

ارزیابی محتوای برنامه‌های ورزشی صدا و سیما مرکز خوزستان

مهدی جلالی^۱، شهرام علم^{۲*}، زهرا هژبرنیا^۳، امیر ندری^۴

۱. دانشجوی دکتری، گروه تربیت بدنی، واحد شوشتر، دانشگاه آزاد اسلامی، شوشتر، ایران

۲. استادیار، گروه تربیت بدنی، واحد یادگار امام خمینی (ره) شهرری، دانشگاه آزاد اسلامی، شهرری، ایران

۳. استادیار، گروه تربیت بدنی، واحد شوشتر، دانشگاه آزاد اسلامی، شوشتر، ایران

۴. استادیار، گروه تربیت بدنی، واحد ایذه، دانشگاه آزاد اسلامی، ایذه، ایران

نویسنده مسئول مقاله: شهرام علم

ایمیل نویسنده مسئول: Shahramalam@iausr.ac.ir

تاریخ ارسال: ۱۳۹۹/۰۵/۱۳ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۹/۰۶

Content Evaluation of the Sports Programs in Khuzestan Central Broadcasting

Mehdi Jalali¹, Shahram Alam^{2*}, Zahra Hojabrnia³, Amir Nadri⁴

1. Ph.D. Student in Department of Physical Education, Shushtar Branch, Islamic Azad University, Shushtar, Iran

2. Assistant Prof. in Department of Physical Education, Yadegar-e-Imam Khomeini Branch, Shahr-e-Rey, Islamic Azad University, Shahr-e-Rey, Iran

3. Assistant Prof. in Department of Physical Education, Shushtar Branch, Islamic Azad University, Shushtar, Iran

4. Assistant Prof. in Department of Physical Education, Izeh Branch, Islamic Azad University, Izeh, Iran

Corresponding Author: Shahram Alam

Email: Shahramalam@iausr.ac.ir

Received: (2020/08/03)

Accepted: (2020/11/26)

Abstract: The purpose of this study was to content analyze of the sports programs in Khuzestan Central Broadcasting. In terms of method & strategy, this research is considered as a descriptive type of content analysis & in terms of purpose & nature, it is an applied research that has studied & analyzed the content of sports programs of Khuzestan Central Broadcasting. The population & statistical sample of this research included two programs of Television (Khuzestan Sports & Khuzestan Football Program) & two Radio programs (Khuzestan Sports & Khuzestan Football) in a period of five years from 2015 to the end of 2019, so that a total of 529 programs Content was analyzed. The sampling method is census & all programs broadcast in these 5 years have been studied as a statistical sample & content analysis. Data are collected qualitatively in the content analysis section. The results of this study showed that there are a significant difference based on the duration of broadcasting sports programs for Khuzestan Central Broadcasting in terms of the four structures of sports, gender, age category, type of broadcast, level of sporting event, sport (football & non-soccer) & type of event (Team & individual). Based on the findings, it can be said that there is still a functional gap in the distribution of sports programs from various dimensions, & it should be given more attention to public / recreational sports programs, programs related to women's participation in sports, non-football programs, The relationship between children & adolescent groups with sports & sports programs in the province & city. The achievements of this research have a comprehensive & long-term view on the category of broadcast management of sports programs of Khuzestan Central Broadcasting & will pave the way for managers to formulate medium & long-term strategies in the field of content production & broadcasting of sports programs from different dimensions.

Keywords: Central Broadcasting, Content Analysis, Khuzestan Province, News, Sports.

چکیده: هدف این پژوهش تحلیل محتوای برنامه‌های ورزشی صدا و سیما مرکز خوزستان بود. این پژوهش از نظر روش و استراتژی، توصیفی از نوع تحلیل محتوا و از نظر هدف و ماهیت، کاربردی بوده که به صورت موردی، محتوای برنامه‌های ورزشی صدا و سیما مرکز خوزستان را مطالعه و تحلیل نموده است. جامعه و نمونه آماری این پژوهش شامل دو برنامه سیما (ورزش خوزستان و برنامه فوتبال خوزستان) و دو برنامه رادیویی (ورزش خوزستان و فوتبال خوزستانی) در بازه زمانی پنج ساله از سال ۹۴ تا پایان سال ۹۸ بود به طوری که در مجموع تعداد ۵۲۹ برنامه مورد تحلیل محتوا قرار گرفت. روش نمونه گیری به صورت سرشماری بوده و کلیه برنامه‌های پخش شده در این ۵ سال به عنوان نمونه آماری مورد بررسی و تحلیل محتوا قرار گرفته است. داده‌ها در بخش تحلیل محتوا به صورت کیفی جمع‌آوری شده است. نتایج این پژوهش نشان داد که بر اساس مدت زمان پخش برنامه‌های ورزشی از صدا و سیما مرکز خوزستان از لحاظ ساختار چهارگانه ورزش، جنسیت، رده سنی، نوع پخش، سطح رویداد ورزشی، رشته ورزشی (فوتبال و غیر فوتبال) و نوع رویداد (تیمی و انفرادی) تفاوت معناداری وجود دارد. براساس یافته‌ها می‌توان گفت که در پخش برنامه‌های ورزشی از ابعاد مختلف هنوز شکاف عملکردی وجود دارد و بایستی به برنامه‌های ورزش همگانی/تفریحی، برنامه‌های مرتبط با حضور بانوان در ورزش، برنامه‌های غیر فوتبالی، ارتباط گروه‌های کودک و نوجوان با ورزش و برنامه‌های ورزشی در سطح استان و شهرستان توجه بیشتری صورت گیرد. دستاوردهای این پژوهش نگاهی جامع و بلندمدت به مقوله مدیریت پخش برنامه‌های ورزشی صدا و سیما مرکز خوزستان دارد و راهگشای مدیران در تدوین استراتژی میان مدت و بلند مدت در حوزه تولید محتوا و پخش برنامه‌های ورزشی از ابعاد مختلف خواهد بود.

واژه‌های کلیدی: استان خوزستان، تحلیل محتوا، خبر، سازمان صدا و سیما، ورزش.

مقدمه

یکی از مسائل پیش روی توسعه‌ی حوزه‌ی ورزش، خلق فرصت‌ها و محیط مطلوب از طریق همکاری تمام سازمان‌های درگیر (دولتی و غیردولتی) است، به گونه‌ای که هر فرد بدون توجه به جنسیت، سن، توانایی، موقعیت اجتماعی، اقتصادی و نژادی بتواند در فعالیت‌های جسمانی و ورزشی مشارکت اجتماعی^۱ داشته باشد (بهان^۲ و همکاران، ۲۰۲۰: ۳). فعالیت‌های ورزشی شامل کسب و پردازش مهارت‌های حرکتی، توسعه و نگهداری آمادگی جسمانی برای تندرستی و سلامت و کسب دانش علمی در خصوص فعالیت‌های جسمانی است (پیچی^۳ و همکاران، ۲۰۱۹: ۴). ورزش نه تنها به فواید جسمانی حاصل از شرکت در فعالیت‌های بدنی توجه دارد همچنین به افزایش دانش و آگاهی و ایجاد موقعیت‌های مناسب برای یادگیری و فعالیت مداوم نیز مرتبط است (ساگی و اتزن^۴، ۲۰۱۳: ۲؛ شهبازی و همکاران، ۲۰۱۸: ۳۴). در این راستا، رسانه‌ها می‌توانند نقش تأثیرگذاری جهت افزایش مشارکت اقشار مختلف مردم در فعالیت‌های ورزشی ایفا کنند (هازاری^۵، ۲۰۱۸: ۲؛ میر یوسفی، ۲۰۱۹: ۹۸). امروزه، رسانه‌ها به منبع غالب شکل‌گیری واقعیت‌های اجتماعی در جوامع تبدیل شده‌اند و به لحاظ دارا بودن وسعت دامنه نفوذ، در شکل‌دهی ساختار ذهنی افراد جامعه مؤثرند و اثر مستقیمی بر ارزش‌ها و هنجارهای جامعه دارند و در تغییر آگاهی‌ها و نگرش‌های جامعه نیز نقش بسزایی ایفا می‌کنند (گایتی^۶، ۲۰۱۷: ۲۳۶). عادت‌ها، نگرش‌ها، رفتارها و باورهای افراد جامعه همگی تحت تأثیر متقابل گرایش جامعه و رسانه قرار گرفته است (کیم و کیم^۷، ۲۰۱۹: ۲۴۳). لذا رسانه‌های گروهی می‌توانند به عنوان ابزاری برای ترویج ورزش باشند، چرا که ابزار مؤثر و مستقیمی برای دستیابی عموم به دانش و اطلاعات هستند و به افراد برای پی بردن به اهمیت ورزش در زندگی کمک می‌کنند (الشملی^۸ و همکاران، ۲۰۱۲: ۱۵۴). در این میان، برنامه‌های تلویزیون و رادیو، به منزله‌ی رسانه‌ی دیداری و شنیداری با توانایی

جمع کردن افراد خانواده در کنار هم نقش قابل ملاحظه‌ای در ترویج برنامه‌های ورزشی دارند (گانتز و لویز^۹، ۲۰۱۴: ۷۶۶). رسانه‌های جمعی مانند تلویزیون و رادیو و مطبوعات به دلیل دارا بودن وسعت دامنه نفوذ و توانایی تغییر نگرش جامعه نقش بسزایی در توسعه ورزش دارند. در مبحث ارتباط رسانه و ورزش، رسانه غالب که بدون شک تلویزیون و بعد از آن می‌تواند رادیو باشد که بیش از هر رسانه دیگری در جهانی کردن ورزش و توسعه ورزش اهمیت دارد (صادقی، ۲۰۱۵: ۴). ورزش به عنوان یک نقطه‌ی کلیدی در فرهنگ جهانی، کالایی رسانه محور است. تعداد زیادی از مردم ورزش را از تلویزیون و رادیو دنبال می‌کنند که این موضوع موجب ارتقا و موفقیت برنامه‌های تبلیغاتی صدا و سیما شده است (استورم^{۱۰} و همکاران، ۲۰۲۰: ۲۰۵).

بسیاری از پژوهشگران معتقدند بین ورزش و رسانه‌های گروهی ارتباط نزدیکی وجود دارد به طوری که ورزش می‌تواند در جلب مخاطب به رسانه‌ها کمک شایان توجهی داشته باشد (کیم و کیم، ۲۰۱۹: ۲۴۴)، اما از این منظر که رسانه‌ها در روند اشاعه‌ی ورزش و ترویج فرهنگ ورزش موفق عمل کرده باشند هنوز جای تردید است و به عنوان یک خلا تحقیقاتی پژوهش در این زمینه ضروری به نظر می‌رسد. امروزه، ورزش نه فقط مورد توجه بسیاری از سازمان‌های مهم و بزرگ ورزشی مانند کمیته بین‌المللی المپیک^{۱۱} قرار دارد، بلکه همه متخصصان تربیت بدنی و علوم ورزشی مشارکت در انواع فعالیت‌های ورزشی را وسیله ارزشمندی برای ارتقای بهداشت جسمانی و روانی مردم در نظر گرفته‌اند که پیامدهای مثبت و غیر مستقیم اجتماعی و اقتصادی بسیاری به همراه دارد (مونتهجوی^{۱۲} و همکاران، ۲۰۱۸: ۳۱۸).

در رسانه‌های ورزشی برنامه‌های ورزشی از جنبه‌های مختلفی مورد بررسی قرار می‌گیرد. بر مبنای مشارکت ورزشی، سطوح ورزش از ورزش تربیتی^{۱۳}، ورزش همگانی^{۱۴}، ورزش قهرمانی^{۱۵} و ورزش حرفه‌ای^{۱۶} تشکیل شده است و برای هر کشوری مهم است

9 Gantz & Lewis

10 Storm

11 International Olympic Committee (IOC)

12 Mountjoy

13 Educational Sport

14 Sport For All

15 Championship Sport

16 Professional Sport

1 Social Participation

2 Bhan

3 Peachey

4 Sage & Eitzen

5 Hazari

6 Gaite

7 Kim & Kim

8 Alshamli

پرداخته‌اند که جنبه سودآوری و جلب مخاطب بیشتر را برای صدا و سیما به همراه داشته است (سن^۴، ۲۰۱۹: ۲). به عنوان مثال صاحب‌نظران حوزه‌ی ورزش و رسانه اظهار داشته‌اند که با وجود تأثیر رسانه‌های ورزشی بر توسعه ورزش همگانی، رسانه‌های ورزشی توجه مناسب و مطلوبی به این مسئله ندارند و در برنامه‌ریزی خود زمان لازم را به ورزش همگانی اختصاص نمی‌دهند به طوری که بیشتر برنامه‌های ساخته شده مختص ورزش‌های قهرمانی و حرفه‌ای بوده است (مرادی و همکاران، ۲۰۱۲: ۵۳۵۷). این موضوع در مورد نوع جنسیت، رده‌های سنی، نوع پخش، سطح رویداد و نوع رشته‌های ورزشی نیز صادق است (صادقی، ۲۰۱۷: ۲). شبکه‌های استانی در ایران در شکل، محتوا و نحوه ارائه پیام تا حدودی متأثر از شبکه‌های سراسری هستند و شاید به همین دلیل این شبکه‌های محلی نقش واقعی خود را به درستی ایفا نمی‌کنند. شبکه‌های تلویزیونی استانی به جز برنامه سازی در عرصه‌های ملی و مذهبی، می‌توانند در برطرف کردن مشکلات و انعکاس فعالیت بخش‌های مختلف از جمله ورزش، با طراحی خوب جریان سازی کنند. امروزه یکی از اهداف مدیران شبکه‌های استانی تولید برنامه‌هایی در حوزه ورزش و علوم ورزشی است. در این زمینه تحلیل محتوای برنامه‌های ورزشی صدا و سیما استان‌ها نیازمند مطالعه و بررسی بیشتری است تا بتواند نیازهای مخاطبان را پاسخگو باشد. بکارگیری رویکرد تحلیل محتوا برای شناخت رویکردها و نگرش‌های حاکم بر توسعه‌ی برنامه‌های صدا و سیما در حوزه ورزش باعث جهت‌دهی بهتر مخاطبین در مسیر حرکت ورزش می‌شود (دارت^۵، ۲۰۱۴: ۶۴۷) و رویکرد مناسبی را برای توسعه‌ی ورزش کشور بر اساس اهداف حاکم بر سازمان صدا و سیما در حوزه ورزش و تربیت بدنی به وجود می‌آورد. لذا با توجه به اینکه در صدا و سیما مرکز خوزستان تاکنون پژوهشی در حوزه تولید و تحلیل برنامه‌های ورزشی انجام نشده است این پژوهش می‌تواند باعث تدوین برنامه‌های مدون و رفع کمبودها و همچنین ارتقاء و بهبود دیدگاه و چشم‌انداز مدیران صدا و سیما مرکز خوزستان در جهت تولید برنامه‌های ورزشی باشد. در این پژوهش با انجام تحلیل محتوای چهار برنامه ورزشی صدا و

که با حفظ تعادل در این سطوح و اولویت بندی این ابعاد بر اساس کاربرد و اهمیت آنها، ساختار ورزش کشور خود را توسعه و گسترش دهد (هاگین و رندل^۱، ۲۰۰۷: ۳). در این زمینه شناسایی شاخص‌های توسعه‌ی ورزش از جنبه‌های مختلف در برنامه‌های صدا و سیما می‌تواند باعث پیشرفت هرچه بیشتر ورزش در سطح منطقه و کشور شود. در بسیاری از پژوهش‌های انجام شده برنامه‌های ورزشی لحاظ نوع جنسیت، رده‌های سنی، نوع پخش، سطح رویداد ورزشی و نوع رشته‌های ورزشی از جنبه‌های مختلفی مورد بررسی قرار گرفته است. نظروپسی و همکاران (۲۰۱۸) در بررسی مقایسه محتوای برنامه‌های ورزشی رسانه‌های محلی با تأکید بر پوشش رشته‌های ورزشی به این نتیجه رسیدند که بین محتوای برنامه‌های ورزشی شبکه‌های تلویزیونی استانی منتخب بر اساس پوشش رشته‌های ورزشی تفاوت معنی داری وجود دارد. حمیدپور و شتاب بوشهری (۲۰۱۷)، در نقش رسانه‌های جمعی در توسعه ورزش قهرمانی بانوان از دیدگاه مدیران اداره کل ورزش و جوانان استان خوزستان نشان دادند که رسانه‌های جمعی می‌توانند در وضعیت مطلوب نقش فرهنگی، آموزشی و تبلیغاتی نقش موثر در توسعه ورزش قهرمانی بانوان داشته باشند. شکرانی و آقاپور (۲۰۱۶) در تحلیل محتوای برنامه‌های ورزشی سیما جمهوری اسلامی ایران نتیجه گرفتند که مدت زمان پخش برنامه‌های مربوط به ورزش همگانی در مقایسه با ورزش قهرمانی و حرفه‌ای در تلویزیون کم است. همچنین مدت زمان پخش برنامه مربوط به علوم ورزشی در تلویزیون بسیار کم است و مدت زمان پخش فوتبال نسبت به سایر مقوله‌ها در تلویزیون بسیار بیشتر است. ریز^۲ و همکاران (۲۰۱۸) در بررسی تحلیل محتوای برنامه‌های ورزشی به عنوان یک رویداد مهم یا یک سرگرمی! در مورد پخش برنامه پارالمپیک^۳ و بازی‌های المپیک ۲۰۱۶ از یک شبکه تلویزیونی تجاری در استرالیا نشان دادند که تفاوت معناداری در مورد پخش برنامه‌ها از لحاظ متغیرهای مختلفی وجود دارد. پژوهش‌های انجام شده نشان می‌دهد که اکثر رسانه‌ها با اولویت قرار دادن جنبه‌های اقتصادی به ترویج و نشر برنامه‌هایی

1 Huggins & Randell

2 Rees

3 Paralympic Games

4 Sen

5 Dart

برنامه ورزشی پخش شده صدا و دو برنامه ورزشی سیمای مرکز خوزستان در بازه زمانی پنج ساله از ابتدای سال ۱۳۹۴ تا پایان سال ۱۳۹۸ بوده است. روش نمونه‌گیری به صورت سرشماری صورت گرفته است و کلیه برنامه‌هایی پخش شده در این ۵ سال به عنوان نمونه آماری مورد بررسی و تحلیل محتوا قرار گرفته است. جدول ۱ تعداد برنامه‌ها و مدت زمان پخش هر برنامه را نشان می‌دهد. از این تعداد برنامه سهم برنامه‌های تلویزیونی (ورزش خوزستان و فوتبال خوزستان) مجموعاً ۲۵۸ برنامه به مدت ۲۲۶ ساعت بوده است و سهم برنامه‌های رادیویی (صدا خوزستان و فوتبال خوزستانی) مجموعاً تعداد ۲۷۱ برنامه با مدت زمان پخش ۱۳۵ ساعت بوده است. همانطور که مشاهده می‌شود تعداد ۵۲۹ برنامه تحلیل محتوا شده است که در مجموع طی ۵ سال از سال ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۸ زمانی معادل ۳۶۱ ساعت پخش برنامه‌های صدا و سیمای مرکز خوزستان بررسی شده است.

سیمای مرکز خوزستان و ارزیابی نتایج به دست آمده راهکارهایی در جهت پیشرفت و توسعه‌ی سطح کمی و کیفی برنامه‌ها ارائه می‌شود. لذا سوال اصلی پژوهش به این صورت شکل می‌گیرد که از تحلیل محتوای برنامه‌های ورزشی صدا و سیمای مرکز خوزستان چه نتایج حاصل می‌شود و بر این اساس راهکارهای مرتبط با توسعه برنامه‌های ورزشی صدا و سیمای مرکز خوزستان کدامند؟

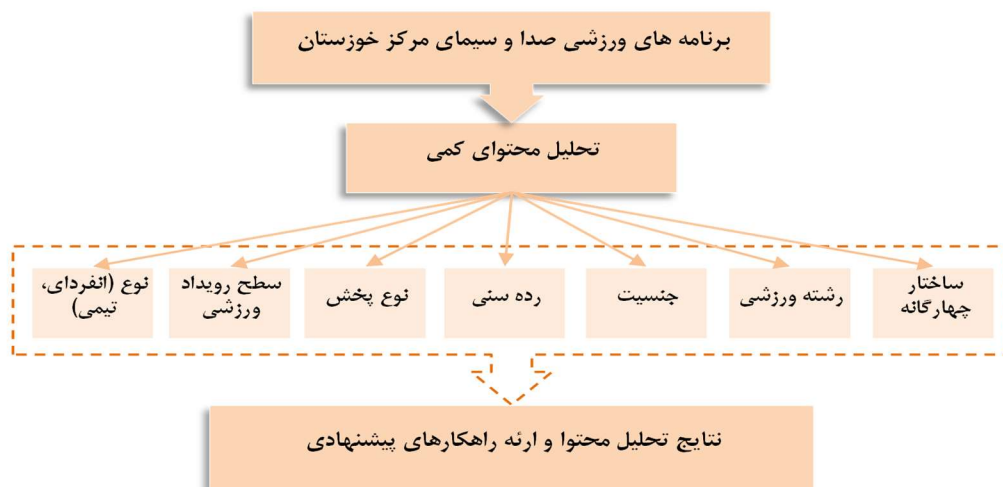
روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر روش و استراتژی، توصیفی از نوع تحلیل محتوا است و از نظر هدف و ماهیت، کاربردی می‌باشد که به صورت موردی، محتوای برنامه‌های ورزشی صدا و سیمای مرکز خوزستان را مطالعه و تحلیل نموده است. در این پژوهش داده‌ها در بخش تحلیل محتوا به صورت کیفی جمع‌آوری شده است. جامعه و نمونه آماری این پژوهش، در بخش تحلیل محتوا دو

جدول ۱. تعداد برنامه‌ها و مدت زمان پخش

Table 1. Number of Programs & Broadcast Time

ردیف	اسم برنامه	تعداد برنامه	زمان هر برنامه (دقیقه)	زمان هر برنامه (ساعت)	درصد از کل تعداد	درصد از کل زمان
۱	ورزش خوزستان سیما	۱۵۰	۷۶۶۹/۵۶	۱۲۸	۲۹	۳۵
۲	ورزش خوزستان صدا	۲۲۱	۵۹۵۶/۵۰	۹۹	۴۱	۲۷
۳	فوتبال خوزستان سیما	۱۰۸	۵۸۹۸/۵۰	۹۸	۲۱	۲۷
۴	فوتبال خوزستان صدا	۵۰	۲۱۶۰	۳۶	۹	۱۱
جمع	۵۲۹		۲۱۶۸۴/۵۶	۳۶۱	۱۰۰	۱۰۰



شکل ۱. متغیرهای مورد بررسی در تحلیل محتوای برنامه‌های ورزشی صدا و سیمای

Figure 1. Variables Examined in the Content Analysis of Radio & Television Sports Programs

مدت زمان پخش برنامه‌ها را به خود اختصاص داده است این درحالی است که ورزش بانوان فقط ۷ درصد از سهم کل مدت زمان پخش برنامه‌ها را دارا می‌باشد. درخصوص مولفه رده سنی، مدت زمان پخش برنامه ورزشی رده سنی بزرگسالان با ۸۴ درصد بیشترین مدت زمان و برنامه‌های ورزشی مربوط به رده نونهالان/نوجوانان/ جوانان با ۵ درصد کمترین مدت زمان از کل زمان پخش برنامه‌ها را به خود اختصاص داده‌اند. از نظر نوع پخش رویداد سهم پخش زنده رویدادهای ورزشی ۶۹ درصد و سهم پخش غیر زنده رویدادهای ورزشی ۳۱ درصد از کل مدت زمان پخش برنامه‌ها می‌باشد. تحلیل محتوای برنامه‌های ورزشی صدا و سیمای مرکز خوزستان براساس سطح رویداد نشان داد که مدت زمان پخش برنامه‌های ورزشی مربوط به سطح کشور با ۴۲ درصد بیشترین مدت زمان و سطح بین المللی با ۵ درصد کمترین مدت زمان پخش را به خود اختصاص داده است و این درحالی است که سهم برنامه‌های ورزشی پخش شده مربوط به سطح استان ۳۶ درصد و سطح شهرستان ۱۷ درصد از کل مدت زمان پخش بوده است. در نهایت در مورد مولفه نوع رویداد ورزشی، برنامه‌های ورزشی با مقوله رویدادهای انفرادی ۴۲ درصد و رویدادهای تیمی ۵۸ درصد از کل مدت زمان پخش برنامه ورزشی را به خود اختصاص داده است.

در این تحقیق ابزار گردآوری داده‌ها، چک لیست و دستورالعمل برگه کد گذاری تحلیل محتوا بوده است. روایی صوری و محتوایی برگه کد گذاری از طریق جمع آوری و اعمال نظرات چندین نفر از متخصصان ورزش و رسانه تایید شده است. با توجه به کیفی بودن چک لیست طراحی شده پایایی از طریق بررسی ضریب عینیت کلی با محاسبه پی اسکات^۱ بررسی شده است. این شاخص توسط ویلیام اسکات (۱۹۵۵) برای سنجش پایایی داده‌های اسمی طراحی شده است. با توجه به بیشتر بودن ضریب محاسبه شده (۰/۸۲) از مقدار (۰/۷۰) پایایی چک لیست طراحی شده تایید شده است. پس از انجام تحلیل محتوا داده‌ها در نرم افزار اسپس اس اس ۲۲^۲ وارد شده است و آزمون‌های بررسی نرمال بودن داده‌ها، آزمون من‌ویتنی^۳ و آزمون فریدمن بررسی شده است. با توجه به بررسی روش تحقیق متغیرهای مورد بررسی در چارچوب نظری پژوهش به صورت شکل ۱ نمایش داده شده است.

یافته‌های پژوهش

اطلاعات کلی در مورد تعداد برنامه‌های ورزشی صدا و سیمای مرکز خوزستان بر اساس ساختار ورزش، رشته ورزشی، جنسیت، رده‌های سنی، نوع پخش رویداد، سطح رویداد ورزشی و نوع رویداد به ترتیب جدول ۲ ارائه شده است.

مطابق با یافته‌های جدول ۲، تحلیل محتوای برنامه‌های ورزشی صدا و سیمای مرکز خوزستان از نظر مدت زمان پخش و بر اساس مولفه‌های از پیش تعیین شده ارائه شده است. درخصوص مولفه ساختار ورزش مقوله ورزش حرفه ای با ۴۵ درصد بیشترین مدت زمان و پس از آن ورزش قهرمانی با ۳۱ درصد، ورزش تربیتی/ آموزشی با ۱۶ درصد و در نهایت ورزش همگانی/ تفریحی با ۸ درصد کمترین مدت زمان از کل پخش برنامه‌ها را به خود اختصاص داده است. همچنین در خصوص مولفه رشته ورزشی برنامه‌های فوتبال ۶۰ درصد و برنامه‌های غیر فوتبالی ۴۰ درصد از کل مدت زمان پخش برنامه‌ها را به خود اختصاص داده‌اند. در مقوله جنسیت برنامه مربوط به ورزش آقایان با ۹۰ درصد بیشترین

1 Scott's Pi

2 SPSS 22

3 Mann Whitney Test

جدول ۲. آمار توصیفی برنامه‌های ورزشی صدا و سیما مرکز خوزستان
Table 2. Descriptive Statistics of Khuzestan Central Broadcasting

درصد	میانگین در هر برنامه (دقیقه)	مدت زمان (دقیقه)	درصد	تعداد آیت‌های برنامه	متغیر	مولفه‌ها
۸	۳/۳۹	۱۸۰۸	۶	۶۲۰	همگانی / تفریحی	
۱۶	۶/۶۴	۳۵۳۴	۱۲	۱۱۴۳	تربیتی / آموزشی	ساختار ورزش
۳۱	۱۲/۵۹	۶۶۷۶	۳۴	۳۳۳۹	قهرمانی	
۴۵	۱۸/۲۴	۹۶۶۷	۴۸	۴۶۹۴	حرفه ای	
۶۰	۲۴/۶۷	۱۳۰۱۲	۶۳	۶۲۱۳	فوتبال	رشته ورزشی
۴۰	۱۶/۴۷	۸۶۷۳	۳۷	۳۵۸۳	غیرفوتبال	
۹۰	۳۷/۱۲	۱۹۶۲۲	۸۶	۸۴۶۱	مرد	جنسیت
۷	۲/۹۹	۱۵۶۵	۱۱	۱۱۱۱	زن	
۳	۰/۹۷	۴۹۸	۳	۲۲۴	هر دو	
۵	۱/۹۴	۹۷۸	۴	۴۰۱	نونهالان	
۶	۲/۴۷	۱۲۶۱	۷	۶۲۹	نوجوانان	رده سنی
۵	۲/۱۹	۱۱۱۲	۶	۵۳۵	جوانان / امید	
۸۴	۳۴/۷۵	۱۸۳۳۴	۸۴	۸۲۳۱	بزرگسالان	
۶۹	۲۸/۴۳	۱۵۰۳۰	۷۷	۷۵۱۸	زنده / مستقیم	نوع پخش
۳۱	۱۲/۶۰	۶۶۵۵	۲۳	۲۲۷۸	غیر زنده / ضبط	
۱۷	۶/۹۲	۳۶۲۹	۱۳	۱۲۵۳	شهرستان	
۳۶	۴/۹۹	۷۸۹۳	۲۸	۲۷۶۴	استان	سطح رویداد
۴۲	۱۷/۲۲	۹۰۸۲	۵۳	۵۱۶۹	کشور	
۵	۲/۱۰	۱۰۸۱	۶	۶۱۱	بین‌المللی	
۴۲	۱۷/۳۳	۹۱۲۸	۳۹	۳۷۷۵	انفرادی	نوع رویداد
۵۸	۲۳/۸۱	۱۲۵۵۷	۶۱	۶۰۲۱	تیمی	

برای بررسی این که نمونه متعلق به جامعه نرمال یا غیر نرمال است، از آزمون کولموگروف اسمیرنوف^۱ استفاده شده است. نتایج آزمون در جدول ۳ ارائه شده است. با توجه به اینکه سطح معناداری برای همه مولفه‌ها از مقدار ۰/۰۵ کمتر شده است لذا مولفه‌ها در وضعیت غیر نرمال قرار دارند و در ادامه از آزمون‌های ناپارامتریک برای بررسی فرضیه‌های پژوهش استفاده شده است.

جدول ۳. نتایج آزمون کولموگروف اسمیرنوف

Table 3. Results of Kolmogorov Smirnov Test

وضعیت	معناداری	آماره	مولفه‌ها
غیر نرمال	$P < 0.01$	۰/۰۸۹	ساختار ورزش
غیر نرمال	$P < 0.01$	۰/۱۲۱	جنسیت
غیر نرمال	$P < 0.01$	۰/۲۸۱	رشته ورزشی
غیر نرمال	$P < 0.01$	۰/۱۲۴	رده سنی
غیر نرمال	$P < 0.01$	۰/۰۸۵	نوع پخش رویداد
غیر نرمال	$P < 0.01$	۰/۱۵۲	سطح رویداد
غیر نرمال	$P < 0.01$	۰/۱۷۹	نوع رویداد

گفت که در سطح اطمینان ۹۵ درصد تفاوت معناداری بین میانگین زمان نوع پخش رویداد وجود دارد و "پخش زنده" دارای بیشترین زمان پخش نسبت به "پخش غیر زنده" از لحاظ نوع پخش رویداد بوده است. برای نوع رویداد با توجه به اینکه سطح معناداری از مقدار ۰/۰۵ کمتر شده است می‌توان گفت که در سطح اطمینان ۹۵ درصد تفاوت معناداری بین میانگین زمان پخش برای گروه‌های مختلف نوع رویداد وجود دارد و مدت زمان پخش برنامه‌های ورزش انفرادی از تیمی کمتر بوده است.

برای مولفه‌های رشته ورزشی، نوع پخش و نوع رویداد با توجه به اینکه تعداد متغیرها از ۳ کمتر است از آزمون من‌ویتنی استفاده شده است. نتایج آزمون در جدول ۴ ارائه شده است.

با توجه به نتایج جدول ۴ برای مولفه رشته ورزشی سطح معناداری از مقدار ۰/۰۵ کمتر شده است، لذا می‌توان گفت که در سطح اطمینان ۹۵ درصد بین میانگین زمان پخش برای گروه‌های مختلف رشته ورزشی (فوتبال و غیر فوتبال) تفاوت معناداری وجود دارد و فرضیه پژوهش تایید می‌شود. برای مولفه نوع پخش با توجه به اینکه سطح معناداری از مقدار ۰/۰۵ کمتر شده است می‌توان

جدول ۴. نتایج آزمون من‌ویتنی

Table 4. Mann Whitney U Test Results

وضعیت	عدد معناداری	آماره من‌ویتنی	مجموع رتبه‌ها	میانگین رتبه	متغیر	مولفه‌ها
تایید	$P < 0.01$	۱۰۶۳۱۹	۳۱۳۷۰۷	۵۹۳	فوتبال	رشته ورزشی
			۲۴۶۵۰۴	۴۶۵	غیر فوتبال	
تایید	$P < 0.01$	۳۲۷۲۴	۳۸۷۳۰۲	۷۳۲	زنده / مستقیم	نوع پخش
			۱۷۲۹۰۹	۳۲۶	غیر زنده / ضبط	
تایید	$P < 0.01$	۱۰۱۷۱۹	۲۴۱۹۰۴	۴۵۷	انفرادی	نوع رویداد
تایید	$P < 0.01$	۱۰۶۳۱۹	۳۱۳۷۰۷	۵۹۳	فوتبال	رشته ورزشی

درصد تفاوت معناداری بین میانگین زمان پخش برای گروه‌های مختلف ساختار ورزشی وجود دارد. نتایج نشان می‌دهد "ورزش حرفه‌ای" دارای بیشترین زمان پخش نسبت به سایر برنامه‌ها از لحاظ ساختار ورزشی بوده است و پس از آن "ورزش قهرمانی"، "ورزش تربیتی / آموزشی" و "همگانی / تفریحی" در رتبه‌های بعدی قرار دارند. برای مولفه جنسیت با توجه به اینکه سطح معناداری از مقدار ۰/۰۵ کمتر شده است لذا می‌توان گفت که در

برای مقایسه و رتبه بندی میانگین مولفه‌هایی با بیش از دو متغیر از آزمون فریدمن استفاده شده است. در ادامه نتایج فرضیه‌های اصلی پژوهش در جدول ۵ مورد بررسی قرار گرفته است.

همانطور که نتایج آزمون فریدمن در جدول ۵ نشان می‌دهد برای مولفه ساختار ورزشی با توجه به اینکه سطح معناداری از مقدار ۰/۰۵ کمتر شده است لذا می‌توان گفت که در سطح اطمینان ۹۵

بوده است و پس از آن "نوجوانان"، "جوانان/امید" و "نونه‌الان" در رتبه‌های بعدی قرار دارند. از لحاظ سطح رویداد با توجه به اینکه سطح معناداری از مقدار ۰/۰۵ کمتر شده است لذا می‌توان گفت که در سطح اطمینان ۹۵ درصد تفاوت معناداری بین میانگین زمان پخش برای گروه‌های مختلف سطح رویداد ورزشی وجود دارد و سطح رویداد ورزش "کشوری" دارای بیشترین زمان پخش نسبت به سایر برنامه‌ها از لحاظ سطح رویداد ورزشی بوده است و پس از آن "استانی"، "شهرستان" و "بین‌المللی" در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

سطح اطمینان ۹۵ درصد تفاوت معناداری بین میانگین زمان پخش برای گروه‌های مختلف ساختار ورزشی وجود دارد، به طوری که "مردان" دارای بیشترین زمان پخش نسبت به سایر برنامه‌ها از لحاظ جنسیت بوده است و پس از آن "زنان" و "هر دو" در رتبه‌های بعدی قرار دارند. از لحاظ رده سنی با توجه به اینکه سطح معناداری از مقدار ۰/۰۵ کمتر شده است لذا می‌توان گفت که در سطح اطمینان ۹۵ درصد تفاوت معناداری بین میانگین زمان پخش برای گروه‌های مختلف رده سنی وجود دارد و "بزرگسالان" دارای بیشترین زمان پخش نسبت به سایر برنامه‌ها از لحاظ رده سنی

جدول ۵. نتایج آزمون فریدمن درجه اهمیت برای مولفه‌های پژوهش

Table 5. Friedman Test Results, Degree of Importance for Research Components

فرضیه	مولفه	تعداد برنامه	درجه آزادی	مقدار آماره X ²	سطح معناداری
۱	ساختار ورزش	۵۲۹	۳	۷۸۸/۶۰۲	۰/۰۰۱
۲	جنسیت	۵۲۹	۲	۸۸۵/۲۶۹	۰/۰۰۱
۴	رده سنی	۵۲۹	۳	۱۰۲۰/۷۴۰	۰/۰۰۱
۶	سطح رویداد	۵۲۹	۳	۹۶۲/۹۴۶	۰/۰۰۱

برای گروه‌های مختلف رده سنی وجود دارد و "بزرگسالان" دارای بیشترین زمان پخش نسبت به سایر برنامه‌ها از لحاظ رده سنی بوده است و پس از آن "نوجوانان"، "جوانان/امید" و "نونه‌الان" در رتبه‌های بعدی قرار دارند. از لحاظ سطح رویداد با توجه به اینکه سطح معناداری از مقدار ۰/۰۵ کمتر شده است لذا می‌توان گفت که در سطح اطمینان ۹۵ درصد تفاوت معناداری بین میانگین زمان پخش برای گروه‌های مختلف سطح رویداد ورزشی وجود دارد و سطح رویداد ورزش "کشوری" دارای بیشترین زمان پخش نسبت به سایر برنامه‌ها از لحاظ سطح رویداد ورزشی بوده است و پس از آن "استانی"، "شهرستان" و "بین‌المللی" در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

همانطور که نتایج آزمون فریدمن در جدول ۵ نشان می‌دهد برای مولفه ساختار ورزشی با توجه به اینکه سطح معناداری از مقدار ۰/۰۵ کمتر شده است لذا می‌توان گفت که در سطح اطمینان ۹۵ درصد تفاوت معناداری بین میانگین زمان پخش برای گروه‌های مختلف ساختار ورزشی وجود دارد. نتایج نشان می‌دهد "ورزش حرفه‌ای" دارای بیشترین زمان پخش نسبت به سایر برنامه‌ها از لحاظ ساختار ورزشی بوده است و پس از آن "ورزش قهرمانی"، "ورزش تربیتی / آموزشی" و "همگانی / تفریحی" در رتبه‌های بعدی قرار دارند. برای مولفه جنسیت با توجه به اینکه سطح معناداری از مقدار ۰/۰۵ کمتر شده است لذا می‌توان گفت که در سطح اطمینان ۹۵ درصد تفاوت معناداری بین میانگین زمان پخش برای گروه‌های مختلف ساختار ورزشی وجود دارد، به طوری که "مردان" دارای بیشترین زمان پخش نسبت به سایر برنامه‌ها از لحاظ جنسیت بوده است و پس از آن "زنان" و "هر دو" در رتبه‌های بعدی قرار دارند. از لحاظ رده سنی با توجه به اینکه سطح معناداری از مقدار ۰/۰۵ کمتر شده است لذا می‌توان گفت که در سطح اطمینان ۹۵ درصد تفاوت معناداری بین میانگین زمان پخش

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش به تحلیل محتوای برنامه‌های ورزشی صدا و سیمای مرکز خوزستان پرداخته است. نتایج این پژوهش نشان داد که "ورزش حرفه‌ای" دارای بیشترین زمان پخش نسبت به سایر برنامه‌ها از لحاظ ساختار ورزشی بوده است و پس از آن "ورزش

همکاران (۲۰۱۳) و قاسمی و همکاران (۲۰۱۳) نیز به توجه بیشتر رسانه به مردان اشاره شده است که با نتایج این تحقیق همسویی دارد. همچنین لی^۳ (۲۰۱۳) و لسوک^۴ و همکاران (۲۰۱۰) نیز در پژوهش‌های خود به نتیجه مشابه در مورد نقش کمرنگ زنان در رسانه رسیده‌اند که با نتایج این پژوهش همسو است. بیشترین مدت زمان پخش ورزش همگانی به آقایان اختصاص داده شده که نیاز به پوشش تخصصی این مولفه برای بانوان در رسانه کاملاً احساس می‌شود. یکی از بهترین راه‌ها برای توسعه ورزش بانوان پخش زنده مسابقات ورزشی بانوان افتخار آفرین کشور در سطح میداين بین‌المللی، استانی و حتی در سطح شهرستان در برنامه‌های صدا و سیما است. با اینکه برخورداری از پوشش اسلامی برای بانوان مغایرتی با ارزش‌های دینی ندارد باز هم رسانه تلویزیون مرکز خوزستان درصد بیشتری از برنامه‌های ورزشی بانوان را تنها به رویدادهای ورزشی داخلی یا حوزه کشورهای اسلامی معطوف می‌کند که محدود به رشته‌های خاصی از قبیل تکواندو، ووشو، قایقرانی، شطرنج و ورزش معلولان است. از طرفی پوشش خبری برای آن دسته از رشته‌های ورزشی که به دلیل قوانین آن رشته یا نوع پوشش با معیارهای اسلامی منطبق است باز هم درصد پایینی از پخش را در بر می‌گیرد و تمرکز بیشتر بر دعوت کارشناسان و ورزشکاران زن به عنوان تحلیل‌گر برنامه‌های ورزشی بانوان است؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود مسئولین بیشتر بر پوشش خبری و نمایش ورزشکاران در قالب مسابقات ورزشی تاکید داشته باشند. این موضوع باعث می‌شود خانواده‌ها با اطمینان از رعایت شئون اسلامی در مسابقات، فرزندان خود را به سمت و سوی ورزش ترغیب کنند.

یکی دیگر از نتایج این تحقیق نشان داد بین سهم ورزش فوتبال در برنامه‌های ورزشی صدا و سیما مرکز خوزستان و سهم ورزش‌های غیرفوتبالی تفاوت معناداری وجود دارد به طوری که سهم برنامه‌های فوتبالی از غیر فوتبال بیشتر بوده است. با توجه به اینکه ورزش‌های غیرفوتبالی شامل طیف وسیعی از ورزش‌های مختلف شامل (بسکتبال، والیبال، کشتی، وزنه برداری و سایر) می‌شود به مسئولین پیشنهاد می‌شود در جهت افزایش زمان پخش

قهرمانی^۱، "ورزش تربیتی/آموزشی" و "همگانی / تفریحی" در رتبه‌های بعدی قرار دارند. نتایج این فرضیه با پژوهش ظریفی و داوودی (۲۰۱۲) همخوانی دارد که نشان دادند رسانه ملی به موضوع ورزش همگانی/تفریحی توجه کمتری داشته است. در پژوهش اودی و باسون^۱ (۲۰۱۷) و دارت^۲ (۲۰۱۴) نیز در تحلیل محتوا حوزه ورزش بر اهمیت ورزش‌های همگانی تاکید شده است. حیدریان میرزایی و همکاران (۲۰۱۴) نیز در بررسی برنامه‌های ورزشی صدا و سیما در استان‌های لرستان، مرکزی و اصفهان نیز نشان دادند که توجه رسانه‌های ورزشی بیشتر بر جنبه قهرمانی و حرفه‌ای بوده است و ورزش همگانی/تفریحی کمتر مورد تاکید قرار گرفته است که با نتایج این پژوهش همسو است. در راستای ترویج ورزش همگانی در برنامه‌های صدا و سیما استان خوزستان پیشنهاد می‌شود برنامه‌هایی همچون ساخت انیمیشن کوتاه ورزشی، موزیک تصویر ورزش همگانی، تولید برنامه‌های آموزشی حرکات ورزشی و نرمش‌هایی که افراد به راحتی می‌توانند در منزل و محیط‌های کاری انجام دهند (باتوجه به شیوع ویروس کرونا) و پخش آنها در ساعاتی مشخص از شبانه‌روز در دستور کار شبکه استانی قرار گیرد. همچنین پوشش خبری مناسب و ایجاد جاذبه‌هایی متفاوت در همایش‌های پیاده‌روی همگانی و پخش زنده آنها اهمیت زیادی دارد. لازم است بخشی از اخبار صدا و سیما استان در شبانه‌روز با دعوت از قهرمانان برجسته رشته‌های مختلف و شخصیت‌های هنری، علمی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و دینی به برنامه‌های مرتبط با ورزش همگانی اختصاص یابد. ازسویی صدا و سیما مرکز خوزستان آینه تمام نمای فرهنگ مردمان این منطقه است بنابراین پیشنهاد می‌شود که شبکه استانی با پوشش بازی‌های بومی و محلی و سنتی به عنوان یک فعالیت ورزشی فرهنگی نسبت به احیای این بازی‌ها و به نمایش درآوردن آداب و رسوم مردم تحت پوشش خود اقدام نماید.

نتایج دیگر این پژوهش نشان داد که برنامه‌های مربوط به "مردان" دارای بیشترین زمان پخش نسبت به سایر برنامه‌ها از لحاظ جنسیت بوده است و پس از آن "زنان" و "هر دو" در رتبه‌های بعدی قرار داشتند. پیش از این در پژوهش علمشاهی و

3 Lee
4 Léséleuc

1 Oddy & Bason
2 Dart

شهرستان زیاد است و با توجه به لزوم اهمیت پوشش خبری در این زمینه مسئولین صدا و سیما مرکز خوزستان می‌توانند با برنامه‌سازی در روستاها و شهرستانها و بها دادن به بازی‌های بومی و محلی در برنامه‌های کودک، از کودکان و نوجوانان برای انجام بازی‌ها و ورزش‌های بومی و محلی در سطح استان و شهرستان استفاده کنند و با پوشش تلویزیونی و رادیویی از بازی‌های روستایی گامی اساسی در احیا، آموزش، ترویج و توسعه این بازی‌ها در بحث سلامتی و جذب گردشگر بردارند که علاوه بر توسعه برنامه‌های صدا و سیما در سطح نونهالان و جوانان بتواند زمینه ساز احیاء برنامه‌های مرتبط با ورزش‌های بومی و محلی در این استان شود.

یکی دیگر از نتایج این تحقیق نشان داد بین سهم ورزش انفرادی و تیمی در برنامه‌های ورزشی صدا و سیما مرکز خوزستان تفاوت وجود دارد. با توجه به تعدد ورزش‌های انفرادی همچون کشتی، وزنه برداری، موتور سواری و اتومبیل‌رانی که در استان خوزستان جنبه قهرمانی دارند با این حال مدت زمانی که به موضوع اخبار نقل و انتقالات بازیکن‌ها در ورزش‌های تیمی پرداخته می‌شود بیشتر بوده است و سازمان بایستی تلاش کند تا به ورزش‌های انفرادی توجه بیشتری شود.

ارائه راهکارهای اجرایی

در پایان به صورت کلی می‌توان گفت که در پخش برنامه‌های ورزشی از ابعاد مختلف هنوز شکاف عملکردی وجود دارد و برنامه‌های ورزشی در مقوله‌های تعیین شده از نظر مدت زمان پخش با یکدیگر متناسب نیستند. بنابراین در این تحقیق، تاکید بر ضرورت بازنگری در میزان پخش انواع برنامه‌های ورزشی و تناسب آنها با یکدیگر با اولویت ورزش همگانی و رده‌های پایه و برنامه‌های استعدادیابی نونهالان و نوجوانان به عنوان رکن اصلی زیرساخت ورزش قهرمانی و سلامت عمومی است. لذا پیشنهاد می‌گردد:

۱. متولیان رسانه در راه توسعه ورزش‌های همگانی با رویکرد سلامت، پیشگیری و درمان وارد شوند و عدم تفکیک بین بخش سلامت از ورزش در رسانه مرکز خوزستان بالاخص در

برنامه‌های ورزشی غیر فوتبال همراه با بهبود سطح کیفی این برنامه‌ها نسبت به زمان در نظر گرفته شده برای برنامه‌های فوتبالی تلاش کنند.

یکی دیگر از نتایج این تحقیق نشان داد که برنامه‌های مربوط به "بزرگسالان" دارای بیشترین زمان پخش نسبت به سایر برنامه‌ها از لحاظ رده سنی بوده است و پس از آن "نوجوانان"، "جوانان/امید" و "نونهالان" در رتبه‌های بعدی قرار داشتند. پیش از این در پژوهش صادقی و همکاران (۲۰۱۵) نیز به تاکید بیشتر رسانه‌های ورزشی بر برنامه‌های مربوط به بزرگسالان اشاره شده بود که با نتایج این پژوهش همخوانی دارد. یکی از دلایل این عدم تناسب در رده‌های سنی مختلف را می‌توان غفلت از گروه کودک و نوجوان دانست. در برنامه‌های کودک و نوجوان شبکه استانی انواع برنامه‌های سرگرم کننده ارائه می‌شود با این حال به موضوع مهم ورزش و سلامت کودکان توجه کافی نشده است. در صورتی که سلامت این گروه سنی از جامعه که آینده سازان این مرز و بوم هستند ضامن سلامت و پویایی کشور در آینده خواهد بود. عدم تزریق خوراک رسانه‌ای مناسب با تاکید بر اهمیت فعالیت‌های بدنی و ورزشی صحیح بدنی و ورزشی باعث کم تحرکی بیشتر گروه‌های سنی پایین جامعه شده است. لذا پیشنهاد می‌گردد امکان همکاری صدا و سیما مرکز خوزستان با نواحی مختلف آموزش و پرورش استان جهت تدوین برنامه‌های مناسب ارتباطی گروه‌های کودک و نوجوان با ورزش و پخش برنامه‌ها در رسانه‌های صدا و سیما استان فراهم گردد.

یافته مهم دیگر پژوهش نشان داد که بین سهم پخش زنده در برنامه‌های ورزشی صدا و سیما مرکز خوزستان از سهم پخش غیرزنده تفاوت معناداری وجود دارد به طوری که میانگین پخش برنامه‌های زنده نسبت به غیر زنده بیشتر بوده است. یافته مهم دیگر پژوهش حاضر نشان داد برنامه‌های مربوط به سطح "کشوری" دارای بیشترین زمان پخش نسبت به سایر برنامه‌ها از لحاظ سطح رویداد ورزشی بوده است و پس از آن "استانی"، "شهرستان" و "بین‌المللی" در رتبه‌های بعدی قرار داشتند. از آن جایی که استان خوزستان یکی از استان‌های پرجمعیت و با اقشار مختلف قومیتی (عرب، بختیاری، فارس، لر و...) است، تنوع ورزش‌های بومی و محلی در این استان چه در سطح استان و

۴. ساخت مستندهای ورزشی با موضوع تاریخچه و معرفی ورزش‌های بومی و محلی استان و نمایش آنها در رسانه می‌تواند باعث ترویج و پرداختن به ورزش‌های خاص این منطقه و گسترش فرهنگ و آیین محلی این استان در سطح ملی شده و حتی در معرفی فرهنگ ایرانی به جهانیان موثر باشد.

در پایان با توجه به اینکه جامعه آماری پژوهش استان خوزستان بوده است لذا در تعمیم نتایج به سایر مناطق شهری خارج از استان خوزستان بایستی احتیاط نمود. همچنین با توجه به محدودیت زمانی اطلاعات تجزیه و تحلیل شده مربوط به بازه زمانی ابتدای سال ۱۳۹۴ تا پایان سال ۱۳۹۸ بوده است و بقیه سال‌ها مورد بررسی قرار نگرفته است. همچنین در این پژوهش تنها به تحلیل محتوا برنامه‌های ورزشی پرداخته شده است و شناسایی عوامل موثر بر توسعه برنامه‌های ورزشی صدا و سیمای استان خوزستان مورد بررسی قرار نگرفته است. به پژوهش‌گران آتی پیشنهاد می‌شود به شناسایی و اولویت بندی عوامل حیاتی موفقیت برنامه‌های صدا و سیمای استان خوزستان بپردازند و همچنین تاثیر عوامل شناسایی را بر توسعه برنامه‌های صدا و سیمای استان خوزستان مورد بررسی قرار دهند.

سپاسگزاری

محققان بر خود لازم می‌دانند تا از سازمان صدا و سیمای مرکز خوزستان با توجه به همکاری که در جمع آوری اطلاعات مورد برای این پژوهش داشته‌اند کمال تشکر و قدردانی را داشته باشند.

سیمای و ایجاد همپوشانی بین برنامه‌های این دو حوزه می‌تواند در فرهنگ سازی ورزش همگانی نقش موثری داشته باشد

۲. تعامل هیأت ورزش‌های همگانی با شهرداری‌ها، فرمانداری‌ها و متولیان امور در جهت تخصیص اماکن و فضاهای مشخص ورزشی با در نظر گرفتن تمهیدات و امکانات برودتی و سرمایه‌های به دلیل شرایط آب و هوایی و گرمای استان خوزستان می‌تواند باعث توسعه فرهنگ ورزش همگانی در بین عموم و به تناسب آن افزایش برنامه سازی در این حوزه شود.

۳. تخصیص مدت زمان بیشتر به پخش زنده رویدادها و مسابقات ورزشی تیم‌های لیگ برتر بانوان استان در رشته‌های مختلف مانند فوتسال، بسکتبال، هندبال، ورزش معلولان، شطرنج و سایر رشته‌هایی که به لحاظ برخورداری از پوشش اسلامی و نداشتن مغایرت با ارزشهای دینی امکان پوشش تصویری وجود دارد.

۴. دعوت از کارشناسان و ورزشکاران زن موفق و خبره با هدف نقد، بررسی و تحلیل عملکرد بانوان ورزشکار در رویدادهای ورزشی و مسایل مربوط به بانوان استان در قالب برنامه‌های تولیدی می‌تواند باعث ترغیب و تشویق بانوان مستعد و جذب آنها به رشته‌های ورزشی گردد.

۵. تعامل و ارتباط متقابل حوزه برنامه سازی گروه کودک و نوجوان مرکز خوزستان با ورزش و برنامه‌های ورزشی و همچنین تعامل صدا و سیمای مرکز خوزستان با نواحی مختلف آموزش و پرورش در سطح شهرستان‌ها در جهت پخش مسابقات و فعالیت‌های ورزشی نونهالان و نوجوانان در سطح مدارس استان می‌تواند به عنوان یک ابزار قدرتمند برای ایجاد میل و رغبت به ورزش در کودکان مؤثر واقع شود.

References

1. Alamshahi, M. Heydari Nejad S. Shetab Bushehri, S, N (2013). Content analysis of the sports section of the press in Khuzestan province with the approach of women. sports Communication management in sports media, first year, No. 1: pp. 7-16. (in Persian)
2. Alshamli, A., Al Anazi, H. M., & Shawqi, M. A. (2012). Sport mass media influence on promoting sports in order to improve public

health. Current Research Journal of Social Sciences, 4(2), 153-158. (in Persian)

3. Bhan, N., Bhadra, K., Rao, N., Yore, J., & Raj, A. (2020). Sport as a vehicle of change for livelihoods, social participation & marital health for the youth: Findings from a prospective cohort in Bihar, India. EClinicalMedicine, 100302.

4. Dart, J. (2014). Sports review: A content analysis of the International Review for the Sociology of Sport, the Journal of Sport & Social Issues & the Sociology of Sport Journal across 25 years. *International Review for the Sociology of Sport*, 49(6), 645-668.
5. Gaite, J. (2017). Penetration of fast projectiles into resistant media: from macroscopic to subatomic projectiles. *Annals of Physics*, 384, 235-253.
6. Gantz, W., & Lewis, N. (2014). Sports on traditional & newer digital media: Is there really a fight for fans?. *Television & New Media*, 15(8), 760-768.
7. Ghasemi, H; Farahani, A; Shakarami, Z; Hosseini, S (2013). Content analysis of sports programs of provincial TV with emphasis on women's sports coverage. *Journal of Communication Management in Sports Media*, Volume 1, Number 2: pp. 30-23. (in Persian)
8. Hamidipour, H. Shetab Bushehri, N. (2015). The Role of Collective Media in the Development of Women's Championship Sports from the Perspective of the General Directorate of Sports & Youth in Khuzestan Province, *Scientific Quarterly of Communication Management in Sports Media*, Second Year, No. 8, pp. 60-48. (in Persian)
9. Hazari, S. (2018). Investigating social media consumption, sports enthusiasm, & gender on sponsorship outcomes in the context of Rio Olympics. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*.
10. Heydarian Mirzaei, A, Atashbar, Sh, Azm, F, Naderian Jahromi, M, Sultan Hosseini, M. (2014). Content analysis of radio & television sports programs with emphasis on sports components Case study: (Lorestan, Markazi, Isfahan provinces). *Journal of Communication Management in Sports Media*, 2 (2), 30-40. (in Persian)
11. Huggins, A., & Randell, S. (2007). The contribution of sports to gender equality & women's empowerment. In A paper presented at the International Conference on Gender Equity on Sports for Social Change, Kigali. Retrieved March (Vol. 3, p. 2009).
12. Kim, B., & Kim, Y. (2019). Growing as social beings: How social media use for college sports is associated with college students' group identity & collective self-esteem. *Computers in Human Behavior*, 97, 241-249.
13. Lee, M. J. (2013). Images of athletes with disabilities: An Analysis of photographs from the 2012 Paralympic Games (Doctoral dissertation, University of Alabama Libraries).
14. Léséleuc, E., Pappous, A., & Marcellini, A. (2010). The media coverage of female athletes with disability. Analysis of the daily press of four European countries during the 2000 Sidney Paralympic Games. *European Journal for Sport & Society*, 7(3-4), 283-296.
15. Mirusefi, S. J. (2019). The role of collective media in the development of the social culture of championship sports. *Journal of Communication Management in Sports Media*, 7 (1), 97-109. (in Persian)
16. Moradi, M, Honari, H, Ahmadi, A, H. (2011). Investigating the four roles of sports media in the development of popular sports culture. *Journal of Sports Management*, Volume 3, Number 9: pp. 167-180. (in Persian)
17. Moradi, M., Honari, H., Naghshbandi, S., & Jabari, N. (2012). The association between informing, social participation, educational, & culture making roles of sport media with development of championship sport. *Procedia-Social & Behavioral Sciences*, 46, 5356-5360. (in Persian)
18. Mountjoy, M., Sundgot-Borgen, J., Burke, L., Ackerman, K. E., Blauwet, C., Constantini, N., ... & Sherman, R. (2018). International Olympic Committee (IOC) consensus statement on relative energy deficiency in sport (RED-S): 2018 update. *International journal of sport nutrition & exercise metabolism*, 28(4), 316-331.
19. Nazar Veysi, H, Ghasemi, H, Mohammadi, S. (2016). Comparing the content of local media sports programs with an emphasis on

- sports coverage. *Journal of Communication Management in Sports Media*, 4 (1), 30-38. (in Persian)
20. Oddy, R. E., & Bason, T. (2017). The first century & beyond. *Sport, Business & Management: An International Journal*.
21. Peachey, J. W., Schulenkorf, N., & Hill, P. (2019). Sport-for-development: A comprehensive analysis of theoretical & conceptual advancements. *Sport Management Review*.
22. Rees, L., Robinson, P., & Shields, N. (2018). A major sporting event or an entertainment show? A content analysis of Australian television coverage of the 2016 Olympic & Paralympic Games. *Sport in Society*, 21(12), 1974-1989.
23. Sadeghi, R. (2015). Analysis & comparison of the structure of programs & functional plans of selected sports television networks & model presentation. North University, Faculty of Physical Education & Sport Sciences. PhD Thesis. (in Persian)
24. Sage, G. H., & Eitzen, D. S. (2013). *Sociology of north American sport*. Paradigm Publishers.
25. Sen, A. (2019). Profits & Profitability of News Media. *The International Encyclopedia of Journalism Studies*, 1-6.
26. Shahbazi, R, Mostafaei Kiwi, J, Daei, R, Sajjadi, N. (2018). Investigating the role of collective media in the development of public sports (from the perspective of Tehran University students). *Journal of Communication Management in Sports Media*, 6 (1), 34-42. (in Persian)
27. Shokrani, A. Aghapour, M. (2015). Review & content analysis of sports programs of the Islamic Republic of Iran TV, *Journal of Contemporary Research in Sports Management*, Fourth Year, No. 8, pp. 92-81. (in Persian)
28. Storm, L. K., Larsen, C. H., & Henriksen, K. (2020). Organizational culture & group dynamics in youth sport. In *The Power of Groups in Youth Sport* (pp. 203-218). Academic Press.
29. Zarifi, M; Davoodi, K (2012). National Media & Public Sports Development, *Communication Research Quarterly*, No. 69, pp. 134-119. (in Persian)



COPYRIGHTS

© 2021 by the authors. Licensee PNU, Tehran, Iran. This article is an open access article distributed under the terms & conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY4.0) (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>)