

Communication Management in Sports Media

Vol. 13(4), (Series 52): 65-80 (2026)

 DOI: 10.30473/jsm.2024.69572.1815

E-ISSN: 2538-4961

P-ISSN: 2345-5578

ORIGINAL ARTICLE

Modeling the Effect of the Media and Social Networks on the Tendency of the Citizens of Kalt Nader to do Public Sports with the Mediating Role of Information Technology

Hakim Bekrizadeh^{1*} , Hemat Alla Bastami² , Hossein Naderpoor Darbandi³ 

1. Assistant Professor,
Department of Statistics,
Payame Noor University,
Tehran, Iran.

2. Assistant Professor,
Department of Sports
Management, Payame Noor
University, Tehran, Iran.

3 Masters in Sports Media
Management, Payame Noor
University, Garmsar Center,
Semnan, Iran.

*Correspondence

Hakim Bekrizadeh
Email: Bekrizadeh@pnu.ac.ir

Receive Date: 12/Nov/2023

Revise Date: 16/May/2024

Accept Date: 09/June/2024

How to cite

Bekrizadeh, H., Bastami, H., &
Naderpoordarbandi, H. (2026).
Modeling the effect of media and
social networks on the tendency of
the citizens of Kalat Nader to
public sports with the mediating
role of information technology.
*Communication Management in
Sport Media*, 13(4), 65-80.

ABSTRACT

This study aimed to model the impact of media and social networks on citizens' inclination toward public sports in Kalt Nader City, with information technology serving as a mediating variable. A descriptive–correlational research design employing structural equation modeling was adopted. The statistical population consisted of men and women participating in sports activities in public spaces, such as parks and public gymnasiums, in Kalt Nader City. Due to the unavailability of accurate statistics regarding the total number of participants, the sample size was determined based on the final level of Morgan's table, resulting in a sample of 384 individuals. Data were collected using Naji's Sport Orientation Questionnaire (2018), the Social Media and Networks Questionnaire (2013), and Mahout's Information and Communication Technology Questionnaire (2013). The reliability of the instruments was confirmed using Cronbach's alpha coefficient. Data analysis was conducted through structural equation modeling using SPSS version 25 and AMOS software. The findings indicated that the proposed model, which assumes the partial mediating role of information technology in the relationship between media, social networks, and citizens' tendency toward public sports, demonstrated a good fit with the data. Moreover, all correlation and path coefficients in the hypothesized model were statistically significant. Information technology exerted a significant positive indirect effect, with an effect size of 0.402. Accordingly, media organizations are encouraged to systematically promote public sports through the effective use of modern information technologies, while sports experts should collaborate with mass media alongside disseminating scientific findings through specialized outlets

KEYWORDS

Social Media, Social Networks, Tendency Towards Public Sports, Information Technology, Kalt Nader City.



Copyright © 2026, by the author(s). Published by Payame Noor University, Tehran, Iran.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

<https://sportmedia.journals.pnu.ac.ir/>

Extended Abstract

Introduction

Identifying the factors that influence individuals' participation in sport is essential for the development and expansion of sport for all (Abdowi et al., 2017). Education and the dissemination of knowledge regarding physical activity and its health benefits can effectively reduce problems associated with physical inactivity (Liu et al., 2010). In this regard, mass media and social networks play a pivotal role in raising awareness, shaping attitudes, and promoting healthy behaviors, as they have the capacity to reach large audiences and influence both individual behaviors and societal values (Zardashtian et al., 2015). Their primary functions include cultural development, information dissemination, and the promotion of social participation (Qayami Rad, 2017).

In recent years, the relationship between sport, media, and social networks has attracted increasing scholarly attention, with evidence suggesting a strong and interdependent association among these domains (Matani et al., 2015). Previous research has shown that mass media positively contribute to public awareness of the physical and mental health benefits of public sports and to the formation of favorable attitudes toward participation; however, their effectiveness in informing citizens about suitable public sports facilities remains limited (Haji al-Husseini et al., 2022).

At the same time, information technology has rapidly transformed modern societies and has become a critical factor in organizational development and social progress (Zitonelli & Karken, 2015; Lin, 2017). It encompasses electronic tools and processes used to collect, manage, store, and disseminate information (Bahrami et al., 2018). Given the growing influence of globalization and digital communication, information technology plays an essential mediating role in enhancing the impact of media and social networks on public sports participation.

Despite the importance of this issue, empirical research examining the combined effects of media, social networks, and information technology on public sports participation remains limited. Therefore, the present study aims to investigate whether media and social networks influence citizens' tendency to engage in public sports in Kalt Nader City through the mediating role of information technology.

Methods

The present study employed a descriptive–correlational research design using structural equation modeling and was applied in nature. The statistical population comprised all citizens of Kalt Nader City who participated in sports activities in public spaces and facilities. Due to the unavailability of accurate statistics regarding the total number of individuals engaged in public sports activities, the sample size was determined based on the final level of Morgan's table, resulting in a target sample of 384 participants. Following the distribution of research instruments, incomplete responses, non-cooperation by some participants, and distorted questionnaires led to the exclusion of several cases; consequently, 358 questionnaires were retained for final analysis.

Data were collected using a field survey method through standardized questionnaires, including the Nadi Public Sports Tendency Questionnaire (2013), the Social Media and Networks Usage Questionnaire (2014), and the Mahmoudi Information Technology Scale (2014). To analyze the data, descriptive statistical techniques—such as frequency distributions and measures of central tendency and dispersion—were first applied to describe the study variables. The normality of the data was subsequently examined using the Kolmogorov–Smirnov test. Inferential analyses were then conducted using Pearson's correlation coefficient, structural equation modeling, and path analysis. All statistical analyses were performed using SPSS and AMOS software (version 25).

Results

As path analysis is fundamentally based on the relationships among variables, the correlation matrix of the study variables is presented in Table 1

Variable	1	2	3
Tendency to public sports	1	0/347**	0/461**
Media and social networks	1	0/723**	
Information Technology	1		

The results presented in Table 1 indicate that the significance levels of the correlation tests among the research variables are below 0.05, demonstrating significant and positive relationships between all variables. Based on these findings and the results of the normality tests, the validity indices of the conceptual model examining the effect of media and social networks on citizens' tendency toward public sports in Kalt Nader City, with information technology as a mediating variable, are reported in Table 3 using structural equation modeling.

As shown in Table 3, the ratio of chi-square to degrees of freedom (χ^2/df) in the proposed model is below the acceptable threshold of 4, and the root mean square error of approximation (RMSEA) is lower than the recommended cutoff value of 0.08, indicating a satisfactory model fit.

Furthermore, the goodness-of-fit index (GFI), comparative fit index (CFI), and Bentler–Bonett normed fit index (NFI) all exceed the recommended value of 0.90, further confirming the adequacy and desirability of the model fit.

These results suggest that the proposed model, which explains the influence of media and social networks on citizens' participation in public sports through the mediating role of information technology, is well supported by the research data and provides an appropriate theoretical framework for interpretation. The subsequent analysis focused on estimating the magnitude of the effects and assessing the mediating role of information technology in the relationship between media

and social networks and citizens' tendency toward public sports. The findings revealed that information technology exerts a significant positive indirect effect on this

Table 2. The results of the validity indices of the research conceptual model using structural equation model analysis

MODEL	χ^2	DF	χ^2/DF	RMSEA	GFI	CFI	NFI
	404.761	154	2.628	0.073	0.901	0.908	0.903

Table 2. The results of the validity indices of the research conceptual model using structural equation model analysis

MODEL	χ^2	DF	χ^2/DF	RMSEA	GFI	CFI	NFI
	404.761	154	2.628	0.073	0.901	0.908	0.903

Relationship, with an effect size of 0.402. Accordingly, the mediating role of information technology in the effect of media and social networks on citizens' tendency to engage in public sports in Kalt Nader City is confirmed and supported.

Table 3. The results of direct, indirect (mediated) effects and the entire research model

Total Effects	Indirect Effects	Direct Effects	Estimation
1.488	0.488	1.00	Unstandard
0.769	0.402	0.367	Standard
8.213	4.312	4.473	C.R.
***	***	***	Sig.
Partial Mediation		Result	

Table 3 indicates that the direct, indirect, and total effects in the model examining the influence of media and social networks on citizens' tendency to engage in public sports in Kalt Nader City, with information technology as a mediating variable, are all statistically significant at the 0.05 level. In standardized terms, the mediating role of information technology contributes an additional 0.402 units to the effect of media and social networks on citizens' participation in public sports.

As a result, the total effect of media and social networks on citizens' tendency toward public sports, when mediated by information technology, is 0.769, compared to a direct effect of 0.367. These findings demonstrate the substantial impact of the mediating variable. Overall, based on the significance of the direct, indirect, and total effects, it can be concluded that information technology plays a significant mediating role in the relationship between media and social networks and citizens' engagement in public sports in Kalt Nader City.

Conclusion

The structural equation modeling results demonstrated that the proposed model, highlighting the partial mediating role of information technology in the relationship between media and social networks and citizens' participation in public sports in Kalt Nader City, fit the data well. All correlation and path coefficients were statistically significant, with information technology contributing 0.402 units to the total effect of media and social networks on sports participation. These findings underscore the critical role of information technology in enhancing the influence of media and social networks on public engagement in sports. In practice, sports organizations, including the Department of Sports and Youth, employ diverse performance models to foster professional, championship, public, and rural sports. Their responsibilities encompass youth programs, resource development, public relations, talent identification, and skill enhancement all aligned with the strategic objectives set by the Ministry of Sports and Youth and national federations. This integrated approach highlights the importance of leveraging media, social networks, and technology to promote sports participation and overall community well-being.

KEYWORDS

Media Networks, Social Networks, Trend towards Public Sports, Information Technology, Kalat Nader city.

Ethical Considerations:

Compliance with ethical guidelines

The author has complied with all ethical considerations.

Funding

The authors state no funding involved.

Conflict of Interest

The authors declare that there are no conflicts of interest regarding the publication of this manuscript.

Acknowledgment

We are grateful to all those who helped us in this research.

مدیریت ارتباطات در رسانه ورزشی

سال سیزدهم، شماره چهارم، پیاپی پنجاه و دو، تابستان ۱۴۰۵ (۸۰-۶۵)



DOI: 10.30473/jsm.2024.69572.1815

E-ISSN: 2538-4961

P-ISSN: 2345-5578

مقاله پژوهشی

مدل‌یابی اثر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر گرایش شهروندان شهر کلات نادر به ورزش همگانی با نقش واسطه‌ای فناوری اطلاعات

حکیم بکری‌زاده^{۱*}، همت‌الله بسطامی^۲، حسین نادرپور دربندی^۳

چکیده

مقاله حاضر با هدف مدل‌یابی اثر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر گرایش شهروندان شهر کلات نادر به ورزش همگانی با نقش واسطه‌ای فناوری اطلاعات انجام شد. روش پژوهش، توصیفی از نوع همبستگی با مدل معادلات ساختاری بود. جامعه آماری پژوهش شامل همه مردان و زنانی بود که در فضاها و مکان‌های ورزشی همگانی (پارک‌ها و مکان‌های عمومی) شهر کلات نادر مشغول به ورزش بودند. به‌منظور تعیین حجم نمونه، از آنجاکه آمار دقیقی از تعداد شرکت‌کننده‌ها در فعالیت‌های ورزش همگانی در شهر کلات نادر موجود نبود، آخرین سطح نمونه در جدول مورگان در نظر گرفته شد (۳۸۴ نفر). ابزارهای اندازه‌گیری، پرسشنامه سنجش گرایش به ورزش (ناجی، ۱۳۸۹)، پرسشنامه شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی (مجردی، ۱۳۹۳) و پرسشنامه فناوری اطلاعات و ارتباطات (محمودی، ۱۳۹۲) بود که میزان پایایی پرسش‌نامه‌ها با استفاده ضریب آلفای کرونباخ تأیید شد. همچنین ابزار تحلیل داده‌ها استفاده از مدل معادلات ساختاری به کمک نرم‌افزارهای SPSS نسخه ۲۵ و AMOS بود. یافته‌ها نشان داد که در نمونه پژوهش، مدل مفروض واسطه‌مندی نسبی فناوری اطلاعات در اثر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر گرایش شهروندان به ورزش همگانی شهر کلات نادر، با داده‌ها برازش مطلوبی داشت. در مدل مفروض، تمامی ضرایب همبستگی و ضرایب مسیر مدل از لحاظ آماری معنادار بودند و میانجی فناوری اطلاعات در این مدل با میزان اثر ۰/۴۰۲، تأثیر مثبت و غیرمستقیم معناداری داشت؛ در نتیجه، رسانه‌ها باید به‌صورت سیستماتیک به کمک فناوری‌های نوین اطلاعاتی عمل کنند و ورزش همگانی را به‌صورت اصولی و بنیادی سرلوحه کار خود قرار دهند. باید متخصصان ورزشی نیز علاوه بر انتشار یافته‌های علمی در رسانه‌های تخصصی، به همکاری با رسانه‌های همگانی بپردازند.

واژه‌های کلیدی

رسانه‌های اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی، گرایش به ورزش همگانی، فناوری اطلاعات، شهر کلات نادر.

۱. استادیار، گروه آمار، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.
۲. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.
۳. کارشناسی‌ارشد، گروه مدیریت رسانه‌های ورزشی، دانشگاه پیام نور، مرکز گرمسار، سمنان، ایران.

*نویسنده مسئول: حکیم بکری‌زاده
Bekrizadeh@pnu.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۸/۲۱

تاریخ بازنگری: ۴۰۳/۰۲/۲۷

تاریخ پذیرش: ۴۰۳/۰۳/۲۰

استناد به این مقاله:

بکری‌زاده، حکیم؛ بسطامی، همت‌الله؛ و نادرپور دربندی، حسین. (۱۴۰۵). مدل‌یابی اثر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر گرایش شهروندان شهر کلات نادر به ورزش همگانی با نقش واسطه‌ای فناوری اطلاعات. فصلنامه علمی مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۱۳(۴)، ۶۵-۸۰.

حق انتشار این مستند، متعلق به نویسندگان آن است. © ۱۴۰۵ ناشر این مقاله، دانشگاه پیام نور است.

این مقاله تحت گواهی زیر منتشر شده و با رعایت شرایط مندرج در آدرس زیر مجاز است.

This is an open access article under the CC BY (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).<https://sportmedia.journals.pnu.ac.ir/>

مقدمه

ورزش یکی از فعالیت‌هایی است که به عناوین مختلف در جهان مطرح شده است و گروه زیادی به اشکال گوناگون با آن سروکار دارند. برخی از مردم، ورزشکار حرفه‌ای و گروهی ورزشکار غیرحرفه‌ای هستند. گروهی طرفدار و علاقه‌مند به ورزش و دیدن برنامه‌ها، مسابقات و نمایش‌های ورزشی‌اند و عده‌ای نیز از راه ورزش امور زندگی خویش را می‌گذرانند. ورزش همگانی نیز شکلی از فعالیت‌های جسمانی یا حضور منظم در فعالیت‌های جسمانی است که موجب تندرستی و سلامتی بدنی و روانی می‌شود، روابط اجتماعی را شکل می‌دهد و به نتایج مثبت منجر می‌شود. از دیدگاه کمیته ملی و بین‌المللی المپیک، ورزش همگانی فعالیتی است که قدرت و برتری را به انسان بازمی‌گرداند و موجبات رشد و گسترش سلامتی، آمادگی و احساس خوببودن را به‌وسیله فعالیت‌های ورزشی به مردمی که می‌توانند به آن عادت کنند، در هر سن، جنس، نگرش، شرایط اقتصادی و فرهنگی (محلی یا منطقه‌ای) فراهم می‌آورد (دبورا و چارلز^۱، ۲۰۱۵). ورزش همگانی فعالیت ورزشی است که پرداختن به آن بدون در نظر گرفتن سن، جنس، توانایی و وابستگی اجتماعی، امکان‌پذیر است و پرداختن به آن‌ها غالباً نیازمند آموزش‌های ویژه یا طولانی‌مدت نیست و معمولاً با کمترین امکانات و در فضاهای عمومی انجام‌شدنی است (عبدالی و همکاران، ۲۰۱۷).

ورزش همگانی در جستجوی راه‌هایی برای تشویق طراحی و ایجاد امکانات ورزشی در کشور است. تحرک عمومی مردم در زمینه‌های مختلف ورزشی به رشد سلامتی جسمی و روحی نیز کمک خواهد کرد. تعریف ورزش همگانی در مقابل ورزش‌های مدرن که در بازی‌های المپیک و جهانی انجام می‌شود، چیزی جز فراهم‌کردن امکانات اولیه و ابتدایی برای مردم عامی نیست. راه‌رفتن در فضای مناسب، دویدن در مکانی هموار و حتی نرمش‌کردن در فضای خانه و پارک‌ها می‌تواند در این تعریف بگنجد. ورزش همگانی، جنبش، کوششی جمعی و منظم است برای تصحیح، تغییر یا توسعه

کمبوده‌هایی است که در نظام‌های اجتماعی وجود دارد و شهروندان داوطلبانه در آن جنبش شرکت می‌کنند (شمعانی و همکاران، ۲۰۲۲).

از جمله موضوعات بسیار مهم در مقوله رشد و گسترش ورزش همگانی که باید به‌صورت دقیق ارزیابی شود، عوامل تأثیرگذار بر گرایش مردم به‌سوی فعالیت‌های ورزشی است (عبدالی و همکاران، ۲۰۱۷). با آموزش‌دادن و ارائه آگاهی لازم درخصوص انجام فعالیت‌های ورزشی و تأثیر آن بر سلامتی و تندرستی افراد، می‌توان مشکلات مربوط به فعالیت‌های بدنی را حل کرد (لیو^۲ و همکاران، ۲۰۱۰؛ خوشدل احمدی و همکاران، ۲۰۲۲). در این میان، رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی، مهم‌ترین منبع برای افزایش آگاهی، تغییر نگرش و توسعه رفتارهای بهداشتی به شمار می‌روند؛ زیرا ظرفیت دسترسی و تأثیرگذاری بر میلیون‌ها نفر را به‌طور هم‌زمان دارند و می‌توانند بر رفتارهای فرد و ارزش‌های جامعه تأثیر بگذارند (زردشتیان و همکاران، ۲۰۱۵).

عمده‌ترین نقشی که رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر عهده دارند، عبارت است از: فرهنگ‌سازی، اطلاع‌رسانی و ایجاد مشارکت اجتماعی (قیامی‌راد، ۲۰۱۷)؛ البته نمی‌توان رابطه بین ورزش و رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی را همیشه مفید تلقی کرد یا آن را دوطرفه دانست. ورزش می‌تواند در جلب مخاطب به رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی کمک شایانی کند، اما اینکه رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی به همان اندازه در روند اشاعه ورزش و ترویج فرهنگ ورزش فعالیت می‌کنند یا نه، جای تردید است (روزفراخ و همکاران، ۲۰۲۲). مطالعه درباره ورزش و رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی در طول یک دهه گذشته به موضوع جذابی تبدیل شده است. بسیاری از محققان معتقدند، میان ورزش و رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی رابطه‌ای نزدیک وجود دارد (متانی و همکاران، ۲۰۱۷).

حاجی‌الحسینی و همکاران (۲۰۲۲) نشان دادند، نقش رسانه‌های جمعی در آگاه‌سازی از فواید ورزش همگانی بر ابعاد سلامت جسمی و سلامت روانی، آموزش درباره ورزش همگانی، تغییر نگرش مثبت و ایجاد نگرش مثبت مردم استان کرمان به ورزش همگانی مطلوب بوده، اما

مثبت و به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات حاصل از فعالیت‌ها، پیشگویی‌کننده نگرش مثبت در اشتراک تجربیات است که به تکرار این تمرینات می‌انجامد.

بدون‌شک، ورزش و فعالیت بدنی به پدیده‌ای جهانی تبدیل شده است. تغییرات سریع و شگفت‌انگیز علوم، ورزش را نیز متحول کرده است. فناوری اطلاعات، این تحول را عمیق‌تر کرده و آن را به نقاطی از جهان برده است که پیش از این، تصور آن برای انسان در حد رؤیا بود. چنین تحولاتی بر ارزش‌ها و نیازهای انسان قرن جدید به‌شدت تأثیر گذاشته است. فناوری‌های اطلاعات نیز باعث تحول عظیم و بنیادی در ورزش شده‌اند. در هزاره جدید، فناوری اطلاعات به‌سرعت جهان را درنور دیده است و بر بسیاری از ابعاد زندگی بشر تأثیر گذاشته است (زیتونلی و کارکن، ۲۰۱۵).

فناوری اطلاعات، عامل حیاتی پیشرفت سازمان‌ها و منبع تقویت‌کننده تمایز رقابتی شده است (لین، ۲۰۱۷). فناوری اطلاعات ترکیبی از کلمات اطلاعات، ارتباطات و فناوری است که هدف آن تسهیل و تسریع دسترسی به اطلاعات از طریق ابزارها و فنون ارتباطات است. بدون فناوری اطلاعات، ارتباط در سطح بین‌المللی و بین افراد غیرممکن خواهد بود. مرکز جامع نظام‌های اطلاعاتی درباره فناوری اطلاعات چنین توضیح می‌دهد که فناوری اطلاعات با تأکید بر روند روبه‌رشد استفاده از کامپیوترها برای ارتباطات از رشد فنونی مانند اینترنت ناشی شده است؛ بنابراین می‌توان گفت، فناوری اطلاعات عبارتی است که برای توصیف ابزارها و فرایندها به‌منظور دسترسی، بازیافت، ذخیره، سازمان‌دهی، کنترل، تولید، ارائه و تغییر اطلاعات به‌وسیله ابزار الکترونیکی و خودکار به کار می‌رود (بهرامی و همکاران، ۲۰۱۸).

در عرصه تربیت بدنی و ورزش نیز مانند سایر عرصه‌ها، مدیران نیازمند اتخاذ تصمیم‌های مؤثر و کارآمد هستند؛ زیرا برای پیشبرد برنامه‌ها و اجرای صحیح آن‌ها باید تدابیری اندیشیده شده و راهکارهایی انتخاب شود تا دستیابی به اهداف تعیین‌شده با حداقل استفاده از منابع مادی و زمان، به‌خوبی امکان‌پذیر شود. همچنین به علت ماهیت ورزش و محیط بسیار متغیر آن، مدیران همواره با

نقش رسانه‌های جمعی در اطلاع‌رسانی درمورد مکان‌های مناسب ورزش همگانی مطلوب نبوده است. نتایج تحقیق شامگانی و همکاران (۲۰۲۲) حاکی از آن است که بین رسانه‌های سنتی و نوین در توسعه ورزش همگانی تفاوت معنادار وجود دارد و رسانه‌های سنتی در زمینه توسعه ورزش همگانی و تفریحی موفق‌تر از رسانه‌های نوین عمل کرده‌اند و باعث جذب شرکت‌کنندگان بیشتری در ورزش همگانی و تفریحی شده‌اند. شهبازی و همکاران (۲۰۱۸) نشان دادند، نقش رسانه در آگاه‌سازی دانشجویان درباره ورزش همگانی نسبت به فواید جسمی مطلوب و فواید روانی نامطلوب بود و درمورد اطلاع‌رسانی رسانه درباره مکان‌های مناسب و برنامه‌های آموزشی رسانه درباره ورزش همگانی مطلوب بود. کلاته سیفری و فریدونی (۲۰۱۸) در پژوهشی نشان دادند که تأثیر فعالیت‌های رسانه‌های جمعی و ابعاد آن بر گرایش به ورزش همگانی در شهر تهران معنادار است و شاخص‌های برازندگی مدل پژوهش با داده‌ها برازش نسبی و مناسب دارند.

عبدالی و همکاران (۲۰۱۷) نشان دادند، عوامل رسانه نقش آموزشی رسانه‌ها، نقش اطلاع‌رسانی رسانه‌ها، نقش بازاریابی رسانه‌ها، نقش نوگرایی رسانه‌ها، نقش نظارتی رسانه‌ها، ارتباط معناداری با توسعه ورزش قهرمانی و همگانی در نگرش مثبت به ورزش دارند. ایروین^۱ (۲۰۲۱) نشان داد، برنامه‌های آنلاین این ظرفیت را دارند که روی افراد بزرگسال نیز تأثیر بگذارند، اما انجام تحقیقات بیشتری نیاز است که عوامل تأثیرگذار بر ترویج ورزش از طریق اینترنت برای حفظ مشارکت در طول زمان را مشخص کند.

استراگر^۲ (۲۰۲۱) به سودمندی اپلیکیشن‌های ورزشی جدید در موبایل‌های هوشمند اشاره کرده است و ازجمله فواید را به‌اشتراک‌گذاری تجربیات تمرینی افراد از طریق این ابزار با شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک و توییتر نام برده است. در این پژوهش به بررسی انگیزه افراد از به اشتراک‌گذاری تجربیات ورزشی خود با دیگران پرداخته شد. نتایج نشان داد که هویت اجتماعی، دریافت بازخورد

1. Eirivan
2. Strager

آرون^۱ و همکاران (۲۰۱۷) در تحقیقی به بررسی وبسایت‌های حرفه‌ای و مقایسه آن‌ها با وبسایت‌های دیگر از دیدگاه‌های ساختاری و محتوایی پرداختند. آن‌ها دریافتند که محتوا بیشتر از ساختار اهمیت دارد؛ این در حالی است که وبسایت‌های حرفه‌ای در مقایسه با دیگر وبسایت‌های سطوح پایین‌تر دارای محتوای بیشتر هستند. بدون شک، بی‌توجهی به عوامل مؤثر بر پدیده‌های مختلف، به آسیب‌دیدن به جامعه منجر خواهد شد.

ورزش همگانی و میزان اهمیت سرمایه‌گذاری روی آن‌ها، به یکی از عمده‌ترین چالش‌های دولت در هزاره سوم تبدیل شده است و رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی یکی از متغیرهای اصلی مؤثر بر این گرایش‌ها با نقش واسطه‌ای فناوری اطلاعات هستند. موضوع جهانی‌سازی و فناوری اطلاعات که روزبه‌روز نفوذ بیشتری در زندگی مردم جهان می‌یابد، باید مدنظر قرار گیرد. این نفوذ به‌ویژه در دهه‌های پایانی قرن بیستم چشمگیرتر بوده است. پیش‌بینی‌ها نشان‌دهنده توسعه هرچه‌بیشتر جهانی‌سازی و ارتباطات در شکل‌های متنوع در هزاره سوم میلادی است. ورزش به دلیل اینکه دارای زبانی جهانی است، به اندازه رسانه‌ها و حتی بیشتر از آن‌ها بر تجارت اثر می‌گذارد. از طرفی، امروزه اهمیت فناوری اطلاعات بر کسی پوشیده نیست. فناوری اطلاعات به‌عنوان منبع اصلی قدرت و تسلط بر دیگران، نقش مهمی را ایفا می‌کند و مهم‌ترین مشخصه یک جامعه قدرتمند، اولویت‌دادن به عنصر اطلاعات است.

یکی از کاربردهای مهم فناوری اطلاعات را می‌توان در مدیریت سازمان و رسیدن به اهداف سازمان مشاهده کرد. کاربرد فناوری اطلاعات صحیح، دقیق و به‌موقع در وظایف مدیریت می‌تواند گامی مؤثر در راستای حل بسیاری از مشکلات سازمانی باشد. با توجه به تحقیقات اندک انجام‌شده و کمبود مطالعات در زمینه موضوع پژوهش حاضر، نتیجه‌گیری می‌شود که اثر ورزش بر ابعاد مختلف زندگی فردی و اجتماعی، اهمیت توسعه آن در مقیاس‌های ملی و نقش میانجی فناوری اطلاعات در این زمینه، شناسایی نقش رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی در توسعه ورزش و آماده‌سازی برنامه‌های مناسب در این

تصمیم‌گیری‌های گوناگون در زمینه‌های مختلف سروکار دارند؛ از این‌رو نوع فناوری اطلاعات و تصمیمات از موردی به موردی دیگر متفاوت است؛ در نتیجه در فرایند تصمیم‌گیری باید به نوع اطلاعات توجه خاص داشت تا با توجه به آن‌ها تصمیم بهینه اتخاذ شود. ادارک اطلاعات و منابع مرتبط در اتخاذ تصمیمات صحیح بسیار اهمیت دارد. نادیده‌گرفتن فناوری اطلاعات و انتظارات غیرمنطقی و نادرست، به تصمیم‌گیری نادرست منجر می‌شود و مانع رسیدن سازمان به اهداف اصلی‌اش می‌شود. در سال‌های اخیر، پیشرفت‌های فناوری مهمی به وجود آمده‌اند و سازمان‌های ورزشی نیز مانند دیگر حرفه‌ها تلاش می‌کنند گام به‌گام این پیشرفت، رشد یابند تا سودبخش باقی بمانند (الوانی و خسروی، ۲۰۱۰)، اما تعداد کمی از آن‌ها به موضوعی مشابه با پژوهش حاضر پرداخته‌اند.

فلاح (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان «عوامل مرتبط با استقرار سیستم اطلاعات مدیریت در فدراسیون‌های ورزشی جمهوری اسلامی ایران» نشان داد که مدیران فدراسیون‌های ورزشی با فواید و ویژگی‌های نظام‌های اطلاعاتی مدیریت رایج در سازمان‌های ورزشی موفق، آشنایی نداشتند و پدیده مقاومت کارکنان در برابر استقرار و به‌کارگیری نظام‌های اطلاعات مدیریت فدراسیون‌ها وجود داشت. همچنین مدیران معتقد بودند، استقرار و به‌کارگیری نظام‌های اطلاعات مدیریت در فدراسیون‌های ورزشی پرهزینه است. از طرف دیگر، از نظر مدیران، عوامل نامناسب سازمانی مانع استقرار و به‌کارگیری نظام‌های اطلاعات مدیریت در فدراسیون‌های ورزشی است.

گودرزی و ابوترابی (۲۰۱۸) در تحقیقی به این نتیجه رسیدند که بین زیرساخت ICT با انتقال دانش رابطه معناداری وجود دارد. زارعی بیدسرخ و جمالی‌فشی (۲۰۲۱) در پژوهشی نشان دادند که به‌طور کلی فناوری اطلاعات و هوشمندسازی مدیریت در بهره‌وری ورزش در شهر کرمانشاه نقش داشته است و در این میان، وضعیت متغیر فناوری اطلاعات با توجه به میانگین بیشتر در جایگاه بهتر و متغیر بهره‌وری ورزش با توجه به میانگین کمتر در رتبه آخر قرار گرفته‌اند.

پرسشنامه برحسب طیف لیکرت پنج‌درجه‌ای از خیلی کم (۱) تا خیلی زیاد (۵) است. به‌منظور تعیین مجدد پایایی پرسشنامه شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی، جهان‌بانی (۲۰۱۷) از روش آزمون مجدد (بازآزمایی) استفاده کرد و پایایی پرسشنامه شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی، برابر با ۰/۹۰ با استفاده از ضریب همبستگی اسپیرمن تأیید شد. در ضمن پایایی درونی پرسشنامه شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی برابر با ۰/۸۵ با استفاده از آلفای کرونباخ تأیید شد. در پژوهش حاضر نیز میزان پایایی پرسشنامه شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی در بین شهروندان شهر کلات نادر برابر با ۰/۹۰ و میزان پایایی مؤلفه‌های آن بین ۰/۸۷ تا ۰/۹۱ بود؛ بنابراین پرسشنامه از پایایی مناسبی برخوردار بود.

مقیاس فناوری اطلاعات (محمودی، ۲۰۱۲): این پرسشنامه دارای ۶۶ گویه و در هفت بعد شامل ویژگی‌های فردی (۱۱ سؤال)، عوامل نگرشی، (۱۴ سؤال)، عوامل آموزشی (۹ سؤال)، عوامل فنی (۸ سؤال)، عوامل اقتصادی (۷ سؤال)، عوامل محیطی (۹ سؤال) و عوامل انسانی و مدیریتی (۸ سؤال) است که براساس طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت (خیلی کم تا خیلی زیاد) طراحی شده است. در پژوهش محمودی (۲۰۱۲) میزان آلفای کرونباخ پرسشنامه، ۰/۸۲ و میزان پایایی مؤلفه‌های آن بین ۰/۸۴ تا ۰/۹۰ بود؛ در نتیجه پرسشنامه از پایایی مناسبی برخوردار بود. روایی صوری و محتوایی همه پرسشنامه‌ها با نظر استادان راهنما و مشاور و نظرخواهی از صاحب‌نظران این حوزه بررسی و تأیید شد. شیوه اجرا در این پژوهش برای جمع‌آوری اطلاعات، میدانی با به‌کارگیری پرسشنامه بود و با همکاری شهروندان، پرسشنامه در اختیار آن‌ها قرار داده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری‌شده، ابتدا با تکنیک‌های موجود در آمار توصیفی مانند جداول توزیع فراوانی و محاسبه شاخص‌های مرکزی و پراکندگی به توصیف وضعیت موجود پرداخته شد. سپس برای آزمون فرضیه‌ها، نرمال‌بودن متغیرهای تحقیق به کمک آزمون کلموگروف-اسمیرنوف بررسی شد و در ادامه از آزمون ضریب همبستگی پیرسون، مدل معادلات ساختاری و تحلیل مسیر به کمک نرم‌افزارهای SPSS و AMOS نسخه ۲۵ استفاده شد.

زمینه، ضروری است؛ از این رو پژوهش حاضر درصدد پاسخ به این پرسش است که آیا رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی در گرایش شهروندان شهر کلات نادر به ورزش همگانی با حضور میانجی فناوری اطلاعات مؤثر خواهد بود؟

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر، تحقیق توصیفی از نوع همبستگی با مدل معادلات ساختاری و از لحاظ هدف، کاربردی بود. جامعه آماری پژوهش شامل همه شهروندان شهر کلات نادر بود که در فضاها و مکان‌های ورزشی همگانی مشغول به ورزش بودند. برای تعیین حجم نمونه، از آنجاکه آمار دقیقی از تعداد شرکت‌کننده‌ها در فعالیت‌های ورزشی همگانی شهر کلات نادر موجود نبود، آخرین سطح نمونه در جدول مورگان در نظر گرفته شد (۳۸۴ نفر). بعد از توزیع ابزار پژوهش، به دلیل همکاری نکردن برخی شهروندان و مخدوش‌بودن تعدادی زیادی از پرسشنامه‌ها، ۳۵۸ پرسشنامه تجزیه و تحلیل نهایی شد.

پرسشنامه گرایش به ورزش همگانی (ناجی، ۲۰۰۹): این پرسشنامه دارای ۲۰ سؤال و شامل چهار خرده‌مقیاس نقش محیط و اطرافیان (۴ سؤال) نقش فرهنگ و رسانه (۶ سؤال) نقش سلامتی (۵ سؤال) نقش پرکردن اوقات فراغت (۵ سؤال) بوده و هدف اصلی آن سنجش میزان تمایل به ورزش در افراد است. مقیاس سنجش آن از صفر تا ۴ (هیچ تا خیلی زیاد) است. در پژوهش ناجی و همکاران (۲۰۰۹) برای تعیین روایی صوری و محتوایی پرسشنامه، نخست به تأیید سه تن از استادان روان‌شناسی و تربیت بدنی رسید و پایایی کل پرسشنامه ۰/۷۶ به دست آمد. تبریزی یگانه (۲۰۱۶) در پژوهش خود میزان پایایی و روایی این پرسشنامه را به ترتیب ۰/۹۱ و ۰/۸۹ گزارش کرد. در پژوهش حاضر نیز میزان پایایی پرسشنامه گرایش به ورزش همگانی در بین شهروندان شهر کلات نادر برابر با ۰/۹۲ و میزان پایایی مؤلفه‌های آن بین ۰/۸۹ تا ۰/۹۳ به دست آمد؛ بنابراین پرسشنامه از پایایی مناسبی برخوردار بود.

پرسشنامه استفاده از شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی (مجردی، ۲۰۱۳): این پرسشنامه شامل ۱۹ سؤال و دارای ۳ بعد میزان استفاده (۵ سؤال)، نوع استفاده (۷ سؤال) و میزان اعتماد به کاربران (۷ سؤال) بوده و تمام سؤالات

یافته‌های پژوهش

تحصیلات کارشناسی بودند؛ ۶۴/۴ درصد یک‌بار در طول هفته در ورزش همگانی شرکت می‌کردند؛ ۷۷/۹ درصد کمتر از پنج ساعت از کامپیوتر یا لپ‌تاپ در طول شبانه‌روز استفاده می‌کردند و ۵۵/۲ درصد، کمتر از پنج ساعت از اینترنت طول شبانه‌روز استفاده می‌کردند.

خلاصه توصیفی یافته‌های جمعیت شناختی نشان داد که از ۲۹۸ نفر نمونه پژوهش، ۵۳ درصد مرد، ۵۶ درصد دارای سن بین ۳۱ تا ۴۰ سال و ۶۶/۴ درصد دارای

جدول ۱. نتایج توزیع میانگین و آزمون نرمال نمرات متغیرهای پژوهش و مؤلفه‌های آن‌ها

Table 1. Results of Average Distribution and Normal Test of Scores of Research Variables and Their Components

ابعاد	مؤلفه/متغیر	M	SD	نتایج آزمون K-S	
				Sig.	Z
فناوری اطلاعات	ویژگی‌های فردی	۳/۹۷	۱/۱۰	۰/۱۶۹	۰/۹۳۲
	عوامل نگرشی	۳/۱۵	۱/۱۶	۰/۷۵۵	۰/۹۷۰
	عوامل آموزشی	۳/۷۷	۱/۰۹	۰/۵۲۶	۰/۹۵۹
	عوامل فنی	۳/۱۳	۱/۱۶	۰/۷۰۵	۰/۹۶۸
	عوامل اقتصادی	۳/۵۵	۱/۲۴	۰/۶۱۳	۰/۹۶۳
	عوامل محیطی	۴/۱۲	۱/۰۵	۰/۳۲۲	۰/۹۴۷
	عوامل انسانی و مدیریتی	۳/۶۲	۱/۱۲	۰/۲۸۹	۰/۹۲۱
ورزش همگانی	فناوری اطلاعات	۳/۵۵	۱/۲۸	۰/۵۶۸	۰/۹۶۱
	نقش محیط و اطرافیان	۳/۹۴	۰/۹۳	۰/۸۳۲	۰/۹۷۴
	نقش فرهنگ و رسانه	۳/۴۶	۱/۱۳	۰/۲۷۳	۰/۹۴۳
	نقش سلامتی	۳/۴۵	۱/۰۶	۰/۳۹۳	۰/۹۵۲
	نقش پر کردن اوقات فراغت	۳/۱۲	۰/۹۷	۰/۴۰۶	۰/۹۵۲
شبکه‌های اجتماعی	گرایش به ورزش همگانی	۳/۲۶	۱/۱۷	۰/۲۷۴	۰/۹۴۳
	میزان استفاده	۳/۳۸	۱/۰۵	۰/۴۷۸	۰/۹۵۷
	نوع استفاده	۳/۴۸	۰/۹۷	۰/۱۶۴	۰/۹۳۱
	میزان اعتماد به کاربران	۳/۰۹	۰/۹۶	۰/۰۹۸	۰/۹۲۰
	رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی	۳/۲۶	۱/۰۷	۰/۵۱۷	۰/۹۵۹

مردم به ورزش همگانی، میزان استفاده از رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی و فناوری اطلاعات و مؤلفه‌های آن‌ها از در بین شهر کلات نادر از سطح معناداری ۰/۰۵ بیشتر است که بیانگر نرمال بودن توزیع داده‌ها است؛ بنابراین استفاده از آزمون‌های پارامتری برای تحلیل این داده‌ها مجاز است. از آنجا که پایه و اساس مطالعات تحلیل مسیر، همبستگی بین متغیرها است، در جدول ۲ ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش ارائه شده است.

جدول ۲. ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

Table 2. Correlation matrix of research variables

متغیر	۱	۲	۳
گرایش به ورزش همگانی	۱	**۳۴۷/۰	**۴۶۱/۰
رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی	۱	**۷۲۳/۰	
فناوری اطلاعات	۱		

در جدول ۱، نتایج میانگین و آزمون نرمال کلموگروف-اسمیرنف (K-S) نمرات متغیرهای پژوهش و مؤلفه‌های آن‌ها ارائه شده است. جدول ۱ نشان می‌دهد که میزان گرایش مردم به ورزش همگانی، رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی و فناوری اطلاعات در بین شهروندان شهر کلات نادر و مؤلفه‌های آن‌ها در سطح بالاتر از متوسط قرار دارد (مقدار میانگین بزرگ‌تر از سطح متوسط و مطلوب ۳ است). همچنین جدول ۱ نشان می‌دهد که خطای آزمون نرمال (Sig) توزیع نمرات گرایش

مفهومی اثر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر گرایش شهروندان شهر کلات نادر به ورزش همگانی با نقش واسطه‌ای فناوری اطلاعات، با استفاده از تحلیل مدل معادلات ساختاری ارائه شده است. گفتنی است که مدل پس از اصلاح و ارتباط بین خطاها و مینیمم آن‌ها به دست آمده است.

نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد، خطای آزمون همبستگی بین متغیرهای پژوهش کمتر از سطح معناداری ۰/۰۵ است؛ در نتیجه بین متغیرهای پژوهش رابطه معنادار و مثبت وجود دارد. حال با توجه به نتایج آزمون نرمال و همبستگی متغیرهای پژوهش، در جدول ۳، نتایج شاخص‌های برازندگی مدل

جدول ۳. نتایج شاخص‌های ارزندگی مدل مفهومی پژوهش با استفاده از تحلیل مدل معادلات ساختاری

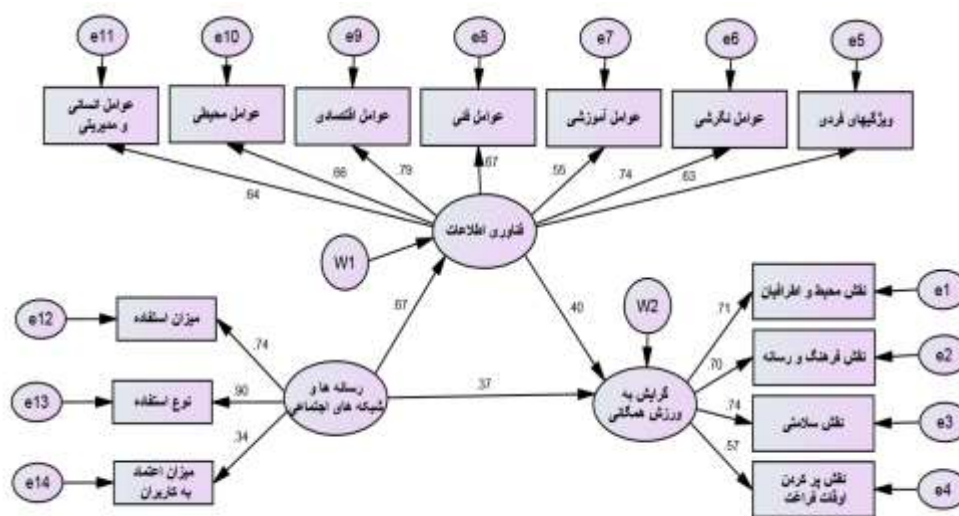
Table 3. The results of the Validity Indices of the Research Conceptual Model Using Structural Equation Model Analysis

مدل	χ^2	DF	χ^2/DF	RMSEA	GFI	CFI	NFI
مدل پژوهش	۴۰۴/۷۶۱	۱۵۴	۲/۶۲۸	۰/۰۷۳	۰/۹۰۱	۰/۹۰۸	۰/۹۰۳

که مقادیری مناسب و مطلوب محسوب می‌شوند؛ از این رو مدل اثر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر گرایش شهروندان شهر کلات نادر به ورزش همگانی با نقش واسطه‌ای فناوری اطلاعات، توسط داده‌های پژوهش در سطح مناسبی از نظریه‌های استفاده‌شده حمایت می‌کند و برای تبیین مدلی مناسب محسوب می‌شود.

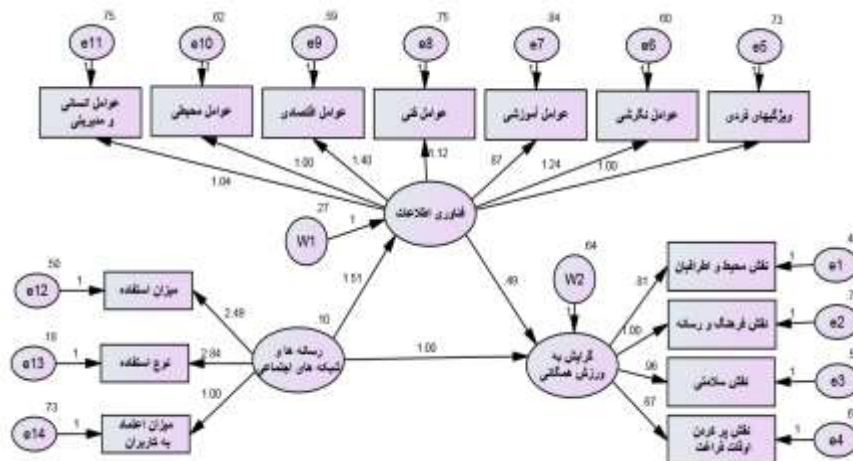
در شکل‌های ۱ و ۲، نتایج برآورد ضرایب مسیر و بارهای عاملی برازندگی مدل اثر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر گرایش شهروندان شهر کلات نادر به ورزش همگانی با نقش واسطه‌ای فناوری اطلاعات با تخمین غیراستاندارد و استاندارد نمایش داده شده است.

جدول ۳ نشان می‌دهد که در مدل برازش‌شده اثر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر گرایش شهروندان شهر کلات نادر به ورزش همگانی با نقش واسطه‌ای فناوری اطلاعات، میزان شاخص نسبت مجذور خی دو به درجه آزادی (X^2/df) کمتر از سطح مطلوب و مقدار قابل قبول عدد ۴ و میزان شاخص جذر برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA) در مدل اندازه‌گیری کمتر از سطح معناداری و قابل قبول ۰/۰۸ بوده که نشان‌دهنده برازش مناسب و خوب مدل است؛ به همین ترتیب، در مدل پژوهش، مقادیر اندازه‌های برازندگی شاخص نیکویی برازش (GFI)، شاخص برازش تطبیقی (CFI) و شاخص برازش بهنجار بتلر-بونت (NFI) در حدود ۰/۹۰ و بزرگ‌تر از میزان مطلوب ۰/۹۰ است



شکل ۱. نمودار نتایج ضرایب مسیر و بار عاملی مدل پژوهش با تخمین استاندارد

Figure 1. Graph of the Results of Path Coefficients and Factor Load of the Research Model with Standard Estimation



شکل ۲. نمودار نتایج ضرایب مسیر و بار عاملی مدل پژوهش با تخمین غیراستاندارد

Figure 2. Graph of the Results of Path Coefficients and factor Load of the Research Model with Non-Standard Estimation

همگانی با نقش واسطه‌ای فناوری اطلاعات، مطلوب و مناسب بوده است.

با استفاده از شکل‌های ۱ و ۲، خلاصه نتایج برآورد ضرایب مسیر غیراستاندارد (B) و استاندارد (Beta) و معناداری (C.R.) آن‌ها در مدل اثر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر گرایش شهروندان شهر کلات نادر به ورزش همگانی با نقش واسطه‌ای فناوری اطلاعات، در جدول ۴ ارائه شده است.

شکل‌های ۱ و ۲ نشان می‌دهند که همه بارهای عاملی بین گویه‌ها، ابعاد و متغیر مرتبط با آن‌ها برای همه مؤلفه‌های مدل اثر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر گرایش شهروندان شهر کلات نادر به ورزش همگانی با نقش واسطه‌ای فناوری اطلاعات، بزرگ‌تر از ۰/۴۰ است؛ در نتیجه قدرت رابطه و قدرت تبیین‌کنندگی برای هر متغیر با بعد و گویه‌های آن در مدل اثر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر گرایش شهروندان شهر کلات نادر به ورزش

جدول ۴. نتایج آزمون و برآورد ضرایب مسیر مدل پژوهش

Table 4. Test Results and Estimated Path Coefficients of the Research Model

مسیر	B	β	C.R.	P
رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی ← گرایش مردم به ورزش همگانی	۱/۰۰	۰/۳۶۷	۴/۴۷۳	***
رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی ← فناوری اطلاعات	۱/۵۰۶	۰/۶۷۱	۵/۳۹۸	***
فناوری اطلاعات ← گرایش مردم به ورزش همگانی	۰/۴۸۸	۰/۴۰۲	۴/۳۱۲	***

شهروندان شهر کلات نادر به ورزش همگانی با نقش واسطه‌ای فناوری اطلاعات، داشته‌اند.

همچنین با توجه به نتایج مشخصه‌های برازندگی، ضرایب آلفای کرونباخ گزارش شده و بار عاملی و C.R. ابزار گردآوری داده‌های مدل اثر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر گرایش شهروندان شهر کلات نادر به ورزش همگانی با نقش واسطه‌ای فناوری اطلاعات، دارای ویژگی‌های فنی (قابلیت اعتماد و اعتبار) در سطح بسیار خوب و مطلوبی است.

همان‌گونه که جدول ۴ نشان می‌دهد، در مدل اثر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر گرایش شهروندان شهر کلات نادر به ورزش همگانی با نقش واسطه‌ای فناوری اطلاعات، همه ضرایب مسیر معنادار است؛ زیرا مقادیر C.R. خارج از فاصله (-۲.۵۷) هستند. همچنین معناداری مقادیر p کمتر از سطح معناداری ۰/۰۵ است. در نتیجه، به‌طور کلی، همه گویه‌های (سؤالات) به‌کاررفته در تحقیق، قدرت تبیین‌کنندگی مدنظر را برای مدل اثر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر گرایش

قدم بعدی، تعیین میزان تأثیر و تعیین نوع نقش میانجی فناوری اطلاعات در اثر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر گرایش شهروندان شهر کلات نادر به ورزش همگانی است که نتایج این تحلیل در جدول ۵ ذکر شده است.

اطلاعات، در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است؛ زیرا دارای خطای آزمون کمتر از ۰/۰۵ هستند.

جدول ۵ نشان می‌دهد که اثرات مستقیم، غیرمستقیم و کل در مدل اثر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر گرایش شهروندان شهر کلات نادر به ورزش همگانی با حضور میانجی فناوری.

همچنین در جدول ۵ مشاهده می‌شود که نقش فناوری اطلاعات در حالت استاندارد به میزان ۰/۴۰۲ واحد به اثرات تأثیر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر گرایش شهروندان شهر کلات نادر به ورزش همگانی، اضافه می‌کند؛ در نتیجه میزان اثرات کل تأثیر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر گرایش

شهروندان شهر کلات نادر به ورزش همگانی با حضور میانجی فناوری اطلاعات، برابر با ۰/۷۶۹ است که این مقدار با مقایسه با میزان اثر مستقیم با مقدار ۰/۳۶۷، مقدار درخورتوجهی است؛ از این رو به‌طور کلی از جدول ۵ با توجه به معناداری اثرات مستقیم، غیرمستقیم (میانجی) و کل نتیجه می‌شود که متغیر میانجی فناوری اطلاعات در اثر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر گرایش شهروندان شهر کلات نادر به ورزش همگانی، تأثیرگذار و دارای اثر نسبی است؛ به عبارتی، متغیر میانجی فناوری اطلاعات می‌تواند در تأثیر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر گرایش شهروندان شهر کلات نادر به ورزش همگانی با میزان اثر ۰/۴۰۲، تأثیر مثبت و غیرمستقیم معناداری داشته باشد؛ بنابراین نقش میانجی فناوری اطلاعات در اثر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر گرایش شهروندان شهر کلات نادر به ورزش همگانی، مؤثر است و تأیید می‌شود.

جدول ۵. نتایج اثرات مستقیم، غیرمستقیم (میانجی) و کل مدل پژوهش

Table 5. The Results of Direct, Indirect (Mediated) Effects and the Entire Research Model			
اثر کل	اثر غیرمستقیم	اثر مستقیم	برآورد
			مسیر
			مستقل
۱/۴۸۸	۰/۴۸۸	۱/۰۰	غیراستاندارد
۰/۷۶۹	۰/۴۰۲	۰/۳۶۷	استاندارد
۸/۲۱۳	۴/۳۱۲	۴/۴۷۳	C.R.
***	***	***	Sig.
Partial Mediation		نتیجه (نقش): میانجی	

رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی ← فناوری اطلاعات ← گرایش به ورزش همگانی

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف ارائه مدل اثر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر گرایش شهروندان شهر کلات نادر به ورزش همگانی با نقش واسطه‌ای فناوری اطلاعات انجام گرفت. نتایج توصیفی متغیرهای اصلی نشان داد که میزان گرایش مردم به ورزش همگانی، رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی و فناوری اطلاعات در شهروندان شهر کلات نادر و مؤلفه‌های آن‌ها در سطح بالاتر از متوسط قرار داشت. نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون، در سطح معناداری ۰/۰۵ نشان داد که بین فناوری اطلاعات و رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی با گرایش مردم به ورزش همگانی شهروندان شهر کلات نادر رابطه معنادار و مثبت وجود داشت. نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری نشان داد که در نمونه شهروندان شهر کلات نادر، مدل مفروض واسطه‌مندی نسبی فناوری

اطلاعات در اثر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر گرایش شهروندان به ورزش همگانی با داده‌ها برازش مطلوبی داشت. افزون بر این، نتایج نشان داد که در مدل مفروض، تمامی ضرایب همبستگی و ضرایب مسیر از لحاظ آماری معنادار بودند و نقش میانجی فناوری اطلاعات به میزان ۰/۴۰۲ واحد به اثرات کل رابطه بین رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی و گرایش مردم به ورزش همگانی شهروندان شهر کلات نادر اضافه کرد؛ در نتیجه میزان اثرات کل تأثیر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر گرایش شهروندان شهر کلات نادر به ورزش همگانی با حضور واسطه‌ای فناوری اطلاعات برابر با ۰/۷۶۹ بود که این مقدار با مقایسه با میزان اثر مستقیم با مقدار ۰/۳۶۷، مقدار درخورتوجهی بود.

در تبیین نتایج فرضیه اصلی می‌توان اظهار کرد که قدرت تبیین‌کنندگی مدنظر برای بررسی اثر رسانه‌ها و شبکه‌های

از این رو مشخص می‌شود که رسانه‌های سنتی در زمینه توسعه ورزش همگانی و تفریحی موفق‌تر از رسانه‌های نوین عمل کرده‌اند و باعث جذب شرکت‌کنندگان بیشتری در ورزش همگانی و تفریحی شده‌اند.

نتایج مطالعه زارعی بیدسرخ و جمالی‌فشی (۲۰۲۱) بیانگر آن است که به‌طور کلی فناوری اطلاعات و هوشمندسازی مدیریت در بهره‌وری ورزش در شهر کرمانشاه نقش داشته است و در این میان وضعیت متغیر فناوری اطلاعات با توجه به میانگین بیشتر در جایگاه بهتر و متغیر بهره‌وری ورزش با توجه به میانگین کمتر در رتبه آخر قرار گرفته‌اند. شهبازی و همکاران (۲۰۲۰) نشان دادند که نقش رسانه در آگاه‌سازی دانشجویان درباره ورزش همگانی نسبت به فواید جسمی مطلوب و فواید روانی نامطلوب بود و در مورد اطلاع‌رسانی رسانه درباره مکان‌های مناسب و برنامه‌های آموزشی رسانه در مورد ورزش همگانی مطلوب بود.

یافته‌های پژوهش عبدالی و همکاران (۲۰۱۷) نشان داد که عوامل رسانه نقش آموزشی رسانه‌ها، نقش اطلاع‌رسانی رسانه‌ها، نقش بازاریابی رسانه‌ها، نقش نوگرایی رسانه‌ها و نقش نظارتی رسانه‌ها، ارتباط معناداری با توسعه ورزش قهرمانی و همگانی در نگرش مثبت به ورزش دارند. برنامه‌ریزان، مسئولان و مدیران باید به این باور برسند که رسانه‌های ارتباطی و گروهی در صورتی که به نحو صحیح و شایسته به کار برده شوند، می‌توانند از عوامل مهم توسعه ورزش قهرمانی و همگانی باشند.

ایروین (۲۰۲۱) در پژوهشی به تأثیر ترویج فعالیت بدنی از طریق اینترنت در بزرگسالان بازنشسته نشان داد که برنامه‌های آنلاین این ظرفیت را دارد که بر افراد بزرگسال نیز تأثیر بگذارد، اما انجام تحقیقات بیشتری نیاز است که عوامل تأثیرگذار بر ترویج ورزش از طریق اینترنت برای حفظ مشارکت در طول زمان را مشخص کند.

استراگر (۲۰۲۱) به سودمندی اپلیکیشن‌های ورزشی جدید در موبایل‌های هوشمند اشاره کرده و از جمله این فواید را به اشتراک‌گذاری تجربیات تمرینی افراد از طریق این ابزار با شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک و توییتر را نام برده است. این پژوهش به بررسی انگیزه افراد از به‌اشتراک‌گذاری تجربیات ورزشی خود با دیگران پرداخته است. نتایج نشان داد که هویت اجتماعی، دریافت بازخورد مثبت و به‌اشتراک‌گذاری

اجتماعی بر گرایش شهروندان شهر کلات نادر به ورزش همگانی با نقش میانجی فناوری اطلاعات، با توجه به نتایج مشخصه‌های برزندگی دارای ویژگی‌های فنی (قابلیت اعتماد و اعتبار) در سطح بسیار خوب و مطلوبی است؛ زیرا از جمله موضوعات بسیار مهم در مقوله رشد و گسترش ورزش همگانی که باید به‌صورت دقیق ارزیابی شود، عوامل تأثیرگذار بر گرایش مردم به‌سوی فعالیت‌های ورزشی است. با آموزش‌دادن و ارائه آگاهی لازم درخصوص انجام فعالیت‌های ورزشی و تأثیر آن بر سلامتی و تندرستی افراد، می‌توان مشکلات مربوط به فعالیت‌های بدنی را حل کرد (لیو و همکاران، ۲۰۱۰) که در این میان رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی، مهم‌ترین منبع برای افزایش آگاهی، تغییر نگرش و توسعه رفتارهای بهداشتی به شمار می‌روند؛ زیرا ظرفیت دسترسی و تأثیرگذاری بر میلیون‌ها نفر را به‌طور هم‌زمان دارند و می‌توانند بر رفتارهای فرد و ارزش‌های جامعه تأثیر بگذارند.

عمده‌ترین نقشی که رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر عهده دارند، عبارت است از: فرهنگ‌سازی، اطلاع‌رسانی و ایجاد مشارکت اجتماعی (رحیمی گلوگاهی و همکاران، ۲۰۲۱)؛ البته نمی‌توان رابطه بین ورزش و رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی همیشه مفید تلقی کرد یا آن را دوطرفه دانست. ورزش می‌تواند در جلب مخاطب به رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی کمک شایانی کند، اما اینکه رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی به همان اندازه در روند اشاعه ورزش و ترویج فرهنگ ورزش فعالیت می‌کنند یا خیر، محل تردید است.

حاجی‌الحسینی و همکاران (۲۰۲۲) نشان دادند که نقش رسانه‌های جمعی در آگاه‌سازی از فواید ورزش همگانی بر ابعاد سلامت جسمی و سلامت روانی، آموزش درباره ورزش همگانی، تغییر نگرش مثبت و ایجاد نگرش مثبت مردم استان کرمان به ورزش همگانی مطلوب بوده، اما نقش رسانه‌های جمعی در اطلاع‌رسانی در مورد مکان‌های مناسب ورزش همگانی مطلوب نبوده است.

شامگانی و همکاران (۲۰۲۲) نشان دادند که بین رسانه‌های سنتی و نوین در توسعه ورزش همگانی تفاوت معنادار وجود دارد و این تفاوت در تمام فرضیه‌ها به‌جز فرضیه دوم (ایجاد نشاط و سلامتی) به نفع رسانه سنتی است؛

اطلاعات حاصل از فعالیت‌ها، پیشگویی‌کننده نگرش مثبت در اشتراک تجربیات است که به تکرار مکرر این تمرینات می‌انجامد.

بدون‌شک، بی‌توجهی به عوامل مؤثر بر پدیده‌های مختلف، به آسیب‌دیدن جامعه منجر خواهد شد. ورزش همگانی و میزان اهمیت سرمایه‌گذاری روی آن‌ها، به یکی از عمده‌ترین چالش‌های دولت در هزاره سوم تبدیل شده است و رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی یکی از متغیرهای اصلی مؤثر بر این گرایش‌ها با نقش واسطه‌ای فناوری اطلاعات هستند. موضوع جهانی‌سازی و فناوری اطلاعات که روزبه‌روز نفوذ بیشتری در زندگی مردم جهان می‌یابد، باید مدنظر قرار گیرد. این نفوذ به‌ویژه در دهه‌های پایانی قرن بیستم چشمگیرتر بوده است. پیش‌بینی‌ها نشان‌دهنده توسعه هرچه‌بیشتر جهانی‌سازی و ارتباطات در شکل‌های متنوع در هزاره سوم میلادی است. ورزش به دلیل اینکه دارای زبانی جهانی است، به اندازه رسانه‌ها و حتی بیشتر از آن‌ها بر تجارت اثر می‌گذارد.

در سال‌های اخیر، فناوری‌های زیادی وارد دنیای ورزش شده و باعث پیشرفت ورزش و ورزشکاران شدند که این فناوری‌ها تکامل اختراعات و رشد فناوری‌های دیگر را نیز به همراه داشتند؛ اما موضوع ما فناوری اطلاعات است که توانست با ورودش به زندگی بشر نوع نگرش‌ها را تغییر دهد؛ فناوری‌ای که در هر محیطی به کار می‌رود. از قرن ۱۸ میلادی و جریان‌های صنعتی‌شدن و انقلاب صنعتی و رنسانس کارهای علمی و موازی آن پیشرفت علوم پزشکی، اهمیت‌دادن به اندام، پرورش و حفظ سلامتی آن‌ها با انجام تحرکات منظم، به تخصص تبدیل شد و کم‌کم ورزش‌ها شکل منظم‌تری به خود گرفتند. بازی‌های قدیمی کم‌کم به ورزش‌های قانونمند تبدیل شده و هر روز رشته‌های جدید بیشتری ابداع شدند. دنیای ورزش در طی سالیان به‌طور پیوسته در حال تغییر بوده و است و کاربرد فناوری اطلاعات یکی از آن زمینه‌هایی است که بر ورزش تأثیر بسزایی گذاشته و آن را دچار تغییر و تحول در دنیای مدرن امروزی کرده است.

بنابراین علاوه بر اینکه رسانه‌ها باید به‌صورت نظام‌مند عمل کنند و ورزش همگانی را به‌صورت اصولی و بنیادی سرلوحه کار خود قرار دهند، متخصصان ورزشی نیز باید

علاوه‌بر انتشار یافته‌های علمی در رسانه‌های تخصصی، به همکاری با رسانه‌های همگانی بپردازند تا تأثیرات بیشتری بر توسعه سلامت و تندرستی افراد جامعه داشته باشند؛ به همین دلیل باید با مدیریت راهبردی و دقیق دوجانبه، انقلابی در ورزش همگانی کشور به وجود آورند و در کنار آن زمینه رشد ورزش قهرمانی کشور را فراهم کنند.

امروزه در سازمان‌های ورزشی کشور از مدل‌های متفاوتی برای ارزیابی عملکرد استفاده می‌شود که در هریک از آن‌ها با رویکردی متفاوت به تحلیل محیط پرداخته شده است. از طرفی، اداره ورزش و جوانان تشکیلاتی است که به‌منظور فراهم‌کردن زمینه مساعد در جهت گسترش و توسعه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای، ورزش همگانی و روستایی، فرهنگی، آموزشی و پژوهشی، سامان‌دهی امور جوانان، حقوقی، مجلس و هماهنگی امور استان‌ها، توسعه منابع و پشتیبانی و روابط عمومی مربوط و ایجاد انگیزه و نیز جذب آحاد مردم به ورزش و کشف استعدادها و بالابردن سطح مهارت‌های ورزشی، براساس اصول و مبانی پیش‌بینی‌شده در اهداف فدراسیون و وزارت ورزش و جوانان ایجاد شده است. همچنین، به دلیل کمبود پژوهش‌های مشابه، این‌گونه مطالعات می‌تواند به شناخت علل و عوامل عملکرد سازمان‌های ورزشی کمک شایانی کرده باشد؛ بنابراین پژوهش حاضر در تلاش بوده است تا اطلاعاتی برای سایر محققان و دانش‌پژوهان فراهم آورد.

پیشنهاد می‌شود مدیران ورزشی از فناوری‌های نوین اطلاعاتی به‌عنوان ابزار کمکی در فرایند تصمیم‌گیری‌های سازمانی خود استفاده کنند. بهره‌گیری از فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات نوین در آموزش سواد رسانه‌ای و ورزشی در جهت ترویج ورزش‌های همگانی، کمک‌کننده خواهد بود. همچنین همکاری بیشتر میان وسیله‌های ارتباطی مانند رادیو، نشریات، تلویزیون و رسانه‌های نوین در آگاهی، آموزش و اطلاع‌رسانی ورزش همگانی و توسعه زیرساخت‌های ورزش همگانی در آموزش‌وپرورش، دانشگاه‌ها، شهرداری‌ها، نیروهای مسلح و دیگر نهادها با انعکاس فعالیت‌ها و اقدامات در رسانه‌های جمعی در راستای بهبود ورزش همگانی فراهم آید؛ به این ترتیب، از طریق مطالعات کیفی، مشاهده و مصاحبه، بررسی دقیق رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی مهم است.

References

Abdali, F., Hafizi, V., & Pashaei, S. (2017). *Explaining the impact of the media on the development*

- of championship sports and people's positive attitude towards sports. Paper presented at the Fourth National Conference of Sports Sciences and Physical Training of Iran, Tehran. (In Persian) <https://civilica.com/doc/774513>.
- Alvani, S. M., & Khosravi, M. (2010). The role of management systems MIS in decision making. *Journal of Management Studies*, 47, 81-98. (In Persian) https://jmsd.atu.ac.ir/article_4793.html
- Bahrami, M., Ghorbani, M. S., & Arabzad, M. (2018). Information technology (IT) as an improvement tool for customer relationship management (CRM). *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 41, 59-64. (In Persian) <https://parsproje.com/articles/modiriyat/34.pdf>
- Deborah, A.W., & Charles, A. B. (2015). *Basics of physical education* (A. Azad, Trans). Tehran: Publications of the National Olympic Committee of the Islamic Republic of Iran. (In Persian) <https://samt.ac.ir/fa/book/422>.
- Fallah, M. A. (2014). *The state of public sports in Iran and its comparison with some selected countries in the world* (Doctoral dissertation). Tarbiat Moalem University, Tehran. (In Persian) <https://doi.org/10.30473/arism.2020.7097>.
- Godarzi, M., & Abu-Torabi, M. (2018). *The relationship ICT and knowledge management Directors of Physical Education Organization*, Paper presented at The First National Conference Sport Management, Amol. (In Persian) <https://sid.ir/paper/483108/>
- Haji Al-Hosseini, S. A., Shamghani, Kh., & Ghasbipour, N. (2022). *The role of mass media in the tendency of the people of Kerman province towards public sports*. Paper presented at the 3rd National Sports Communication Conference: Communication Literacy and Media Literacy in Sports, Iran, Tehran. (In Persian) <https://civilica.com/doc/1251217/>
- Kalate Sifri, M., & Fereydoni, M. (2018). Examining the model of the influence of the dimensions of mass media activities on the trend towards public sports in the city of Tehran. *Communication Management in Sports Media*, 4(16), 15-22. (In Persian) https://sportmedia.journals.pnu.ac.ir/article_4095.html.
- Khoshdel Ahmadi, M., Ghorbani, S., & Noudehi, M. A. (2022). Designing a crisis management model for the COVID-19 pandemic in the sports industry using the capacities of modern technologies. *Journal of Communication Management in Sports Media*, 10(2), 48-61. (In Persian) <https://doi.org/10.30473/jsm.2021.59064.1536>
- Lin, B. (2017). Information technology apability and value creation. *Journal of Technology in Society*, 29(2), 93-106. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2006.10.003>
- Liu, S., Willett, W. C., Stampfer, M. J. (2010). A prospective study of dietary glycemic load-carbohydrate intake, and risk of coronary heart disease in US women. *American Journal of Clinical Nutrition*, 71, 55-61. <https://doi.org/10.1111/jgs.13668>
- Mahmoudi, A. (2012). *Collecting and processing information in public relations*. Tehran: Sako Publications. (In Persian)
- Metani, M., & Hashan Pourburkhili, M. (2015). *Examining the role and function of mass media in promoting the culture of public sports*. Paper presented at the Third National Conference of Physical Education and Sports Science, Tehran. (In Persian) <https://civilica.com/doc/657492/>
- Mojardi, V. (2013). *Investigating the use of virtual social networks among students*. North Khorasan Province, North Khorasan Periodical, pp. 85-99. (In Persian) <https://civilica.com/doc/1850817/>
- Naji, M. R. (2009). *Investigation between the level of desire to do sports and psychological aspects of non-ministerial boys* (Unpublished master's thesis). Payam Noor University, Birjand. (In Persian)
- Qiami Rad, A. (2017). *Examining the alignment of the performance of mass media in the country with the goals of physical education*. Paper presented at the National Conference of Sports Management with an Emphasis on the 20-Year Vision Document of the Country, National Olympic Academy, Tehran. (In Persian) <https://www.sid.ir/paper/410608/>.
- Ruzfarkh, A., Mansouri, H., Mohammadi, M., & Sadeghi, M. (2022). The role of social media marketing factors on brand image and awareness with the mediating role of user engagement on social media pages of sports brands: A case study of Instagram. *Journal of Communication*

- Management in Sports Media*, 9(4), 1–14. <https://doi.org/10.30473/jsm.2021.56080.1479>.
- Saidi, A. A., Heydari Cherudeh, M., & Ghadimi, B. (2010). *Public sports and Tehrani citizens*. Tehran: Society and Culture. (In Persian)
- Shahbazi, R., Mustafa Kivi, J., Uncle, R., & Sajadi, N. (2018). Examining the role of mass media in the development of public sports (from the perspective of Tehran University students). *Communication Management in Sports Media*, 6(21), 63-81. (In Persian) <https://doi.org/10.30473/jsm.2018.5116>
- Shamghani, KH. Haji Al-Hosseini, S. A., & Ghasibipour, N. (2022). *The role of traditional and modern media in the development of public sports in Chadegan city*. Paper presented at the 3rd National Sports Communication Conference: Communication Literacy and Media Literacy in Sports, Tehran. (In Persian) <https://civilica.com/doc/1251214>.
- Zarei Bedsarkhi, A., & Jamali Fashi, U. (2019). *Investigating the role of information technology and management intelligence in the productivity of sports in Kermanshah city*. Paper presented at the 6th International Conference on Modern Accounting, Management and Human Sciences Research in the Third Millennium, Tehran. (In Persian) <https://civilica.com/doc/1183160/>
- Zoroastrian, Sh., Hosseini, M., & Karimi, J. (2015). Investigating the role of mass media in the trend of women in Kermanshah province towards public sports. *Communication Management in Sports Media*, 4(14), 78-93. (In Persian) https://sportmedia.journals.pnu.ac.ir/article_3497.html
- Zaytonuli, A., & Karkan, L. (2015). *The position of media and new social networks on the participation of students in public sports*. Paper presented at the Fourth National Conference of New Achievements in Sports Science, Iran, Tehran. (In Persian).