

نقش اطلاع‌رسانی رسانه‌های جمعی از مسابقات قایقرانی در شهر مراغه بر توسعه این رشته

سلمان جعفری^{۱*}، بهرام اکبری خوشه مهر^۲، حسین صادقی^۳، عاطفه شرقی^۴

۱. کارشناسی ارشد تربیت بدنی و مسئول تربیت بدنی، دانشکده فنی کشاورزی مراغه

۲. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور تهران

۳. کارشناسی ارشد روان‌شناسی ورزشی، دانشگاه علامه طباطبایی

۴. کارشناس تربیت بدنی و دبیر تربیت بدنی، آموزش و پرورش مراغه

تاریخ پذیرش: (۱۳۹۷/۱۰/۱۴)

تاریخ ارسال: (۱۳۹۶/۰۴/۱۰)

The Role of Mass Media Informing about Sailing Races of Maragheh City on the Development of the Field

Salman Jafari^{*1}, Bahram Akbari khooshe Mehr², Hossein Sadegi³, Atefeh Shargi⁴

1-M. A. of Physical Education & Physical Education Exprt, Faculty of Agriculture, Maragheh University

2- Ph. D. Student of Sport Management of PNU University of Tehran

3- M. A. of Sports Psychology at Allameh Tabataba'i University

4- Physical Education Expert & Physical Education Teacher, Maragheh

Received: (2017/07/01)

Accepted: (2019/01/04)

Abstract

The purpose of this research was to study the role of mass media informing about sailing competitions of Maragheh and its effect on the development of sailing competitions. It was a descriptive ° analytic research. The population consisted of experts of Youth and Sports administration, physical education managers of different regions of the municipality, all physical Education university professors and coaches, supervisors and officials participating in the 21st national championship canoe competition that the total number were 108 people. Given the limited statics society, research samples were selected by population census method. A researcher - made questionnaire was used to collect information. the validity of this questionnaire was verified by 5 sport management professors and the reliability was obtained 0/82 using Cronbach's alpha. To analyze data, pearson correlation coefficient, single-variable regression and Friedman test were used by SPSS software. The results showed that there is a significant relation between role of mass media informing about sailing races in Maragheh city on the development of this field, and mass media could forecast 36 percent of changes in sailing. also the findings showed that there is a significant difference between the prioritization of components of mass media and prioritization of mass media types from the point of view of experts and specialists. The overall conclusion is that the role of mass media informing can be used as a powerful tool for the development of sailing.

Key words: Informing, Mass Media, Sailing, Maragheh City, Development

چکیده

هدف از اجرای این تحقیق بررسی نقش اطلاع‌رسانی رسانه‌های جمعی از مسابقات قایقرانی در شهر مراغه بر توسعه این رشته بود. تحقیق حاضر از نوع توصیفی- تحلیلی بود. جامعه آماری پژوهش حاضر را کارشناسان اداره ورزش و جوانان، مدیران تربیت‌بدنی مناطق مختلف شهرداری، اساتید تربیت بدنی دانشگاه‌های مراغه و کلیه مربیان، سرپرستان و مسئولان شرکت‌کننده در بیست و یکمین دوره مسابقات قایقرانی کانوپولوی قهرمانی کشور تشکیل داده بودند که تعداد کل آنها ۱۰۸ نفر بودند. با توجه به محدود بودن جامعه آماری، برای نمونه‌گیری از روش سرشماری استفاده شد. برای گردآوری اطلاعات از پرسش‌نامه محقق ساخته استفاده شد. روایی این پرسش‌نامه توسط پنج تن از اساتید دکترای مدیریت ورزشی تأیید شد و پایایی آنها نیز توسط آلفای کرونباخ ۰/۸۲ بدست آمد. برای تحلیل داده‌ها از ضریب همبستگی پیرسون، رگرسیون تک متغیره و آزمون فریدمن در نرم‌افزار اس. پی. اس استفاده گردید. یافته‌ها نشان دادند ارتباط معناداری بین نقش اطلاع‌رسانی رسانه‌های جمعی از مسابقات قایقرانی در شهر مراغه بر توسعه این رشته وجود دارد و رسانه‌های جمعی می‌توانند ۳۶ درصد از تغییرات توسعه رشته قایقرانی را پیش‌بینی کنند. همچنین یافته‌های پژوهش نشان داد که بین اولویت‌بندی مؤلفه‌های رسانه‌های جمعی و اولویت‌بندی انواع رسانه‌های جمعی از دیدگاه کارشناسان و متخصصان نیز تفاوت معناداری مشاهده گردید. نتیجه‌گیری کلی اینکه از نقش اطلاع‌رسانی رسانه‌های جمعی می‌توان به عنوان یک ابزار قدرتمند در جهت توسعه رشته قایقرانی استفاده کرد.

واژه‌های کلیدی: اطلاع‌رسانی، رسانه‌های جمعی، قایقرانی، شهر مراغه، توسعه

*Corresponding Author: Salman Jafari

E-mail: salman_jafari1364@yahoo.com

* نویسنده مسئول: سلمان جعفری

پست الکترونیک: salman_jafari1364@yahoo.com

مقدمه

یکی از مسائل اجتماعی و فرهنگی که در سال‌های اخیر رشد چشمگیر داشته و آحاد مردم را تحت تأثیر قرار داده است ورزش و توسعه رشته‌های مختلف ورزشی است؛ عادات و رفتار ورزشی افراد جامعه، نگرش‌ها و باورهای آنان در مسائل ورزشی، همگانی شدن و توسعه ورزش، همگی تحت تأثیر متقابل گرایش‌های جامعه و رسانه‌ها قرار گرفته است. یکی از راه‌های حمایت از توسعه ورزش و رشته‌های مختلف ورزشی و این باورها و نگرش‌ها، رویکرد و مطالب رسانه‌های جمعی می‌باشد (کردی، ۱۳۸۶). 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. رسانه‌های گروهی از ابزارهای مهم توسعه ورزش هستند که در تحقق بسیاری از اهداف توسعه ورزش اثرگذارند. در میان رسانه‌های گروهی، تلویزیون، رادیو و مطبوعات به دلیل دامنه فراگیری بیشتر، از بقیه مهمترند (خالدیان و همکاران، ۱۳۸۹: ۴۹).

رسانه‌ها شکلی از ارتباط جمعی هستند که معمولاً شامل تلویزیون، رادیو و مطبوعات می‌باشند. رسانه‌ها اثر مستقیمی بر ارزش‌ها و هنجارهای جامعه دارند، زیرا دامنه فعالیت آنها تعداد بیشماری از جمعیت را در بر می‌گیرد. رسانه‌ها به عنوان مرکز عصبی جامعه محسوب شده و رسانه‌های جمعی اهداف مختلفی همچون، فراهم کردن اطلاعات، آگاه‌سازی، متقاعدسازی و انتقال اطلاعات را بین میلیون‌ها انسان بر عهده دارند. در مبحث ارتباط رسانه و ورزش، رسانه غالب که می‌تواند بدون شک تلویزیون باشد، بیش از هر رسانه دیگری در جهانی کردن ورزش و توسعه ورزش نقش بسزایی دارد. رسانه‌های جمعی مانند تلویزیون، رادیو و مطبوعات بدلیل دارا بودن دامنه نفوذ وسیع و توانایی تغییر نگرش‌های جامعه و افزایش آگاهی مردم نسبت به یک مفهوم، می‌تواند نقش بسزایی در توسعه و ترویج ورزش داشته باشد. رسانه‌ها نقش محوری در توسعه دانش، آگاهی و انتقال اطلاعات به بینندگان و شنوندگان دارند. رسانه‌های جمعی به خصوص تلویزیون، می‌تواند نقش مؤثری در بالا بردن آگاهی عموم مردم و گسترش مفهوم جدید ایفا کند و در این راستا برخی دولت‌های اروپایی و آمریکایی از سهم رسانه‌ها در تبلیغ و ترویج ورزش استفاده می‌کنند (اسدی و رضایی صوفی، ۱۳۹۲: ۲). با توجه به انجام مطالعات متعدد در زمینه بررسی نقش رسانه‌های جمعی و توسعه ورزش همگانی، قهرمانی و بانوان، متأسفانه مطالعه‌ای به بررسی

نقش رسانه در توسعه یک رشته ورزشی خاص نپرداخته است. از آنجایی که ورزش قایقرانی در دهه گذشته پیشرفت قابل توجهی داشته و علی‌الخصوص در سال‌های اخیر در مسابقات معتبر بین‌المللی شرکت داشته و نتایج قابل قبولی کسب نموده است، بررسی نقش اطلاع‌رسانی رسانه‌های جمعی شامل تلویزیون، رادیو و مطبوعات در توسعه و گسترش رشته قایقرانی می‌تواند در جهت پیشبرد و دستیابی به اهداف مفیدبه‌فایده باشد.

رشته قایقرانی با برخورداری از زیر رشته‌های بسیار در بازی‌های المپیک مدال بسیاری را نصیب کشورهای صاحب نام در این زمینه می‌کند. در قایقرانی به دلیل وجود زیر شاخه‌های مختلفی شامل کایاک و کانو آب‌های آرام، کایاک و کانو اسلالم، روئینگ و قایقرانی بادبانی، در مجموع ۱۲۳ مدال توزیع شده و بعد از دو و میدانی پرمثال ترین رشته محسوب می‌شود. البته رشته‌های دیگری نیز در قایقرانی وجود دارند که کمتر رسمی بوده و در بازی‌های المپیک (تا المپیک پکن) نیز جای نداشته‌اند. این رشته‌ها عبارتند از: تورینگ، دراگون بوت، آب‌های خروشان (غیر اسلالم)، کانوپولو و رفتینگ (فیروززی و همکاران، ۱۳۹۱: ۴۹).

قایقرانی در ایران به سرعت رو به گسترش است. فدراسیون قایقرانی با بهره‌گیری صحیح از منابع و نیروی انسانی در پی دستیابی به اهداف عالی و ورزش که همانا توسعه ورزش همگانی و قهرمانی است و در گزارش مسئول توسعه اسلالم فدراسیون جهانی قایقرانی، ایران از نظر شرایط اقلیمی و آب و هوایی کشوری مناسب برای قایقرانی عنوان شده است (فدراسیون قایقرانی، ۱۳۹۴). در چند سال اخیر نیز پیست‌های قایقرانی مختلفی در کشورمان افتتاح گردیده که یکی از این پیست‌ها، پیست قایقرانی مراغه است که هر سال مسابقات مختلفی در آن برگزار می‌شود. شهرستان مراغه یکی از شهرستان‌های استان آذربایجان شرقی است که در فاصله ۱۲۵ کیلومتری جنوب تبریز قرار گرفته و ارتفاع آن از سطح دریا حدود ۱۳۹۰ متر می‌باشد (مروارید، ۱۳۷۲: ۶۳). جمعیت آن بر اساس سرشماری مرکز آمار ایران در سال ۱۳۹۰، بالغ بر ۱۶۲۲۷۵ نفر می‌باشد (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۰). از بهترین رودخانه‌های شهر مراغه می‌توان به مردق و صوفی چای اشاره کرد که از مهم‌ترین و پرآب‌ترین رودخانه‌ها به شمار می‌آید. این رودخانه‌ها عموماً از کوهستان سهند سرچشمه می‌گیرند. با توجه به پتانسیل‌های موجود در این رودخانه‌ها، رودخانه

روش نظام‌مندی در استعدادیابی رشته قایقرانی وجود ندارد. محققان اشاره می‌کنند که در کشورهای استرالیا، کانادا، چین و آلمان اصلی‌ترین نهاد مجری استعدادیابی آموزش و پرورش است که در ایران طرحی برای استعدادیابی رشته‌های ورزشی ندارد. همچنین در اکثر کشورهای مورد مطالعه سلسله مراتبی از مدارس ورزشی برای پرورش ورزشکاران قایقرانی وجود دارد و این مدارس نقش عمده‌ای را در پرورش ورزشکاران ایفا می‌کنند. در ایران هیچ مدرسه فعال و قوی برای این امر وجود ندارد. حتی دبیرستان‌های ورزشی برای پرورش نیروی متخصص جهت دبیری ورزش یا آموزش ورزشکاران مبتدی است نه پرورش ورزشکاران نخبه. به طور کلی همتی‌نژاد و خان‌زاده چالش‌ها و نقاط ضعف رشته قایقرانی ایران را در چند بخش طبقه‌بندی می‌کنند که عبارتند از: ضعف منابع انسانی، کمبود منبع مالی، ضعف مدیریت و برنامه‌ریزی، کمبود تجهیزات ورزشی، کمبود امکانات و زیرساخت‌ها، ضعف در توسعه بعد قهرمانی و ضعف سیستم‌های فناوری و رایانه‌ای (همتی‌نژاد و خان‌زاده، ۱۳۸۷: ۴). نتایج ارزیابی عملکرد فدراسیون و کمیته‌های فدراسیون قایقرانی و اسکی روی آب نیز مؤید این مطلب است که در رشته قایقرانی، اموری مانند ایجاد زیرساخت‌ها، ایجاد باشگاه‌ها، مشارکت در جامعه، طراحی، ایجاد، تجهیز و تکمیل پیست‌های قایقرانی مورد نیاز، توسعه امکانات پیشرفته سخت‌افزاری مرتبط با ورزش قایقرانی، توسعه ساختار و سیستم‌ها و روش‌ها و توسعه امکانات نرم‌افزاری در مجموع نامناسب و ضعیف ارزیابی شده و از چالش‌های پیش روی فدراسیون هستند که باید با تلاش فراوان در پی برطرف کردن آنها باشند (علیچانی، ۱۳۸۱: ۴).

با توجه به اینکه قایقرانی رشته‌ای نسبتاً نوپاست، تا بحال تحقیقات گسترده و نظام‌مندی درخصوص بررسی مشکلات و توسعه امکانات در این رشته صورت نگرفته است، با این حال در ذیل به برخی مطالعات پراکنده در این رشته و سایر تحقیقات مشابه اشاره می‌گردد. اسدی و رضایی صوفی (۱۳۹۲) به بررسی وضعیت موجود و مطلوب نقش رسانه‌های جمعی در توسعه رشته ورزشی والیبال در دانشجویان علوم ورزشی پرداختند. نتایج آنها نشان داد، نقش رسانه بویژه تلویزیون در توسعه والیبال هم در وضعیت موجود و هم در وضعیت مطلوب قابل توجه بوده و همچنین نسبت به سایر رسانه‌ها نقش مؤثرتری دارد. همچنین، بین وضعیت موجود و مطلوب رسانه‌ها در توسعه والیبال تفاوت معناداری وجود داشت که این مسئله باید مورد توجه اهالی

صوفی‌چای اولین پیست قایقرانی آب‌های خروشان در کشور می‌باشد. همچنین می‌توان به پیست قایقرانی در آب‌های آرام اشاره کرد که بر روی این رودخانه ایجاد شده است و بیشتر جنبه تفریحی دارد. شهرستان مراغه از دیدگاه توسعه قایقرانی پتانسیل‌های بالایی را دربرمی‌گیرد. وجود رودخانه‌های پرآب در این شهرستان که عموماً از کوهستان سهند سرچشمه می‌گیرد، زمینه را برای توسعه ورزش‌های مفرح از جمله قایقرانی فراهم کرده است. به جهت قرارگرفتن مراغه در دامنه جنوبی سهند، رودخانه‌هایی نظیر صوفی‌چای که از این کوهستان سرچشمه می‌گیرند، از داخل مراغه عبور کرده و در رونق و آبادانی شهر مراغه تأثیر زیادی داشته‌اند. به خاطر همین پتانسیل‌ها، چندی پیش به صورت رسمی پیست قایقرانی آب‌های خروشان بر روی رودخانه صوفی‌چای ایجاد شد که این پیست، نخستین پیست قایقرانی آب‌های خروشان در کشور به شمار می‌رود. همچنین پیست قایقرانی اسلاوم بر روی رودخانه سبزچای از دیگر پیست‌های شهرستان می‌باشد. با توجه به شروع کار این پیست و همچنین توانمندی‌های زیادی که در سایر نقاط مراغه برای توسعه قایقرانی وجود دارد، بنابراین جهت حفظ این پیست و توسعه این توانمندی و پایداری آنها، ضرورت دارد که نقاط ضعف و قوت و همچنین فرصت‌ها و تهدیدهایی که برای توسعه قایقرانی شهرستان مراغه وجود دارد، بررسی گشته و راهبردها و راهکارهایی که می‌توانند در جهت توسعه قایقرانی شهرستان کارگشا باشد، ارائه و بررسی گردد و در این پژوهش از طریق برنامه‌ریزی راهبردی به این مهم مبادرت ورزیده می‌شود.

رشته قایقرانی نیز در ایران با چالش‌ها و مشکلات فراوانی مواجه بوده که با وجود فرصت‌های اقلیمی و جغرافیایی بسیار در عرصه گسترش این رشته تاکنون جایگاهی درخور و شایسته کسب نکرده است. مجموعه دلایل مختلفی برای این عدم توسعه‌یافتگی ذکر شده است. از جمله همتی‌نژاد و خان‌زاده در تحقیق خود با عنوان برنامه‌ریزی استراتژی کنفدراسیون قایقرانی و اسکی روی آب، تعداد کل ورزشکاران قایقرانی ایران تا سال ۱۳۸۷ را ۳۷۰۰ نفر می‌دانند. آنها نسبت اندک جمعیت ورزش قهرمانی در ایران را نسبت به سایر کشورها، از مشکلات و چالش‌های قایقرانی ایران می‌دانند. به گونه‌ای که به عنوان مثال، این نسبت در اسکاتلند به ۲۳ درصد، در کانادا ۱۲ درصد و در استرالیا ۱۱/۹ می‌باشد ولی در ایران این نسبت تنها ۲/۲۵ درصد است (همتی‌نژاد و خان‌زاده، ۱۳۸۷: ۴). همتی‌نژاد و خان‌زاده همچنین نشان دادند که در ایران

رسانه و کارشناسان و علی‌الخصوص کارشناسان رسانه‌های ورزشی قرار گیرد تا این بستر مناسب جهت توسعه و پیشبرد اهداف برای رشته والیبال بیشتر مورد استفاده قرار گیرد. قاسمی و عسگری (۱۳۹۲) در تحقیقی پوشش رسانه‌ای مدال‌آوری رشته کشتی و والیبال در مقایسه با رشته فوتبال در نیم صفحه اول روزنامه‌های ورزشی را مورد بررسی قرار دادند و در پایان به این نتیجه رسیدند که تفاوت معناداری بین تعداد تیتراژهای خبری و تصاویر مربوط به کسب مدال توسط تیم‌های ملی کشتی و والیبال در مقایسه به تیتراژهای خبری و تصاویر مربوط به رشته فوتبال در نیم‌صفحه اول روزنامه‌های منتخب وجود دارد. خالدیان و همکاران (۱۳۹۲) هم در تحقیقی به نقش رسانه‌های جمعی در توسعه ورزش پرداختند. یافته‌های آنها نشان داد که رسانه‌های جمعی به مثابه بزرگراه‌های اطلاعاتی و پل ارتباطی تأثیرگذار 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 بر عهده دارند. فرازبانی و همکاران (۱۳۹۰) نیز به بررسی امکان‌سنجی توسعه گردشگری ورزشی قایقرانی رفتینگ در رودخانه سیروان پرداختند و در پایان به این نتیجه رسیدند که به علت نبود جاده امکان برگزاری قایقرانی وجود نداشت و ۳۲ کیلومتر باقی مانده فقط امکان قایقرانی با قایق‌های کانو و کایاک در درجات مختلف وجود دارد. برخی از محققان دلایل جغرافیایی را همراه با عدم حمایت‌های مالی به عنوان عواملی چالش برانگیز در قایقرانی ذکر کرده‌اند. به عنوان مثال محمودی (۲۰۱۰) بیان داشت که خشک بودن و عدم وجود منابع کافی آبی در قاره آفریقا، فقر و ناتوانی مالی بسیاری از افراد جهت خرید تجهیزات قایقرانی، عدم فعالیت هیئت‌های قایقرانی در بسیاری از کشورهای قاره آفریقا و بودجه ناکافی دولتی، از چالش‌ها و مشکلات توسعه قایقرانی در قاره آفریقا هستند. همچنین هولی‌هان و گرین^۱ (۱۳۸۷) نیز محدودیت امکانات، بالا بودن قیمت تجهیزات، کم بودن مربیان واجد شرایط و متداول نبودن

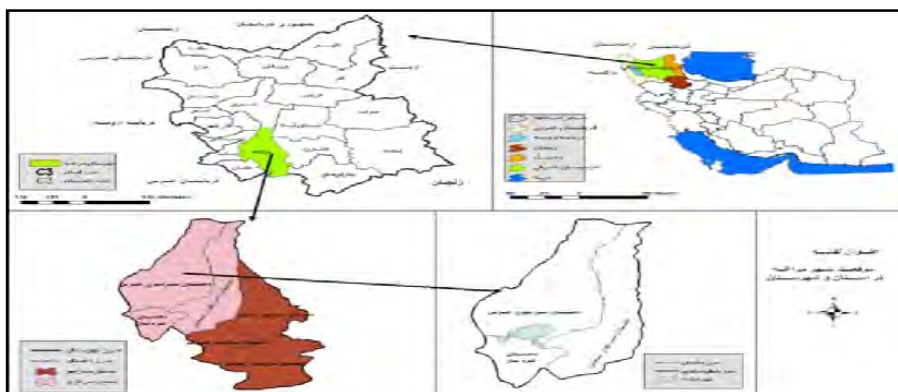
قایقرانی در مدارس را از جمله موانع و چالش‌های رشد قایقرانی روئینگ در دبیرستان‌های آمریکا می‌دانند. دی‌لپوگت^۲ (۱۹۸۰) نگرش بیشتر افراد به قایقرانی به عنوان یک تفریح (نه ورزش)، تعداد اندک افراد شرکت‌کننده در باشگاه‌های قایقرانی، مشخص نبودن تعداد شرکت‌کنندگان در فعالیت‌های قایقرانی، مهم شمرده نشدن رشته قایقرانی در کمیته المپیک استرالیا، تعلق بودجه به فدراسیون قایقرانی تنها قبل از بازی‌های المپیک، موقت بودن و کوتاه مدت بودن برنامه‌های فدراسیون قایقرانی استرالیا و اندک بودن بودجه جهت پیشرفت این رشته را از مشکلاتی می‌داند که قایقرانی استرالیا با آن مواجهه کرده است؛ ولی با تلاش‌های بی‌وقفه‌ای که در این راه صورت گرفته است توانسته به خوبی از عهده مشکلات برآید.

امروزه با توجه به اهمیت ورزش قایقرانی، بررسی مشکلات و توسعه این رشته ورزشی در کشورمان از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. ویژگی و موقعیت خاص این رشته از دو جهت قابل بررسی است؛ اول اینکه رشته قایقرانی از نظر توزیع تعداد مدال، چهارمین رشته المپیک و دومین رشته در بازی‌های آسیایی است. ثانیاً رشته قایقرانی از محدود رشته‌هایی است که علاوه بر مردان، بانوان ایرانی نیز می‌توانند بدون محدودیت و با حفظ پوشش اسلامی در مسابقات بین‌المللی شرکت کرده و برای کشور افتخارآفرینی کنند (فیروزی و همکاران، ۱۳۹۱: ۴۷).

با توجه به مطالب بیان شده آنچه ضرورت تحقیق و پژوهش در حوزه قایقرانی شهرستان مراغه را آشکار می‌کند، زمینه و استعدادی است که این شهرستان در حوزه قایقرانی برخوردار می‌باشد. وجود چند رودخانه پرآب در منطقه و مشرف بودن بر کوهستان سهند زمینه را برای توسعه قایقرانی و برگزاری مسابقات قهرمانی کاناپولوی قهرمانی کشور را فراهم نموده است. لذا ضرورت دارد تا نقش اطلاع-رسانی رسانه‌های جمعی از مسابقات قایقرانی در شهر مراغه بر توسعه این رشته و توسعه قایقرانی و احداث پیست قایقرانی بررسی گردد.

^۲. D.Alpuget

^۱. Houlihan & Green



شکل ۱- موقعیت شهر مراغه در استان و شهرستان

figure 1- Location of the city of Maragheh in the province and the city

منبع: مقاله مشکینی و همکاران (۱۳۹۱).

میانگین، انحراف معیار، فراوانی‌ها، درصدها و رسم نمودار مورد نظر بود. برای این منظور ابتدا اطلاعات دموگرافیک آزمودنی‌ها بررسی شد. آماره‌های توصیفی نیز در خصوص هر یک از متغیرهای تحقیق ارزیابی شدند. برای بررسی توزیع طبیعی متغیرها از آزمون کلموگروف اسمیرنوف، استفاده شد. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش نیز از آزمون ضریب همبستگی پیرسون، رگرسیون تک متغیره و آزمون فریدمن استفاده گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز از نرم‌افزار آماری اس. پی. اس. اس نسخه ۲۰ استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

آزمودنی‌های تحقیق حاضر را ۱۰۸ نفر از کارشناسان اداره ورزش و جوانان، مدیران تربیت‌بدنی مناطق مختلف شهرداری، اساتید تربیت‌بدنی دانشگاه‌های مراغه و کلیه مربیان، سرپرستان و مسئولان شرکت کننده در بیست و یکمین دوره مسابقات قایقرانی کانوپولوی قهرمانی کشور تشکیل داده بودند. داده‌های تحقیق در دو بخش توصیفی و استنباطی مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. در بخش توصیفی برخی ویژگی‌های دموگرافیکی پاسخ‌دهندگان پرسش‌نامه‌ها نشان داد که از لحاظ جنسیت ۸۴/۲۵ درصد مرد و ۱۵/۷۵ درصد زن بودند. از لحاظ سنی هم بیشتر پاسخ‌دهندگان پرسش‌نامه در محدوده سنی ۲۱ تا ۳۰ سال قرار داشتند (۲۷/۷۷ درصد). ۲۴/۰۷ درصد در محدوده سنی ۳۶ تا ۴۵، ۱۷/۵۹ درصد در محدوده سنی ۴۶ تا ۵۵ سال و ۱۴/۸۲ درصد در محدوده سنی کمتر از ۲۵ سال سن قرار داشتند. از لحاظ مدرک تحصیلی هم بیشتر آنها دارای مدرک لیسانس بودند (۵۱/۸۵). ۳۶/۱۲ درصد آنها دارای فوق لیسانس و بالاتر و ۱۲/۰۳ درصد آنها مدرک دیپلم داشتند. از لحاظ وضعیت اشتغال هم ۳۴/۲۶ درصد

روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق از نظر روش و ماهیت توصیفی-تحلیلی بوده و از حیث هدف پژوهش در دسته تحقیقات کاربردی قرار دارد. جامعه آماری پژوهش حاضر را کارشناسان اداره ورزش و جوانان، مدیران تربیت‌بدنی مناطق مختلف شهرداری، اساتید تربیت‌بدنی دانشگاه‌های مراغه و کلیه مربیان، سرپرستان و مسئولان شرکت‌کننده در بیست و یکمین دوره مسابقات قایقرانی کانوپولوی قهرمانی کشور تشکیل داده بودند که این مسابقات در شهریور ماه ۹۶ در شهرستان مراغه برگزار گردید و تعداد کل آنها ۱۰۸ نفر بودند. با توجه به محدود بودن جامعه آماری، برای نمونه‌گیری از روش سرشماری استفاده گردید؛ یعنی کل جامعه آماری به عنوان نمونه انتخاب شدند. برای جمع‌آوری داده‌ها از روش کتابخانه‌ای و مطالعه میدانی با استفاده از ابزارهایی نظیر مصاحبه و پرسشنامه محقق ساخته استفاده گردید که با استفاده از مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت طبقه‌بندی شده بودند که گزینه بسیار زیاد معادل (۵) و گزینه بسیار کم (۰) بود. پرسش‌نامه شامل ۳۲ سؤال و چهار خرده مقیاس (الف- فرهنگ‌سازی رسانه‌های جمعی هشت سؤال، ب- آموزشی رسانه‌های جمعی هشت سؤال، ج- اطلاع‌رسانی رسانه‌های جمعی هشت سؤال، د- ایجاد مشارکت اجتماعی رسانه‌های جمعی هشت سؤال) در زمینه نقش اطلاع‌رسانی رسانه‌های جمعی از مسابقات قایقرانی در شهر مراغه بر توسعه این رشته بود. روایی این پرسش‌نامه توسط پنج تن از اساتید دکترای مدیریت و برنامه‌ریزی تربیت‌بدنی تعیین شد و پایایی آنها نیز از طریق ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۲ بدست آمد. در ادامه پس از جمع‌آوری همه پرسش‌نامه‌ها، داده‌های تحقیق ابتدا از دیدگاه توصیفی برای تعیین

همان‌طور که در جدول یک مشاهده می‌شود بین نقش اطلاع‌رسانی رسانه‌های جمعی از مسابقات قایقرانی با توسعه رشته قایقرانی رابطه‌ای مستقیم با شدتی نسبتاً قوی و مقدار ۶۱ درصد وجود دارد؛ به عبارت دیگر افزایش اطلاع‌رسانی رسانه‌های جمعی از مسابقات قایقرانی در شهر مراغه با شدتی قوی با افزایش توسعه قایقرانی همراه است. برای بررسی رابطه خطی و تأثیر اطلاع‌رسانی رسانه‌های جمعی از مسابقات قایقرانی در شهر مراغه با توسعه رشته قایقرانی از دیدگاه کارشناسان اداره ورزش و جوانان، مدیران تربیت‌بدنی مناطق مختلف شهرداری، اساتید تربیت‌بدنی دانشگاه‌های مراغه و کلیه مربیان، سرپرستان و مسئولان شرکت‌کننده در بیست و یکمین دوره مسابقات قایقرانی کانوپولوی قهرمانی کشور از آزمون رگرسیون استفاده شد که نتایج آن در جدول دو درج شده است.

جدول ۱- نتایج آزمون همبستگی پیرسون بین رسانه‌های جمعی با توسعه رشته قایقرانی

Table 1- Pearson correlation test results among mass media with development of sailing

متغیر پیش بین	متغیر ملاک	ضریب همبستگی پیرسون (R)	سطح معناداری (P)
رسانه‌های جمعی	توسعه قایقرانی	۰٫۶۱۴**	۰٫۰۰۱

**در سطح $P=0/001$ معنادار است.

جوانان، مدیران تربیت‌بدنی مناطق مختلف شهرداری، اساتید تربیت‌بدنی دانشگاه‌های مراغه و کلیه مربیان، سرپرستان و مسئولان شرکت‌کننده در بیست و یکمین دوره مسابقات قایقرانی کانوپولوی قهرمانی کشور، تفاوت وجود دارد از آزمون فریدمن استفاده شده است که نتایج آن در جدول سه نشان داده شده است.

همان‌طور که در جدول دو مشاهده می‌شود ستون ضرایب استاندارد شده، سهم اثر معنی‌دار رسانه‌های جمعی با توسعه رشته قایقرانی را نشان می‌دهد که $0/584$ واحد است. با توجه به ضریب تعیین بدست آمده (R^2)، چنین استنباط می‌شود که رسانه‌های جمعی ۳۶ درصد از واریانس متغیر ملاک (توسعه رشته قایقرانی) را تبیین می‌کند. برای آزمون این فرضیه که، بین اولویت‌بندی مؤلفه‌های رسانه‌های جمعی از دیدگاه کارشناسان اداره ورزش و

جدول ۲- جدول رگرسیونی تأثیر اطلاع‌رسانی رسانه‌های جمعی از مسابقات قایقرانی بر توسعه رشته قایقرانی

Table 2- Regression table The effect of informing mass media about sailing competitions on the development of sailing

P	t	R2	ضرایب استاندارد شده	ضرایب استاندارد نشده	شاخص
			Beta	B	
$<0,001$	۱۲٫۶۳	۰٫۳۶	۰٫۶۱۴	۴٫۳۶	ثابت
۰٫۰۲۱	۶٫۱۴			۰٫۰۴۸	رسانه‌های جمعی

جدول ۳- آزمون فریدمن برای تعیین تفاوت اولویت‌بندی مؤلفه‌های رسانه‌های جمعی از دیدگاه کارشناسان

Table 3- Friedman Test to Determine the Differentiation of Prioritization of Mass Media Components from the Experts' Point of View

ردیف	مؤلفه	تعداد	میانگین رتبه	خی دو	درجه آزادی	سطح معناداری
۱	اطلاع‌رسانی رسانه‌های جمعی	۱۰۸	۳/۳۶			
۲	فرهنگ‌سازی رسانه‌های جمعی	۱۰۸	۳/۱۴	۸۶/۴۸	۳	*.۰.۰۰۱
۳	آموزشی رسانه‌های جمعی	۱۰۸	۲/۲۷			
۴	مشارکت اجتماعی رسانه‌های جمعی	۱۰۸	۲/۲۴			

* در سطح $P \leq 0.001$ معنادار است.

جمعی (۳/۳۶) بیشترین و عامل مشارکت اجتماعی رسانه‌های جمعی (۲/۲۴) کمترین رتبه را دارند. همچنین برای آزمون این فرضیه که، بین اولویت‌بندی انواع رسانه‌های جمعی از دیدگاه کارشناسان اداره ورزش و جوانان، مدیران تربیت‌بدنی مناطق مختلف شهرداری، اساتید تربیت بدنی دانشگاه‌های مراغه و کلیه مربیان، سرپرستان و مسئولان شرکت کننده در بیست و یکمین دوره مسابقات قایقرانی کانوپولوی قهرمانی کشور، اختلاف معنی‌داری وجود دارد ($P < 0.001$ و $X^2 = 62/24$). بنابراین فرضیه‌ی حکم مبنی بر وجود تفاوت معنی‌دار بین مؤلفه‌های رسانه‌های جمعی از دیدگاه کارشناسان و متخصصان تأیید می‌گردد. بین عوامل موجود، عامل اطلاع‌رسانی رسانه‌های

با توجه به نتایج بدست آمده بین میانگین مؤلفه‌های رسانه‌های جمعی از دیدگاه کارشناسان اداره ورزش و جوانان، مدیران تربیت‌بدنی مناطق مختلف شهرداری، اساتید تربیت بدنی دانشگاه‌های مراغه و کلیه مربیان، سرپرستان و مسئولان شرکت کننده در بیست و یکمین دوره مسابقات قایقرانی کانوپولوی قهرمانی کشور، اختلاف معنی‌داری وجود دارد ($P < 0.001$ و $X^2 = 62/24$). بنابراین فرضیه‌ی حکم مبنی بر وجود تفاوت معنی‌دار بین مؤلفه‌های رسانه‌های جمعی از دیدگاه کارشناسان و متخصصان تأیید می‌گردد. بین عوامل موجود، عامل اطلاع‌رسانی رسانه‌های

جدول ۴- آزمون فریدمن برای تعیین تفاوت اولویت‌بندی انواع رسانه‌های جمعی از دیدگاه کارشناسان

Table 4- Friedman Test to Determine the Differentiation of Prioritization of Mass Media Types from the Experts' Viewpoint

ردیف	مؤلفه	تعداد	میانگین رتبه	خی دو	درجه آزادی	سطح معناداری
۱	تلویزیون	۱۰۸	۳/۵۶			
۲	شبکه‌های مجازی	۱۰۸	۳/۴۳	۹۴/۲۶	۳	*.۰.۰۰۱
۳	مطبوعات	۱۰۸	۳/۰۶			
۴	رادیو	۱۰۸	۲/۸۲			

* در سطح $P \leq 0.001$ معنادار است.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از اجرای این تحقیق بررسی نقش اطلاع‌رسانی رسانه‌های جمعی از مسابقات قایقرانی در شهر مراغه بر توسعه این رشته بود. مسائل فرهنگی و اجتماعی در هر جامعه‌ای متأثر از عوامل مختلفی است، این عوامل می‌توانند باورها، نگرش‌ها و عملکردها را تحت تأثیر خود قرار دهند. در این میان رسانه‌های گروهی یکی از ابزارهای اساسی برای بررسی مسائل اجتماعی،

با توجه به نتایج بدست آمده بین میانگین انواع رسانه‌های جمعی از دیدگاه کارشناسان و متخصصان، اختلاف معناداری وجود دارد ($P < 0.001$ و $X^2 = 62/24$). بنابراین فرضیه‌ی حکم مبنی بر وجود تفاوت معنادار بین مؤلفه‌های رسانه‌های جمعی از دیدگاه کارشناسان و متخصصان تأیید می‌گردد. بین عوامل موجود، عامل تلویزیون (۳/۵۶) بیشترین و عامل رادیو (۲/۸۲) کمترین رتبه را دارند.

مؤثری در انتقال دانش، مهارت، نگرش‌ها و اطلاعات در سطح جامعه بر عهده دارد. با توجه به اثر ورزش در ابعاد مختلف زندگی فردی و اجتماعی و اهمیت توسعه آن در سطح ملی و نقش واسطه رسانه در این مهم، شناخت نقش رسانه در توسعه ورزش و برنامه‌ریزی‌های مناسب برای آن ضرورت پیدا کرده است. رسانه‌های گروهی نقشی مؤثر در تغییر نگرش افراد جامعه نسبت به ورزش دارند و هرچه این نقش با توجه به ملاحظاتی چون شناخت نیازها، روش‌های مؤثر ارتباطی و رویکردهای روان‌شناختی صورت پذیرد، اثرگذارتر خواهند بود. وسایل ارتباط جمعی می‌تواند در توسعه با انتشار و گسترش اندیشه‌های نو در بیداری وجدان عمومی و تنویر افکار عمومی، نقش مؤثر، آموزش‌دهنده و رهبری‌کننده ایفا کند (خالدیان، ۱۳۹۲: ۵).

یافته‌های دیگر تحقیق بیانگر آنست که بین اولویت‌بندی مؤلفه‌های رسانه‌های جمعی از دیدگاه کارشناسان اداره ورزش و جوانان، مدیران تربیت‌بدنی مناطق مختلف شهرداری، اساتید تربیت‌بدنی دانشگاه‌های مراغه و کلیه مربیان، سرپرستان و مسئولان شرکت‌کننده در بیست و یکمین دوره مسابقات قایقرانی کانوپولوی قهرمانی کشور تفاوت وجود دارد. نتایج این بخش از تحقیق با یافته‌های ایرج‌پور و همکاران (۱۳۹۶)، کردی (۱۳۸۶)، روشندل (۱۳۸۶) و گرین وود (۱۹۹۶) همخوانی دارد. با توجه به نتایج تحقیق حاضر، به نظر می‌رسد که نقش‌های چهارگانه اطلاع‌رسانی، مشارکت اجتماعی، آموزشی و فرهنگ‌سازی از کارکردهای مهم رسانه‌های جمعی هستند و در توسعه فرهنگی ورزش کشور من جمله رشته قایقرانی نقش به‌سزایی دارند. مسئولان ورزشی و رسانه‌ای باید به نقش مهم ورزش از جمله ورزش قایقرانی در بسترسازی فضای سلامت و نشاط عمومی جامعه واقف باشند و با تشکیل کمیته رسانه در فدراسیون قایقرانی، به توسعه فرهنگی این ورزش کمک کنند و مسئولان رسانه‌ای نیز باید زمان و مکان مورد نیاز برای اطلاع‌رسانی ورزش قایقرانی در مکان‌هایی که امکان فعالیت و توسعه این رشته وجود دارد را در نزد آحاد مختلف جامعه مهیا کرده و در این راستا نقش خود را به درستی ایفا کنند. بی‌شک اگر کارشناسان رسانه‌ای در زمینه موضوعات و مسائل روز ورزش قایقرانی دانش و شناخت کافی داشته باشند، می‌توانند نقش مثبتی را در اشاعه فرهنگ ورزش قایقرانی بر عهده داشته باشند. علاوه بر تشکیل کمیته رسانه‌ای در فدراسیون ورزش قایقرانی، مسئولان ورزشی و رسانه‌ای باید آگاه باشند و بدانند

اطلاع‌رسانی، آموزشی و عامل بسیار مؤثری در شکل‌گیری ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی به شمار می‌آیند. یکی از مسائل اجتماعی و فرهنگی که در سال‌های اخیر رشد چشمگیر داشته و آحاد مردم را تحت تأثیر قرار داده است تربیت بدنی و ورزش و از جمله رشته قایقرانی است (خالدیان، ۱۳۸۹: ۵). از این رو در این تحقیق به بررسی نقش اطلاع‌رسانی رسانه‌های جمعی از مسابقات قایقرانی در شهر مراغه بر توسعه این رشته پرداخته شد.

یافته‌های بخش اول تحقیق حاضر نشان بین اطلاع‌رسانی رسانه‌های جمعی از مسابقات قایقرانی با توسعه رشته قایقرانی رابطه معناداری با شدت قوی ($R^2 = 0/614$) وجود دارد. به این معنی که با افزایش اطلاع‌رسانی رسانه‌های جمعی از مسابقات قایقرانی، توسعه رشته قایقرانی افزایش پیدا می‌کند. رابطه بین رسانه‌های جمعی و ورزش رابطه متقابلی است که دارای جنبه‌های مثبت و منفی می‌باشد. برخی به وجود رابطه بین رسانه و ورزش بدین گونه اشاره می‌کنند که ورزش در جلب مخاطب به رسانه‌ها کمک قابل توجهی می‌کند، اما این که رسانه‌ها به همان اندازه در جهت اشاعه ورزش فعالیت می‌کنند یا نه جای تردید دارد. این نتیجه با یافته‌های اسدی و رضایی صوفی (۱۳۹۲)، خالدیان و همکاران (۱۳۸۹)، مول^۱ (۱۹۹۷)، گرین وود^۲ (۱۹۹۶)، و جکسون^۳ (۱۹۹۲) همسو می‌باشد. مول (۱۹۹۷) در تحقیق خود با عنوان مدیریت اوقات فراغت، دریافت که رابطه معناداری بین رسانه و توسعه ورزش قهرمانی و همگانی وجود دارد. همچنین، گرین وود (۱۹۹۶) در پژوهشی به وجود رابطه معنادار بین تبلیغات رسانه‌ای و تغییر نگرش به فعالیت‌بدنی مشاهده کرد. جکسون (۱۹۹۱) نیز در تحقیق خود به این نتیجه رسید که رسانه‌های جمعی بر آگاهی مردم در مورد فعالیت بدنی و تغییر رفتار و گرایش به فعالیت بدنی تأثیر دارد. یافته‌های دیگر این تحقیق بیانگر آنست که رابطه خطی و معناداری بین اطلاع‌رسانی رسانه‌های جمعی از مسابقات قایقرانی با توسعه رشته قایقرانی وجود دارد و متغیر اطلاع‌رسانی رسانه‌های جمعی از مسابقات قایقرانی قادر است که تغییرات توسعه رشته قایقرانی را تبیین کند. به این معنی که با افزایش مؤلفه اطلاع‌رسانی رسانه‌های جمعی از مسابقات قایقرانی، تغییرات توسعه رشته قایقرانی افزایش پیدا می‌کند و اطلاع-رسانی رسانه‌های جمعی از مسابقات قایقرانی پیش‌بینی مناسبی برای تغییرات توسعه رشته قایقرانی می‌باشد. ارتباطات نقش

³. Jackson

¹. Mull

². Greenwood

با توجه به وضعیت موجود رسانه‌ها در توسعه ورزش و با توجه به در نظر گرفتن جایگاه ویژه رسانه‌های جمعی به دلیل برد وسیعی که دارند، یکی از بهترین وسایل آموزش، آگاهی و فرهنگی هستند که اگر درست به کار گرفته شوند، می‌توانند در جهت پیشبرد اهداف و توسعه ورزش و از جمله توسعه رشته قایقرانی در جامعه به خوبی عمل کنند. بنابراین با وجود تأثیر رسانه‌های جمعی بر توسعه ورزش، لازم است که مسئولین مربوطه توجه مناسب و مطلوبی به این مسئله داشته باشند و در برنامه‌ریزی و برنامه‌سازی خود زمان لازم را به این امر اختصاص دهند. در مورد نقش مهم رسانه‌ها بر توسعه ورزش، جکسون (۱۹۹۱) میزان اثر رسانه‌های جمعی را بر افزایش آگاهی و نگرش مردم نسبت به ورزش ۸۷ درصد بیان کرد. همچنین، محققان استرالیایی رابطه معناداری بین تبلیغ رسانه‌ها و شرکت در ورزش ندیدند، اما بین تبلیغ رسانه‌ها و تغییر نگرش نسبت به ورزش رابطه معناداری مشاهده کردند (بومن و همکاران^۱، ۲۰۰۱).

در پایان می‌توان اینطور نتیجه‌گیری کرد که ارتباط معناداری بین نقش اطلاع‌رسانی رسانه‌های جمعی از مسابقات قایقرانی در شهر مراغه بر توسعه این رشته وجود دارد و رسانه‌های جمعی می‌توانند تغییرات توسعه رشته قایقرانی را پیش‌بینی کنند. پس بهتر است که مسئولان مربوطه از رسانه‌های جمعی در جهت شناخت بهتر رشته قایقرانی در سطح جامعه اقدام کنند و با فراهم‌آوری زیرساخت‌ها و تجهیزات آن، پیشرفت بیشتر و هرچه بهتر آن را بوجود آورند. لذا با توجه به یافته‌های پژوهش پیشنهاد می‌شود برای توسعه قایقرانی و جذب ورزشکاران ورزشی در شهر مراغه با تبلیغات و اطلاع‌رسانی بیشتر از طریق رسانه‌های جمعی و به سبب وجود انواع راه‌های دسترسی مناسب (راه آهن، هوایی، زمینی) که سبب ایجاد رابطه بهتر و بیشتر میان مراکز جمعیت، شهرها و استان‌های کشور با این شهر شده است، با برگزاری رویدادهای ورزشی شناخت افراد از این منطقه را افزایش داده و باعث جذب افراد و ورزشکاران بیشتری به شهر مراغه شوند.

ارائه راهکارهای اجرایی: در پایان دو راهکار اجرایی زیر ارائه می‌گردد:

۱- با استفاده از فناوری اطلاعات و رسانه‌های پیشرفته و با بهره‌گیری از متخصصین قایقرانی، با وجود پتانسیل قوی این رشته، به توسعه قایقرانی در شهر مراغه کمک کنند و با تجهیز پیست قایقرانی مراغه به تجهیزات مناسب و امکانات رفاهی،

که ورزش قایقرانی متعلق به بطن و متن جامعه است و به عنوان بنیاد ورزش قهرمانی از آن یاد می‌شود، بنابراین باید به هر نحوی با برنامه‌سازی مناسب در رسانه‌های جمعی، مردم و به ویژه جوانان را در مکان‌هایی که امکان توسعه این رشته وجود دارد (مانند شهر مراغه) به سوی این ورزش سوق دهند و میزان مشارکت آنها را در امر ورزش افزایش دهند، در این صورت می‌توان گفت رسانه‌ها به نقش مشارکت اجتماعی خود به درستی عمل کرده‌اند. در این راستا، هدف رسانه‌های جمعی خصوصاً ورزشی باید افزایش مخاطبان و انعکاس نظر آنها درباره ورزش، بررسی مشکلات و دیدگاه‌های مردم درباره ورزش قایقرانی و همچنین تلاش برای حضور سازمان‌های غیر ورزشی در امر توسعه فرهنگ ورزش قایقرانی باشد. مسئولان ورزشی و رسانه‌ای باید به مقوله آموزش به عنوان سلاحی تأثیرگذار در بسط و گسترش فرهنگ ورزش (همانند ورزش قایقرانی) بنگرند. بنابراین در این راستا باید برنامه‌هایی تهیه، تدوین و به معرض نمایش درآید که در جهت ارتقای سطح معلومات و دانش عمومی مردم نسبت به مقوله ورزش قایقرانی باشد و نقش آن را در افزایش و حفظ سلامتی بدرستی نشان دهد.

نتایج تحقیق نشان داد که بین اولویت‌بندی انواع رسانه‌های جمعی از دیدگاه کارشناسان اداره ورزش و جوانان، مدیران تربیت‌بدنی مناطق مختلف شهرداری، اساتید تربیت‌بدنی دانشگاه‌های مراغه و کلیه مربیان، سرپرستان و مسئولان شرکت‌کننده در بیست و یکمین دوره مسابقات قایقرانی کانوپولوی قهرمانی کشور تفاوت وجود دارد و از دیدگاه کارشناسان، در توسعه رشته قایقرانی نقش تلویزیون بیشتر از رادیو، مطبوعات و شبکه‌های مجازی است. از آنجایی که گل سر سبد رسانه‌های جمعی تلویزیون بوده و نقش گسترده‌ای در پوشش مخاطب دارد، این نتیجه می‌تواند منطقی باشد. این امر هم می‌تواند ناشی از ویژگی‌هایی همچون دسترسی آسان، سرعت عمل و اعتبار و اصالت آشکار تلویزیون باشد که توانست، حضوری جدی در میان مردم پیدا کند و همین امر موجب اقبال بیشتر و گسترش مخاطبین انبوه برای ورزش شد و این رسانه را رقیب عمده نشریات عامه پسند کرد. اما در این راستا رادیو کمترین نقش را داشته است و یا به عبارتی دیگر از دیدگاه کارشناسان، رادیو آن طور که باید و شاید در زمینه توسعه قایقرانی نمی‌تواند عملکرد مناسبی داشته باشد. این امر شاید به دلیل استفاده صرف از صدا، توجه کمتر به رادیو نسبت به تلویزیون، محدود بودن زمان پخش پیام و سریع بودن آن باشد.

¹.Bauman and etal

رسانه‌هایی همچون تلویزیون، رادیو، مطبوعات و ... کمک شایانی جهت توسعه هرچه بیشتر این رشته در این شهرستان و کشور خواهد شد.

ضمن بهبود برگزاری مسابقات قایقرانی در سطح ملی و حتی بین‌المللی باعث جذب بیشتر ورزشکاران ورزشی به این منطقه شوند.

۲- با پخش مسابقات قایقرانی کانوپولوی کشور که هر ساله در شهرستان مراغه برگزار می‌شود و اطلاع‌رسانی آن از طریق

The first international conference on tourism and sustainable development, Marvdasht, Islamic Azad University. (persian)

References

1. Alijani, E. (2002). Review of the status quo and compilation of indices of talent identification in the field of athletics. *Journal of Sport Sciences Research*, 4 (1): 1-23. (persian)
2. Asadi, A. , Rezaei Sufi, M. (2014). Investigating the status and desirability of the role of mass media in the development of volleyball sport in sport science students. *Communication Management in Sports Media*, 2 (5): 59-63. (persian)
3. Bauman Adrian E. Bill Bellew, Neville owen, Philip Vita (2001). Impact of an Australian Mass Media Campaign Targeting physical activity in 1998. *Am, J. Prev. Vol 21, No. 1.*
4. D. Alpuget, L. (1980). *Yachting in Australia*. Melbourne: Hutchinson Group, 85.
5. David, Fred. R (2000). Strategic management. Translation by Ali Parsaeian and Seyyed Mohammad Arabi, Tehran: Office of Cultural Studies, Twenty-ninth, 266 and 345.
6. Federation of Sailing. (2015). History of Sailing. Website of Sailing Federation, Access on 95/10/14, <http://www.icf.ir/index.aspx?pageid=139 siteid = 1> (persian)
7. Federation of Sailing. (2013). Report on the Results of the Assessment of the Performance of the Federation and Committees of the Islamic Sailing and Skiing Federation of the Islamic Republic of Iran. available on 95/10/14, <http://www.icf.ir>. (persian)
8. Farazyani, F. , Motamedian, A. , Ehsani, M. , Kouzchian, H. (2011). Feasibility study on the development of sport tourism sailing in Sirvand Roodkhan. The first international conference on tourism and sustainable development, Marvdasht, Islamic Azad University. (persian)
9. Firoozi, M. , Razavi, M. H. , Farzan, F. (2012). Examining the Challenges and Problems of Medal Fields in Iranian Athletics, Sailing and Swimming. *Research Paper on Sport Management and Behavioral Behavior*, 8 (15): 37-66. (persian)
10. Ghasemi, H. , Asgari, B. (2013). Media coverage of the ship and volleyball medal in comparison with the field of football in the first half of the sports newspaper. *Communication Management in Sports Media*, 1 (2): 56-63. (persian)
11. Greenwood, R. & Hinnigs, R. (1996). Understanding radical organizational change, bringing together the old and new institutionalism. *Academy of Management Review*, 21 (4): 1022° 1054 .
12. Hemedinejad, M. A. , Khanzadeh, S. (2008). Strategic Planning of the Federation of Sailing and Skiing. Selected Articles of the National Conference on Sport Management with an emphasis on the 20-year vision of the Islamic Republic of Iran, Tehran: National Olympic Academy, P: Abstract articles. (persian)
13. Houlihan, B. , Green, M. (2008). *Comparative Elite Sport Development: Systems, Structures and Public Policy*. Butterworth - Heinemann press. Linacre House, JordanHill, Oxford, 101.
14. Jackson, J. (1991). Mass participation in physical recreation, *Journal of recreation*, 49 (3): 33° 38 .

15. Irajpor, A. , Mojarrad, N. , Dabbagh, F. (2016). Investigating the role of mass media in the cultural development of public and professional sports. Two quarterly reports on management and development of sport, 5 (2): 35-52. (persian)
16. Khalidian, M. , Mostafaei, F. , Samadi, M. , Kia, F. (2013). The role of mass media in the development of sport. Communication Management in Sports Media, 1 (2): 48-56. (persian)
17. Kuordi, M. R. (2007). Investigating the Role of Media and Press in Iranian Sport, Research Plan, Educational and Sports Science Institute.
18. Mahmoudi, z. (2010). Canoe and kayak in Africa. ICF Coaches Conference, Ottawa. November 2010, p collection articles abstract.
19. Morvarid, Y. (1993). Maragheh, in terms of the situation: natural, social, economic. Historical. First edition, Tehran: Scientific publication, 12. (persian)
20. Meshkini, A. , Soultanzadeh, A. , Rahmati, A. , Zarei, Y. (2012). The Opportunities and Challenges of Development of the Tourism Industry of Maragheh City. Quarterly Journal of Economics and Urban Management, No. 1: 83-101. (persian)
21. Mull R, Kathryn F, Bayless G, Ross CM, Jamieson LM. (1997). Recreational sport management. Human Kinetics 3rd Ed.
22. Roshandel Arbatani, T. (2007). Determine the place of mass media to institutionalize public sport in the country. Movement Journal, 33: 165-178. (persian)
23. Statistics Center of Iran. (2012). Central Bank of the Islamic Republic of Iran. Total Economic Statistics, Economic Statistics Office, Household Budget Survey Circle, page Statistical. (persian)



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی