

Communication Management in Sports

Vol. 13(1), (Series 49): 67-82 (2025)

 DOI: 10.30473/jsm.2025.73040.1927

E-ISSN: 2538-4961

P-ISSN: 2345-5578

ORIGINAL ARTICLE

Designing a Strategic Media Development Model to Counter-Cultural and Social Invasion in Iranian Sports

Mansoure Abu Jafari¹, Asra Askari², Mohammadali Noudehi³, Zynalabedin Fallah⁴,
Taher Bahlekeh⁵

1. PhD student, Department of sport management, Go.C., Islamic Azad University, Gorgan, Iran.

2. Department of sport management, Go.C., Islamic Azad University, Gorgan, Iran.

3. Department of sport management, Go.C., Islamic Azad University, Gorgan, Iran.

4. Department of sport management, Go.C., Islamic Azad University, Gorgan, Iran.

5. Department of sport management, Go.C., Islamic Azad University, Gorgan, Iran.

Correspondence

Asra Askari

Email: Askari.asra@iau.ac.ir

Receive Date: 12/Dec/2024

Revise Date: 03/May/2025

Accept Date: 08/June/2025

How to cite

Abu Jafari, M., Askari, A., Noudehi, M., Fallah, Z., & Bahlekeh, T. (2023). Designing a model for developing media strategies to counter cultural and social aggression in sports. *Communication Management in Sport Media*, 13(1), 67-82.

ABSTRACT

This study aimed to design strategic media approaches to counter-cultural and social invasions in the sports field. This research used a qualitative method with thematic analysis, and data were collected through semi-structured interviews with 17 experts, researchers, and specialists in the fields of media and sports. The criteria for selecting participants included at least five years of professional experience and a minimum of a bachelor's degree. Purposeful sampling was conducted with a criterion-based approach. The validity (content and concurrent) and reliability (inter-coder agreement) of the interviews were confirmed. The findings revealed seven main themes: producing cultural-sports content, promoting public media literacy, using modern technologies, creating internal media unity, countering harmful foreign messages, promoting sports as a cultural tool, and developing macro-level media policies. These themes were divided into 24 organizing themes and 112 basic themes as strategic responses to cultural and social invasions in sports. This study suggests that sports media, beyond their traditional role in information dissemination, can act as effective tools in managing cultural and social challenges. The findings suggest that aligning media policies, strengthening internal infrastructures, and expanding cultural interactions through sports media can help preserve indigenous values and resist harmful cultural influences. In this regard, the formulation and implementation of effective media policies not only contribute to the promotion of national identity but also provide a foundation for the sustainable development of sports media and the enhancement of public participation.

KEYWORDS

Sports Media, National Identity, Cultural Invasion, Media Literacy, Media Strategies.



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

In today's world, media are recognized as one of the most powerful and influential tools in cultural, social, and political transformations. These increasingly expanding means of communication have profound and far-reaching effects on the way people think, behave, and interact socially. Media are not only capable of disseminating information and news worldwide, but also significantly influence public opinion, norms, and social behaviors. In this context, the role of media in the field of sports—especially in the era of digitalization and globalization—has gained particular importance. Sports, once merely considered a recreational and physical activity, have now evolved into a cultural, social, and economic domain with more complex dimensions. Today, media function as a fundamental tool in shaping individual and social identities in the context of sports. Accordingly, the main question of this research is: How can effective media strategies be designed to manage and counter cultural and social invasion in the realm of sports? This question seeks to find strategies through which media tools can be effectively used to protect indigenous and national cultures and prevent the negative impacts of cultural and social invasions in sports. Research in this area can contribute to the development of strategic models in which media serve as effective tools for strengthening the cultural and sporting identity of societies, while simultaneously protecting them from the harm of cultural invasions. Designing such models not only helps enhance national and cultural identity in the field of sports, but also offers a general approach to addressing the social and cultural challenges emerging from globalization and the rapidly changing media landscape.

Methods

This study employs a qualitative research method using thematic analysis. In this type of research, the primary objective is to gain a deeper and more analytical understanding of phenomena through the examination of qualitative content. Particularly in studies focusing on concepts and strategies, thematic analysis serves as an appropriate tool for identifying and categorizing semantic patterns and various concepts. Accordingly, to achieve a more comprehensive and accurate understanding of media strategies in this context, a qualitative research method with thematic analysis was chosen. The statistical population of this research includes experts, researchers, and professionals in the fields of media and sports who are active in various media, cultural, and social domains and can provide valuable insights and experiences regarding the influence of media on sports and sports culture. A purposive criterion-based sampling method was used for sample selection. The criteria for selecting participants included a minimum of five years of professional experience and at least a bachelor's degree. These individuals included media managers, media experts, sports coaches, researchers, university professors in media and culture, and sports journalists—individuals capable of providing rich and reliable data on the subject. The main data collection tool was the semi-structured interview, chosen for its high flexibility and ability to explore topics in greater depth. In such interviews, open-ended and guided questions are used to allow interviewees to freely express their perspectives and experiences without the constraints of closed-ended questions.

Findings

The findings revealed that seven overarching themes—namely, the production of cultural-sports content, enhancement of public media literacy, utilization of modern technologies, establishment of internal media unity, countering harmful foreign messages, promoting sports as a cultural tool, and the development of macro-level media policies—along with 24 organizing themes and 112 basic themes, constitute the strategic framework for combating cultural and social invasion in sports. The extracted strategies can serve as a foundation for developing effective media strategies aimed at confronting such invasions. This study highlights that sports media, beyond their traditional role of information dissemination, can serve as a powerful tool for managing cultural and social challenges. The findings suggest that aligning media policies, strengthening internal infrastructures, and fostering cultural interactions through sports media can contribute to the preservation of local values and resistance against harmful cultural influences. Accordingly, formulating and implementing effective media policies not only enhances national identity but also provides a foundation for the sustainable development of sports media and the reinforcement of public participation.

Conclusion

The production of cultural and sports content is a key tool for strengthening national and cultural identity. The findings show that creating sports documentaries, showcasing national achievements,

and introducing local champions significantly boost national morale. Such content can aid in transmitting cultural and sports values both domestically and internationally. This study demonstrated that media—particularly sports media—can serve as powerful instruments for reinforcing cultural identity and countering cultural invasions. The seven core codes identified in this research—cultural-sports content production, public media literacy enhancement, use of modern technologies, internal media collaboration, resistance against foreign harmful messages, promotion of sports as a cultural medium, and development of macro media policies—represent important dimensions of both the challenges and opportunities in this field. The findings indicate that proper utilization of these elements can safeguard cultural values and promote national identity, while also mitigating the negative effects of distorted foreign narratives. In light of the expansion of digital technologies and globalization, leveraging intelligent technologies, strengthening cooperation among domestic media, and formulating effective media policies are of paramount importance. These measures can result in the production of high-quality local content, improved media literacy within society, and an enhanced role of sports as a cultural medium. Given the significance of producing cultural-sports content and countering harmful foreign media messages, establishing an intelligent digital platform could support the dissemination of local content, media data analysis, and increased user interaction with domestic media. This platform may include:

- Real-time analysis of media content using artificial intelligence to identify harmful messages.
- Dissemination of sports news and content aligned with local culture in collaboration with domestic media.
- Creation of interactive spaces for media professionals and audiences to enhance awareness and media literacy.
- Monitoring of international sports content and providing alternative narratives to counter distorted messages.
-

KEYWORDS

Sports media, national identity, cultural invasion, media literacy, media strategies

Ethical Considerations

Compliance with Research Ethical Guidelines

This article has been done considering all ethical principles.

Funding

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

Authors' Contributions

All authors have participated in designing, implementing and writing all parts of the present study.

Conflicts of interest

The authors declared no conflict of interest

Acknowledgement

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

مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی

سال سیزدهم، شماره یکم، پیاپی چهل و نهم، پاییز ۱۴۰۴ (۸۲-۶۷)

DOI: 10.30473/jsm.2025.73040.1927

E-ISSN: 2538-4961

E-ISSN: 2538-4961

«مقاله پژوهشی»

طراحی مدل توسعه استراتژی‌های رسانه‌ای برای مقابله با تهاجم فرهنگی و اجتماعی در ورزش ایران

منصوره ابوجعفری^۱، اسرا عسکری^{۲*}، محمدعلی نودهی^۳، زین العابدین فلاح^۴، طاهر بهلکه^۵

چکیده

این پژوهش باهدف طراحی استراتژی‌های رسانه‌ای برای مقابله با تهاجمات فرهنگی و اجتماعی در حوزه ورزش انجام شد. روش تحقیق از نوع کیفی و تحلیل مضمون بود که داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۱۷ نفر از کارشناسان، پژوهشگران و متخصصان حوزه رسانه و ورزش گردآوری شد. معیار انتخاب نمونه‌ها، داشتن حداقل ۵ سال سابقه شغلی و تحصیلات حداقل کارشناسی بود. نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند با رویکرد ملاک محور انجام شد. روایی (محتوا و همزمان) و پایایی (توافق بین کدگذاران) مصاحبه‌ها به تأیید رسید. یافته‌ها نشان داد که ۷ مضمون فراگیر تولید محتوای فرهنگی- ورزشی، تقویت سواد رسانه‌ای عمومی، بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، ایجاد اتحاد رسانه‌ای داخلی، مقابله با پیام‌های مخرب خارجی، ترویج ورزش به‌عنوان ابزار فرهنگی و تدوین سیاست‌های کلان رسانه‌ای، ۲۴ مضمون سازمان‌دهنده و ۱۱۲ مضمون پایه از راهبردهای مقابله با تهاجم فرهنگی و اجتماعی در ورزش است. این پژوهش نشان می‌دهد که رسانه‌های ورزشی، فراتر از نقش سنتی خود در اطلاع‌رسانی، می‌توانند به‌عنوان ابزاری مؤثر در مدیریت چالش‌های فرهنگی و اجتماعی عمل کنند. یافته‌ها حاکی از آن است که هماهنگی میان سیاست‌های رسانه‌ای، تقویت زیرساخت‌های داخلی، و توسعه تعاملات فرهنگی از طریق رسانه‌های ورزشی، می‌تواند به حفظ ارزش‌های بومی و مقابله با تأثیرات فرهنگی مخرب کمک کند. در این راستا، تدوین و اجرای سیاست‌های رسانه‌ای کارآمد، نه‌تنها به ارتقای هویت ملی کمک می‌کند، بلکه بستری برای توسعه پایدار رسانه‌های ورزشی و تقویت مشارکت عمومی فراهم می‌آورد.

واژه‌های کلیدی

رسانه‌های ورزشی، هویت ملی، تهاجم فرهنگی، سواد رسانه‌ای، استراتژی‌های رسانه‌ای.

۱. دانشجوی دکتری گروه مدیریت ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران.
۲. گروه مدیریت ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران.
۳. گروه مدیریت ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران.
۴. گروه مدیریت ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران.
۵. گروه مدیریت ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران.

*نویسنده مسئول: اسرا عسکری

رایانامه: Askari.asra@iau.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۹/۲۲

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۲/۱۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۳/۱۸

استناد به این مقاله:

ابوجعفری، منصوره؛ عسکری، اسرا؛ نودهی، محمدعلی؛ فلاح، زین العابدین؛ و بهلکه، طاهر. (۱۴۰۲). طراحی مدل توسعه استراتژی‌های رسانه‌ای برای مقابله با تهاجم فرهنگی و اجتماعی در ورزش ایران. فصلنامه علمی مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۱۱(۱)، ۸۲-۶۷.

حق انتشار این مستند، متعلق به نویسندگان آن است. © ۱۴۰۴ ناشر این مقاله، دانشگاه پیام نور است.

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

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

مقدمه

در دنیای امروز، رسانه‌ها به‌عنوان یکی از ابزارهای کلیدی و پر قدرت در تحولات فرهنگی، اجتماعی و سیاسی شناخته می‌شوند (بیلال^۱ و همکاران، ۲۰۲۴). این ابزارهای ارتباطی که به‌طور فزاینده‌ای در حال گسترش هستند، تأثیرات عمیق و گسترده‌ای بر نحوه‌ی اندیشیدن، رفتار و تعاملات اجتماعی دارند (کیسی^۲، ۲۰۲۳). رسانه‌ها قادرند نه‌تنها اطلاعات و اخبار را در سرتاسر جهان منتشر کنند، بلکه بر افکار عمومی، هنجارها و رفتارهای اجتماعی نیز تأثیرگذار باشند (گورکا^۳، ۲۰۲۴). در این راستا، نقش رسانه‌ها در حوزه ورزش به‌ویژه در عصر دیجیتال و جهانی‌شدن اهمیت ویژه‌ای پیدا کرده است (جیانگ^۴ و همکاران، ۲۰۲۴).

ورزش که پیش‌تر تنها به‌عنوان یک فعالیت تفریحی و جسمانی شناخته می‌شد، اکنون به یک عرصه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی با ابعاد پیچیده‌تری تبدیل شده است (بیلوهر^۵ و همکاران، ۲۰۲۳). رسانه‌ها در حال حاضر به‌عنوان یک ابزار اساسی در شکل‌دهی به هویت‌های فردی و اجتماعی در زمینه ورزش عمل می‌کنند (یو^۶، ۲۰۲۴) و به‌ویژه در جوامعی که با چالش‌های هویتی مواجه هستند، می‌توانند تأثیرات مثبت یا منفی فراوانی بگذارند (دینگ^۷ و همکاران، ۲۰۲۴).

یکی از مسائل بسیار مهمی که جوامع مختلف در مواجهه با تحولات فرهنگی و اجتماعی به‌ویژه در حوزه ورزش با آن روبرو هستند، مسئله «تهاجم فرهنگی و اجتماعی» است (فیتز^۸ و همکاران، ۲۰۲۱). این پدیده زمانی به‌وجود می‌آید که یک فرهنگ یا مجموعه‌ای از ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی، به‌ویژه از طریق رسانه‌ها، بر جوامع دیگر تحمیل یا نفوذ پیدا می‌کند (جاریچ^۹ و همکاران، ۲۰۲۲). در این فرایند، ممکن است فرهنگ‌های بومی و هویت‌های ملی تحت تأثیر قرار گیرند و در بسیاری از موارد، ارزش‌ها و هنجارهای خارجی جایگزین آن‌ها شوند (آدامز^{۱۰}، ۲۰۲۴). این مسئله در کشورهایی که با

بحران‌های هویتی مواجه هستند، ازجمله کشورهای درحال توسعه، به‌ویژه در حوزه ورزش اهمیت بیشتری پیدا می‌کند (یوسوپووا^{۱۱} و همکاران، ۲۰۲۱). چراکه ورزش به‌عنوان یک عرصه عمومی و محبوب می‌تواند یکی از کانون‌های اصلی برای تقویت هویت ملی و فرهنگی باشد و از طرفی، به‌دلیل محبوبیت جهانی آن، به‌راحتی تحت تأثیر فرهنگ‌های خارجی قرار گیرد (قادری و همکاران، ۲۰۲۳).

در جوامعی مانند ایران که تاریخ و فرهنگ ورزشی خاص خود را دارند، این تهدیدات فرهنگی می‌تواند منجر به از دست رفتن برخی از ویژگی‌های منحصربه‌فرد هویت ورزشی جامعه شود (التیامی نیا و حسینی، ۲۰۱۵). ایران با دارا بودن تاریخچه‌ای غنی در ورزش‌هایی مانند کشتی، فوتبال، تکواندو و سایر رشته‌های بومی و ملی، همواره سعی داشته است که از طریق رسانه‌ها، این هویت‌ها را تقویت کرده و به نسل‌های آینده منتقل کند. با این حال، در دنیای مدرن و در مواجهه با رسانه‌های جهانی و فضای دیجیتال، این ارزش‌ها و هویت‌های ورزشی به‌شدت در معرض تهاجم فرهنگی قرار دارند (پاولوگیانیس^{۱۲}، ۲۰۱۸).

رسانه‌های غربی با تولید محتوای ورزشی جهانی و گسترش آن در سطح وسیع، می‌توانند الگویی غیر بومی و غربی از ورزش را ترویج دهند که ممکن است به‌تدریج جایگزین فرهنگ‌های ورزشی محلی شود.

از سوی دیگر، رسانه‌ها نه‌تنها به‌عنوان تهدید، بلکه به‌عنوان فرصتی برای مقابله با این تهاجمات فرهنگی نیز عمل می‌کنند (یانگ^{۱۳}، ۲۰۲۴). در حقیقت، رسانه‌ها قادرند با طراحی استراتژی‌های مؤثر در زمینه ورزش، به ترویج ارزش‌های ملی و فرهنگی بپردازند و از تأثیرات منفی تهاجم‌های فرهنگی جلوگیری کنند. رسانه‌های داخلی، با تولید محتوای ورزشی بومی و ملی، می‌توانند به تقویت هویت ملی و فرهنگی در عرصه ورزش کمک کنند و از طریق انعکاس تصاویر و مطالب مثبت از ورزشکاران داخلی و معرفی قهرمانان ملی، روحیه اجتماعی و هویتی جامعه را تقویت نمایند. این اقدامات می‌توانند به‌ویژه در مواجهه با بحران‌های هویتی و فرهنگی که ممکن

1. Bilal
2. Ceasay
3. Gorka
4. Jiang
5. Bilohur
6. Yu
7. Ding
8. Fietz
9. Jarić
10. Adams

11. Yusupova
12. Pavlogiannis
13. Yang

پیلار و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهش خود عنوان نمودند که رسانه‌های جمعی ورزشی تأثیر قابل‌توجهی بر رفتار، ارزش‌ها و ادراکات مخاطبان دارند. این مطالعه به اهمیت بررسی این تأثیرات و استفاده از رسانه‌ها به‌عنوان ابزاری برای آموزش و ارتقای آگاهی اجتماعی اشاره دارد. همچنین در پژوهش‌های گذشته تمرکز اصلی بر ورزش عمدتاً بر جنبه‌های رقابتی، حرفه‌ای و مالی آن است، درحالی‌که ابعاد فرهنگی ورزش کمتر موردتوجه قرار می‌گیرد (منگ^۴ و همکاران، ۲۰۲۴).

بنابراین با توجه به پژوهش‌های انجام‌شده و مبانی نظری، ضرورت انجام پژوهش در این حوزه به‌ویژه در شرایط کنونی بیش از پیش احساس می‌شود. جهانی‌شدن و گسترش فناوری‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی، سبب شده است که جوامع مختلف بیش از هر زمان دیگری در معرض فرهنگ‌ها و ارزش‌های خارجی قرار گیرند. در این میان، جوامع درحال توسعه به‌ویژه کشورهای اسلامی که دارای فرهنگ‌های غنی و هویت‌های خاص خود هستند، بیشتر از دیگر جوامع در معرض تهدیدات فرهنگی قرار دارند. ورزش به‌عنوان یکی از ارکان اساسی فرهنگ‌های ملی و اجتماعی، می‌تواند به‌عنوان ابزاری قدرتمند در این فرآیند عمل کند؛ اما برای مقابله با تهدیدات و چالش‌هایی که در اثر تهاجم‌های فرهنگی به‌ویژه در عرصه ورزش به وجود می‌آید، نیاز به استراتژی‌های رسانه‌ای دقیق و مؤثر احساس می‌شود. از سوی دیگر، با توجه به چالش‌های ذکر شده، ضرورت دارد که راهبردهای رسانه‌ای مشخصی برای مدیریت و مقابله با تهاجمات فرهنگی در ورزش تدوین شوند. در حالی که برخی از پژوهش‌های پیشین، به بررسی تأثیرات رسانه‌های خارجی بر ورزش پرداخته‌اند، هنوز الگوی جامع و عملیاتی برای استفاده از ظرفیت رسانه‌های داخلی در تقویت هویت ورزشی و فرهنگی کشور ارائه نشده است. بیشتر تحقیقات گذشته، به جای تأکید بر راهبردهای عملیاتی و سیاست‌های رسانه‌ای در سطح کلان، تنها به توصیف تأثیر رسانه‌ها پرداخته‌اند. علاوه بر این، هنوز مشخص نیست کدام رویکردهای رسانه‌ای بیشترین تأثیر را در کاهش اثرات مخرب

است در اثر تهاجم‌های خارجی ایجاد شوند، نقشی مهم ایفا کنند (پیلار^۱ و همکاران، ۲۰۱۹).

در پژوهش‌های انجام شده گذشته، بر اهمیت رسانه‌ها و تأثیرات آن‌ها بر فرهنگ و فرهنگ‌سازی تأکید شده است و حتی ابزاری جهت مقابله با تهدیدات خارجی معرفی شده است. آدامز (۲۰۲۴) به بررسی تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر مسائل اجتماعی-فرهنگی در نیجریه پرداخته است و دریافت که ترویج سواد دیجیتال، تشویق به استفاده مسئولانه از رسانه‌های اجتماعی، تقویت چارچوب‌های نظارتی بر پلتفرم‌های اجتماعی، پرداختن به شکاف دیجیتال و تقویت همکاری بین دولت، جامعه مدنی و شرکت‌های رسانه‌های اجتماعی است تا از پتانسیل تحول‌آفرین رسانه‌های اجتماعی برای ایجاد تغییرات مثبت اجتماعی-فرهنگی در نیجریه بهره‌برداری شود. غفار و الحیب^۲ (۲۰۲۳) در پژوهش خود عنوان نمودند که رسانه‌های جمعی می‌توانند نقش کلیدی در گسترش فرهنگ ورزش در میان زنان ایفا کنند و در راستای تحقق اهداف چشم‌انداز عمان ۲۰۴۰ تأثیرگذار باشند.

تانگ^۳ (۲۰۲۴) در پژوهش خود به بررسی ارزش و مسیر اجرای فناوری رسانه‌های هوشمند در حفظ و انتقال فرهنگ ورزش‌های سنتی قومی چین می‌پردازد و روش‌هایی نوآورانه برای توسعه پایدار این حوزه ارائه می‌دهد. ایشان دریافتند که ایجاد پلتفرم‌های ویدیویی کوتاه برای ورزش‌های سنتی، طراحی سیستم‌های هوشمند برای ورود ورزش‌های سنتی به مدارس، ساخت یک سیستم متنوع برای انتقال فرهنگ، از روش‌های سنتی به روش‌های هوشمند و نوآورانه، تغییر از "انتقال فرهنگی" به "اشتراک منابع" برای استفاده بهینه از منابع و تقویت همگرایی ملی، ازجمله استراتژی‌های عملیاتی می‌باشد. ادغام فناوری‌های هوشمند با فرهنگ ورزش‌های سنتی می‌تواند به نوآوری در روش‌های انتقال فرهنگی منجر شود، تبادلات فرهنگی ملی را تقویت کند و توسعه پایدار صنایع مرتبط با فرهنگ ورزش‌های سنتی را تسریع بخشد. این فرآیند باعث ارتقای موقعیت ورزش‌های سنتی در عصر فناوری هوشمند خواهد شد.

1. Pilar

2. Gaafar & Al-Hadabi

3. Tang

4. Meng

است. به‌این ترتیب، برای رسیدن به درک جامع‌تر و دقیق‌تر از استراتژی‌های رسانه‌ای در این زمینه، روش تحقیق کیفی و تحلیل مضمون انتخاب شده است.

جامعه آماری این پژوهش شامل کارشناسان، پژوهشگران و متخصصان حوزه رسانه و ورزش است که در زمینه‌های مختلف رسانه‌ای، فرهنگی و اجتماعی فعال هستند و می‌توانند دیدگاه‌ها و تجربیات ارزشمندی در خصوص تأثیرات رسانه‌ها بر ورزش و فرهنگ ورزشی ارائه دهند. برای انتخاب نمونه از روش نمونه‌گیری هدفمند رویکرد ملاک محور استفاده شده است. معیار انتخاب نمونه‌ها، داشتن حداقل ۵ سال سابقه شغلی و تحصیلات حداقل کارشناسی بود. این افراد شامل مدیران رسانه‌ای، کارشناسان رسانه، مربیان ورزشی، پژوهشگران و اساتید حوزه رسانه و فرهنگ و خبرنگاران ورزشی می‌باشند که می‌توانند اطلاعات غنی و قابل اعتمادی در این زمینه ارائه دهند.

ابزار اصلی برای جمع‌آوری داده‌ها، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته است. این ابزار به دلیل انعطاف‌پذیری بالای خود و امکان پیگیری عمیق‌تر موضوعات، انتخاب شده است. در این نوع مصاحبه‌ها، از سؤالات باز و هدایت شده استفاده می‌شود تا مصاحبه‌شوندگان بتوانند به‌صورت آزادانه و بدون محدودیت‌های سؤالات بسته، دیدگاه‌ها و تجربیات خود را بیان کنند. در روش تحلیل مضمون، داده‌ها به‌دقت کدگذاری شده و مضامین و الگوهای اصلی از میان آن‌ها استخراج می‌شود. این مضامین به‌طور سیستماتیک طبقه‌بندی و تحلیل می‌شوند تا به درک عمیقی از استراتژی‌های رسانه‌ای و تأثیرات آن بر مقابله با تهاجم فرهنگی در ورزش برسیم.

برای ارزیابی روایی و پایایی تحقیق در پژوهش‌های کیفی، معمولاً از روایی محتوایی، روایی هم‌زمان و روش‌های مختلف برای حفظ اعتبار داده‌ها استفاده می‌شود. روایی تحقیق از طریق استفاده از ابزارهای جمع‌آوری داده‌های معتبر مانند مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته و تحلیل دقیق داده‌ها تضمین می‌شود. همچنین، برای ارزیابی پایایی داده‌ها از روش بررسی هم‌زمان استفاده شد که در آن، تعداد زیادی از بخش‌های کدگذاری توسط دو یا چند کدگذار مستقل بررسی می‌شود تا میزان هم‌خوانی و توافق آن‌ها بر روی کدها و مضامین مختلف موردسجش قرار گیرد.

فرهنگی و اجتماعی در ورزش دارند و چگونه می‌توان این راهکارها را در فضای رسانه‌ای ایران پیاده‌سازی کرد.

این پژوهش به دنبال طراحی و پیاده‌سازی استراتژی‌هایی است که از طریق آن‌ها می‌توان از ظرفیت‌های رسانه‌ای در جهت تقویت هویت ملی و مقابله با تهاجم‌های فرهنگی و اجتماعی استفاده کرد. رسانه‌ها با توجه به قدرتی که در جهت‌دهی به افکار عمومی دارند، می‌توانند از طریق تولید محتوای ورزشی متناسب با ارزش‌ها و هویت‌های فرهنگی جامعه، به‌ویژه در کشورهایی مانند ایران، نقش مؤثری در مقابله با تهاجمات فرهنگی ایفا کنند. این محتوا می‌تواند شامل برنامه‌های تلویزیونی، مستندها، اخبار ورزشی، تحلیل‌های تخصصی و تولیدات دیجیتال باشد که همگی در جهت تقویت فرهنگ ورزشی بومی و ملی عمل کنند.

در این راستا، سؤال اصلی پژوهش حاضر این است که چگونه می‌توان با طراحی استراتژی‌های رسانه‌ای مؤثر، تهاجم فرهنگی و اجتماعی را در عرصه ورزش مدیریت و مقابله کرد؟ این سؤال به دنبال یافتن راهکارهایی است که از طریق آن‌ها بتوان با بهره‌گیری از ابزارهای رسانه‌ای به‌طور مؤثر از فرهنگ‌های بومی و ملی حفاظت کرده و از تأثیرات منفی تهاجم‌های فرهنگی و اجتماعی در عرصه ورزش جلوگیری نمود. پژوهش در این زمینه می‌تواند به توسعه مدل‌های استراتژیک کمک کند که در آن‌ها رسانه‌ها به‌عنوان ابزاری مؤثر در تقویت هویت فرهنگی و ورزشی جوامع عمل کرده و به‌طور هم‌زمان از آسیب‌های ناشی از تهاجمات فرهنگی جلوگیری کنند. طراحی مدل‌هایی نه‌تنها به تقویت هویت ملی و فرهنگی در عرصه ورزش کمک می‌کند، بلکه می‌تواند به‌عنوان یک راهکار کلی برای مقابله با چالش‌های اجتماعی و فرهنگی ناشی از جهانی‌شدن و تغییرات سریع در دنیای رسانه‌ای مطرح شود.

روش‌شناسی پژوهش

روش این پژوهش از نوع کیفی و از تحلیل مضمون استفاده شده است. در این نوع پژوهش، هدف اصلی درک عمیق‌تر و تحلیلی‌تر از پدیده‌ها از طریق تجزیه و تحلیل محتوای کیفی است. به‌ویژه در پژوهش‌هایی که به بررسی مفاهیم و استراتژی‌ها پرداخته می‌شود، تحلیل مضمون ابزاری مناسب برای شناسایی و طبقه‌بندی الگوهای معنایی و مفاهیم مختلف

در نهایت، برای حفظ روایی و پایایی در این نوع پژوهش، جدول زیر برای سنجش روایی و پایایی کیفی ارائه می‌شود.

جدول ۱. روایی و پایایی پژوهش

Table 1. Research validity and reliability

معیار	توضیحات
روایی محتوا	تحلیل داده‌های مصاحبه بر اساس مباحث موجود در ادبیات و نظریات پیشین پژوهش.
روایی هم‌زمان	تطابق داده‌ها با نظریات و تجربیات مشابه از پژوهشگران دیگر در همان زمینه.
پایایی	استفاده از بررسی هم‌زمان کدگذارها برای ارزیابی تطابق کدها و مضامین (۰/۸۱)
دقت کدگذاری	استفاده از مراحل دقیق و سیستماتیک برای کدگذاری اطلاعات از مصاحبه‌ها
شفافیت تحلیل	بررسی مداوم و بازبینی تحلیل‌ها به منظور تأمین شفافیت در فرایند استخراج مضامین.

یافته‌های پژوهش

در ابتدا در جدول زیر اطلاعات جمعیت‌شناختی مربوط به ۱۷ نفر از نمونه آماری پژوهش ارائه شده است. این جدول شامل متغیرهایی نظیر جنسیت، سن، تحصیلات، شغل و تجربه مرتبط با موضوع پژوهش است:

روش انجام پژوهش به صورت گام‌به‌گام شامل جمع‌آوری داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته، کدگذاری و استخراج مضامین و تحلیل موضوعات با استفاده از نرم‌افزار تخصصی MaxQDA نسخه Pro بود. پس از انجام مصاحبه‌ها، داده‌ها کدگذاری شده و در قالب دسته‌بندی‌های مختلف تحلیل گردیدند. این فرایند به پژوهشگر کمک کرد تا به درک عمیق‌تری از استراتژی‌های رسانه‌ای مؤثر در مقابله با تهاجم فرهنگی و اجتماعی در عرصه ورزش دست یابد.

جدول ۲. اطلاعات جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان در پژوهش

Table 2. Demographic information of research participants

شماره	جنسیت	سن	شغل	سطح تحصیلات	تجربه مرتبط با موضوع (سال)
۱.	مرد	۴۵	مدیر رسانه‌ای	کارشناسی ارشد	۱۵
۲.	زن	۳۷	استاد دانشگاه	دکتری	۱۲
۳.	مرد	۵۰	پژوهشگر رسانه	دکتری	۲۰
۴.	زن	۳۴	خبرنگار ورزشی	کارشناسی ارشد	۱۰
۵.	مرد	۴۰	مربی ورزشی	کارشناسی	۱۸
۶.	زن	۲۹	کارشناس فرهنگی	کارشناسی ارشد	۶
۷.	مرد	۴۳	مدیر فرهنگی	دکتری	۱۵
۸.	زن	۳۱	خبرنگار رسانه‌های ورزشی	کارشناسی ارشد	۸
۹.	مرد	۴۷	استاد دانشگاه	دکتری	۲۰
۱۰.	زن	۳۶	پژوهشگر فرهنگی	کارشناسی ارشد	۹
۱۱.	مرد	۴۲	مربی ورزش	کارشناسی ارشد	۱۶
۱۲.	زن	۲۸	کارشناس رسانه ورزشی	کارشناسی ارشد	۷
۱۳.	مرد	۳۹	روزنامه‌نگار ورزشی	کارشناسی	۱۲
۱۴.	زن	۳۳	مدیر رسانه‌های ورزشی	دکتری	۱۰
۱۵.	مرد	۴۶	استاد دانشگاه	دکتری	۱۷
۱۶.	زن	۳۲	تحلیلگر رسانه‌ای	کارشناسی ارشد	۸
۱۷.	مرد	۴۱	پژوهشگر رسانه	دکتری	۱۵

در ادامه فرایند استخراج کدهای اولیه انجام شد. در ابتدا ۳۴۵ کد اولیه استخراج شد و در ادامه، کدهای تکراری و با فراوانی کمتر و همچنین کدهای هم‌معنی از روند تحلیل و کدگذاری خارج شدند و کدهای منحصربه‌فرد با فراوانی بالاتر باقی ماندند. تعداد ۱۱۲ کد اولیه شناسایی گردید و در هفت کد محوری و ۲۴ مقوله اصلی دسته‌بندی گردیدند. نتایج هر کد محوری به‌صورت مجزا در ادامه آورده شده است.

مضمون فراگیر ۱: تولید محتوای فرهنگی و ورزشی

جدول ۳. مضمون فراگیر ۱: تولید محتوای فرهنگی و ورزشی

Table 3. Overarching Theme 1: Cultural and sports content production

مضمون سازمان‌دهنده	مضامین پایه	کدهای مصاحبه‌شوندگان
بازنمایی فرهنگ ورزشی ملی	تولید مستندهای ورزشی	P2, P5, P9, P11, P14
	ترویج ورزش‌های بومی و سنتی	P3, P6, P10, P12, P15
	معرفی قهرمانان ملی و محلی	P4, P7, P13, P16, P17
	روایت داستان‌های فرهنگی در ورزش	P1, P5, P8, P11, P13
توسعه رسانه‌های دیجیتال	ایجاد برنامه‌های تلویزیونی با محوریت فرهنگ	P2, P6, P9, P16
	تولید محتوای چندرسانه‌ای	P3, P10, P14, P17
	تبلیغ ورزش‌های محلی در شبکه‌های اجتماعی	P8, P11, P15, P1
	پوشش زنده مسابقات بومی	P5, P9, P13, P16
بازنمایی ارزش‌های اسلامی در ورزش	تولید مقالات فرهنگی-ورزشی	P6, P10, P14
	تولید برنامه‌های تلویزیونی مذهبی-ورزشی	P7, P11, P15, P1, P4
	نمایش نمادهای اسلامی در ورزش	P8, P12, P16
	ترویج مفاهیم اخلاقی در مسابقات ورزشی	P9, P13, P17, P3, P6
تقویت هویت فرهنگی بومی	طراحی مستندهایی با موضوع فرهنگ اسلامی	P10, P14, P1, P4, P7
	پوشش دستاوردهای ورزشی کشورهای اسلامی	P11, P15
	استفاده از نمادهای فرهنگی در برنامه‌های ورزشی	P12, P16, P3, P6, P10
	نمایش المان‌های محلی در ورزش	P13, P17, P4, P8, P11
تأکید بر مفاهیم اخلاقی در ورزش	معرفی تاریخچه ورزش‌های بومی	P14, P1, P5, P9
	بازنمایی موفقیت‌های قهرمانان ملی	P15, P2, P6, P10, P13
	تولید مستند درباره ورزش‌های بومی	P16, P3, P7, P11, P14
	تبلیغ ارزش‌های اخلاقی در مسابقات ورزشی	P17, P4, P8
ارتباط ورزش و ارزش‌های اسلامی	آموزش رفتار حرفه‌ای و اخلاق‌مدارانه	P1, P5, P9, P13, P16
	ارائه الگوهای اخلاقی ورزشی	P2, P6, P10, P14, P17
	ترویج مفهوم رقابت سالم و عادلانه	P3, P7, P11, P15
	استفاده از آموزه‌های دینی برای ترویج اخلاق	P4, P8, P12, P16, P2
	تولید برنامه‌هایی با محوریت نماز و ورزش	P5, P9, P13, P17
	تأکید بر سبک زندگی اسلامی از طریق ورزش	P6, P10, P14
	معرفی نقش دین در تقویت روحیه ورزشی	P7, P11, P15, P2, P5
	ترویج ارزش‌های اسلامی در جامعه ورزشی	P8, P12, P16
گسترش برنامه‌های ورزشی با محوریت خانواده		P9, P13, P17, P4, P7

مضمون فراگیر ۲: تقویت سواد رسانه‌ای عمومی

جدول ۴. مضمون فراگیر ۲: تقویت سواد رسانه‌ای عمومی

Table 4. Overarching Theme 2: Strengthening public media literacy

مضمون سازمان‌دهنده	مضامین پایه	کدهای مصاحبه‌شوندگان
آموزش عمومی سواد رسانه‌ای	آموزش خانواده‌ها درباره سواد رسانه‌ای	P10, P14, P1, P5, P8
	برگزاری کارگاه‌های رسانه‌ای برای دانش‌آموزان	P11, P15, P2, P6, P9
	انتشار ویدیوهای آموزشی کوتاه	P12, P16, P3, P7
	ارائه برنامه‌های تعاملی در رسانه‌های محلی	P13, P17, P4, P8, P11
	آموزش تحلیل پیام‌های رسانه‌ای	P14, P1, P5
آموزش حرفه‌ای سواد رسانه‌ای	تربیت مربیان رسانه‌ای	P15, P2, P6, P10, P13
	طراحی دوره‌های تخصصی سواد رسانه‌ای	P16, P3, P7
	برگزاری وبینارهای تخصصی	P17, P4, P8, P12, P15
	ایجاد منابع آموزشی در رسانه‌های دیجیتال	P1, P5, P9, P13
	تولید محتوای آموزشی برای رسانه‌های ورزشی	P2, P6, P10, P14, P17
ادغام آموزش سواد رسانه‌ای با نظام آموزشی	ترویج سواد رسانه‌ای در مدارس	P3, P7, P11, P15
	همکاری با معلمان برای آموزش سواد رسانه‌ای	P4, P8, P12, P16
	طراحی کتابچه‌های راهنما	P5, P9, P13
	ترویج مطالعه در حوزه رسانه و ورزش	P6, P10, P14, P1, P4
	ایجاد برنامه‌های آموزشی در پلتفرم‌های آنلاین	P7, P11, P15

مضمون فراگیر ۳: استفاده از فناوری‌های نوین و دیجیتال

جدول ۵. مضمون فراگیر ۳: استفاده از فناوری‌های نوین و دیجیتال

Table 5. Overarching Theme 3: Use of modern and digital technologies

مضمون سازمان‌دهنده	مضامین پایه	کدهای مصاحبه‌شوندگان
استفاده از فناوری‌های دیجیتال بومی	طراحی اپلیکیشن‌های بومی ورزشی	P8, P12, P16
	پخش زنده مسابقات	P9, P13, P17
	از پلتفرم‌های آنلاین	
	طراحی سیستم‌های تعاملی ورزشی	P10, P14
	تبلیغات هدفمند در فضای مجازی	P11, P15, P6, P9
توسعه محتوای چندرسانه‌ای	استفاده از واقعیت افزوده در ورزش	P12, P16, P3, P7, P10
	تولید محتوای ویدیویی باکیفیت بالا	P4, P8, P11
	به‌کارگیری ابزارهای هوش مصنوعی در رسانه‌ها	P14, P1, P5, P9, P12
	شناسایی مخاطبان از طریق تحلیل داده‌ها	P15, P2, P6
	ایجاد بسترهای ارتباطی برای ورزشکاران	P16, P3, P7, P11, P14
گسترش زیرساخت‌های دیجیتال ورزشی	ارائه گزارش‌های تعاملی در رسانه‌های آنلاین	P17, P12, P15
	توسعه پلتفرم‌های محلی برای ورزش	P1, P5, P9, P13, P16
	ایجاد شبکه‌های اجتماعی ورزشی	P2, P6, P17
	ایجاد بازارهای ورزشی دیجیتال	P3, P7, P11, P15
	ارائه خدمات آموزشی ورزشی آنلاین	P4, P8, P12, P16
	تحلیل رفتار کاربران در رسانه‌های ورزشی	P5, P9, P13, P17

مضمون فراگیر ۴: ایجاد اتحاد و همکاری‌های رسانه‌ای داخلی

جدول ۶. مضمون فراگیر ۴: ایجاد اتحاد و همکاری‌های رسانه‌ای داخلی

مضمون سازمان‌دهنده	مضامین پایه	کدهای مصاحبه‌شوندگان
تقویت هم‌افزایی رسانه‌های داخلی	تقویت همکاری بین رسانه‌ها	P6, P10, P14, P1, P4
	برگزاری جلسات مشترک بین رسانه‌ها	P7, P15, P2, P5
	ایجاد شبکه‌های مشترک بین رسانه‌های محلی	P8, P12, P16, P3, P6
	هماهنگی در انتشار اخبار ورزشی	P9, P17, P4, P7
	توسعه برنامه‌های مشترک فرهنگی-ورزشی	P14, P1, P5, P8
تولید محتوای مشترک	تولید برنامه‌های تلویزیونی مشترک	P11, P15, P6, P9
	ایجاد همگرایی در پیام‌های رسانه‌ای	P12, P16, P7, P10
	برگزاری جشنواره‌های مشترک ورزشی	P4, P8, P11
تقویت رسانه‌های محلی	ادغام رسانه‌های کوچک برای تولید بهتر	P14, P1, P5, P9, P12
	حمایت مالی از رسانه‌های کوچک	P6, P10, P13
	آموزش به رسانه‌های محلی	P3, P7, P11, P14
	توسعه شبکه‌های اجتماعی داخلی	P4, P8, P12, P15
	ارائه تجهیزات پیشرفته به رسانه‌های کوچک	P1, P9, P13, P16

مضمون فراگیر ۵: مقابله با پیام‌های مخرب رسانه‌های خارجی

جدول ۷. مضمون فراگیر ۵: مقابله با پیام‌های مخرب رسانه‌های خارجی

Table 7. Overarching Theme 5: Dealing with Destructive Messages from Foreign Media

مضمون سازمان‌دهنده	مضامین پایه	کدهای مصاحبه‌شوندگان
تحلیل و پایش پیام‌های خارجی	شناسایی محتوای مخرب خارجی	P2, P6, P10, P14, P17
	تحلیل محتوای رسانه‌های خارجی	P3, P7, P11, P15
	طراحی سیستم‌های پایش محتوا	P8, P12, P16, P2
	شناسایی کمپین‌های رسانه‌ای مخرب	P9, P13, P17
	ایجاد گزارش‌های تحلیلی	P6, P10, P14
تولید محتوای مثبت ملی	تولید محتوای رقابتی	P7, P11, P15
	ارائه روایت‌های جایگزین	P8, P12, P16
	مقابله با شایعات رسانه‌ای	P9, P13, P17
	ترویج فرهنگ مثبت در رسانه	P10, P14, P5, P8
اتحاد رسانه‌های داخلی برای مقابله	تقویت همکاری رسانه‌های داخلی	P11, P15, P6, P9
	طراحی کمپین‌های ملی	P12, P16, P7, P10
	افزایش تعامل با مخاطبان داخلی	P13, P17, P8, P11
	استفاده از نمادهای فرهنگی در تولید محتوا	P14, P5, P9, P12
	تبلیغ ورزش‌های ملی به‌عنوان ابزار مقاومت	P15, P6, P10, P13

مضمون فراگیر ۶: ترویج ورزش به عنوان ابزار فرهنگی

جدول ۸. مضمون فراگیر ۶: ترویج ورزش به عنوان ابزار فرهنگی

Table 8. Overarching Theme 6: Promoting sports as a cultural tool

مضمون سازمان‌دهنده	مضامین پایه	کدهای مصاحبه‌شوندگان
استفاده از ورزش برای ترویج فرهنگ	برگزاری رویدادهای فرهنگی-ورزشی	P16, P3, P7, P11, P14
	ترکیب نمادهای فرهنگی با رویدادهای ورزشی	P4, P8, P12, P15
	ایجاد برنامه‌های فرهنگی-ورزشی در مدارس	P1, P5, P13, P16
	همکاری با نهادهای فرهنگی برای توسعه ورزش	P2, P10, P14, P17
دیپلماسی فرهنگی از طریق ورزش	تبلیغ ورزش‌های ملی در سطح بین‌المللی	P7, P11, P15, P1
	مشارکت در مسابقات ورزشی جهانی با هویت ملی	P4, P8, P12, P16, P2
	تولید مستندهایی از ورزشکاران ایرانی	P9, P13, P17, P3
	استفاده از ورزش به عنوان پل ارتباطی بین فرهنگ‌ها	P10, P14
فرهنگ‌سازی برای سلامت عمومی	تقویت روحیه ملی با برجسته‌سازی موفقیت‌ها	P7, P11, P15
	ترویج سبک زندگی سالم از طریق ورزش	P8, P12, P16, P3, P6
	ایجاد کمپین‌های رسانه‌ای برای ورزش و سلامت	P9, P13, P4, P7
	تولید محتوای آموزشی برای خانواده‌ها	P10, P14, P5, P8
	طراحی برنامه‌های تلویزیونی با محوریت سلامتی	P11, P15, P6, P9

مضمون فراگیر ۷: توسعه سیاست‌ها و راهبردهای کلان رسانه‌ای

جدول ۹. مضمون فراگیر ۷: توسعه سیاست‌ها و راهبردهای کلان رسانه‌ای

Table 9. Overarching Theme 7: Developing macro media policies and strategies

مضمون سازمان‌دهنده	مضامین پایه	کدهای مصاحبه‌شوندگان
تدوین راهبردهای رسانه‌ای ملی	تدوین خط‌مشی‌های رسانه‌ای بلندمدت	P12, P16, P3, P7, P10
	ایجاد چارچوب‌های نظارتی برای محتوای رسانه‌ای	P17, P4, P8, P11
	شناسایی نقاط ضعف در سیاست‌های فعلی	P5, P9, P12
	تنظیم استانداردهای اخلاقی در رسانه‌های ورزشی	P2, P6, P10, P13
تقویت زیرساخت‌های رسانه‌ای داخلی	ارزیابی تأثیر سیاست‌ها بر مخاطبان	P16P11, P14
	حمایت مالی از رسانه‌های داخلی	P17, P4, P8, P12, P15
	ایجاد بسترهای حمایتی برای رسانه‌های کوچک	P1, P5, P9, P13, P16
	سرمایه‌گذاری در تولید محتوای ورزشی	P2, P6, P10, P14, P17
استفاده از تحقیق و توسعه در سیاست‌گذاری	توسعه تجهیزات رسانه‌ای پیشرفته	P3, P11, P15, P1
	حمایت از پژوهش‌های مرتبط با رسانه و ورزش	P4, P8, P12, P16
	برگزاری کنفرانس‌های پژوهشی در حوزه رسانه و ورزش	P5, P9, P13, P17
	همکاری با دانشگاه‌ها برای توسعه سیاست‌های رسانه‌ای	P6, P10, P14
	انتشار نتایج پژوهش‌های مرتبط در رسانه‌ها	P7, P11, P15

از راهبردهای مقابله با تهاجم فرهنگی و اجتماعی در ورزش است. با راهبردهای استخراج شده می‌توان در جهت توسعه استراتژی‌های رسانه‌ای برای مقابله با تهاجم فرهنگی و اجتماعی در ورزش گام‌هایی برداشت. مدل مفهومی پژوهش در شکل ۱ آورده شده است:

یافته‌ها نشان داد که ۷ مضمون فراگیر تولید محتوای فرهنگی- ورزشی، تقویت سواد رسانه‌ای عمومی، بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، ایجاد اتحاد رسانه‌ای داخلی، مقابله با پیام‌های مخرب خارجی، ترویج ورزش به عنوان ابزار فرهنگی و تدوین سیاست‌های کلان رسانه‌ای، ۲۴ مضمون سازمان‌دهنده و ۱۱۲ مضمون پایه



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش
Figure 1. Conceptual research model

بحث و نتیجه‌گیری

تولید محتوای فرهنگی و ورزشی یکی از ابزارهای کلیدی برای تقویت هویت ملی و فرهنگی است. یافته‌ها نشان می‌دهد که ساخت مستندهای ورزشی، نمایش موفقیت‌های ملی و معرفی قهرمانان محلی تأثیر زیادی در تقویت روحیه ملی دارد. این محتواها می‌توانند به انتقال ارزش‌های فرهنگی و ورزشی در سطح داخلی و بین‌المللی کمک کنند. پژوهش تانگ (۲۰۲۴) نیز بر تولید محتواهای متناسب با فرهنگ بومی تأکید دارد و ایجاد پلتفرم‌های محلی را به‌عنوان رویکردی برای حفظ میراث فرهنگی پیشنهاد می‌کند. پژوهش پیلار و همکاران (۲۰۱۹) نشان داد که رسانه‌های ورزشی تأثیر زیادی بر ارزش‌های اجتماعی دارند. ازجمله پیشنهادها این بخش: طراحی مستندهایی با محوریت ورزش‌های سنتی و موفقیت‌های قهرمانان ملی، تولید برنامه‌های تلویزیونی با محوریت فرهنگ بومی و ارزش‌های اسلامی و بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی برای تبلیغ ورزش‌های محلی.

ارتقای سواد رسانه‌ای، به‌ویژه در میان نسل جوان، ابزاری کلیدی برای مقابله با پیام‌های مخرب رسانه‌ای

است. آموزش تحلیل پیام‌های رسانه‌ای و ترویج استفاده آگاهانه از رسانه‌ها می‌تواند از تأثیرات منفی آن‌ها بکاهد. مطالعات آدامز (۲۰۲۴) و غفار و الحیب (۲۰۲۳) نیز به اهمیت سواد رسانه‌ای اشاره دارند و آن را به‌عنوان ابزاری برای کاهش تأثیرات منفی رسانه‌های خارجی معرفی می‌کنند. پیشنهادات مطرح‌شده این بخش: طراحی کارگاه‌های آموزشی برای آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس و دانشگاه‌ها، ایجاد ویدیوهای کوتاه آموزشی در پلتفرم‌های دیجیتال و برگزاری وبینارهای تخصصی برای مربیان و خانواده‌ها.

فناوری‌های دیجیتال مانند واقعیت افزوده، پلتفرم‌های دیجیتال و تحلیل داده‌ها ابزارهایی برای تقویت انتقال پیام‌های فرهنگی و ورزشی هستند. این فناوری‌ها امکان تعامل بیشتر و انتقال پیام‌های عمیق‌تر را فراهم می‌کنند. مطالعات تانگ (۲۰۲۴) و منگ و همکاران (۲۰۲۴) بر اهمیت فناوری‌های نوین تأکید دارند و نشان می‌دهند که این فناوری‌ها می‌توانند تبادلات فرهنگی را تسهیل کنند. ازجمله پیشنهادات این بخش: طراحی اپلیکیشن‌های بومی برای معرفی ورزش‌های ملی، ایجاد سیستم‌های تعاملی آنلاین

برای آموزش و تبلیغ ورزش و استفاده از واقعیت افزوده برای نمایش تاریخچه ورزش‌های سنتی.

همگرایی رسانه‌های داخلی می‌تواند از پراکندگی پیام‌ها جلوگیری کند و به هماهنگی در انتقال پیام‌های فرهنگی کمک کند. این اتحاد به تولید محتوای مشترک و تقویت رسانه‌های محلی منجر می‌شود. غفار و الحیب (۲۰۲۳) بر اهمیت همکاری رسانه‌ها برای گسترش فرهنگ ورزشی تأکید دارند. همچنین، پژوهش پیلار و همکاران (۲۰۱۹) به ضرورت تولید محتوای مشترک در رسانه‌ها اشاره دارد. از جمله پیشنهادات این بخش: برگزاری جلسات مشترک بین رسانه‌ها برای هماهنگی در تولید محتوا، ایجاد شبکه‌های همکاری بین رسانه‌های محلی و ملی و حمایت مالی و تجهیزاتی از رسانه‌های کوچک برای تقویت تولید محتوا.

شناسایی و مقابله با پیام‌های مخرب رسانه‌های خارجی ضروری است. طراحی کمپین‌های ملی و ارائه روایت‌های جایگزین می‌تواند به کاهش اثرات این پیام‌ها کمک کند. پژوهش آدامز (۲۰۲۴) به ضرورت طراحی سیاست‌هایی برای مقابله با پیام‌های مخرب اشاره می‌کند و همکاری رسانه‌ها را ابزاری مؤثر در این زمینه می‌داند. از جمله پیشنهادات کاربردی می‌توان به این موارد اشاره نمود: ایجاد سیستم‌های پایش برای شناسایی محتوای مخرب، طراحی کمپین‌های ملی برای ترویج ارزش‌های بومی و ارائه محتوای مثبت و تقویت تعامل با مخاطبان داخلی.

ورزش می‌تواند به عنوان پلی برای تقویت هویت فرهنگی و انتقال ارزش‌های ملی عمل کند. نمایش المان‌های فرهنگی در رویدادهای ورزشی و تبلیغ سبک زندگی سالم از طریق ورزش از جمله رویکردهای مؤثر هستند. مطالعات منگ و همکاران (۲۰۲۴) و تانگ (۲۰۲۴) به اهمیت ورزش به عنوان ابزار فرهنگی اشاره کرده‌اند و بر نقش آن در تقویت هویت ملی تأکید دارند. می‌توان این موارد را پیشنهاد داد: برگزاری رویدادهای فرهنگی-ورزشی با تأکید بر ارزش‌های ملی، تبلیغ ورزش‌های بومی در سطح بین‌المللی و تولید مستندهایی از موفقیت‌های ورزشکاران ایرانی.

تدوین سیاست‌های رسانه‌ای بلندمدت می‌تواند به هدایت بهتر فعالیت‌های رسانه‌ای و تقویت زیرساخت‌ها کمک کند. این سیاست‌ها باید شامل حمایت از

پژوهش‌های مرتبط و استانداردسازی محتوای رسانه‌ای باشند. مطالعات غفار و الحیب (۲۰۲۳) و تانگ (۲۰۲۴) بر ضرورت توسعه سیاست‌های رسانه‌ای برای تقویت هویت ملی و مقابله با تهدیدات خارجی تأکید دارند. پیشنهادات این بخش شامل: تدوین چارچوب‌های نظارتی برای محتوای رسانه‌ای، حمایت از پژوهش‌های مرتبط با رسانه و ورزش و سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های رسانه‌ای و تولید محتوای بومی.

بنابراین این پژوهش نشان داد که رسانه‌ها، به‌ویژه رسانه‌های ورزشی، می‌توانند به عنوان ابزاری قدرتمند در تقویت هویت فرهنگی و مقابله با تهاجمات فرهنگی عمل کنند. هفت کد محوری شناسایی شده در این تحقیق، شامل تولید محتوای فرهنگی-ورزشی، تقویت سواد رسانه‌ای عمومی، بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، ایجاد اتحاد میان رسانه‌های داخلی، مقابله با پیام‌های مخرب رسانه‌های خارجی، ترویج ورزش به عنوان ابزار فرهنگی و توسعه سیاست‌های کلان رسانه‌ای، همگی ابعاد مهمی از چالش‌ها و فرصت‌های موجود را در این حوزه نشان می‌دهند. یافته‌ها حاکی از آن است که استفاده صحیح از این عناصر می‌تواند به حفظ ارزش‌های فرهنگی و ارتقای هویت ملی کمک کند، درحالی‌که از تأثیرات منفی پیام‌های مخرب خارجی جلوگیری می‌کند.

با توجه به گسترش فناوری‌های دیجیتال و جهانی‌شدن، بهره‌گیری از فناوری‌های هوشمند، تقویت همکاری میان رسانه‌های داخلی و تدوین سیاست‌های مؤثر رسانه‌ای از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. این اقدامات می‌توانند منجر به تولید محتوای بومی باکیفیت، ارتقای سواد رسانه‌ای در جامعه و تقویت نقش ورزش به عنوان ابزار فرهنگی شوند. دو پیشنهاد عملیاتی برای این پژوهش پیشنهاد می‌شود:

با توجه به اهمیت تولید محتوای فرهنگی-ورزشی و مقابله با پیام‌های مخرب رسانه‌های خارجی، راه‌اندازی یک پلتفرم دیجیتال هوشمند می‌تواند به انتشار محتوای بومی، تحلیل داده‌های رسانه‌ای، و افزایش تعامل کاربران با رسانه‌های داخلی کمک کند. این پلتفرم می‌تواند شامل: - تحلیل لحظه‌ای محتوای رسانه‌ای با استفاده از هوش مصنوعی برای شناسایی پیام‌های مخرب.

- انتشار اخبار و محتوای ورزشی متناسب با فرهنگ بومی با همکاری رسانه‌های داخلی.
- ایجاد فضای تعامل برای متخصصان رسانه و مخاطبان جهت افزایش آگاهی و سواد رسانه‌ای جامعه.
- امکان نظارت بر محتوای ورزشی بین‌المللی و ارائه روایت‌های جایگزین برای مقابله با پیام‌های تحریف شده.
- پیشنهاد بعدی می‌تواند اجرای کمپین‌های تبلیغاتی- ورزشی با محوریت دیپلماسی فرهنگی از طریق ورزش‌های بومی باشد. با توجه به ترویج ورزش به عنوان ابزار فرهنگی، می‌توان از ورزش‌های بومی به عنوان ابزاری برای دیپلماسی فرهنگی و معرفی فرهنگ ملی در سطح بین‌المللی استفاده کرد. پیشنهاد می‌شود که:
- مسابقات بین‌المللی با محوریت ورزش‌های سنتی و ملی برگزار شود و از رسانه‌های داخلی برای پوشش گسترده آن استفاده شود.
- کمپین‌های تبلیغاتی با تأکید بر قهرمانان ورزشی و فرهنگ بومی در شبکه‌های بین‌المللی اجرا شود.
- همکاری بین فدراسیون‌های ورزشی و رسانه‌ها برای معرفی ورزش‌های ملی و افزایش آگاهی جهانی درباره فرهنگ ورزشی کشور توسعه یابد.
- ایجاد محتوای چندرسانه‌ای (ویدئوهای تبلیغاتی، مستندهای ورزشی، و برنامه‌های تعاملی) در پلتفرم‌های دیجیتال جهانی برای معرفی ورزش‌های سنتی انجام شود.
- در نهایت، این پژوهش با ارائه پیشنهادات عملیاتی و کاربردی به سیاست‌گذاران و فعالان رسانه‌ای کمک می‌کند تا با استفاده از ظرفیت‌های رسانه‌ای، هویت ملی را تقویت کرده و از تهدیدات فرهنگی در عصر دیجیتال جلوگیری کنند.

Reference

- Adams, Emmanuel Jibb. (2024). amplifying voices, shaping culture: A critical examination of social media's influence on socio-cultural issues in Nigeria. *Journal of Language, Literature, Social and Cultural Studies*. 2. 197-208.
- Al-Tiaminia, R., Hosseini, A. (2017). Identity, culture and Islamic lifestyle in the era of globalization. *Quarterly Journal of Iranian Islamic Progress Pattern Studies*, 3(5), 119-147. (In Persian). DOI: 20.1001.1.23295599.1394.3.5.5.8
- Bilal, Z., Rana, U., & Zaheer, M. A. The Role of Social Media in Sustaining Popularity for Political Success in Pakistan. <https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Zaheer>.
- Bilohur, V., & Skrypchenko, I., & Nepsha, O. (2023). the influence of globalization and digitalization on the establishment and conceptual digital sports development in china. *Humanities Studies*, 14. 83-92. DOI: <https://doi.org/10.32782/hst-2023-14-91-10>.
- Ceesay, D. (2023). The Effects of Globalization in Today's Changing World: Political, Economic, Cultural, and Multinational Corporations. 7. 41-47. DOI: <https://www.researchgate.net/profile/Dawda>.
- Ding, Junjie & Lu, Xinyi & Xu, Zhenyu & Yao, and Kai. (2024). The Functional Positioning of Digital Media in the Upgrading of Sports Industry: The Case of NBA. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*. 27. 78-86. DOI: <https://clouk.uclan.ac.uk/50906>.
- Fietz, B., Hillmann, J. & Guenther, E. Cultural Effects on Organizational Resilience: Evidence from the NAFTA Region. *Schmalenbach J Bus Res* 73, 5–46 (2021). DOI: [10.1007/s41471-021-00106-8](https://doi.org/10.1007/s41471-021-00106-8).
- Gaafar, A., & Al-Hadabi, Ba. (2023). Mass Media Role in Spreading the Sports for All Culture among Female University Students in the Sultanate of Oman in the Light of Oman Vision 2040. *Journal of Physical Education*, 35. 783-782. DOI: [https://doi.org/10.37359/JOPE.V35\(3\)2023.1524](https://doi.org/10.37359/JOPE.V35(3)2023.1524).
- Ghaderi, S., Mollaei, M., Simbar, R., & Fattahi, S. (2023). Special sports events as a tool for paradiplomacy of border areas of Kermanshah province. *Sports Management and Development*, 12(3), 30-62. (In Persian). DOI: <https://doi.org/10.22124/jsmd.2023.25211.2825>.

- Górka, M. (2024). Political image of Geert Wilders: Analysis of populist message on social media platform X. *Horyzonty Polityki*, 15, 127-144. DOI: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=1276623>.
- Jarić, I., Roll, U., Bonaiuto, M., Brook, B. W., Courchamp, F., Firth, J. A., Gaston, K. J., Heger, T., Jeschke, J. M., Ladle, R. J., Meinard, Y., Roberts, D. L., Sherren, K., Soga, M., Soriano-Redondo, A., Verissimo, D., & Correia, R. A. (2022). Societal extinction of species. *Trends in Ecology & Evolution*, 37(5), 411-419. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tree.2022.02.001>
- Jiang, K., & Phakdeephrot, N. (2024). The impact of digital media on sports management. *Academic Journal of Science and Technology*, 10(3), 208-213. DOI: <https://10.208-213.10.54097/x2xxah70>.
- Meng, L. K., Zaidi, H. J., & Asma, A. (2024). Celebrating cultural diversity through sports for global peace and understanding. In *Globalisation, cultural diversity and human rights* (pp. 11-39). Cham: Springer Nature Switzerland. DOI: [10.1007/978-3-031-55478-0_2](https://doi.org/10.1007/978-3-031-55478-0_2).
- Pilar, P. M., Rafael, M. C., Félix, Z. O., & Gabriel, G. V. (2019). Impact of sports mass media on the behavior and health of society. A systematic review. *International journal of environmental research and public health*, 16(3), 486. DOI: [https://10.3390/ijerph16030486](https://doi.org/10.3390/ijerph16030486).
- Tang, Y. (2024). The value and implementation path of smart media technology application in the cultural heritage of ethnic traditional sports. *Environment and Social Psychology*, 9. DOI: [https://10.54517/esp.v9i6.2498](https://doi.org/10.54517/esp.v9i6.2498).
- Yang, X. (2024). Cultural Media Diversity under Local Autonomy: Policies and Strategies to Promote Local Cultural Expression and Pluralism. *Lex localis - Journal of Local Self-Government*, 22, 268-282. DOI: [https://10.52152/22.4.268-282](https://doi.org/10.52152/22.4.268-282) (2024).
- Yu, Z. (2024). The Role of Digital Marketing in Promoting Sports Marketing : Taking the Changes in NBA Marketing Methods as An Example. Highlights in Business. *Economics and Management*, 37, 266-274. DOI: [https://10.54097/rw83ap16](https://doi.org/10.54097/rw83ap16).
- Yusupova, L. G., Sadygova, A. I., & Agababaev, M. S. (2021). Theoretical basis for the issue of the influence of cultural values on the intercultural communication development in modern society. *KnE Social Sciences*, 5(2), 785-795.. DOI: [https:// 10.18502/kss.v5i2.8429](https://doi.org/10.18502/kss.v5i2.8429).