

۲، ۵۲۲۵

بازیکنان

نقش برنامه نود در باورهای فرهنگی بازیکنان فوتبال

مؤلفان :

احمد نادری اشنی

مهدی مطهرنیا

سرشناسه	:	نادری اشنی، احمد، ۱۳۵۳-
عنوان و نام پدیدآور	:	نقش برنامه نود در باورهای فرهنگی بازیکنان فوتبال/ مولفان احمد نادری اشنی، مهدی مطهرنیا.
مشخصات نشر	:	تهران : گروه آموزشی مدرسه: سنجش و دانش، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	:	۱۵۲ص: جدول، نمودار (بخشی رنگی).
شابک	:	۹۷۸-۶۲۲-۲۱۶-۲۹۰۰۰
وضعیت فهرست نویسی	:	فیپا
یادداشت	:	کتابنامه : ص. ۱۴۸ - ۱۵۲.
موضوع	:	نود (برنامه تلویزیونی)
موضوع	:	(Navad Television program)
موضوع	:	تلویزیون -- ایران -- بخش برنامه های ورزشی -- جنبه های اجتماعی -- نمونه پژوهی
موضوع	:	Television broadcasting of sports -- Social aspects -- Iran -- Case studies
موضوع	:	تلویزیون -- ایران -- برنامه ها -- جنبه های اجتماعی -- نمونه پژوهی
موضوع	:	Television programs -- Social aspects -- Iran -- Case studies
موضوع	:	تلویزیون و ورزش -- ایران -- نمونه پژوهی
موضوع	:	Soccer players -- Iran -- Case studies
موضوع	:	فوتبال -- ایران -- تماشاگران -- نمونه پژوهی
موضوع	:	Soccer attendance -- Iran -- Case studies
شناسه افزوده	:	مطهرنیا، مهدی، ۱۳۴۴ -
رده بندی کنگره	:	۳/۷۴۲GV
رده بندی دیویی	:	۴۴۹۷۹۶۰۹۵۵/۰۷۰
شماره کتابشناسی ملی	:	۵۷۰۹۸۲۰

عنوان: نقش برنامه نود در باورهای فرهنگی بازیکنان فوتبال

مولفان: احمد نادری اشنی، مهدی مطهرنیا

ناشر: انتشارات سنجش و دانش

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۸

صفحه آرای: مهتاب دوستی

طراح جلد: مهتاب دوستی

ناظر: نسرين خانی

تیراژ: ۵۰۰ نسخه

«کلیه حقوق برای مؤلف محفوظ است»

بهاء : ۲۵۰۰۰۰ ریال

چاپ و نشر: تهران، ملارد، مارلیک، بلوار هفت تیر، مجتمع تجاری اداری امیر، آکادمی تخصصی دکتری تلفن تماس: ۰۲۱-۶۵۱۴۰۰۲۷

فروشگاه: تهران، خیابان انقلاب، خیابان دانشگاه، پلاک ۱۲۶، وب سایت: www.sanjesh.ir پست الکترونیک: ketab.sanjesh@gmail.com

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
فصل اول.....	۱
کلیات.....	۱
مقدمه.....	۲
چارچوب نظری و مدل مفهومی.....	۱۱
مدل مفهومی.....	۱۳
تعاریف نظری.....	۱۵
رسانه.....	۱۵
رسانه های جمعی.....	۱۵
تلویزیون.....	۱۵
برنامه های ورزشی.....	۱۶
فرهنگ.....	۱۶
فرهنگ پروری.....	۱۶
تعریف عملیاتی.....	۱۶
فصل دوم.....	۱۸
ادبیات و پیشینه.....	۱۸
مقدمه.....	۱۹
ادبیات و مبانی نظری.....	۲۰
فرهنگ.....	۲۰
ویژگی های فرهنگ.....	۲۱
فرهنگ پروری.....	۲۲
اصول فرهنگ پروری.....	۲۳
سطوح فرهنگ پروری.....	۲۴
رسانه و فرهنگ.....	۲۴
انواع فرهنگ پذیری.....	۲۹
رسانه ها، تبادلات فرهنگی، فرهنگ سازی و فرهنگ پروری.....	۳۲

۴۹	رسانه جمعی
۵۰	پارامتر ادراک در اثرگذاری برنامه‌های رسانه‌ای
۵۴	نظریات رسانه ای
۵۴	نظریه پردازش اطلاعات
۵۶	نظریه گزینش
۵۷	رسانه ملی و کارکردهای آن
۵۷	رسانه ملی و هنجارسازی
۵۹	رسانه ملی و فرهنگ سازی
۶۵	رسانه ملی و فرهنگ پروری
۶۶	مکانیسم ایفای نقش رسانه ملی در زمینه فرهنگ پروری
۷۰	رسانه ملی و شکل دهی به رفتار مردم
۷۲	نقش و جایگاه رسانه ملی در جمهوری اسلامی ایران
۸۰	تلویزیون
۸۴	تلویزیون و ورزش
۹۰	فوتبال در تلویزیون
۹۳	فوتبال در برنامه نود
۹۶	برنامه نود و فرهنگ پروری در ورزش فوتبال
۱۰۰	پیشینه
۱۰۰	مطالعات داخلی
۱۰۵	مطالعات خارجی
۱۰۸	چارچوب نظری
۱۱۰	مدل مفهومی
۱۱۱	فصل سوم
۱۱۱	روش
۱۱۲	مقدمه
۱۱۳	عنوان
۱۱۳	مدل
۱۱۳	روش

۱۱۴.....	جامعه آماری
۱۱۵.....	تعداد نمونه و روش نمونه گیری
۱۱۵.....	روش گردآوری داده ها
۱۱۵.....	ابزار گردآوری داده ها
۱۱۶.....	روایی و پایایی ابزار اندازه گیری
۱۱۷.....	روش تجزیه و تحلیل داده ها
۱۱۸.....	فصل چهارم
۱۱۸.....	تجزیه و تحلیل داده ها
۱۱۹.....	سن افراد نمونه
۱۲۰.....	میزان تحصیلات افراد نمونه
۱۲۲.....	آمار توصیفی هر یک از گویه های پرسشنامه
۱۲۹.....	بررسی تفاوت معنی دار بین گویه ها و متغیرهای سه گروه نخبگان - تماشاچیان و بازیگران
۱۳۳.....	جکتونگی توزیع گویه های پژوهش براساس شاخصهای مرکزی، پراکندگی و شکل توزیع
۱۳۴.....	بررسی وضعیت توزیع متغیرها
۱۳۵.....	آمار استنباطی
۱۳۵.....	فرضیه اصلی
۱۴۴.....	آزمون تحلیل واریانس یک طرفه
۱۴۷.....	خلاصه نتایج آزمون فرضیات
۱۴۸.....	منابع و مأخذ