

Communication Management in Sports Media

(Vol. 12(4), (Series 48): 97-112(2025)

 DOI: [10.30473/jsm.2024.71528.1877](https://doi.org/10.30473/jsm.2024.71528.1877)

E-ISSN: 2538-4961

P-ISSN: 2345-5578

ORIGINAL ARTICLE

Designing the Interaction Model of Athletics Sports and Social Unity with Emphasis on the Role of Sports Media

Mohsen Sadeghi¹, Zahra Asghari^{2*}

1. Ph.D, Department of Sports Management, Faculty of Sports Sciences, Urmia University, Urmia, Iran.

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

Correspondence

Zahra Asghari

Email: Daffodil@pnu.ac.ir

Receive Date: 08/June/2024

Revise Date: 27/Sep/2024

Accept Date: 06/Oct/2024

How to cite

Sadeghi, M., & Asghari, Z. (2024). Designing the interaction model of athletics sports and social unity with emphasis on the role of sports media. *Communication Management in Sport Media*, 12(4), 97-112.

ABSTRACT

The purpose of the present study was to investigate the interaction between championship sports and social unity, emphasizing the role of sports media. This research was applied, qualitative, field-library and thematic analysis. The participants of research were professors and experts in sports management, media and sociology and managers and activists in the field of sports media, 23 of whom were selected by a targeted and snowball method and considering theoretical saturation. The data collection tool was a semi-structured in-depth interview, and in order to analyze the data, thematic analysis method was used with Attride-Stirling (2001) approach. The results showed that with emphasis on the role of sports media, the effective components of championship sports on social unity include being a role model (power of influence, honoring the value and condemning the worthless and dependent), creating empathy (strengthening the national spirit, strengthening social cohesion, increasing national unity and strengthening national pride), inclusiveness (being visible and having a large audience), multidimensionality (physical dimension and spiritual-psychological dimension) and social factors (increasing vitality and reducing abnormality) and the effective components of social unity on championship sports including support (increasing support of fans, creating and supporting policies), acceptability (social acceptability and financial acceptability), contagiousness (contagion of unity from society to sports and a sense of responsibility) and management (how to hold competitions, sports equipment and facilities) championship and performance). Therefore, it is possible to achieve success in both aspects of championship sports and social unity by paying attention to the effective components in this interaction.

KEYWORDS

Empathy, Sports Development, Media.



Copyright © 2025, 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

Today, the media is a part of the physical life of the people; also, the media, as a part of the new structure of society and one of the comprehensive and widespread devices available to everyone in all countries, play a sensitive and important role in various political, cultural, social, and economic fields, and one of the important points in this field that has been discussed in the current research is the interaction that sports and social unity can have with each other. Social unity in the word means unity, agreement, and loyalty, which is caused by interests, feelings, sympathy, and common actions. Social unity is one of the most important ideas and aspirations that people have been searching for. The Holy Qur'an also contains many instructions in this important field. Achieving social unity will result in fruitful effects and results, such as security and peace, dismantling the domination of foreigners and colonialists, maintaining stability and strength, and maintaining strength and courage. Despite the high importance of sports, especially athletic sports, as well as the media in social conditions and developments, as well as the role of social unity in all fields and industries, no research has been done on the interaction between athletic sports and social unity and the role of sports media in this interaction. This is despite the fact that both the proper performance of athletic sports and the achievement of high social unity are the main goals and concerns of any society, especially the modern society of Iran. In this regard, the present research was conducted with the aim of investigating the interaction between athletic sports and social unity, with an emphasis on the role of sports media.

Methods

The goal of the current study was achieved by the application of a theme analysis type of strategy, field-library data collection methodology, purpose, and qualitative data type. A targeted and snowball strategy was used to choose participants for the present study, which comprised managers and activists in the sports media area as well as faculty members and specialists in the fields of sports management, media, and sociology. Experts in the fields of sports management, sports media, and sociology were chosen based on their experience and areas of interest. They took part in semi-structured, in-depth interviews for this study. The number of interviewees was also determined after conducting the interview and reaching the theoretical saturation of the research constructs, which was achieved after interviewing 23 people. The data collection tool was a semi-structured, in-depth interview. In the current research, the data format was audio, and the data collection tool was an interview and thematic analysis tactic. In this research, through semi-structured interviews with experts, the factors affecting the interaction of championship sports and social unity were identified with an emphasis on sports media, and to check the validity and reliability of the research tool, the four elements of credibility, transferability, reliability, and verification were used. was approved. Also, according to experts, theme analysis and coding review (retest reliability) were also used, and the retest reliability rate was 0.92. In order to analyze the data, the thematic analysis method was used with the Attride-Stirling (2001) approach. In this way, the conducted interviews were coded, and according to the codes obtained from this stage, the basic themes, organizing themes, and inclusive themes were identified, respectively, and finally, the model of the interaction of championship sports and social unity with an emphasis on sports media was obtained.

Results

In total, the coding results were obtained in 71 basic themes, 23 organizing themes, and 9 inclusive themes. The results showed that with emphasis on the role of sports media, the effective components of championship sports on social unity include being a role model (power of influence, honoring the value and condemning the worthless and dependent), creating empathy (strengthening the national spirit, strengthening social cohesion, increasing national unity and strengthening national pride), inclusiveness (being visible and having a large audience), multidimensionality (physical dimension and spiritual-psychological dimension) and social factors (increasing vitality and reducing abnormality) and the effective components of social unity on championship sports including support (increasing support of fans, creating and supporting policies), acceptability (social acceptability and financial acceptability), contagiousness (contagion of unity from society to sports and a sense of

responsibility) and management (how to hold competitions, sports equipment and facilities championship and performance).

Conclusion

In general, based on the results of the research, it can be concluded that athletics sports and social unity are always interacting with each other and influencing each other in different ways, which can be determined by paying attention to the effective components of this interaction that were identified in the current research, provided success in both aspects of athletics sports and social unity. It is worth noting that the current research, like other research, faced limitations; the reluctance of some experts, especially in the field of sociology, to participate in the interviews of the current research was the most important limitation of the research, which made the process of data collection time-consuming and difficult, which in this context It is suggested that future researchers, if possible, provide the process of access to more experts by attracting the support of organizations involved in athletic sports and social unity. Another limitation of the present study is related to the generalization of the results. In fact, the current research examines the interaction between athletic sports and social unity in Iran, and the generalization of the results of this research to other sports fields such as general or educational sports as well as other societies (such as foreign countries) will be accompanied by limitations, which is suggested for future researchers to conduct similar research in other sports areas such as general and educational sports.

KEYWORDS

Empathy, Sports Development, Media.

Ethical Considerations:

Compliance with ethical guidelines

In this research, ethical considerations related to research, including data extraction from reliable sites, have been observed.

Funding

This research was done without using financial resources.

Conflict of Interest

Inform that this work has not been published elsewhere and has not been submitted to another publication at the same time. Also, all rights to use the content, tables, images, etc. have been assigned to the publisher.

Acknowledgment

The respected referees are thanked for providing structural and scientific comment.

«مقاله پژوهشی»

طراحی مدل تعامل ورزش قهرمانی و وحدت اجتماعی با تأکید بر
نقش رسانه‌های ورزشی

محسن صادقی^۱، زهرا اصغری^{۲*}

۱. دکتری، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران.
۲. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

*نویسنده مسئول: زهرا اصغری
Daffodil@pnu.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۳/۱۹

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۶/۰۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۷/۱۵

استناد به این مقاله:

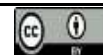
صادقی، محسن؛ و اصغری، زهرا. (۱۴۰۳). طراحی مدل تعامل ورزش قهرمانی و وحدت اجتماعی با تأکید بر نقش رسانه‌های ورزشی. فصلنامه علمی مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۱۱۲ (۴)، ۹۷-۱۱۲.

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی تعامل ورزش قهرمانی و وحدت اجتماعی با تأکید بر نقش رسانه‌های ورزشی انجام شد. این تحقیق از نوع کاربردی، کیفی، میدانی-کتابخانه‌ای و تحلیل مضمون بود. مشارکت‌کنندگان پژوهش اساتید و متخصصان مدیریت ورزشی، رسانه‌ها و جامعه‌شناسی و نیز مدیران و فعالان در حوزه رسانه‌های ورزشی بودند که ۲۳ نفر از آنان به روش هدفمند و گلوله‌برفی و با در نظر گرفتن اشباع نظری انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها، مصاحبه عمیق نیمه‌ساختاریافته بود و به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل مضمون با رویکرد آتراید-استرلینگ (۲۰۰۱) استفاده شد. نتایج نشان داد که با تأکید بر نقش رسانه‌های ورزشی، مؤلفه‌های اثرگذار ورزش قهرمانی بر وحدت اجتماعی شامل الگوبودن (قدرت نفوذ، تکریم ارزش و تقبیح بی‌ارزش و وابسته‌سازی)، ایجاد همدلی (تقویت روحیه ملی، تقویت انسجام اجتماعی، افزایش اتحاد ملی و تقویت غرور ملی)، فراگیربودن (در معرض دید بودن و داشتن مخاطبان زیاد)، چندبعدی بودن (بعد جسمانی و بعد روحی-روانی) و عوامل اجتماعی (افزایش نشاط و کاهش ناهنجاری) و همچنین مؤلفه‌های اثرگذار وحدت اجتماعی بر ورزش قهرمانی شامل حمایتی (افزایش حمایت طرفداران، زمینه‌سازی و سیاست‌گذاری حمایتی)، مقبولیت (مقبولیت اجتماعی و مقبولیت مالی)، مسری بودن (سرایت وحدت از جامعه به ورزش و حس مسئولیت‌پذیری) و مدیریتی (نحوه برگزاری مسابقات، تجهیزات و امکانات ورزش قهرمانی و عملکرد) هستند؛ بنابراین می‌توان با توجه و دقت به مؤلفه‌های مؤثر در این تعامل، موجبات کسب موفقیت در هر دو جنبه ورزش قهرمانی و وحدت اجتماعی را فراهم کرد.

واژه‌های کلیدی

همدلی، توسعه ورزشی، رسانه.



مقدمه

ورزش و توسعه آن به عنوان موتور قدرتمند، در پیشبرد طرح‌های مختلف توسعه مانند حل و فصل مسائل گروهی (تسهیل دیپلماسی در روابط بین‌المللی)، توسعه انسانی (فیزیکی و روانی)، ارتقای فرهنگ، توسعه زیرساخت‌ها (فیزیکی، اجتماعی و جامعه)، توسعه بهداشت و پیشگیری از بیماری، توانمندسازی (اغلب ورزش برای توانمندسازی دختران و زنان استفاده می‌شود) (اسکیل^۱ و همکاران، ۲۰۲۳) و یکپارچگی اجتماعی، توسعه سرمایه اجتماعی و ایجاد توسعه اقتصادی (برای مثال، برخی از کشورهای کم‌درآمد در استراتژی‌های توسعه خود، با هدف تشویق به سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و توسعه توریسم ورزشی، برگزاری رویدادهای ورزشی را مدنظر قرار داده‌اند) نقش ایفا کند (گیاه‌شناس بن‌بازاری و همکاران، ۲۰۲۱). یکی از شاخه‌های اصلی ورزش که می‌تواند در پیشبرد اهداف اجتماعی نقشی اساسی ایفا کند، ورزش قهرمانی است (اونگیرث^۲، ۲۰۲۳). ورزش قهرمانی را ورزش‌های رقابتی و سازمان‌یافته‌ای می‌دانند که ورزشکاران ماهر متناسب با استانداردهای تعیین‌شده از سوی سازمان‌های ورزشی و برای کسب رتبه‌های قهرمانی و مدال در آن شرکت می‌کنند. افراد شرکت‌کننده فعال در سطح ورزش قهرمانی به دنبال عالی‌شدن و به اوج رساندن عملکرد جسمانی و ورزشی خود هستند که اوج عملکرد نیز با شاخص پیروزی شناخته می‌شود (بروگلیو^۳ و همکاران، ۲۰۲۲). افرادی که در این سطح فعال هستند، باید به طور طبیعی از طریق ورزش‌های تفریحی و همگانی وارد ورزش شوند و از مجرای ورزش تربیتی و آموزشی بگذرند تا بتوانند در عرصه ورزش قهرمانی حضور یابند (یوسفیان، ۲۰۲۲).

امروزه فناوری‌ها به عنوان یکی از ابزارهای کمکی در ورزش نقش مؤثری ایفا می‌کنند که هم در برگزاری مسابقات نقش دارند و هم در تجزیه و تحلیل حرکات ورزشی به مربیان کمک می‌کنند (کوکی^۴ و همکاران، ۲۰۲۱). استفاده از فناوری‌ها، روزانه در حال گسترش است.

این روزها کمتر رویدادهای ورزشی معتبری مشاهده می‌شود که پوشش خبری یا تلویزیونی نداشته باشد (اسکی^۵، ۲۰۲۳). اوج حساسیت در رویدادهای ورزشی و همچنین تقاضا برای تماشای این رویدادها سبب شده است تا شبکه‌های بزرگ تلویزیونی، اینترنتی و مطبوعات دنیا سرمایه‌گذاری گسترده‌ای در این بخش داشته باشند. همچنین رقابت‌ها میان این رسانه‌ها و شبکه‌ها سبب شده است تا خدمات متنوع و مهیجی به مخاطبان ارائه شود (پرولت و بل^۶، ۲۰۲۲). امروزه درگیری با رسانه‌های جمعی بعد از ساعات خواب و استراحت و انجام کار و فعالیت جایگاه سوم را در زندگی بشر دارد. بیشتر افراد رسانه‌ها را منبع اصلی اطلاعات و عامل تأثیرگذاری در زندگی و امور اجتماعی می‌دانند. بی‌شک، دیدن رویدادهای ورزشی و همچنین اطلاع از انجام فعالیت‌های ورزشی سبب می‌شود که ورزش‌دوستان تمایل بیشتری به رسانه پیدا کنند (رازاک و جوزف^۷، ۲۰۲۱). بیشتر مردم از طریق تلویزیون، رادیو و مطبوعات با ورزش ارتباط برقرار می‌کنند و سهم این رسانه‌ها در زندگی برخی از طبقات اجتماعی مانند کارگران بسیار زیاد است (روخاس-توریخوس و رومن^۸، ۲۰۲۱).

رسانه‌ها امروزه بخشی از زندگی فیزیکی مردم را تشکیل می‌دهند. افزون بر این، رسانه‌ها به عنوان بخشی از ساختار نوین جامعه و یکی از دستگاه‌های فراگیر و گسترده در دسترس همگان، در تمامی کشورها نقش حساس و مهمی در زمینه‌های مختلف سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی ایفا می‌کنند (ماخارش^۹ و همکاران، ۲۰۲۲). یکی از نکات مهم در این زمینه که در پژوهش حاضر به آن پرداخته شده است، تعاملی است که ورزش و وحدت اجتماعی می‌تواند با یکدیگر داشته باشند. وحدت اجتماعی در لغت به معنای وحدت، وفاق و وفاداری است که ناشی از علایق، احساسات، همدلی و کنش‌های مشترک است (علی‌حسینی و همکاران، ۲۰۱۵). وحدت و یگانگی

5. Skey

6. Perreault & Bell

7. Razack & Joseph

8. Rojas-Torrijos & Ramon

9. Makharesh

1. Skille

2. Ongyerth

3. Broglio

4. Cooky

نقش اساسی در میزان تنش‌های اجتماعی-سیاسی در جهان عرب دارد. دیلنوزا^۷ (۲۰۲۳) نشان داد، ویژگی‌های اخلاقی قهرمانان ورزشی از طریق رسانه‌ها در سطح جامعه ترویج داده می‌شود و شکل‌گیری بسیاری از تحولات اجتماعی منشأ ورزشی دارد. آنتونویچ و بارتولوچی^۸ (۲۰۲۳) بیان کردند، پخش بازی‌های المپیک از طریق رسانه‌ها موجب ایجاد همدلی و روحیه ملی در کشورهای اروپایی می‌شود. منظمی و همکاران (۲۰۲۳) نشان دادند، با توجه به نقش صلح‌ساز فوتبال به‌عنوان پرتعدادترین رشته ورزشی در جهان، این رشته ورزشی در تقابل ایران و عربستان در منطقه خاورمیانه می‌تواند ابزاری برای همگرایی و به‌عنوان یکی از کدهای اساسی صلح‌ساز ژئوپلیتیک دو کشور باشد که با ماهیت نرم خود می‌تواند مسیری دیپلماتیک در بازآزمایی روابط دو کشور بگشاید. سادات مرتضوی و همکاران (۲۰۲۳) دریافتند، سه کد محوری شامل مرتبط با ورزش (عملکرد ورزشی، نتیجه مسابقه و لیژبونی ورزشکاران)، مرتبط با رفتار (رعایت اخلاق و رفتار با هواداران) و نمادها و ظواهر (دینی‌مذهبی، سرود و پرچم ایران، حرکات نمادین و پوشش بازیکنان) از مؤلفه‌های اصلی مؤثر بر ایجاد شادی ناخالص ملی براساس رخدادهای ورزشی از طریق صفحات مجازی است. محمدی و همکاران (۲۰۲۱) نشان دادند که یکی از پیامدهای کسب موفقیت ورزشی، افزایش وحدت ملی است، باترورث^۹ (۲۰۲۰) بیان کرد، خواندن سرود ملی در آغاز مسابقات ورزشی و پخش آن از رسانه‌ها، یکی از عوامل افزایش اتحاد ملی است. لیم^{۱۰} (۲۰۱۹) به این نتیجه رسید که پخش مسابقات ورزشی به افزایش اتحاد جوامع چندنژادی و وحدت ملی منجر می‌شود. قره و همکاران (۲۰۱۶) نیز نشان دادند که یکی از کارکردهای رسانه ملی در توسعه ورزش کشور، کارکرد انسجام اجتماعی است. مرور تحقیقات گذشته نشان می‌دهد، پژوهش‌هایی هرچند محدود در زمینه نقش ورزش در وحدت و انسجام اجتماعی انجام شده است که البته

اجتماعی از مهم‌ترین ایده‌ها و آرزوهایی است که انسان‌ها در جستجوی آن برآمدند و از همان بدو ظهور اسلام نیز با تکیه بر تعالیم روح‌بخش آسمانی مدنظر پیامبر (ص) بوده است. قرآن کریم نیز در زمینه این امر مهم، ارشادات و دستورهای متعددی را در خود جای داده است؛ به‌طوری‌که رسیدن به اتحاد اجتماعی آثار و نتایج ثمربخشی، همچون امنیت و آرامش، برچیده‌شدن سلطه بیگانگان و استعمارگران، حفظ استواری و استحکام و حفظ قدرت و جبروت را به دنبال خواهد داشت (شهرکی و همکاران، ۲۰۱۸).

آنچه امروز به‌عنوان رسالت اجتماعی بر دوش مجریان و نویسندگان ورزشی گذاشته شده است، حفظ اصالت‌ها، نقش فرهنگ، خودباوری و جانب‌داری نکردن از گروه یا جناح خاص در نوشته‌ها و اجرای برنامه‌های ورزشی است (نوگروهو^۱ و همکاران، ۲۰۲۲؛ ویمار^۲ و همکاران، ۲۰۲۲). مطبوعات، رادیو، تلویزیون و سایت‌ها می‌توانند در ورزش امروز جهان و ایران به‌عنوان عامل پیش‌برنده فرهنگی ورزشی معرفی شوند (کوئی و آنوراگ^۳، ۲۰۲۲). رسانه‌ها کارکردهای امنیتی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و فراملی دارند و گسترش و توسعه وسایل ارتباط جمعی به‌حدی است که انسان امروزی را می‌توان انسان رسانه‌ای و فرهنگ جدید را محصول تبلیغات وسایل ارتباط جمعی دانست (جانسن^۴ و همکاران، ۲۰۲۴). از سوی دیگر، ورزش به‌عنوان یکی از موضوعات فرهنگی، اجتماعی، عمومی و همگانی از اهمیت خاصی در جوامع، ادیان و مذاهب برخوردار است که رسانه‌های جمعی نقش مهمی در همگانی‌کردن وحدت اجتماعی و توسعه ورزش ایفا می‌کنند (آبل^۵ و همکاران، ۲۰۲۴).

بررسی ادبیات تحقیق نشان می‌دهد که در حوزه پژوهش حاضر، تحقیقاتی هرچند محدود در داخل و خارج از کشور انجام شده‌اند؛ به‌عنوان نمونه، جرار^۶ و همکاران (۲۰۲۴) دریافتند، محتوای رسانه‌های اجتماعی ورزشی

7. Dilnoza

8. Antunovic & Bartoluci

9. Butterworth

10. Lim

1. Nugroho

2. Weimar

3. Cui & Anurag

4. Johnson

5. Abell

6. Jarrar

توسعه‌یافته توسط آتراید-استرلینگ (۲۰۰۱) استفاده شد. آنچه شبکه مضامین عرضه می‌کند، نقش‌های شبیه تارنما به‌مثابه اصل سازمان‌دهنده و روش نمایش است. شبکه مضامین، براساس روندی مشخص، مضامین پایه (کدها و نکات کلیدی متن)، مضامین سازمان‌دهنده (مضامین به‌دست‌آمده از ترکیب و تلخیص مضامین پایه) و مضامین فراگیر (مضامین عالی دربرگیرنده اصول حاکم بر متن به مثابه کل) را نظام‌مند می‌کند؛ سپس این مضامین به‌صورت نقشه‌های شبکه تارنما رسم شده و مضامین برجسته هریک از این سه سطح همراه با روابط میان آن‌ها نشان داده می‌شود و از این طریق، مدل نهایی تحقیق به دست می‌آید (عابدی و جعفری، ۲۰۱۱).

در پژوهش حاضر، داده‌ها به صورت صوت و ابزار جمع‌آوری اطلاعات مصاحبه و تاکتیک تحلیل مضمون بود. در این پژوهش، از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با خبرگان، عوامل مؤثر بر تعامل ورزش قهرمانی و وحدت اجتماعی با تأکید بر رسانه‌های ورزشی شناسایی شد. برای بررسی روایی و پایایی ابزار تحقیق از چهار عنصر قابلیت اعتبار، قابلیت انتقال، قابلیت اتکا و قابلیت تأیید استفاده و تأیید شد. از نظر خبرگان تحلیل مضمون و همچنین بازبینی کدگذاری‌ها (پایایی باز آزمون) استفاده شد که میزان پایایی بازآزمون، ۰/۹۲ به دست آمد.

به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها روش تحلیل مضمون با رویکرد آتراید-استرلینگ (۲۰۰۱) به کار رفت؛ به این صورت که مصاحبه‌ها کدگذاری شدند و با توجه به کدهای به‌دست‌آمده از این مرحله، به‌ترتیب مضامین پایه، سازمان‌دهنده و فراگیر شناسایی شدند. درنهایت، مدل تعامل ورزش قهرمانی و وحدت اجتماعی با تأکید بر رسانه‌های ورزشی به دست آمد.

یافته‌های پژوهش

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی (سن، جنسیت، تحصیلات، سمت و سابقه فعالیت) مصاحبه‌شوندگان در جدول ۱ گزارش شده است.

بسیاری از این تحقیقات در زمینه ورزش‌های همگانی و تفریحی است، ولی در زمینه نقش وحدت اجتماعی در توسعه و موفقیت ورزشی چه در حوزه ورزش قهرمانی و چه در سایر حوزه‌ها، پژوهشی انجام نشده است.

به‌رغم اهمیت زیاد ورزش به ویژه ورزش قهرمانی، نقش رسانه‌ها در شرایط و تحولات اجتماعی و همچنین نقش میزان وحدت اجتماعی در تمامی حوزه‌ها و صنایع مختلف، تاکنون پژوهشی در زمینه تعامل بین ورزش قهرمانی و وحدت اجتماعی و نقش رسانه‌های ورزشی در این تعامل انجام نشده است؛ این در حالی است که هم عملکرد مناسب ورزش قهرمانی و هم رسیدن به وحدت اجتماعی قوی، از اهداف و دغدغه‌های اصلی هر جامعه‌ای، به‌ویژه جامعه امروزی ایران است؛ بر این اساس، پژوهش حاضر با هدف بررسی تعامل ورزش قهرمانی و وحدت اجتماعی با تأکید بر نقش رسانه‌های ورزشی انجام شد.

روش‌شناسی پژوهش

با توجه به پیاز پژوهش ساندرز^۱ و همکاران (۲۰۱۹)، تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی، از لحاظ نوع داده‌ها کیفی، از حیث روش گردآوری داده‌ها میدانی-کتابخانه‌ای و از نظر استراتژی از نوع تحلیل مضمون بود. مشارکت‌کنندگان در پژوهش حاضر، اعضای هیئت‌علمی و متخصصان در حوزه مدیریت ورزشی، رسانه‌ها و جامعه‌شناسی و مدیران و فعالان در حوزه رسانه‌های ورزشی بودند که به روش هدفمند و گلوله‌برفی انتخاب شدند. در پژوهش حاضر، خبرگان که با توجه به تخصص و زمینه فعالیت آن‌ها در زمینه مدیریت ورزشی، رسانه‌های ورزشی و جامعه‌شناسی انتخاب شدند، در روند مصاحبه عمیق نیمه‌ساختاریافته، شرکت داده شدند. تعداد مصاحبه‌شوندگان نیز بعد از انجام مصاحبه و رسیدن سازه‌های تحقیق به اشباع نظری مشخص شد که این امر مهم پس از مصاحبه با ۲۳ نفر حاصل شد.

در این پژوهش بعد از اجرای مصاحبه (اولین مرحله، تولیدکردن داده‌ها) بلافاصله محتوای آن نوشته شد و تجزیه‌وتحلیل شروع شد. در این پژوهش از شبکه مضامین

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان

Table 1. Demographic Characteristics of the Interviewees

ردیف	سن (سال)	جنسیت	تحصیلات	سمت	سابقه فعالیت (سال)
۱	۳۵	زن	دکتری	هیئت علمی مدیریت ورزشی	۴
۲	۴۶	مرد	دکتری	هیئت علمی مدیریت ورزشی	۱۱
۳	۵۱	زن	دکتری	هیئت علمی جامعه‌شناسی	۱۶
۴	۴۲	مرد	کارشناسی ارشد	مدیر حوزه رسانه ورزشی	۸
۵	۳۶	زن	کارشناسی ارشد	مدیر حوزه رسانه ورزشی	۵
۶	۵۵	زن	کارشناسی ارشد	مدیر حوزه رسانه ورزشی	۲۱
۷	۴۷	زن	دکتری	هیئت علمی مدیریت ورزشی	۱۰
۸	۴۲	مرد	دکتری	هیئت علمی مدیریت ورزشی	۹
۹	۴۱	مرد	دکتری	هیئت علمی جامعه‌شناسی	۶
۱۰	۴۰	مرد	دکتری	هیئت علمی جامعه‌شناسی	۷
۱۱	۴۹	مرد	دکتری	هیئت علمی مدیریت ورزشی	۱۲
۱۲	۳۸	مرد	کارشناسی ارشد	مدیر حوزه رسانه ورزشی	۵
۱۳	۵۶	مرد	دکتری	هیئت علمی مدیریت ورزشی	۲۱
۱۴	۵۲	زن	دکتری	هیئت علمی مدیریت ورزشی	۲۰
۱۵	۴۸	زن	دکتری	هیئت علمی مدیریت ورزشی	۱۵
۱۶	۴۳	مرد	دکتری	هیئت علمی مدیریت ورزشی	۱۰
۱۷	۴۴	مرد	دکتری	هیئت علمی جامعه‌شناسی	۱۰
۱۸	۴۶	مرد	دکتری	هیئت علمی جامعه‌شناسی	۱۲
۱۹	۴۷	مرد	دکتری	هیئت علمی مدیریت ورزشی	۱۱
۲۰	۳۷	مرد	دکتری	هیئت علمی مدیریت ورزشی	۵
۲۱	۳۶	مرد	کارشناسی ارشد	مدیر حوزه رسانه ورزشی	۵
۲۲	۴۱	زن	دکتری	هیئت علمی مدیریت ورزشی	۹
۲۳	۵۰	زن	دکتری	هیئت علمی مدیریت ورزشی	۱۷

به دست آمد. در مجموع، نتایج کدگذاری‌ها در ۷۱ مضمون پایه، ۲۳ مضمون سازمان‌دهنده و ۹ مضمون فراگیر به دست آمد. نتایج مربوط به کدگذاری‌ها و تجزیه و تحلیل‌های مصاحبه‌های انجام‌شده در جدول‌های ۲ و ۳ گزارش شده است. مضامین پایه مربوط به هریک از مضامین سازمان‌دهنده و مضامین فراگیر نیز مشخص شده‌اند که محصول نهایی این بخش، شناسایی الف. مؤلفه‌های اثرگذار ورزش قهرمانی بر وحدت اجتماعی با تأکید بر نقش رسانه‌های ورزشی (جدول ۲ و ب). مؤلفه‌های اثرگذار وحدت اجتماعی بر ورزش قهرمانی با تأکید بر نقش رسانه‌های ورزشی (جدول ۳) بود. در ادامه، مؤلفه‌های اثرگذار ورزش قهرمانی بر وحدت اجتماعی با تأکید بر نقش رسانه‌های ورزشی در جدول ۲ گزارش شده است.

در این بخش از پژوهش با استفاده از روش تحلیل مضمون با رویکرد آتراید-استرلینگ (۲۰۰۱) به تحلیل مصاحبه‌ها اقدام شد و از داده‌های خام مصاحبه‌شوندگان، مضامین پایه به دست آمد؛ برای نمونه، مصاحبه‌شونده شماره چهار عنوان کرد که «چون تیم‌های ورزشی در مسابقات سعی می‌کنند حمایت بیشتری از سوی جامعه داشته باشند، بنابراین ویژگی‌های خود را با مطالبات جامعه مطابقت می‌دهند». از این گفت‌وگو، مضمون پایه شکل‌گیری تیم‌های ورزشی قهرمانی مطابق با چارچوب مطالباتی کشور به دست آمد. مصاحبه‌شونده شماره هفت نیز بیان کرد که «رسانه‌های ورزشی روحیه ملی‌گرایی را از ورزش به اقشار مختلف جامعه به ویژه جوانان انتقال می‌دهند». از این گفت‌وگو نیز مضمون پایه انتقال روحیه ملی‌گرایی از ورزش به جامعه از طریق رسانه‌های ورزشی

جدول ۲. مؤلفه‌های اثرگذار ورزش قهرمانی بر وحدت اجتماعی با تأکید بر نقش رسانه‌های ورزشی**Table 2. The Effective Components of Athletics Sport on Social Unity with an Emphasis on the Role of Sports Media**

مضامین پایه	مضامین سازنده	مضامین فراگیر
تأثیر ستارگان ورزش قهرمانی بر سبک زندگی جامعه از طریق رسانه‌های ورزشی	قدرت نفوذ	الگو - بودن
تأثیر قهرمانان ورزشی بر الگوی رفتاری افراد جامعه از طریق رسانه‌های ورزشی		
تقلید و الهام‌گرفتن افراد از قهرمانان ورزشی نشان‌داده‌شده در رسانه‌های ورزشی		
تأثیر قهرمانان ورزشی بر شخصیت افراد به‌عنوان نمادهایی از شخصیت‌های موفق و قدرتمند		
قهرمانان ورزشی به‌عنوان الگوی فرهنگی جامعه در مسابقات ملی و بین‌المللی		
تأثیر قهرمانان ورزشی نمایش‌داده‌شده در رسانه ورزشی در افکار و گفتار و رفتار جامعه		
تمجید رسانه‌های ورزشی از احترام به داور و احترام به همدیگر در میادین و مسابقات ورزشی	تکریم ارزش و تقبیح بی‌ارزشی	الگو - بودن
تأثیر رسانه‌های ورزشی در تشویق یا بازداري افراد در نحوه رفتار		
ایجاد حس فداکاری در جامعه توسط ورزشکاران		
تأثیر ورزش قهرمانی بر افزایش مسئولیت‌های اجتماعی		
انتقال ارزش‌های فرهنگی مثبت و منفی از طریق رسانه‌های ورزشی در جامعه		
اخراج افراد بداخلاق و بی‌احترام نسبت به جامعه از رسانه‌ها و تیم‌های ورزشی		
آموزش و آگاهی‌دادن مسائل زیست‌محیطی به جامعه توسط سازمان‌ها و رسانه‌های ورزشی	وابسته‌سازی	الگو - بودن
ارزش‌گذاری باشگاه‌ها و رسانه‌های ورزشی به اخلاق‌مداری		
آموزش فرهنگ هواداری و مباحث اخلاقی به جامعه توسط قهرمانان		
ورزشی از طریق رسانه‌های خود		
ایجاد حس وابستگی توسط اهالی ورزش در بین جامعه		
تقلید جامعه از رفتار ورزشکارانی که به آن‌ها وابسته هستند		
ایجاد وحدت و روحیه ملی در جامعه ناشی از القای حس تعلق به تیم‌های ورزشی توسط رسانه‌های ورزشی	تقویت روحیه ملی	ایجاد همدلی
انتقال روحیه ملی‌گرایی از ورزش به جامعه از طریق رسانه‌های ورزشی		
نقش رسانه‌ها و تیم‌های ورزشی در ایجاد هم‌سویی در افراد جامعه کنار هم با هر عقیده، نژاد و تحصیلاتی		
تأثیر قهرمانان ورزشی بر انسجام اجتماعی از طریق رسانه‌های ورزشی		
تأثیر اهالی ورزش بر افزایش مشارکت اجتماعی از طریق رسانه‌های ورزشی		
قهرمانان ورزشی از طریق رسانه‌های ورزشی می‌توانند مردم را هم‌دل، یک‌دست و متحد کنند		
کاهش تنش‌های بین قومیتی و گرد هم آمدن همه آن‌ها جهت حمایت از تیم‌های ملی ورزش قهرمانی	افزایش اتحاد ملی	ایجاد همدلی
نقش رسانه‌های ورزشی در کاهش اختلافات سیاسی بین احزاب مختلف جهت حمایت از تیم‌های ورزشی کشور		
افزایش غرور ملی در بین مردم جامعه ناشی از کسب مدال‌ها و افتخارات قهرمانی در ورزش		
ترویج غرور ملی ناشی از قهرمانی‌های ورزشی در میادین بین‌المللی از سوی رسانه‌های ورزشی در کل جامعه		
ورزش قهرمانی، ویرترین ورزش کشور و مخاطب اصلی رسانه‌های ورزشی است		
ورزش قهرمانی، بیشترین درصد محتوای برنامه‌های رسانه‌های ورزشی را به خود اختصاص می‌دهد		
مواجهه‌بودن ورزش قهرمانی با قشر عظیمی از جامعه و رسانه‌ها	داشتن مخاطبان زیاد	فراگیر - بودن
وجود طرفداران زیاد ورزش قهرمانی که از طریق رسانه‌های ورزشی پیگیر رشته ورزشی مربوط هستند		

ادامه جدول ۲. مؤلفه‌های اثرگذار ورزش قهرمانی بر وحدت اجتماعی با تأکید بر نقش رسانه‌های ورزشی

مضامین پایه	مضامین سازنده	مضامین فراگیر
پیگیری مخاطبان از ورزش قهرمانی از طریق رسانه‌های ورزشی به دلیل دخیل بودن ورزش قهرمانی در توانایی‌های جسمانی ترویج نقش ورزش در بهبود سلامت جسمانی جامعه از طریق رسانه‌های ورزشی و تأثیر آن بر وحدت اجتماعی	بعد جسمانی	چندبعدی بودن
نقش رسانه‌های ورزشی در نحوه و میزان تأثیرگذاری عملکرد ورزش قهرمانی کشور پیر شرایط روحی-روانی جامعه رسانه‌های ورزشی می‌توانند یک عملکرد ثابت ورزش قهرمانی کشور را با تفاسیر و شیوه‌های متفاوت (خوب یا بد) تفسیر و به جامعه القا کنند تأثیر محتوای نمایش داده‌شده از ورزش قهرمانی در رسانه‌های ورزشی در روحیه و روان مردم نقش رسانه‌های ورزشی در انتقال شادی و ناراحتی جامعه با پیروزی و شکست تیم‌های ورزش قهرمانی	بعد روحی-روانی	
نقش رسانه‌ها و تیم‌های ورزشی در ایجاد حس نشاط و ارزشمندی در جامعه نقش رسانه‌ها در کاهش بزهکاری در بین مردم از طریق جذب آن‌ها به تماشای مسابقات ورزشی کاهش تمایل افراد جامعه به پرداختن به ناهنجاری به دلیل الگوبرداری از سیره قهرمانان ورزشی نشان داده‌شده در رسانه‌های ورزشی کاهش فرصت ناهنجاری برای مردم به‌ویژه قشر جوان با توجه به پرشدن اوقات تفریح آن‌ها با محتوای ورزشی	افزایش نشاط	عوامل اجتماعی
	کاهش ناهنجاری	

براساس نتایج جدول ۲، مؤلفه‌های اثرگذار ورزش قهرمانی بر وحدت اجتماعی با تأکید بر نقش رسانه‌های ورزشی شامل الگوبرداری (قدرت نفوذ، تکریم ارزش و تقبیح بی‌ارزش و وابسته‌سازی)، ایجاد همدلی (تقویت روحیه ملی، تقویت انسجام اجتماعی، افزایش اتحاد ملی و تقویت غرور ملی)، فراگیربودن (در معرض دید بودن و داشتن

مخاطبان زیاد)، چندبعدی بودن (بعد جسمانی و بعد روحی-روانی) و عوامل اجتماعی (افزایش نشاط و کاهش ناهنجاری) هستند. در جدول ۳، مؤلفه‌های اثرگذار وحدت اجتماعی بر ورزش قهرمانی با تأکید بر نقش رسانه‌های ورزشی ذکر شده است.

جدول ۳. مؤلفه‌های اثرگذار وحدت اجتماعی بر ورزش قهرمانی با تأکید بر نقش رسانه‌های ورزشی**Table 3. The Effective Components of Social Unity on Athletics Sport with an Emphasis on the Role of Sports Media**

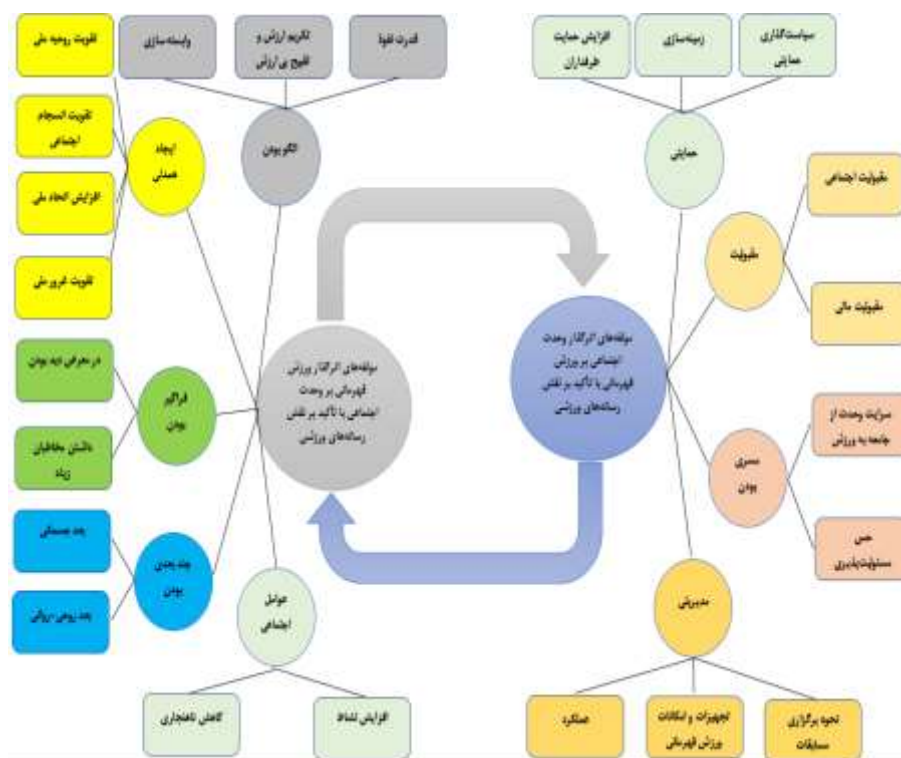
مضامین پایه	مضامین سازنده	مضامین فراگیر
حمایت بیشتر تیم‌های ورزشی از سوی طرفداران جامعه‌ای با وحدت اجتماعی قوی نقش رسانه‌های ورزشی در ترغیب حمایت جامعه‌ای با وحدت اجتماعی قوی از تیم‌های ورزشی در مسابقات ملی و بین‌المللی شکل‌گیری تیم‌های ورزشی قهرمانی مطابق با چارچوب مطالباتی کشور تأثیر شرایط امکانات و زیرساخت‌ها در جامعه بر عملکرد تیم‌های ورزشی در مسابقات ملی و بین‌المللی نقش رسانه‌های ورزشی در علاقه و گرایش جامعه به رشته ورزشی خاص نقش شرایط آب و هوایی بر عملکرد تیم‌های ورزشی خاص در مسابقات ملی و بین‌المللی متفاوت بودن تعامل بین ورزش قهرمانی و جامعه در جوامع مختلف با میزان وحدت اجتماعی متفاوت تأثیر شرایط سیاسی حاکم بر جامعه و نحوه نمایش آن در رسانه‌های ورزشی در نحوه تعامل وحدت اجتماعی و ورزش قهرمانی میزان استقلال رسانه‌های ورزشی در جامعه	افزایش حمایت طرفداران	حمایتی
	زمینه‌سازی	

ادامه جدول ۳. مؤلفه‌های اثرگذار وحدت اجتماعی بر ورزش قهرمانی با تأکید بر نقش رسانه‌های ورزشی

مضامین پایه	مضامین سازنده	مضامین فراگیر
میزان رضایت مردم جامعه از باشگاه‌ها و تیم‌های ورزشی در قبال پرداختن به مسائل اجتماعی از سوی اهالی ورزش قهرمانی در رسانه‌های ورزشی		
میزان تعصب افراد جامعه بر تیم‌های ورزشی و نقش تعیین‌کننده رسانه‌های ورزشی در میزان این تعصب		
تشویق رسانه‌های ورزشی جهت حمایت بیشتر مسئولان از تیم‌های ورزشی در حوزه ورزش قهرمانی که نقش مؤثری در ایجاد وحدت اجتماعی دارند	سیاست‌گذاری حمایتی	
تأثیر نمایش حمایت جامعه از ورزش قهرمانی در رسانه‌های ورزشی بر میزان حمایت مسئولان از ورزش قهرمانی		
موفقیت بیشتر تیم‌های ورزشی قهرمانی که خواستگاه اجتماعی دارند و در حوزه ایجاد وحدت اجتماعی نقش مؤثری دارند	مقبولیت اجتماعی	
پذیرفتنی‌بودن محتویات رسانه‌های ورزشی مربوط به ورزش قهرمانی در جامعه		
همسویی فعالیت‌های باشگاه‌های ورزشی قهرمانی با وحدت اجتماعی جامعه	مقبولیت	
مقبول‌بودن هزینه‌های مالی صرف‌شده در ورزش قهرمانی در رشته ورزشی خاصی که نقش مؤثری در وحدت اجتماعی جامعه دارد	مقبولیت مالی	
نقش رسانه‌های ورزشی در مقبول نشان دادن هزینه‌های صرف‌شده در ورزش قهرمانی به دلیل نقش آن‌ها در ایجاد وحدت اجتماعی		
رسانه‌های ورزشی به‌عنوان رابط برای انتقال وحدت اجتماعی جامعه به تیم‌های ورزشی در مسابقات ملی و بین‌المللی	سرایت وحدت از جامعه به ورزش	
تیم‌های ورزشی قهرمانی، چکیده‌ای از جامعه هستند که ویژگی‌های آن جامعه را در خود دارند		مسری‌بودن
نقش رسانه‌های ورزشی در ایجاد حس مسئولیت‌پذیری تیم‌های ورزشی در مسابقات نسبت به جامعه خود	حس مسئولیت‌پذیری	
افزایش حس مسئولیت‌پذیری ورزشکاران در جامعه‌ای که حمایت زیادی از سوی جامعه و رسانه‌ها می‌شوند		
افزایش استقبال از مسابقات ورزشی در جامعه‌ای با وحدت اجتماعی قوی و نقش رسانه‌های ورزشی در ترویج آن در کل جامعه	نحوه برگزاری مسابقات	
توجه بیشتر مسئولان به افزایش کیفیت برگزاری مسابقات ورزشی به دلیل استقبال زیاد جامعه و رسانه‌ها		
افزایش وحدت بین ارگان‌های دخیل در برگزاری مسابقات ورزشی		مدیریتی
تسهیل حمل‌ونقل به اماکن ورزش قهرمانی به دلیل پیگیری رسانه‌های ورزشی و قشر عظیم جامعه	تجهیزات و امکانات ورزش قهرمانی	
افزایش کمی و کیفی اماکن ورزش قهرمانی به‌منظور پاسخ‌گویی به مطالبات رسانه‌های ورزشی و مردم		
بهبود عملکرد ورزش قهرمانی ناشی از حمایت زیاد طرفداران و رسانه‌های ورزشی	عملکرد	
افزایش افتخارات و مدال‌های قهرمانی برای تیم‌های ملی		

مسابقات، تجهیزات و امکانات ورزش قهرمانی و عملکرد) هستند. در ادامه این بخش، با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از کدگذاری‌ها، مدل نهایی تحقیق با عنوان «مدل تعامل ورزش قهرمانی و وحدت اجتماعی با تأکید بر نقش رسانه‌های ورزشی» در شکل ۱ طراحی شد.

براساس نتایج جدول ۳، مؤلفه‌های اثرگذار وحدت اجتماعی بر ورزش قهرمانی با تأکید بر نقش رسانه‌های ورزشی شامل حمایتی (افزایش حمایت طرفداران، زمینه‌سازی و سیاست‌گذاری حمایتی)، مقبولیت (مقبولیت اجتماعی و مقبولیت مالی)، مسری‌بودن (سرایت وحدت از جامعه به ورزش و حس مسئولیت‌پذیری) و مدیریتی (نحوه برگزاری



شکل ۱. مدل تعامل ورزش قهرمانی و وحدت اجتماعی با تأکید بر نقش رسانه‌های ورزشی
Figure 1. The Interaction of Athletics Sport and Social Unity Model with Emphasis on the Role of Sports Media

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی تعامل ورزش قهرمانی و وحدت اجتماعی با تأکید بر نقش رسانه‌های ورزشی انجام شد. نتایج تحقیق نشان داد، مؤلفه‌های اثرگذار ورزش قهرمانی بر وحدت اجتماعی با تأکید بر نقش رسانه‌های ورزشی شامل الگو بودن، ایجاد همدلی، فراگیر بودن، چندبعدی بودن و عوامل اجتماعی هستند. این بخش از نتایج تحقیق با بخشی از نتایج پژوهش‌های جرار و همکاران (۲۰۲۴)، دینوزا (۲۰۲۳)، محمدی و همکاران (۲۰۲۱)، باترورث (۲۰۲۰) و لیم (۲۰۱۹) همسوست. جرار و همکاران (۲۰۲۴) نشان دادند، محتوای رسانه‌های اجتماعی ورزشی نقش اساسی در میزان تنش‌های اجتماعی-سیاسی در جهان عرب دارد، دینوزا (۲۰۲۳) دریافت، منشأ شکل‌گیری بسیاری از تحولات اجتماعی، ویژگی‌های اخلاقی قهرمانان ورزشی پخش‌شده از طریق رسانه‌ها است، محمدی و همکاران (۲۰۲۱) بیان کردند، یکی از پیامدهای کسب موفقیت ورزشی، افزایش وحدت ملی است. باترورث (۲۰۲۰) خواندن سرود ملی در آغاز

مسابقات ورزشی و پخش آن از رسانه‌ها را یکی از عوامل افزایش اتحاد ملی دانسته است. لیم (۲۰۱۹) نیز نشان داد که پخش مسابقات ورزشی به افزایش اتحاد جوامع چند نژادی و وحدت ملی منجر می‌شود.

در تبیین بخش اول نتایج تحقیق می‌توان بیان کرد که ورزش قهرمانی قدرت نفوذ زیادی در جامعه، به‌ویژه در میان قشر جوان دارد و با استفاده از این قدرت و همچنین تکریم ارزش و تقبیح بی‌ارزشی، نحوه برخورد با شرایط مختلف را به جامعه القا می‌کند. از طرف دیگر، با استفاده از قدرت وابسته‌سازی خود، بر جامعه آن‌طور که می‌خواهد تأثیر می‌گذارد. همچنین ورزش قهرمانی با گردآوری مردم از اقشار مختلف جامعه برای تماشای مسابقات و طرفداری از تیم‌های ورزشی در مسابقات داخلی و خارجی به تقویت روحیه ملی، انسجام اجتماعی و اتحاد ملی منجر شده و با کسب پیروزی‌های بین‌المللی موجب تقویت غرور ملی در جامعه می‌شود. از دیدگاهی دیگر می‌توان بیان کرد، از آنجاکه ورزش قهرمانی به‌ویژه در برخی رشته‌های ورزشی مانند فوتبال، کشتی، والیبال و... بیشتر در معرض

دید جامعه و رسانه‌های ملی و جهانی است. همچنین از آنجاکه از ابعاد مختلف جسمانی و روحی-روانی مخاطب خود را تحت تأثیر قرار می‌دهد، به راحتی موجب گردهم آمدن، وحدت و انسجام بخش گسترده‌ای از جامعه می‌شود؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود، مدیران و مسئولان برای افزایش هرچه بیشتر وحدت اجتماعی در جامعه، موجبات کسب موفقیت و توسعه ورزش قهرمانی را فراهم آورند تا بتوانند از طریق اهالی این بخش از ورزش به‌ویژه قهرمانان ورزشی، پیام‌های خود در زمینه افزایش وحدت، انسجام و همدلی اجتماعی به قشر گسترده‌ای از جامعه انتقال دهند.

افزون بر این، نتایج تحقیق نشان داد، مؤلفه‌های اثرگذار وحدت اجتماعی بر ورزش قهرمانی با تأکید بر نقش رسانه‌های ورزشی شامل حمایتی، مقبولیت، مسری بودن و مدیریتی هستند. تاکنون پژوهشی به‌طور مستقیم به نقش وحدت اجتماعی در ورزش قهرمانی نپرداخته است، ولی می‌توان بیان کرد که این بخش از نتایج تحقیق به‌نوعی با بخشی از نتایج پژوهش‌های آنتونیچ و بارتولوچی (۲۰۲۳)، منظمی و همکاران (۲۰۲۳)، سادات مرتضوی و همکاران (۲۰۲۳) و قره و همکاران (۲۰۱۶) هم‌راستا است. آنتونیچ و بارتولوچی (۲۰۲۳) نشان دادند، پخش بازی‌های المپیک از طریق رسانه‌ها موجب ایجاد همدلی و روحیه ملی در کشورهای اروپایی می‌شود. منظمی و همکاران (۲۰۲۳) ذکر کردند، فوتبال در تقابل ایران و عربستان در منطقه خاورمیانه می‌تواند ابزاری برای همگرایی باشد. سادات مرتضوی و همکاران (۲۰۲۳) بیان کردند، سه کد محوری شامل مرتبط با ورزش، مرتبط با رفتار و نمادها و ظواهر از مؤلفه‌های اصلی مؤثر بر ایجاد شادی ناخالص ملی بر اساس رخداد‌های ورزشی از طریق صفحات مجازی است. قره و همکاران (۲۰۱۶) نیز نشان دادند، یکی از کارکردهای رسانه ملی در توسعه ورزش کشور، کارکرد انسجام اجتماعی است.

بخش دوم نتایج تحقیق را این‌گونه می‌توان تبیین کرد که در جامعه‌ای که وحدت اجتماعی قوی دارد، تیم‌های ورزشی از سوی طرفداران جامعه بیشتر حمایت می‌شوند و اگر اهالی ورزش قهرمانی در رسانه‌های ورزشی بیشتر به مسائل اجتماعی بپردازند، رضایت مردم جامعه از باشگاه‌ها

و تیم‌های ورزشی نیز افزایش می‌یابد. همچنین تشویق رسانه‌های ورزشی برای حمایت بیشتر مسئولان از تیم‌های ورزشی در حوزه ورزش قهرمانی که نقش مؤثری در ایجاد وحدت اجتماعی دارند، بسیار اهمیت دارد. اگر این حمایت‌ها با همسویی فعالیت‌های باشگاه‌های ورزشی قهرمانی با وحدت اجتماعی جامعه همراه باشد، کسب موفقیت در ورزش قهرمانی دست‌یافتنی‌تر خواهد بود. رسانه‌های ورزشی همچنین می‌توانند نقش مؤثری در مقبول نشان دادن هزینه‌های صرف‌شده در ورزش قهرمانی به دلیل نقش آن‌ها در ایجاد وحدت اجتماعی داشته باشند. این امر در صورتی میسر خواهد بود که رسانه‌های ورزشی به‌عنوان رابط برای انتقال وحدت اجتماعی جامعه به تیم‌های ورزشی در مسابقات ملی و بین‌المللی عمل کنند. گفتنی است، در صورت موفقیت‌آمیز بودن این همسویی در وحدت، استقبال و حمایت از مسابقات ورزشی افزایش خواهد یافت، حمل‌ونقل به اماکن ورزش قهرمانی به دلیل پیگیری رسانه‌های ورزشی و قشر گسترده جامعه بهبود خواهد یافت، عملکرد ورزش قهرمانی ناشی از حمایت زیاد طرفداران و رسانه‌های ورزشی بیشتر خواهد شد و افتخارات و مدال‌های قهرمانی برای تیم‌های ملی نیز افزایش می‌یابد؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود، مدیران و مسئولین مربوط برای افزایش موفقیت در ورزش قهرمانی، بستر رسانه‌ای مناسبی را فراهم کنند که ارتباط مناسبی بین جامعه و ورزش قهرمانی برقرار کند تا بتواند حمایت‌های موردنیاز برای ورزش قهرمانی از سوی جامعه را به دست آورد.

به‌طور کلی، براساس نتایج تحقیق می‌توان نتیجه‌گیری کرد که ورزش قهرمانی و وحدت اجتماعی همواره در تعامل با یکدیگر هستند و از جهات مختلفی بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند؛ از این‌رو می‌توان با توجه و دقت به مؤلفه‌های مؤثر در این تعامل که در پژوهش حاضر شناسایی شدند، موجبات کسب موفقیت در هر دو جنبه ورزش قهرمانی و وحدت اجتماعی را فراهم کرد.

پژوهش حاضر همانند سایر پژوهش‌ها با محدودیت مواجه بود که تمایل نداشتن برخی از خبرگان به‌ویژه در حوزه جامعه‌شناسی برای شرکت در مصاحبه‌ها، مهم‌ترین

ایران پرداخته شد؛ بنابراین تعمیم نتایج این پژوهش به سایر حوزه‌های ورزشی مانند ورزش همگانی یا تربیتی و همچنین جوامع دیگر (مانند کشورهای خارجی) همراه با محدودیت خواهد بود؛ از این رو پیشنهاد می‌شود، پژوهشگران آینده به انجام دادن پژوهش‌های مشابه در سایر حوزه‌های ورزشی مانند ورزش همگانی و تربیتی اقدام کنند.

محدودیت بود که روند گردآوری داده‌ها را زمان‌بر و مشکل کرد؛ بر این اساس، پیشنهاد می‌شود، پژوهشگران آینده در صورت امکان با جذب حمایت سازمان‌های دخیل در ورزش قهرمانی و وحدت اجتماعی، فرایند دسترسی به خبرگان بیشتر را فراهم کنند. محدودیت دیگر پژوهش حاضر، به تعمیم نتایج مربوط است. در پژوهش حاضر به بررسی تعامل بین ورزش قهرمانی و وحدت اجتماعی در

References

- Abedi Ja'fari, H., Taslimi, M. S., Faghihi, A., & Sheikhzade, M. (2011). Thematic analysis and thematic networks: A simple and efficient method for exploring patterns embedded in qualitative data municipalities. *Strategic Management Thought*, 5(2), 151-198. (In Persian) <https://doi.org/10.30497/smt.2011.163>
- Abell, L., Buglass, S. L., Betts, L. R., & Morohunfolo, T. (2024). It's all part of the culture: undergraduate students' experiences of banter in university sports clubs and societies. *Current Psychology*, 43(10), 8727-8739. <https://doi.org/10.1007/s12144-023-05026-w>
- Alihosseini, A., Mahdian, H., & Rabeienia, B. (2015). Investigating the influence of the military training course in the Army's 01 center on social solidarity indicators. *Strategic Research on Social Problems*, 4(2), 101-112. (In Persian) <https://dori.net/dor/20.1001.1.23221453.1394.4.2.6.6>
- Antunovic, D., & Bartoluci, S. (2023). Sport, gender, and national interest during the Olympics: A comparative analysis of media representations in Central and Eastern Europe. *International Review for the Sociology of Sport*, 58(1), 167-187. <https://doi.org/10.1177/10126902221095686>
- Attride-Stirling, J. (2001). Thematic networks: an analytic tool for qualitative research. *Qualitative Research*, 1(3), 385-405. <https://doi.org/10.1177/146879410100100307b>
- Broglio, S. P., McAllister, T., Katz, B. P., LaPradd, M., Zhou, W., & McCrea, M. A. (2022). The natural history of sport-related concussion in collegiate athletes: findings from the NCAA-DoD CARE Consortium. *Sports Medicine*, 52(2), 403-415. <https://doi.org/10.1007/s40279-021-01541-7>
- Butterworth, M. L. (2020). Sport and the quest for unity: How the logic of consensus undermines democratic culture. *Communication & Sport*, 8(4-5), 452-472. <https://doi.org/10.1177/2167479519900160>
- Cooky, C., Council, L. D., Mears, M. A., & Messner, M. A. (2021). One and done: The long eclipse of women's televised sports, 1989-2019. *Communication & Sport*, 9(3), 347-371. <https://doi.org/10.1177/21674795211003524>
- Cui, S. L., & Anurag, K. (2022). An improved online folk sports culture exchange model based on multimedia data analysis and edge computing. *Mobile Information Systems*, 2022(1), 1642988. <https://doi.org/10.1155/2022/1642988>
- Dilnoza, Y. (2023). Sports, culture and society. *American Journal of Social Sciences and Humanity Research*, 3(11), 152-163. <https://doi.org/10.37547/ajsshr/Volume03Issue11-17>
- Ghareh, M A., Safari, M., Nayeri, S. (2016). Reconstruction of the functions of national media for the development of recreational sports: strategies and guidelines. *Research in Sports Management and Movement Behavior (JRSM)*, 6(11), 63-76. (In Persian) <http://jrsm.khu.ac.ir/article-1-2379-en.html>
- Giahshenas Bon Bazari, J., Saee, A., Zibakalam, S., & Malekmohammadi, H. (2021). Sports policy-making in Iran emphasizing multiple decision making referential. *Public Policy in Administration*, 11(40), 29-48. (In Persian) <https://doi.org/10.22084/smms.2020.20892.2512>
- Jarrar, S. N. M., Hamza, W. I. A. M., & Eltorpany, A. E. A. (2024). The impact of social media on the sports field in the Arab world. *Educational Administration: Theory and Practice*, 30(5), 5469-5478. <http://www.kuey.net/index.php/kuey/article/view/3797>
- Johnson, R. G., Al-khateeb, S., Forbes, A., & Cupido, K. (2024). Targeted social media harassment: A comparative analysis of toxicity directed at men and women sports

- reporters. *Communication & Sport*, 12(3), 443-465. <https://doi.org/10.1177/21674795231213330>
- Lim, W. M. (2019). Spectator sports and its role in the social marketing of national unity: Insights from a multiracial country. *Journal of Leisure Research*, 50(3), 260-284. <https://doi.org/10.1080/00222216.2019.1590139>
- Makharesh, A. O., Alharethi, M., & Campbell, C. (2022). Ideologies and stereotypes of Arab culture in the media: An analysis of coke's 2013 super bowl commercial. *Journal of Management Information & Decision Sciences*, 25(3), 1-10. https://aquila.usm.edu/fac_pubs/20227
- Mohamadi Jameh, H., Bahrami, S., Ghasemi, H., & Eydi, H. (2021). Gaining international prestige through sporting success: Foundation theory approach. *Communication Management in Sport Media*. (In Persian) <https://doi.org/10.30473/jsm.2021.59202.1539>
- Monazzami, A., Shariati Feizabadi, M., & Ranjbar, S. (2023). Anti-diplomacy of football in the Middle East: The geopolitical challenge of Iran and Saudi Arabia. *Communication Management in Sport Media*, 10(4), 15-28. (In Persian) <https://doi.org/10.30473/jsm.2022.61972.1585>
- Mortazavi, S. S., Bagheri Ragheb, G., Alidost Ghahfarokhi, E., & Saberi, A. (2023). Designing a gross national happiness model based on sports events through virtual pages. *Communication Management in Sport Media*. (In Persian) <https://doi.org/10.30473/jsm.2023.67750.1746>
- Nugroho, S., Sumarjo, S., Nasrulloh, A., & Pratama, K. W. (2022). Impact of e-sport games on the character building and sports culture. *Journal Keolahragaan*, 10(1), 91-100. <http://dx.doi.org/10.21831/jk.v10i1.48310>
- Ongyerth, J. (2023). *Implementation of social sustainability regarding Youth at the European Championships Munich 2022* (Master's thesis). University of Peloponnese. <http://dx.doi.org/10.26263/amitos-909>
- Perreault, G., & Bell, T. R. (2022). Towards a “digital” sports journalism: Field theory, changing boundaries and evolving technologies. *Communication & Sport*, 10(3), 398-416. <https://doi.org/10.1177/2167479520979958>
- Razack, S., & Joseph, J. (2021). Misogynoir in women's sport media: Race, nation, and diaspora in the representation of Naomi Osaka. *Media, Culture & Society*, 43(2), 291-308. <https://doi.org/10.1177/0163443720960919>
- Rojas-Torrijos, J. L., & Ramon, X. (2021). Exploring agenda diversity in European public service media sports desks: A comparative study of underrepresented disciplines, sportswomen and disabled athletes' coverage on Twitter. *Journalism Studies*, 22(2), 225-242. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1809497>
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). Understanding research philosophy and approaches to theory development. In *Research methods for business students* (pp. 128-171). England: Pearson Education. <https://www.researchgate.net/publication/330760964>
- Shahraki, G. (2018). Fields of solidarity, its factors and formation strategies from Quran's point of view. *Quarterly Sabzevaran Fadak*, 9(33), 49-72. (In Persian) <https://sanad.iau.ir/Journal/qsaf/Article/853549>
- Skey, M. (2023). Sportswashing: Media headline or analytic concept? *International Review for the Sociology of Sport*, 58(5), 749-764. <https://doi.org/10.1177/10126902221136086>
- Skille, E. Å., Lehtonen, K., & Fahlén, J. (2023). The politics of organizing indigenous sport—cross-border and cross-sectoral complexity. *European Sport Management Quarterly*, 23(2), 526-543. <https://doi.org/10.1080/16184742.2021.1892161>
- Weimar, D., Holthoff, L. C., & Biscaia, R. (2022). When sponsorship causes anger: Understanding negative fan reactions to postings on sports clubs' online social media channels. *European Sport Management Quarterly*, 22(3), 335-357. <https://doi.org/10.1080/16184742.2020.1786593>
- Yousefian, J. (2022). Challenges to develop sport for all, professional and vocational, women's and educational sports in Yazd province. *Strategic Studies on Youth and Sports*, 20(54), 171-192. (In Persian) <https://doi.org/10.22034/ssys.2022.480>