

ORIGINAL ARTICLE

An Analysis of the Interactive Relationships of Technical Competence Dimensions of Professional Iranian Football Managers in the Field of Media and Communication

Samad Khosrozadeh Akram¹ , Aboalfazl Neshatizenoz^{2*} , Mohamad Jalilvand³ 

1. Ph.D. Student Department of Sports Management, Hamedan Branch, Islamic Azad University, Hamedan, Iran.

2. Assistant Professor, Department of Sports Management, Marand Branch, Islamic Azad University, Marand, Iran.

3. Assistant Professor, Department of Physical Education and Sports Sciences, Hamedan Branch, Islamic Azad University, Hamedan, Iran.

*Correspondence

Aboalfazl Neshatizenoz

Email: ab_neshati@yahoo.com

Received: 04/Aug/2023

Accepted: 03/Aug/2024

How to cite

Khosrozadeh Akram, S., & Neshatizenoz, A., & Jalilvand, M. (2025). An analysis of the interactive relationships of technical competence dimensions of professional Iranian football managers in the field of media and communication. *Communication Management in Sport Media*, 12(3), 19-36.

ABSTRACT

The current research was designed and implemented with the aim of analyzing the interactive relationships of technical competence dimensions of Iranian professional football managers in the field of media and communication. The present research is one of the mixed researches that was conducted in the form of qualitative and quantitative methods and according to its application in sports and academic environments, it is one of the practical researches. The statistical population of the research included those who were knowledgeable about the research field. The research collection tool included a researcher-made questionnaire and a semi-structured interview. In the quantitative analysis part of the research, Dimtel method was used. After completing the Delphi rounds, the remaining indicators were categorized into 6 components (human resources, IT, communication skills, media literacy, communication literacy and crisis management) and 33 sub-components. In the continuation of this research, 6 components were used to perform Dimtel's method. According to the relationships, it was determined that the role of communication skills, media literacy and communication literacy in the emergence and formation of expert human factors and crisis management in order to develop the technical competence of Iran's professional football managers in the field of media and communication is important and clear.

KEY WORDS

Media Literacy, Communication Skills, IT, Competence of Managers.



Extended Abstract

Introduction

Today, sports and its various dimensions are considered an important topic in various circles and a unique phenomenon to create a dynamic and lively society while dealing with many social, cultural and even economic and political crises. In today's era, championship and professional sports, as an efficient and powerful tool, have received the attention of most countries worldwide in the direction of economic, social, and cultural growth, requiring the consideration of many issues in various fields. One of the most significant issues is professional clubs active in the sports industry. Clubs are the main providers of sports opportunities for all sections of the society, and the important and vital role of managers in earning income, profit, and success is evident in many successful clubs. Nowadays, with the professionalization of clubs, it seems essential to recognize the occupational competencies of managers and determine the priority of these competencies for the effective and successful management of professional clubs. Therefore, considering the importance of developing the technical qualifications of Iranian professional football managers and the special significance of media and communications, this research aims to analyze the interactive relationships of the technical qualifications of Iranian professional football managers in media and communications.

Methods

The research belongs to the mixed studies conducted using qualitative and quantitative methods and placed under the practical category considering its application in sports and academic environments. The fuzzy Delphi and Dimtel methods were used in the qualitative and quantitative parts of research, respectively. The research utilized a field-based data collection method. The statistical population of the current research included academic experts in physical education and sports management, organizational experts, and professional managers of Iranian football. Minimum education for the sample group was a master's degree, and minimum work experience for professors and managers was at least 5 years. Besides, the professors had to have an experience of conducting at least two studies in the field of the research subject to comply with the criteria for the sample selection. The purposeful sampling method was employed to identify these samples, leading to a total number of 30 people as the research sample. In other words, considering the nature of the quantitative research method (Dimtel's approach), which requires experts and people knowledgeable about the research topic, the statistical population of the research was the same in the qualitative and quantitative part.

Results

Dimtel method was used to identify the relationship between the identified factors (6 components). In the first step, the relationships between the identified factors should be determined, for which the total communication matrix was used. The threshold value must be calculated to find out the internal relations matrix, ignoring partial relationships and drawing the network of significant relationships. After completing the Delphi rounds, the remaining indicators were categorized into 6 components (human resources, IT, communication skills, media literacy, communication literacy, and crisis management) and 33 sub-components. In the continuation, 6 components were utilized to perform Dimtel's method. According to the relationships, the role of communication skills, media literacy, and communication literacy was significant in the emergence and formation of expert human factors and crisis management contributing to the development of the technical competence of Iran's professional football managers in media and communication.

Conclusion

The current research was designed and implemented to analyze the interactive relationships of technical competence dimensions of professional Iranian football managers in media and communication. Six components were used to perform Dimtel's method. According to the relationships, the role of communication skills, media literacy, and communication literacy was significant in the emergence and formation of expert human factors and crisis management contributing to the development of the technical competence of Iran's professional football

managers in media and communication. Media literacy is one of the dimensions of the technical competence of Iran's professional football managers in media and communication, making one of the important concepts in this postmodern age. In a very general definition, media literacy is a kind of skill-based understanding, based on which one can recognize and distinguish different types of media and their productions from each other. According to the results, the development of human resources skills is one of the dimensions of the technical competence of Iran's professional football managers in media and communication. As the theory of human capital discusses, organizations should support all the capabilities and competencies of human resources by investing in their training and development. Thus, the value of employees for the organization depends on the value and uniqueness of their skills and abilities. Based on the results of the research, it is suggested that club managers improve their media literacy through participation in training classes and attach special importance to media literacy. The managers of the clubs can also use expert media consultants to change their communication and media performance with a transformational approach and subsequently improve the face of the clubs. It is suggested that the managers of the clubs plan to develop the media and communication skills of the employees and do not neglect their training in this field. The managers of the clubs should consider a media team for the club to cover and promote the media presence of the managers at the same time as producing and guiding the content on the virtual pages of the club. It is suggested to consider technical competence in media and communication in the selection of managers, supervisors and assistants of professional football teams. In the end, it should be mentioned that this research was conducted at the professional level of Iranian football, and caution should be taken in generalizing it to other levels and sports. The extent of media activities was also one of the challenges of the present research, as the authors of the article tried to focus on the practical and operational aspect. It is hoped that the results of the present research will improve the media performance of sports clubs.

KEYWORDS

Media Literacy, Communication Skills, IT, Competence of Managers.

Ethical Considerations

Compliance with ethical guidelines

This article has been done considering all ethical principles.

Funding

This article is taken from the doctoral dissertation of the first person.

Conflicts of interest

The authors declared no conflict of interest.

Acknowledgement

This article is extracted from the doctoral dissertation with the guidance and advice of the author's professors. We would like to thank everyone who helped us with this study.

«مقاله پژوهشی»

تحلیلی بر روابط تعاملی ابعاد صلاحیت فنی مدیران حرفه‌ای فوتبال ایران در حوزه رسانه و ارتباطات

صمد خسروزاده اکرم^۱، ابوالفضل نشاطی زنونز^{۲*}، محمد جلیوند^۳

چکیده

پژوهش حاضر با هدف تحلیلی بر روابط تعاملی ابعاد صلاحیت فنی مدیران حرفه‌ای فوتبال ایران در حوزه رسانه و ارتباطات طراحی و اجرا شد. این پژوهش از جمله پژوهش‌های آمیخته است که به صورت روش‌های کیفی و کمی انجام شد و با توجه به کاربرد آن در محیط‌های ورزشی و دانشگاهی از جمله تحقیقات کاربردی است. خبرگان آگاه به حوزه تحقیق، جامعه آماری پژوهش را تشکیل دادند. ابزارهای گردآوری داده‌ها شامل پرسش‌نامه محقق ساخته و مصاحبه نیمه ساختاریافته بود. در قسمت تجزیه و تحلیل کمی تحقیق، از روش دیمتل استفاده شد. پس از اتمام راندهای دلفی، شاخص‌های باقی مانده در قالب شش مؤلفه (منابع انسانی، IT، مهارت‌های ارتباطی، سواد رسانه‌ای، سواد ارتباطی و مدیریت بحران) و ۳۳ زیرمؤلفه دسته‌بندی شدند. در ادامه تحقیق، برای انجام روش دیمتل از شش مؤلفه استفاده شد. مطابق با روابط مشخص شد که نقش، مهارت‌های ارتباطی، سواد رسانه‌ای و سواد ارتباطی در بروز و شکل‌گیری عوامل انسانی متخصص و مدیریت بحران در جهت توسعه صلاحیت فنی مدیران حرفه‌ای فوتبال ایران در حوزه رسانه و ارتباطات، مهم و مشخص است.

واژه‌های کلیدی

سواد رسانه‌ای، مهارت‌های ارتباطی، IT، شایستگی مدیران.

۱. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت ورزشی، واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان، ایران.
۲. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، واحد مرند، دانشگاه آزاد اسلامی، مرند، ایران.
۳. استادیار، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان، ایران.

* نویسنده مسئول: ابوالفضل نشاطی زنونز
رایانامه: ab_neshati@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۶/۰۴
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۵/۱۳

استناد به این مقاله:

خسروزاده اکرم، صمد؛ نشاطی زنونز، ابوالفضل و جلیوند، محمد (۱۴۰۴). تحلیلی بر روابط تعاملی ابعاد صلاحیت فنی مدیران حرفه‌ای فوتبال ایران در حوزه رسانه و ارتباطات. فصلنامه علمی مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۱۲(۳)، ۱۹-۳۶.

حق انتشار این مستند، متعلق به نویسندگان آن است. © ۱۴۰۴ 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

تغییر، فراگیر شدن و رقابتی بودن هستند. ورزش فوتبال از ابعاد مختلف شامل حرفه‌ای، رقابتی، تربیتی تشکیل شده است. در میان همه ورزش‌ها، فوتبال بیشترین گستردگی را در قرن بیستم داشته و در حال حاضر اقتصاد فوتبال سهم عمده‌ای از کل اقتصاد صنعت ورزش را به خود اختصاص داده است. امروزه فوتبال به یک بازار تبدیل شده و میلیاردها دلار سرمایه‌گذاری بر آن انجام گرفته است. هزینه‌های افراطی نقل و انتقالات، مبالغ نجومی برای امضای قرارداد با بازیکن‌ها، مجادله و رقابت بین حامیان مالی برای جذب ستاره‌ها در جهت ترویج و تبلیغ محصولاتشان، مذاکرات بی‌پایان برای به دست آوردن حق پخش رسانه‌ای و تلاش مدیران حرفه‌ای به منظور الگو کردن تیمشان برای جذب سرمایه‌گذاران بالقوه، همه این‌ها تنها جزئی از دنیای فوتبال امروز است. حضور در استادیوم‌های فوتبال به‌عنوان رایج‌ترین فعالیت فراغتی در میان هواداران ورزشی، درآمدهای اقتصادی بسیار زیادی را تولید کرده است (استاتیستا، ۲۰۲۱).

هر باشگاه فوتبال به‌عنوان بنگاه اقتصادی در پی درآمد بیشتر و هزینه کمتر است. زیرساخت اصلی صنعت فوتبال شامل باشگاه‌هایی است که به‌مثابه کارخانه‌های تولیدی و بنگاه‌های اقتصادی این صنعت عمل می‌کنند و عمده‌ترین نقش را در توسعه اقتصادی این صنعت دارند. این باشگاه‌ها با بهره‌گیری از تجهیزات و امکانات، نیروی انسانی ماهر و متخصص و مدیریت اثربخش، فوتبال را به صنعتی پول‌ساز تبدیل کرده‌اند (ایوانز^۶، ۲۰۱۴؛ منخوف^۷ و همکاران، ۲۰۱۵؛ کولوکیثا^۸ و همکاران، ۲۰۱۵؛ چاوینگا^۹، ۲۰۱۷؛ مینگ^{۱۰} و همکاران، ۲۰۱۷؛ فیتو و براون^{۱۱}، ۲۰۱۸؛ استاتوپولو^{۱۲} و همکاران، ۲۰۱۹).

مدیر باشگاه به‌عنوان مهم‌ترین عنصر مؤثر بر دستیابی باشگاه به اهداف حرفه‌ای و اقتصادی خود، وظایف مهمی

امروزه ورزش و ابعاد گوناگون آن به‌عنوان مبحث مهمی در محافل مختلف مدنظر است و به‌عنوان پدیده‌ای منحصربه‌فرد در جهت ایجاد جامعه‌ای پویا و شاداب و رفع بسیاری از بحران‌های اجتماعی، فرهنگی و حتی اقتصادی و سیاسی، کاربردهای فراوان خود را نمایان کرده است (کاریل^۱ و همکاران، ۲۰۱۹). در عصر حاضر، ورزش قهرمانی و حرفه‌ای به‌عنوان ابزاری کارآمد و قدرتمند، مدنظر غالب کشورهای دنیا در راستای رشد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی قرار گرفته است که به‌منظور بقا و رشد خود نیازمند توجه به مسائل متعددی در حیطه‌های گوناگون است (کاریل و همکاران، ۲۰۲۰). یکی از مهم‌ترین این مسائل، باشگاه‌های حرفه‌ای فعال در صنعت ورزش^۲ است.

باشگاه‌ها مهم‌ترین تأمین‌کنندگان فرصت‌های ورزشی برای تمامی اقشار جامعه هستند و همواره نقش مهم و حیاتی مدیران در کسب درآمد، سود و موفقیت، به‌خوبی در بسیاری از باشگاه‌های موفق، آشکار است. کار، مدیریت و تشکیلات سه اصل تشکیل‌دهنده صنعت ورزش حرفه‌ای هستند و امروزه با حرفه‌ای شدن باشگاه‌ها، شناخت شایستگی‌های شغلی مدیران و تعیین اولویت این شایستگی‌ها برای مدیریت مؤثر و موفق باشگاه‌های حرفه‌ای بسیار مهم به نظر می‌رسد (رضانی‌نژاد و همکاران، ۲۰۱۸). با توجه به آمار منتشر شده از سوی فیفا^۳، در سال ۲۰۲۱ ورزش فوتبال با بیش از ۲۴۰ میلیون بازیکن، یک میلیون و ۴۰۰ هزار تیم و ۳۰۰ هزار باشگاه در سراسر جهان، محبوب‌ترین ورزش دنیا بود (براخاس^۴ و همکاران، ۲۰۲۲) به اعتقاد کارسون^۵ (۲۰۱۴)، بدون شک فوتبال جذاب‌ترین و پرطرفدارترین ورزش دنیا است. تأثیرات فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی، فوتبال را به پدیده‌ای تفکیک‌نشده از زندگی امروزه در بسیاری از کشورها تبدیل کرده است. براساس تحقیقات، سازمان‌ها و رشته‌های ورزشی به‌ویژه فوتبال، در حال رشد سریع،

6. Statista
7. Evans
8. Menkhoff
9. Kolokytha
10. Lebel
11. Chawinga
12. Manning
13. Feito & Brown
14. Stathopoulou

1. Carril
2. Sports industry
3. FIFA: Federations International de Football Association
4. Brakhas
5. Karson

و تنی^۶ (۲۰۲۲) با تمرکز بر صلاحیت‌های حرفه‌ای مدیران باشگاه‌ها، صلاحیت‌های فنی و مدیریتی را از جمله ملزومات موفقیت شغلی و موفقیت در توسعه کیفی و کمی باشگاه‌ها معرفی کردند؛ بنابراین تعیین صلاحیت‌های مدیران باشگاه‌ها می‌تواند معیار مناسبی برای انتخاب و ارزیابی مدیران باشد تا مدیران باشگاه‌ها براساس شایستگی منصوب شوند. مدیران دارای صلاحیت‌های لازم، نقش مهمی در تعیین موقعیت باشگاه‌های کشور در دنیای پررقابت ورزش خواهند داشت (ریچاردسون و همکاران، ۲۰۱۵).

کولارد^۷ و همکاران (۲۰۱۷)، ایزدی و همکاران (۲۰۲۰)، جعفری و همکاران (۲۰۲۲) و تینماز^۸ و همکاران (۲۰۲۲) معتقد هستند اطلاعات رسانه‌ای دانش لازم را برای بهبود فضای سازمانی و ارتقای عملکرد و بهره‌وری فراهم می‌آورد. در این راستا، عصر دانایی و روشنگری، نوید دنیایی را برای بشر فراهم کرد که در آن «اطلاعات» و «دانش» تکیه‌گاه و یاری‌رسان اصلی و بنیادی برای انسان امروز به‌منظور توسعه و پیشرفت است؛ بر همین اساس، نظریه کنشگر-شبکه ارائه شده است که در آن شبکه‌های ارتباطی پیشرفته و رسانه‌ها از طریق تعامل میان عاملان انسانی و غیرانسانی مثل واحدها، نمایندگی‌ها، هنجارها و اطلاعات، منشأ پدیدآمدن بنیه فزاینده^۹ می‌شود.

قانون شبکه این است که راهبردها تنها از طریق میانگین رضایت‌بخش منافع و مطلوبیت‌ها تعریف می‌شود. این کار در اثنای روابط، گفت‌وگوها و مبادلات شبکه صورت می‌پذیرد. سه مؤلفه اصلی در نظریه کنشگر-شبکه عبارت‌اند از: ۱. ساخته‌شدن تعاریف و معانی مشترک؛ ۲. شکل‌گیری نمایندگی‌هایی که به‌سهولت دارای امکانات تعاملی با هم هستند؛ ۳. تعقیب اهداف از طریق هم‌کنشی براساس منافع مشترک و متقابل (ایزدی و همکاران، ۲۰۲۰). اگر به نظریه «تأثیر رسانه‌ها» از مارشال مک لوهان نگریده شود، وی با جمله قصار خود یعنی «رسانه پیام است»، اندیشه‌های بسیاری را به چالش طلبید. منظور

شامل سیاست‌گذاری‌های برنامه‌ریزی راهبردی و تعیین اهداف توسعه راهبردهای باشگاه را بر عهده دارد. مدیران عامل باشگاه‌ها با انجام این مسئولیت‌ها نقش مؤثری در موفقیت ورزش حرفه‌ای دارند. همچنین اهمیت نقش‌های مدیران به‌عنوان طراحان، هدایتگران و اداره‌کنندگان اصلی باشگاه بر کسی پوشیده نیست. از سی سال گذشته، مدیریت باشگاه‌های ورزشی به‌سرعت تحت‌تأثیر روند حرفه‌ای‌شدن قرار گرفته است. تغییرات مداوم و اثرگذار بر عملکرد باشگاه‌های کشور مثل فرایند جهانی‌شدن، خصوصی‌شدن باشگاه‌ها، سیاست‌های دولت، حرفه‌ای‌شدن باشگاه‌ها و توسعه فناوری، باشگاه‌ها و مدیران آن‌ها را وادار کرده است تا در انجام وظایف و نقش‌های خود حرفه‌ای‌تر شوند.

یکی از بازتاب‌های مهم این موضوع، افزایش احساس نیاز به صلاحیت‌های مدیریتی است (ریچاردسون و همکاران، ۲۰۱۷). به‌طور کلی، ماهیت پیچیده، بی‌ثبات و متغیر ورزش در درون و بیرون باشگاه‌های ورزشی به مدیران بسیار حرفه‌ای و فنی نیاز دارد که از شایستگی‌های لازم برخوردار باشند (پوتاپ و همکاران، ۲۰۱۶)؛ بنابراین شایستگی‌ها بیانگر این است که مدیران باشگاه چگونه باید انجام وظیفه کنند، نقش‌های خود را در شرایط متفاوت به‌خوبی ایفا کنند و در انجام وظایف و نقش‌های خود، مهارت‌های اثربخش داشته باشند (زارع آبندانسری و همکاران، ۲۰۲۲).

بسیاری از پژوهشگران معتقد هستند که مدیران و کادر فنی باشگاه‌های حرفه‌ای در کنار تعهد و مسئولیت‌پذیری (موتز^۱ و همکاران، ۲۰۲۲)، شایستگی خاص شغلی (یوخیمکو^۲ و همکاران، ۲۰۲۲)، شایستگی شخصیتی (الکسووسکا^۳ و همکاران، ۲۰۲۲)، شایستگی عاطفی-اجتماعی (پورتو و همکاران، ۲۰۲۲) و توانایی‌های روان‌شناختی (سولومون و همکاران، ۲۰۲۲) نیازمند تجارب مطلوب و مکفی در ورزش مدنظر هستند (چن و همکاران، ۲۰۲۱؛ کیم و همکاران، ۲۰۲۱؛ موتز و همکاران، ۲۰۲۲). هاپکا^۴ و همکاران (۲۰۲۲)، سسیناندا^۵ و همکاران (۲۰۲۲)

6. Tenney
7. Collard
8. Tinmaz
9. Growing foundation

1. Motz
2. Yukhymenko
3. Aleksovska
4. Hupka
5. Sesinando

پژوهش حاضر از جمله تحقیقات آمیخته است که به صورت روش‌های کیفی و کمی انجام شد و با توجه به کاربرد آن در محیط‌های ورزشی و دانشگاهی از جمله پژوهش‌های کاربردی است. در بخش کیفی از روش دلفی فازی و در بخش کمی از روش دیمتل استفاده شد. روش گردآوری اطلاعات در پژوهش حاضر میدانی بود. جامعه آماری پژوهش شامل خبرگان دانشگاهی در رشته‌های تربیت بدنی و مدیریت ورزشی، خبرگان سازمانی و مدیران حرفه‌ای فوتبال ایران بود. حداقل تحصیلات برای گروه نمونه، کارشناسی ارشد و سابقه شغلی برای اساتید و مدیران حداقل پنج سال و انجام دست کم دو پژوهش در زمینه موضوع پژوهش برای اساتید، به عنوان معیارهای انتخاب نمونه‌ها در نظر گرفته شد. به منظور شناسایی این نمونه‌ها، از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد. در نهایت، ۳۰ نفر به عنوان نمونه تحقیق مشخص شدند. با توجه به ماهیت روش کمی پژوهش (رویکرد دیمتل) که به خبرگان و افراد آگاه به موضوع پژوهش نیاز دارد، جامعه آماری پژوهش در بخش‌های کیفی و کمی یکسان بود. ابزار گردآوری داده‌ها در بخش کیفی، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بود. در بخش کیفی تحقیق برای بررسی روایی از قابلیت باورپذیری (اعتبار)، انتقال‌پذیری و تأییدپذیری و برای سنجش پایایی از مطالعه حسابرسی فرایند و توافق درون‌موضوعی دو کدگذار استفاده شد (جدول ۱).

وی از بیان جمله ذکر شده این است: پیامی که از سوی هر شکل ارتباطی انتقال می‌یابد، اساساً تحت‌تأثیر رسانه‌ای است که از طریق آن فرستاده شده است. عبارت معروف وی یعنی «دهکده جهانی» این دیدگاه را به ذهن می‌رساند که رسانه‌های جمعی از طریق تأثیرات فرهنگی فراگیرشان جهان را به اندازه یک دهکده تقلیل داده‌اند (ناگلی، ۲۰۱۸).

اگر در انتصاب مدیران به مهارت‌ها و صلاحیت‌های آن‌ها توجه شود و معیار گزینش آن‌ها، تخصص و شایستگی‌های لازم باشد و مدیران نیز به آثار کاربرد شایستگی‌های مذکور در پیشبرد اهداف توجه داشته باشند، زمینه مناسبی فراهم خواهد شد تا از همه امکانات و منابع در باشگاه، به نحو مطلوب استفاده شود. نتیجه این امر در طولانی‌مدت، بهره‌وری هرچه بیشتر منابع باشگاه و رسیدن به چشم‌اندازهای موفق در امر ورزش برای باشگاه‌ها خواهد بود (دوبوس و راسول، ۲۰۱۸)؛ بنابراین با توجه به اهمیت توسعه صلاحیت‌های فنی مدیران حرفه‌ای فوتبال ایران و اهمیت ویژه حوزه رسانه و ارتباطات، هدف پژوهش حاضر، تحلیلی بر روابط تعاملی ابعاد صلاحیت فنی مدیران حرفه‌ای فوتبال ایران در حوزه رسانه و ارتباطات بود.

روش‌شناسی پژوهش

جدول ۱. روایی و پایایی بخش کیفی

Table 1. Validity and reliability of the qualitative part

نتیجه	روش		
تأیید	تأیید فرایند پژوهش توسط هفت متخصص	قابلیت باورپذیری (اعتبار)	۰.۹۵
تأیید	استفاده از دو کدگذار برای کدگذاری چند نمونه مصاحبه	انتقال‌پذیری	
تأیید	نظرهای سه متخصص که در پژوهش مشارکت نداشتند	تأییدپذیری	
تأیید	ثبت و ضبط تمامی مصاحبه‌ها	مطالعه حسابرسی فرایند	
تأیید	در اختیار قرار دادن اطلاعات به اساتید راهنما و مشاور		
تعداد کل کدها: ۸۹			۰.۹۳
تعداد کل توافقی‌ها: ۳۵		توافق درون‌موضوعی دو کدگذار	
تعداد کل عدم توافقی‌ها: ۱۹	تحلیل سه مصاحبه توسط محقق و همکار و مشخص کردن کدهای مشابه و غیرمشابه		
پایایی بین دو کدگذار: ۸۶٪ بیشتر از ۶۰٪ و تأیید پایایی			

کرده و مشخص می‌کند که تأثیر بر یک عامل سبب تأثیرگذاری بر سایر عوامل می‌شود. از روش مذکور برای مطالعه و تحلیل روابط میان عوامل مؤثر بر توسعه تک‌ریم ارباب‌رجوع در وزارت ورزش و جوانان استفاده شد. همه فرایندها تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق در نرم‌افزار اکسل انجام شد.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی مربوط به نمونه‌های آماری تحقیق در جدول ۲ ذکر شده است.

استملا (۲۰۰۱)، در پژوهش خود میزان پایایی بیشتر از ۰/۶۰ را تأیید و پذیرفتنی بیان کرد.

با توجه به مصاحبه‌های انجام‌شده، عواملی شناسایی شد که به‌عنوان ابزار گردآوری تحقیق در بخش کمی استفاده شد. ابزار پژوهش در دو بخش کلی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و سؤال‌های پرسش‌نامه، با توجه روش دیمتلا طراحی شد. روایی پرسش‌نامه با توجه به بررسی نظرهای خبرگان تأیید شد. پایایی کلی پرسش‌نامه نیز پس از محاسبه آلفای کرونباخ، ۰/۸۰ به دست آمد. همچنین در قسمت تجزیه و تحلیل کمی تحقیق، از روش دیمتلا استفاده شد؛ زیرا روش دیمتلا روابط میان عوامل را بررسی

جدول ۲. یافته‌های توصیفی تحقیق

Table 2. Descriptive research findings

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی	فراوانی	درصد
جنسیت		
مرد	۲۴	۸۰
زن	۶	۲۰
سن		
کمتر از ۳۵ سال	۱	۳/۳
۳۵ تا ۴۵ سال	۱۴	۴۶/۷
۴۵ سال و بیشتر	۱۵	۵۰
تحصیلات		
کارشناسی ارشد	۱۸	۶۰
دکتری	۱۲	۴۰
سابقه کاری		
کمتر از ۱۰ سال	۲	۶/۷
۱۰ تا ۲۰ سال	۱۵	۵۰
بیشتر از ۲۰ سال	۱۳	۴۳/۳
گروه		
اساتید	۱۹	۶۳/۳
مدیران	۱۱	۳۶/۷

در راند دوم و ۳۳ شاخص در راند سوم پذیرفته شدند و در راند چهارم به دلیل اینکه مقدار تمامی شاخص‌ها بیشتر از ۰/۷ بود، تحلیل دلفی فازی متوقف شد. نتایج حاصل از راندهای دلفی در جدول ۲ ارائه شده است.

براساس ادبیات پژوهش و نظرهای تخصصی خبرگان، در مجموع ۵۰ عامل شناسایی شد. برای غربال شاخص‌ها رویکرد دلفی فازی به کار رفت. طی مراحل که در چهار راند صورت گرفت، ۴۴ شاخص در راند اول، ۳۹ شاخص

جدول ۳. مراحل دلفی فازی

Table 3. Steps of fuzzy Delphi

نتیجه	راند چهارم	راند سوم	راند دوم	راند اول	شاخص
پذیرش	۷/۹۷	۷/۹۷	۷/۹۷	۷/۹۷	۱. شناخت نرم‌افزارهای تخصصی
پذیرش	۷/۷۴	۷/۷۴	۷/۷۴	۷/۷۴	۲. توان به‌کارگیری فناوری
پذیرش	۷/۸۲	۷/۸۲	۷/۸۲	۷/۸۲	۳. استفاده از ابزارهای تبلیغی مناسب
پذیرش	۷/۳۲	۷/۳۲	۷/۳۲	۷/۳۲	۴. شناخت ابزارها (راه‌های) تبلیغی مناسب
حذف در راند دوم	--	--	۶/۸۵	۷/۰۳	۵. آشنایی با محیط کاری رسانه‌ای سازمان‌های ورزشی
پذیرش	۷/۶۹	۷/۶۹	۷/۶۹	۷/۶۹	۶. آشنایی با رایانه

ادامه جدول ۳. مراحل دلفی فازی

نتیجه	راند چهارم	راند سوم	راند دوم	راند اول	شاخص
پذیرش	۷/۶۷	۷/۶۷	۷/۶۷	۷/۶۷	۷. آشنایی با فضای مجازی
حذف در راند دوم	--	--	۶/۰۰	۷/۰۰	۸. داشتن تجربه در زمینه تبلیغات
حذف در راند اول	--	--	--	۶/۶۹	۹. مسئولیت‌پذیری
حذف در راند دوم	--	--	۶/۸۰	۷/۸۵	۱۰. برنامه آموزشی مداوم برای یادگیری گزینه‌های مربوط به رسانه و ارتباطات
حذف در راند اول	--	--	--	۶/۸۱	۱۱. داشتن آزادی عمل در تصمیم‌گیری
پذیرش	۷/۰۸	۷/۰۸	۷/۰۸	۷/۰۸	۱۲. مهارت مذاکره در قالب رسانه‌ها
پذیرش	۷/۹۲	۷/۹۲	۷/۹۲	۷/۹۲	۱۳. توانایی شبکه‌سازی
حذف در راند سوم	--	--	۶/۹۰	۷/۹۰	۱۴. شناخت انواع رسانه‌ها با جزئیات زیاد
حذف در راند اول	--	--	--	۶/۸۹	۱۵. اختصاص بخش زیادی از هزینه‌ها به تبلیغات و ارتباطات
حذف در راند سوم	--	۶/۶۳	۷/۸۰	۷/۸۰	۱۶. استفاده از حس چشایی و بویایی
حذف در راند سوم	--	۶/۵۰	۷/۶۷	۷/۶۷	۱۷. ارتباط با بخش خصوصی
حذف در راند اول	--	--	--	۶/۸۷	۱۸. مدیریت ریسک
پذیرش	۷/۵۳	۷/۵۳	۷/۵۳	۷/۵۳	۱۹. تعاملات مجازی
پذیرش	۷/۶۰	۷/۶۰	۷/۶۰	۷/۶۰	۲۰. ارتباط با رسانه‌ها
پذیرش	۷/۴۸	۷/۴۸	۷/۴۸	۷/۴۸	۲۱. انتخاب کانال ارتباطی
پذیرش	۷/۵۲	۷/۵۲	۷/۵۲	۷/۵۲	۲۲. تشخیص هدف پیام
پذیرش	۷/۳۹	۷/۳۹	۷/۳۹	۷/۳۹	۲۳. تشخیص ذی‌نفعان پیام‌ها
پذیرش	۷/۰۹	۷/۰۹	۷/۰۹	۷/۰۹	۲۴. آشنایی و استفاده از نرم‌افزارهای مدیریت بحران در فوتبال حرفه‌ای (باشگاه‌ها، استادیوم‌ها، سازمان‌های ورزشی و...)
پذیرش	۷/۶۲	۷/۶۲	۷/۶۲	۷/۶۲	۲۵. ارتباط با سایر فدراسیون‌ها و سازمان‌های ورزشی داخلی
حذف در راند اول	--	--	--	۶/۵۶	۲۶. مرادوات داخلی
حذف در راند سوم	--	۶/۷۴	۷/۳۱	۷/۳۱	۲۷. عوامل اخلاقی و ارزشی
حذف در راند دوم	--	--	۶/۸۷	۷/۵۱	۲۸. استفاده از چهره‌های رسانه‌ای
پذیرش	۷/۹۹	۷/۹۹	۷/۹۹	۷/۹۹	۲۹. انتخاب منبع کسب اطلاعات توسط مدیران در فوتبال حرفه‌ای
پذیرش	۷/۷۴	۷/۷۴	۷/۷۴	۷/۷۴	۳۰. شناخت و درک فناوری
حذف در راند سوم	--	۶/۸۹	۷/۰۵	۷/۰۵	۳۱. مدیریت دانش
پذیرش	۷/۸۹	۷/۸۹	۷/۸۹	۷/۸۹	۳۲. فردی
پذیرش	۷/۵۴	۷/۵۴	۷/۵۴	۷/۵۴	۳۳. بین فردی
حذف در راند اول	--	--	--	۶/۷۹	۳۴. مهارت‌های حرفه‌ای تبلیغی مدیران
پذیرش	۷/۵۸	۷/۵۸	۷/۵۸	۷/۵۸	۳۵. دانش‌افزایی منابع انسانی فعال در حوزه رسانه و ارتباطات در فوتبال حرفه‌ای
پذیرش	۷/۸۱	۷/۸۱	۷/۸۱	۷/۸۱	۳۶. به‌کارگیری منابع انسانی متخصص در حوزه رسانه و ارتباطات در فوتبال حرفه‌ای
پذیرش	۷/۶۰	۷/۶۰	۷/۶۰	۷/۶۰	۳۷. تعامل و مرادوات بین‌المللی
پذیرش	۸/۱۷	۸/۱۷	۸/۱۷	۸/۱۷	۳۸. وجود و استفاده از مشاوران فنی در حوزه رسانه و ارتباطات در فوتبال حرفه‌ای
پذیرش	۷/۰۳	۷/۰۳	۷/۰۳	۷/۰۳	۳۹. وجود سیستم اطلاعاتی و ارتباطی مناسب در فوتبال حرفه‌ای
پذیرش	۷/۸۷	۷/۸۷	۷/۸۷	۷/۸۷	۴۰. سواد ارتباطی در سازمان
پذیرش	۷/۹۱	۷/۹۱	۷/۹۱	۷/۹۱	۴۱. شناخت عوامل فرهنگی-اجتماعی جامعه
حذف در راند دوم	--	--	۶/۶۰	۷/۷۸	۴۲. استقرار سازمان یادگیرنده
حذف در راند سوم	--	۶/۵۱	۷/۶۷	۷/۶۷	۴۳. به‌روز بودن اطلاعات و دانش
پذیرش	۷/۵۸	۷/۵۸	۷/۵۸	۷/۵۸	۴۴. مهارت نوشتاری

جدول ۳. مراحل دلفی فازی

نتیجه	راند چهارم	راند سوم	راند دوم	راند اول	شاخص
پذیرش	۷/۹۰	۷/۹۰	۷/۹۰	۷/۹۰	۴۵. آشنایی با انواع رسانه‌های داخلی و خارجی تخصصی
پذیرش	۷/۷۴	۷/۷۴	۷/۷۴	۷/۷۴	۴۶. آشنایی با انواع پیام‌ها و نحوه تشخیص منبع پیام
پذیرش	۷/۷۸	۷/۷۸	۷/۷۸	۷/۷۸	۴۷. تجارت الکترونیک
پذیرش	۷/۳۳	۷/۳۳	۷/۳۳	۷/۳۳	۴۸. ارزیابی و ارائه بازخورد به منابع انسانی فعال در حوزه رسانه و ارتباطات در فوتبال حرفه‌ای
پذیرش	۷/۸۲	۷/۸۲	۷/۸۲	۷/۸۲	۴۹. دیداری و شنیداری، لامسه
پذیرش	۷/۹۰	۷/۹۰	۷/۹۰	۷/۹۰	۵۰. آشنایی با هوش مصنوعی

پس از اتمام راندهای دلفی، شاخص‌های باقی‌مانده در قالب ۶ مؤلفه و ۳۳ زیرمؤلفه دسته‌بندی شدند (جدول ۴).

جدول ۴. تحلیل ابعاد صلاحیت فنی مدیران حرفه‌ای فوتبال ایران در حوزه رسانه و ارتباطات

Table 4. Analysis of technical competence dimensions of Iranian professional football Managers in the field of media and communication

ابعاد	شاخص‌ها
سواد رسانه‌ای	آشنایی با انواع رسانه‌های داخلی و خارجی تخصصی
	آشنایی با انواع پیام‌ها و نحوه تشخیص منبع پیام
	انتخاب کانال ارتباطی
	تشخیص هدف پیام
	تشخیص ذی‌نفعان پیام‌ها
	استفاده از ابزارهای تبلیغی مناسب
	شناخت ابزارها (راه‌ها) ی تبلیغی مناسب
IT	انتخاب منبع کسب اطلاعات توسط مدیران در فوتبال حرفه‌ای
	شناخت و درک فناوری
	آشنایی با رایانه
	آشنایی با فضای مجازی
	شناخت نرم‌افزارهای تخصصی
منابع انسانی	توان به‌کارگیری فناوری
	آشنایی با هوش مصنوعی
	به‌کارگیری منابع انسانی متخصص در حوزه رسانه و ارتباطات در فوتبال حرفه‌ای
	ارزیابی و ارائه بازخورد به منابع انسانی فعال در حوزه رسانه و ارتباطات در فوتبال حرفه‌ای
مدیریت بحران	دانش‌افزایی منابع انسانی فعال در حوزه رسانه و ارتباطات در فوتبال حرفه‌ای
	وجود و استفاده از مشاوران فنی در حوزه رسانه و ارتباطات در فوتبال حرفه‌ای
	وجود سیستم اطلاعاتی و ارتباطی مناسب در فوتبال حرفه‌ای
مهارت‌های ارتباطی	آشنایی و استفاده از نرم‌افزارهای مدیریت بحران در فوتبال حرفه‌ای (باشگاه‌ها، استادیوم‌ها، سازمان‌های ورزشی و...)
	تعامل و مراودات بین‌المللی
	مهارت مذاکره در قالب رسانه‌ها
	توانایی شبکه‌سازی
	تعاملات مجازی
	ارتباط با رسانه‌ها
	تجارت الکترونیک
	مهارت نوشتاری
	ارتباط با سایر فدراسیون‌ها و سازمان‌های ورزشی داخلی
سواد ارتباطی	فردی
	بین‌فردی، سازمانی، فرهنگی-اجتماعی، دیداری و شنیداری، لامسه

اساس، از ماتریس ارتباطات کل استفاده شد. جدول ۵ ماتریس ارتباطات کل را نشان می‌دهد.

برای شناسایی روابط بین عوامل شناسایی شده (شش مؤلفه) از روش دیمتل استفاده شد. در مرحله اول باید روابط میان عوامل شناسایی شده مشخص شود؛ بر این

جدول ۵. ماتریس ارتباطات کل

Table 5. Total communication matrix

سواد ارتباطی	مهارت‌های ارتباطی	مدیریت بحران	منابع انسانی	IT	سواد رسانه‌ای	
۱/۱۰۷	۱/۱۱۸	۱/۰۶۸	۱/۰۱۵	۱/۰۴۲	۰/۹۸۸	سواد رسانه‌ای
۱/۱۶۴	۱/۱۶۰	۱/۱۱۲	۱/۰۵۴	۱/۰۸۴	۱/۰۴۲	IT
۱/۲۹۸	۱/۳۱۶	۱/۲۶۹	۱/۲۰۹	۱/۲۳۶	۱/۱۷۹	منابع انسانی
۱/۲۳۰	۱/۲۳۸	۱/۱۸۰	۱/۱۳۴	۱/۱۵۷	۱/۱۲۳	مدیریت بحران
۱/۱۳۷	۱/۱۴۶	۱/۰۷۷	۱/۰۲۹	۱/۰۷۰	۱/۰۲۴	مهارت‌های ارتباطی
۱/۲۴۸	۱/۲۵۳	۱/۱۸۱	۱/۱۳۲	۱/۱۷۳	۱/۱۱۴	سواد ارتباطی

مشخص شود. مجموع سطرها (D) و ستون‌ها (R) با توجه به فرمول‌های زیر به دست آورده می‌شود.

$$D = \sum_{j=1}^n T_{ij}$$

$$R = \sum_{i=1}^n T_{ij}$$

سپس با توجه به D و R، مقادیر D+R و D-R به دست آورده می‌شود که به ترتیب نشان‌دهنده میزان تعامل و قدرت تأثیرگذاری عوامل هستند. خروجی نهایی روش دیمتل در جدول ۶ به نمایش گذاشته شده است.

برای محاسبه ماتریس روابط داخلی باید ارزش آستانه محاسبه شود. با این روش می‌توان از روابط جزئی صرف‌نظر کرد و شبکه روابط درخور توجه یا همان نقشه شبکه روابط را ترسیم کرد. تنها روابطی که مقادیر آن‌ها در ماتریس T از مقدار آستانه بزرگ‌تر باشد، در نقشه شبکه روابط نمایش داده خواهد شد. برای محاسبه مقدار آستانه روابط کافی است میانگین مقادیر ماتریس T محاسبه شود. بعد از آنکه شدت آستانه تعیین شد، تمامی مقادیر ماتریس T که کوچک‌تر از آستانه باشد، صفر می‌شود؛ یعنی آن رابطه علی در نظر گرفته نمی‌شود. در ادامه تحلیل دیمتل باید مجموع سطرها و ستون‌های ماتریس T

جدول ۶. نتایج روش دیمتل

Table 6. Dimtel method results

عوامل	میزان اثرگذاری	میزان اثرپذیری	وضعیت کلی	اثر شبکه	نوع عامل
سواد رسانه‌ای	۸/۳۲۵	۷/۴۷۸	۱۵/۸۰۳	۱/۹۰۷	علی
IT	۸/۲۴۵	۷/۹۱۰	۱۶/۱۴۵	۰/۲۸۵	علی
منابع انسانی	۵/۱۵۶	۸/۶۵۶	۱۳/۸۱۲	۰/۳۶۲	معلول
مدیریت بحران	۶/۳۰۳	۷/۷۴۸	۱۴/۰۵۱	۰/۶۱۸	معلول
مهارت‌های ارتباطی	۷/۱۴۸	۷/۳۳۸	۱۴/۴۸۶	۰/۰۹۷	علی
سواد ارتباطی	۷/۶۵۸	۶/۱۸۰	۱۳/۸۳۸	۰/۴۶۳	علی

ارتباطی در بروز و شکل‌گیری عواملی انسانی و مدیریت بحران در جهت توسعه صلاحیت فنی مدیران حرفه‌ای فوتبال ایران در حوزه رسانه و ارتباطات، مهم و مشخص است.

با توجه به نتایج جدول ۶ مشخص شد که IT، مهارت‌های ارتباطی، سواد رسانه‌ای و سواد ارتباطی به‌عنوان عوامل علی و عواملی انسانی، مدیریت بحران به‌عنوان عوامل معلولی مشخص شدند. مطابق با این روابط معلوم شد که نقش، مهارت‌های ارتباطی، سواد رسانه‌ای و سواد

بحث و نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر با هدف تحلیلی بر روابط تعاملی ابعاد صلاحیت فنی مدیران حرفه‌ای فوتبال ایران در حوزه رسانه و ارتباطات طراحی و اجرا شد. برای انجام روش دیمتال از شش مؤلفه استفاده شد. مطابق با روابط مشخص شد که نقش، مهارت‌های ارتباطی، سواد رسانه‌ای و سواد ارتباطی در بروز و شکل‌گیری عوامل انسانی متخصص و مدیریت بحران در جهت توسعه صلاحیت فنی مدیران حرفه‌ای فوتبال ایران در حوزه رسانه و ارتباطات، مهم و مشخص است.

در این راستا یکی از ابعاد صلاحیت فنی مدیران حرفه‌ای فوتبال ایران در حوزه رسانه و ارتباطات، سواد رسانه‌ای است. سواد رسانه‌ای یکی از مفاهیم مهم در این عصر رسانه‌ها و پست‌مدرن است. در تعریف بسیار کلی، سواد رسانه‌ای عبارت است از نوعی درک متکی بر مهارت که براساس آن می‌توان انواع رسانه‌ها و انواع تولیدات آن‌ها را شناخت و از یکدیگر تفکیک و شناسایی کرد. این درک به چه کاری می‌آید؟ به زبان ساده، سواد رسانه‌ای مثل یک رژیم غذایی است که هوشمندانه مراقب است که چه موادی مناسب و چه موادی مضر هستند؛ چه چیزی را باید مصرف کرد و چه چیزی را نه یا اینکه میزان مصرف هر ماده بر چه مبنایی باید استوار باشد. سواد رسانه‌ای می‌تواند به مخاطبان رسانه‌ها بیاموزد که از حالت انفعالی و مصرفی خارج شده و به معادله متقابل و فعالانه‌ای وارد شوند که در نهایت به نفع خود آنان باشد؛ به دیگر سخن، سواد رسانه‌ای کمک می‌کند تا از سفره رسانه‌ها به‌گونه‌ای هوشمندانه و مفید بهره‌مند شد (ماسون^۱، ۲۰۱۸). مدیران ورزشی و به‌ویژه مدیران حرفه‌ای فوتبال می‌توانند با توسعه سواد رسانه‌ای خویش، از رسانه در پیشبرد اهداف خود و باشگاه بهره بیشتری ببرند و بتوانند از این طریق، مطبوعات، هواداران و حامیان مالی را هدایت کنند و ارتباط مناسبی با آن‌ها شکل دهند. در این راستا، براخاس و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهش خود دریافتند که مدیران باشگاه‌های حرفه‌ای می‌توانند با توسعه سواد رسانه‌ای عملکرد بهتری در حوزه ارتباطی و مدیریت مناسب حواشی

از خود نشان دهند. سیبسون و همکاران (۲۰۲۲) اظهار کردند که سواد رسانه‌ای ظرفیت‌های عملکردی مدیران ورزشی را ارتقا می‌دهد. سوین و همکاران (۲۰۲۳) و سندرسون و همکاران (۲۰۲۳) ذکر کردند که سواد رسانه از جمله توسعه شایستگی‌های شغلی مدیران ورزشی است. مرکز سواد رسانه‌ای آمریکا، سواد رسانه‌ای را داشتن تبحر در چهار مهارت می‌داند: دسترسی (توانایی دسترسی به اطلاعات صحیح در زمانی که به آن‌ها نیاز داریم)؛ تحلیل (توانایی تحلیل آنچه یافته‌ایم؛ در واقع مهارت رمزگشایی پیام‌های رسانه‌ای)؛ ارزیابی (ارزشیابی) خلاصه و یکپارچه کردن آنچه به‌عنوان نتیجه به دست آورده‌ایم. در این مرحله میزان ارزشمندی پیامی که با دید انتقادی رمزگشایی شده بررسی می‌شود؛ خلق کردن (توانایی ارتباط برقرار کردن) به شکل واضح با اندیشه و تفکری دیگر؛ این مهارت شامل توانایی به‌کارگیری فنی رسانه برای رساندن پیام مخاطب به جامعه مدنظرش است؛ با این حال، توسعه و بهبود منابع اطلاعاتی می‌تواند زمینه بهبود مدیریت در سازمان را بهبود دهد و دانش و اطلاعات لازم برای حل مناقشات و نیازهای شغلی را فراهم آورد. به‌طور کلی، مدیران با توسعه توانمندی رسانه‌ای می‌توانند دانش و آگاهی بیشتری کسب کرده و بر پایه دانش و آگاهی، مشکلات شغلی را کاهش دهند و برطرف کنند؛ بنابراین سازمان‌های ورزشی باید با ارائه برنامه‌های آموزشی و دانش‌افزایی زمینه توسعه توانمندی رسانه‌های مدیران را ارتقا دهند.

براساس نتایج پژوهش، یکی از ابعاد صلاحیت فنی مدیران حرفه‌ای فوتبال ایران در حوزه رسانه و ارتباطات، توسعه مهارت‌های منابع انسانی در این حوزه است. در این راستا، نظریه سرمایه انسانی به این بحث می‌پردازد که سازمان‌ها باید از کل توانمندی‌ها و شایستگی‌های منابع انسانی از طریق سرمایه‌گذاری در آموزش و توسعه آن‌ها حمایت کنند؛ بنابراین ارزش کارکنان برای سازمان وابسته به ارزش و منحصر بودن مهارت‌ها و توانایی‌های آن‌ها است. سازمان وقتی به مزیت رقابتی دست می‌یابد که مهارت‌ها و توانایی‌هایی منحصر به فرد و ویژه داشته باشد که سایر رقبا توانایی تقلید و بازتولید آن را نداشته باشند؛ از این‌رو توسعه منابع انسانی یکی از بهترین رویکردهای

لی^۴ و همکاران، ۲۰۲۳)؛ با این حال، تیم‌های حرفه‌ای در طول فعالیت خود به‌ویژه در طول رقابت‌های لیگ و مسابقات با بحران‌هایی همچون نتایج بد مستمر، مشکلات متعدد مالی، ترک خدمت مربی و... مواجه می‌شوند که مدیران موفق می‌توانند با هدایت درست و بهره‌گیری از شایستگی‌های خویش به‌ویژه مدیریت صحیح اطلاعات خروجی از باشگاه، به مدیریت بحران کمک کرده و زمینه رفع آن‌ها را فراهم کنند.

بر اساس نتایج پژوهش، یکی از ابعاد صلاحیت فنی مدیران حرفه‌ای فوتبال ایران در حوزه رسانه و ارتباطات، توسعه مهارت‌های ارتباطی است. اگر مدیریت را ترکیبی از علم و هنر و تجربه تعریف کنیم، باید به‌گونه‌ای رفتار کرد تا از هزاران راه‌رفته کسب تجربه شود تا بتوان صدها راه نرفته را پیمود. در مدیریت نمی‌توان با دانش دیروز مشکلات امروز را حل و فصل کرد (محمدزاده، ۲۰۱۵). در این وادی، رسانه‌ها برای کشورهای در حال گذار در حکم یکی از قدرتمندترین ابزارهای توسعه به شمار می‌آیند. رسانه فقط به صداوسیما و خبرگزاری‌ها محدود نیست، بلکه رسانه‌های اجتماعی فراگیر انواع ارتباطات را شامل می‌شود. در این راستا مهارت‌های ارتباطی مدیران باشگاه با رسانه‌ها می‌تواند در کنار توسعه برند باشگاه، شخصیت و هویت باشگاه‌ها را ارتقا دهد و زمینه جذب حامیان مالی و هواداران بیشتر را در پی داشته باشد. وی^۵ و همکاران (۲۰۲۳) و اسگورا^۶ و همکاران (۲۰۲۳) مهارت‌های ارتباطی را از شایستگی‌های مهم مدیران ورزشی معرفی کردند.

بر اساس نتایج پژوهش، یکی از ابعاد صلاحیت فنی مدیران حرفه‌ای فوتبال ایران در حوزه رسانه و ارتباطات، توسعه سواد ارتباطی است. سواد ارتباطی، یکی از انواع سوادها است که نقش مهمی در روند بهبود و گسترش تعاملات اجتماعی دارد (لیو^۷ و همکاران، ۲۰۱۷). سواد ارتباطی به‌عنوان یکی از سوادهای ضروری در تعریف یونسکو به‌عنوان توانایی برقراری ارتباط مناسب با دیگران و دانستن آداب اجتماعی مطرح شده است. با مروری بر انواع سوادهای مطرح‌شده در سطح جهان می‌تواند دریافت

راهبردی در سازمان است که نیل به اهداف راهبردی سازمان را میسر می‌کند. بر اساس نتایج پژوهش، دانش‌افزایی منابع انسانی فعال در حوزه رسانه و ارتباطات وجود و استفاده از مشاوران فنی در حوزه رسانه و ارتباطات به مدیران کمک می‌کند تا صلاحیت فنی خویش را در حوزه رسانه و ارتباطات گسترش دهند. سولیسگیانگیش^۱ و همکاران (۲۰۲۳) و کامار^۲ و همکاران (۲۰۲۳) حضور منابع انسانی و مشاوران خبره در حوزه رسانه و ارتباطات را از مزیت‌های رقابتی سازمان‌ها معرفی کردند.

بر اساس نتایج پژوهش، یکی از ابعاد صلاحیت فنی مدیران حرفه‌ای فوتبال ایران در حوزه رسانه و ارتباطات، توسعه مهارت‌های مدیریت بحران از طریق رسانه و ارتباطات است.

فیرن وبنکس (۲۰۰۲) معتقد هستند که مدیران روابط عمومی سازمان باید به‌خوبی با راهبردها و تاکتیک‌های گوناگون در قبل، حین و بعد از بحران آشنایی داشته باشند و لازم است بدانند چه راهبردهایی به موفقیت نزدیک‌تر هستند. به باور مارش و رابینز (۲۰۰۴)، هر موقعیت شرایط خاص خود را دارد و نیازمند طرح ارتباطات راهبردی است که به سازمان کمک کند تا اعتبار خود را در طول بحران حفظ کند. برقراری روابط خوب با رسانه‌ها باعث سهولت در کار با آن‌ها در زمان بحران می‌شود. اسکوگلد و اولسن (۲۰۰۴) معتقد هستند که نبود برنامه در ارتباطات بحران، یکی از علل تشدید بحران است. به باور جانسن و بیاس (۲۰۰۳) و گرونیک (۱۹۹۲)، تلفیق برنامه‌های مدیریت بحران و مدیریت راهبردی برای شناسایی بحران نزدیک، لازم و ضروری است. آنان همچنین تشکیل گروهی از متخصصان حرفه‌ای برای واکنش در مقابل بحران و کاهش آثار ناشی از آن را ضروری می‌دانند. در عین حال، به نظر می‌رسد مهارت‌های رسانه‌ای و ارتباطات مناسب می‌تواند زمینه مدیریت بحران را در پی داشته باشد (بورک^۳، ۲۰۲۳) و با ایجاد شفافیت اطلاعاتی زمینه توسعه حواشی و شایعه‌ها را در برنامه‌های ورزشی کنترل کنند

4. Lee
5. Wei
6. Esguerra
7. Liu

1. Sulistyarningsih
2. Kamar
3. Burke

رسانه‌های اجتماعی، اخبار، حواشی و رویدادها را دنبال می‌کنند. در عین حال، مدیران باشگاه‌ها با توسعه صلاحیت فنی در حوزه رسانه و ارتباطات می‌توانند چهره مناسبی از باشگاه و سبک مدیریت خود نمایش دهند که علاوه بر ایجاد نگرش مثبت به باشگاه در جامعه، زمینه جذب حامیان مالی را فراهم می‌کند.

بر اساس نتایج پژوهش پیشنهاد می‌شود، مدیران باشگاه سواد رسانه‌ای خود را از طریق شرکت در کلاس‌های آموزشی ارتقا دهند و اهمیت ویژه‌ای برای سواد رسانه‌ای قائل شوند. پیشنهاد می‌شود، مدیران باشگاه‌ها با بهره‌گیری از مشاوران رسانه‌ای خبره، عملکرد ارتباطی و رسانه‌ای خود را با رویکردی تحولی تغییر دهند و از این فضا برای بهبود چهره باشگاه‌ها استفاده کنند. پیشنهاد می‌شود، مدیران باشگاه‌ها برای توسعه مهارت‌های رسانه‌ای و ارتباطی کارکنان نیز برنامه‌ریزی کنند و از آموزش آن‌ها در این حوزه غافل نشوند. مدیران باشگاه‌ها باید برای باشگاه یک تیم رسانه‌ای در نظر بگیرند تا هم‌زمان با تولید و هدایت مطالب در صفحات مجازی باشگاه، حضور رسانه‌ای مدیران را پوشش و ارتقا دهند. پیشنهاد می‌شود، انتخاب مدیران، سرپرستان و دست‌اندرکاران تیم‌های حرفه‌ای فوتبال صلاحیت فنی در حوزه رسانه و ارتباطات مدنظر قرار گیرد.

گفتنی است که این پژوهش در سطح حرفه‌ای فوتبال ایران صورت گرفت و در تعمیم آن به سایر سطوح و ورزش‌ها باید جانب احتیاط را رعایت کرد. گستردگی فعالیت‌های رسانه‌ای نیز از جمله چالش‌های پژوهش حاضر بود که با دقت نویسندگان مقاله، سعی شد تا جنبه کاربردی و عملیاتی مدنظر قرار گیرد. امید است نتایج پژوهش حاضر، زمینه بهبود عملکرد رسانه‌ای باشگاه‌های ورزشی را به همراه داشته باشد.

که محور کلیدی در همه آن‌ها بهینه‌سازی درک و کاربرد ارتباط در حوزه‌های خاص است (معرفت و همکاران، ۲۰۱۸). سواد ارتباطی نقش مهم و تعیین‌کننده‌ای در عملکرد اجتماعی افراد و گروه‌ها دارد؛ به‌صورتی که بهره‌گیری از سواد ارتباطی نقش تعیین‌کننده‌ای در پیشبرد اهداف اجتماعی افراد دارد (روماتا و سکینه، ۲۰۲۰). مطالعه در زمینه ارتباطات بین‌فردی به‌منظور برقراری هرچه‌بتر ارتباطات، امروزه در مرکز توجه سازمان‌ها قرار دارد؛ به‌طوری‌که ارتباطات اثربخش، کلید موفقیت آن‌ها در صحنه رقابت با یکدیگر است. پیشرفت فناوری برای موفقیت سازمان لازم است، اما کافی نیست. اهمیت مدیریت منابع انسانی از دیرباز به‌طور ویژه مدنظر قرار گرفته است. رهبران، مدیران و اعضای سازمان‌ها در شغل خود، همواره با تصمیم‌گیری روبه‌رو هستند و برای آنکه بتوانند تصمیمات مناسب را در زمان مناسب بگیرند، به اطلاعات دقیق و به‌موقع نیاز دارند که از طریق برقراری ارتباط با دیگر اعضای سازمان به آن‌ها دست پیدا می‌کنند (ماجدی و همکاران، ۲۰۱۸). در فرایند ارتباطات، هرچه مفهوم درک‌شده توسط گیرنده به مقصود اصلی فرستنده نزدیک‌تر باشد، ارتباط اثربخش‌تر است. به‌منظور جلوگیری از بروز اختلال در ارتباطات بین‌فردی و در راستای پیشرفت سازمان، لازم است مدیران از عوامل تأثیرگذار بر ارتباطات بین‌فردی آگاه باشند و به‌خوبی آن‌ها را کنترل کنند (زارعی بیدسرخ و همکاران، ۲۰۲۱).

به‌طور کلی، بررسی و شناسایی ابعاد صلاحیت فنی مدیران حرفه‌ای فوتبال ایران در حوزه رسانه و ارتباطات اهمیت زیادی دارد؛ زیرا مدیران ورزشی در عصر حاضر باید به‌شدت در این حوزه بر عملکرد خود تمرکز کنند و آن را ارتقا دهند؛ چراکه اغلب هواداران، تماشاگران، حامیان مالی و عموم جامعه ورزشی از طریق رسانه‌ها به‌ویژه

References

- Aleksovskaja-Velickovska, L., Ince, M. L., Gontarev, S., Tasevski, Z., & Todorovic, M. (2021). Methodological psychological intervention with football trainers to improve coaching competence perceived by athletes, satisfaction with coach, enjoyment and intention of persisting. *Research in Physical Education, Sport and Health*. <https://doi.org/10.46733/pesh21102075av>
- Brakhas, H., Seifpanahi Shabani, J., & Shams, A. (2022). The effect of sports managers' literacy on the performance of football clubs in Iranian Leagues. *Journal of New Studies in Sport Management*, 3(3), 554-564. <https://doi.org/10.22103/jnssm.2022.19223.1073>

- Burke, G. T., Omidvar, O., Spanellis, A., & Pyrko, I. (2023). Making space for garbage cans: how emergent groups organize social media spaces to orchestrate wide scale helping in a crisis. *Organization Studies*, 44(4), 569-592. <https://doi.org/10.1177/01708406221103969>
- Chen, X., & Chen, S. (2021). Sports coaching development in China: The system, challenges and opportunities. *Sports Coaching Review*, 11(3), 276-297. <https://doi.org/10.1080/21640629.2021.1952808>
- Collard, A. S., De Smedt, T., Dufrasne, M., Fastrez, P., Ligurgo, V., Patriarche, G., & Philippette, T. (2017). Digital media literacy in the workplace: a model combining compliance and inventivity. *Italian Journal of Sociology of Education*, 9(1), 122-154. <https://researchportal.unamur.be/en/publications/digital>
- Esguerra, V., Esguerra, A. L., & Vaganti, R. S. O. M. (2023). Knowledge and skills of migrant sports professionals in Spain. In INTED 2023 proceedings (pp. 574-581). IATED. <https://library.iated.org/view/ESGUERRA2023KNO>
- Ghasemi, H., & Rasekh, N. (2018). *Identifying the dimensions of communicative literacy: With thematic analysis approach*. Paper presented at the Fifth National Conference of the Scientific Association of Sports Management of Iran, Tehran. (In Persian). <https://civilica.com/doc/1024466>
- Holladay, S. J. (2018). Communication literacy. *The International Encyclopedia of Strategic Communication*, 1-5. <https://doi.org/10.1002/9781119010722.iesc0032>
- Hupka, Y., Garner, J. L., Simkins, B. J., & Humphrey, P. (2022). *Gridiron CEOs: Revising the executive excess pay-future performance nexus*. Retrieved from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4200893
- Izadi, L., Taghdisi, M. H., Ghadami, M., Delavar, A., & Sarokhani, B. (2020). Identification of effective factors decision making in crisis in media organization: A systematic review with emphasis on media literacy in health crisis (Corona Pandemic). *Iranian Journal of Health Education and Health Promotion*, 8(4), 390-406. <https://doi.org/10.29252/ijhehp.8.4.390>
- Jafari, H., Barqi Moghadam, J., Bashiri, M., & Najafzadeh, M. (2022). Media and personal brand development: A study of professional athletes. *Communication Management in Sports Media*, 10(2), 103-120. (In Persian) <https://doi.org/10.30473/jsm.2022.64222.1628>
- Kamar, K., Lewaherilla, N. C., Ausat, A. M. A., Ukari, K., & Gadzali, S. S. (2023). The influence of information technology and human resource management capabilities on SMEs performance. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 6(1&2), 1. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/3243540>
- Kim, I. W., Kim, J. S., & Kim, H. B. (2021). An exploring study for the sources of sports coaching efficacy. *Journal of the Korean Applied Science and Technology*, 38(3), 840-850. <https://koreascience.kr/article/JAKO202121555076199.page>
- Lee, S., & Oh, T. (2023). The role of trust in sports organization crisis communication: The case of the Houston Astros' sign-stealing scandal. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 24(1), 90-107. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJMSM-12-2021-0231/full/html>
- Liu, J. C., Mabrey III, P. E., Rufo, J. R., & Miller, E. (2017). Synchronous “elevator pitch”: Teaching digital communication literacy with peer consultation and self-assessment. In *Unplugging the classroom* (pp. 137-147). England: Chandos Publishing. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-102035-7.00010-2>
- Lopez-Carril, S., An˜o, V., & Gonz'alez-Serrano, M. H. (2020). Introducing TED talks as a pedagogical resource in sport management education through YouTube and LinkedIn. *Sustainability*, 12(23), 1-17. <https://doi.org/10.3390/su122310161>
- Lopez-Carril, S., Anagnostopoulos, C., & Parganas, P. (2020). Social media in sport management education: Introducing LinkedIn. *Journal of Hospitality, Leisure, Sports and Tourism Education*, 27, 100262. <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2020.100262>
- Lopez-Carril, S., Escamilla-Fajardo, P., Gonzalez-Serrano, M. H., Ratten, V., & Gonzalez-García, R. J. (2020). The rise of social media in sport: A bibliometric analysis. *International Journal of*

- Innovation and Technology Management*, 17(6), 2050041.
<https://doi.org/10.1142/S0219877020500418>
- Majdi, N., Shaygan, J., & Zarrouj, H. (2017). The relationship between effective management and organizational communication with the organizational dynamics of sports experts of the Ministry of Sports and Youth. Paper presented at the Second National Conference of Sports Science and Health Achievements in Ahvaz, Ahvaz. (In Persian)
<https://civilica.com/doc/813481>
- Motz, D., Rathwell, S., Young, B. W., & Callary, B. (2022). Adult-oriented coaching practices are positively associated with quality sport experience criteria. *International Journal of Sport and Exercise Psychology*, 21(2), 1-20. <https://doi.org/10.1080/1612197X.2022.2043927>
- Porto, J. A., David, A., Porto, A. E., & Tangkudung, J. (2020). Coaching competency, commitment, and social-emotional competency as determinants of collegiate sports coaching performance in the Philippines. *International Journal of Health, Physical Education & Computer Science in Sports*, 29. https://www.researchgate.net/profile/RajeshKumar345/publication/352478906_Issue
- Potab, N., & Hilvoordea, I. V. (2016). Participation in sporting clubs located on the school campus. Is it different to playing sport at other sporting clubs? *European Journal for Sport and Society*, 10(4), 365-381. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/16138171.2013.11687928>
- Rikardsson. H., & Rikardsson, L. (2017). *Strategic management in football* (Master's thesis). Linköping University.
- Rumata, V. M., & Sakinah, A. M. (2020). The impact of internet information and communication literacy and overload, as well as social influence, on ICT adoption by rural communities. *Asia-Pacific Journal of Rural Development*, 30(1-2), 155-174. <https://doi.org/10.1177/1018529120977250>
- Sanderson, J. (2023). Critiquing the social media scholarship in sport studies: Looking beyond content and adopting critical approaches. *International Journal of Sport Communication*, 16(3), 262-265. <https://journals.humankinetics.com/view/journals/ijsc/16/3/article-p262.xml>
- Sesinando, A., Segui-Urbaneja, J., & Teixeira, M. (2022). Professional development, skills, and competences in sports: A survey in the field of sport management among public managers. *Journal of Physical Education and Sport*, 22(11), 2800-2809. <https://dspace.uevora.pt/rdpc/handle/10174/33993>
- Sibson, R., & Morgan, A. (2022). Digital literacy capabilities and curriculum design in sport management programmes. In *Sport management education: Global perspectives and implications for practice* (pp. 7-20). London: Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781003140078-1>
- Solomon, V., & Malik, F. (2022). Psychological skills and performance efficacy in team sports: Moderating role of coaching competence. *Journal of Behavioral Sciences*, 32(1), 5. https://pu.edu.pk/images/journal/doap/PDF-FILES/1_V32-1-2022.pdf
- Sulistyaningsih, E. (2023). Improving human resources technology innovation as a business growth driver in the society 5.0 era. *ADI Journal on Recent Innovation*, 4(2), 149-159. <https://www.adi-journal.org/index.php/ajri/article/view/820>
- Swim, N., Presley, R., & Thompson, E. (2023). Digital development and technology in sport: A course to improve digital literacy in the sport management curriculum. *Sport Management Education Journal*, 1(aop), 1-7. <https://journals.humankinetics.com/view/journals/smej/18/1/article-p87.xml>
- Tenney, D. (2022). *An Exploration of the leadership competencies required of high-performance directors in North American professional sports organizations* (Doctoral dissertation). University of Arizona Global Campus.
- Tinmaz, H., Lee, Y. T., Fanea-Ivanovici, M., & Baber, H. (2022). A systematic review on digital literacy. *Smart Learning Environments*, 9(1), 1-18. <https://link.springer.com/article/10.1186/s40561-022-00204-y>

- Wei, R., & Sotiriadou, P. (2023). Teaching generic skill sets to sport undergraduates to increase their employability and promote smooth college-to-work transition. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 32, 100431. <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2023.100431>
- Yukhymenko-Lescroart, M. A., & Sharma, G. (2022). The role of coaching identity and life purpose orientations in holistic athlete development. *International Journal of Sports Science & Coaching*, 17(3), 477-489. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/17479541211073546>
- Zarei Bedsarkhi, A., & Faraziani, F. (2021). *Evaluating the role of communication literacy in the proportional development of basketball in Kermanshah city*. Paper presented at the Third National Sports Communication Conference: Communication Literacy and Media Literacy in Sports, Shiraz. (In Persian) <https://civilica.com/doc/1251223>