

تحلیل محتوای اخبار ورزشی (مطالعه موردی: شبکه سوم سیما)

مینا امامی^{۱*}، مینا ملائی^۲

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۰۶/۰۷ - تاریخ تصویب: ۱۳۹۲/۰۹/۱۵)

چکیده

رسانه‌های گروهی در شکل‌دهی باورها و نگرش جامعه و ساخت بستری مناسب در عرصه ورزش نقش انکار ناپذیری دارند. از میان برنامه‌های ورزشی صدا و سیما، بخش اخبار ورزشی به علت پخش بی‌واسطه و مستقیم رویدادها و خبرهای مربوط به حوزه‌های مختلف ورزش، ضریب تأثیرگذاری بیشتری بر مخاطبان این رسانه و به ویژه علاقه‌مندان ورزش و جوانان دارد. بنابراین هدف از پژوهش حاضر تحلیل محتوای اخبار ورزشی شبکه سوم سیما (شبکه جوان) است. این پژوهش توصیفی و از نوع تحلیل محتوا بود که در آن کلیه خبرهای خروجی اخبار ورزشی در ساعت ۱۳:۱۵ شبکه سوم سیما در شش ماهه پایانی سال ۱۳۹۱ مورد نظر بوده است و با استفاده از جدول مورگان ۱۱۷ اخبار ورزشی از ۱۶۸ مورد با روش نمونه‌گیری تصادفی برای این بررسی آماری تهیه شد. ابزار اندازه‌گیری با استفاده از اطلاعات جدول کدگذاری و تبدیل صفات کیفی به کمی بود. همچنین، ابعاد محتوایی مورد استفاده در این پژوهش شامل مؤلفه‌های ورزش، جنسیت، محل رویداد، رشته ورزشی، محتوای فوتبال و غیرفوتبال، ورزش معلولین، نوع ورزش، رده‌های سنی و موضوع مطلب بودند. تجزیه و تحلیل آماری یافته‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS 16 انجام گرفت. برخی از یافته‌های این مطالعه حاکی از توجه بیشتر اخبار ورزشی شبکه سوم سیما به مسائل فنی ورزش‌های تیمی آقایان در سطح قهرمانی کشور بود. با توجه به نقش چهارگانه رسانه‌های ورزشی، انتظار می‌رود با مدیریت چپش متناسب، کامل و جدی‌تر اخبار و برنامه‌های ورزشی، زمینه گسترش و پیشرفت ورزش در حیطه‌های ضعیف‌تر بیشتر گردد.

واژه‌های کلیدی: ورزش قهرمانی، اخبار ورزشی تلویزیون، تحلیل محتوا، رسانه‌های ورزشی

مقدمه

توسعه ورزش گامی در راستای توسعه کشور است و ورزش به دلیل تأثیر در زندگی فردی و اجتماعی، مورد توجه مردم و دولت قرار دارد (قاسمی، ۱۳۸۶). دلایل متعددی جهت برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در ورزش و تفریحات سالم وجود دارد. نخست اینکه ورزش بخش مهمی از زندگی اجتماعی بوده که سبب توسعه مهارت‌های رهبری و فرصت بروز خلاقیت‌ها می‌گردد و به دوستی و نزدیکی جامعه کمک می‌کند. دوم اینکه شرکت در فعالیت‌های ورزشی باعث افزایش سطح بهداشت عمومی و جلوگیری از بروز بیماری‌ها و نیز درگیر شدن بیشتر آحاد جامعه در یک زندگی پرتحرک می‌شود (صبورا ردوباری، ۱۳۶۵). هر اندازه دیدگاه و نگرش افراد نسبت به ورزش مثبت باشد، انگیزه مشارکت در فعالیت‌های ورزشی نیز بیشتر می‌شود (زورق، ۱۳۸۹). برای تغییر در دیدگاه و نگرش‌های افراد، نهادهای عمومی بسیار اثر گذارند (نوابی‌نژاد، ۱۳۸۹). در میان تمامی ابزارهای مورد استفاده برای نیل به سلطه و

تأثیرگذار در اشاعه ورزش، هیچ یک بیش از رسانه‌های گروهی در عرصه ورزش وارد نشده‌اند. رسانه‌های گروهی به عنوان یک ابزار، پیام‌های ورزش را به مخاطبین می‌رسانند و باعث جذب جمعیت زیاد به سوی ورزش می‌شوند و در تحقق بسیاری از اهداف توسعه‌ای ورزش به طور مستقیم یا غیرمستقیم نقش دارند (جعفری مقدم، ۱۳۸۱).

هانی بورن^۳ در تحقیق خود به این نتیجه رسید که رسانه‌ها بر ارزش‌ها و هنجارهای جامعه اثر مستقیم دارند، زیرا دامنه آن تعداد بسیاری از افراد جامعه را در بر می‌گیرد (Honeybourne, 2002). طبق بررسی‌های محققین، در حدود ۷۸ درصد در گرایش مردم به ورزش موثر بودند (غفوری، ۱۳۸۲). از میان نقش‌های متعددی که رسانه‌ها در توسعه ورزش دارند می‌توان به اطلاع‌رسانی، فرهنگ‌سازی و آموزش ورزش و تبلیغات وسیع اشاره کرد (آقاپور، ۱۳۹۱). تأثیر رسانه‌ها بر ورزش اواخر قرن نوزدهم با روزنامه‌ها

Email: m.emami1991@gmail.com

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه گیلان* (نویسنده مسئول):

^۲ دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه گیلان

آماري کارشناسان ورزشي و رسانه‌ای نشان داد که بين عوامل مؤثر نقش اطلاع رسانی رسانه‌های ورزشي در توسعه ورزش قهرمانی تفاوت معنی‌داری وجود دارد. آفرینش خاکی (۱۳۸۴) در مطالعه‌ای با مقایسه دیدگاه‌های اعضای هیأت علمی، مربیان، ورزشکاران و مسئولین تربیت بدنی، رسانه‌های گروهی را در الویت دوم توسعه ورزش همگانی گزارش کرد. ناظمی (۱۳۷۹) در تحقیقی که از اخبار ورزشي واحد مرکزی خبر انجام داد به این نتیجه رسید که تنها ۶/۴ درصد از اخبار، طی ۱۷۱ خبر انتخابی تصادفی، مربوط به زنان است که از این میان ۹۰/۹ درصد اخبار مربوط به زنان داخل ایران و ۹/۱ درصد خارج از ایران بوده است. هر چند این میزان حاکی از اهمیت بیشتری به زنان در ایران است اما باز هم رقم کوچکی برای واحد خبر ورزشي است. پلایمر^۴ (۲۰۰۵)، ثبرگ و کرانک^۵ (۱۹۸۶)، تاچمن^۶ (۱۹۷۸)، فیشمن^۷ (۱۹۸۰)، رهنما (۱۳۸۱) و زندی (۱۳۸۳) در بررسی اخبار ورزشي تلویزیون، متوجه کم توجهی به اخبار ورزش بانوان شدند و این مسئله را موجب بی‌رونقی ورزش در بین بانوان دانستند. مهدویان مشهدی (۱۳۸۷) نیز با نظرسنجی از صاحب نظران رسانه، صاحب نظران تربیت بدنی و ورزشکاران ملی نقش رسانه‌های گروهی را در توسعه ورزش بانوان بالقوه دانسته و بیان کرد رسانه‌ها به دلایلی این نقش را به درستی ایفا نمی‌کنند. بارفروش (۱۳۸۶، ۱۳۸۱) طی تحلیل محتوای روزنامه‌های ورزشي به نتایجی همچون توجه بالا به مسایل فنی با سهم حدود ۷۷ درصد، انعکاس چشمگیر مطالب مربوط به ورزش آقایان بیش از ۹۷ درصد و کمتر از ۱ درصد به ورزش بانوان و همچنین انتشار ۷۰٪ درصد مطالب مربوط به رویدادهای داخلی و حدود ۳۰٪ مربوط به رویدادهای ورزشي خارجی دست‌یافته است. نعمتی در مطالعه خود نقش رسانه‌های گروهی و برنامه‌ریزی‌های دست‌اندرکاران ورزش معلولین را بسیار کم‌رنگ دانست. آذر می (۱۳۹۱) نیز نقاط ضعف و عملکردهای منفی رسانه‌ای را که در برخی مقالات، پایان‌نامه‌ها و پژوهش‌ها مورد مطالعه قرار داد را با عناوین، عملکرد ضعیف رسانه‌ها در انعکاس اخبار رشته‌های ورزشي مختلف (بجز فوتبال)، انعکاس اخبار ورزشي مربوط به پایتخت و فراموشی تیم‌های شهرستانی، ساختن برنامه‌های سفارشی (رسانه‌ها برای دستیابی به موفقیت تجاری و مالی، برنامه‌هایی مناسب با ذائقه حمایت کنندگان مالی‌شان می‌سازند)، فراموشی رویکرد فرهنگی ورزش و بی توجهی به فرهنگ‌سازی در میان اعضای جامعه، توجه به ورزش حرفه‌ای و کم توجهی به

شروع و در قرن بیستم به رادیو و تلویزیون گسترش یافت (Honeybourne, 2002). تحقیقات نشان می‌دهند میزان بهره‌گیری افراد از رسانه‌های تلویزیون، رادیو و اینترنت، مطبوعات ورزشي در جهت دنبال نمودن اخبار و گزارشات ورزشي به ترتیب (بیش از ۷۰ درصد)، (تقریباً ۱۰ درصد) و (۲۰ درصد) است (آقاپور، ۱۳۹۱). امروزه تلویزیون در مقام رسانه‌های تصویری، ساختار و ویژگی‌های منحصر به خود را بنا می‌کند، ساختاری که باعث می‌شود توجه و جذابیت خاصی پیدا کند و به عنوان فراگیرترین رسانه‌ی عصر فناوری مطرح شود. همچنین، در جوامع کنونی، تلویزیون عامل شکل‌دهی شخصیت افراد است و به عنوان قوی‌ترین و پر نفوذترین رسانه‌ی موجود، تأثیرات عظیم و همه جانبه‌ای در شعور فردی و اجتماعی بشر امروزی داشته است (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۲) و به عنوان یک وسیله ارتباطی جنبه‌های گوناگون خبری، تفریحی، فرهنگی و آموزشی دارد (قاسمی، ۱۳۹۱). از میان برنامه‌های ورزشي صدا و سیما بخش "اخبار تلویزیونی" به علت نمایش بی‌واسطه و مستقیم رویدادهای خبری، توأم با بیان گرم گویندگان و خبرنگاران و با استفاده از تمهیدات صوتی، تصویری و گرافیکی، به وقایع جاری جنبه عینی‌تر و واقعی‌تری داده است و ضمن برخورداری از قدرت فزاینده و ضریب تأثیرگذاری بیشتر، بیش از اخبار روزنامه‌ها و رادیوها مورد استقبال عامه مردم قرار می‌گیرد (طالبی، ۱۳۹۰). اهمیت روز افزون حضور رسانه‌ها در انتشار اخبار ورزشي، تا آنجا پیشرفت که در شرایط کنونی، عدم پرداختن رسانه‌ای مانند تلویزیون به یک رشته ورزشي، عملاً به مثابه مرگ تدریجی آن رشته است (آقاپور، ۱۳۹۱).

مطالعه در خصوص ورزش و رسانه در طول دو دهه گذشته به موضوع جذابی تبدیل شده است. از وقتی که ورزش، در طول قرن بیستم گرفتار رسانه‌ها شد، علاقه به یافتن ارتباط بین ورزش و رسانه‌ها نیز افزایش یافت. با این همه، مطالعات مربوط به ورزش - رسانه کمی دیرتر توسعه پیدا کرد. جکسون^۱ (۱۹۹۱) در مطالعه‌ای اثر رسانه‌های جمعی بر افزایش آگاهی مردم در مورد فعالیت بدنی را ۸۷٪ و روی تغییر رفتار و گرایش به فعالیت بدنی ۳۰٪ دانسته است. گرین وود^۲ (۱۹۹۶) نیز در پژوهش خود به رابطه معنی‌داری بین تبلیغات رسانه‌ای و تغییر نگرش نسبت به فعالیت بدنی دست‌یافت. تپه رشی (۱۳۸۹)، علیزاده (۱۳۸۹) و پیتر و پدرسن^۳ (۲۰۰۵) در بررسی‌های خود به پوشش نابرابر مؤلفه‌های ورزش در مجلات علمی - پژوهشی و پژوهش‌های ورزشي دست یافتند. مطالعه هنری و همکاران (۱۳۹۱) با نمونه

4. playmer

5. Theberge & cronk

6. thuchman

7. fichman

1. Jakson

2. Greenwood

3. Pitts & Pedersen

ورزش همگانی و ساختن برنامه‌های سطحی و عدم توجه به بحث فرهنگ‌سازی بیان کرد.

گذشته از تأثیرات متقابل رسانه و ورزش بر یکدیگر، توجه به محتوا و نوع برنامه‌ها و مطالب ورزشی نیز از اهمیت بالایی برخوردار است (مهدویان و همکاران، ۱۳۸۸). لزوم بررسی محتوای رسانه‌های ورزشی ناشی از تشریح وقایع، بررسی عقاید، تنوع مطالب، یک سند تاریخی، قابلیت مرجع شدن و اثرگذاری بر فرهنگ جامعه می‌باشد. تلویزیون در توسعه ورزش نقش عمده‌ای دارد و با پوشش خبری ورزش‌ها اثرگذاری زیادی در همگانی شدن ورزش دارد (Home, 2005).

با توجه به نظرات متعدد و متفاوت درباره کارکردها و نقش اخبار ورزشی تلویزیون، این پرسش کلی مطرح می‌شود که وضعیت محتوای این بخش تلویزیونی از لحاظ پوشش مؤلفه‌های ورزش، جنسیت، نوع ورزش، موضوعات و ... چگونه می‌باشد؟ نقاط ضعف و قوت اخبار ورزشی صدا و سیما چیست؟

لذا ضرورت دارد که پیام‌های منتقل شده از این رسانه تصویری مورد ارزیابی قرار بگیرد تا دستگاه‌های ناظر مثل سازمان صدا و سیما بتوانند آنها را در جهت اهداف توسعه ورزش، نظارت و هدایت نمایند.

روش تحقیق

روش تحقیق در این پژوهش از لحاظ راهبردی توصیفی - کیفی و از نظر مسیر اجرا تحلیل محتوا و از نظر هدف کاربردی و داده‌ها به روش اسنادی جمع آوری شده است. تحلیل محتوا روشی برای شناخت و برجسته ساختن محورها یا خطوط اصلی ارتباط است و شامل ویژگی‌هایی از قبیل عینی بودن، منظم بودن، اجتناب از ابهام و مقداری بودن می‌باشد. آنچه را که محقق برای سنجش می‌پذیرد واحد می‌گویند. محقق این واحدها را در مقوله‌هایی که عناصر آن دارای وجوه مشترک هستند دسته‌بندی می‌کند (رایف و همکاران، ۱۹۴۸).

جامعه آماری این تحقیق، کلیه خبرهای خروجی گروه خبری ساعت ۱۳:۱۵ شبکه سوم سیما در شش ماهه پایانی سال ۱۳۹۱ بودند. در این تحقیق برای نمونه‌گیری از روش تصادفی ساده و برای این منظور از جدول تصادفی اعداد استفاده شد. جهت برآورد حداقل تعداد نمونه براساس جدول مورگان، ۱۱۷ نمونه از ۱۶۸ مورد، برای این بررسی آماری تهیه شده است. لذا تعداد انتخاب شده از شرایط مطلوبی برای تعمیم‌پذیری نتایج برخوردار شد.

واحدهای تحلیل این بررسی برای کدگذاری که معادل متغیرها است، در مقوله‌های مؤلفه‌های ورزشی (حرفه‌ای، قهرمانی، همگانی و تربیتی)، جنسیت موضوع (بانوان، آقایان)، محل رویداد (شهری، استانی، کشوری، بین‌المللی و خارجی)، رشته‌های ورزشی (فوتبال، فوتسال، هندبال، والیبال، بسکتبال، کشتی، وزنه‌برداری، تکواندو، جودو، دوومیدانی، ورزش‌های آبی و ورزش‌های راکتی)، محتوای موضوعات فوتبال و غیر فوتبال، نوع ورزش (انفرادی، تیمی)، ورزش معلولین، رده‌های سنی (نونهالان، نوجوانان، جوانان، امید، بزرگسالان و پیشکسوتان) و موضوع مطلب (فنی، مدیریتی، دوری، مالی و حاشیه) دسته‌بندی شدند.

ابزار گردآوری اطلاعات مشاهده شده، برگه کدگذاری براساس دستور العمل پرسشنامه معکوس بود که توسط محقق بر حسب متغیرهای تحقیق آماده شد و داده‌های تحقیق در آن ثبت شد. در یک پروتکل تحلیل محتوا، اطلاعات موجود در هر واحد تحقیق باید به شکل روشن و غیر مبهم به برگه کدگذاری منتقل شود. برای جمع آوری داده‌ها باید دستور العمل کدگذاری شامل تمام مقوله‌ها و زیر مقوله‌ها تهیه شود. این دستور العمل مشابه پرسشنامه در تحقیق پیمایشی است. به جای پرسشنامه و طرح سؤال‌ها و پاسخ‌ها، مقوله‌ها و زیر مقوله‌ها با کدهای مربوط مشخص می‌شوند. سپس داده‌ها برای انجام محاسبات و تحلیل وارد کامپیوتر می‌شوند.

به طور معمول در تحقیقات پیمایشی، پژوهشگر برای تحلیل متغیرهای مورد نظر خود، از پرسشنامه استفاده می‌کند که در آن افراد جامعه مورد نظر به پرسش‌های پرسشنامه پاسخ‌هایی می‌دهند. اما در تحلیل محتوا درست برعکس است، به همین دلیل این فن را گاهی فن پرسشنامه معکوس نیز می‌نامند. از شاخصه‌های آمار توصیفی برای خلاصه کردن و از جداول و نمودارها برای نمایش داده‌ها استفاده شد و یافته‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS 16 تجزیه و تحلیل شدند.

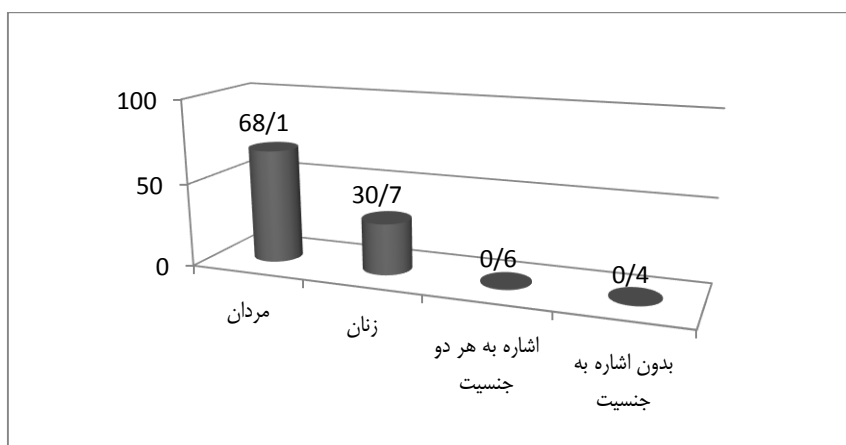
یافته‌های تحقیق

یافته‌های پژوهش نشان داد مجموعاً حدود ۱۵۲۱ عنوان خبری طی ۱۱۷ اخبار ورزشی ساعت ۱۳:۱۵ اعلام شده است که به طور میانگین روزانه ۱۳ خبر گفته می‌شد. پس از جمع آوری داده‌ها، میانگین سهم هر یک از مؤلفه‌های ورزش در جدول ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱. سهم مؤلفه‌های ورزشی بر حسب فراوانی و درصد

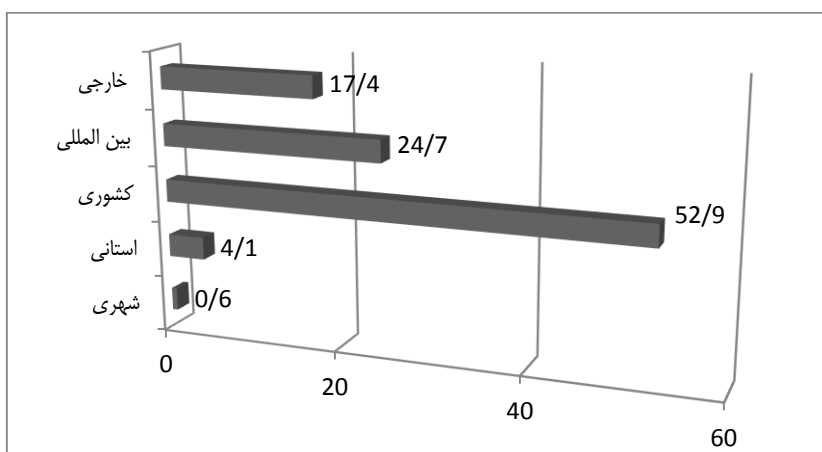
مؤلفه ورزشی	فراوانی	درصد	میانگین فراوانی در هر روز
حرفه‌ای	۶۸۴	۴۴/۹	۵/۸۴
قهرمانی	۷۸۱	۵۱/۳	۶/۶۷
همگانی	۳۶	۲/۳	۰/۳۰
تربیتی	۲۰	۱/۳	۰/۱۷
جمع کل	۱۵۲۱	۱۰۰	۱۳

جدول (۱) نشان می‌دهد که مؤلفه ورزش قهرمانی با ۵۱ درصد بیش‌ترین و ورزش تربیتی با ۱ درصد کمترین سهم را دارا می‌باشند.



نمودار ۱. جنسیت موضوع بر حسب درصد

بر اساس نمودار ۱ در جنسیت مطرح در خبرهای ورزشی مورد تحلیل، ۶۸ درصد اخبار اختصاص به مردان و در حدود ۳۱ درصد اختصاص به بانوان داشته است.



نمودار ۲. محل رویداد بر حسب درصد

نمودار ۲ نشان می‌دهد که رویداد های کشوری با ۵۳ درصد بیشترین و رویداد های شهری با کمتر از ۱ درصد سهم در اخبار ورزشی داشته‌اند.

جدول ۲. رشته ورزشی بر حسب فراوانی و درصد

رشته ورزشی	فراوانی	درصد	میانگین فراوانی در هر روز
فوتبال	۶۹۱	۴۵/۴	۵/۹
فوتسال	۵۶	۳/۶	۰/۴۷
هندبال	۱۹	۱/۲	۰/۱۶
والیبال	۸۰	۵/۲	۰/۶۸
بسکتبال	۵۱	۳/۳	۰/۴۳
کشتی	۶۲	۴	۰/۵۲
وزنه برداری	۱۴	۰/۹	۰/۱۱
تکواندو	۳۶	۲/۳	۰/۳
جودو	۱۱	۰/۷	۰/۰۹
دو و میدانی	۲۲	۱/۴	۰/۱۸
ورزشهای آبی	۱۸	۱/۱	۰/۱۵
ورزشهای راکتی	۱۲۵	۸/۲	۱/۰۶
سایر رشته‌ها	۳۰۱	۱۹/۷	۲/۵۷
بدون توجه به رشته خاصی	۳۵	۲/۳	۰/۲۹
جمع کل	۱۵۲۱	۱۰۰	۱۳

وزنه برداری، ورزش‌های آبی، هندبال و دو و میدانی کمترین مقدار را (در حدود ۱ درصد) به خود اختصاص دادند.

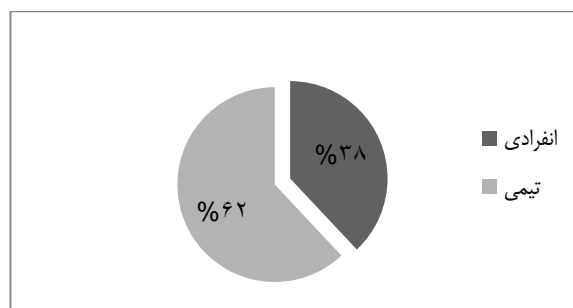
بر اساس جدول (۲) و همچنین طبق متغیرهای موجود در پژوهش، خبرهای مربوط به رشته‌ی ورزشی فوتبال دارای بیشترین درصد (۴۵ درصد) و اخبار رشته‌های ورزشی جودو،

جدول ۳. اخبار مربوط به فوتبال و غیرفوتبال بر حسب فراوانی و درصد

اخبار مربوط به فوتبال و غیرفوتبال	فراوانی	درصد	میانگین فراوانی در هر روز
فوتبال	۶۹۱	۴۵/۴	۵/۹
غیرفوتبال	۸۳۰	۵۴/۵	۷/۰۹
جمع کل	۱۵۲۱	۱۰۰	۱۳

مطرح شده است. در نمودار ۳ نیز سهم رشته‌های ورزشی انفرادی و تیمی نشان داده شده است.

جدول (۳) در یک جمع‌بندی کلی اخبار مربوط به فوتبال و غیرفوتبال را تفکیک کرده است. به طور میانگین در هر روز ۶ خبر مربوط به فوتبال و ۷ خبر مربوط به رشته‌های غیر فوتبال



نمودار ۳. نوع ورزش بر حسب درصد

(۳۸٪) گزارش می‌کند.

نمودار ۳ نیز در راستای جداول ۲ و ۳ سهم رشته‌های ورزشی تیمی را با میزان ۶۲ درصد، بیش‌تر از رشته‌های ورزشی انفرادی

جدول ۴. ورزش معلولین بر حسب فراوانی و درصد

ورزش معلولین	فراوانی	درصد	میانگین فراوانی در هر روز
بلی	۳۱	۰/۲	۰/۲۶
خیر	۱۴۹۰	۹۷/۹	۱۲/۷۳
جمع کل	۱۵۲۱	۱۰۰	۱۳

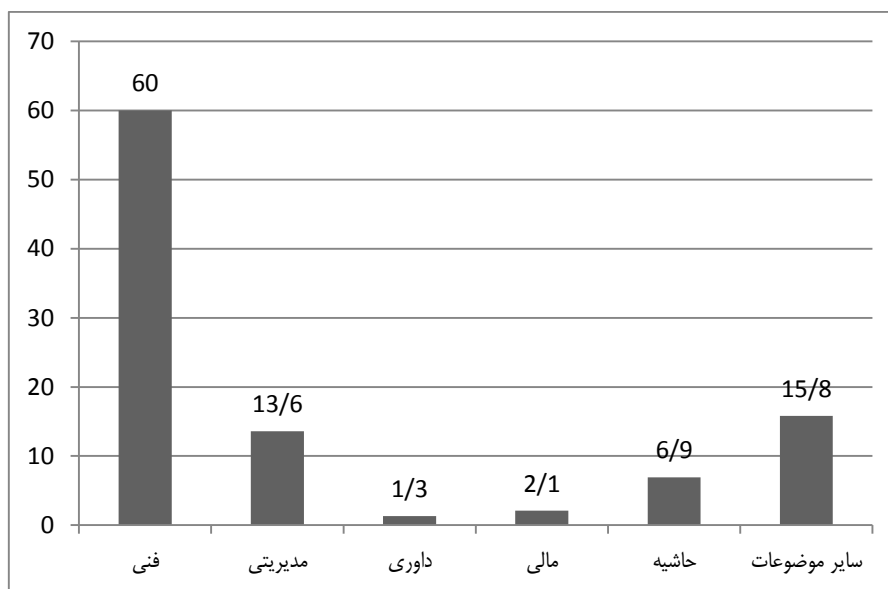
جدول ۴ نشان می‌دهد که اخبار مربوط به معلولین سهم ناچیزی در کل اخبار ورزشی تلویزیون داشته است که این مقدار تنها ۰/۲ درصد می‌باشد.

جدول ۵. رده سنی بر حسب فراوانی و درصد

رده سنی	فراوانی	درصد	میانگین فراوانی در هر روز
نونهالان	۳	۰/۱	۰/۰۲۵
نوجوانان	۴۲	۲/۷	۰/۳۵
جوانان	۴۶	۳	۰/۳۹
امید	۷	۰/۴	۰/۰۵۹
بزرگسالان	۱۴۰۳	۹۲/۲	۱۱/۹۹
پیشکسوتان	۲	۰/۱	۰/۰۱۷
بیش از یک رده سنی	۱۸	۱/۱	۰/۱۵
جمع کل	۱۵۲۱	۱۰۰	۱۳

بر اساس نمودار ۴ در موضوعات مطرح در اخبار ورزشی تلویزیون توجه به مسایل فنی با سهم ۶۰ درصد، بیش از سایر موضوعات بوده است و مسایل دآوری با سهم حدود ۱ درصد کمتری فراوانی را داشته است.

طبق جدول ۵، اخبار مربوط به ورزش نونهالان، امید و پیشکسوتان با کمتر از ۱ درصد، سهم بسیار کمی در خبرهای ورزشی داشته اند و حجم بالای خبرها مربوط به بزرگسالان با میزان ۹۲ درصد می‌باشد.



نمودار ۴. موضوع مطلب بر حسب درصد

بحث و نتیجه گیری

به طور خلاصه این بررسی نشان داد که توجه بالایی اخبار ورزشی صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران به مسائل فنی ورزش‌های تیمی آقاییان در سطح قهرمانی کشور می‌باشد. یافته‌ها نشان دادند که به ورزش تربیتی که همان ورزش مدارس و دانشگاه‌ها است در حدود یک درصد توجه شده است. نتایج بررسی تپه رشی (۱۳۸۹)، پیتر و همکاران (۲۰۰۵) نشان می‌دهد که بیشتر مقاله‌های پژوهشی در حوزه ورزش تربیتی انجام شده‌اند و نتایج امیری (۱۳۸۹) نشان داد که رؤسای سازمان تربیت بدنی نیز درباره ورزش تربیتی کمتر از مؤلفه‌های دیگر صحبت کرده‌اند. این نتایج حاکی از آن است که با وجود انجام پژوهش‌ها و مطالعات فراوان دانشگاهی در حوزه ورزش تربیتی، اما رسانه‌های ورزشی و مسئولین درجه یک ورزشی در محتوای پیام‌های خود به آنها توجه لازم را ندارند. این در حالی است که برای شناسایی قهرمانان آینده و ایجاد فرهنگ ورزش همگانی و توجه به سلامت از طریق تربیت بدنی باید از آموزش و پرورش شروع کرد.

ارزان بودن و سهولت دسترسی مردم به امکانات و تجهیزات ورزشی یکی از دستورات عمل‌های مدیریتی در کشورهای پیشرفته می‌باشد. جنبه‌ی مفرح بودن و فعالیت بدنی سالم، جهت دار و مفید بودن ورزش بر همگان آشکار است. متأسفانه سهم این مؤلفه نیز در اخبار ورزشی صدا و سیما حدود ۲ درصد می‌باشد. افراد جامعه با پرداختن به ورزش در محیط‌های عمومی چندین هدف از قبیل سلامت جسمی و بدنی، تعامل با افراد دیگر، سلامت روحی و روانی را دنبال می‌کنند. نتایج بررسی‌های امیری (۱۳۸۹)، علیزاده (۱۳۸۹)، تپه‌رشی (۱۳۸۹)، صدیقی (۱۳۸۸)، بارفروش (۱۳۸۸)، رضایی (۱۳۸۵) و فیثالی و همکاران (۲۰۰۴) این مسأله را تأیید می‌کند که توجه به ورزش همگانی و تفریحی در رسانه‌ها و صحبت‌های مسئولین ناچیز است. این در حالی است که یکی از وظایف اصلی رسانه‌های ورزشی، اشاعه ورزش با هدف سلامت عمومی است. در این رابطه احتمالاً فقدان شناخت کافی رسانه‌های ورزشی از تعریف ورزش همگانی و اهمیت آن، فقدان تأکید مسئولین در مصاحبه‌ها و تجاری نبودن رویدادهای آن، از عوامل کم توجهی‌های یاد شده است.

در حالی که سهم دو مؤلفه ورزشی زیر ساختی کشور، ورزش همگانی و تربیتی، مجموعاً کمتر از چهار درصد بوده است لذا چگونه می‌توان توقع داشت که سهم ورزش در فعالیت‌های روزمره افراد افزایش یابد؟ آگاهی دادن، ضرورت فوتبال در تمام موضوعات مطرح و فاکتورهای مهم رسانه‌ها

مخصوصاً مطبوعات ورزشی سایه افکنده و همیشه به عنوان یک عامل تبعیض هویدا می‌شود. به علت مطرح شدن موضوعات لیگ فوتبال حرفه‌ای سهم این رشته ورزشی نسبت به سایر رشته‌ها بیشتر است. این نتایج در بررسی‌های هوم (۲۰۰۵)، رضایی (۱۳۸۵)، امیری (۱۳۸۹)، علیزاده (۱۳۸۹)، صدیقی (۱۳۸۸)، بارفروش (۱۳۸۶) و افچنگی (۱۳۸۱) نیز تأیید زنان در هر جامعه‌ای قشر عظیمی را تشکیل می‌دهند که بار اصلی تربیت و تشکیل خانواده و تداوم زندگی خانوادگی به آن‌ها بستگی زیادی دارد. بنابراین، اگر زنان جامعه‌ای از نظر جسمی و در نتیجه روحی در شرایط مناسبی نباشند اثر آن را در خانواده و جامعه می‌توان دید. بر اساس یافته‌های تحقیق، اخبار مردان با ۶۸ درصد در حدود دو برابر نسبت به سهم بانوان با میزان ۳۱ درصد را به خود اختصاص داده است.

نتایج این بخش با تحقیقات پلایمر (۲۰۰۵)، بارفروش (۱۳۸۳)، (۱۳۸۶) تجاری و همکاران (۱۳۸۵) و رهنما (۱۳۸۱) همخوانی دارد. شاید دلایل این همخوانی در نتایج تحقیق به حضور کم‌رنگ بانوان در صحنه‌های ورزشی و بی توجهی رسانه‌ها در انعکاس رویدادهای ورزش بانوان و تکرار این موضوع در سال‌های متفاوت بازگردد. پیشنهاد می‌شود که به منظور توسعه حضور بانوان در روزنامه‌های ورزشی، به تربیت و پرورش خبرنگاران و روزنامه نگاران زن اقدام گردد تا با حضور در عرصه‌های ورزشی بانوان و انعکاس رویدادهای آنها نقش زنان و سهم آنها در ورزش و خبرهای ورزشی افزایش یابد و شده است. همچنین تصور می‌شود که با قدردانی و حمایت بیشتر از دستاوردهای آنها توسط مسئولین، مسیر پیشرفت و توسعه ورزش در این قشر هموارتر گردد. هنگامی که تلاش ورزشکاران ما به گوش مردم نرسد چگونه می‌توان انتظار داشت که زنان ورزشکار ایرانی با انگیزه کار کرده و در سطح بالایی ظاهر شوند؟ هنگامی که تبلیغات درست نباشد و ورزش بانوان به جامعه شناسانده نشود، چگونه می‌توان از دولت انتظار داشت که امکاناتی در اختیار ورزش بانوان بگذارد؟ اگر رسانه‌های گروهی، ورزش بانوان را جدی نگیرند چگونه می‌توان انتظار داشت که تعداد ورزشکاران ما افزایش یافته و کیفیت ورزش بانوان نیز بالا رود؟

لذا لازم است تا با تهیه برنامه راهبردی برای رسانه‌های ورزشی کشور و تعیین اهداف کلان ورزش به کمک دو سازمان صدا و سیما و سازمان ورزش و جوانان و همچنین وزارت ارشاد اسلامی اقدامات نظارتی و حمایت‌های تشویقی این سازمان‌ها برای رسانه‌های ورزشی باشد که نقش مؤثرتری در توسعه ورزش کشور دارند.

منابع

- افچنگی، محمود (۱۳۸۰). تصویر ورزشی در روزنامه‌های ایران، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز تحقیقات صدا و سیما.
- آفرینش خاکی، اکبر؛ تندنویس، فریدون و مظفری، سید امیر احمد (۱۳۸۴). "مقایسه دیدگاه‌های اعضای هیات علمی، مربیان، ورزشکاران و مدیران درمورد چگونگی توسعه ورزش همگانی"، نشریه علوم حرکتی و ورزش، جلد اول، شماره ۵.
- آقایور، مهدی (۱۳۹۱). "فرا تحلیل مطالعات ورزش و رسانه ای: ارزیابی ده مقاله و پایان نامه"، مجله جهانی رسانه-نسخه فارسی، المجلدات دوره ۷، شماره ۱، (۱۳).
- بارفروش، احمد (۱۳۸۱). "تحلیل محتوای نشریات ورزشی (از سال ۷۹ تا سه ماهه اول سال ۸۱)"، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- بارفروش، احمد (۱۳۸۶). "تحلیل محتوای نشریات ورزشی و جوانان"، فصلنامه فرهنگ عمومی، شماره سی.
- تپه رشی، گیتی (۱۳۸۹). "تحلیل محتوای نشریات علمی - پژوهشی تربیت بدنی با تأکید بر موضوع مدیریت"، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده تربیت بدنی دانشگاه آزاد اسلامی - واحد کرج.
- تجاری، فرشاد؛ زارعی، علی؛ صادقیانی، آریتا؛ رضایی، مونا (۱۳۸۵). "تحلیل محتوای روزنامه‌های ورزشی منتخب، مورد کاربرد برای ورزش زنان"، تهران، مجله تربیت بدنی و علوم ورزشی.
- جعفری مقدم، سعید (۱۳۸۱). "ورزش رسانه ای (مقاله ترجمه)"، فصلنامه فرهنگ عمومی، المجلد شماره ۳۰.
- رایف، دنیل؛ لیبی، استیفن؛ فیکو، فردریک (۱۹۴۸)، ترجمه مه‌دخت بروجردی علوی (۱۳۸۱). تحلیل پیام‌های رسانه‌ای، کاربرد تحلیل محتوای کمی در تحقیق. مرکز مطالعات و سنجش برنامه‌ای صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، تهران، انتشارات صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
- رضائی، مونا (۱۳۸۵). تحلیل محتوای روزنامه‌های ورزشی منتخب، مورد کاربرد برای ورزش زنان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد تربیت بدنی، دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز.
- رهنما، بهروز (۱۳۸۱). "تحلیل محتوای اخبار ورزشی شبکه سوم سیما ساعت ۱۹:۴۵"، پایان نامه کارشناسی، دانشکده صدا و سیما.
- زورق، محمد حسین (۱۳۸۹). ارتباطات و آگاهی (مفاهیم، مبانی و روشها)، تهران، سروش، دانشکده صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
- صبور اردوباری، احمد (۱۳۶۵). ورزش و تندرستی، تهران: دفتر تحقیقات و آموزش تربیت بدنی.
- صدیقی، فاطمه (۱۳۸۸). تحلیل محتوای برنامه تلویزیونی ورزشی نود در سال ۱۳۸۷، پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده تربیت بدنی دانشگاه آزاد واحد کرج.
- طالبی، محمد (۱۳۹۰). "مقایسه متون اخبار تلویزیونی با رسانه های مکتوب"، نشریه علمی-پژوهشی، سال ششم، شماره دوازدهم، ۱۷۵.
- علیزاده، علی (۱۳۸۹). تحلیل محتوای پژوهش‌های انجام شده در سازمان تربیت بدنی از سال ۱۳۶۹ تا ۱۳۸۸، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشکده تربیت بدنی دانشگاه آزاد اسلامی - واحد کرج.
- غفوری، فرزاد (۱۳۸۲). تعیین عوامل موثر بر گرایش به ورزش همگانی و قهرمانی برای تعیین راهبردهای ورزش، رساله دکتری، دانشگاه تربیت مدرس.
- قاسمی، حمید (۱۳۸۶). نقش رسانه های گروهی در توسعه ورزش کشور، رساله دکتری، دانشگاه اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
- قاسمی، حمید (۱۳۹۱). "تحلیل محتوای برنامه تلویزیونی ورزشی نود"، پژوهش های کاربردی مدیریت و بیولوژی ورزشی، المجلدات شماره ۱.

- قاسمی، حمید؛ کرمی، عبدالله؛ صادقی، فرشاد (۱۳۹۲). "وضعیت پوشش تلویزیونی مسابقات رشته‌های ورزشی در شبکه‌های سیما از دیدگاه متخصصان رسانه‌های کشور"، پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، شماره ۳.
- کردی، محمدرضا (۱۳۸۳). بررسی وضعیت نشریات ورزشی کشور، گزارش پژوهشی دانشکده تربیت بدنی دانشگاه تهران.
- مهدویان مشهدی، مریم (۱۳۸۷). بررسی نقش رسانه‌های گروهی در ورزش بانوان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه گیلان.
- مهدویان مشهدی، مریم؛ همتی‌نژاد، مهرعلی؛ احمدی، عبدالحمید و جهانی‌راد، نرگس (۱۳۸۸). بررسی علل کمبود پوشش رسانه‌ای در ورزش بانوان، هفتمین همایش بین‌المللی تربیت بدنی و علوم ورزشی.
- ناظمی، مازیار (۱۳۷۹). تحلیل محتوای اخبار ورزشی واحد مرکزی خبر، پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی
- نوابی‌نژاد، شکوه (۱۳۸۱). دیدگاه‌های علمی در ورزش بانوان، پژوهشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.
- هنری، حبیب (۱۳۹۱). "بررسی نقش چهارگانه رسانه‌های ورزشی در توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی"، مطالعات مدیریت ورزشی؛ شماره ۱۵.

Greenwood, R. (1996). "Understanding radical organizational change", Bringing together the old and new institutionalism : *Academy of management review* 21.

Home, John. (2005). "Sport and mass Media in Japan", *Sociology of sport journal*. 22.

Honeybourne, John. (2002). *Physical education and sport study*. Stanley Thornes.

Jakson, J. (1991). *physical education and sport*. Sage publication.

Pitts, Brenda, G. Pedersen, Paul, M. (2005). "Examining the body of scholarship in sport management: A content analysis of the journal of sport management". *The Smart Journal*. 2.