

ORIGINAL ARTICLE

Designing a Paradigm Model of Media Performance Management of the Iranian Student Sports Federation

Afsaneh Zare ¹, Mina Hakakzadeh*², Seyed Jalil Miryosefi ³

- 1- PhD student in sports management, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran
- 2- Assistant Professor of Sports Management, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran
- 3- Assistant Professor of Sports Management, Vali Asr University of Rafsanjan, Rafsanjan, Iran

Correspondence:

Mina Hakakzadeh

Email:

Minahakakzadeh@gmail.com

Received: 16/March/2022

Accepted: 23/September/2022

How to cite:

Zare, A; Hakakzadeh, M; Miryosefi, J; (2024), Designing a Paradigm Model of Media Performance Management of the Iranian Student Sports Federation, **Communication Management in Sport Media**, 12 (1), 59-73.

DOI: [10.30473/jsm.2022.63389.1609](https://doi.org/10.30473/jsm.2022.63389.1609)

ABSTRACT

The purpose of this study was to design a paradigm model for media performance management within the Student Sports Federation of the country. The research employed a sequential exploratory mixed-methods approach, combining qualitative and quantitative phases. In the qualitative phase, participants included sports management professors (who had conducted at least one study on performance management), association directors, provincial board members, and members of the Student Sports Federation. These individuals were purposefully selected for in-depth interviews—20 interviews were conducted until reaching theoretical saturation.

In the subsequent quantitative phase, after analyzing the qualitative data, a questionnaire was developed and distributed to the entire qualitative sample (75 individuals). The maximum sample size, based on Morgan's table, was 63 participants, selected via random sampling. Data analysis was performed using structural equation modeling (SEM) with Smart-PLS software. The qualitative analysis identified 41 concept codes grouped into six core dimensions, forming the foundation of the paradigm model. Quantitative results indicated that all six main components demonstrated a good model fit. The directors of the national Student Sports Federation are recommended to utilize the strategies derived from this research to enhance media performance management within their organization.

KEY WORDS

Public Relations, Information, Media, Performance Management.



Extended Abstract

Introduction

The large student population of the country and the need to meet their needs in physical education have necessitated the establishment of various organizations and structures dedicated to student sports management. Officially, this role is held by the Deputy of Physical Education and Health within the Ministry of Education, along with the Student Sports Federation, which has clearly defined responsibilities. In this context, the Student Sports Federation is recognized as an efficient and specialized organization aligned with the goals of the Ministry of Education and Youth, as well as the Ministry of Sports and Youth. Its primary responsibilities include policy-making, planning, monitoring, and managing the technical and executive aspects of sports competitions. It also focuses on identifying and nurturing talents, preparing student teams for international competitions, and fostering sports development.

The federation was established in 1381 (2002–2003), but from a legal and structural perspective, it is still considered a relatively young organization. Since 2015, all provincial boards and its legal status have been officially confirmed. The main goal of this federation is to develop student sports and promote collective participation of students in national and international competitions, with careful attention to strategies that support this objective. One of these key strategies is effective media management within the Student Sports Federation.

Methods

The current research was applied in purpose, employing a descriptive survey method, and used a mixed research approach. The methodology consisted of two phases: a qualitative phase to develop the model and a quantitative phase to test it, based on a correlation approach utilizing structural equation modeling (SEM). This sequential exploratory design involved first conducting qualitative research, followed by quantitative analysis.

In the qualitative phase, data collection was carried out through interviews with key informants, and the tool was developed after reaching theoretical saturation. The instrument contained 41 items across 10 components, rated

on a five-point Likert scale (from very much, 5 points, to very little, 1 point). The statistical population for the qualitative phase included sports management professors (who had conducted at least one study on performance management), managers of associations and provincial boards, and members of the Student Sports Federation. A total of 20 interviews were completed until saturation was achieved.

In the second (quantitative) phase, after analyzing the qualitative data, a questionnaire was designed and distributed among the entire qualitative sample (75 individuals). Based on Morgan's table, the maximum intended sample size was 63, with random sampling employed. To account for potential dropouts, the questionnaire was distributed to all members of the population, and ultimately, 60 completed questionnaires were collected and used for analysis.

Results

The descriptive results related to the demographic characteristics of the qualitative sample revealed that 25% of participants held a bachelor's degree, while 75% held master's or doctoral degrees. In terms of educational background, 25% had non-physical education majors, and 75% were from physical education backgrounds. Regarding gender, 40% were women and 60% were men. The majority of the participants (80%) reported more than 10 years of work experience.

In the qualitative phase, 41 conceptual codes were identified, which were organized into six core dimensions of the process model. In the quantitative phase, it was confirmed that all six main components demonstrated a good model fit. Overall, the effective utilization of media capacities within the Student Sports Federation contributes to the improvement of its performance.

Conclusions

Thus, the research model demonstrated a good fit. In the proposed model, the categories of management and the nature of the media are considered as causal factors. This indicates that both variables directly influence the media performance management of the Student Sports Federation, and it is essential to address each of these variables within the model's functioning. Identifying these two categories as causal factors aligns logically with the main research variable—

media performance management—since they are both fundamental components of this concept.

Regarding management, for the Student Sports Federation to achieve effective media performance, it is necessary for managers to actively support media presence and activities within the organization. This includes providing sufficient information about competition schedules, news, and relevant updates to mass media outlets, enabling them to cover student sports events comprehensively and effectively.

KEY WORDS

Public Relations, Information, Media, Performance Management.

Ethical Considerations

Compliance with ethical guidelines

The author has complied with all ethical considerations.

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.

«مقاله پژوهشی»

طراحی مدل فرآیندی مدیریت عملکرد رسانه‌ای فدراسیون ورزش دانش‌آموزی ایران

افسانه زارع^۱، مینا حکاک زاده^{۲*}، سید جلیل میریوسفی^۳

چکیده

هدف از پژوهش حاضر طراحی مدل فرآیندی مدیریت عملکرد رسانه‌ای فدراسیون ورزش دانش‌آموزی کشور و روش پژوهش ترکیبی اکتشافی متوالی (کیفی - کمی) بود. مشارکت‌کنندگان در بخش کیفی شامل اساتید مدیریت ورزشی (که حداقل یک پژوهش در حوزه مدیریت عملکرد انجام داده‌اند)، مدیران انجمن‌ها و هیئت‌های استانی و اعضای فدراسیون ورزش دانش‌آموزی بودند؛ که این افراد، به‌صورت هدفمند از نوع معیاری، برای مصاحبه‌های کیفی در موضوع پژوهش انتخاب شدند (۲۰ مصاحبه با ۲۰ نفر و تا حد اشباع نظری ادامه یافت) و در بخش دوم (کمی) بعد از گردآوری اطلاعات حاصل از پژوهش کیفی، اقدام به ساخت پرسشنامه نموده و این پرسشنامه در بین نمونه بخش کیفی (به‌صورت کامل) توزیع شد (۷۵ نفر). نمونه آماری، حداکثر تعداد نمونه با توجه به جدول مورگان در نظر گرفته شد (۶۳ نفر) و روش نمونه‌گیری به‌صورت تصادفی در دسترس بود. از روش معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار Smart-PLS برای تحلیل مدل استفاده شد. در بخش کیفی پژوهش مشخص شد که مقوله‌ها در قالب ۴۱ کد مفهومی مشخص شدند و در دل ابعاد ۶ گانه مدل فرآیندی جای گرفتند. در بخش کمی نیز مشخص شد که هر ۶ مؤلفه اصلی پژوهش از برازش مناسبی برخوردار است و استفاده از ظرفیت‌های رسانه در فدراسیون ورزش دانش‌آموزی، منجر به بهبود عملکرد این فدراسیون می‌شود.

واژگان کلیدی:

روابط عمومی، اطلاع‌رسانی، رسانه، مدیریت عملکرد

- ۱- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران
- ۲- استادیار مدیریت ورزشی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران
- ۳- استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه ولی‌عصر رفسنجان، رفسنجان، ایران

نویسنده مسئول: مینا حکاک زاده

رایانامه: Minahakakzadeh@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۲۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۷/۰۱

استناد به این مقاله:

زارع، افسانه؛ حکاک زاده، مینا؛ میریوسفی، سیدجلیل؛ (۱۴۰۳). طراحی مدل فرآیندی مدیریت عملکرد رسانه‌ای فدراسیون ورزش دانش‌آموزی ایران، مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۱۲ (۱)، ۵۹-۷۳.

DOI: 10.30473/jsm.2022.63389.1609



مقدمه

ورزش به عنوان یک ابزار چندبعدی با تأثیرات گسترده، جایگاه و نقش خود را در اقتصاد، سلامتی افراد، گذراندن اوقات فراغت سالم و لذت بخش، روابط اجتماعی، پیشگیری از مفاسد اجتماعی و انحرافات اخلاقی رو به گسترش در جامعه و کاربردهای متعدد دیگر متجلی کرده است (حمیدی، ۲۰۱۸). ورزش و تربیت بدنی جزء غیرقابل انکار سیستم آموزش و پرورش هر کشوری محسوب می‌شود که از طریق حرکت و فعالیت‌های بدنی جریان رشد را در تمام ابعاد وجودی انسان تسهیل می‌کند و این موضوع در مورد آموزش و پرورش ایران نیز صدق می‌کند. از زمان تشکیل آموزش و پرورش نوین در ایران و تصویب قانون اساسی فرهنگ مصوب آبان ماه ۱۲۹۰ شمسی، درس تربیت بدنی به عنوان یکی از دروس نظام آموزش و پرورش مطرح شد و در سال ۱۳۰۶ به عنوان درس اجباری تمام مقاطع تحصیلی به تصویب رسید (سجادی، ۲۰۱۳). در سند تحول بنیادین آموزش و پرورش مصوب سال ۱۳۹۰ نیز ساحت زیستی و بدنی به عنوان یکی از ساحت‌های شش‌گانه معرفی شده است که ناظر به حفظ و ارتقای سلامت و بهداشت جسمی و روانی خود و دیگران، تقویت قوای جسمی و روانی، مبارزه با عوامل ضعف و بیماری، حفاظت از محیط زیست و احترام به طبیعت است (شورای عالی آموزش و پرورش، ۲۰۱۱) و نشانگر اهمیت ورزش و فعالیت بدنی در نظام آموزش و پرورش کشور است. همچنین، دانش‌آموزان علاقه زیادی به درس تربیت بدنی دارند؛ به طوری که کلاس‌های درس تربیت بدنی از جمله کلاس‌هایی هستند که در آن دانش‌آموزان با انگیزه حاضر می‌شوند (کوئرنرستد^۱ و همکاران، ۲۰۰۸). از طرفی نیز فعالیت بدنی و ورزش برای دانش‌آموزان مزایای متعددی از جمله اعتدالی ورزش قهرمانی و حرفه‌ای کشور و سلامت، شادی و نشاط برای دانش‌آموزان (نادری و همکاران، ۲۰۲۰)، اجتماعی شدن (محمدی احمدآبادی و همکاران، ۲۰۲۰)، سلامت روحی، روانی و اجتماعی (گنج خاوند، ۲۰۱۹)، یادگیری (مصلح و همکاران، ۲۰۱۶)، بهبود وضعیت جنبه‌های روان‌شناختی (گیمنز مسگر^۲ و همکاران، ۲۰۲۰)، کاهش خطر چاقی کودکان (پرنیتیس دان^۳ و پرنیتیس دان، ۲۰۱۲) و افزایش آمادگی بدنی، تندرستی، سلامتی عاطفی و اجتماعی، اخلاقی و معنوی ذهنی و عقلانی دانش‌آموزان و تأثیرات مثبت روی سایر شاخص‌های اجتماعی مانند درمان، بهداشت، شادابی و نشاط و اقتصاد (کرسول، ۲۰۱۹) دارد که این موضوع بر اهمیت درس تربیت بدنی و ورزش در مدارس می‌افزاید.

جمعیت زیاد دانش‌آموزی کشور و پاسخگویی به نیازهای آن‌ها در حوزه تربیت بدنی، الزام به وجود تشکیلات و ساختارهای مختلف برای مدیریت ورزش دانش‌آموزی در کشور را به وجود آورده است که به طور رسمی معاونت تربیت بدنی و سلامت وزارت آموزش و پرورش و فدراسیون ورزش دانش‌آموزی با شرح وظایف مشخص در این زمینه نقش ایفا می‌کنند. در این راستا، فدراسیون ورزش دانش‌آموزی کشور به عنوان تشکیلاتی کارآمد

و تخصصی در راستای اهداف وزارت آموزش و پرورش و وزارت ورزش و جوانان تعریف شده است تا مسئولیت سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و نظارت با هدف توسعه ورزش قهرمانی را از طریق مدیریت فنی و اجرایی برگزاری مسابقات ورزشی، شناسایی و پرورش استعدادها و ورزشی و آماده‌سازی تیم‌های دانش‌آموزی برای اعزام به مسابقات بین‌المللی بر عهده گیرد (حمیدی و همکاران، الف، ۲۰۱۸). این فدراسیون از سال ۱۳۸۱ تأسیس شد؛ اما از نظر حقوقی و ساختاری یک فدراسیون نوپا تلقی می‌شود؛ به طوری که همه هیئت‌های استانی و وضعیت حقوقی آن از سال ۱۳۹۵ تأیید شدند (حمیدی و همکاران، ب، ۲۰۱۸). با توجه به اینکه هدف اصلی این فدراسیون توسعه ورزش دانش‌آموزی و ترویج مشارکت جمعی دانش‌آموزان در مسابقات و رویدادهای ورزشی ملی و بین‌المللی است، توجه به تمام راهبردهایی که دستیابی به این مهم را تسهیل می‌کنند، باید مورد توجه قرار گیرد که یکی از این راهبردها مدیریت رسانه در فدراسیون ورزش دانش‌آموزی است. در این زمینه حمیدی و همکاران (۲۰۱۸) با تدوین نقشه راهبرد فدراسیون ورزش دانش‌آموزی با رویکرد کارت امتیازی متوازن گزارش کرده‌اند که برای توسعه ورزش دانش‌آموزی در بخش فرایندهای داخلی نیاز به راهبرد توسعه و بهینه‌سازی روابط عمومی و ارتباطات رسانه‌ای است. خالدیان و همکاران (۲۰۱۳)، به نقش رسانه‌های جمعی در گسترش و توسعه ورزش تأکید کرده‌اند و بیان کرده‌اند که عصر حاضر را عصر ارتباطات نامیده‌اند یعنی در این عصر به دلیل وجود کاربرد وسایل ارتباط جمعی که وسعت، نفوذ و تأثیرات آن‌ها بسیار زیاد است، ارتباطات جمعی شکل نوینی یافته و تحولات جامعه بشری را تحت الشعاع قرار داده است.

تحقیقات محدودی در مورد مدیریت عملکرد رسانه‌ای در فدراسیون ورزش دانش‌آموزی انجام گرفته است و اکثر این تحقیقات بر اهمیت نقش رسانه‌های جمعی در توسعه ورزش دانش‌آموزی تأکید کرده‌اند. از جمله اهمیت رسانه‌های جمعی بر توسعه بازاریابی فدراسیون ورزش دانش‌آموزی در تحقیق کمالوند و افشاری (۲۰۲۱) مورد تأکید قرار گرفته است و به راهکارهایی از جمله دعوت از رسانه‌ها جهت معرفی بهتر ورزش دانش‌آموزی، ارتباط مداوم مسئولین با رسانه‌ها و تبلیغات مؤثر در ورزش دانش‌آموزی، برگزاری جلسات مختلف با حضور حامیان و اصحاب رسانه و انعکاس خبر ورزش دانش‌آموزی، حضور پررنگ مسئولین آموزش و پرورش در رسانه ملی و اختصاص یک زمان جهت انعکاس رویدادهای ورزش دانش‌آموزی در رسانه ملی برای توسعه بازاریابی در ورزش دانش‌آموزی اشاره شده است. همچنین، قنبری فیروزآبادی و همکاران (۲۰۲۰) در الگوی راهبردی توسعه ورزش دانش‌آموزی نشان دادند که مؤلفه رسانه و فناوری به عنوان یکی از شرایط زمینه‌ای مؤثر بر توسعه ورزش دانش‌آموزی است و استفاده از فضای مجازی در توسعه ورزش دانش‌آموزی، توجه رسانه به ورزش پایه دانش‌آموزی، پوشش‌دهی و انعکاس اخبار ورزش دانش‌آموزی

در رسانه‌های استانی، فعالیت خبرنگاران تخصصی در حوزه ورزش دانش‌آموزی، رشد فناوری اطلاعات و ارتباطات و توجه رسانه به رشته‌های خاص مثل فوتبال دانش‌آموزان را در این زمینه اثرگذار دانسته‌اند. در تحقیقات دیگر (قاسمی روشناوند و همکاران، ۲۰۱۹؛ حمیدی و همکاران، ۲۰۱۸) نیز به‌صورت مشابه بر نقش رسانه‌ها در توسعه ورزش دانش‌آموزی تاکید شده است. همچنین برخی از تحقیقات ضمن پذیرش اهمیت رسانه‌ها در توسعه ورزش دانش‌آموزی، بر فرایند این تاثیرگذاری و نقش‌های متفاوت رسانه در توسعه ورزش دانش‌آموزی تمرکز کرده‌اند. به‌عنوان نمونه خالدیان و همکاران (۲۰۱۳) اظهار کرده‌اند که رسانه‌های جمعی به‌مثابه بزرگراه‌های اطلاعاتی و پل ارتباطی تاثیرگذار بر افکار عمومی نقش مهمی در فرایند اطلاع‌رسانی، گفتمان‌سازی، آموزش، مشارکت اجتماعی و فرهنگ‌سازی ورزشی در جامعه و اعتلای ورزش کشور و توسعه و فراگیر نمودن آن برعهده دارند. مرادی و همکاران (۲۰۱۲) نیز با انجام تحقیق با عنوان ارتباط نقش‌های اطلاع‌رسانی، مشارکت اجتماعی، آموزشی و فرهنگ‌سازی رسانه‌های گروهی با توسعه ورزش دانش‌آموزی نشان دادند که ورزش دانش‌آموزی برای خروج از این وضعیت و ارتقای جایگاه رسانه‌ای ناگزیر از بازنگری در برنامه‌ها و اتخاذ راهبردهایی در جهت ایجاد تعامل هر چه بیشتر با رسانه‌ها است و برای یک برنامه‌ریزی دقیق و مناسب، شناخت وضعیت موجود و مطلوب رسانه‌های گروهی در امر توسعه ورزش دانش‌آموزی موردنیاز است. اگرچه تحقیقات اندکی در حوزه عملکرد رسانه‌ای ورزش دانش‌آموزی انجام گرفته، با این حال در سایر فدراسیون‌های ورزشی نیز تحقیقاتی در این حوزه انجام گرفته است. با توجه به اینکه وبسایت‌ها به‌عنوان اصلی‌ترین رسانه فدراسیون‌های ورزشی هستند، ارزیابی کیفیت و محتوای این وبسایت‌ها در تحقیقات شفيعی و همکاران (۲۰۱۶)، عبدوی و غلامیان (۲۰۱۵) و فریدفتحي (۲۰۱۲) بررسی شده است. همچنین، عملکرد روابط عمومی سازمان‌های ورزشی به‌عنوان متولی اصلی مدیریت رسانه‌ای این سازمان‌ها نیز در تحقیقات مختلف (چراغ بیرجندی و همکاران، ۲۰۱۹؛ ریسی و ماجدی، ۲۰۱۸) مورد توجه قرار گرفته است.

همان‌گونه که در بالا مشاهده می‌شود، بیشتر تحقیقات پیشین بر اهمیت مدیریت رسانه‌ای ورزش دانش‌آموزی که مسئولیت آن بر عهده فدراسیون ورزش دانش‌آموزی است، تمرکز کرده‌اند و راهکارهای مختلفی را در زمینه توسعه ورزش دانش‌آموزی از طریق رسانه ارائه کرده‌اند. با این حال اگرچه توسعه ورزش دانش‌آموزی از طریق رسانه دارای اهمیت است، اما توسعه عملکرد رسانه‌ای این فدراسیون نیز باید مورد توجه قرار گیرد تا به‌صورت غیرمستقیم به توسعه هرچه بیشتر ورزش دانش‌آموزی منجر شود. فدراسیون ورزش دانش‌آموزی ضمن اینکه دارای رسانه‌هایی در فضای مجازی است، یک وبسایت تخصصی دارد که اخبار حوزه ورزش دانش‌آموزی را در اختیار جامعه هدف قرار می‌دهد. همچنین در برنامه شاد یک بخش ویژه به فدراسیون ورزش دانش‌آموزی اختصاص داده شده است که اخبار و اطلاعیه‌های فدراسیون ورزش دانش‌آموزی، استعدادیابی، مربی‌یار،

داوریار و مسابقات ورزش دانش‌آموزی از مهم‌ترین کانال‌های آن است و به‌راحتی در دسترس جمعیت چندمیلیونی دانش‌آموزان قرار دارد. مدیریت تمام این رسانه‌ها برعهده واحد روابط عمومی فدراسیون ورزش دانش‌آموزی است و توسعه عملکرد این واحد به توسعه عملکرد رسانه‌ای فدراسیون ورزش دانش‌آموزی در مجموع عملکرد کلی آن منجر می‌شود. در این زمینه الهی و همکاران (۲۰۲۲) روابط عمومی و بین‌الملل را مهم‌ترین راهبرد توسعه فدراسیون شمشیربازی معرفی کرده‌اند. از طرفی، به نظر می‌رسد رسانه‌های جمعی کشور بیشتر بر ورزش قهرمانی و حرفه‌ای تمرکز کرده‌اند و ورزش دانش‌آموزی کمتر موردتوجه رسانه‌ها قرار گرفته است. همچنین، نظر ویسی و همکاران (۲۰۱۶) نشان دادند که بین وضعیت موجود و مطلوب رسانه‌ها در رشد و پیشرفت ورزش دانش‌آموزی کشور تفاوت معنی‌داری وجود دارد که در این خصوص باید متولیان ورزش دانش‌آموزی حساسیت بیشتری را نسبت به انعکاس فعالیت‌های ورزشی دانش‌آموزان در رسانه‌های جمعی داشته باشند و از توان و قابلیت‌های رسانه‌ای تحت مدیریت خود و دیگر رسانه‌های جمعی برای خدمت به این حوزه بهره بیشتری بگیرند. با در نظر گرفتن اهمیت توسعه عملکرد رسانه‌ای فدراسیون ورزش دانش‌آموزی، فقر پژوهشی در این زمینه و همچنین وضعیت نامطلوب عملکرد رسانه‌ای فدراسیون ورزش دانش‌آموزی، انجام تحقیقات در زمینه مدیریت عملکرد رسانه‌ای فدراسیون ورزش دانش‌آموزی الزامی به نظر می‌رسد. البته سهیلی پیشکناری و همکاران (۲۰۲۰) و حسین‌نژاد و همکاران (۲۰۲۰) در تحقیقاتی مجزا به موضوع مدیریت عملکرد در فدراسیون ورزش دانش‌آموزی پرداخته‌اند، اما موضوع مدیریت عملکرد رسانه در تحقیقات آن‌ها مورد غفلت قرار گرفته است. به همین جهت در تحقیق حاضر به طراحی مدل فرایندی مدیریت عملکرد رسانه‌ای فدراسیون ورزش دانش‌آموزی پرداخته خواهد شد و به دنبال پاسخ‌گویی به این سوال است که مدل فرایندی مدیریت عملکرد رسانه‌ای فدراسیون ورزش دانش‌آموزی چگونه است؟

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی، روش تحقیق، توصیفی و شیوه گردآوری پیمایشی بود و بر اساس رویکرد پژوهش، آمیخته بود. در مرحله اول، برای ساخت الگو از روش کیفی و برای آزمون الگو از روش کمی توصیفی-تحلیلی و از نوع همبستگی مبتنی بر الگوی معادلات ساختاری استفاده شد. روش پژوهش آمیخته از نوع اکتشافی متوالی بود؛ یعنی ابتدا کیفی و سپس کمی بود. ابزار مورد استفاده در این پژوهش، بعد از انجام مصاحبه و رسیدن به اشباع نظری تدوین شد که شامل ۴۱ گویه و در قالب ۱۰ مؤلفه، به‌صورت پنج گزینه‌ای لیکرت (خیلی زیاد، ۵ امتیاز تا خیلی کم، ۱ امتیاز) بود. در بخش اول (کیفی) برای انجام مصاحبه میدانی، جامعه آماری پژوهش را اساتید مدیریت ورزشی (که حداقل یک پژوهش در حوزه مدیریت عملکرد انجام داده‌اند)، مدیران انجمن‌ها و هیئت‌های استانی و اعضای فدراسیون ورزش دانش‌آموزی تشکیل می‌دهند؛ که این افراد،

جدول ۱- کدهای اولیه استخراج‌شده از مصاحبه‌ها و کدهای مجدد آن‌ها
Table 1: Initial codes extracted from interviews and their re-codes

عنوان مصاحبه	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	تعداد عدم توافقات	پایایی باز آزمون (درصد)
P5	۶۳	۲۸	۷	۸۸/۹٪
P10	۴۴	۲۰	۴	۹۰/۹٪
P17	۲۹	۱۳	۳	۸۹/۶٪
کل	۱۳۶	۶۱	۱۴	۸۹/۷٪

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده به دلیل آنکه پایایی باز آزمون کلی ۸۹/۷ درصد به‌دست‌آمده است و بیشتر از ۰/۶ است، مقدار قابل قبولی دارد. در خصوص روایی محتوی پرسشنامه با استفاده از فرم‌های روایی سنجی CVI و CVR^۱ روایی مورد تأیید قرار گرفت. مقدار CVR با توجه به تعداد اساتید (۸ نفر)، ۰/۸۹ و مقدار CVI بیشتر از ۰/۸۸ به دست آمد؛ بنابراین روایی محتوی ابزار ما مورد تأیید قرار گرفت. روایی واگرا و همگرا که مربوط به معادلات ساختاری است، موردسنجش قرار گرفت. برازش مدل در سه بخش بررسی می‌شود:

(۱) برازش مدل‌های اندازه‌گیری، (۲) برازش مدل ساختاری و (۳) برازش مدل کلی.

برازش مدل اندازه‌گیری به‌وسیله ضرایب بارهای عاملی، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. بار عاملی از طریق محاسبه مقدار همبستگی شاخص‌های یک سازه با آن سازه محاسبه می‌شود که اگر این مقدار برابر و یا بیشتر از مقدار ۰/۴ شود، مؤید این مطلب است که واریانس بین سازه و شاخص‌های آن از واریانس خطای اندازه‌گیری آن سازه بیشتر بوده و پایایی (برازش مدل اندازه‌گیری) در مورد آن سازه قابل قبول است.

در این پژوهش از دو بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شد. در بخش آمار توصیفی از جداول و نمودارهای توصیفی برای بیان ویژگی‌های توصیفی پژوهش استفاده شد. از شاخص‌های کشیدگی و چولگی به‌منظور بررسی توزیع داده‌ها (طبیعی و یا غیرطبیعی بودن) استفاده و برای بررسی و پاسخ به سؤالات پژوهش و رسم و تدوین مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری از نرم‌افزارهای SPSS نسخه ۲۴، Smart PLS و QDA^۲Max نسخه Pro استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

نتایج بخش توصیفی مربوط به ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پژوهش در بخش کیفی نشان داد که ۲۵ درصد نمونه آماری دارای تحصیلات کارشناسی و ۷۵ درصد دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و دکتری بودند. ۲۵ درصد از افراد، رشته تحصیلی غیر تربیت‌بدنی و ۷۵ درصد تربیت‌بدنی داشتند. از نظر جنسیت نیز ۴۰ درصد زن و ۶۰ درصد مرد بودند. سابقه شغلی بیشتر نمونه‌ها، بیشتر از ۱۰ سال بود (۸۰ درصد).

به‌صورت هدفمند از نوع معیاری، برای مصاحبه‌های کیفی در موضوع پژوهش انتخاب شدند (۲۰ مصاحبه با ۲۰ نفر و تا حد اشباع نظری ادامه یافت) و در بخش دوم (کمی) بعد از گردآوری اطلاعات حاصل از پژوهش کیفی، اقدام به ساخت پرسشنامه نموده و این پرسشنامه در بین نمونه بخش کیفی (به‌صورت کامل) توزیع شد (۷۵ نفر). نمونه آماری، حداکثر تعداد نمونه با توجه به جدول مورگان در نظر گرفته شد (۶۳ نفر) و روش نمونه‌گیری به‌صورت تصادفی در دسترس بود. به دلیل احتمال ریزش نمونه‌ها، پرسشنامه در بین تمامی اعضای جامعه آماری توزیع و نهایتاً ۶۰ پرسشنامه به‌صورت صحیح عودت داده شد.

در این پژوهش برای بررسی روایی، یافته‌های پژوهش را برای مشارکت‌کنندگان ارائه و متن نظریه توسط آن‌ها مطالعه و دیدگاه‌های آن‌ها اعمال شده است. در پایان، این پژوهش توسط اساتید، مورد مطالعه و بازبینی قرارگرفته و مواردی جهت اصلاح یا تغییر نظریه نهایی بیان شده است. پایایی به گستره تکرارپذیری یافته‌های پژوهش اشاره دارد. یکی از راه‌های نشان دادن پایایی، مطالعه حسابرسی فرآیند آن است. یافته‌های آن، زمانی قابل حسابرسی هستند که محقق دیگر بتواند مسیر تصمیم به کاررفته توسط محقق در طول مصاحبه را نشان دهد؛ بنابراین محقق پایایی داده‌ها را از طریق نشان دادن مسیر تصمیمات خود و همچنین قرار دادن تمامی داده‌های خام، تحلیل‌شده، کدها، مقوله‌ها، فرآیند مطالعه، اهداف اولیه و سؤال‌ها در اختیار اساتید راهنما و مشاور قرار داد و با حسابرسی دقیق صاحب‌نظران درستی تمام گام‌های تحقیق مورد تأیید قرار گرفت. علاوه بر این در تحقیق کنونی از روش توافق درون موضوعی برای محاسبه پایایی مصاحبه‌های انجام‌گرفته استفاده شده است. برای محاسبه پایایی مصاحبه با روش توافق درون موضوعی دو کدگذار (ارزیاب)، از یک دانشجوی مقطع دکتری مدیریت ورزشی درخواست شد تا به‌عنوان همکار پژوهش (کدگذار) در پژوهش مشارکت کند؛ آموزش‌ها و تکنیک‌های لازم جهت کدگذاری مصاحبه‌ها به ایشان انتقال داده شد. در هر کدام از مصاحبه‌ها، کدهایی که در نظر دو نفر هم مشابه هستند با عنوان «توافق» و کدهای غیرمشابه با عنوان «عدم توافق» مشخص می‌شوند. سپس محقق به همراه این همکار پژوهش، تعداد سه مصاحبه را کدگذاری کرده و درصد توافق درون موضوعی که به‌عنوان شاخص پایایی تحلیل به کار می‌رود با استفاده از فرمول زیر محاسبه شد:

$$\text{درصد توافق درون موضوعی} = \frac{\text{تعداد توافقات} \times 2}{\text{تعداد کل کدها}} \times 100$$

پژوهشگر در حین انجام این پژوهش و در جریان کدگذاری مصاحبه‌ها چند مصاحبه را به‌عنوان نمونه در یک فاصله ۸ روزه مورد کدگذاری مجدد قرار داد. با مراجعه به کدهای اولیه استخراج‌شده از آن مصاحبه‌ها و کدهای مجدد آن‌ها جدول زیر به‌دست‌آمده است.

تحلیل کیفی

در این مرحله، چند کد مفهومی تبدیل به یک مقوله می‌شود. در جداول است. زیر نتایج کدگذاری باز بر اساس کدهای مفهومی و مقولات آورده شده

جدول ۲- کدگذاری ثانویه و شکل‌دهی مقولات
Table 2 - Secondary coding and categorization

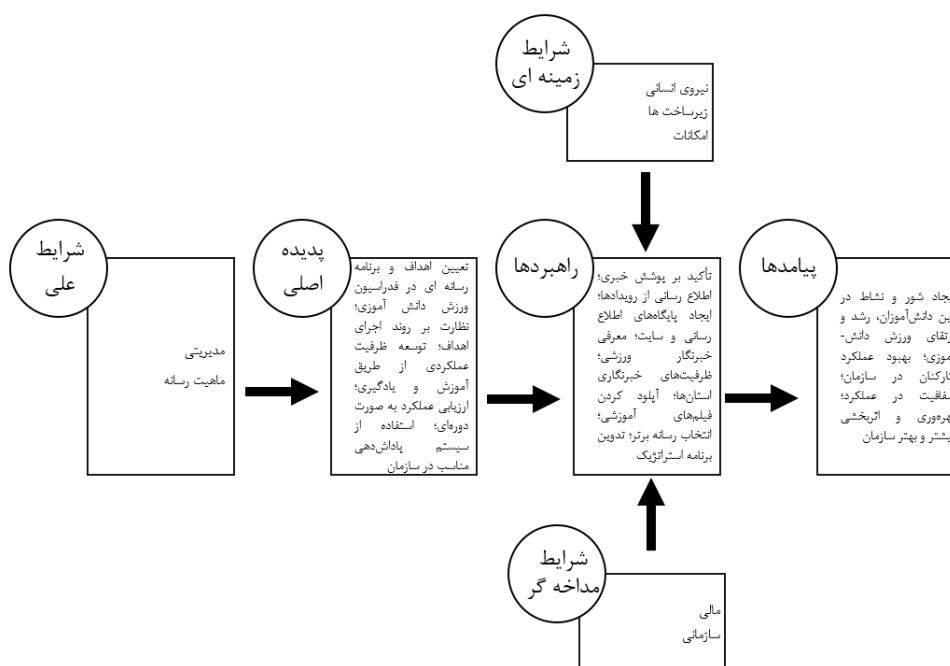
ردیف	مقوله	مفاهیم
۱.	راهبردها	تأکید بر پوشش خبری مسابقات ورزش دانش‌آموزی در سراسر کشور
۲.		اطلاع‌رسانی از رویدادهای ورزش دانش‌آموزی سراسر کشور
۳.		ایجاد پایگاه‌های اطلاع‌رسانی و سایت جامع ورزش مدارس کشور
۴.		معرفی خبرنگار ورزشی از هر استان (ترجیحاً معلم ورزش)، به‌منظور گذراندن دوره‌های آموزش خبر و استفاده از سایت
۵.		به‌کارگیری ظرفیت‌های خبرنگاری استان‌ها در پوشش رخدادهای ورزش دانش‌آموزی
۶.		آپلود کردن فیلم‌های آموزشی رشته‌های ورزشی و قرار دادن آن‌ها بر روی سایت به‌عنوان مرجع فعالیت
۷.		انتخاب رسانه برتر به استانی که از کمیت و کیفیت بهتری در اطلاع‌رسانی ورزشی برخوردار است.
۸.		تدوین برنامه استراتژیک و جامع بهبود عملکرد مدیریت رسانه‌ای در فدراسیون ورزش دانش‌آموزی
۹.		ایجاد شور، نشاط و شادابی در رفتار دانش‌آموزان
۱۰.	پیامدها	ارتقا و رشد ورزش دانش‌آموزی
۱۱.		بهبود عملکرد کارکنان در سازمان
۱۲.		شفافیت در عملکرد
۱۳.		بهره‌وری و اثربخشی بیشتر سازمان
۱۴.	مالی	بودجه وزارت آموزش و پرورش
۱۵.		بودجه محدود در حوزه رسانه در آموزش و پرورش
۱۶.		هزینه زیاد فعالیت در رسانه‌ها از سوی آموزش و پرورش
۱۷.	سازمانی	موازی کاری با سایر بخش‌های سازمانی و سازمان‌های دیگر
۱۸.		عدم حمایت رسانه ملی از ورزش دانش‌آموزی
۱۹.	نیروی انسانی	نیروی انسانی باانگیزه ورزشی در حوزه رسانه در آموزش و پرورش
۲۰.		نیروی انسانی متخصص ورزشی در حوزه رسانه در آموزش و پرورش
۲۱.		نیروی انسانی با تجربه ورزشی در حوزه رسانه در آموزش و پرورش
۲۲.		نیروی انسانی متخصص در حوزه رایانه در آموزش و پرورش
۲۳.	زیرساخت‌ها	زیرساخت‌های فناوری IT در آموزش و پرورش
۲۴.		زیرساخت‌های مربوط به فیبر نوری و اینترنت در آموزش و پرورش
۲۵.		اتاق‌های مخصوص برای تدوین گزارش‌های انجام شده
۲۶.		دستیابی به بانک‌های اطلاعاتی
۲۷.	امکانات	دوربین ضبط
۲۸.		میکروفن
۲۹.		کامپیوتر و یا لپ‌تاب برای تدوین
۳۰.		سیستم‌های نورپردازی
۳۱.	مدیریت عملکرد رسانه‌ای	تعیین اهداف و برنامه رسانه‌ای در فدراسیون ورزش دانش‌آموزی
۳۲.		نظارت بر روند اجرای اهداف
۳۳.		توسعه ظرفیت عملکردی از طریق آموزش و یادگیری
۳۴.		ارزیابی عملکرد به‌صورت دوره‌ای
۳۵.	مدیریتی	استفاده از سیستم پاداش‌دهی مناسب در سازمان
۳۶.		میزان حمایت مدیران از رسانه‌ها در فدراسیون ورزش دانش‌آموزی
۳۷.		میزان آشنایی مدیران با فاکتورهای مدیریت عملکرد در فدراسیون ورزش دانش‌آموزی
۳۸.		مجازی بودن رسانه‌ها
۳۹.	ماهیت رسانه	میزان دسترسی همگانی به رسانه
۴۰.		فراگیر بودن رسانه‌ها به‌خصوص رسانه‌های نوظهور در بین اقشار مختلف جامعه
۴۱.		اثرات مثبت رسانه بر بهبود مدیریت عملکرد از طریق ایجاد بستر مدیریتی برای سازمان

نهایتاً ۴۱ کد مفهومی و ۱۰ مقوله اصلی استخراج شد.

مرحله کدگذاری باز هستند (رسول، ۱۳۹۶)؛ بنابراین مدل نهایی مدیریت عملکرد رسانه‌ای فدراسیون ورزش دانش‌آموزی کشور در شکل ۱ نشان داده شده است:

گام دوم: کدگذاری محوری

کدهای محوری پژوهش حاضر در واقع همان مقولات مستخرج شده در



شکل ۱- مدل فرایندی اشتراوس و کوربین

Figure 1. The final model of media performance management of the country's student sports federation

قابل تعمیم به کل جامعه موردنظر است. معیار دوم از بررسی مدل‌های اندازه‌گیری، روایی همگرا است که به بررسی همبستگی هر متغیر با سوالات (شاخص‌ها) خود می‌پردازد. با توجه به روش فورنل و لارکر که مقدار مناسب برای AVE را ۰/۵ به بالا معرفی کرده‌اند، برای تمامی متغیرها، مقدار AVE بیشتر یا مساوی ۰/۵ است. روایی و اگر سومین معیار بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری است. روایی و اگر وقتی در سطح قابل قبول است که میزان AVE برای هر متغیر بیشتر از واریانس اشتراکی بین آن متغیر و متغیرهای دیگر در مدل باشد (بنیتز و همکاران، ۲۰۲۰).

جدول ۳- شاخص‌های برازش مدل اندازه‌گیری

Table 3- Measurement indicators of the measurement model

AVE	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ
پیامدها	۰/۸۵	۰/۸۰
پدیده اصلی	۰/۸۰	۰/۸۵
شرایط علی	۰/۷۷	۰/۸۳
شرایط زمینه‌ای	۰/۸۱	۰/۷۹
شرایط مداخله‌گر	۰/۸۹	۰/۸۱
راهبردها	۰/۸۳	۰/۸۸

بعد از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری نوبت به برازش مدل

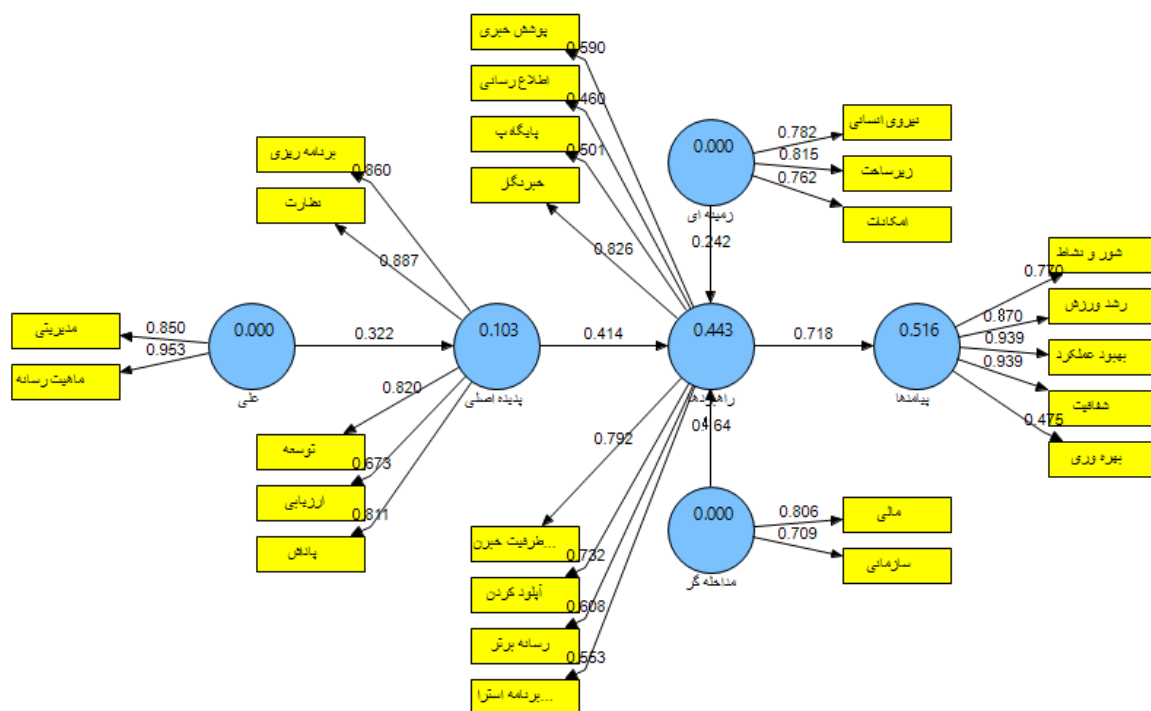
در ادامه از طریق نرم‌افزار SPSS به تحلیل ویژگی‌های جمعیت-شناختی نمونه‌های پژوهش و سپس به تحلیل نتایج حاصل از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها با استفاده از نرم‌افزار Smart PLS به سؤال‌های ایجادشده پژوهش پاسخ داده خواهد شد.

نتایج جمعیت‌شناختی نمونه‌ها نشان داد که بیشترین شغلی مربوط به ۱۱ تا ۱۵ سال (۵۵/۹٪) است. وضعیت تأهل اکثر نمونه‌های پژوهش، متأهل است (۸۰/۶٪). همچنین سطح تحصیلات اکثر نمونه‌های پژوهش کارشناسی (۵۰/۵٪) است و اکثر نمونه‌ها را مردان تشکیل می‌دادند (۶۷/۸٪).

برای بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری، سه معیار پایایی، روایی همگرا و روایی و اگر استفاده می‌شود و پایایی خود از سه طریق بررسی ضرایب بارهای عاملی، ضرایب آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی صورت می‌پذیرد. مقدار ملاک برای مناسب بودن ضرایب بارهای عاملی، ۰/۵ است. برای تمامی سؤال‌ها، ضرایب بارهای عاملی سوالات از ۰/۵ بیشتر است که نشان از مناسب بودن این معیار دارد. در اینجا هیچ‌یک از سؤال‌ها حذف نشد. مقدار مربوط به آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی متغیرها در همه متغیرها، بالاتر از ۰/۷ است که حاکی از پایایی مناسب مدل دارد. در این تحقیق پایایی متغیرها در حد مطلوب قرار دارد. از آنجاکه پایایی تأیید می‌شود می‌توان به بررسی فرضیات توسط معادلات ساختاری پرداخت و نتیجه

کاری ندارد و تنها متغیرهای پنهان همراه با روابط میان آن‌ها بررسی می‌شود.

ساختاری پژوهش می‌رسد. همان‌گونه که قبلاً اشاره شد، بخش مدل ساختاری برخلاف مدل‌های اندازه‌گیری، به سوالات (متغیرهای آشکار)



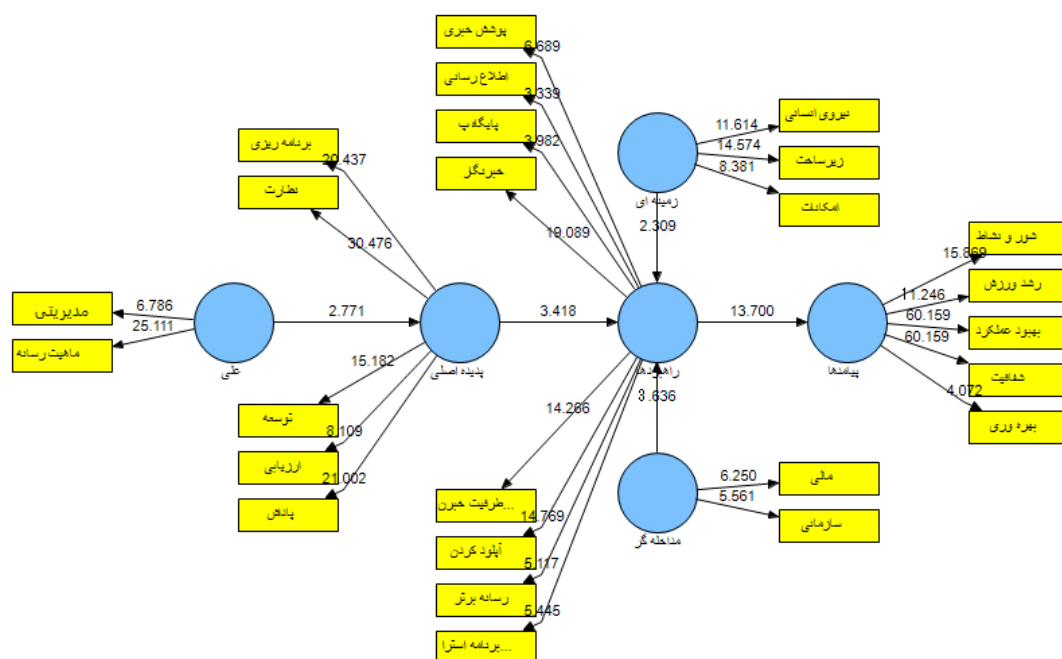
شکل ۲- مدل اندازه‌گیری

Figure 2. Measurement model

values است. در صورتی که مقدار این اعداد از ۱/۹۶ بیشتر شود، نشان از صحت رابطه بین متغیرها و در نتیجه تأیید فرضیه‌های پژوهش در سطح اطمینان ۰/۹۵ است. البته باید توجه داشت که اعداد فقط صحت رابطه را نشان می‌دهند و شدت رابطه بین متغیرها را نمی‌توان با آن سنجید.

(بررسی ضرایب مسیر مدل پژوهش)

برای بررسی برازش مدل ساختاری پژوهش از چندین معیار استفاده می‌شود که اولین و اساسی‌ترین معیار، ضرایب معنی‌داری t یا همان مقادیر t-



شکل ۳- ضرایب معنی‌داری t (مقادیر t-values)

Figure 3. Significance coefficients t (t-values)

است که این نشان می‌دهد که متغیر برون‌زا (مستقل) در پیش‌بینی متغیر وابسته، متوسط است و برازش مناسب مدل ساختاری پژوهش را تا حدودی بار دیگر تأیید می‌سازد.

مقدار R^2 برای متغیرهای برون‌زا یا مستقل برابر صفر است. در این قسمت، مقدار R^2 برای دو متغیر پیامدها و راهبردها بیشتر از $0/33$ و برابر با مقدار متوسط و برای متغیر پدیده اصلی برابر با $0/103$ و مقدار ضعیف است. مقدار Q^2 : این معیار برای سه متغیر درون‌زای مدل بیشتر از $0/15$

جدول ۴- شاخص‌های برازش مدل اندازه‌گیری و کلی

Table 4 - Measurement indicators of the measurement model and general

GOF	Communality	Redundancy	Q ²	R ²	
0/59	0/38	0/10	0/30	0/10	پدیده اصلی
	0/41	0/17	0/31	0/44	راهبردها
	0/70	0/29	0/35	0/51	پیامدها

مطلوبی داشته باشد، نیاز است که مدیران از حضور و فعالیت رسانه‌ها در فدراسیون ورزش دانش‌آموزی حمایت کنند تا این رسانه‌ها بتوانند فعالیت خود را به نحو احسن انجام دهند. مدیران فدراسیون ورزش دانش‌آموزی باید اطلاعات کافی در مورد زمان برگزاری مسابقات و اخبار و اطلاعات آن را در اختیار رسانه‌های جمعی قرار دهند تا این رسانه‌ها به بهترین نحو مسابقات و اخبار ورزش دانش‌آموزی را پوشش دهند. همسو با یافته‌های تحقیق، کمالوند و افشاری (۲۰۲۱) به مسئولین حوزه ورزش دانش‌آموزی پیشنهاداتی ازجمله دعوت رسانه‌ها جهت معرفی بهتر ورزش دانش‌آموزی، ارتباط مداوم مسئولین با رسانه‌ها و تبلیغات مؤثر در ورزش دانش‌آموزی، برگزاری جلسات مختلف با حضور حامیان و اصحاب رسانه و انعکاس خبر ورزش دانش‌آموزی و حضور پررنگ مسئولین آموزش و پرورش در رسانه ملی برای توسعه بازاریابی در ورزش دانش‌آموزی ارائه داده‌اند. نظروپسی و همکاران (۱۳۹۵) نیز اظهار کردند که متولیان ورزش دانش‌آموزی باید حساسیت بیشتری را نسبت به انعکاس فعالیت‌های ورزشی در رسانه‌ها داشته باشند. همچنین، میزان آشنایی مدیران با فاکتورهای مدیریت عملکرد رسانه‌ای در فدراسیون ورزش دانش‌آموزی یکی از موارد مهم در مقوله مدیریتی است، زیرا مدیران با آگاهی پایین در زمینه رسانه نمی‌توانند در ارتقا عملکرد رسانه‌ای این فدراسیون کمک نمایند و به نظر می‌رسد برگزاری دوره‌های آموزشی مدیریت عملکرد رسانه‌ای برای مدیران ارشد فدراسیون ورزش دانش‌آموزی می‌تواند برای افزایش آگاهی آنها بسیار مفید باشد. از طرفی ماهیت رسانه (مجازی بودن، دسترسی آسان، فراگیر بودن رسانه‌ها به‌ویژه رسانه‌های نوظهور و اثرات مثبت رسانه بر بهبود مدیریت عملکرد از طریق ایجاد بستر مدیریتی برای فدراسیون دانش‌آموزی) شرایطی را مهیا نموده است که مدیریت عملکرد رسانه‌ای را به موضوعی مهم برای تمام سازمان‌ها مبدل کرده است. فدراسیون ورزش دانش‌آموزی نیز از این قاعده مستثنی نیست و برای اینکه بتواند در توسعه و گسترش ورزش دانش‌آموزی نقش ایفا کند، نیاز به استفاده بهینه از رسانه‌ها دارد تا ضمن جلب مشارکت حداکثری دانش‌آموزان، بتواند اخبار و اطلاعات حوزه ورزش دانش‌آموزی را در اختیار عموم ازجمله مسئولین والدین دانش‌آموزان قرار دهد. در این زمینه کمالوند و افشاری (۲۰۲۱) رابطه مناسب

برازش مدل کلی: مدل کلی شامل هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و ساختاری می‌شود و با تأیید برازش آن، بررسی برازش در یک مدل کامل می‌شود. با توجه به سه مقدار $0/01$ ، $0/25$ و $0/36$ که به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است، در مدل پژوهش، مقدار بیشتر از $0/36$ به دست آمد که نشان از برازش کلی قوی مدل دارد. بنابراین در بخش کیفی پژوهش مشخص شد که مقوله‌ها در قالب ۴۱ کد مفهومی مشخص شد و در دل ابعاد ۶ گانه مدل فرایندی جای گرفتند. در بخش کمی نیز مشخص شد که هر ۶ مؤلفه اصلی پژوهش از برازش مناسبی برخوردار است بنابراین مدل پژوهش از برازش کافی برخوردار است.

بحث و نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر به ارائه مدل مدیریت عملکرد رسانه‌ای فدراسیون ورزش دانش‌آموزی پرداخته شده است. بر همین اساس، از نظریه داده بنیاد برای ارائه الگو استفاده شد و مدل ارائه‌شده از فرایندهای کدگذاری ناشی از مصاحبه با نخبگان استخراج شد. بر اساس نتایج تحلیل داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه، مقوله‌ها در مدل فرایندی مدیریت عملکرد رسانه‌ای فدراسیون ورزش دانش‌آموزی کشور در دل ابعاد ۶ گانه مدل فرایندی شامل موجبات علی (دو مقوله)، پدیده اصلی (پنج مقوله)، راهبرد (هشت مقوله)، عوامل زمینه‌ای (دو مقوله)، شرایط مداخله‌گر (سه مقوله) و پیامد (پنج مقوله) جای گرفتند و هر ۶ مؤلفه اصلی پژوهش از برازش مناسبی برخوردار است؛ بنابراین مدل پژوهش از برازش کافی برخوردار است.

در مدل طراحی شده، مقوله مدیریت و ماهیت رسانه به‌عنوان موجبات علی در نظر گرفته شده‌اند. این مسئله نشان می‌دهد که این دو مقوله بر مدیریت عملکرد رسانه‌ای فدراسیون ورزش دانش‌آموزی تأثیر مستقیمی دارند و توجه به هر یک از این متغیرها در کارکرد مدل ضروری است. شناسایی این دو مقوله به‌عنوان موجبات علی با توجه به متغیر اصلی تحقیق (مدیریت عملکرد رسانه‌ای) کاملاً منطقی است؛ به‌طوری‌که هر دو مقوله در عنوان متغیر اصلی وجود دارند و شالوده آن را تشکیل می‌دهند. در مقوله مدیریتی برای اینکه فدراسیون ورزش دانش‌آموزی بتواند عملکرد رسانه‌ای

رسانه‌ها با سازمان‌ها و اجتماع اشاره کرده است که در صورت جلب توجه رسانه‌ها به ورزش دانش‌آموزی، می‌توان امیدوار به عملکرد رسانه‌ای مطلوب در ورزش دانش‌آموزی بود.

پدیده محوری در این مدل، مدیریت عملکرد رسانه در فدراسیون ورزش دانش‌آموزی یعنی تعیین اهداف و برنامه رسانه‌ای در فدراسیون ورزش دانش‌آموزی، نظارت بر روند اجرای اهداف، توسعه ظرفیت عملکردی از طریق آموزش و یادگیری، ارزیابی عملکرد به صورت دوره‌ای و استفاده از سیستم پاداش‌دهی مناسب در سازمان است و مقوله‌ها بر مبنای مدل فرایندی حول آن سازماندهی می‌شوند. طبق مدل پژوهش، یکی از راهبردهای مدیریت عملکرد رسانه‌ای فدراسیون ورزش دانش‌آموزی، تأکید بر پوشش خبری مسابقات ورزش دانش‌آموزی است. در این زمینه کمالوند و افشاری (۲۰۲۱) به راهکارهایی از جمله انعکاس اخبار ورزش دانش‌آموزی و اختصاص یک زمان جهت انعکاس رویدادهای ورزش دانش‌آموزی در رسانه ملی در ورزش دانش‌آموزی اشاره کرده‌اند. حضور رسانه‌های جمعی به‌ویژه تلویزیون در رویدادهای ورزش دانش‌آموزی و انعکاس مسابقات و اخبار آن می‌تواند منجر به افزایش انگیزه دانش‌آموزان غیرفعال برای شروع فعالیت‌های ورزشی شود و بر همین اساس مشارکت بیشتر دانش‌آموزان در مسابقات ورزشی را منجر گردد. دانش‌آموزان از اینکه مسابقات آن‌ها در رسانه‌ها جمعی به‌ویژه تلویزیون پخش شود، احساس غرور می‌کنند و به همین دلیل این موضوع می‌تواند مشوق خوبی برای حضور پررنگ دانش‌آموزان در رویدادهای ورزشی دانش‌آموزی باشد. اختصاص یک بخش ویژه خبری به ورزش دانش‌آموزی در رسانه‌های جمعی مختلف از جمله تلویزیون، رادیو، روزنامه‌ها و غیره نیز بسیار کمک‌کننده است. استفاده از ظرفیت‌های رسانه‌ای فدراسیون ورزش دانش‌آموزی به‌ویژه در سطح استان‌های می‌تواند بسیاری از محدودیت‌ها را از بین ببرد و با به‌کارگیری ظرفیت‌های خبرنگاری استان‌ها در پوشش رخدادهای ورزش دانش‌آموزی، معرفی خبرنگار ورزشی از هر استان (ترجیحاً معلم ورزش، به‌منظور گذراندن دوره‌های آموزش خبر و استفاده از سایت) و کسب عنوان رسانه برتر استانی در اطلاع‌رسانی ورزش دانش‌آموزی از جمله راهبردهایی هستند که می‌توانند به توسعه عملکرد رسانه‌ای فدراسیون ورزش دانش‌آموزی کمک کنند. یافته‌های تحقیق قنبری فیروزآبادی و همکاران (۲۰۲۰) در الگوی راهبردی توسعه ورزش دانش‌آموزی نشان دادند که در مقوله رسانه باید به پوشش‌دهی و انعکاس اخبار ورزش دانش‌آموزی در رسانه‌های استانی و فعالیت خبرنگاران تخصصی در حوزه ورزش دانش‌آموزی توجه شود. راهبرد دیگر در زمینه مدیریت عملکرد رسانه فدراسیون ورزش دانش‌آموزی، اطلاع‌رسانی مناسب در مورد رویدادهای ورزش دانش‌آموزی سراسر کشور است؛ به‌طوری‌که بسیاری از مسابقات دانش‌آموزی در حالی برگزار می‌شوند که تمام دانش‌آموزان و والدین آن‌ها از آن مطلع نمی‌شوند. نقش اطلاع‌رسانی در مطالعات گوناگون (از جمله مرادی و همکاران، ۲۰۱۲) به‌عنوان یکی از مهم‌ترین نقش‌های رسانه عنوان شده است و به نظر می‌رسد با اطلاع‌رسانی رویدادهای ورزش دانش‌آموزی در رسانه‌های مختلف در رسانه‌های ملی و محلی، برنامه شاد، ارائه بخش‌نامه و غیره و

همچنین تکرار این اطلاع‌رسانی‌ها در روزها و ساعت‌های مختلف می‌تواند اطمینان نمود که اکثریت دانش‌آموزان از برگزاری رویدادهای ورزشی دانش‌آموزی مطلع شوند. همچنین، ایجاد پایگاه‌های اطلاع‌رسانی و سایت جامع ورزش مدارس کشور می‌تواند بسیاری از مشکلات در این زمینه را مرتفع سازد؛ به‌طوری‌که تمام مسابقات ورزش دانش‌آموزی در سطح ناحیه، منطقه، بخش، شهرستان، استان، کشور و بین‌المللی را در زمان مناسب اطلاع‌رسانی کند. علاوه بر اطلاع‌رسانی و پوشش رویدادهای ورزش دانش‌آموزی، رسانه‌ها مسئولیت‌های دیگری نیز در قبال ورزش دانش‌آموزی دارند که از جمله می‌توان به مقوله آموزش اشاره کرد که آلود کردن فیلم‌های آموزشی رشته‌های ورزشی و قرار دادن آن‌ها بر روی سایت‌ها و نرم‌افزارها می‌تواند به‌عنوان مرجع فعالیت‌های ورزشی دانش‌آموزان قرار گیرد. در همین زمینه حمیدی و همکاران (۲۰۱۸) نیز پیشنهاد کرده‌اند برنامه‌های تبلیغاتی در قالب پخش تلویزیونی، رادیویی، چاپ در جراید، کتاب، بروشور، تکتیر سی دی تبلیغاتی و استفاده از بیلبوردها می‌توانند در جهت توسعه و معرفی ورزش همگانی برای دانش‌آموزان گام مؤثری باشند. در نهایت تدوین برنامه استراتژیک و جامع بهبود عملکرد مدیریت رسانه‌ای در فدراسیون ورزش دانش‌آموزی در این زمینه از اهمیت بالایی برخوردار است.

بر اساس مدل ارائه‌شده، اجرای راهبردهای مدیریت عملکرد رسانه‌ای فدراسیون ورزش دانش‌آموزی تحت‌تأثیر برخی از عوامل زمینه‌ای از جمله نیروی انسانی باانگیزه، باتجربه و متخصص ورزشی و رایانه‌ای، زیرساخت‌ها (فناوری IT، فیبر نوری و اینترنت، اتاق‌های مخصوص برای تدوین گزارش‌ها و دستیابی به بانک‌های اطلاعاتی) و امکانات (دوربین ضبط، میکروفن، کامپیوتر و یا لپ‌تاب برای تدوین و سیستم‌های نورپردازی) است و مدیریت عملکرد رسانه‌ای بدون امکانات، زیرساخت‌ها و نیروی انسانی امکان‌پذیر نیست و هرچه کیفیت این موارد بالاتر باشد، می‌توان به ارتقا مدیریت عملکرد رسانه‌ای منجر می‌شود. اگرچه فدراسیون ورزش دانش‌آموزی نیروی انسانی کارآمد و زیرساخت‌ها و امکانات لازم را در حد جزئی در اختیار دارد، اما کافی نیست و نیاز است از نیروی انسانی و زیرساخت‌ها و امکانات رسانه‌های جمعی بهره‌گیری. مطمئناً حضور رسانه‌های ملی در مقایسه با رسانه‌های محلی از شرایط بهتری در هر یک از این موارد برخوردارند و به مدیران فدراسیون ورزش دانش‌آموزی پیشنهاد می‌شود از رسانه‌های جمعی ملی و در سطح بالا برای پوشش رویدادها و اخبار ورزش دانش‌آموزی دعوت به عمل آورند. البته در زمینه مدیریت عملکرد رسانه‌ای فدراسیون ورزش دانش‌آموزی نباید از عوامل مداخله‌گر غافل ماند که این عوامل می‌توانند مدیریت عملکرد رسانه‌ای را با فراز و فرودهایی مواجه نمایند. یکی از این عوامل موضوع بودجه کم فدراسیون ورزش دانش‌آموزی و وزارت آموزش و پرورش و از طرفی هزینه‌های زیاد موردنیاز فعالیت‌های رسانه‌ای ورزش دانش‌آموزی است که بخش قابل‌توجهی از آن نیز باید برای تأمین امکانات، زیرساخت‌ها و نیروی انسانی صرف شود. استفاده فدراسیون ورزش دانش‌آموزی ضمن بهره‌گیری از امکانات، زیرساخت‌ها و نیروی انسانی وزارت آموزش و پرورش، وزارت

ورزش و جوانان، صداوسیما و سایر رسانه‌های جمعی، سازمان‌های مردم‌نهاد از جمله بسیج، خیرین و غیره می‌تواند برخی از این مشکلات را مرتفع نماید. همچنین، موازی‌کاری با سایر بخش‌های سازمانی و سازمان‌های دیگر از جمله معاونت تربیت‌بدنی و سلامت وزارت آموزش پرورش و حتی فدراسیون‌های ورزشی در کنار عدم حمایت رسانه ملی از ورزش دانش‌آموزی در مدیریت رسانه‌ای فدراسیون ورزش دانش‌آموزی مشکلاتی به وجود آورده است که نیاز به مدیریت صحیح و رفع موانع در این زمینه وجود دارد. اهمیت این موضوع در تحقیقات دیگر نیز موردتوجه قرار گرفته است؛ به‌طوری‌که سمیعی و همکاران (۲۰۲۰) ادعا کرده‌اند که تحولات مدیریتی در تربیت‌بدنی مدارس و ورزش دانش‌آموزی از خط‌مشی پایدار پیروی نکرده و بیشتر تابعی از تحولات ساختاری آموزش و پرورش بوده است و از این‌رو لازم است تا در تقسیم کار بین‌بخشی و نحوه مشارکت ذینفعان و متولیان حوزه ورزش دانش‌آموزی بازنگری شود.

در مجموع برای اینکه مدیریت عملکرد رسانه‌ای مناسبی در فدراسیون ورزش دانش‌آموزی صورت گیرد، باید راهبردهایی که در این تحقیق به آن‌ها اشاره شده است، مدنظر مسئولان فدراسیون ورزش دانش‌آموزی قرار گیرد. به‌ویژه راه‌اندازی پایگاه اطلاع‌رسانی و سایت جامع ورزش مدارس کشور که می‌تواند در بستر برنامه شاد یا دیگر سایت‌ها و نرم‌افزارهای پرکاربرد دانش‌آموزی قرار گیرد و علاوه بر اطلاع‌رسانی از رویدادهای ورزش دانش‌آموزی، اخبار این رویدادهای ورزشی را نیز پوشش دهد. بخشی دیگر از راهبردهای مدیریت عملکرد رسانه‌ای فدراسیون ورزش دانش‌آموزی به توجه به ظرفیت‌های استان‌ها باز می‌گردد که می‌توانند با استفاده از رسانه‌های محلی و آموزش و استفاده از معلمان ورزش به‌عنوان نیروی انسانی رسانه عملکرد مناسبی در این زمینه داشته باشند. همچنین نیاز است فدراسیون ورزش دانش‌آموزی عوامل زمینه‌ای را برای مدیریت عملکرد رسانه‌ای در این فدراسیون فراهم کرده و عوامل مداخله‌گر را کنترل نماید. فدراسیون ورزش دانش‌آموزی برای فراهم‌سازی امکانات، زیرساخت‌ها و نیروی انسانی برای مدیریت عملکرد رسانه‌ای می‌تواند با

بخش‌های سازمانی و سازمان‌های دیگر از جمله معاونت تربیت‌بدنی و سلامت و همچنین فدراسیون‌های ورزشی مختلف همکاری لازم را داشته باشد تا از این طریق هم موازنه‌کاری در مدیریت عملکرد رسانه‌ای و هم بار مالی هزینه‌های آن کمتر شود. در نهایت مدیریت عملکرد رسانه‌ای فدراسیون دانش‌آموزی ایران پیامدهای متعددی برای ورزش دانش‌آموزی شامل ایجاد شور و نشاط در بین دانش‌آموزان، رشد و ارتقای ورزش دانش‌آموزی، بهبود عملکرد کارکنان در سازمان، شفافیت در عملکرد و بهره‌وری و اثربخشی بیشتر و بهتر سازمان در پی دارد. پیامدهای اشاره‌شده در این تحقیق، در مطالعات نادری و همکاران (۲۰۲۰) و کرسول (۲۰۱۹) مورد تاکید قرار گرفته‌اند. با توجه به راهبردهای ارائه‌شده این تحقیق، به محققان علاقه‌مند به مدیریت عملکرد رسانه‌ای فدراسیون ورزش دانش‌آموزی پیشنهاد می‌شود که تدوین برنامه استراتژیک و جامع بهبود عملکرد مدیریت رسانه‌ای در فدراسیون ورزش دانش‌آموزی را مدنظر قرار دهند. همچنین، یکی از محدودیت‌های اصلی پژوهش، وجود دو متولی جداگانه برای ورزش دانش‌آموزی یعنی فدراسیون ورزش دانش‌آموزی و معاونت تربیت‌بدنی و سلامت وزارت آموزش و پرورش است که به‌ترتیب به‌عنوان زیرمجموعه وزارت ورزش و جوانان و وزارت آموزش و پرورش در حوزه ورزش دانش‌آموزی فعالیت دارند. اگرچه معاونت تربیت‌بدنی و سلامت وزارت آموزش و پرورش بیشتر در حوزه درس تربیت‌بدنی مدارس و سلامت دانش‌آموزان فعالیت دارد و فدراسیون ورزش دانش‌آموزی به برگزاری رویدادهای قهرمانی و حرفه‌ای دانش‌آموزان می‌پردازد، با این حال، همپوشانی زیادی در اقدامات و فعالیت‌ها دارند که نیاز به گسترش تعاملات و همکاری‌ها دارد. به همین دلیل نیاز است که مدیریت عملکرد رسانه در معاونت تربیت‌بدنی و سلامت وزارت آموزش و پرورش نیز مورد توجه پژوهشگران قرار گیرد و وجه‌تمايز مدیریت عملکرد رسانه‌ای در این دو بخش مشخص شود.

Reference

- Abdavi, F., Gholamian, S. Investigating the factors affecting the quality of sports federation websites from the perspective of graduate students. *Communication Management in Sports Media*, 2015. 9, 30-40. (Persian).
- Cheragh Birjandi, K., Madadkhani, M., Tahan, M. The effect of public relations of Zahedan Sports and Youth Department on people's tendency towards public sports. *the 3rd National Congress of Sports Science and Health Achievements*, Rasht, 2018. (Persian).
- Cresswell, J. Qualitative scanning and research design: choosing from five approaches (narrative research, phenomenology, data foundation theory, ethnography, case study). *Translator: Hassan Danaeifard*. Tehran: Ishraqi Publications. 2019.
- Elahi, A., Bagherzadeh, K., Bagherzadeh, F., Rasekh, N. Development strategies of Iran Fencing Federation based on AHP-SCORE approach. *Sports Science Quarterly*, ready to print, 2022. (Persian).
- Examining the content of a selected website of the Iranian Sports Federation using the SMILT SMRT and Action Four Hells criteria. *Communication Management in Sports Media*, 2016. 11, 35-41. (Persian).
- Farid Fathi, A. Evaluate the quality of the websites of selected sports federations. *Research in Sports Management*, 2012. 4, 17-34. (Persian).
- Ganj Khanlu, M. The effect of exercise on mental health and academic achievement of female middle school students. *Third National Conference on Strategies for Achieving Sustainable Development in Iranian Educational Sciences and Psychology*, Tehran. 2019. (Persian).
- Ghanbari Firoozabadi, A. Amani, A. Rihani, M. Sardroodan, M. Designing a strategic model for the development of student sports. *Research in Educational Sports*, 2020. 20, 179-204. (Persian).
- Ghasemi Roshanavand, J., Bahr al-Ulum, H., Andam, R., Bagheri, H. Prioritize barriers to cross-sectoral participation in student sports using an interpretive structural model. *Educational Innovations*, 2019. 72, 73-90. (Persian).
- Giménez-Meseguer, J., Tortosa-Martínez, J., Cortell-Tormo, J.M. The Benefits of Physical Exercise on Mental Disorders and Quality of Life in Substance Use Disorders Patients. Systematic Review and Meta-Analysis. *International Journal of Environment Research Public Health*. 2020. 17(10), 51-84.
- Hamidi, M. Alidoost Ghahfarkhi, I. Zeinizadeh, M. Designing and compiling the strategic plan of the Iranian Student Sports Federation. *Research in Educational Sports*, B 2018. 14, 67-92. (Persian).
- Hamidi, M. *Management of sports organizations. Second Edition*, Tehran: Payame Noor University Press. 1999. (Persian).
- Hamidi, M. Rajabi Noshabadi, H. Alidoost Ghahfarkhi, I. Zeinizadeh, M. Develop a strategy map of the Student Sports Federation with a balanced scorecard approach. *Sports Management Studies*, A 2018. 49, 139-158. (Persian).
- Higher Education Council. *Theoretical foundations of the document of fundamental change*. Tehran: High Council of the Ministry of Education. 2011. (Persian).
- Hossein Nejad, A., Hamidi, M., Sajjadi, N., Jalali Farahani, M. Designing a performance management model for a student sports federation Iran. *Applied research in sports management*, 2020. 35, 121-134. (Persian).
- Kamalvand, A Afshari, M. (Analysis of factors affecting the development of marketing in student sports. *Research in Educational Sports*, 2021. 22, 261-273. (Persian).
- Khaldian_M., Mostafaei, F., Samadi, M., Kia, F. The role of mass media in the development of sports. *Communication Management in Sports Media*, 2013. 2. 48-55. (Persian).
- Mohammadi Ahmadabadi, N., Poor Kheradmand, S. The effect of exercise and physical activity on the socialization of introverted fourth grade elementary students. *Seventh International Conference on Psychology, Educational Sciences and Lifestyle*, Tehran. 2020. (Persian).
- Moradi, Z. Moradi, M. Goodarzi, M. Negin Taji, F. The relationship between information maps, social participation, education and

- mass media culture with the development of student sports. *Research in Sports Management*, 2012. 4. 1-16. (Persian).
- Mosleh, M., Nouri, M., Hemmati, M., Norouzi, H. The impact of exercise on students' learning. *The first national conference on new research findings in the field of health, social vitality, entrepreneurship and championship*, Ahvaz. 2016. (Persian).
- Naderi, S., Bahrami, Sh., Ismaili, M. Presenting a model of strategies to improve the effectiveness of sports teaching methods in primary schools in Iran with a grounded theory approach. *Research in Educational Sports*, 2020. 8(20), 159-178. (Persian).
- Nazrouisi, H. Khoshnodi, G. Arzeh, K. *Investigating the current and favorable situation of the role of local media in introducing and developing student sports*. Proceedings of the Second National Conference of the Scientific Association of Sports Management of Iran, Tehran, 2015.43. (Persian).
- Prentice-Dunn, H., Prentice-Dunn, S. Physical activity, sedentary behavior, and childhood obesity: a review of cross-sectional studies. *Psychology Health and Medicine*, 2012.17(3), 255-273.
- Quennerstedt, M., Ohman, M., Eriksson, C. *Physical education in Sweden a national evaluation*. School of Health and Medical science, Orebro University, educate online: 2008. 1-17.
- Raisi, M., Majdi, N. Designing a communication model of public relations and social media in sports organizations of Iran. *the third international conference on modern researches in sports sciences and physical training*, Hamedan, 2019. (Persian).
- Sajjadi, N. *History of physical education and sports in Iran*. Tehran: Iran Institute of Physical Education and Sport Research Institute Publications. 2013. (Persian).
- Samiei, S. Tojari, F. Nik Ain, Z. Analysis of the trend of managerial developments in physical education and student sports in the country (1978 to 1397). *Research in Educational Sports*, 2020. 19, 179-200. (Persian).
- Shafiee, Sh., Rezaei Sufi, M., Afrozeh, H. Soheili Pishkenari, S., Hemmatinejad, M., Gholizadeh, M. Analysis of Factors Affecting Performance Management in Sports Organizations (Case Study: Student Sports Federation and Office of Physical Education and Sports Activities). *Research in Educational Sports*, 2021. 24, 241-272. (Persian).