

## توسعه ورزش از طریق تلویزیون در ایران

دکتر حمید قاسمی<sup>۱</sup>، دکتر سید امیر احمد مظفری<sup>۲</sup>، دکتر علی محمد امیرتاش<sup>۳</sup>

۱. استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج

۲. معادل استاد دانشگاه تربیت معلم تهران

۳. دانشیار واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی

تاریخ دریافت مقاله: ۸۶/۰۷/۱۴ تاریخ پذیرش مقاله: ۸۶/۰۷/۲۹

### چکیده

توسعه ورزش، از موضوعات مهم در توسعه ملی است و تلویزیون نقش مهمی در این زمینه دارد. هدف این پژوهش، بررسی نقش تلویزیون در توسعه ورزش و تهیه الگویی کاربردی به منظور هماهنگی برنامه‌های آن برای توسعه ورزش بود. نمونه آماری این تحقیق شامل چهار گروه دست‌اندرکار در رسانه‌های ورزشی، شامل مدیران رسانه‌های ورزشی، کارشناسان رسانه‌های ورزشی، مدیران ورزش و کارشناسان مدیریت ورزش بود. جامعه آماری ۵۶۰ نفر و نمونه آماری ۳۴۲ نفر بودند. نمونه تعیین شده با پرسشنامه محقق‌ساخته‌ای به پرسش‌های مربوط به نقش برنامه‌های تلویزیون در دو موقعیت وضع موجود و مطلوب در توسعه ورزش ایران، پاسخ دادند. ۴۱ سؤال پرسشنامه در پنج عامل مؤلفه‌های ورزش، منابع مالی، منابع انسانی، فرهنگی - اجتماعی و آموزشی - پژوهشی مطرح شدند. روش تحقیق از نوع توصیفی و علی مقایسه‌ای بود و داده‌ها از راه پیمایشی جمع‌آوری شد. بین نقش موجود برنامه‌های ورزشی تلویزیون با نقش مطلوب آن در هر پنج عامل توسعه ورزش اختلاف معنی‌داری وجود داشت. از دیدگاه آزمودنی‌ها، اولویت نخست در پنج عامل مورد نظر برای وضع مطلوب برنامه‌های ورزشی تلویزیون در توسعه ورزش، عبارت بود از توسعه ورزش همگانی، توسعه صنعت ورزش، انتخاب مدیران متخصص، کاهش استفاده از دخانیات و مواد مخدر، طراحی، ساخت و کاربرد تأسیسات ورزشی به صورت علمی و مبتنی بر استانداردها. با توجه به یافته‌های پژوهش می‌توان نتیجه گرفت برای دستیابی به وضعی مطلوب در توسعه ورزش از طریق تلویزیون، در برنامه‌ریزی‌ها و برنامه‌سازی‌های تلویزیونی، باید به اولویت‌های تعیین شده توجه کرد. در همین راستا و براساس اولویت‌های تعیین شده، یک الگوی کاربردی اقتضایی تهیه شد.

کلیدواژه‌های فارسی: برنامه‌های ورزشی، توسعه ورزش، مدیران رسانه.

## مقدمه

امروزه اهمیت ورزش‌های رسانه‌ای شده در دو بعد کمیت و کیفیت قابل بررسی است. کمیت رویدادهای ورزشی رسانه‌ای با تماشاگران میلیونی تلویزیونی، آن را به سوی بهبود کیفیت و قراردادهای رسانه‌ای گرانبها، پیش برده است (۱). وظیفه رسانه‌های گروهی، تلاش برای ایجاد همبستگی، تبادل عقاید و هیجان‌ات و بهبود شاخص‌های فرهنگی همراه با شکل‌دهی عقاید عمومی درباره موضوعات مختلف اجتماعی است (۲). تلویزیون به دلیل سطح پوشش گسترده مخاطب، نقش زیادی در مقایسه با دیگر رسانه‌های گروهی دارد (۳). در سال‌های اخیر ورزش تلویزیونی، به منزله پدیده‌ای با تأثیر جهانی، تغییرات وسیعی در دامنه فعالیت‌ها، فناوری‌ها، کاربرد عمومی، درآمد و توسعه داشته است (۴). توسعه ورزش، یکی از اهدافی است که رسانه‌های ورزشی در فعالیت‌های خود دنبال می‌کنند. مفهوم توسعه، حرکتی در جهت وضعیتی بهتر است که هیچ‌گاه پایان نمی‌پذیرد، زیرا در هر نقطه شرایطی برای بهتر شدن وجود دارد (۵،۶). توسعه در ورزش نیز شبیه دیگر زمینه‌ها در محورهای مختلفی صورت می‌گیرد، برای مثال در توسعه کشورها، محورهایی چون کشاورزی، صنعت، اقتصاد یا حتی ورزش مورد توجه قرار می‌گیرند (۵،۷). در سند طرح جامع توسعه ورزش کشور، محورهای مختلفی برای توسعه ورزش در نظر گرفته شده است که عبارتند از مؤلفه‌های ورزش، منابع مالی، نیروی انسانی، فرهنگ، محیط حقوقی، علم ورزش، تأسیسات و تجهیزات (۷).

منظور از مؤلفه‌های ورزش به عنوان یک عامل توسعه، سازمان‌های اجتماعی ورزش است. انواع سازمان‌های اجتماعی ورزش عبارتند از: ورزش تربیتی، ورزش همگانی، ورزش قهرمانی، ورزش حرفه‌ای، ورزش نهادها، ورزش بانوان، ورزش معلولان، ورزش بومی و محلی (۷،۸). منظور از ورزش تربیتی، ورزش در مدارس و دانشگاه‌هاست (۷،۹). ورزش همگانی به سازمان‌هایی اشاره دارد که برای گسترش تعداد شرکت‌کنندگان در فعالیت‌های ورزشی بدون محدودیت‌های سنی، جنسیت، معلولیت و غیره با هدف سلامت و تفریح تلاش می‌کنند (۷،۸،۱۰). ورزش قهرمانی سازمان‌هایی چون فدراسیون‌های ورزشی را دربرمی‌گیرد که برای بهبود کمیت و کیفیت مدال‌های ورزشی ملی در رویدادها تلاش

می‌کنند (۷). در ورزش حرفه‌ای، سازمان‌هایی چون باشگاه‌ها مدنظرند که برای درآمد بیشتر در رویدادهای ورزشی تلاش می‌کنند (۱۱، ۷، ۱۲). ورزش بانوان و معلولان به سازمان‌هایی اشاره دارد که به‌طور اختصاصی برای پیشرفت ورزش این گروه‌ها فعالیت می‌کنند (۷، ۸). نتایج بررسی‌های مختلف، نقش تلویزیون در توسعه برخی از مؤلفه‌های ورزشی به ویژه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای را تایید کرده‌اند و برخی از تحقیقات نیز یکی از مهم‌ترین دلایل فقدان توسعه لازم در برخی از مؤلفه‌ها، مثل ورزش همگانی-تفریحی و تربیتی را بی‌توجهی رسانه‌ها از جمله تلویزیون دانسته‌اند (۱۶-۱۳، ۸).

منابع مالی به‌عنوان دیگر عامل توسعه ورزش، به راه‌های مختلف اثربخش در درآمدزایی و هزینه در سازمان‌های ورزشی گفته می‌شود. با توجه به اینکه اجرای طرح‌ها و برنامه‌های ورزشی به منابع مالی نیاز دارد، از اهمیت زیادی برخوردار است (۸). این عامل، شامل منابع دولتی، عمومی (مثل شهرداری‌ها) و خصوصی است، از این رو موضوعاتی را دربرمی‌گیرد که به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم به درآمدزایی در ورزش کمک می‌کنند (۷). برای مثال تصمیم‌گیری‌های دولت در بودجه دولتی ورزش، بهبود صنعت ورزش، بهبود انگیزه خانواده‌ها برای هزینه کردن در ورزش، تفریحات سالم و سلامت، بهبود انگیزه سرمایه‌داران برای سرمایه‌گذاری در ورزش، توسعه گردشگری ورزشی و غیره، موضوعاتی هستند که به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم در بهبود منابع مالی نقش دارند. نتایج بررسی‌های سجادی (۱۳۷۸)، سینفزون و ژانگ (۲۰۰۶)، هوم (۲۰۰۵)، لی (۲۰۰۵)، ال لاینر (۱۹۹۵)، یارلس (۱۹۹۴)، بارنی (۱۹۹۳)، مکالون (۱۹۹۲)، زسویک (۱۹۸۵)، نقش تلویزیون در توسعه منابع مالی سازمان‌های ورزشی را تایید کرده‌اند.

نیروی انسانی از دیگر عوامل در توسعه ورزش است. مهم‌ترین دلیل پیشرفت کشورهای پیشرفته، نیروی انسانی است (۱۷). ورزش برای پیشرفت به نیروی انسانی مناسب نیاز دارد. برخی از موضوع‌هایی که در این محور مطرح می‌شوند عبارتند از نظام شرایط احراز، انتخاب بهترین‌ها، بهبود فرهنگ و تخصص نیروهای داوطلب (افتخاری) و آموزش (۷، ۸). نتایج بررسی‌های میرفخرایی (۱۳۸۱)، کشاورز (۱۳۸۱)، داودی (۱۳۷۹)، یارلس (۱۹۹۴)، زسویک (۱۹۸۵)، اثرهای مختلف تلویزیون بر منابع انسانی را تایید کردند.

عامل فرهنگی و اجتماعی در توسعه ورزش بسیار مهم است. توسعه فرهنگ ضرورتی برای توسعه در هر یک از ابعاد اجتماعی، اقتصادی و حتی ورزش است (۸). برخی از مهم‌ترین موضوعات درباره محور اجتماعی و فرهنگی عبارتند از «الگوسازی، ملی‌گرایی، جامعه‌پذیری، همبستگی ملی، فرهنگ بهداشت، اخلاق و پرکردن مناسب اوقات فراغت، که نقش تلویزیون در توسعه آنها در بررسی‌های مختلفی تأیید شده است» (۱۲، ۱۵، ۱۹، ۱۸، ۷، ۱۱، ۸).

علم ورزش با دیگر عوامل در ارتباط است و ضمن اثر بر آنها، از آنها تأثیر نیز می‌پذیرد. برخی از مهم‌ترین موضوعاتی که در این محور مورد توجه قرار می‌گیرند عبارتند از فرهنگ پژوهش، بهبود ارتباط بین پژوهشگران و افراد اجرایی و تحقیق و توسعه (۷، ۸). تاسیسات و تجهیزات ورزشی به‌عنوان دیگر محور توسعه، ضرورتی است که فرصت‌های کافی برای هر فرد با هر هدف ایجاد می‌کند تا در فعالیت‌های جسمانی شرکت جوید. با کمک علم ورزش در زمینه طراحی، ساخت و کاربرد تاسیسات و تجهیزات ورزشی، شرایط مناسبی برای توسعه ورزش پدید خواهد آمد. نتایج بررسی‌های بارفروش (۱۳۸۱)، سلامی (۱۳۸۱)، داوودی (۱۳۷۹)، متقی‌پور (۱۳۷۹) کاشف (۱۳۷۰) و یاکاس (۱۹۷۱)، لزوم توجه تلویزیون به آموزش و پژوهش در ورزش را تأیید کرده‌اند.

تلویزیون، وسیله‌ای ارتباطی است که کارکردهای مختلفی همچون اطلاع‌رسانی، تفریحی، آموزشی و تبلیغاتی دارد (۲۰). تلویزیون در مقایسه با دیگر رسانه‌ها، فراگیرتر و باورکردنی‌تر است (۱۵). تلویزیون نقش مهمی در توسعه ورزش در میان مردم ژاپن داشته است (۲۱). برنامه‌های ورزشی تلویزیون بعد از سال ۱۹۵۰ به دلیل قابلیت دستیابی آسان، انعکاس سریع و اعتبار زیاد به سرعت بین مردم رواج یافت (۳). بیش از نیمی از مردم جهان، بیننده رویدادهایی مثل بازی‌های المپیک یا جام جهانی فوتبال، از طریق تلویزیون بوده‌اند (۱۲). روند تکاملی تلویزیون، نقاط برجسته‌ای را در طول رویدادهای مهم ورزشی داشته است. در طول برگزاری بازی‌های المپیک از بازی‌های برلین در سال ۱۹۳۶ تا بازی‌های بارسلونا در سال ۱۹۹۲، نقاط برجسته تکاملی در فناوری‌های تلویزیونی دیده می‌شود. برخی از این موارد عبارتند از: دوربین‌های بی‌سیم، واحدهای متحرک تصویربرداری، پوشش ماهواره‌ای و قاره‌ای و فناوری دیجیتال (۴). به تازگی پدیده

تلویزیون همراه (تلویزیون در تلفن همراه) در رویدادهایی مثل بازی‌های آسیایی قطر ظهور یافت (۲۳). در ایران بیش از پانزده شبکه تلویزیونی با سطح پوشش متفاوت وجود دارند. شش شبکه دارای پوشش سراسری کشوری بوده و هر یک دارای برنامه‌های ورزشی است. حجم برنامه‌های تفریحی و خبری ورزشی در هر یک از آنها با یکدیگر تفاوت دارد. شبکه جوان (شبکه سوم سیما) بیشترین حجم برنامه‌های تفریحی ورزشی را در مقایسه با دیگر شبکه‌های داخلی داراست.

مهم‌ترین گروه‌های اجرایی و پژوهشی در زمینه برنامه‌های ورزشی تلویزیونی عبارتند از مدیران برنامه‌های ورزشی، کارشناسان رسانه‌های ورزشی، مدیران ورزش و کارشناسان مدیریت ورزشی. این گروه‌ها دیدگاه‌های ارزشمندی درباره نقش تلویزیون در توسعه ورزش دارند.

با توجه به اهمیت توسعه ورزش و نقش تلویزیون در آن، نوجه به دیدگاه دست‌اندرکاران برنامه‌های ورزشی در دو بعد علمی و عملی ضرورت دارد، به همین دلیل این تحقیق برای بررسی دیدگاه آزمودنی‌ها در مورد توسعه ورزش از طریق تلویزیون و با اهداف (۱) بررسی وضع موجود و مطلوب نقش تلویزیون در توسعه ورزش؛ (۲) بررسی تفاوت بین دیدگاه آزمودنی‌ها در زمینه وضع موجود و مطلوب نقش تلویزیون در توسعه ورزش؛ (۳) اولویت‌بندی نقش‌های مؤثر تلویزیون در توسعه ورزش؛ (۴) ارائه یک الگوی کاربردی برای وضع مطلوب تلویزیون در توسعه ورزش کشور، انجام شد.

### روش‌شناسی تحقیق

روش تحقیق مورد استفاده در این تحقیق از نوع توصیفی و علی-مقایسه‌ای بود و داده‌های آن از طریق میدانی جمع‌آوری شد. جامعه آماری تحقیق شامل چهار گروه دست‌اندرکار در عرصه ورزش و رسانه بود. این چهار گروه عبارتند از: مدیران رسانه‌های ورزشی، کارشناسان رسانه‌های ورزشی، مدیران ورزش و کارشناسان مدیریت ورزشی. با توجه به تعداد جامعه ۵۶۰ نفری، براساس جدول انتخاب حجم نمونه مورگان (۲۳)، به ۲۴۲ نفر نمونه نیاز بود. به منظور پیشگیری از کاهش تعداد نمونه‌ها و با توجه به درصد آنها در جامعه، ۳۴۲ نمونه تعیین شد.

به دلیل فقدان ابزاری دقیق و معتبر که به وسیله آن بتوان نقش تلویزیون در توسعه ورزش را اندازه گیری کرد، ساخت و اعتباریابی چنین پرسشنامه‌هایی یکی از اقدام‌های جنبی تحقیق حاضر بود. با این پرسشنامه، متغیرهای تابع شامل مؤلفه‌های ورزش، منابع انسانی، فرهنگی و اجتماعی، و آموزش و پژوهش بودند که با ۴۱ پرسش در دو وضعیت موجود و مطلوب، با مقیاس ۵ ارزشی لیکرت، اندازه‌گیری شدند. اعتبار پرسشنامه به کمک کارشناسان و پایایی سؤال‌های پرسشنامه با ضریب پایایی اولیه ۰/۹۵ و پایایی زمانی با ضریب همبستگی ۰/۹۸ تایید شد.

با استفاده از روش توصیفی، میانگین، انحراف معیار محاسبه و نتایج در جدول‌ها ارائه شد. با قبول پیش‌فرض‌های مربوط به توزیع طبیعی (با استفاده از آزمون اسمینو کالموگراف) و تجانس واریانس (با استفاده از آزمون لوین) برای مقایسه متغیرها از روش  $t$  همبسته، و از بار عاملی برای تعیین مقدار وزن عوامل توسعه و اولویت‌بندی آنها استفاده شد.

جدول ۱. میانگین و انحراف معیار وضع موجود و مطلوب اثر تلویزیون در توسعه ورزش

متغیرها	مؤلفه‌های ورزش		منابع مالی		منابع انسانی		فرهنگی و اجتماعی		آموزش و پژوهش	
	مطلوب	موجود	مطلوب	موجود	مطلوب	موجود	مطلوب	موجود	مطلوب	موجود
مدیر رسانه	میانگین	۲/۴۳	۴/۰۲	۲/۳۳	۴/۱۷	۲/۳۶	۴/۱۹	۲/۶۸	۴/۲۷	۲/۲۹
	انحراف معیار	۰/۶۹	۰/۶۰	۰/۸۰	۰/۶۵	۰/۸۱	۰/۶۰	۰/۸۱	۰/۶۰	۰/۶۶
کارشناس رسانه	میانگین	۲/۳۱	۴/۰۶	۲/۱۶	۴/۱۲	۲/۰۹	۳/۹۹	۲/۳۸	۴/۱۱	۲/۰۲
	انحراف معیار	۰/۷۰	۰/۶۵	۰/۸۵	۰/۶۹	۰/۸۲	۰/۷۷	۰/۷۶	۰/۶۷	۰/۸۳
مدیر ورزش	میانگین	۲/۵۸	۴/۲۵	۲/۳۰	۴/۵۳	۲/۳۰	۴/۳۹	۲/۵۷	۴/۴۹	۲/۱۵
	انحراف معیار	۰/۵۲	۰/۳۶	۰/۷۳	۰/۳۴	۰/۶۱	۰/۴۵	۰/۵۵	۰/۳۲	۰/۵۷
کارشناس ورزش	میانگین	۲/۳۳	۴/۲۷	۱/۹۱	۴/۴۴	۱/۹۰	۴/۳۴	۲/۲۷	۴/۳۸	۱/۶۳
	انحراف معیار	۰/۵۳	۰/۴۵	۰/۵۴	۰/۴۹	۰/۶۰	۰/۵۶	۰/۵۵	۰/۴۳	۰/۵۶
جمع	میانگین	۲/۴۱	۴/۱۴	۲/۱۹	۳/۴	۲/۱۷	۴/۲۲	۲/۴۹	۴/۳۰	۲/۰۴
	انحراف معیار	۰/۶۳	۰/۵۵	۰/۷۶	۰/۶۰	۰/۷۵	۰/۶۲	۰/۷۱	۰/۵۵	۰/۸۰

از دیدگاه آزمودنی‌ها، در زمینه اثر تلویزیون بر متغیر مؤلفه‌های ورزش بین میانگین وضع موجود ۲/۴۱ و میانگین وضع مطلوب ۴/۱۴، و در متغیر منابع نیز بین وضع موجود ۲/۱۹ و وضع مطلوب ۴/۳، و در متغیر منابع انسانی بین وضع موجود ۲/۱۷ و وضع مطلوب ۴/۲۲، و در متغیر فرهنگی و اجتماعی بین وضع موجود ۲/۴۹ و وضع مطلوب ۴/۳۰، و متغیر

آموزش و پژوهش بین وضع موجود ۲/۰۴ و وضع مطلوب ۴/۳ از نظر توصیفی تفاوت داشتند.

جدول ۲. مقایسه دیدگاه آزمودنی ها درباره وضع موجود و مطلوب تأثیر تلویزیون بر توسعه ورزش

متغیرها	مقایسه	میانگین	انحراف معیار	T	df	P
مؤلفه های ورزش	۱/۷۲	۰/۸۲	۳۶/۰۵	۲۹۱	*۰/۰۰۰	
منابع مالی	-۲/۱۱	۱/۰۲	-۳۵/۴۰	۲۹۱	*۰/۰۰۰	
منابع انسانی	-۲/۰۴	۰/۹۷	-۳۵/۹۷	۲۹۱	*۰/۰۰۰	
فرهنگی و اجتماعی	-۱/۸۱	۰/۸۷	-۳۵/۷۰	۲۹۱	*۰/۰۰۰	
آموزش و پژوهش	-۲/۲۶	۱/۰۴	-۳۷/۱۰	۲۹۱	*۰/۰۰۰	

$$* \alpha \leq 0.05$$

از دیدگاه آزمودنی ها تفاوت معنی داری در وضع موجود با مطلوب تأثیر تلویزیون در مؤلفه های ورزش، منابع مالی، منابع انسانی، فرهنگی و اجتماعی و آموزش و پژوهش ( $P < 0.001$ ) وجود داشت.

جدول ۳. اولویت مؤلفه های ورزش در وضع مطلوب برای توسعه ورزش از طریق تلویزیون

ردیف	عوامل	اولویت	بارعاملی
۱	توسعه ورزش همگانی و تفریحی	۱	۰/۷۲۴
۲	توسعه ورزش بومی و محلی	۲	۰/۶۴۶
۳	توسعه ورزش تربیتی	۳	۰/۵۹۳
۴	توسعه ورزش معلولان	۴	۰/۵۷۸
۵	توسعه ورزش بانوان	۵	۰/۵۶۵
۶	توسعه ورزش حرفه ای	۷	۰/۵۵۱
۷	توسعه ورزش قهرمانی	۶	۰/۵۴۶
۸	توسعه ورزش نهادها	۸	۰/۵۲۲

در وضع مطلوب تأثیر تلویزیون در توسعه ورزش، مؤلفه های همگانی و تفریحی (۰/۷۲۴)، بومی و محلی (۰/۶۴۶)، و تربیتی (۰/۵۹۳) بیشترین اولویت ها را از دیدگاه آزمودنی ها داشتند.

جدول ۴. اولویت منابع مالی در وضع مطلوب برای توسعه ورزش از طریق تلویزیون

ردیف	عوامل	اولویت	بارعاملی
۹	توسعه صنعت ورزش	۱	۰/۷۶۱
۱۰	توسعه بازاریابی ورزشی	۲	۰/۶۹۸
۱۱	آگاهی مسئولان از اهمیت ورزش و تخصیص بودجه مناسب برای آن	۳	۰/۶۸۲
۱۲	توسعه صنعت گردشگری ورزشی	۴	۰/۶۴۴
۱۳	منظورشدن سهم ورزش در سبد هزینه خانوار	۵	۰/۶۴۳
۱۴	جذب بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در ورزش	۶	۰/۶۳۷
۱۵	واگذاری بخش‌های دولتی ورزش به بخش خصوصی (اصل ۴۴ قانون اساسی)	۷	۰/۶۱۷

در وضع مطلوب تأثیر تلویزیون در توسعه ورزش، عوامل منابع مالی توسعه صنعت ورزش (۰/۷۶۱)، بازاریابی ورزش (۰/۶۹۸)، و آگاهی مسئولان از اهمیت ورزش و تخصیص بودجه مناسب برای آن (۰/۶۸۲)، بیشترین اولویت‌ها را از دیدگاه آزمودنی‌ها داشتند.

جدول ۵. اولویت انسانی در وضع مطلوب برای توسعه ورزش از طریق تلویزیون

ردیف	عوامل	اولویت	بارعاملی
۱۶	انتخاب مدیران متخصص در ورزش	۱	۰/۷۶۴
۱۷	افزایش کارایی و بهبود عملکرد نیروی انسانی در سازمان‌های ورزشی	۲	۰/۶۹۶
۱۸	ارتقای سطح فنی ورزشکاران	۳	۰/۶۹۵
۱۹	ارتقای سطح فنی مربیان	۴	۰/۶۷۱
۲۰	افزایش انگیزه کار داوطلبانه (افتخاری) در ورزش	۵	۰/۶۵۹
۲۱	گسترش شایسته‌سالاری در ورزش	۶	۰/۵۹۵

در وضع مطلوب تأثیر تلویزیون در توسعه ورزش، عوامل نیروی انسانی انتخاب مدیران متخصص (۰/۷۶۴)، کارایی و بهبود عملکرد نیروی انسانی (۰/۶۹۶)، و ارتقای سطح فنی ورزشکاران (۰/۶۹۵)، بالاترین اولویت‌ها را از دیدگاه آزمودنی‌ها داشتند.



## جدول ۶. اولویت فرهنگی و اجتماعی در وضع مطلوب برای توسعه ورزش از طریق تلویزیون

ردیف	عوامل	اولویت	بارعاملی
۲۲	کاهش مصرف دخانیات	۱	۰/۷۲۱
۲۳	کاهش گرایش به مواد نپروزا	۲	۰/۷۱۴
۲۴	همبستگی ملی از راه ورزش	۳	۰/۶۸۸
۲۵	اصلاح رفتار طرفداران تیم‌ها	۴	۰/۶۸۳
۲۶	الکوسازی ورزشی به‌طور مناسب	۵	۰/۶۶۷
۲۷	پابندی به اجرای دقیق قوانین	۶	۰/۶۶۳
۲۸	تقویت رفتارهای اخلاقی	۷	۰/۶۶
۲۹	تقویت نگرش مثبت به ورزش	۸	۰/۶۵۶
۳۰	پر کردن مناسب اوقات فراغت	۹	۰/۶۵۱
۳۱	مقابله با تهاجم فرهنگی با ورزش	۱۰	۰/۶۴۱
۳۲	افزایش احترام برای پیشکسوت	۱۱	۰/۶۳۵
۳۳	بهبود فرهنگ وقف در ورزش	۱۲	۰/۶۳۲
۳۴	پذیرش در جامعه با ورزش	۱۳	۰/۵۸۳
۳۵	بهبود آگاهی از نقش تلویزیون	۱۴	۰/۵۵۴
۳۶	تقویت مبانی اعتقادی و دینی	۱۵	۰/۵۴۴
۳۷	پیوند اجتماعی با ورزش	۱۶	۰/۵۰۶

در وضع مطلوب تأثیر تلویزیون در توسعه ورزش، عوامل فرهنگی و اجتماعی کاهش مصرف مواد مخدر (۰/۷۲۱)، کاهش گرایش به مواد نپروزا (۰/۷۱۴) و همبستگی ملی از راه ورزش (۰/۶۸۸) بیشترین اولویت‌ها را داشتند.

## جدول ۷. اولویت آموزش و پژوهش در وضع مطلوب برای توسعه ورزش از طریق تلویزیون

ردیف	عوامل	اولویت	بارعاملی
۳۸	استفاده صحیح از وسایل ورزشی استاندارد	۱	۰/۷۸۵
۳۹	ارتقای فرهنگ تحقیق و پژوهش در ورزش	۲	۰/۷۷۵
۴۰	طراحی و ساخت اماکن ورزشی استاندارد	۳	۰/۷۵۷
۴۱	در شفافیت عملکرد سازمان‌های ورزشی	۴	۰/۷۲

در وضع مطلوب تأثیر تلویزیون در توسعه ورزش، عوامل آموزشی و پژوهشی بهبود استفاده صحیح از وسایل ورزشی استاندارد (۰/۷۸۵)، فرهنگ تحقیق و پژوهش (۰/۷۷۵)، و طراحی و ساخت اماکن ورزشی استاندارد (۰/۷۵۷) بیشترین اولویت‌ها را از دیدگاه آزمودنی‌ها داشتند.

## بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش نشان داد، بین وضع موجود و مطلوب نقش تلویزیون در توسعه ورزش کشور در هر پنج عامل توسعه تفاوت معنی‌داری وجود دارد (جدول ۱ و ۲).

در زمینه عامل مؤلفه‌های ورزش، هر چهار گروه آزمودنی، وضع موجود را پایین‌تر از وضع مطلوب می‌دانستند. در وضع موجود، تحقیقی با این رویکرد درباره تقسیم‌بندی ارائه‌شده از مؤلفه‌های ورزش در تلویزیون یافت نشد، اما نتایج بررسی‌های کردی (۱۳۸۳) و بارفروش (۱۳۸۱) در مطبوعات کشور که حمایت از توجه به ورزش حرفه‌ای و قهرمانی، آن هم در رشته‌هایی محدود مثل فوتبال، و توجه ناچیز به دیگر مؤلفه‌های ورزش، تاییدی بر نتیجه بررسی حاضر بود. از سوی دیگر، آزمودنی‌ها برای دستیابی به وضع مطلوب از طریق تاثیر تلویزیون در بعد مؤلفه‌های ورزش، برای ورزش‌های همگانی - تفریحی، بومی - محلی و تربیتی اولویت بیشتری قائل شدند (جدول ۳). عابدی (۱۳۸۰) به این نتیجه رسید که برای گسترش ورزش همگانی در سطح مطلوب، به تبلیغ تلویزیون نیاز است. با توجه به تایید نتایج بررسی‌های هوم (۲۰۰۵)، لی (۲۰۰۵)، کین و بایس (۲۰۰۵)، زسویک (۱۹۸۵) و کوکلی (۱۹۷۸) در نقش تلویزیون بر توسعه مؤلفه‌های ورزش، ضرورت دارد تا در برنامه‌ریزی برای برنامه‌های ورزشی تلویزیون، به همه مؤلفه‌های ورزش توجه شود تا توسعه این عامل به نحو مطلوب صورت گیرد. توجه به برخی محدودیت‌های شرعی و قانونی در انعکاس محتوای برخی از عوامل مؤلفه‌ها مثل شنا در بانوان یا بوکس در آقایان، به برنامه‌ریزی‌های خاص‌تری نیاز دارد. در این گونه موارد می‌توان از دیگر رسانه‌های گروهی یا پوشش تصویری قهرمانان پس از پیروزی، متناسب با مجوزهای قانونی برای توسعه این عوامل بهره برد. بیشتر ورزش‌های همگانی - تفریحی، بومی - محلی و تربیتی که از نظر آزمودنی‌ها برای رسیدن به وضع مطلوب اولویت داشتند، بدون محدودیت خاصی مورد بی‌توجهی قرار گرفته‌اند. رضانی نژاد (۱۳۸۲)، معتقد است در سطح ورزش تربیتی، فعالیت رسانه‌های گروهی بسیار کم و تعداد شرکت‌کنندگان فعال زیاد است. با توجه به اهمیت ورزش تربیتی، حضور نمایندگانی از دو حوزه ورزش آموزش و پرورش، و دانشگاه در شوراهای تصمیم‌گیری برای ورزش تلویزیون یا برعکس حضور نمایندگانی مؤثر از برنامه‌های تلویزیونی در شوراهای تصمیم‌گیری در این حوزه برای افزایش سهم ورزش تربیتی در تلویزیون، پیشنهاد می‌شود. به اعتقاد انورالخولی (۱۳۸۰)، فعالیت بدنی عمومی و تفریح که در ورزش همگانی خلاصه

می‌شوند، در ایجاد امنیت و آسایش روانی و اجتماعی و تامین بهداشت و زندگی سالم تاثیر ارزنده‌ای دارند و تلویزیون نیز از عوامل اثرگذار بر این فعالیت‌ها است. تشویق شدن به فعالیت بدنی از طریق تلویزیون یا تماشای تفریحی رویدادهای ورزشی، هر یک اثر خاصی در توسعه ورزش دارند. توسعه ورزش همگانی به توجه عمیق‌تر تلویزیون به بسترسازی برای اجرای فعالیت‌های ورزشی به منظور دستیابی به بهداشت روانی و جسمانی در سطح جامعه نیاز دارد. در حال حاضر درباره رسانه تلویزیون، زمینه تماشای تفریحی رویدادهای ورزشی، بیش از تحریک مخاطبان به اجرای فعالیت‌های بدنی به چشم می‌خورد. برای ایجاد تناسب لازم در این باره، حضور کارشناسان ذی‌ربط در شوراهای تصمیم‌گیری ورزشی تلویزیون، یا بالعکس افراد حائز شرایط از تلویزیون در جلسات تصمیم‌گیری برای توسعه ورزش همگانی پیشنهاد می‌شود. بلوچی (۱۳۷۳) به این نتیجه رسید که ورزش‌های بومی و محلی با آداب و رسوم و خصایل نیک انسانی مناطق ارتباط دارد. افزایش انعکاس ورزش‌های بومی و محلی همراه با معرفی ویژگی‌های مثبت آنها، علاوه بر توسعه ورزش همگانی، بر کارکردهای فرهنگی و اجتماعی ورزش نیز مؤثر است. از این رو پیشنهاد می‌شود در برنامه‌های ورزشی تلویزیون به ورزش‌های بومی و محلی توجه ویژه‌ای صورت گیرد. با توجه به اولویت‌های بعدی مؤلفه‌های ورزشی معلولان، بانوان، حرفه‌ای، قهرمانی و نهادها از دیدگاه آزمودنی‌ها برای توسعه مطلوب از طریق تلویزیون، نتیجه‌گیری می‌شود که توجه به تمامی مؤلفه‌های ورزش در تلویزیون، مهم است، پس پیشنهاد می‌شود با توجه به نظرهای دست‌اندرکاران ورزش و رسانه، برنامه‌سازی‌های تلویزیون براساس اولویت‌ها و پوشش تمامی مؤلفه‌های ورزش صورت گیرد.

از دیدگاه آزمودنی‌ها بین وضع موجود و مطلوب در زمینه تاثیر تلویزیون بر منابع مالی ورزش نیز اختلاف معنی‌داری وجود داشت (جدول‌های ۱ و ۲). بررسی‌های سجادی (۱۳۷۸)، سینفزون و ژانگ (۲۰۰۶)، هوم (۲۰۰۵)، لی (۲۰۰۵)، ال لاینر (۱۹۹۵)، یارلس (۱۹۹۴)، بارنی (۱۹۹۳) و مکالون (۱۹۹۲)، زسویک (۱۹۸۵)، نقش تلویزیون را در توسعه منابع مالی سازمان‌های ورزشی برای رسیدن به وضع مطلوب تایید کرده‌اند. نخستین اولویت‌ها از نظر آزمودنی‌ها برای رسیدن به توسعه مطلوب منابع مالی از طریق تلویزیون،

توسعه صنعت ورزش، بازاریابی ورزش و آگاهی مسئولان از اهمیت ورزش و تخصیص بودجه مناسب برای آن بود (جدول ۴). توسعه صنعت ورزش و بازاریابی آن، دیگر عوامل وابسته است. با اطلاع‌رسانی و آگاهی مسئولان از اهمیت ورزش و تخصیص بودجه مناسب دولتی برای آن، می‌توان زمینه افزایش بودجه دولتی را فراهم ساخت. با تبلیغات مناسب تلویزیونی، زمینه مناسب برای جذب بخش خصوصی به منظور سرمایه‌گذاری در ورزش فراهم می‌شود. با پیگیری اصل ۴۴ قانون اساسی مبنی بر واگذاری‌های دولتی به بخش خصوصی و کوچک شدن ساختار سازمان ورزش، انتظار می‌رود بهره‌وری اماکن و تاسیسات ورزشی افزایش یابد. از سوی دیگر، با اطلاع‌رسانی مناسب در تلویزیون، نگرش افزایش سهم ورزش در سبد هزینه خانوار بهبود می‌یابد. با این اقدام‌ها، صنعت ورزش که فرایندی از داده‌های یادشده به منظور بروندادی از محصولات و خدمات ورزشی است، رونق می‌گیرد و بازاریابی آنها به شکل مؤثری صورت می‌پذیرد. در بسیاری از تحقیقات یادشده، حق پخش تلویزیونی مهم‌ترین عامل جذب منابع مالی بوده است. این مسئله که در حال حاضر، ضابطه حق پخش تلویزیونی در کشور ما وجود ندارد، یکی از دلایل فاصله وضع موجود با مطلوب است. از این رو پیشنهاد می‌شود در برنامه‌های ورزشی تلویزیون برای رسیدن به وضع مطلوب توسعه منابع مالی در ورزش، به اولویت‌های حاصل از نظر آزمودنی‌ها توجه شود. پیگیری امور مربوط به ایجاد ضابطه حق پخش تلویزیونی از سوی مراجع ذیربط، گام دیگری برای توسعه منابع مالی در ورزش خواهد بود.

از دیدگاه آزمودنی‌ها در زمینه تأثیر تلویزیون بر نیروی انسانی ورزش در وضع موجود با وضع مطلوب اختلاف معنی‌داری وجود داشت (جدول‌های ۱ و ۲). بررسی میرفخرایی (۱۳۸۱)، یارلس (۱۹۹۴) و زسویک (۱۹۸۵)، اثرهای مختلف تلویزیون بر منابع انسانی برای بهبود و رسیدن به وضع مطلوب را تایید کردند. اولویت‌های برتر آزمودنی‌ها برای توسعه مطلوب منابع انسانی از طریق تلویزیون عبارت بودند از انتخاب مدیران متخصص، کارایی و بهبود عملکرد نیروی انسانی و ارتقای سطح فنی ورزشکاران (جدول ۵). کشاورز (۱۳۸۱) نشان داد که به کمک فیلم‌های آموزشی ورزشی، یادگیری ورزش دانشجویان و عملکرد فنی آنها بهتر شد. داوودی (۱۳۷۹) نتیجه گرفت که بسیاری از مخاطبان براین باورند مدیران ورزشی کشور تحت تأثیر فضاسازی نشریات جا به جا و تعویض شده‌اند. با

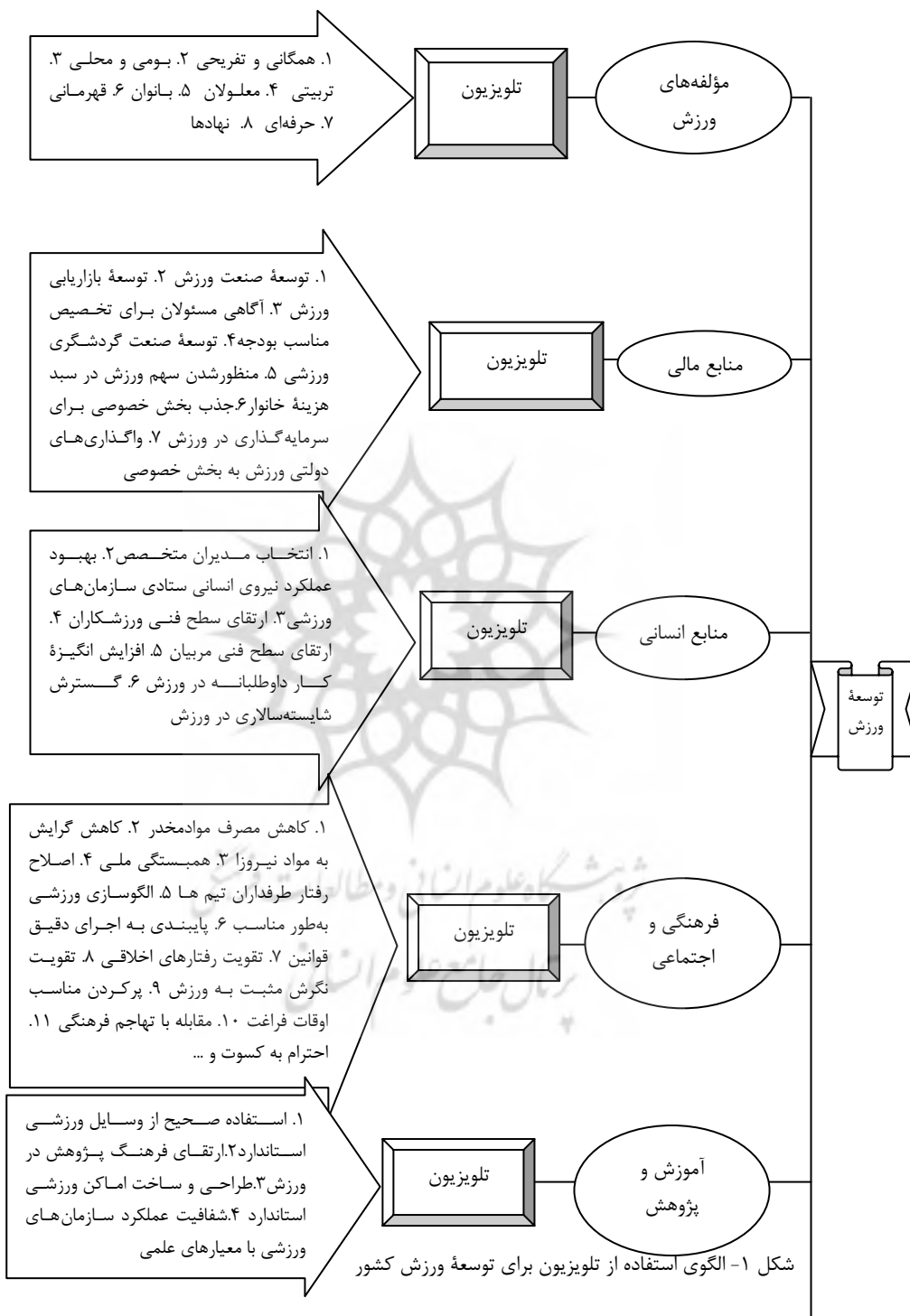
توجه به اثرگذاری بیشتر تلویزیون نسبت به مطبوعات، وجود نگاه تخصصی بر اساس معیارهای صحیح از ضروریات برنامه‌های ورزشی تلویزیون قبل از پرداختن به این‌گونه موارد، در راستای توسعه منابع انسانی است. پیشنهاد می‌شود تلویزیون با ایجاد موضع هوشمند و بررسی‌های کارشناسانه، زمینه گسترش شایسته‌سالاری، توسعه منابع انسانی سازمان‌ها و افزایش کارایی و بهبود عملکرد نیروهای انسانی را فراهم سازد. امروزه بسیاری از فعالیتهای ورزشی توسط نیروهای افتخاری اجرا می‌شوند که برنامه‌های تلویزیونی در ایجاد این انگیزه بسیار مؤثرند.

از دیدگاه آزمودنی‌ها در زمینه تأثیر تلویزیون بر عامل فرهنگی و نتایج اجتماعی ورزش در وضع موجود با وضع مطلوب، اختلاف معنی‌داری وجود داشت (جدول‌های ۱ و ۲). نتایج بررسی‌های فتحی‌نیا و علیزاده (۱۳۷۴)، میرفخرایی (۱۳۸۱)، دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی (۱۳۸۱)، داوودی (۱۳۷۹)، کیلاشکی (۱۳۷۸)، جلالی (۱۳۷۳)، کاشف (۱۳۷۰)، طالبی (۱۳۷۰)، سینفزون و ژانگ (۲۰۰۶)، هوم (۲۰۰۵)، لی (۲۰۰۵)، یارلس (۱۹۹۴)، مزالی (۱۹۸۲ و ۱۹۸۱)، پورت (۱۹۷۲) و کاگیگال (۱۹۶۸)، نقش تلویزیون را در بهبود عوامل فرهنگی و اجتماعی ورزش تأیید کرده‌اند. آزمودنی‌ها در زمینه توسعه فرهنگی و اجتماعی ورزش از طریق تلویزیون برای عوامل کاهش مصرف دخانیات و مواد مخدر، کاهش گرایش به مواد نیروزا و همبستگی ملی از راه ورزش، مهم‌ترین اولویت‌ها را قائل شدند (جدول ۶). در تمام جوامع، مصرف مواد مخدر عملی ناپسند و دوپینگ عملی غیراخلاقی و ممنوع است. تلویزیون با اطلاع‌رسانی و خبررسانی درست و با تعهد، می‌تواند راهکارهای مناسبی را برای گسترش اندیشه‌ها و تفکرات ضد دوپینگ در جوامع مختلف ورزشی، ارائه دهد (۲۷). از این رو پیشنهاد می‌شود، برنامه‌ریزان ورزش تلویزیون با توجه به اولویت‌های حاصل از نظر آزمودنی‌ها، به طراحی و برنامه‌سازی در راستای توسعه مطلوب عوامل فرهنگی و اجتماعی اقدام کنند.

درباره اثر تلویزیون بر آموزش و پژوهش ورزشی، وضع موجود با مطلوب اختلاف معنی‌داری داشت (جدول‌های ۱ و ۲). بررسی‌های بارفروش (۱۳۸۱)، سلامی (۱۳۸۱)، داوودی (۱۳۷۹)، متقی‌پور (۱۳۷۹)، کاشف (۱۳۷۰) و یاکاس (۱۹۷۱)، لزوم توجه رسانه‌ها به آموزش و پژوهش برای توسعه مطلوب ورزش را تأیید کرده‌اند. در وضع مطلوب تأثیر

تلویزیون در توسعه ورزش، عوامل آموزش و پژوهشی بهبود استفاده صحیح از وسایل ورزشی استاندارد، فرهنگ تحقیق و پژوهش، و طراحی و ساخت اماکن ورزشی استاندارد مهم ترین اولویت‌ها را از دیدگاه آزمودنی‌ها داشتند (جدول ۷). پس پیشنهاد می‌شود تلویزیون سهم این بخش را در راستای توسعه ورزش، افزایش دهد.

شایان ذکر است که تاکید بر ۳ اولویت نخست آزمودنی‌ها برای توسعه ورزش از طریق تلویزیون، در هر یک از عوامل توسعه ورزش، به این مفهوم نیست که سایر اولویت‌ها اهمیت ندارند. در واقع تمامی عوامل در توسعه ورزش مؤثرند، اما میزان توجه و انعکاس در شرایط موجود، اولویت‌ها را برای رسیدن به وضع مطلوب ایجاد کرده است. از این رو اولویت‌های وضع مطلوب توسعه ورزش که توسط آزمودنی‌های تحقیق ارائه شد، زمینه الگویی را فراهم کرد تا دست‌اندرکاران به کمک آن در برنامه‌ریزی‌ها، برنامه‌سازی‌ها و سازماندهی مطالب ورزشی تلویزیون، نقشی مؤثرتری در توسعه ورزش ایفا کنند. الگوی پیشنهادی، الگویی مفهومی است که در وضع مطلوب توسعه ورزش، اولویت‌ها را از دیدگاه صاحب‌نظران دو حوزه ورزش و رسانه برای توسعه ورزش مشخص می‌کند. در واقع، در این الگوی پیشنهادی، اولویت هر یک از محورهای توسعه ورزش برای وضع مطلوب، از دیدگاه آزمودنی‌ها به ترتیب مشخص شده است که در یک جریان ورودی، در هر محور ما را به سوی توسعه ورزش رهنمون می‌کند. شایان ذکر است که این الگو اقتضایی و مربوط به شرایط موجود بوده و برای کاربرد آن در سال‌های آتی، به بررسی‌های مجدد و اولویت‌بندی آن بر اساس شرایط خاص آن زمان نیاز است. از کاربردهای این الگو، استفاده از برنامه ریزی سالانه گروه‌های ورزش تلویزیونی و استفاده از شاخص‌های تعیین‌شده برای ارزشیابی گروه‌ها و برنامه‌های ورزشی در توسعه ورزش است.



## منابع

1. Real, M.R.(1998). Mediasport:Technology and the commodification of Postmodern Sport. Chapter2:Media Sport (edited by Lawrence A. Wenner). London and New York: Routledge.
2. Razavizade.N., & Najafi,J. (2006). Content analysis of most subject in mass media. Reserch Media Center.
۳. جعفری مقدم، سعید. ورزش رسانه‌ای (مقاله ترجمه). فصلنامه فرهنگ عمومی. شماره سی (بهار) ۱۳۸۱، صص ۱۱۷-۱۲۹.
4. De Moragas S.M., Rivenburgh, K.N., and Larson, F.J. (1995). Television in the Olympics. London: John Libbey & company Ltd.
۵. رحیمی، حمیدرضا. نقش رادیو و تلویزیون در توسعه سیاسی و فرهنگی جوامع با نگاهی ویژه بر ایران (بررسی اسنادی). پایان‌نامه کارشناسی، دانشکده صدا و سیما، ۱۳۸۳.
۶. علوی، پرویز، ارتباطات سیاسی، مؤسسه نشر علوم نوین، تهران، ۱۳۷۶، صص ۴۵.
۷. سازمان تربیت بدنی. سند راهبردی نظام جامع توسعه تربیت بدنی و ورزش کشور. مصوب جلسه مورخه ۸۲/۶/۹ هیات محترم وزیران، ۱۳۸۲.
۸. انورالخولی، امین. ورزش جامعه. ترجمه حمیدرضا شیخی. بنیاد پژوهش‌های اسلامی آستان قدس رضوی و سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، مشهد و تهران، ۱۳۸۱.
۹. رمضانی نژاد، رحیم. تربیت بدنی در مدارس. انتشارات سمت، تهران، ۱۳۸۲.
۱۰. وست، دبوراً آ؛ بوچر، چارلز آ. مبانی تربیت بدنی و ورزش. احمد آزاد؛ مترجم. انتشارات کمیته ملی المپیک، تهران، ۱۳۷۴.
۱۱. دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی. رسانه‌ها و کاربرد ورزش به منزله کالای فرهنگی (مقاله). فصلنامه فرهنگ عمومی. شماره ۳۰ (بهار)، صص ۶۱-۴۰.
12. Seurin, P.(1983). The Future of the Olympic Games. FIEP, bulletin, 52.whannel, garry( 1992). Field in vision( television sport and cultural transformation).pub:Rutledge.
۱۳. بارفروش، احمد. تحلیل محتوای نشریات ورزشی و جوانان. فصلنامه فرهنگ عمومی. شماره سی (بهار)، صص ۹۶-۱۰۷.
۱۴. عابدی، بهرام. بررسی وضعیت کمی و کیفی ورزش و تربیت بدنی استان مرکزی از دیدگاه مسئولین و مربیان ورزش. پایان‌نامه کارشناسی ارشد تربیت بدنی. دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۸۰.
۱۵. کردی، محمد رضا. بررسی وضعیت نشریات ورزشی کشور. دانشکده تربیت بدنی تهران، ۱۳۸۳.
16. Coakley J.J.(1978) Sport in society ,issues and controversies.c.v.mosby co.s.l.
۱۷. کریمی، سعید. رسانه‌ها و راه‌های تقویت مشارکت مردم در صحنه‌های سیاسی و اجتماعی. مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما. قم (۱۳۸۲).
۱۸. شارع‌پور، محمود. ورزش و جامعه (مقاله ترجمه). فصلنامه فرهنگ عمومی. شماره ۳۰، بهار ۱۳۸۱، صص ۱۱۶-۱۱۱.



۱۹. فتحی نیا، محمد، علیزاده، عبدالرحمان. خشونت‌گرایی تماشاگران فوتبال و نقش رسانه‌ها در کنترل آن. نشریه سنجش و پژوهش، مرکز تحقیقات صدا و سیما. شماره‌های ۴۲ و ۴۳ (۱۳۸۴). صص ۱۰۵-۸۱.
۲۰. معتمدزاد، کاظم. وسایل ارتباط جمعی. دانشگاه علامه طباطبایی، تهران. ویرایش دوم (۱۳۷۱).
21. Home J. (2005). Sport and the mas media in japan, sociologi of sport journal. 22(4): 415 -432. pub;Human Kinetics .
۲۲. جباری، محمد. ورزشگاه همراه. روزنامه جام جم، ضمیمه کلبک، یکشنبه سوم دی ۱۳۸۵، ص ۸.
23. Morgan V. (1969). The Responsibilities of the Press and other public Information Media. Thirty-right years of lectures 1961-1998. International Olympic Academy (IOA). P94.
۲۴. بلوچی، رامین. بررسی وضعیت موجود بازی‌ها و ورزش‌های بومی و محلی استان ایلام. پایان‌نامه کارشناسی ارشد تربیت بدنی. دانشگاه تربیت معلم، ۱۳۷۳.
۲۵. تندنویس، فریدون. نحوه گذران اوقات فراغت دانشجویان دانشگاه‌های کشور با تاکید بر فعالیت‌های ورزشی. رساله دکتری تربیت بدنی دانشگاه تهران، ۱۳۷۵.
۲۶. جلالی، محمدعلی. نحوه گذران اوقات فراغت دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه شمال تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد تربیت بدنی. دانشگاه تربیت معلم، ۱۳۷۳.
۲۷. حمیدی، مهرزاد؛ چوپینه، سیروس. نحوه گذران اوقات فراغت کارکنان وزارت علوم، تحقیقات و فناوری با تاکید بر فعالیت ورزشی، طرح پژوهشی. پژوهشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، ۱۳۸۰.
۲۸. داودی، نادر. بهره‌مندی جوانان ایرانی از مطبوعات ورزشی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی، ۱۳۷۹.
۲۹. سجادی، نصرالله. تحلیلی بر نقش رسانه‌های جمعی در بازی‌های المپیک طی قرن بیستم. نشریه حرکت. شماره ۳، ۱۳۷۸. صص ۵۶-۳۹.
۳۰. سلامی، فاطمه. توصیف موانع شرکت بانوان در فعالیت‌های ورزشی. طرح پژوهشی. دانشگاه تربیت معلم، ۱۳۸۱.
۳۱. شجاع‌الدین، صدرالدین. بررسی نحوه گذران اوقات فراغت کارمندان ادارات آموزش و پرورش تهران با تاکید بر نقش تربیت بدنی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد تربیت بدنی. دانشگاه تربیت معلم، ۱۳۷۰.
۳۲. طالبی، ناهید. تجزیه و تحلیل مشکلات ورزشی مخاطبین (۱۵-۲۴ سال) برنامه جنگ جوان رادیو در پانزده استان کشور طی سال‌های ۶۸-۶۹ طرح پژوهشی. دفتر تحقیقات و آموزش سازمان تربیت بدنی، ۱۳۷۰.
۳۳. فردرو، حسین. جوانان، ورزش و رسانه‌ها (مقاله). فصلنامه فرهنگ عمومی. شماره‌های ۲۷ و ۲۶ (بهار و تابستان)، ۱۳۸۰. صص ۲۰-۱۳.
۳۴. قره‌خانلو، رضا. بررسی نحوه گذران اوقات فراغت دانش‌آموزان پسر دوره متوسطه تهرانی، طرح پژوهشی. دفتر تحقیقات و آموزش سازمان تربیت بدنی، ۱۳۶۷.
۳۵. کاشف، مجید. تحلیل محتوای مجلات ورزشی سال ۱۳۷۰. طرح پژوهشی. معاونت پژوهشی سازمان تبلیغات اسلامی، ۱۳۷۰.
۳۶. کشاورز، لقمان. تاثیر رسانه‌های دیداری- شنیداری در میزان یادگیری دانشجویان تربیت بدنی نظام آموزش از راه دور. پایان‌نامه کارشناسی ارشد تربیت بدنی. دانشکده تربیت بدنی دانشگاه آزاد تهران مرکزی، ۱۳۸۱.

۳۷. کیلاشکی، رشاد. بررسی علل پرخاشگری در میداين ورزشی از دیدگاه تماشاگران، ورزشکاران و متخصصین تربیت بدنی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد تربیت بدنی دانشگاه گیلان، ۱۳۷۸.
۳۸. متقی‌پور، مهدی. بررسی علل عدم شرکت دختران مقطع متوسطه شهرستان تربت حیدریه در فعالیت‌های ورزشی فوق برنامه. پایان‌نامه کارشناسی ارشد تربیت بدنی. دانشگاه تهران، ۱۳۷۹.
۳۹. میرفخرایی، تزا. ذهنیت اجتماعی و گفتمان ورزشی. فصلنامه شماره سی. بهار؛ ۱۳۸۱، صص ۶۲-۷۰.
40. Barney, R. (1993). American Olympic Commercialisation-A Bppm Olympism. Thirty-eight years of lectures 1961-1998. International Olympic Academy(IOA).p306.
41. Cagigal, J.M.(1968). Social Education through Sport. Thirty-eight years of lectures 1961-1998. International Olympic Academy(IOA).p81.
42. Cianfrone, B.A., Zhang, J.J.(2006). Differential Effects of Television Commercials, Athlete Endorsements, and Venue Signage During a Televised Action Sports Event. Journal of Sport Management, 20322-344. Human Kinetics, Inc.
43. Herbauts, A.(1973). Journalism, Sports, Olympism. Thirty-eight years of lectures 1961-1998. International Olympic Academy (IOA).p136.
44. Home, J.(2005). Sport and the Mass Media in Japan. Sociology of Sport Journal, 22(4): 415-432 pub: HUMAN KINETICS.
45. Kane, M.J., Buysse, J.A.(2005). Intercollegiate Media Guides as Contested Terrain: A Longitudinal Analysis. Sociology of Sport Journal, 22, 214-238. Human Kinetics, Inc.
46. Llines, M.(1995). The Contribution to and Effect of the Media on the Olympic Games. Thirty-eight years of lectures 1961-1998. International Olympic Academy(IOA).p321-322.
47. Lee L.F.(2005). Spectacle and Fandom: Media Discourse in Two Soccer Events in HongKong. Sociology of Sport Journal, 22(2):194-213. HUMANKINETICS.
48. Macaloon, J. (1992). Sponsorship Policy and Olympic Ideology: Towards a New Discourse. Thirty-eight years of lectures 1961-1998. International Olympic Academy(IOA).p295.
49. Pouret, H. (1972). Audio-Visual Environment of the Olympic Athlete. Thirty-eight years of lectures 1961-1998. International Olympic Academy(IOA).p126.
50. Yakas, O. (1971). Perspectives on the Evolution of Sports and Olympic Facilities. Thirty-eight years of lectures 1961-1998. International Olympic Academy(IOA).p114.
51. Yarles, M.(1994). The New political, Economic, Social and Organizational Aspects of the Olympic Movement. Thirty-eight years of lectures 1961-1998. International Olympic Academy(IOA).p314.
52. Zecevic, L.(1985). The XIVth Olympic Winter Games Sarajevo 1984. Thirty-eight years of lectures 1961-1998. International Olympic Academy(IOA).p235.