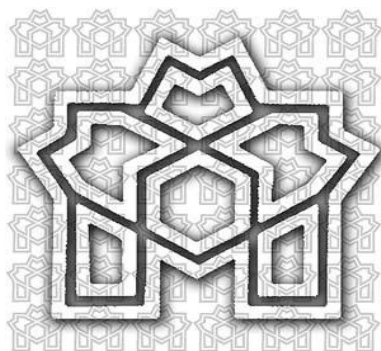


بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



## دانشگاه علامه طباطبائی

دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی - گروه تربیت بدنی

پایان نامه جهت اخذ مدرک کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی

عنوان:

تحلیل نقش برنامه های ورزشی تلویزیون در انتقال ارزش های اخلاقی و  
الگوپذیری دانش آموزان متوسطه دختر و پسر شهرستان اسلام آباد غرب

استاد راهنما:

دکتر سارا کشر

استاد مشاور:

دکتر غلامعلی کارگر

پژوهشگر:

روناک بی نیاز

دی ۱۳۹۱

تقدیم به

پدر و مادر عزیزم

که وجودشان برایم همه رحمت

و وجودم برایشان همه زحمت

## تشکر و قدردانی

به نام و یاد خداوند و حمد و سپاس بیکران به درگاه او که نعمت زیستن، همراه عقل و شعور و در پی آن کسب دانش را ارزانی داشت.

تشکر از استاد محترم راهنما، سرکار خانم دکتر سارا کشکر که با نکته سنجی های دقیق و پیگیرانه در انجام این پژوهش مرا یاری فرمودند.

تشکر از استاد محترم مشاور، جناب آقای دکتر غلامعلی کارگر که با نظرات و رهنمودهای ارزشمند در مسیر اجرای این پژوهش مرا یاری فرمودند.

تشکر از استاد محترم، جناب آقای دکتر جواد شهلائی باقری که زحمت داوری این پژوهش را عهده دار شدند.

و تشکر از کلیه کسانی که در این راه مشوق و همراه من بودند.

## چکیده

هدف از انجام این پژوهش، بررسی و مقایسه مدت زمان تماشای برنامه های تلویزیون در بین دانش متوسطه آموزان دختر و پسر، مقایسه ارزش های اخلاقی مورد انتظار و منتقل شونده از طریق تلویزیون در بین دانش آموزان متوسطه دختر و پسر و همین طور مقایسه الگوها در دو بعد زندگی و ورزشی و مقایسه ویژگی اخلاقی الگوهای انتخابی بین دانش آموزان متوسطه دختر و پسر بوده است. این پژوهش با روش پیمایشی انجام شده و جامعه تحقیق دانش آموزان دختر و پسر متوسطه شهرستان اسلام آباد غرب در سال تحصیلی ۹۱-۹۰ بوده اند و نمونه تحقیق بر طبق جدول مورگان ۳۸۲ نفر تعیین شده بود که نمونه مورد نظر به صورت تصادفی ساده و خوشه ای انتخاب شدند. ابزار سنجش تحقیق، پرسشنامه محقق ساخته ای بود که بر اساس مبانی نظری و با اقتباس از پرسشنامه تحقیق ربانی و شهابی و همین طور تحقیق زکی تهیه شد که روایی آن توسط اساتید دانشگاهی مورد تایید قرار گرفت و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ  $0.88/6$  محاسبه شد. نتایج به دست آمده از تحقیق نشان داد که بین دختران و پسران از نظر مدت تماشای برنامه های ورزشی تلویزیون، ارزش های اخلاقی (مذهبی) مورد انتظار و ارزش های اخلاقی (سیاسی، فرهنگی، اجتماعی) منتقل شونده از طریق تلویزیون و همین طور ویژگی - های اخلاقی الگوهای ورزشی تفاوت وجود دارد اما از نظر الگوهای زندگی و ورزشی و ارزش های اخلاقی (سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی) مورد انتظار و ارزش های اخلاقی (مذهبی، اقتصادی) منتقل شونده از طریق تلویزیون بین دختران و پسران تفاوت معناداری مشاهده نشد.

**کلید واژه:** برنامه های ورزشی، ارزش های اخلاقی، الگوپذیری، تلویزیون، دانش آموزان متوسطه.

## فهرست مطالب

عنوان	فصل اول: کلیات تحقیق	صفحه
۱-۱: مقدمه	.....	۲
۲-۱: بیان مسئله	.....	۳
۳-۱: ضرورت و اهمیت تحقیق	.....	۶
۴-۱: اهداف تحقیق	.....	۸
۵-۱: سوالات تحقیق	.....	۸
۶-۱: تعریف واژگان تحقیق	.....	۹

## فصل دوم: مبانی نظری و پیشینه تحقیق

۱-۲: مقدمه	.....	۱۳
۲-۲: مبانی نظری تحقیق	.....	۱۳
۱-۲-۲: تعریف ارزش	.....	۱۳
۲-۲-۲: ویژگی ارزش ها	.....	۱۴
۳-۲-۲: عوامل کسب نظام ارزش ها	.....	۱۵
۴-۲-۲: اخلاق	.....	۱۶
۵-۲-۲: تعریف اخلاق در حوزه های مختلف	.....	۱۶
۶-۲-۲: تربیت اخلاقی	.....	۱۹
۷-۲-۲: اخلاق عملی و نظری	.....	۲۰
۸-۲-۲: شیوه های اخلاق	.....	۲۰
۹-۲-۲: نظریه رشدی شناختی پیاژه	.....	۲۱

- ۲۲ ..... ۱۰-۲-۲: رشد اخلاقی از دیدگاه پیاژه
- ۲۲ ..... ۱۱-۲-۲: رشد اخلاقی از دیدگاه کلبیگ
- ۲۳ ..... ۱۲-۲-۲: انتقاد به کلبیگ
- ۲۴ ..... ۱۳-۲-۲: ارتباط بین اخلاق و ارزش
- ۲۵ ..... ۱۴-۲-۲: مدل باورها و ارزش های رکاچ
- ۲۶ ..... ۱۵-۲-۲: ناسازگاری شناختی
- ۲۷ ..... ۱۶-۲-۲: انجام عمل اخلاقی
- ۲۸ ..... ۱۷-۲-۲: معیار ارزش اخلاقی
- ۲۹ ..... ۱۸-۲-۲: چکیده دیدگاه های مختلف در مورد اخلاق
- ۳۰ ..... ۱۹-۲-۲: مولفه های ارزش های اخلاقی
- ۳۰ ..... ۲۰-۲-۲: اخلاق ورزشی
- ۳۱ ..... ۲۱-۲-۲: پیشینه اخلاق در ورزش
- ۳۱ ..... ۲۲-۲-۲: اخلاق کاربردی در ورزش
- ۳۳ ..... ۲۳-۲-۲: الگو و الگوپذیری
- ۳۴ ..... ۲۴-۲-۲: ویژگی الگوها
- ۳۴ ..... ۲۵-۲-۲: نیاز به الگو
- ۳۵ ..... ۲۶-۲-۲: محاسن الگوپذیری
- ۳۵ ..... ۲۷-۲-۲: شیوه الگوسازی در قرآن
- ۳۶ ..... ۲۸-۲-۲: تقلید یا الگو برداری
- ۳۶ ..... ۲۹-۲-۲: ایجاد محیط تربیتی مساعد
- ۳۷ ..... ۳۰-۲-۲: تبیین اولیه از یادگیری مشاهده ای

۴۱	..... نوجوانی و تعاریف آن	۳۱-۲-۲
۴۲	..... مهمترین علایق نوجوانان	۳۲-۲-۲
۴۲	..... هویت و نوجوانان	۳۳-۲-۲
۴۵	..... آثار و نمودهای رویگردانی جوانان از ارزش های دینی	۳۴-۲-۲
۴۵	..... رسانه های جمعی	۳۵-۲-۲
۴۶	..... نظریه هایی در مورد رسانه ها	۳۶-۲-۲
۵۱	..... رسانه ها و ورزش	۳۷-۲-۲
۵۳	..... رسانه های ورزشی و اخلاق	۳۸-۲-۲
۵۴	..... تاریخچه ورزش در رسانه	۳۹-۲-۲
۵۵	..... الگوهای رفتاری مربوط به ورزش	۴۰-۲-۲
۵۷	..... اجتماعی شدن	۴۱-۲-۲
۵۸	..... پیشینه تحقیق	۳-۲
۵۸	..... تحقیقات انجام شده در داخل کشور	۱-۳-۲
۷۰	..... تحقیقات انجام شده در خارج از کشور	۲-۳-۲
۷۴	..... جمع بندی کلی	۴-۲

### فصل سوم: روش شناسی تحقیق

۷۷	..... مقدمه	۱-۳
۷۷	..... روش تحقیق	۲-۳
۷۷	..... جامعه آماری	۳-۳
۷۷	..... نمونه آماری و روش نمونه گیری	۴-۳
۷۸	..... ابزار اندازه گیری	۵-۳
۷۸	..... پایایی و روایی ابزار اندازه گیری	۶-۳
۷۹	..... روش آماری	۷-۳



## فصل چهارم: تحلیل داده ها

۸۱	..... ۱-۴: مقدمه
۸۱	..... ۲-۴: جدول آمار توصیفی داده ها
۸۱	..... ۱-۲-۴: جدول توزیع فراوانی مطلق و تجمعی متغیرهای فردی
۹۱	..... ۲-۲-۴: جدول توزیع فراوانی متغیرهای تحقیق
۹۲	..... ۳-۲-۴: جدول توزیع نرمال داده ها
۹۴	..... ۳-۴: جدول آمار استنباطی داده ها

## فصل پنجم: بحث و نتیجه گیری

۱۱۰	..... ۱-۵: مقدمه
۱۱۰	..... ۲-۵: خلاصه تحقیق
۱۱۱	..... ۳-۵: بحث و نتیجه گیری
۱۱۷	..... ۴-۵: نتیجه گیری کلی
۱۱۸	..... ۵-۵: محدودیت های تحقیق
۱۱۸	..... ۶-۵: پیشنهادات کاربردی تحقیق
۱۱۹	..... ۷-۵: پیشنهاداتی برای تحقیق های آینده
۱۲۰	..... منابع
۱۳۴	..... ضمائم



**فصل اول**  
**کلیات تحقیق**

## مقدمه

امروزه رسانه<sup>۱</sup>ها قوی‌ترین ابزار برای طرح و رواج اندیشه‌ها و کارآمدترین وسایل نفوذ برای فرهنگ‌ها و نگرش‌ها به قلب جوامع هستند. پرمخاطب‌ترین رسانه در جهان، تلویزیون است و این آمار در ایران به مراتب بیشتر است و این تنوع و کثرت مخاطب به دلیل وجود صدا و تصویر به طور همزمان است. همواره نقد و نظر درباره این رسانه بیشتر و پرجنجال تر از بقیه رسانه‌ها بوده است. حتی رسانه‌هایی چون روزنامه‌ها و مجلات برای جذب مخاطبان خود به تلویزیون و جذابیت‌های آن متوسل می‌شوند (احمدزاده کرمانی، ۱۳۹۰: ۱۵۷).

درسال‌های اخیر ورزش تلویزیونی، به منزله پدیده‌ای با تاثیر جهانی، تغییرات وسیعی در دامنه فعالیت‌ها، فناوری‌ها، کاربرد عمومی، درآمد و توسعه داشته است. برنامه‌های ورزشی تلویزیون بعد از سال ۱۹۵۰ به دلیل قابلیت دستیابی آسان، انعکاس سریع و اعتبار زیاد به سرعت بین مردم رواج یافت (قاسمی، مظفری و امیرتاش، ۱۳۸۶).

ورزش مانند سایر پدیده‌های اجتماعی حامل و ناقل ارزش‌های اجتماعی و اخلاقی جامعه‌ای است که از آن منشا گرفته و گسترش یافته است و برای شناخت صحیح اهداف و کارکرد اجتماعی ورزش و تحقق حقیقی آن در ساختار اجتماعی باید به عنوان پدیده‌ای در نظر گرفته شود که به نحوی بار ارزشی داشته موجب توسعه و تقویت ارزش‌ها می‌شود و یا برعکس موجب خدشه دار شدن ارزش‌ها و ضربه‌پذیری واقعیت‌های ارزشی و بروز و رشد ضد ارزش‌ها می‌شود. خصیصه‌ای که موجب تلقی شدن ورزش به عنوان یک پدیده اجتماعی می‌گردد ارتباط و آمیختگی آن با ارزش‌های اجتماعی و اخلاقی و رابطه تنگاتنگی است که با آنان برقرار می‌نماید ارتباط ورزش با ارزش‌های اجتماعی و انتقال آن به جامعه نقش مهمی در تولید فرهنگ و ساختار فرهنگی هر جامعه‌ای ایفا می‌کند و از این لحاظ آن را به عنوان یکی از مهم‌ترین پدیده‌های انتقال فرهنگی در ساختار اجتماعی می‌توان محسوب کرد که جایگاه مهمی در شکل‌گیری

---

<sup>۱</sup> Media

شخصیت و بروز استعدادهای فکری و روحی کودکان، نوجوانان و به ویژه جوانان که مهمترین قشر آینده ساز هر جامعه‌ای هستند به خود اختصاص می‌دهد (آقاپور، ۱۳۶۸). قهرمانان و شخصیت‌های آرمانی برای نوجوانان، بسیار مهم هستند آنها اشخاص برجسته، ستارگان سینما، مخترعان و ورزشکاران و غیره را برمی‌گزینند و در جایگاهی رفیع قرار می‌دهند آنها خود را با عکس‌ها، پوسترها، دست‌خط‌ها، مقاله‌ها و رکوردهای این قهرمانان محصور می‌کنند و می‌کوشند که از لباس پوشیدن و رفتارشان تقلید کنند، گاه نیز افراد بزرگسال و مهمی را که در محیطشان هستند، برای مثال یک معلم، مربی ورزش، برادر یا خواهر بزرگتر را انتخاب می‌کنند و آنها را مورد توجه قرار می‌دهند. نوجوان در این مرحله، از طریق قهرمان پرستی به جستجوی فوق‌انسان‌ها و معیارهایی برمی‌آید تا از آنها تقلید کند (حسینی، ۱۳۸۲: ۶۲). تماس با ارزش‌های مذهبی، در تشکیل شخصیت تاثیر بسیاری دارد و نوجوانان را وادار می‌کند که وجود خود را به منزله جزء و تابعی از جهان بزرگ بدانند (موریس<sup>۲</sup>، ۱۳۶۷: ۱۱۸).

## بیان مساله

با توجه به اهمیت و شرایط دوره نوجوانی به عنوان مرحله‌ای اساسی در شکل‌گیری شخصیت فرد ضرورت بررسی و مطالعه نظام ارزش‌ها امری روشن و بدیهی است. ارزش‌ها گونه‌ای از معیارهای فرهنگی به شمار می‌روند که تدارک‌کننده مفهوم و مشروعیت نهایی برای قواعد و ضوابط رفتارهای اجتماعی هستند (محسنی تبری، ۱۳۸۳: ۱۳).

رسانه‌ها به عنوان یکی از نهادهای اجتماعی، کارکرد انتقال میراث فرهنگی و اجتماعی و ارزش‌های جوامع را برعهده دارند و در عصر کنونی با توجه به نقش بارز آنها در جامعه و اطلاع‌رسانی پیرامون موضوعات سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و... سعی می‌کنند الگوهای نوینی را به جوامع وارد کنند تا جایگزین فرهنگ‌ها و ارزش‌ها و الگوهای سنتی شوند. به عبارتی در دوران معاصر که به عصر اطلاعات و جامعه اطلاعاتی و ارتباطی معروف است، بخش‌های عظیمی از جامعه‌پذیری نسل‌ها از طریق رسانه‌ها انجام می‌شود و نفوذ و تاثیر رسانه تا جایی است که برخی از نظریه پردازان بر این باورند که رسانه‌ها اولویت ذهنی و حتی رفتاری ما را تعیین می‌کنند و اگر چگونه فکر کردن را به ما یاد ندهند، اینکه به چه چیزی فکر کنیم را به ما می‌آموزند (احمدزاده کرمانی، ۱۳۹۰: ۱۱۶).

تلویزیون به عنوان یکی از قوی‌ترین و تاثیرگذارترین عناصر زمان، در شکل‌گیری رفتار، عقاید، عواطف و روابط فردی و اجتماعی ما نقش عمده بازی می‌کند. از طریق تلویزیون می‌توان جامعه‌ای را هدایت کرد، آموزش‌های صحیح و لازم به کودکان و نوجوانان داد، سرگرمی و اشتغال ذهنی جذاب و لذت بخش برای

---

<sup>۱</sup> value  
<sup>۲</sup> Moreis

آنان ایجاد کرد، سطح دانش و بینش آنها را نسبت به هویت<sup>۱</sup> و شخصیت خود افزایش داد، جهان بینی آنها را می‌توان بسیار گسترده کرد، آنها را با رموز علم و دانش و هنر و فرهنگ کشور خود و ملت‌های دیگر آشنا ساخت، اجتماعی شدن را تقویت کرد. از طرفی، تلویزیون می‌تواند بسیار بدآموز و مخرب باشد. تحقیقی که از دهه ۱۹۵۰ در جهان و به ویژه آمریکا انجام شده است نشان می‌دهد که تلویزیون به مقدار زیاد الگوهای اجتماعی و فردی را به افراد یک جامعه می‌آموزد و اگر این الگوها مغایر با معیارهای سلامتی یا عقیدتی یا رفتار یک جامعه باشند، نه تنها در کوتاه مدت شکل دهنده شخصیت و رفتار افراد و به ویژه کودکان و نوجوانان هستند، بلکه در دراز مدت نیز تاثیر گذارند (همان: ۹۶).

عقاید ما راجع به دنیای ورزشی با آن چه که از طریق تلویزیون می‌بینیم، تاثیر می‌پذیرد آنها به طور یک جانبه بر ما تاثیر گذارند. روشی که در تلویزیون به ما ارائه می‌دهند؛ بر نحوه نگرش ما راجع به ورزش و رشته‌های ورزشی موثر است. ورزش در تلویزیون می‌تواند تصورات قالبی را نیز تقویت کند (بیشل<sup>۲</sup>، ۱۳۸۷).

بخش مهمی از آنچه هر فرد یاد می‌گیرد، از طریق الگوگیری است. مدل سازی یا الگوپذیری<sup>۳</sup> راهی جدید برای شکل دهی رفتار و تفکر تعریف شده است. در یادگیری از طریق مشاهده الگو، فرد از طریق استنباط شخصی به تجزیه و تحلیل گفته‌ها و اعمال الگوی خود می‌پردازد و نگرش‌ها، عقاید، ارزش‌ها و رفتار خود را تغییر داده و خود را هر چه بیشتر به الگوی مورد نظر شبیه و همانند می‌سازد. از آنجا که الگوها قدرت زیادی در تغییر نگرش‌ها و رفتار افراد به خصوص در دوره نوجوانی دارند، لذا دقت در انتخاب الگوها و توجه به ویژگی‌های آنها بسیار حائز اهمیت است (اطیابی، ۱۳۸۷).

به عقیده طرفداران نظریه یادگیری اجتماعی به ویژه والتر میشل<sup>۴</sup> و آلبرت بندورا<sup>۵</sup> رفتارهای اخلاقی مانند سایر رفتارهای انسان بیشتر تحت تاثیر شرطی سازی کنشگر و یادگیری مشاهده‌ای شکل می‌گیرد. به عبارت دیگر طرفداران این مکتب به طور کلی معتقدند از یک سو اخلاق امری است نسبی، یعنی ارزش‌های مطلق اخلاقی وجود ندارد، از سوی دیگر ارزش‌های اخلاقی نیز مانند سایر رفتارها طبق اصول یادگیری پاداش، تنبیه، سرمشق و الگو شکل می‌گیرند (ریترز<sup>۶</sup>، ۱۳۷۴).

الگوپذیری اگر چه در همه دوران زندگی انسان به چشم می‌خورد؛ اما در هر دوره سنی، تحت تاثیر الگوهای خاصی قرار می‌گیرند که با ویژگی‌های سنی آنان همخوانی بیشتری دارد، به طوری که مثلا

<sup>۱</sup> Identity

<sup>۲</sup> Bishel

<sup>۳</sup> Modeling

<sup>۴</sup> Walter michel

<sup>۵</sup> Albert bandura

<sup>۶</sup> Ritzer

الگوهایی که یک کودک تحت تاثیر آن قرار می گیرد، با الگوهایی که برای یک جوان به عنوان راهنمای عمل مطرح می شوند، تفاوت دارد و هر یک برحسب نیاز سنی خود می کوشد تا به این خواسته درونی پاسخ گوید. دوره نوجوانی، از مهم ترین دوران زندگی است، زیرا که نوجوان به لحاظ ویژگی های سنی خود دارای تخیلی قوی است و به همین دلیل نیز آرمان گرایی در او از قوت بیشتری برخوردار است. نوجوانی با نوعی تمایل سرکش به آزادی های بی قید و شرط آغاز می شود. جریانی از رشد که حفاصل میان کودکی و جوانی قرار دارد و بسیار حساس و مهم است، بنابراین پیروی از الگوهای مناسب رفتاری در این دوره سنی حساس، نقش تعیین کننده ای در ارائه رفتار مطلوب اجتماعی آنان دارد (احمدی، ۱۳۷۹). چندین ویژگی سرمشق از جمله پایگاه اجتماعی سطح بالا، موفقیت زیاد و دانش و تخصص بالا می تواند برای جلب توجه یادگیرنده موثر واقع شود (سیف، ۱۳۷۴). از آنجا که نوجوانان علاقه و توجه بیشتری به استفاده از تلویزیون دارند و تلویزیون به عنوان یکی از موثرترین وسایل ارتباط جمعی در تقویت هنجارهای مثبت، بالندگی افکار عمومی، ارتقاء سطح فکری و فرهنگی جامعه و ترویج و تحکیم و تقویت حسنه اجتماعی و تبدیل آن به فرهنگ عمومی موثر است و جامعه ایران را بیشتر نوجوانان و جوانان تشکیل می دهند بنابراین با اذعان به این نکته می توان از ورزش در تلویزیون در ترویج ارزش های اخلاقی استفاده کرد و با ارائه الگوهای مناسب، رفتارهای مطلوب اخلاقی را برای اقشار جامعه خصوصا نوجوانان سرمشق و الگو قرار دهیم (خوشفر، ۱۳۹۰). قهرمانان ورزشی ارزش هایی را به جامعه، به ویژه طرفداران ورزش القا می کنند و حتی ممکن است به عنوان الگوی مرجع، طرفداران زیادی پیدا کنند در چنین شرایطی بسیاری از ارزش های مثبت اخلاقی مانند همکاری، رعایت قوانین و مقررات، احترام و وفاداری، مسئولیت پذیری و کار و تلاش مداوم را می توان آموزش و اشاعه داد. یک داور ورزشی مقتدر و قاطع، یک مربی قاطع و قدرتمند و یک ورزشکار نخبه و مدال آور می توانند برای نوجوانان و جوانان به الگوی مرجع تبدیل شده و سایرین را تحت تاثیر قرار دهند (نادریان جهرمی، ۱۳۹۰: ۳۱).

اکنون با توجه به نقش انکار ناپذیر رسانه های ورزشی خصوصا تلویزیون در شکل دهی باورها، نگرش ها و افکار جامعه جوان و همچنین ساخت بستری مناسب در عرصه اخلاق ورزشی<sup>۱</sup> این سوال مطرح است که میزان انتقال ارزش های اخلاقی از طریق برنامه های ورزشی تلویزیون، به نوجوانان چگونه است و بر این اساس الگوی نوجوانان در ورزش چه کسانی می توانند باشند؟ و چه ویژگی هایی دارند؟

---

<sup>۱</sup> Sport ethic

## ضرورت و اهمیت تحقیق

بحران هویت در دوره بلوغ و نوجوانی انسان به سبب شرایط خاص او، از سایر مراحل رشد چشمگیرتر است در این مرحله اگر الگوها، نمونه ها و سرمشق هایی در جامعه برای همانند سازی موجود باشد، انتخاب آسان تر خواهد بود و بدین طریق نوجوان به هویت خود می رسد (شاملو، ۱۳۸۰).

هویت آن چیزی است که موجب شناسایی یک فرد می شود. یعنی آنچه که باعث تمایز یک فرد از دیگری باشد، هویت هر شخصی لزوماً ذاتی آن شخص نیست. بلکه هویت فرایند معناسازی است که در طی زندگی روزمره مکانیسم های آن ساخته می شود. هویت هرگز ثابت نیست، بلکه متحول یا پویا است. در دوره نوجوانی، شکل گیری هویت به صورت یک موضوع حیاتی درمی آید و در سال های جوانی و بزرگسالی نیز تداوم می یابد (لطف آبادی، ۱۳۸۷: ۱۲۸).

نوجوانان در شکل گیری هویت خود، ممکن است ناموفق باشد و به پراکندگی هویت دچار شود و به مشکلاتی نظیر از خود بیگانگی، خودکشی، اعتیاد به مواد مخدر، بزهکاری، هویت منفی و..... دچار شود. آموزش خانواده ها موثرترین راه پیشگیری از مشکلات تربیت و آسیب های اجتماعی است. اما این کار، به تنهایی از عهده خانواده ها برنمی آید و به برنامه ریزی اصولی از طرف سازمان های مسئول نیاز دارد. با توجه به نقش آموزشی رسانه های گروهی و جذابیت آن ها برای نوجوانان، می توان با برنامه ریزی مناسب در این زمینه، بخشی از آموزش خانواده ها و نوجوانان را انجام داد. رسانه ها و به خصوص رسانه های الکترونیکی، با توجه به قابلیت ها و کارکردهایی که دارند، می توانند در جهت حفظ سلامت و بهداشت روان و به عنوان یکی از عوامل تسهیل کننده هویت یابی برای جوانان و نوجوانان کاربرد داشته باشند. همچنین می توانند زمینه ساز بحران هویت و بیگانگی افراد از فرهنگ، ارزش ها و باورهای خود گردند. بنابراین، وسیله و واسطه بودن رسانه ها آنها را در معرض کاربردهای دوگانه و گاه متضاد، قرار داده است (لطف آبادی، ۱۳۸۷).

جوانان و کودکان آسیب پذیرترین مصرف کنندگان رسانه ها هستند چون آنها از تجارب اجتماعی اندک و عدم توانایی کافی برای تفکر انتقادی برخوردارند. حتی ممکن است آنها تحت تاثیر پیام های تبعیض آمیزی که در عکس ها و تصاویر رسانه ای وجود دارد، قرار گیرند (قاسمی، تجاری و کشر، ۱۳۸۹). دانشمندان ضمن تحقیقات عدیده خود، متوجه شدند که هرگاه پاره ای از مفاهیم و ارزش ها در برنامه های متعدد تلویزیون تکرار و تاکید شوند و کودکان و نوجوانان بدون راهنمایی لازم تماشاگر آنها باشند امکان تاثیر پذیری، بیش از اندازه خواهد بود (بیشل، ۱۳۸۷).

از آنجا که ورزش و مسائل خبری مربوط به آن همواره مورد توجه اقشار مختلف جامعه به ویژه نوجوانان و جوانان بوده و با توجه به نقش بارز تلویزیون در شکل گیری الگوها و باورها و هم چنین به عنوان آموزگاری جهت پرورش افکار و انتقال ارزش‌های اجتماعی ضروری است؛ تولیدکنندگان برنامه‌های ورزشی باید در تولیدات خود با توجه به شرایط موجود یک بازبینی بنیادی داشته باشند تا بتوانند از جایگاه آموزشی به نحو احسن در جهت انتقال ارزش‌های اخلاقی و اجتماعی استفاده کنند. برنامه‌های ورزشی از بعد فرهنگی و اجتماعی دارای تاثیراتی به شرح زیر است: ۱- کاهش مصرف مواد مخدر ۲- کاهش گرایش به مواد نیروزا ۳- همبستگی ملی ۴- اصلاح رفتار طرفداران ۵- الگوسازی مناسب ۶- پای بندی به اجرای دقیق قوانین ۷- تقویت رفتارهای اخلاقی ۸- تقویت نگرش مثبت به ورزش ۹- پرکردن مناسب اوقات فراغت ۱۰- مقابله با تهاجم فرهنگی (قاسمی و همکاران، ۱۳۸۶).

تلویزیون به منزله وسیله جامعه‌پذیری نوجوانان، نقش مهمی در شکل دهی به شخصیت آنها دارد. تلویزیون اولویت‌ها و ارزش‌های حاکم بر نوجوانان را تحت تاثیر قرار می‌دهد با توجه به اهمیت و نقش ارزش‌ها در ساختار روانی افراد به ویژه نوجوانان و تبعات اجتماعی، سیاسی و فرهنگی آن در جوامع، بررسی عوامل مرتبط با آن و سنجش تحول سلسله مراتب ارزشی حاکم و نگرش آنها تحت تاثیر برنامه‌های ورزشی تلویزیون واجد اهمیت ویژه‌ای می‌گردد لذا تلاش در بررسی و آگاهی از وضعیت ارزش‌های نوجوانان در راستای برنامه‌ریزی لازم و یا تغییرات مورد نیاز در برنامه‌های ورزشی تلویزیون ضرورت پژوهش در این حیطه را دو چندان می‌کند. با توجه به اینکه یکی از رسالت‌های تلویزیون، آموزش است و به عنوان یکی از اعضای با نفوذ خانواده رسانه‌های جمعی توانایی بیشتر و موثری در ارتقا سطح آموزشی دارد، لذا امکان آموزش بینندگان بیشتر است و مسئولین سیاسی، گردانندگان امور جامعه و مسئولین سیستم‌های آموزشی، فرهنگی کشور می‌توانند از طریق تلویزیون، ارزش‌های اجتماعی و هنجارهای جامعه را به بینندگان ارائه نمایند و با تهیه برنامه‌های موثر و درونی کردن ارزش‌ها و هنجارها موفقیت چشم‌گیری به دست آورند. همچنین گسترش ورزش در جوامع انسانی و گرایش جوامع به سمت ورزش، به نظر می‌رسد رسانه‌های ورزشی نقش بسیار موثری در این رابطه دارند بنابراین کارشناسان رسانه‌ای با آگاهی از چنین موضوعی می‌توانند از ورزش به عنوان ابزار هدایت بهره گرفته و در جهت اعتلای فرهنگ و ترویج و تبلیغ ارزش‌های انسانی و اخلاقی گام بردارند. بنابراین بررسی میزان تاثیر پذیری نوجوانان از برنامه‌های ورزشی و نقش آن در الگو سازی ضروری به نظر می‌رسد.

نتایج این تحقیق در نمایش میزان ارزش‌های اخلاقی، که از طریق پخش برنامه‌های ورزشی تلویزیون به نوجوانان منتقل می‌شود اهمیت دارد و همچنین مشخص خواهد ساخت که نوجوانان به کدام الگوها و با چه ویژگی‌هایی تمایل دارند. لذا از نتایج تحقیق توجه مسئولین ورزشی کشور خصوصا در حوزه ورزش



قهرمانی را به این امر معطوف خواهد ساخت که چه نوع ویژگی هایی دارای ارزش اخلاقی است و باید به ورزشکاران دارای ارزش های اخلاقی، بیشتر توجه شود تا الگوپذیری نوجوانان کشور برحسب مبانی اخلاقی مورد قبول جامعه انجام شود. از طرفی نتایج این تحقیق برای دست اندرکاران رسانه ها قابل بهره- برداری خواهد بود و در انتخاب و ارائه رهنمودهای اخلاقی و معرفی الگوهای مناسب به ایشان مفید خواهد بود. ضمناً در آموزش و پرورش کشور نیز نتایج این تحقیق مفید خواهد بود چون با شناخت الگوهای نوجوانان می توان به باورهای آنها دست یافت و رهنمودهای مناسب برایشان ارائه کرد تا دچار اشتباه در انتخاب الگوهای خود نگردند و در مجموع نتایج این تحقیق می تواند در حوزه های ورزشی، آموزشی و ارتباطی کشور اهمیت داشته و قابل بهره برداری باشد.

### اهداف تحقیق

الف- هدف اصلی:

تحلیل نقش برنامه های ورزشی تلویزیون در انتقال ارزش های اخلاقی و الگو پذیری دانش آموزان متوسطه دختر و پسر شهرستان اسلام آباد غرب

ب- اهداف فرعی:

- ۱- مقایسه مدت زمان تماشای برنامه های ورزشی تلویزیون در بین دختران و پسران دانش آموز مدارس متوسطه شهرستان اسلام آباد غرب
- ۲- توصیف الگوهای دختران و پسران دانش آموز مدارس متوسطه شهرستان اسلام آباد غرب
- ۳- مقایسه ارزش های اخلاقی مورد انتظار دختران و پسران دانش آموز مدارس متوسطه شهرستان اسلام آباد غرب از برنامه های ورزشی تلویزیون
- ۴- مقایسه ارزش های اخلاقی منتقل شونده از طریق برنامه های ورزشی تلویزیون در بین دختران و پسران دانش آموز متوسطه شهرستان اسلام آباد غرب
- ۵- مقایسه ویژگی های اخلاقی الگوهای ورزشی دختران و پسران دانش آموز مدارس متوسطه شهرستان اسلام آباد غرب

### سوالات تحقیق

- ۱- بین دانش آموزان دختر و پسر از نظر میزان تماشای برنامه های ورزشی تلویزیون چه تفاوتی وجود دارد؟

۲- بین دانش آموزان دختر و پسر از نظر الگوهای انتخابی چه تفاوتی وجود دارد؟

۳- بین دانش آموزان دختر و پسر از نظر ارزش‌های اخلاقی مورد انتظار در ورزش چه تفاوتی دارد؟

۴- بین دانش آموزان دختر و پسر از نظر ارزش‌های اخلاقی منتقل شونده از طریق برنامه‌های ورزشی تلویزیون چه تفاوتی وجود دارد؟

۵- بین دانش آموزان دختر و پسر از نظر ویژگی‌های اخلاقی الگوهای ورزشی چه تفاوتی وجود دارد؟

## تعریف واژگان تحقیق

### الف) تعاریف نظری

#### ارزش‌ها

از نظر اولسون<sup>۱</sup> ارزش‌ها عبارتند از مجموعه‌ای از پنداشت‌های اساسی نسبت به آنچه پسندیده است، که تجلی عمیق‌ترین احساسات مشترک نسبت به جهان در جامعه هستند (۲۰۰۴). ارزش‌های اخلاقی عبارت است از قواعد و اصولی است که انسان‌ها در زندگی به کار می‌گیرند و رفتار آنان را نسبت به یکدیگر منظم می‌کنند (توسلی، ۱۳۸۲). ارزش‌های اخلاقی در پنج بعد فرهنگی و اقتصادی، مذهبی، سیاسی و اجتماعی بررسی می‌شود.

ارزش‌های فرهنگی<sup>۲</sup>: در این نظام ارزشی، فرد به باورها و اصول رفتاری مشترک که حیات فرهنگی جامعه را تضمین می‌کند، بها می‌دهد.

ارزش‌های اقتصادی<sup>۳</sup>: در این نظام ارزشی، فرد به پول و ثروت بها می‌دهد. هدف اصلی او در زندگی جمع‌آوری پول و ثروت زیاد، تا جایی است که امکان دارد. او به هیچ چیز غیر از پول و ثروت نمی‌اندیشد. حتی ممکن است از خواب و خوراک و خانواده خود بگذرد تا به پول بیش‌تر برسد.

ارزشی دینی: در این نظام، فرد اعتقاد دارد که ارزش‌های دینی، بالاترین، مقدم‌ترین و ضروری‌ترین ارزش‌ها هستند. هدف اصلی او در زندگی این است که زندگی‌اش را به شیوه‌ای عملی کند که با باورهای دینی‌اش متحد و سازگار باشد.

---

<sup>۱</sup> Olson

<sup>۲</sup> Cultural Values

<sup>۳</sup> Economic Values

ارزش‌های سیاسی<sup>۱</sup> (قدرت و سلطه): در این نظام ارزشی، فرد به قدرت و سیاست ارزش و اهمیت می‌دهد. وی عقیده دارد که کسب قدرت و مهار دولت‌ها و ملت‌ها از مهم‌ترین اهداف در زندگی می‌باشند. هدف اصلی چنین فردی در زندگی، یادگیری شیوه‌ها و فنون جدید سیاست و یافتن شیوه‌ای برای قرار دادن خود در یک موقعیت قدرت سیاسی می‌باشد.

ارزش‌های اجتماعی<sup>۲</sup> (شهرت و محبوبیت): در این نظام، فرد به افراد و ارتباط بین آنان اهمیت می‌دهد. هدف اصلی وی در زندگی، رشد و گسترش ارتباطات دل‌سوزانه و محبت‌آمیز با دیگران است. همچنین ممکن است چنین فردی درصدد یافتن راه‌هایی باشد تا از طریق آنها رفاه و آسایش عمومی مردم را بالا ببرد. چنین فردی همواره به دنبال کسب رضایت مردم و کسب وجهه و موقعیت اجتماعی است (آلپورت<sup>۳</sup>، ورنون<sup>۴</sup> و لیندزی<sup>۵</sup>).

### الگوپذیری

هر فرد متناسب با رشد و توانایی‌های خود در تعامل با دیگران قرار می‌گیرد و از میان آن‌ها کسانی را که بیشتر او را تحت تاثیر قرار می‌دهند، برایش مهم می‌شوند و سعی می‌کند خود را شبیه و همانند آن‌ها سازد و تغییر نماید. به این افراد الگو می‌گوییم (اطیابی، ۱۳۸۷). و الگوپذیری فرایندی است که از طریق مشاهده صورت می‌گیرد و در آن رفتار یک شخص یا گروه به عنوان محرکی بر روی افکار، نگرش‌ها یا رفتار فرد دیگری که شاهد انجام عمل الگوست، اثر می‌گذارد (مارلت<sup>۶</sup>، ۱۳۸۱).

### برنامه‌های ورزشی تلویزیون

برنامه‌های تلویزیون دارای ساختارها و طبقات مختلفی هستند و بر حسب موضوع طبقه بندی می‌شوند به عبارتی موضوع برنامه‌ها به جای‌گیری برنامه در طبقه خاصی کمک می‌کند (قاسمی، تجاری و کشر، ۱۳۸۹). برنامه‌های که به ورزش و موضوعات پیرامون ورزش می‌پردازد در گروه برنامه‌های ورزشی طبقه بندی می‌شود.

---

<sup>۱</sup> political Values  
<sup>۲</sup> Social Values  
<sup>۳</sup> Allport  
<sup>۴</sup> Vernon  
<sup>۵</sup> Lindzey  
<sup>۶</sup> Marlet

## ب: تعاریف عملیاتی

### ارزش‌ها

- ۱- ارزش‌های فرهنگی مانند صداقت و راستگویی، یکرنگی و اخلاص، متانت و وقار، توجه به ظاهر آراسته و رفتار احترام آمیز که با سوالات ۱ تا ۱۰ مورد سنجش و ارزیابی قرار می‌گیرد.
- ۲- ارزش‌های اقتصادی مانند امانت داری، پای بندی به قول و قرار و منفعت طلبی که با سوالات ۱۱ تا ۱۶ ارزیابی می‌شود.
- ۳- ارزش‌های مذهبی<sup>۱</sup> مانند عفت و پاکدامنی، امر به معروف و نهی از منکر، ایمان و تقوا، زیارت اماکن مقدس و اعتقادات معنوی که با سوالات ۱۷ تا ۲۶ ارزیابی می‌شود.
- ۴- ارزش‌های سیاسی مانند انصاف، عدالت، قانونمندی و مسئولیت‌پذیری که با سوالات ۲۷ تا ۳۴ ارزیابی می‌شود.
- ۵- ارزش‌های اجتماعی مانند درستکاری، خیرخواهی و کمک به دیگران، جوانمردی، همکاری و صمیمیت و گذشت و ایثار که با سوالات ۳۵ تا ۴۴ ارزیابی می‌شود.

### الگوپذیری

در این تحقیق الگوها در دو بعد الگوهای زندگی و الگوهای ورزشی مورد بررسی قرار گرفته است که سوالات ۱۰ و ۱۱ پرسشنامه در صدد بررسی این موضوع بوده است.

### برنامه‌های ورزشی تلویزیون

شامل کلیه برنامه‌های ورزشی که از تلویزیون پخش می‌شود مانند مسابقات، اخبار ورزشی، برنامه‌های تحلیلی ورزشی و..... که سوالات ۶، ۷، ۸ و ۹ پرسشنامه در بررسی این موضوع بوده است.

---

<sup>۱</sup> Religious Values