

Communication Management in Sports Media

ORIGINAL ARTICLE

Open
Access

Designing a Paradigm Model of Media Transparency in Creating and Developing Good Governance in Iranian Sports

Bahareh Nekoonam*¹ , Abolfazl Farahani² 

1. Ph.D. in Sports Management, Department of Sports Management, Payame Noor University, Tehran, Iran.

2. Prof. in Department of Sport Management, Payame Noor, Tehran, Iran.

Correspondence

Author's Name: Bahareh nekoonam
Email:

nekoonambahar@student.pnu.ac.ir

How to cite

Nekoonam, B., & Farahani, A. (2024). Designing a paradigm model of media transparency in creating and developing good governance in Iranian sports. *Communication Management in Sport Media*, 11(3), 1-18. doi: 10.30473/jsm.2022.64937.1649

ABSTRACT

The purpose of this study is to design a paradigm Pattern of media transparency for creating and developing good governance in Iranian sports. The research method in terms of strategy is qualitative and exploratory, with an applied-developmental goal which is from the grounded theory method as outlined by Strauss and Corbin. Data collection was conducted through semi-structured interviews, supplemented by open, axial, and selective coding worksheets developed by the researcher. The validity of the findings was confirmed by members of the research group, while reliability was assessed using the Pi-Scott criterion, yielding a coefficient of agreement between coders of 0.96. The statistical population of the research was the managers and experts the study's statistical population comprised managers and experts in sports management, communication, and sports media. Theoretical sampling was employed, achieving theoretical saturation after interviewing 24 participants. Analysis was conducted over five rounds of interviews, leading to a theoretical consensus on the categories of the phenomenon, which included central concepts, causal conditions, contextual conditions, intervening conditions, strategies, and consequences. The qualitative results were organized into 41 categories, 195 conceptual codes, and 267 items across six dimensions of the paradigm model within the country's sports system. Based on these findings, the antecedents and outcomes of the media transparency model are deemed useful and practical for the creation and development of good governance in Iranian sports. Consequently, advancing good governance in sports necessitates structural, strategic, managerial, and professional reforms in media transparency.

KEYWORDS

Paradigm Pattern, Media Transparency, Good Governance, Development, Iranian Sports.

Extended Abstract

Introduction

Identifying the dimensions of media transparency has a bold role in creating communication within civil and international society and is regarded as a key indicator of effective cooperation. Consequently, this research aims to design a paradigmatic model of media transparency that contributes to the creation and development of good governance in Iranian sports.

Methods

The research employs a qualitative and exploratory strategy, utilizing an applied-developmental approach based on the grounded theory method as outlined by Strauss and Corbin (1998). This study involves semi-structured interviews conducted until theoretical saturation and consensus are achieved. It adopts a sequential and exploratory mixed-methods strategy, integrating both quantitative and qualitative approaches.

The researcher employs inductive and exploratory methods to identify and design a qualitative model for enhancing media transparency in the creation and development of good governance in Iranian sports. This is achieved through open coding, axial coding, and selective coding of semi-structured interviews with researchers and university professors specializing in sports management, communication, and media activism. The Delphi interview technique is utilized to identify issues and problems, including causal conditions, contextual conditions, intervening conditions, strategies, and consequences.

The development of the media transparency model aims to promote good governance in Iranian sports. The research community comprises all activists and academic experts in media and communication, owners of virtual sports media, faculty members from physical education and sports science departments, managers of sports organizations, and researchers focused on governance and media in Iran. The qualitative sample size consisted of 24 participants, selected purposefully and theoretically, until theoretical saturation was reached through semi-structured Delphi interviews.

Results

Finally, after many reviews and consultations with supervisors and several other professors, the categories were determined in the form of 45 categories, 195 conceptual codes, 267 items (measures), and in the heart of the 6 dimensions of the paradigm model in the form of factors. Causal (9 categories, 54 items, and 23 concepts), the central phenomenon: the model of media transparency in the creation and development of good governance in Iranian sports, (4 categories, 21 items, and 14 concepts), strategies (7 categories, 51 items, and 45 concepts), background conditions (5 categories, 36 items, and 27 concepts), intervening or mediating conditions (7 categories, 55 items, and 44 concepts), and consequences (9 categories, 50 items, and 42 concepts)

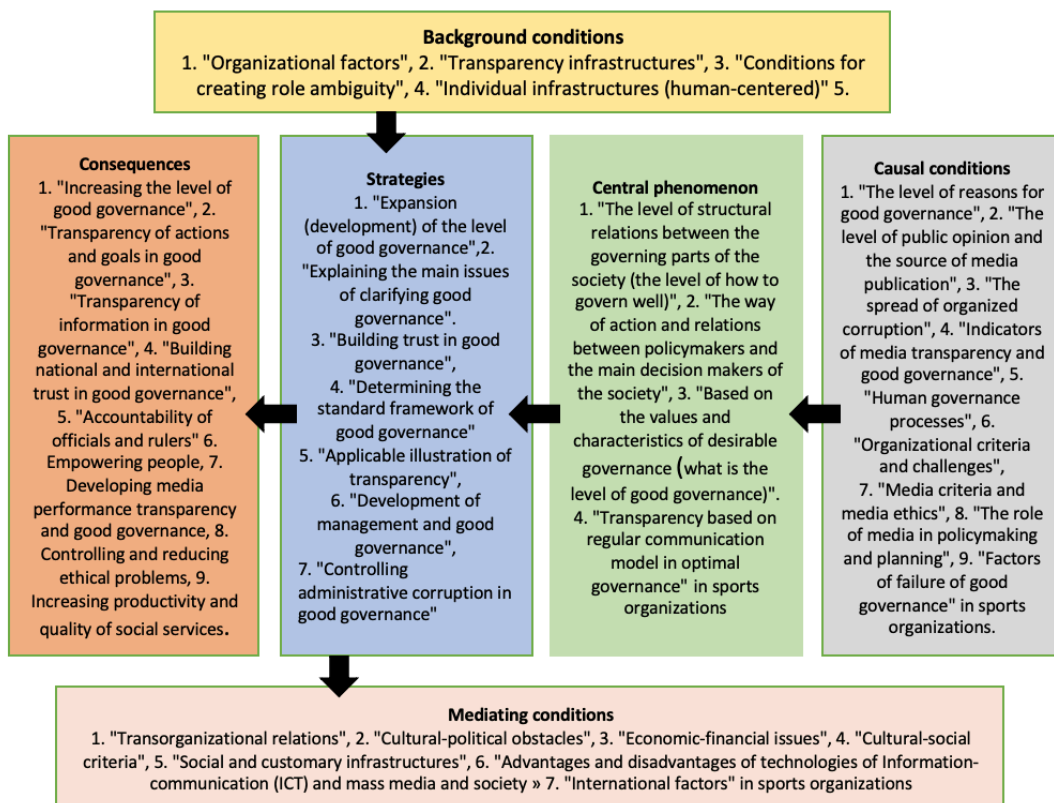


Figure 1. Proposed Model (Paradigm Model) for "Media Transparency Model in Creating and Developing Good Governance in Iranian Sports"

Conclusion

The findings of this research indicate that the implementation of strategies derived from the research model will foster the development of several dimensions, including "socio-cultural consequences," "professional consequences," "mentoring role development consequences," and "economic and marketing consequences within the food industry." These dimensions will contribute to media transparency and the advancement of good governance in Iranian sports.

Therefore, it is recommended that managers and policymakers of Iranian sports organizations pay close attention to the causal, contextual, and intervening conditions identified in the qualitative research, as well as the results of the adjusted quantitative tests. By implementing appropriate operational plans to execute the strategies derived from this research, they should strive to maximize the aforementioned consequences while also modifying any processes that hinder these outcomes.

KEYWORDS

Paradigm Pattern, Media Transparency, Good Governance, Development, Iranian Sports.

Ethical Considerations:**Compliance with ethical guidelines**

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

Funding

The authors state no funding involved.

Conflict of Interest

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

Acknowledgment


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

نشریه علمی

مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی

«مقاله پژوهشی»

طراحی الگوی پارادایمی شفافیت رسانه‌ای بر ایجاد و توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران

بهاره نکونام^{۱*}، ابوالفضل فراهانی^۲ 

چکیده

هدف پژوهش حاضر، طراحی الگوی پارادایمی شفافیت رسانه‌ای بر ایجاد و توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران بود. روش پژوهش از نظر راهبرد، کیفی و اکتشافی بود که به روش گراند تئوری با رویکرد اشتراوس و کوربین و با هدف کاربردی-توسعه‌ای انجام شد. ابزار پژوهش، مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته و برگه‌های کدگذاری باز، محوری و انتخابی محقق ساخته بود که روایی آن توسط اعضای گروه پژوهش تأیید و پایایی آن با معیار پی اسکات ۰/۹۶ محاسبه شد. جامعه آماری پژوهش، مدیران و خبرگان مدیریت ورزشی، ارتباطات و رسانه‌های ورزشی بودند که با کمک نمونه‌گیری به روش نظری وارد پژوهش شدند. طی مصاحبه با نفر بیست و چهارم، اشباع نظری حاصل شد و تجزیه و تحلیل طی پنج دور مصاحبه تا رسیدن به اجماع نظری در مقوله‌های پدیده مرکزی، شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها انجام شد. نتایج کیفی پژوهش در قالب ۴۱ مقوله، ۱۹۵ کد مفهومی و ۲۶۷ گویه در ابعاد شش‌گانه الگوی پارادایمی در نظام ورزش کشور جای گرفت. براساس نتایج کیفی پژوهش، پیشایندها و برایندهای الگوی شفافیت رسانه‌ای در ایجاد و توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران می‌تواند مفید و کاربردی باشند؛ در نتیجه توسعه حکمرانی خوب در ورزش مستلزم اصلاحات ساختاری، راهبردی، مدیریتی و حرفه‌ای در شفافیت رسانه‌ای است.

واژه‌های کلیدی

الگوی پارادایمی، شفافیت رسانه‌ای، حکمرانی خوب، توسعه، ورزش ایران.

۱. دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.
۲. استاد، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

نویسنده مسئول:

بهاره نکونام

رایانامه:

nekoonambahar@student.pnu.ac.ir

استناد به این مقاله:

نکونام، بهاره؛ و فراهانی، ابوالفضل. (۱۴۰۳). طراحی الگوی پارادایمی شفافیت رسانه‌ای بر ایجاد و توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران. فصلنامه علمی مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۱۱ (۳)، ۱-۱۸. doi: 10.30473/jsm.2022.64937.1649

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

مقدمه

استقبال بی‌سابقه جامعه از ورزش شده است. از سوی دیگر می‌توان گفت که ورزش، رسانه‌های جمعی را نیز به‌طور کاملاً فزاینده‌ای در خدمت گرفته است. ورزش و رسانه‌ها از لحاظ مختلف ویژگی‌های مشترکی دارند: اول اینکه هر دوی آن‌ها به پدیده‌ها و موضوع‌های جهانی تبدیل شده‌اند؛ دوم اینکه از صنایع روبه‌رشد و سودآور محسوب می‌شوند؛ سوم اینکه با در نظر گرفتن ورزش و رسانه به معنای امروزی، هر دو از پدیده‌های مربوط به قرن اخیر هستند؛ چهارم اینکه هر دو دارای ابعاد گسترده و متنوع اجتماعی، فرهنگی و سیاسی هستند (زارع، ۲۰۱۳).

شفافیت، اولین خط دفاعی در برابر فساد است (قرارداد جهانی ملل متحد و شفافیت بین‌الملل^۲، ۲۰۰۹: ۲). درجه بهینه شفافیت تابعی از اندازه سازمان است؛ زیرا به‌عنوان مثال داشتن افشای اطلاعات کامل‌تر از فدراسیونی با درآمد سالانه ۱٫۴ میلیارد یورو از یک فدراسیون با درآمد سالانه ۸ تا ۷ میلیون یورو، مهم‌تر (و عملی‌تر) است. باید حداقل شرایطی باشد که همه فدراسیون‌ها بتوانند از آن پیروی کنند و مهم‌تر از آن، شفافیت بیشتر به اندازه سازمان بستگی دارد (همین اصل در سایر استانداردهای حاکمیت نیز اجراشده است).

یکی از مفاهیمی که طی سال‌های اخیر در راستای توسعه پایدار مطرح شده است، مفهوم حکمرانی خوب است. در حکمرانی خوب، بر دستیابی به توسعه پایدار انسانی، کاهش فقر، اشتغال‌زایی، رفاه پایدار، حفاظت از محیط‌زیست، رشد و توسعه زنان تأکید شده است (بیچاک^۳ و همکاران، ۲۰۱۳: ۳۲۸). از اواخر دهه ۱۹۸۰ میلادی، این اصطلاح وارد ادبیات سیاست و مدیریت شد و امروزه یکی از مباحث اساسی در ارزیابی کشورها در عرصه جهانی به شمار می‌رود. از دیدگاه انستیتوی حکمرانی اوتاوا، حکمرانی رویه‌ای است که تعیین می‌کند چگونه باید قدرت اعمال شود، چگونه شهروندان حق مشارکت و اعتراض دارند و چگونه تصمیمات در زمینه مباحث عمومی اتخاذ می‌شوند. حکمرانی خوب، در عمل می‌کوشد تا شاخص‌هایی را برای تشخیص درجه خوبی حکمرانی یک جامعه تعیین کرده و این شاخص‌ها را از طریق مجموعه‌ای نامگر سنجش‌پذیر کند. حکمرانی به این مطلب اشاره دارد که سازمان‌ها چطور اداره، کنترل و هدایت می‌شوند. حکمرانی در ورزش شامل سازمان‌ها، سیستم‌ها و چشم‌اندازهای سیاسی می‌شود (بویر^۴، ۲۰۱۱).

کدهای حکمرانی خوب (GGC^۵) در ورزش به بخشی از مشخصات سازمان‌های ورزشی ملی و بین‌المللی تبدیل شده است. انتشار GGC در ورزش با فشارهای اجباری، هنجاری و تقلیدی اعمال شده توسط سازمان‌های بین‌دولتی، دولتی و غیردولتی ترویج شده است (جریت^۶، ۲۰۲۱؛ گیرگینوف^۷، ۲۰۲۱؛ جک^۸، ۲۰۱۸). دو عامل اصلی انتشار

امروزه یکی از مهم‌ترین زیربناهای ساختار ارتباطی و اطلاعاتی دنیا بر عهده رسانه‌ها است و در دنیای کنونی به دلیل پیچیدگی‌های اجتماعی و اهمیت نقش رسانه‌ها، کاربرد این وسیله در زمینه‌های فرهنگی، اقتصادی و سیاسی بیش‌ازپیش شده است. روابط موجود میان دولت‌ها-ملت‌ها در هیچ مقطعی از تاریخ به اندازه دوران معاصر نبوده است؛ چنانچه می‌توان گفت یکی از مهم‌ترین عوامل در سیاسی‌شدن جوامع، گسترش وسایل ارتباط جمعی، رسانه‌ها، است. اولین و مهم‌ترین کارکرد رسانه‌ها ارائه اطلاعات است که منطبق بر واقعیات امور عمومی بوده و از این طریق زمینه‌ساز برای نقد و گسترش فرهنگ انتقادی است. نقد عملکردها، سیاست‌ها و تصمیمات و گاه به چالش کشیدن بعضی ارزش‌های سیاسی، از کارکردهایی است که رسانه‌ها دارند (صالحی، ۲۰۰۷: ۱۱). دراصل، اطلاع‌رسانی به‌موقع و معتبر یکی از مهم‌ترین رسالت‌های رسانه‌ها تعریف شده است؛ بر این اساس، تصور افراد جامعه آن است که این مهم در تمامی مراحل و برهه‌ها مدنظر قرار گیرد. از این منظر، نقش رسانه‌ها در استوارکردن توسعه سیاسی، آزادی بیان، مردم‌سالاری و... امری مسلم و اجتناب‌ناپذیر است و میزان پیشرفت فرهنگی و سیاسی هر ملت عمدتاً با نحوه و میزان حضور رسانه‌ها در عرصه عمومی مقایسه و سنجیده می‌شود (آقایی، ۲۰۰۲: ۱۸۸). رسانه نقش بسیار مهمی در توسعه و بهبود و رشد همه‌جانبه مادی و معنوی زندگی اجتماعی و بالابردن سطح زندگی و مشارکت در برآوردن احتیاجات جامعه از جمله امنیت، عدالت اجتماعی، آزادی و مشارکت دارند. آن‌ها می‌توانند با فراهم کردن اطلاعات لازم، ایجاد انگیزه در مردم، آموزش و فرهنگ‌سازی، معرفی نوآوری‌ها، زمینه‌ساز تحقق شاخص‌هایی نظیر مشارکت، پاسخ‌گویی، برابری، عدالت و شفافیت باشند که همه این‌ها جزو شاخص‌های حکمرانی خوب محسوب می‌شوند. از سوی دیگر، کارایی و اثربخشی دولت در گرو وجود تعامل بین بخش‌های اجتماعی است که رسانه‌ها می‌توانند زمینه آن‌ها را فراهم کنند.

رسانه‌های جمعی می‌توانند نقش مؤثری در افزایش آگاهی عمومی و گسترش ایده‌های جدید داشته باشند (سیانفرون^۱ و همکاران، ۲۰۰۶: ۳۲۲). در این بین، رسانه‌های گروهی عامل بسیار مهم و مؤثری در شکل‌گیری ارزش‌های اجتماعی و توسعه ورزش در پیشرفت و بهبود وضعیت کشور هستند. رسانه‌ها در عصر جدید از جمله عوامل تفکیک‌نشده زندگی روزمره هستند (مرادی و همکاران، ۲۰۱۸: ۱۶۷). بهره‌گیری ورزش از رسانه‌های جمعی به‌ویژه تلویزیون، سبب

5. Codes of good governance

6. Geeraert

7. Girginov

8. Jack

1. Cianfrone

2. Global Contract of the United Nations and Transparency International

3. Bebhuck

4. Bevir

GGC در ورزش، کارایی و مشروعیت هستند (تاکون و والترز، ۲۰۲۱).

برای مثال، بانک جهانی^۲ (۲۰۱۲) به‌عنوان یک نهاد بین‌المللی، شاخص‌های حکمرانی را به شش مؤلفه حق اظهارنظر و پاسخ‌گویی، ثبات سیاسی و مقابله با خشونت، اثربخشی دولت، کیفیت مقررات، قانون‌مداری و کنترل فساد تقسیم کرده است (به نقل از محمودی و رونقی، ۲۰۱۳: ۶۱). برنامه توسعه سازمان ملل متحد^۳ (۲۰۱۰) نیز در حوزه حکمرانی خوب فعالیت‌های متعددی را انجام داده و هشت شاخص مشارکت، حاکمیت قانون، شفافیت، مسئولیت‌پذیری، اجماع‌محوری، عدالت، حق اظهارنظر، کارایی و اثربخشی را معرفی کرده است. شاخص‌های ارائه‌شده توسط این دو نهاد تاحدودی همپوشانی دارند و در اغلب مدل‌های حکمرانی در اقتصاد، سیاست و مدیریت به‌عنوان مرجع اصلی در بررسی حکمرانی استفاده شده‌اند، اما به نظر می‌رسد که در حوزه ورزش این کدها باید به‌طور ویژه‌ای تعریف شوند؛ زیرا از یک سو، سازمان‌ها و فدراسیون‌های ورزشی ویژگی‌های منحصربه‌فردی دارند؛ به‌طوری‌که می‌توان گفت آن‌ها ویژگی هر دو نوع سازمان دولتی و غیردولتی را تاحدودی دارند. مشخص است که فدراسیون‌های ورزشی به لحاظ ساختاری غیرانتفاعی، اما مبتنی بر ارائه خدمات هستند (فیلیپس^۴، ۲۰۱۱). از سوی دیگر، فدراسیون‌های ورزشی برخلاف اغلب صنایع و شرکت‌ها، زیر ذره‌بین رسانه‌ها قرار دارند؛ بنابراین کدهایی که برای حکمرانی خوب در سازمان‌های دولتی و غیردولتی پیشنهاد شده‌اند، به‌طور کامل برای سازمان‌های ورزشی اجراشدنی نیستند. علاوه بر این، در سال‌های اخیر، رسوایی‌ها در ورزش آنقدر زیاد بوده است که به اعتبار ورزش و سازمان‌های ورزشی بنیادین تردید وارد کرده و اعتماد به ورزش را به‌عنوان یک اهرم مثبت ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی در جوامع دموکراتیک زیر سؤال برده است. شرکت‌کنندگان در کنفرانس انجام بازی^۵ (۲۰۱۱) شامل کارشناسانی از بیش از چهل کشور دنیا، بر این مسئله تأکید داشتند که مشکلات در زمینه سوءمدیریت و افزایش فساد در ورزش در حال گسترش است، اعتبار ورزش به‌طور اساسی در خطر است، نقش ورزش به‌عنوان یک محرک مثبت در جوامع کاهش یافته است و قوانین موجود، سازوکارها و سازمان‌های ورزشی در اجرا و ارتقای حکمرانی خوب به اندازه کافی کارآمد نیستند؛ در نتیجه مفهوم حکمرانی و نیاز به ارتقای آن موضوع در دستور جلسات بسیاری از سازمان‌های ورزشی و ذی‌نفعان آن‌ها قرار گرفته است؛ برای مثال، از سال ۲۰۱۱، اتحادیه باشگاه‌های اروپا^۶ موضوع

حکمرانی خوب را در رأس برنامه‌های خود قرار داده‌اند (فیلیپس، ۲۰۱۱).

هنگام پرداختن به نقش رسانه‌ها در حکمرانی خوب باید به جایگاه و کارکرد رسانه‌ها به‌عنوان یک رکن و بازیگر مدنی فعال، رابطه افقی رسانه‌ها با حکومت و میزان آزادی و اختیارات رسانه‌ها (فضای نقد، تحلیل و افشاگری و...) توجه کرد. در واقع، نقش اثربخشی رسانه‌ها بر فرایند حکمرانی به نوع مالکیت رسانه (خدمات عمومی، خصوصی و دولتی)، میزان تکثرگرایی و چندصدایی رسانه‌ای، جایگاه رسانه‌ها در قوانین و حقوق و حدود آن‌ها، میزان دسترسی به اطلاعات دولتی، ساز و کار نظارت رسانه‌ها بر حکومت و شرکت‌ها و سازمان‌ها و نظایر آن بستگی دارد (بوکپین^۷، ۲۰۰۹). به نظر می‌رسد که اطلاع‌رسانی شفاف و روان‌سازی جریان ارتباطات و اطلاعات میان بخش‌های مختلف جامعه و پاسخگو کردن حکومت و شرکت‌ها از مهم‌ترین وظایف رسانه‌ها در فرایند حکمرانی خوب محسوب می‌شود، اما نبود قوانین مشخص و چهارچوب‌های قانونی دسترسی به اطلاعات و محدودیت‌ها در دسترسی آزاد به اطلاعات و جلوگیری از ایفای نقش نگرهبانی و تکثرگرایی رسانه‌ای، آن را با خطر مواجه می‌کند. رسانه‌ها هم از سوی دولت با استفاده از قوانین و قواعد حقوقی مربوط به مالکیت و سانسور و توزیع منابع مادی و اقتصادی و هم از سوی بخش خصوصی با استفاده از تطمیع (مثلاً آگهی و...) و سایر ابزارها تهدید می‌شوند. در واقع می‌توان گفت حکمرانی به معنای شکستن قدرت بین بخش‌های فعال در جامعه است و انحصار قدرت در یک یا دو بخش و اجازه‌ندادن به فعالیت بخش‌های دیگر ساختار را از ویژگی حکمرانی دور می‌کند. رسانه‌های جمعی می‌توانند تحقق شاخص‌های مشارکت، پاسخ‌گویی، عدالت و برابری و شفافیت حکمرانی خوب را امکان‌پذیر کنند (ساعی، ۲۰۱۳، ۲۰۱۴).

اشلی تامپسون^۸ و همکاران^۹ (۲۰۲۲) در پژوهش خود با عنوان «بررسی سیستماتیک اصول حکمرانی در ورزش» ۲۵۸ اصل منحصربه‌فرد حکمرانی را یافتند. شفافیت، پاسخ‌گویی و دموکراسی از نظر فراوانی غالب بودند. فهرست اصول حکمرانی از طریق تحلیل موضوعی استقرایی در چهار دسته قرار گرفت: مبتنی بر ساختار، مبتنی بر فرایند، مبتنی بر نتیجه و مبتنی بر زمینه. مطالعات تجربی نشان داد که ارزیابی اصول حکمرانی در سازمان ورزشی ملی و بین‌المللی در بهترین حالت خود، در وضعیت متوسط قرار دارد. واسیل گیرگینوف^۹ (۲۰۲۲) در مقاله خود با عنوان «بازی اعداد: کمی کردن حکمرانی خوب در ورزش» به این نتیجه رسید که کمی‌سازی کدهای حکمرانی مستلزم اقدامات درخور توجهی است و پاسخ‌های انطباق را از سوی

6. European Club Association (ECA)
7. Bokpin
8. Ashley Thompson
9. Vassil Girginov

1. Tacon & Walters
2. World bank Institute
3. United Nations Development Program
4. Phillips
5. Play the Game

توجه به نقش رسانه‌ها را شناسایی کردند. میریوسفی و بخشنده (۲۰۲۰) با «شناسایی و اولویت‌بندی عوامل رسانه‌های جمعی مؤثر در توسعه فرهنگ سیاسی ورزش قهرمانی» در پژوهشی آمیخته، سه عامل مرتبط با رسانه‌های جمعی را عوامل فرهنگی، آموزشی و تبلیغی دانستند. درضمن، گویه‌های وجود تفکر استراتژیک و درازمدت و پرهیز از روزمرگی در امر برنامه‌سازی در ورزش، تشویق حامیان مالی به حمایت از ورزش قهرمانی و صلاحیت حرفه‌ای منتقدان رسانه‌های ورزشی، به ترتیب در عوامل فرهنگی، آموزشی و تبلیغی در اولویت اول بودند. عسگری گندمانی و همکاران (۲۰۲۰) پژوهشی با عنوان «طراحی و اعتبارسنجی مدل حکمرانی خوب در فدراسیون دوومیدانی جمهوری اسلامی ایران» انجام دادند. نتایج نشان داد که حکمرانی مطلوب شامل پنج مضمون اصلی حاوی نقش و حاکمیت قانون، مشارکت (اجماع)، شفافیت و پاسخ‌گویی، کنترل و نظارت و سلامت سیستم است. فراهانی و همکاران (۲۰۲۰) در «مطالعه تطبیقی وضعیت حکمرانی ورزشی در ایران و کشورهای منتخب» با تحلیل و مطالعه اسناد و منابع در یازده کشور شامل برزیل، ایالات متحده آمریکا، انگلستان، آلمان، استرالیا، ایران، آفریقای جنوبی، چین، ژاپن، فنلاند و کانادا، ۱۴ شاخص را بررسی و مقایسه کردند: ساختار، ماهیت نهاد متولی ورزش، جهت‌گیری ساختار، بخش‌های فعال ساختار ورزش، جایگاه باشگاه‌های ورزشی در ساختار ورزش، نقش دولت، ساختار تصمیم‌گیری، ماهیت نهادهای متولی رشته‌های ورزشی، مؤلفه‌های توسعه ورزش، ارتباط مؤلفه‌های توسعه ورزش، واحدهای تخصصی نهاد متولی ورزش، انواع باشگاه ورزشی، قوانین و نظام‌های مدیریتی، تمرکز سیاست‌های توسعه از منظر مخاطب. ناصری و حسنی (۲۰۱۹) در «بازنمایی فساد ورزشی در فضای رسانه‌ای ایران در مدت ده سال گذشته (۲۰۰۷-۲۰۱۷)» با رویکرد تحلیل محتوا، اخبار و گزارش‌های مرتبط با فعالیت‌های مفسدانه منعکس در خبرگزاری‌های رسمی را تحلیل کردند. یافته‌های پژوهش ۱۲ نوع فساد را در ۲۴ ورزش مختلف نشان داد. از منظر ارتباطات، بخشی از مبارزه با فساد را می‌توان به رسانه‌ها محول کرد. مولائی‌فرد پیلرود و همکاران (۲۰۱۹) در مطالعه «اثر مشارکت ورزشی بر سرمایه اجتماعی با میانجی‌گری نقش رسانه و قابلیت تعاملی افراد» به این نتیجه رسیدند که مشارکت ورزشی اثر مستقیم و معناداری بر مشارکت رسانه‌ای، قابلیت تعاملی و سرمایه اجتماعی دارد. آزمون سوبل در تحلیل روابط میانجی نشان داد که اثر غیرمستقیم مشارکت ورزشی بر سرمایه اجتماعی از هر دو مسیر میانجی مشارکت رسانه‌ای و قابلیت تعاملی از اثر مستقیم آن بیشتر است؛ در نتیجه هرچند مشارکت ورزشی به‌طور مستقیم باعث افزایش سرمایه اجتماعی شود، مداخلاتی مانند آموزش تعاملات و مشارکت رسانه‌ای اثر آن را افزایش خواهد داد.

سازمان‌های ورزشی ایجاد می‌کند که به تغییرات ساختاری و پیچیدگی سازمانی و نیاز به ظرفیت‌سازی بیشتر منجر می‌شود و خواستار بازنگری در راستای یک مدل متمرکز بر ورزش است که نظام‌های ارزشی، سنت‌های محلی و چارچوب‌های نهادی زیربنای مدل را تصدیق می‌کند. میلناپرن^۱ و همکاران (۲۰۲۱) در طراحی الگوهای حکمرانی سازمان‌های ملی ورزشی در قرن بیست‌ویکم، بر سازمان‌های ورزشی ملی کانادا^۲ تمرکز کردند. آن‌ها با مطالعه داده‌های ۳۲ سازمان، ۴۷ الگوی اولیه از ویژگی‌های سازمانی و حکمرانی با استفاده از تحلیل خوشه‌ای را استخراج کردند. طبقه‌بندی الگوهای اولیه تجربی بهترین تناسب را برای چهار خوشه (رهبری، مدیریت اجرایی، حرفه‌ای و شرکتی) براساس ارزش‌های سازمانی کلیدی، پیچیدگی، منابع درآمدی و متغیرهای حکمرانی نشان داد.

احمدی و ذوالفقاری (۲۰۲۱) در «شناسایی نقش‌های رسانه در توسعه ورزش با رویکرد فراترکیب» به تحلیل نتایج پیشین موضوع پژوهش پرداختند. این عوامل در ۹ مقوله تعلق اجتماعی، تعامل‌گرایی، نوگرایی و توسعه، روابط عمومی پویا، نهادینه‌سازی ورزش، برجسته‌سازی ورزش، توسعه جامعه اطلاعاتی، اطلاع‌رسانی و آموزش رسانه‌ای و سرگرمی و تبلیغات، ۲۸ مفهوم و ۱۳۸ شاخص تحلیل و دسته‌بندی شدند. غلامی و همکاران (۲۰۲۱) در مطالعه «شناسایی عوامل مؤثر بر حکمرانی مطلوب در ساختار ورزش قهرمانی کشور» پس از تأیید برازش مدل حکمرانی مطلوب در ساختار ورزش قهرمانی کشور، ده عامل شامل ساختار پایدار و باثبات، ساختار عادلانه، ساختار دموکراتیک، ارتباطات شبکه‌ای، هم‌ریختی ساختار، ساختار استراتژیک، ساختار مشترک، ساختار شفاف و پاسخگو، ساختار سیستمی و ساختار حامی‌گری را تبیین کردند؛ بنابراین آن‌ها تدوین اسناد ساختار حکمرانی براساس ساختار دموکراتیک، همسوبودن تصمیم‌گیری سه نهاد دولت، بخش خصوصی و مردم و همچنین مشارکت نهادهای غیردولتی را پیشنهاد کردند. میرسلیمانی و همکاران (۲۰۲۱) در مطالعه «تأثیر رسانه‌های جمعی در توسعه آگاهی از حقوق ورزش حیطه مسئولیت مدنی ورزشی» یافتند که رسانه‌های جمعی اعم از رسانه‌های اینترنتی (وبسایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی)، رسانه‌های دیداری (تلویزیون)، رسانه‌های چاپی (روزنامه، کتاب و...) و رسانه‌های شنیداری (رادیو) بر ارتقای آگاهی از مسئولیت مدنی ورزشی ورزشکاران، مربیان، مدیران، داوران و تماشاگران تأثیر مثبت و معناداری دارند و این چهار رسانه می‌توانند ۷۵ درصد از تغییرات آگاهی از مسئولیت مدنی ورزشی را پیش‌بینی کنند. مشتاقی و همکاران (۲۰۲۱) در «طراحی الگوی نقش رسانه‌های جمعی در توسعه ورزش همگانی کشور و راهبردهای آن» هفت قضیه نظری شامل موانع توسعه، عوامل تسهیل‌کننده، عوامل توسعه‌دهنده، راهبردهای توسعه و پیامدهای حاصل از توسعه ورزش همگانی با

محوری و انتخابی تأکید دارد و همچنین به عرضه پارادایم منطقی یا تصویر تجسمی از نظریه در حال تکوین می‌پردازد. در طی این سه مرحله و با کدگذاری داده‌ها، طبق شکل ۱، نظریه‌ها از دل مقوله‌ها، مفاهیم، کدها و داده‌ها حاصل شد.



شکل ۱. روند تبدیل داده به نظریه در نظریه زمینه محور

Figure 1. Data-to-Theory Conversion Process in Grounded Theory

تعداد مشارکت‌کنندگان در پژوهش، ۲۴ نفر تا رسیدن به اشباع نظری از طریق در مصاحبه‌های دلفی نیمه‌ساختاریافته و عمیق بودند؛ یعنی از نفر بیست و چهارم، داده‌ها تکراری شد و برای اطمینان بیشتر مصاحبه‌ها تا صاحب نظر بیست و ششم انجام گرفت و کد باز جدیدی اضافه نشد. نمونه‌گیری برای انتخاب خبرگان و صاحب نظران، به طور نظری انجام شد؛ زیرا انتخاب این افراد براساس داوری و قضاوت گروه پژوهشی صورت گرفت و نمونه‌هایی انتخاب شدند که به نظر گروه پژوهش برای ارائه اطلاعات موردنیاز در بهترین موقعیت قرار داشتند.

با توجه به مطالعه سوابق و مستندات، مبانی نظری و ادبیات پیشینه، کتب، مقالات و پایان‌نامه‌ها و مشاوره و بررسی نظرهای متخصصان، مراحل ادامه تحقیق در سه گام به صورت کیفی انجام گرفت:

گام ۱: مطالعات کتابخانه‌ای و تدوین پرسش‌های پژوهشی؛

گام ۲: گردآوری داده‌ها با مصاحبه؛

گام ۳: تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی و اجماع.

برای اطمینان از روایی داده‌های پژوهش، از تطبیق توسط اعضا، روش ممیزی، مشارکتی بودن پژوهش و کثرت‌گرایی استفاده شد. در تعیین پایایی آن نیز از طریق تهیه و به‌کارگیری چهارچوبی مدون برای مصاحبه با ضریب توافق بین کدگذاران، یعنی معیار پی‌اسکات کنترل شد؛ یعنی به‌طور تصادفی کدگذاری ۱۰ مصاحبه مکتوب شده به دو کدگذار مجرب داده شد و در پایان ضریب توافق بین آن‌ها محاسبه شد.

براساس آنچه گفته شد، رسانه‌ها با عملکرد خوب و سطح بالایی از میزان شفاف‌سازی و آگاهی‌بخشی به‌موقع و کامل از نحوه عملکرد سازمان‌ها، ادارات و فدراسیون‌های ورزشی می‌توانند عموم را از تصمیمات، سیاست و راهبردها و عملکرد خود آگاه کنند و به رؤسا، کارکنان و حکمرانان در عرصه ورزش کشور اجازه تخطی و سلطه‌طلبی ندهند و آنان را به حکمرانی خوب متمایل کنند. رسالت اصلی هر پژوهش، شناسایی و حل مسئله است؛ یعنی ابتدا باید پژوهشگر مسئله را در سازمان یا جامعه مدنظر شناسایی کرده و سپس جوانب آن را بررسی کند. با توجه به مشاهده حیف‌ومیل پول بیت‌المال در ورزش به‌خصوص در لیگ برتر و حرفه‌ای فوتبال توسط باشگاه‌های دولتی استقلال و پرسپولیس، ضعف در بستن قراردادهای مربیان و بازیکنان خارجی و...، با شناخت خلاً نظارتی رسانه‌ها برای شفاف‌سازی این چنین موارد برای مردم، ضمن توجه به نقش‌های اثرگذار رسانه بر جوامع امروزی، با روش کیفی گراند تئوری، الگوی پارادایمی شفافیت رسانه‌ای بر ایجاد و توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران، طراحی و ارائه شد؛ زیرا تاکنون پژوهشی با این رویکرد انجام نشده است. درواقع، این پژوهش در تلاش است با توجه به ویژگی‌ها و کارکرد رسانه‌ها در جامعه و ابعاد شفافیت که به‌صورت جامع‌تر درمورد آن صحبت خواهد شد، تأثیر آن را بر حکمرانی خوب در ورزش کشور بررسی کند؛ از این رو پژوهشگر در پی پاسخ‌گویی به این پرسش است: الگوی پارادایمی شفافیت رسانه‌ای بر ایجاد و توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران چگونه است؟

روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق از نظر استراتژی کیفی بود که با روش نظریه‌سازی داده‌بنیاد^۱، با رویکرد نظام‌مند اشتراوس و کوربین^۲ و با هدف کاربردی-توسعه‌ای به شناسایی و طراحی الگوی کیفی توسعه شفافیت رسانه‌ای در ایجاد و توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران پرداخته شد. ابزار پژوهش مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته و برگه‌های کدگذاری‌های باز، محوری و انتخابی محقق ساخته بود که روایی آن به تأیید اعضای گروه پژوهش رسید و پایایی آن با معیار پی‌اسکات (ضریب توافق بین کدگذاران) ۰/۹۶ محاسبه شد.

کدگذاری‌های باز، محوری و انتخابی اسناد و مطالعات پیشین و مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با مشارکت تمام فعالان و خبرگان دانشگاهی منتخب حوزه رسانه و ارتباطات و صاحبان رسانه‌های مجازی ورزشی، اعضای هیئت‌علمی دانشکده‌های تربیت‌بدنی و علوم ورزشی دانشگاه‌ها با تخصص مدیریت ورزشی و مدیران سازمان‌های ورزشی و پژوهشگران حوزه حکمرانی و رسانه در ایران، تا رسیدن به اشباع نظری از طریق مصاحبه‌های دلفی انجام شد. طرح تحقیق نظام‌مند بر استفاده از مراحل تحلیل داده‌ها از طریق کدگذاری‌های باز،

جدول ۱. گروه‌بندی و تعداد افراد مطلع کلیدی در مصاحبه‌ها

Table 1. Grouping and Number of Key Informants in the Interviews

| ردیف | گروه | زن | مرد | مجموع | درصد فراوانی |
|------|--|----|-----|-------|--------------|
| ۱ | مدیران سازمان‌های ورزشی و پژوهشگران حوزه حکمرانی و رسانه | ۵ | ۷ | ۱۲ | ۵۰/۰۰ |
| ۲ | خبرگان دانشگاهی ارتباطات و رسانه | ۲ | ۳ | ۵ | ۲۰/۸۵ |
| ۳ | صاحب‌نظران، اساتید و خبرگان دانشگاهی مدیریت ورزشی | ۳ | ۴ | ۷ | ۲۹/۱۵ |
| ۴ | جمع | ۱۰ | ۱۴ | ۲۴ | ۱۰۰ |

جدول ۲. اجماع نظرات گروه دلفی در ارتباط با پرسش‌های مصاحبه‌ها

Table 2. Consensus of the Opinions of the Delphi Group Regarding the Interview Questions

| ردیف | پدیده اصلی و مرکزی «الگوی شفافیت رسانه‌ای در ایجاد و توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران» (۴ مقوله، ۲۱ گویه و ۱۴ مفهوم) | مقوله‌ها | کد مصاحبه‌شونده |
|------|--|---|--|
| ۱ | اطلاعات عمومی شفاف دولت، تعامل همه قوای کشور، اداره ارزش‌های مشترک، اطلاعات عمومی شفاف دولت | براساس سطح روابط ساختاری میان بخش‌های حکمران جامعه (سطح چگونگی حکمرانی خوب) | P1, P2, P3, P4, P5, P6, P9, P11, P12, P14, P15, P23 |
| ۲ | دسترسی آزاد به اطلاعات، خودکنترلی نهادهای قدرت، تحقق حقوق شهروندی، رابطه سه‌گانه بین رسانه، جامعه و مخاطب، روابط بین‌فردی | شیوه عمل و روابط میان سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیرندگان اصلی جامعه | P2, P3, P4, P6, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P21 |
| ۳ | نظارت غیرمتمرکز عموم مردم، مبارزه با فساد، توسعه انسان‌محور، عناصر اصلی حکمرانی خوب | براساس ارزش‌ها و ویژگی‌های حکمرانی مطلوب در سازمان‌های ورزشی | P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P13, P14, P15, P20, P22 |
| ۴ | ابعاد کنترل فساد، فرستنده و گیرنده اطلاعات | شفافیت مبتنی بر مدل ارتباطی منظم در حکمرانی مطلوب سازمان‌های ورزشی | P2, P3, P4, P9, P10, P11, P14, P19, P21 |
| ردیف | شرایط علی مؤثر بر «الگوی شفافیت رسانه‌ای در ایجاد و توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران» (۹ مقوله، ۵۴ گویه و ۲۳ مفهوم) | مقوله | کد مصاحبه‌شونده |
| ۱ | دولت، مردم، سازمان، شفافیت و مشارکت، فناوری‌های نوین، رسانه‌ها | براساس سطح چرایی حکمرانی خوب در سازمان‌های ورزشی | P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P15, P16, P17, P18, P20, P23 |
| ۲ | افکار عمومی، رسانه‌های جمعی، نقش دوگانه رسانه‌ها، فراگیری رسانه‌ها در زندگی، اخلاق رسانه‌ها | براساس سطح افکار عمومی و منبع نشر رسانه‌ای | P3, P4, P6, P8, P9, P13, P14, P15, P17, P20, P21 |
| ۳ | فساد مادی و معنوی، توسعه فقر، شاخص‌های کنترل فساد، بی‌توجهی به منافع ملی و شفافیت، کاهش اعتماد عمومی، مخفیانه بودن جرم، عوامل مؤثر بر بروز فساد در سازمان‌ها | گسترش فساد سازمان‌یافته در سازمان‌های ورزشی | P1, P2, P3, P4, P5, P6, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P15, P17, P19, P23 |
| ۴ | چگونگی نشر اطلاعات، نظارت رسانه‌ای، شرط شفافیت، انعکاس شکسته‌شدن هنجارها، ویژگی‌های حکمرانی خوب، ارکان اصلی حکمرانی خوب | شاخص‌های شفافیت رسانه‌ای و حکمرانی خوب | P1, P2, P3, P4, P5, P6, P7, P8, P10, P10, P13, P22, P23, P24 |
| ۵ | مشارکت انسانی، خودسامان‌دهی، ارزش‌های بشری، بی‌انگیزگی در نظارت، معیارهای انسانی | فرایندهای حکمرانی انسانی در سازمان | P1, P2, P3, P4, P6, P8, P11, P12, P13, P14, P15, P20 |
| ۶ | تعارض منافع، فساد دولتی، اندازه‌گیری فساد، کارایی اداری | معیارها و چالش‌های سازمانی | P1, P2, P3, P4, P6, P7, P8, P10, P12, P18, P19, P23, P24 |
| ۷ | کنترل فساد اداری، وابستگی مخاطب، ویژگی رسانه، فضای فعالیت، مخاطب رسانه | معیارهای رسانه و اخلاق رسانه‌ای | P1, P3, P4, P6, P8, P9, P10, P11, P12, P14, P15, P16, P17, P20 |

| | | | |
|---|--|---|-------------|
| P1, P2, P3, P4, P6, P7, P8, P9, P10, P12, P14, P15, P20, P22 | نقش رسانه‌ها در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی | نقش فرهنگی رسانه‌ها، نقش تبلیغی رسانه‌ها، نقش آموزشی رسانه‌ها، توسعه اخلاق رسانه‌ای و اخلاق حرفه‌ای، عوامل برنامه‌ریزی رسانه‌ای | ۸ |
| P1, P3, P4, P5, P6, P7, P10, P11, P13, P15, P19, P21, P24 | عواملی شکست حکمرانی مطلوب در سازمان‌های ورزشی | علل فردی، علل سازمانی، کیفیت رابطه مدیر با کارمند، رعایت‌نشدن اصول حکمرانی، رفتار غیرحرفه‌ای، نبود شفافیت و حاکمیت قانون | ۹ |
| کد مصاحبه‌شونده | مقاله | راهبردهای به‌کارگیری «الگوی شفافیت رسانه‌ای در ایجاد و توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران» (۷ مقاله، ۵۱ گویه و ۴۵ مفهوم) | ردیف |
| P2, P4, P5, P6, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P17, P18, P20, P22 | راهبردهای گسترش (توسعه) سطح حکمرانی خوب در سازمان‌های ورزشی | اصلاح ساختار، افزایش کیفیت، مبارزه با فساد خدمات برخط، شایسته‌سالاری، بسیج منابع ملی، تدوین نظام حقوقی و اخلاقی | ۱ |
| P2, P3, P4, P5, P6, P7, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P17, P21 | راهبردهای تبیین مسائل عمده شفاف‌سازی حکمرانی خوب در سازمان‌های ورزشی | تعیین مأموریت و اهداف، رفع ابهام نقش، توسعه قدرت نرم ورزش، سیاست‌های اثربخش | ۲ |
| P1, P2, P3, P5, P9, P10, P13, P15, P17, P20, P23, P24 | راهبردهای اعتمادسازی به حکمرانی خوب در سازمان‌های ورزشی | هم‌راستایی منافع عمومی و خصوصی، سامانه برخط گزارش فساد، گسترش شفافیت سازمانی، تعاملات بین‌المللی و تقویت دیپلماسی ورزشی | ۳ |
| P1, P2, P3, P4, P6, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P18, P20, P21, P23, P24 | راهبردهای تعیین چهارچوب استاندارد حکمرانی خوب در سازمان‌های ورزشی | خلق چشم‌انداز مشترک، طراحی نظام ارزیابی، جمع‌سیاری و اجماع در حکمرانی، تدوین قوانین ضدفساد، حاکمیت قانون و توسعه دموکراسی، تدوین نظام، جلوگیری از رانت‌خواری، گسترش گفت‌وگو، اطلاع‌رسانی شفاف، تفویض مسئولیت، رفع آسیب‌های قانون‌گذاری، تحریک افکار عمومی، تبیین شاخص‌های حکمرانی خوب، استانداردسازی قانون، تعهد عمومی در اصلاحات | ۴ |
| P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8, P10, P11, P12, P13, P20, P23, P24 | راهبردهای کاربردی برای تصویرسازی شفافیت در سازمان‌های ورزشی | توسعه ورزش، کاهش تفسیر و کاهش دخالت انسانی، تدوین نظام نامه اخلاق، پاسخ‌گویی مستمر، سازمان مستقل مبارزه با فساد، استقرار نظام متمرکز، توسعه شفافیت اطلاعات | ۵ |
| P1, P2, P3, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P15, P18, P20, P22, P23, P24 | راهبردهای توسعه مدیریت و حکمرانی خوب در سازمان‌های ورزشی با رسانه‌ها | گسترش غنای رسانه، رفع ابهام و عدم قطعیت، تقویت حضور اجتماعی و توسعه فرایندهای اجتماعی، بستر ارتباطی تعاملی رسانه‌های | ۶ |
| P1, P2, P3, P4, P6, P8, P8, P10, P11, P12, P13, P20, P23, P24 | راهبردهای کنترل فساد اداری در حکمرانی خوب سازمان‌های ورزشی رسانه‌ها | خصوصی‌سازی، نظام کنترل مالی، سیاست‌زدایی، تبیین نقش رسانه‌های جمعی، مهندسی مجدد فرایندها | ۷ |
| کد مصاحبه‌شونده | مقاله | شرایط زمینه‌ای مؤثر بر وقوع راهبردهای «الگوی شفافیت رسانه‌ای در ایجاد و توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران» (۵ مقاله، ۳۶ گویه و ۲۷ مفهوم) | ردیف |
| P1, P3, P5, P6, P7, P8, P9, P11, P12, P14, P15, P16, P17, P19, P20, P21, P22, P24 | براساس عوامل سازمانی | بومی‌سازی حکمرانی، تغییر و جهت حرکت به حکمرانی، انتشار اساسنامه، انتشار قوانین، تکریم ارباب رجوع، انتخاب اعضا و عملکرد قانونی، نظام ممیزی و تجدید نظر، تعامل و ارتباط، مطابقت ساختار با نهادهای ناظر | ۱ |
| P1, P2, P3, P4, P5, P6, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P16, P17, P20, P21, P22, P24 | زیرساخت‌های شفافیت در سازمان‌های ورزشی | اعتماد عمومی، دیده‌بان شفافیت، فقدان رسانه‌ی آزاد، نظام اطلاعاتی شفاف، فقدان حاکمیت قانون، نبود توسعه‌یافتگی، شفافیت در عملکردهای مالی، مدیریت قانون، موقعیت انحصاری، وجود تبانی، شفافیت سازمانی و انعکاس آشوب‌ها | ۲ |
| P2, P4, P7, P8, P11, P12, P14, P15, P18, P19, P20, P21, P24 | شرایط ایجاد ابهام نقش در سازمان‌های ورزشی | پیچیدگی شغلی، فقدان تجربه شغلی، تغییر در فناوری و سیاست‌ها، سردرگمی در بحران | ۳ |
| P1, P3, P4, P5, P6, P7, P8, P9, P11, P13, P14, P21, P22, P23 | زیرساخت‌های فردی (انسان‌محور) | عوامل رفتاری، مؤلفه‌های فردی، عوامل نگرشی | ۴ |
| P1, P3, P4, P6, P7, P8, P9, P10, P12, P13, P15, P23, P24 | علل مدیریتی سازمان در سازمان‌های ورزشی | مدیریت منابع انسانی، فساد اداری، گزارش فساد | ۵ |

| ردیف | شرایط مداخله‌گری: مؤثر بر وقوع راهبردهای «الگوی شفافیت رسانه‌ای در ایجاد و توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران» (۷) مقوله، ۵۵ گویه و ۴۴ مفهوم | مقوله | کد مصاحبه شونده |
|------|---|---|--|
| ۱ | دخالت ناظران، رسانه‌های نوین، نگرش‌های فناوری جدید، رفاه اجتماعی سازمان‌ها، تاریخ‌خانه‌های فساد، مسئولیت‌های اجتماعی | ارتباطات فراسازمانی حکمرانی در سازمان‌های ورزشی | P2, P3, P6, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P20, P21, P24 |
| ۲ | بسترهای ایدئولوژیک، مؤلفه‌های فرهنگ سیاسی ایران، درک قدرت نرم ورزش، بی‌ثباتی سیاسی، کارایی ضعیف سازمان‌های ورزشی، فقدان فرصت برابر | موانع فرهنگی-سیاسی در تحقق حکمرانی خوب در سازمان‌های ورزشی | P1, P3, P4, P5, P6, P7, P9, P11, P12, P13, P14, P15, P20, P23 |
| ۳ | فساد اقتصادی، درآمد مشکوک، ثبت‌نشدن دارایی مدیران، کارایی اقتصادی ضعیف، فقدان اثربخشی اقتصادی، فقدان نظارت اقتصادی | مسائل اقتصادی مالی حکمرانی در سازمان‌های ورزشی | P1, P2, P4, P5, P6, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P17, P19, P20, P21, P22 |
| ۴ | دسترسی نابرابر به رسانه، انحصار رسانه ملی، تغییرات اجتماعی، فقدان مطالعه اجتماعی، ارتباط رسانه‌ها با ورزش، تقویت سرمایه اجتماعی و ثبات اجتماعی، درک تاریخ و فرهنگ | معیارهای فرهنگی-اجتماعی حکمرانی در سازمان‌های ورزشی | P1, P2, P4, P5, P6, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P20, P23, P24 |
| ۵ | اعتمادسازی، واسطه فرد با ساختار اجتماعی، انتقال اخبار دولتی، ضعف زیرساخت اجتماعی، سرانه ورزشی ناعادلانه | زیرساخت‌های اجتماعی و معرفی حکمرانی در سازمان‌های ورزشی | P1, P2, P4, P5, P6, P8, P9, P10, P11, P13, P14, P15, P21, P22, P23 |
| ۶ | پاسخ‌گویی حکمرانی، مزیت‌های فناوری و رسانه، زبان‌های فناوری، بازتاب ارزش‌های جامعه، عملکرد رسانه‌های اجتماعی، چالش‌های رسانه‌های اجتماعی، استقلال رسانه | مزایا و معایب فن‌آوری‌های اطلاعاتی-ارتباطی (ICT) و رسانه‌های جمعی و اجتماعی | P1, P2, P3, P4, P5, P6, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P17, P20, P21, P22, P23, P24 |
| ۷ | تجربه موفق، تنش‌های بین‌المللی، منشور المپیک، فقدان استراتژی کلان حکمرانی، تقویت تعاملات، ورزشی بین‌المللی، رشد جهانی شفافیت، حفظ کرسی بین‌المللی | عوامل بین‌المللی حکمرانی در سازمان‌های ورزشی | P2, P3, P4, P5, P6, P7, P8, P9, P10, P11, P14, P15, P20, P21, P22, P23, P24 |
| ردیف | پیامدهای به‌کارگیری «الگوی شفافیت رسانه‌ای در ایجاد و توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران» (۹ مقوله، ۵۰ گویه و ۴۲ مفهوم) | مقوله | کد مصاحبه‌شونده |
| ۱ | گسترش روابط توسعه‌ای، گسترش حقوق شهروندی، رشد اقتصادی، اعتماد عمومی، شفافیت، درآمدها و دارایی‌ها، آگاهی بخشی از جرائم، قانون‌گرایی، گفتمان شفافیت، جلوگیری از تخلف و کشف فساد، بهزیستی عمومی و عدالت‌محوری در توزیع منابع، منع شایعه‌پراکنی، تصحیح خطا، کاهش سریع فقر | افزایش سطح حکمرانی خوب در سازمان‌های ورزشی | P1, P2, P3, P4, P5, P6, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P20, P23, P24 |
| ۲ | شکل‌دهی به نگرش و رفتار، سلامت سازمانی و سلامت همگانی، امید به زندگی، انفعال افراد | شفافیت اعمال و اهداف در حکمرانی خوب سازمان‌های ورزشی | P2, P5, P6, P7, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24 |
| ۳ | بازخورد مطلوب، توزیع مطلوب اطلاعات، ارتقای دانایی و افزایش آگاهی‌ها، کنترل فساد اداری | شفافیت اطلاعات در حکمرانی خوب سازمان‌های ورزشی | P1, P2, P3, P5, P7, P13, P14, P16, P19, P20, P21, P23 |
| ۴ | جذب سرمایه خارجی، تصحیح تصویر کشور، همبستگی بین زنان و مردان و، تقویت حس وطن‌پرستی | اعتمادسازی ملی و بین‌المللی در حکمرانی خوب سازمان‌های ورزشی | P2, P5, P6, P7, P10, P12, P17, P21, P22, P23 |
| ۵ | پاسخ‌گویی به افکار عمومی و توسعه مردم‌سالاری | پاسخ‌گویی مسئولان و حکمرانان در سازمان‌های ورزشی | P1, P5, P13, P14, P19, P20 |
| ۶ | نقد سیاست‌های سازمان، توسعه پایدار انسانی، مسئولیت‌پذیری، ارتباطات بین‌فردی | توانمندسازی افراد در سازمان‌های ورزشی | P1, P4, P5, P8, P12, P14, P16, P17, P20, P22, P23, P24 |
| ۷ | توسعه پایدار جامعه، ثبات سیاست‌ها و کیفیت خدمات، دسترسی به اسناد، توسعه سازمان | توسعه شفافیت عملکرد رسانه‌ای و حکمرانی خوب در سازمان‌های ورزشی | P1, P3, P5, P8, P9, P10, P11, P12, P14, P15, P20, P21, P24 |
| ۸ | نظارت مردمی، اعتماد همگانی، آزادی بیان، آگاهی شهروندان، انعکاس آزاد اخبار رسانه‌ها | کنترل و کاهش معضلات اخلاقی در سازمان‌های ورزشی | P1, P4, P5, P6, P7, P10, P11, P12, P14, P15, P18, P20, P21, P24 |

| | | | |
|--|---|---|---|
| P2, P5, P6, P8, P9, P10, P14, P15, P16, P18, P19, P20, P21, P23, P24 | افزایش بهره‌وری و کیفیت خدمات اجتماعی در سازمان‌های ورزشی | افزایش کیفیت خدمات اداری، توانمندسازی نیروی انسانی، مشارکت مردم، مدرسه دموکراسی | ۹ |
|--|---|---|---|

یافته‌های پژوهش

اصلی و مرکزی: الگوی شفافیت رسانه‌ای در ایجاد و توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران، (۴ مقوله، ۲۱ گویه و ۱۴ مفهوم)، راهبردها (۷ مقوله، ۵۱ گویه و ۴۵ مفهوم)، شرایط زمینه‌ای (۵ مقوله، ۳۶ گویه و ۲۷ مفهوم)، شرایط مداخله‌گر یا میانجی (۷ مقوله، ۵۵ گویه و ۴۴ مفهوم)، و پیامدها (۹ مقوله، ۵۰ گویه و ۴۲ مفهوم) جای گرفتند.

بعد از بررسی‌های بسیار و مشورت با اساتید راهنما و چند تن از اساتید دیگر، مقوله‌ها در قالب ۴۵ مقوله، ۱۹۵ کد مفهومی و ۲۶۷ گویه (سنجه) مشخص شدند و در دل ابعاد شش‌گانه مدل پارادایمی به‌صورت موجبات علی (۹ مقوله، ۵۴ گویه و ۲۳ مفهوم)، پدیده



شکل ۲. الگوی پیشنهادی (الگوی پارادایمی) برای «الگوی شفافیت رسانه‌ای در ایجاد و توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران»

Figure 2. Proposed Model (Paradigm Model) for "Media Transparency Model in Creating and Developing Good Governance in Iranian Sports"

قضیه پنجم: محیط بیرونی (خارجی) به‌عنوان شرایط مداخله‌گر (میانجی) شفافیت رسانه‌ای در ایجاد و توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران شامل «ارتباطات فراسازمانی»، «موانع فرهنگی-سیاسی»، «مسائل اقتصادی-مالی»، «معیارهای فرهنگی-اجتماعی»، «زیرساخت‌های اجتماعی و عرفی»، «مزایا و معایب فناوری‌های اطلاعاتی-ارتباطی (CT) و رسانه‌های جمعی و اجتماع» و «عوامل بین‌المللی» بستری عام برای اجرای راهبردهای «الگوی شفافیت رسانه‌ای در ایجاد و توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران» فراهم می‌آورند.

قضیه ششم: اجرای راهبردهای الگوی شفافیت رسانه‌ای در ایجاد و توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران، پیامدهای «افزایش سطح حکمرانی خوب»، «شفافیت اعمال و اهداف در حکمرانی خوب»، «شفافیت اطلاعات در حکمرانی خوب»، «اعتمادسازی ملی و بین‌المللی در حکمرانی خوب»، «پاسخ‌گویی مسئولان و حکمرانان»، «توانمندسازی افراد»، «توسعه شفافیت عملکرد رسانه‌ای و حکمرانی خوب»، «کنترل و کاهش معضلات اخلاقی» و «افزایش بهره‌وری و کیفیت خدمات اجتماعی» در سازمان‌های ورزشی ایران را در پی خواهند داشت.

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به کدگذاری گزینشی براساس مدل اشتراوس و کوربین، مشخص شد که پدیده اصلی و مرکزی «الگوی شفافیت رسانه‌ای بر ایجاد و توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران»، متغیرهای «سطح روابط ساختاری میان بخش‌های حکمران جامعه (سطح چگونگی حکمرانی خوب)»، «شیوه عمل و روابط میان سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیرندگان اصلی جامعه»، «براساس ارزش‌ها و ویژگی‌های حکمرانی مطلوب (سطح چیرستی حکمرانی خوب)» و «شفافیت مبتنی بر مدل ارتباطی منظم در حکمرانی مطلوب» در سازمان‌های ورزشی شناخته می‌شوند. براساس مطالعه مبانی نظری و پژوهش‌ها، پژوهشی که به بررسی پدیده مرکزی و استخراج مؤلفه‌های آن در توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران با شفافیت رسانه‌ای پرداخته باشد، مشاهده نشد. نتایج پژوهش در این قسمت با نتایج، گویه‌ها و مقوله‌های پژوهش‌های احمدی و ذوالفقاری (۲۰۲۱)، عسگری گندمانی و همکاران (۲۰۲۰)، فراهانی و همکاران (۲۰۲۰)، مشتاقی و همکاران (۲۰۲۰) و رستمزاده و همکاران (۲۰۱۹) هم‌راستا است و

در این بخش براساس فرایند کدگذاری محوری، به تدوین گزاره‌های حکمی یا قضایی پژوهش اقدام شده است. این گزاره‌ها به روابط بین مقوله‌ها اشاره دارند:

قضیه اول: عوامل «سطح روابط ساختاری میان بخش‌های حکمران جامعه (سطح چگونگی حکمرانی خوب)»، «شیوه عمل و روابط میان سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیرندگان اصلی جامعه»، «براساس ارزش‌ها و ویژگی‌های حکمرانی مطلوب (سطح چیرستی حکمرانی خوب)» و «شفافیت مبتنی بر مدل ارتباطی منظم در حکمرانی مطلوب» در سازمان‌های ورزشی به‌عنوان عوامل اصلی و مرکزی در «الگوی شفافیت رسانه‌ای در ایجاد و توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران» شناخته می‌شوند.

قضیه دوم: عوامل «سطح چیرایی حکمرانی خوب»، «سطح افکار عمومی و منبع نشر رسانه‌ای»، «گسترش فساد سازمان‌یافته»، «شاخص‌های شفافیت رسانه‌ای و حکمرانی خوب»، «فرایندهای حکمرانی انسانی»، «معیارها و چالش‌های سازمانی»، «معیارهای رسانه و اخلاق رسانه‌ای»، «نقش رسانه‌ها در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی» و «عوامل شکست حکمرانی مطلوب» در سازمان‌های ورزشی به‌عنوان عوامل علی در «الگوی شفافیت رسانه‌ای در ایجاد و توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران» نقش ایفا می‌کنند.

قضیه سوم: راهبردهای «گسترش (توسعه) سطح حکمرانی خوب»، «تبیین مسائل عمده شفاف‌سازی حکمرانی خوب»، «اعتمادسازی به انجام حکمرانی خوب»، «تعیین چهارچوب استاندارد حکمرانی خوب»، «تصویب‌سازی کاربردی شفافیت»، «توسعه مدیریت و حکمرانی خوب» و «کنترل فساد اداری در حکمرانی خوب» سازمان‌های ورزشی، کنش‌هایی برای تحقق «الگوی شفافیت رسانه‌ای در ایجاد و توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران» هستند.

قضیه چهارم: محیط درونی (داخلی) به‌عنوان شرایط زمینه‌ای شفافیت رسانه‌ای در ایجاد و توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران، شامل «عوامل سازمانی»، «زیرساخت‌های شفافیت»، «شرایط ایجاد ابهام نقش»، «زیرساخت‌های فردی (انسان‌محور)» و «عمل مدیریتی سازمان» بستری خاص برای اجرای راهبردهای «الگوی شفافیت رسانه‌ای در ایجاد و توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران» فراهم می‌آورند.

پژوهشی که نتایجش مغایر با نتایج پژوهش حاضر باشد، مشاهده نشد.

نه متغیر عوامل «سطح چرایی حکمرانی خوب»، «سطح افکار عمومی و منبع نشر رسانه‌ای»، «گسترش فساد سازمان یافته»، «شاخص‌های شفافیت رسانه‌ای و حکمرانی خوب»، «فرایندهای حکمرانی انسانی»، «معیارها و چالش‌های سازمانی»، «معیارهای رسانه و اخلاق رسانه‌ای»، «نقش رسانه‌ها در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی» و «عوامل شکست حکمرانی مطلوب» در سازمان‌های ورزشی به‌عنوان شرایط علی در الگوی شفافیت رسانه‌ای بر ایجاد و توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران، نقش ایفا می‌کنند.

بر اساس مطالعه مبانی نظری و پژوهش‌ها، پژوهشی که به بررسی شرایط علی (پیش‌زمینه‌ای) و استخراج مؤلفه‌های توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران با شفافیت رسانه‌ای پرداخته باشد، مشاهده نشد؛ با وجود این، در تعدادی از پژوهش‌ها به برخی از مؤلفه‌های شناسایی شده اشاره شده است. در واقع، نتایج پژوهش در این قسمت با نتایج پژوهش‌های احمدی و ذوالفقاری (۲۰۲۱)، غلامی و همکاران (۲۰۲۱)، پریخودکو^{۲۲} و همکاران (۲۰۲۱)، بودویچی-پویو^{۲۳} و همکاران (۲۰۲۰) میریوسفی و بخشنده (۲۰۲۰)، ناصری و حسنی (۲۰۱۹)، مهرابی و همکاران (۲۰۱۸)، احمدی و همکاران (۲۰۱۸) و حسن‌پور و آقاجانی (۲۰۱۳) همخوان است و پژوهشی مشاهده نشد که نتایجش مغایر با نتایج پژوهش حاضر باشد.

با توجه به کدگذاری گزینشی براساس مدل اشتراوس و کوربین، مشخص شد که راهبرد یا راهکار پیاده‌سازی سیاست‌ها در توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران با شفافیت رسانه‌ای ایران شامل راهبردهای «گسترش (توسعه) سطح حکمرانی خوب»، «تبیین مسائل عمده شفاف‌سازی حکمرانی خوب»، «اعتمادسازی به انجام حکمرانی خوب»، «تعیین چهارچوب استاندارد حکمرانی خوب»، «تصویرسازی کاربردی شفافیت»، «توسعه مدیریت و حکمرانی خوب» و «کنترل فساد اداری در حکمرانی خوب» سازمان‌های ورزشی است؛ یعنی راهبردهای مذکور کنش‌هایی برای تحقق «شفافیت رسانه‌ای در ایجاد و توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران» هستند. براساس مطالعه مبانی نظری و پژوهش‌ها، پژوهشی که به بررسی راهبردها و استخراج مؤلفه‌های آن در زمینه توسعه

حکمرانی خوب در ورزش ایران با شفافیت رسانه‌ای پرداخته باشد، مشاهده نشد؛ با وجود این، در تعدادی از پژوهش‌ها به برخی از راهبردهای شناسایی شده اشاره شده است. در واقع، نتایج پژوهش در این قسمت با نتایج پژوهش‌های مشتاقی و همکاران (۲۰۲۱)، پریخودکو و همکاران (۲۰۲۱)، ناصری و حسنی (۲۰۱۹) و رستم‌زاده و همکاران (۲۰۱۹) همخوان است. پژوهشی که نتایجش مغایر با نتایج پژوهش حاضر باشد، مشاهده نشد.

شرایط زمینه‌ای حاکم بر وقوع راهبردهای توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران با شفافیت رسانه‌ای، شامل «عوامل سازمانی»، «زیرساخت‌های شفافیت»، «شرایط ایجاد ابهام نقش»، «زیر ساخت‌های فردی (انسان‌محور)» و «علل مدیریتی سازمان» است که بستری خاص برای راهبردهای توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران با شفافیت رسانه‌ای فراهم می‌آورند. با مطالعه مبانی نظری و پژوهش‌های انجام‌شده، تحقیقی که به بررسی شرایط زمینه‌ای مؤلفه‌های توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران با شفافیت رسانه‌ای پرداخته باشد، مشاهده نشد؛ با وجود این، در تعدادی از پژوهش‌ها به برخی از مؤلفه‌های شناسایی شده اشاره شده است. در واقع، نتایج پژوهش در این قسمت با نتایج پژوهش‌های میریوسفی و بخشنده (۲۰۲۰)، کیویسیلتا^{۲۴} (۲۰۲۰)، دی دیگر^{۲۵} (۲۰۱۹)، رستم‌زاده و همکاران (۲۰۱۹)، جریریت^{۲۶} و همکاران (۲۰۱۳)، نجفی کلوری و همکاران (۲۰۱۲) و هنری و لی (۲۰۰۴) همخوان است. پژوهشی که نتایجش مغایر با نتایج پژوهش حاضر باشد، مشاهده نشد.

شرایط مداخله‌گر (میانجی) حاکم بر راهبردهای توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران با شفافیت رسانه‌ای، شامل «ارتباطات فراسازمانی»، «موانع فرهنگی-سیاسی»، «مسائل اقتصادی-مالی»، «معیارهای فرهنگی-اجتماعی»، «زیرساخت‌های اجتماعی و عرفی»، «مزایا و معایب فناوری‌های اطلاعاتی-ارتباطی (ICT) و رسانه‌های جمعی و اجتماع» و «عوامل بین‌المللی» هستند؛ در نتیجه شرایط مداخله‌گر مذکور، بستری عام برای اجرای راهبردهای «الگوی شفافیت رسانه‌ای بر ایجاد و توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران» فراهم می‌آورد. براساس مطالعه مبانی نظری و پژوهش‌ها، پژوهشی که به بررسی شرایط مداخله‌گر (میانجی) و

25. De Dycker

26. Geeraert

22. Prikhodko

23. Budevici-Puiu

24. Kivisilta

هم‌کاران (۲۰۱۴)، بودویچی-پویو و هم‌کاران (۲۰۲۰)، جاکوب و آدمیان (۲۰۲۱)، پریخودکو و هم‌کاران (۲۰۲۱)، نجفی کلوری و همکاران (۲۰۱۲)، غلامی و همکاران (۲۰۲۱) و احمدی و ذوالفقاری (۲۰۲۱) همخوان است و پژوهشی که نتایجش مغایر با نتایج پژوهش حاضر باشد، مشاهده نشد.

گسترش و توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران از طریق شفافیت رسانه‌های زمانی امکان‌پذیر خواهد بود که پایبندی به قانون و عملکرد شفاف هم به‌طور فردی و هم به‌صورت اجتماعی در تمام بخش‌ها و نهادهای کشور رعایت شود. همچنین منفعت شخصی درگرو تأمین منفعت جمعی تعریف شود و به اصول منشور المپیک و دخالت‌نکردن سیاست و سیاسیون در ورزش کشور پایبند باشیم تا شاهد رشد ورزش کشور و حکمرانی خوب در ورزش در حضور رسانه‌های آزاد و شفاف فارغ از ضد و بندهای اقتصادی-سیاسی و فساد باشیم. در تبیین یافته‌های پژوهش می‌توان گفت، در صورتی که راهبردهای منتج از الگوی پژوهش اجرا و پیاده‌سازی شود، به توسعه ابعاد پیامدهای «اجتماعی-فرهنگی»، «پیامدهای حرفه‌ای»، «پیامدهای توسعه نقش منتورینگ» و «پیامدهای اقتصادی و بازاریابی در صنایع غذایی»، در توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران با شفافیت رسانه‌ای منجر خواهد شد؛ بنابراین به مدیران و سیاست‌گذاران سازمان‌های ورزشی ایران پیشنهاد می‌شود که ضمن توجه به شرایط علی، شرایط زمینه‌ای و شرایط مداخله‌گر شناسایی شده در پژوهش کیفی و نتایج آزمون کمی برآزش شده حاضر با پیاده‌سازی برنامه‌های عملیاتی مناسب، به‌منظور اجرای راهبردهای منتج از این پژوهش، در افزایش هرچه بهتر و بیشتر پیامدهای مذکور و نیز اصلاح برخی فرایندهای بازدارنده پیامدهای حاصل سعی کنند.

References

- Ahmadi, M., & Zolfaghari, M. (2022). Identify the roles of media on development of sports with meta-synthesis method. *Sport Management Journal*, 14(3), 228-249. (In Persian) <https://doi.org/10.22059/jsm.2021.325272.2739>
- Arab Narmi, B., Guderzi, M., Sajjadi, S., & Khabeiri, M. (2015). Television and the development of grassroots sport: A data-driven theory. *Sports Management Studies (Research in Sports Sciences)*, 8(40), 17-38. (In Persian) <https://doi.org/10.22089/smrj.2017.902>
- Asgari Gandomani, R. A., Bagheri, Gh. Alidoust Ghahfarokhi, E., & Rahmati, M. H. (2020). Designing and validating of good governance model in athletic federation of the Islamic Republic

استخراج مقوله‌های توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران با شفافیت رسانه‌ای پرداخته باشد، مشاهده نشد؛ با وجود این، در تعدادی از پژوهش‌ها به برخی از مقوله‌های شناسایی شده اشاره شده است. در واقع، نتایج پژوهش در این قسمت با مطالعات احمدی و ذوالفقاری (۲۰۲۱)، غلامی و همکاران (۲۰۲۱)، ناصری و حسنی (۲۰۱۹)، مولائی‌فرد پیلهرود و همکاران (۲۰۱۹)، سید عامری و هم‌کاران (۲۰۱۹)، جولیا ندی^{۲۷} و هم‌کاران (۲۰۱۹)، احمدی و هم‌کاران (۲۰۱۸)، کو مار جه و سارانجی^{۲۸} (۲۰۱۷)، ایرج‌پور و همکاران (۲۰۱۶)، عرب‌نومی (۲۰۱۶) و گیوریان (۲۰۱۲) هم‌راستا است. پژوهشی که نتایجش مغایر با نتایج پژوهش حاضر باشد، مشاهده نشد.

پیامدهای الگوی شفافیت رسانه‌ای بر ایجاد و توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران، شامل پیامدهای «افزایش سطح حکمرانی خوب»، «شفافیت اعمال و اهداف در حکمرانی خوب»، «شفافیت اطلاعات در حکمرانی خوب»، «اعتمادسازی ملی و بین‌المللی در حکمرانی خوب»، «پاسخ‌گویی مسئولان و حکمرانان»، «توانمندسازی افراد»، «توسعه شفافیت عملکرد رسانه‌ای و حکمرانی خوب»، «کنترل و کاهش معضلات اخلاقی» و «افزایش بهره‌وری و کیفیت خدمات اجتماعی» در سازمان‌های ورزشی ایران است؛ یعنی راهبردهای «الگوی شفافیت رسانه‌ای بر ایجاد و توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران»، پیامدهای مذکور را در پی خواهند داشت. براساس مطالعه مبانی نظری و پژوهش‌ها، پژوهشی که به بررسی پیامدها و استخراج مقوله‌های آن در توسعه حکمرانی خوب در ورزش ایران با شفافیت رسانه‌ای پرداخته باشد، مشاهده نشد؛ با وجود این، در تعدادی از پژوهش‌ها به برخی از مقوله‌های شناسایی شده اشاره شده است. در واقع، نتایج پژوهش در این قسمت با نتایج پژوهش‌های جریریت و همکاران (۲۰۱۳)، داندین و پاتیل^{۲۹} (۲۰۱۳)، صادقیان و

- of Iran. *Sport Management Studies*, 12(63), 163-86. (In Persian)
<https://doi.org/10.22089/smrj.2020.7015.2477>.
4. Bebhuk, L., Cohen, A., & Wang, C. (2013). Learning and the disappearing association between governance and returns. *Journal of Financial Economics*, 108, 323-348.
<https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2012.10.004>
 5. Bokpin, A. (2009). Macroeconomic development and capital structure decisions of firms. *Studies in Economics and Finance*, 26(2), 129-144.
<https://doi.org/10.1108/10867370910963055>
 6. Budevici-Puiu, L., Manolachi, V., & Manolachi, V. (2020). Specific elements of good governance in sport, as important factors in ensuring the management. *Revista Romaneasca Pentru Educatie Multidimensionala*, 12(4), 328-337.
<https://doi.org/10.18662/rrem/12.4/348>
 7. Council of Europe. (2011). Recommendation CM/Rec (2011) of the Committee of Ministers to member states on the principle of autonomy of sport in Europe. Retrieved from <https://rm.coe.int/recommendation-of-the-committee-of-ministers-to-member-states-on-the-p/168093fb61>
 8. De Dycker, S. (2019). Good governance in Sport: comparative law aspects. *The International Sports Law Journal*, 19(1), 116-128.
<https://doi.org/10.1007/s40318-019-00153-8>
 9. European Commission. (2013). *XG GG-Deliverable 2: Principles of good governance in sport*. Retrieved from https://ec.europa.eu/assets/eac/sport/library/policy_documents/xg-gg-201307-dlvrbl2-sept2013.pdf
 10. Geeraert, A., Alm, J., & Groll, M. (2013). Good governance in international sports organizations: an analysis of the 35 Olympic sport governing bodies. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 6(3), 281-306.
<https://doi.org/10.1080/19406940.2013.825874>
 11. Geeraert, A., & van Eekeren, F. (Eds.). (2021). *Good governance in sport: Critical reflections* (1st ed.). Routledge: London.
 12. Gereart, A., & van Eekeren, F. (Eds.). (2019). Good governance in sport. In *Good governance in sport: Critical reflections* (pp. 15-29). New York: Routledge
<https://doi.org/10.4324/9781003172833>
 13. Girginov, V. (2022). The numbers game: Quantifying good governance in sport. *European Sport Management Quarterly*, 23(6), 1889-1905.
<https://doi.org/10.1080/16184742.2022.2078851>
 14. Givarian, H. (2012). The role of mass media in controlling corruption. *Media Studies*, 7(2), 141-148. (In Persian)
https://mediastudies.srbiau.ac.ir/article_4311_8f1d59bb2058d4f4c5e292f6065bc424.pdf
 15. Gholami, A., Emami, F., Amirnejad, S., & Sayarnejad, J. (2021). Identifying the factors affecting good governance in the structure of national championship sports. *Sport Management Studies*, 13(68), 197-229.
<https://doi.org/10.22089/smrj.2021.10136.3325>
 16. Hassanpour, N., & Aghajani, H. (2014). *The role of media transparency in good governance*. Paper presented at the International and Online Green Economy Conference, Babolsar. (In Persian)
 17. Henry, I., & Lee, P. (2004). *Governance and ethics*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/260865316_Governance_and_Ethics
 18. International Sport and Culture Association (2012). Guidelines for good governance in grassroots sport. Retrieved from http://www.iscaweb.org/files/GGGS_Web/Guidelines_for_Good_Governance_in_Grassroots_Sport.pdf
 19. Irajpour, A., Mojarrad, N., & Dabbagh Rezaieh, F. (2016). Investigating the role of mass media in cultural development of Iran Amateur and professional sports. *Sport Management and Development*, 5(2), 36-52. (In Persian)
https://jsmd.guilan.ac.ir/article_2133_en.html
 20. Jack, R. (2018). *Good governance initiatives in sport at national level*. Good practice handbook. No. 9. Council of Europe. Retrieved from <https://edoc.coe.int/en/online-resources/7757-human-rights-protection-in-europe-in-the-context-of-sports-organisations-disciplinary-ans-arbitration-procedures-good-practice-handbook-no-5.html>
 21. Jaferi, P., & Ramzani Nejhada, R. (2022). Content analysis & the trends of published papers in the field of sport & media. *Communication Management in Sport Media*, 9(2), 96-108. (In Persian)
<https://dorl.net/dor/20.1001.1.23455578.1400.9.2.6.0>

22. Juliandi, J., Hendrayana, Y., Ma'mun, A., & Masri, M. (2020). Evaluation of sports governance in improving achievement sports. In *4th International Conference on Sport Science, Health, and Physical Education (ICSSHPE 2019)* (pp. 235-237). Atlantis Press.
<https://www.atlantispress.com/proceedings/icsshpe-19/125934780>
23. Kivisilta, I. (2020). *Assessing the aspects of good governance in Finnish sport federations*. Retrieved from
<https://www.divaportal.org/smash/get/diva2:1489816/FULLTEXT01.pdf>
24. Jha, C. K., & Sarangi, S. (2017). Does social media reduce corruption? *Information Economics and Policy*, 39, 60-71.
<https://doi.org/10.1016/j.infoecopol.2017.04.001>
25. Mahmoudi, J., & Ronaghi, M. (2013). Determining the weight and relationship between good governance indicators in Iran. *Strategic Studies Quarterly*, 16(62), 59-87. (In Persian)
<https://dorl.net/dor/20.1001.1.17350727.1392.16.6.2.3.1>
26. Mehrabi, G., & Namvar, M. (2019). The role of directors' board of football clubs from a governance perspective. *Sport Management Studies*, 11(56), 121-140. (In Persian)
<https://doi.org/10.22089/smrj.2019.6131.2233>
27. Miryousefi, S., & Bakhshandeh, H. (2020). Explanation and prioritization of mass media factors affecting political culture development of championship sport. *Journal of Sport Management*, 12(2), 501-520. (In Persian)
<https://doi.org/10.22059/jsm.2019.274462.2216>
28. Mohammadi Rauof, M., Farahani, A., Shajie, R., & Maleki, A. (2022). Designing a model of good sport governance in Iran. *Sport Management Journal*, 14(2), 1-24. (In Persian)
<https://doi.org/10.22059/jsm.2020.296390.2399>
29. Mushtaghi, M., Ghasemi, H., & Rasakh, N. (2021). Designing the model of the role of mass media in the development of public sports in the country and its strategies. *Sports Management Studies*, 13(66), 363-392. (In Persian)
<https://doi.org/10.22089/smrj.2020.8214.2813>
30. Naseri, A., & Hasani, Z. (2019). Representation of sports corruption in Iran's media space during the last ten years (2007-2017). *Journal of Sports Management*, 11(3), 611-631. (In Persian)
<https://doi.org/10.22059/jsm.2019.260480.2107>
31. Parent, M. M., Hoye, R., Taks, M., Thompson, A., Naraine, M. L., Lachance, E. L., & Séguin, B. (2021). National sport organization governance design archetypes for the twenty-first century. *European Sport Management Quarterly*, 23(4), 1115-1135.
<https://doi.org/10.1080/16184742.2021.1963801>
32. Phillips, A. (2011). *What should be in a 'good governance code' for European team sports federations?* (Unpublished master's thesis). University of Mesgo.
33. Play the Game. (2011). *Cologne consensus towards a global code for governance in sport*. Paper presented at the End Statement of the Conference, Play the Game 2011 Conference, Cologne.
<https://www.playthegame.org/publications/evaluation-of-the-play-the-game-2011-conference/>
34. Rezaei, G., Khosrovizadeh, E., & Majid, M. (2022). Modeling the factors affecting media streaming in sports with the foundational data theory approach. *Scientific Quarterly Journal of Communication. Management in Sports Media*, 9(2), (In Persian)
<https://doi.org/10.30473/jsm.2021.57285.1498>
35. Rostam Zadeh, N., Afshari, M., Alam, Z., & Ghorbani, S. (2019). Providing a good electronic governance model at the Ministry of Sports and Youth. *Sport Management Studies*, 11(56), 43-62. (In Persian)
<https://doi.org/10.22089/smrj.2019.6168.2244>
36. Sadeghian, Z., Hosseini, E., & Farzan, F. (2014). Investigating the role of mass media in Hamedan city people's tendency towards public sports. *Journal of Sports Management and Movement Behavior*, 10(20), 35-44. (In Persian)
37. Salehi Amin, M., & Kheir Khahan, J., & Afshari, Gh. (2009). *Reforming public institutions and strengthening governance: A key strategy, good governance research project*. Department of Economic Researches, Islamic Parliament Research Center, Tehran. (In Persian)
38. Salimi, J., & Maknoon, R. (2018). Qualitative Meta-analysis of Scientific Researches Concerning the Issue of Governance in Iran. *Journal of Public Administration*, 10(1), 1-30.
<https://doi.org/10.22059/jipa.2018.228757.1945>
39. Sayed Ameri, M. H., Abbasi, H., & Jamshidi, E. (2019). Explaining the effect of absorption capacity, organizational governance and social undermining on innovative behavior the

- employees of the Ministry of Sports and Youth in IRAN. *Contemporary Studies on Sports Management*, 9(17), 1-17. (In Persian)
<https://doi.org/10.30473/arsm.2020.7215>
40. Tacon, R., & Walters, G. (2021). The promises and pitfalls of codification of good governance in sport as legitimacy framework. In *Good governance in sport: Critical Reflections* (pp. 221–235). London: Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781003172833>
41. Tompson, A., Lachance, E., Parent, M., & Hoye, R. (2022). A systematic review of governance principles in sport. *European Sport Management Quarterly*, 108, 323–348.
<https://doi.org/10.1080/16184742.2022.2077795>
42. Transparency International. (2011). *Safe hands: Building integrity and transparency at FIFA*. Berlin: Transparency International.
43. Union of European Football Associations UEFA. (2011). Good governance menu card for UEFA member associations 2012-2016.
<https://www.uefa.com/news-media/news/024a-0f8e64c32833-1f4730cdd722-1000--uefa-good-governance-principles-for-associations/>
44. Zare, A., Heidarnejad, S., & Shirali, R. (2016). The impact of mass media on the control of corruption in football. *Communication Management in Sports Media*, 3(4), 11-24. (In Persian)
<https://dorl.net/dor/20.1001.1.23455578.1395.3.4>



COPYRIGHTS

© 2024 by the authors. Licensee PNU, Tehran, Iran. This article is an open access article distributed under the terms & conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY4.0) (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>)