

همایش های پیاده روی،

تسلیمات و سمنران آگاهی بخشی

تالیف:

خادم علی تهنیدی

نشر ترخون

سرشناسه :

خادم علی تهذیبی

Khadem Ali Tahzibi

عنوان:

همایش های پیاده روی ، تبلیغات و میزان آگاهی بخشی

Hiking, advertising and the amount of the informant part

مشخصات نشر :

نشر ترخون، ۱۳۹۷ تهران

مشخصات ظاهری :

۱۳۴ ص.مصور :

شابک:

۹۷۸-۶۰۰-۸۸۷۳-۶۸-۶

تیراژ:

۱۰۰۰ جلد

نشانی ساختمان، ریزی:

تهران - خیابان پاسداران - بهارستان ۱۰ - خیابان مریم - ساختمان مریم - پلاک ۷ واحد ۱۱

کد پستی:

۹۵۸۱

نوبت چاپ:

اول

تاریخ چاپ:

۱۳۹۷

همایش های پیاده روی ، تبلیغات و میزان آگاهی بخشی

تالیف : خادم علی تهذیبی

ناشر: ترخون

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۷

تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

قیمت: ۲۵۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۸۷۳-۶۸-۶



کلیه حقوق قانونی و شرعی برای مولف محفوظ است. تکثیر تمامی یا قسمتی از این اثر به صورت حروفچینی، چاپ مجدد، چاپ افست، پلی کپی، فتوکپی و انواع دیگر چاپ ممنوع است. این اثر مشمول قانون حمایت مولفان مصنفان و هنرمندان مصوب سال ۱۳۳۸ است. هر کس تمامی یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه ناشرنشرو مولفان، پخش یا عرضه کند، مورد پیگرد قانونی قرار می گیرد.

امید است با نگارش این کتاب مشکلات شهروندان در زمینه چگونگی گذران فراغت باتاکید بر ورزش و اثرگذاری عوامل های گوناگونی چون نوع تبلیغات و آگاهی بخشی و حضور در همایش های پیاده روی شناسایی شده و الگویی را برای برنامه ریزان، در هر چه پربار کردن اوقات فراغت شهروندان تهرانی در جهت افزایش حضور مردم به فعالیت های ورزشی و به طبع بهبود سلامتی، تندرستی، رضایت از زندگی و کیفیت زندگی ارائه دهد. چرا که بدیهی است گذران اوقات فراغت در جامعه امروز و اهمیت ورزش و اثرات مثبت روانی، جسمی، اجتماعی و فرهنگی آن در زندگی افراد بیش از پیش مشهود است؛ بنابراین در صورتی که بتوان تاثیرگذاری عوامل های این کتاب را در جهت گذران اوقات فراغت در رشته ها و زمینه های مختلف ورزشی سوق داده گام مهمی در جهت ارتقاء سلامت و رضایت آنان برداشته شود. به دلیل اینکه تاکنون کتاب جامع و کاملی در زمینه اثرگذاری تبلیغات، آگاهی بخشی و حضور در همایش پیاده روی بر روی فراغت شهروندان با تاکید بر فعالیت های ورزشی در کشور انجام نشده است لذا ضروری به نظر می رسد دیدگاه شهروندان نسبت به اوقات فراغت و تعهدی ذکر شده، مورد ارزیابی قرار گیرد و وضعیت موجود اوقات فراغت آنان، سهم استفاده از اوقات فراغت، نحوه بهره گیری آنان مشخص شود تا افاق های روشنی جهت برنامه ریزی اوقات فراغت شهروندان با تاکید بر فعالیت های ورزشی گشوده شود. مسلماً انجام فعالیتهای فرهنگی و تفریحی در زمان فراغت اگر به روش صحیح و با رعایت معالجه جامع توأم باشند، دارای کارکردهای فردی و اجتماعی مفیدی هستند. مسئولان و برنامه ریزان سازمان های مسئول، به عنوان سوق دهنده های اساسی، برای اقشار مردم و شهروندان می باشند که با در نظر گرفتن اولویت ها و عوامل مورد بررسی این پژوهش و ارزیابی نتایج در بین شهروندان، به طور خاص، ابعاد عملکردی و اجایی را در نظر خواهند گرفت و می توانند برنامه ریزی های مناسبی را بر کردن فراغت شهروندان با توجه به فعالیت های ورزشی تدوین نمایند. هدف کلی این کتاب بررسی اثر نوع تبلیغات، میزان آگاهی بخشی و حضور در همایش های پیاده روی بر اوقات فراغت ورزشی شهروندان می باشد. امید است با اهتمام همکاران محترم، مدرسین دانشگاه و محققین در آموزش مفاهیم کاربردی همایش های پیاده روی و نگارش کتاب های مفید در این زمینه، فارغ التحصیلان و کارشناسان رشته های ورزش و تربیت بدنی به سطح مطلوبی از دانش و هنر دست یابند که بیجهت های آن ارتقاء سطح کیفی و کمی آن در میهن عزیزمان باشد. در نگارش کتاب، از همه عزیزانی که با دلگرمی و اظهار لطف بنده را همراهی کردند سپاسگزارم. در مطالب این کتاب شاید نقایص و اشتباهاتی وجود داشته باشد که از دید اینجانب دور مانده است؛ مایه مباهات است که دوستان و صاحب نظران، نقدها، نظرات و پیشنهاد های ارزشمند خود را برای بهبود کیفیت کتاب در چاپ های بعد در اختیار بنده قرار دهند.

فهرست مطالب

فصل اول: مفاهیم اوقات فراغت و ورزش

۱	مقدمه
۳	تعریف واژه‌ها و اصطلاحات فنی و تخصصی (به صورت مفهومی و عملیاتی):
۶	مبانی نظری اوقات فراغت
۶	فراغت
۷	اوقات فراغت:
۹	کارکردهای اوقات فراغت
۱۱	نظریه‌ها مرتبط با فراغت
۱۴	دیدگاه‌های تئوریک پیرامون اوقات فراغت
۲۰	اوقات فراغت به عنوان ابزار (کنترل)
۲۰	فراغت به عنوان هدف فعالیت انسانی
۲۰	فراغت به عنوان ارزش، باز، ارزش و گسترش خود
۲۰	فراغت و آموزش
۲۱	فراغت و ورزش
۲۳	متغیرهای روانشناختی مرتبط با فعالیت بدنی، اوقات فراغت
۲۴	ورزش
۲۴	ورزش و فعالیت بدنی
	دلایل توسعه و گسترش ورزش

۳۰	فصل دوم: تبلیغات و رویدادهای ورزشی
۳۰	مقدمه
۳۰	همایش پیاده روی، ورزش همگانی و تفریح
۳۰	دستورالعمل برگزاری همایش پیاده روی خانوادگی
۳۱	ورزش همگانی
۳۳	وضعیت شرکت کنندگان در ورزش همگانی
۳۴	توسعه ورزش همگانی
۳۵	تفریحات سالم
۳۵	نظریه‌های تفریحات سالم:
۳۶	آگاهی
۳۶	تعریف آگاهی

۳۶	 مسئله تبیینی آگاهی
۳۷	 مسئله‌های آسان و دشوار
۳۷	 رسانه به عنوان یک ابزار آگاهی
۳۸	 مهمترین نقش های رسانه های گروهی
۳۹	 طبقه بندی نقش ها و وظایف وسایل ارتباط جمعی
۳۹	 اطلاع رسانی و آگاهی بخشی
۴۰	 نقش رسانه‌ها در افزایش علاقه و آگاهی مخاطبان به ورزش
۴۴	 تبلیغات
۴۴	 مفهوم تبلیغات
۴۷	 خصوصیات تبلیغات
۴۸	 اهداف تبلیغات
۴۹	 تبلیغات ورزش شامل موارد زیر است:
۴۹	 روش های تبلیغ در ورزش های همگانی در یونان
۵۰	 نحوه تبلیغات درمورد مسابقات همگانی روسیه
۵۰	 پیشینه تحقیق
۵۰	 تحقیقات انجام شده در داخل
۵۴	 تحقیقات انجام شده در خارج

فصل سوم: روش تحقیق

۶۰	 مقدمه
۶۰	 روش تحقیق
۶۱	 جامعه آماری، روش نمونه‌گیری و حجم نمونه
۶۱	 متغیرهای تحقیق
۶۱	 روش جمع آوری داده ها
۶۱	 ابزارهای اندازه گیری اطلاعات
۶۱	 پرسشنامه ویژگی های فردی:
۶۲	 پرسشنامه اوقات فراغت ورزشی
۶۲	 پرسشنامه تبلیغات
۶۲	 پرسشنامه آگاهی بخشی
۶۲	 پرسشنامه همایش پیاده روی خانوادگی
۶۲	 روایی ابزار اندازه گیری
۶۴	 مدل اندازه‌گیری تحلیل عاملی تأییدی اوقات فراغت ورزشی

۶۶.....	مدل اندازه‌گیری تحلیل عاملی تأییدی تبلیغات ورزش
۶۹.....	مدل اندازه‌گیری تحلیل عاملی تأییدی آگاهی بخشی
۷۱.....	مدل اندازه‌گیری تحلیل عاملی تأییدی حضور در همایش پیاده روی خانوادگی
۷۳.....	پایایی ابزار اندازه‌گیری
۷۳.....	روش‌ها و ابزار تجزیه و تحلیل داده‌ها:

فصل چهارم: یافته‌های تحقیق

۷۶.....	مقدمه
۷۶.....	یافته‌های توصیفی (مشخصات فردی)
۷۶.....	توزیع فراوانی نمونه تحقیق بر اساس جنسیت
۷۷.....	توزیع فراوانی نمونه تحقیق بر اساس وضعیت تأهل
۷۷.....	توزیع فراوانی نمونه تحقیق بر اساس سن (به سال)
۷۸.....	توزیع فراوانی نمونه تحقیق بر اساس سابقه ورزشی
۷۹.....	توزیع فراوانی نمونه تحقیق بر اساس درآمد ماهیانه
۸۰.....	در شبانه روز چند ساعت اوقات فراغت آزاد دارید؟
۸۱.....	اوقات فراغت شما معمولاً چه موبایل را در شبانه روز است؟
۸۱.....	تا چه حد اوقات فراغت فعال را در زمان اوقات فراغت یا زمان آزاد می‌پسندید؟
۸۲.....	اگر ورزش می‌کنید در چه زمانی از شبانه روز ورزش می‌کنید؟
۸۲.....	در زمان اوقات فراغت یا زمان آزاد چند دقیقه ورزش می‌کنید؟
۸۳.....	بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها
۸۴.....	فرضیات تحقیق
۸۴.....	فرضیه اول
۸۵.....	فرضیه دوم
۸۶.....	فرضیه سوم
۸۸.....	فرضیه چهارم
۸۹.....	فرضیه پنجم
۹۰.....	فرضیه ششم

فصل پنجم: خلاصه، بحث و پیشنهادها

۹۶.....	مقدمه
۹۶.....	خلاصه تحقیق

۹۸.....	بحث و نتیجه گیری
۱۰۸.....	محدودیت های تحقیق
۱۰۸.....	پیشنهادهای تحقیق
۱۱۱.....	منابع
۱۲۴.....	پیوست

www.ketab.ir

فهرست جداول

جدول ۱: درصد مشارکت مردم در ورزش همگانی از سال ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۲	۳۴
جدول ۲: اهداف تبلیغات (کاتر و آرمسترانگ، ۱۳۸۵)	۴۸
جدول ۳: نتایج تحلیل عاملی تأییدی اوقات فراغت ورزشی	۶۴
جدول ۴: شاخص برازش مدل تحلیل عاملی تأییدی پرسشنامه اوقات فراغت ورزشی	۶۵
جدول ۵: نتایج تحلیل عاملی تأییدی تبلیغات ورزشی	۶۶
جدول ۶: شاخص برازش مدل تحلیل عاملی تأییدی پرسشنامه تبلیغات ورزشی	۶۸
جدول ۷: نتایج تحلیل عاملی تأییدی آگاهی بخشی	۶۹
جدول ۸: شاخص برازش مدل تحلیل عاملی تأییدی پرسشنامه آگاهی بخشی	۷۰
جدول ۹: نتایج تحلیل عاملی تأییدی حضور در همایش پیاده روی خانوادگی	۷۱
جدول ۱۰: شاخص برازش مدل تحلیل عاملی تأییدی پرسشنامه حضور در همایش پیاده روی خانوادگی	۷۲
جدول ۱۱: پایایی درونی ابزار اندازه‌گیری (آلفای کرونباخ)	۷۳
جدول ۱۲: توزیع فراوانی نمونه تصادفی بر اساس سن (به سال)	۷۷
جدول ۱۳: توزیع فراوانی نمونه تصادفی بر اساس سابقه ورزشی (به سال)	۷۸
جدول ۱۴: توزیع فراوانی نمونه تصادفی بر اساس درآمد ماهیانه	۷۹
جدول ۱۵: میزان اوقات فراغت یا زمان آزاد در شبانه روز	۸۰
جدول ۱۶: زمان‌های اوقات فراغت یا زمان آزاد در شبانه روز	۸۱
جدول ۱۷: پذیرش اوقات فراغت فعال در زمان اوقات فراغت یا زمان آزاد	۸۱
جدول ۱۸: زمان ورزش در شبانه روز؟	۸۲
جدول ۱۹: مقدار ورزش در اوقات فراغت یا زمان آزاد (به دقیقه)	۸۲
جدول ۲۰: آماره‌های آزمون کولموگروف-اسمیرنوف	۸۳
جدول ۲۱: پذیرش اوقات فراغت فعال در زمان اوقات فراغت یا زمان آزاد	۸۴
جدول ۲۲: میزان اوقات فراغت فعال (فعالیت ورزشی) در طول شبانه‌روز	۸۴
جدول ۲۳: ماتریس همبستگی اسپیرمن بین ویژگی‌های جمعیت شناختی و اوقات فراغت ورزشی	۸۵
جدول ۲۴: همبستگی پیرسون (نوع تبلیغات و اوقات فراغت ورزشی)	۸۶
جدول ۲۵: خلاصه مدل رگرسیون نوع تبلیغات و اوقات فراغت ورزشی	۸۶
جدول ۲۶: تحلیل آزمون ANOVA (مدل رگرسیون نوع تبلیغات و اوقات فراغت ورزشی)	۸۷
جدول ۲۷: نتایج تحلیل رگرسیون نوع تبلیغات و اوقات فراغت ورزشی	۸۷
جدول ۲۸: همبستگی پیرسون (آگاهی بخشی و اوقات فراغت ورزشی)	۸۸
جدول ۲۹: خلاصه مدل رگرسیون میزان آگاهی بخشی و اوقات فراغت ورزشی	۸۸
جدول ۳۰: تحلیل آزمون ANOVA (مدل رگرسیون میزان آگاهی بخشی و اوقات فراغت ورزشی)	۸۹
جدول ۳۱: نتایج تحلیل رگرسیون میزان آگاهی بخشی و اوقات فراغت ورزشی	۸۹
جدول ۳۲: همبستگی پیرسون (حضور در همایش‌های پیاده روی و اوقات فراغت ورزشی)	۹۰
جدول ۳۳: بارهای عاملی و مقادیر آماره تی (t) مدل ارتباطی تحقیق	۹۰