزش در دانش آموزان رابطه معناداری وجود دارد.

1-6 تعاریف مفاهیم:

1) میزان پذیرش: مقدار زمانی که دانش آموز صرف تماشای برنامه های آموزشی ورزشی شبکه 3 سیما می کند.

2) تلویزیون آموزشی: وسیله ای است ارتباطی که پیام های آموزشی را به مخاطبان منتقل می کند به عنوان نمایش تصاویر متحرک آموزشی کاربرد همگانی و مؤثری می یابد. تلویزیون به دو شیوه مدار باز (تلویزیون همگانی) و مدار بسته مورد استفاده قرار می گیرد.

3) ورزش: به فعالیت ها یا مهارت های عادی جسمانی گفته می شود که بر پایه یک رشته قوانین مورد توافق همگان و با اهداف تفریحی یا برای مسابقه، نشاط شخصی، دستیابی به ورزیدگی، مهارت جویی یا آمیزه ای از این اهداف انجام می گیرد. تعریف ورزش به هدف و منظور از انجام آن بستگی دارد.

4) جالب بودن: به میزان علاقه ای گفته می شود که دانش آموز را جهت دنبال کردن برنامه های آموزشی ورزشی تلویزیون راغب می کند.

5) تنوع رشته های ورزشی: ورزش هایی که در برنامه های آموزشی ورزشی به آن ها پرداخته می شود.

6) ساعت پخش: زمانی که برای پخش برنامه های آموزشی ورزشی از تلویزیون در نظر گرفته می شود.

7) سطح آموزش: با توجه به 2 فاکتور آماتور و حرفه ای بودن، می توان سطح برنامه های آموزشی ورزشی که از تلویزیون پخش می شود را می توان مورد سنجش قرار داد.

1-7-7 چارچوب نظری:

1-7-1 مک لوهان و جبر گرایي رسانه ای:

مارشال مک لوهان در سال 1964 با بیان «رسانه پیام است» جهان را تکان داد. نوشته های مک لوهان پر از ایهام و ایجاز است تا جایی که به مرز راز و رمز می رسد، اما کتاب کلاسیک وی «درک رسانه‌ها» در این مورد که منظور وی از رسانه پیام است چیست، نسبتاً روشن است. او نوشته است: «اثر فناوری در سطح عقاید یا مفاهیم رخ نمی دهند، بلکه نسبت های حسی یا الگوی درک را به طور مداوم و بدون مقاومت عوض می کند.»

به نظر مک لوهان مهمترین اثر رسانه این است که بر عادات درک و تفکر ما اثر می گذارند. مفهوم «نسبت های حسی» به تعادل حواس ما اشاره می کند. مردم ابتدایی بر تمام پنج حس تأکید داشتند، اما فناوری، و به ویژه وجود رسانه ها، موجب شده است افراد یک حس را بیشتر از سایر حواس مورد تأکید قرار دهند

1-7-2 نظریه کاشت:

مبتنی بر مقایسه تماشاگران پر مصرف و کم مصرف تلویزیون است. نقش های رایج و ارزش های رایج. گربنر پژوهش هایی را عرضه می کند که مؤید نظر کاشت و گربنر یادآوری می کند که بیننده عادی 4 ساعت در روز تلویزیون تماشا می کند، افراد پر مصرف از این هم بیشتر تماشا می کنند. گربنر می گوید: از نظر تماشاگران پر مصرف، تلویزیون عملاً دیگر منابع اطلاعات، افکار و آگاهی ها را به انحصار در می آورد و یک کاسه می کند. اثر این مواجهه با پیام های مشابه، چیزی را تولید می کند که گربنر آن را کاشت می خواند، یا آموزش جهان بینی رایج، نقش های رایج و ارزش های رایج. گربنر پژوهش هایی را عرضه می کند که مؤید نظر کاشت و مبتنی بر مقایسه تماشاگران پر مصرف و کم مصرف تلویزیون است.