

طراحی الگوی توسعه ورزش همگانی مبتنی بر فناوری‌های جدید مانند شبکه‌های اجتماعی

احسان صیدمحمادی^۱

میشم رحیمی‌زاده^۲

امیرحسین منظمی^۳



[10.22034/ssys.2023.2941.3147](https://doi.org/10.22034/ssys.2023.2941.3147)

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۶/۳۰

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۰۸/۱۳

این پژوهش با هدف طراحی الگوی توسعه ورزش همگانی مبتنی بر فناوری‌های جدید مانند شبکه‌های اجتماعی با استفاده از روش کیفی و رویکرد سیستماتیک گراند تئوری انجام شد. جامعه آماری پژوهش شامل اساتید و پژوهشگران دانشگاه‌ها و اداره کل ورزش و جوانان و همچنین هیئت ورزش‌های همگانی بود که مورد مصاحبه قرار گرفتند. برآورد تعداد نمونه براساس اشباع نظری مولفه‌های استخراجی پژوهش ۱۴ نفر بود. براساس رویکرد تحقیق طی فرآیند کدگذاری باز، در مجموع ۴۲۴ کد اولیه بدون در نظر گرفتن هم‌پوشانی به دست آمد و در گام بعد، ۸۳ مفهوم مشترک براساس هم‌پوشانی‌ها و تشابهات حاصل شد که ۲۴ کد مفهومی را شکل دادند. در نهایت کدهای مفهومی حاصل شده، ۱۰ مقوله را برای ما تعریف کردند که مدل نهایی پژوهش براساس آنها ترسیم گردید. براساس یافته‌های پژوهش، عوامل علی شامل ضرورت‌های حرفه‌ای و ضرورت‌های فرهنگی؛ عوامل زمینه‌ای شامل زیرساخت‌ها و بسترهای نرم؛ عوامل مداخله‌گر شامل سازوکارهای تخصصی و سازوکارهای عمومی؛ راهبردها شامل توسعه ساختاری و پشتیبانی و پیامدها شامل توسعه کلان و توسعه سلامت محور است.

لذا باید به استفاده از فرصت‌های سرمایه‌گذاری در حوزه تولیدات رسانه‌ای مرتبط با ورزش همگانی توجه ویژه‌ای شود و تمام تلاش و توان سازمان‌های ورزشی در جهت استفاده از ظرفیت نخبگان ورزشی و چهره‌های مطرح و شاخص در شبکه‌های اجتماعی در جهت ترویج ورزش همگانی باشد.

واژگان کلیدی: توسعه، ورزش همگانی، فناوری و شبکه‌های اجتماعی.

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی، تهران، ایران

^۲ استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی، تهران، ایران

E-mail: Meysam.rahimizadeh@gmail.com

^۳ دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی، تهران، ایران

مقدمه

دنیای ورزش امروز با ترکیب استعدادهای طبیعی ورزشی با تجزیه و تحلیل پیشرفته برای تولید بهترین نتایج ممکن از نظر فناوری پیشرفت می‌کند. از بسیاری جهات فناوری، زندگی را ساده می‌کند و هرکدام آن را به روش خود تعریف می‌کنند. در سراسر محیط امروز، تقریباً همه چیز به دلیل پیشرفت‌های فنی تقریباً در همه زمینه‌های سبک زندگی راحت‌تر و در دسترس است، همه چیز در جهان تأثیرات مثبت و منفی بر زندگی و جامعه دارد. (روی^۱، ۲۰۱۹). ورزش هم نقش مهمی در جهان ایفا می‌کند و تأثیرات بسیاری بر جوامع و فرهنگ‌ها دارد. تأثیرات ورزش بر سلامت، تغذیه، روحیه و روان و تعاملات اجتماعی بر هیچ کسی پوشیده نیست. ورزش به چهار شاخه ورزش حرفه‌ای، قهرمانی، تربیتی و همگانی تقسیم می‌شود (جلالوف^۲، ۲۰۲۰). ورزش همگانی به فعالیت‌های ورزشی اطلاق می‌شود که برای عموم قابل دسترس و باز است. این فعالیت‌ها معمولاً توسط نهادهای عمومی مانند سازمان‌های دولتی، شهرداری‌ها یا سازمان‌های اجتماعی سازماندهی و تنظیم می‌شوند. هدف ورزش همگانی ارتقای فعالیت بدنی، سلامتی و تعامل اجتماعی در بین افراد در هر سن و توانایی است (شعبانی و غفوری^۳، ۱۳۹۰). توسعه یک فرایند هدفمند است که توسط انسان‌ها آغاز شده است و هدف آن بهبود شرایط زندگی همه افرادی است که در جامعه زندگی می‌کنند. به عبارت دیگر، توسعه جایگاه برتری است که انسان برای تصرف یا رسیدن به آن تلاش می‌کند. (سماسینگ^۴، ۲۰۲۰). مشارکت مردم در فعالیت‌های ورزش همگانی، موتور اصلی توسعه همه‌جانبه مبتنی بر ورزش در میان آحاد جامعه است. (پی لی^۵، ۲۰۲۲). به دلیل تغییر سبک زندگی، افزایش اوقات فراغت، کاهش کار فیزیکی و اهمیت ورزش همگانی در تقویت اندام و کاهش فشار ورزش همگانی توسعه بی‌سابقه‌ای داشته است. (لی^۵، ۲۰۱۷). خدمات ورزش همگانی مظهر سیاست توسعه ملی مردم‌محور است و حمایت از ورزش ملی مبتنی بر ورزش همگانی است. در روند توسعه اجتماعی در عصر جدید، تقاضای مردم برای ورزش بسیار بهبود یافته است که این نیز از ارتقای سطح آگاهی سلامت مردم نشأت می‌گیرد. (پنگ، هیومین^۶، ۲۰۲۰). در سطح جهان کشورهای مختلف برای توسعه ورزش در تمامی ابعاد برنامه‌ها و سیاست‌های متفاوتی را در نظر گرفته‌اند که اکثر این برنامه‌ها با توجه به شرایط خاص هر کشور انجام شده است. بنابراین برنامه‌ریزی و ارائه منشور ملی ورزش برای توسعه ورزش تمام کشورهای دنیا ضروری است و باید با در نظر گرفتن

¹ Roy

² Jalaliv et al.

³ W. Semasinghe

⁴ Lee, S.

⁵ Li, Z

⁶ Peng, Huamin

طراحی الگوی توسعه ورزش همگانی مبتنی بر فناوری‌های جدید مانند شبکه‌های اجتماعی

عوامل کشورهای مختلف انجام شود. توجه به موضوعاتی مانند نژادپرستی، مسائل جنسیتی، مسائل سیاسی ورزش و موارد دیگر باید در تهیه منشور ملی توسعه ورزش کشورها مورد توجه ویژه قرار گیرند. البته لازم است بخش مهمی از مفاد این منشور با هماهنگی اساسنامه کمیته بین‌المللی المپیک و فدراسیون‌های ورزشی بین‌المللی تهیه و تنظیم شود و خود زمینه ساز و دربرگیرنده هماهنگی و انسجام سازمان‌های مختلف دولتی و غیردولتی متولی ورزش باشد (پیرس^۱ ۲۰۱۷). فناوری‌های نوین برای مقاصد خاصی طراحی شده‌اند که در جامعه ورزشی برای کاهش وزن، کنترل سلامت و افزایش همبستگی اجتماعی در کل جهان کاربرد دارند. (چینهوا^۲ ۲۰۱۷). در عصر حاضر رسانه‌های اجتماعی دامنه‌ای گسترده‌تر از ارتباطات اجتماعی ساده را شامل می‌شوند و برای اهداف مختلفی مانند پوشش زنده، اطلاع‌رسانی، روابط عمومی سیستم، تبلیغات و... کاربرد دارند (آبزا^۳ و همکاران، ۲۰۲۲). از جمله پدیده‌های نوین ارتباطی که در مسائل فردی، اجتماعی و سازمانی کاربردهای زیادی دارند، شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی نوین هستند. شکل‌گیری و توسعه شبکه‌های اجتماعی نوین به عنوان یکی از مهمترین رویدادهای اجتماعی قرن حاضر نامگذاری شده است (لئوناردی^۴، ۲۰۱۵). شبکه‌های اجتماعی می‌توانند بر زمینه‌های مختلفی تأثیر بگذارند. در صنعت ورزش نیز شفافیتی وجود دارد که فرصتی بی نظیر برای توسعه ورزش ایجاد می‌کند (براندز و همکاران^۵، ۲۰۱۳). کیانی و نظری (۱۴۰۱) پژوهشی با مضمون تأثیر وسایل ارتباط جمعی در بازاریابی رخدادهای ورزشی به نگارش در آوردند. دستاورد بازاریابی یکپارچه نوید دهنده افزایش کمال از منظر به وجود آمدن تئوری منسجم است که این ترکیبی از بهره بردن فعالانه از برنامه‌های رسانه‌های اجتماعی است که در وب سایت باشگاه یا فدراسیون تمرکز دارند. مشتاقی و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان «رسانه‌های جمعی در توسعه سلامت از طریق ورزش همگانی» به این نتیجه دست پیدا کرد که اثرات ورزش بر جامعه باعث افزایش کیفیت زندگی، تقویت روحیه اجتماعی جامعه، ایجاد همبستگی، کاهش هزینه‌های درمان و مهمتر از همه تأثیر بر فرهنگ جامعه می‌شود. خواجه صالحانی و همکاران (۱۴۰۰) طی تحقیقی با مضمون نقش رسانه‌های جمعی در گسترش ورزش دانشگاهی نشان دادند که رسانه در توسعه نیروی انسانی ورزش دانشگاهی، توسعه منابع اقتصادی ورزش دانشگاهی، توسعه زیرساخت‌های مکفی ورزش دانشگاهی، توسعه فضای علمی ورزش دانشگاهی، توسعه فضای قانونی ورزش دانشگاهی و توسعه فضای فرهنگی ورزش دانشگاهی نقش نقش شایان و بسزایی دارد. مشتاقی و همکاران (۱۴۰۰) تحقیقی با مضمون نقش وسایل ارتباط

¹ Pearce, S.

² Qinghua

³ Abeza

⁴ Leonardi

⁵ Brandes

جمعی بر توسعه و ترویج ورزش همگانی کشور انجام دادند. بی‌توجهی رسانه‌ها به وضعیت ورزش بانوان عامل مهم دیگری است که محققان به آن اشاره می‌کنند. زنان بخش عظیمی از جامعه را تشکیل می‌دهند و از طرفی هم تربیت‌کننده نسل بعدی این مرز و بوم هستند که بی‌توجهی به آنان تأثیرات بسیار مخربی را برای ورزش همگانی جامعه و علاقه آن‌ها به ورزش همگانی به همراه دارد. لیولو و همکاران^۱ (۲۰۲۳) طی پژوهشی با عنوان «تأثیر خدمات ورزش همگانی بر سلامت روان ساکنان در سطح جوامع در دولت چین» به این نتایج دست یافته‌اند که هرچه دسترسی به امکانات ورزشی و دسترسی به فضای آزاد و سبز برای عموم مردم در جامعه کمتر باشد؛ ممکن است ناراحتی روانی ساکنان بیشتر باشد. علیف و محمدوف^۲ (۲۰۲۲) پژوهشی با عنوان «تأثیر رسانه‌های جمعی بر ورزش» انجام دادند که دستاورد این پژوهش نمایانگر این ادعاست که هدف رسانه‌ها افزایش آگاهی ورزشی، هدایت ورزش و توزیع فرهنگ در جامعه است. وانگ و همکارش^۳ (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان «تحلیل و تحقیق در کاربرد فناوری اینترنت در آموزش دو و میدانی ورزشی» به این نتیجه اشاره می‌کنند که با ادغام درست فناوری‌های نوین با روش‌های سنتی گذشته به وسیله آموزش‌های آنلاین و آفلاین می‌توان تعامل بیشتری بین مربی و مربی برقرار کرد و اثر گذاری هر نوع فعالیت را به اوج رساند.

بنابراین باتوجه به بررسی پیشینه تحقیق و رشد و گسترش شبکه‌های اجتماعی در جامعه، کمبود تحقیقی که الگویی برای توسعه ورزش همگانی طراحی کند حس می‌شد. باید بپذیریم که توسعه ورزش همگانی چیزی نیست که خود به خود اتفاق بیفتد، بلکه باید برای رسیدن به آن، برنامه و هدف داشته باشیم و برای رسیدن به آن تلاش کنیم. بر اساس مطالب ارائه شده، نیاز مبرم به الگویی اکتشافی است. لذا این پژوهش سعی در شناخت عوامل موثر بر توسعه ورزش همگانی مبتنی بر فناوری‌های نوین مانند شبکه‌های اجتماعی و طراحی یک الگو برای آن دارد. به نظر می‌رسد با توجه به گسترش شبکه‌های اجتماعی در میان تمام طیف‌های سنی از آنها می‌توان برای جذابیت‌بخشی به ورزش، اطلاع رسانی، پخش رویدادهای ورزشی و در نهایت توسعه ورزش همگانی در جامعه بهره برد. بنابراین تحقیق حاضر بر آن است که به این سوال پاسخ دهد:

الگوی توسعه ورزش همگانی مبتنی بر فناوری‌های جدید مانند شبکه‌های اجتماعی چگونه است؟

روش‌شناسی پژوهش

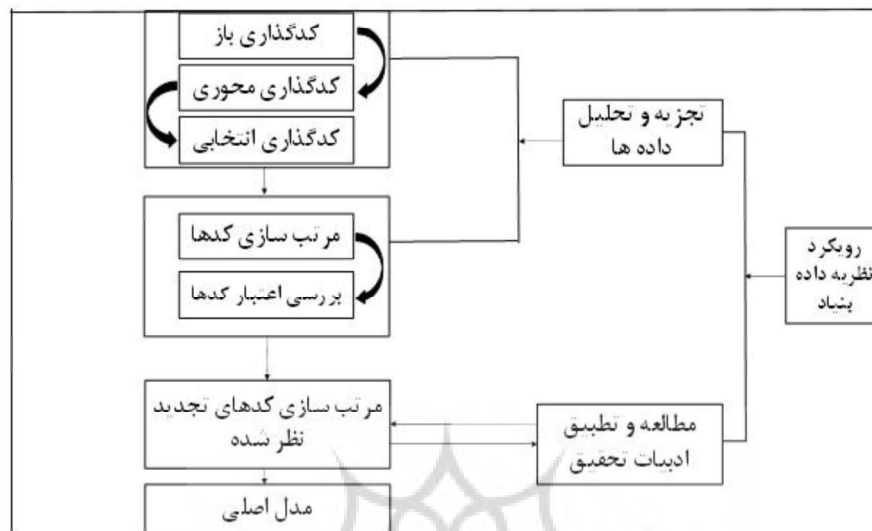
^۱ Lu and et al.

^۲ Aliyev and Mammadov

^۳ Wang and et al.

روش تحقیق از نوع مطالعه اکتشافی نظام‌مند با رویکرد اشتراک و کوربین⁴ است. گردآوری داده‌ها به روش‌های متعددی مانند مصاحبه، مطالعه کتابخانه‌ای و بررسی اسناد انجام گرفت. در این روش سؤالات پژوهش به جای آنکه به شکل فرضیه‌های خاص مطرح شوند، باید باز و کلی باشند و تئوری حاصله باید تبیین‌گر پدیده‌ای باشد که مورد بررسی است. سه فرایند هم‌پوش در فرایند تحلیل تئوری مفهوم‌سازی بنیادی وجود دارد: کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی. جامعه آماری شامل اعضای هیئت علمی، اساتید دانشگاه‌ها و کارشناسان اداره کل ورزش و جوانان و اعضای هیئت ورزش‌های همگانی می‌باشد که مورد مصاحبه قرار گرفتند. روش نمونه‌گیری کیفی به روش نظری و از نوع قضای بر مبنای معیارهایی مانند تخصص، رده شغلی و سابقه صورت گرفت. تخمین تعداد نمونه براساس اشباع نظری مولفه‌های استخراجی پژوهش ۱۴ نفر بود. نمونه آماری این بخش تا رسیدن به اشباع نظری، پیکره اصلی تحقیق برگزیده شده است. روایی رونوشت مطالعه کتابخانه‌ای و ابزار مصاحبه ابتدا با استفاده از نظر متخصصان مورد ارزیابی قرار گرفت. سپس از طریق روش‌های روایی کدگذاری و توافق مصححان (ضریب کاپا، و ...) بررسی شد. در این پژوهش، با ارائه بازخورد به مصاحبه‌شوندگان و قراردادن آن‌ها در مسیر پژوهش - به طوری که بر نحوه پاسخگویی آن‌ها تأثیر نگذارد - در جهت افزایش روایی درونی اقدام شد. در ضمن پس از انجام هر مصاحبه، الگوی به‌دست آمده تا آن مرحله ارائه می‌شد و در صورتی که مصاحبه‌شونده نکاتی را نسبت به الگو داشت، مورد بحث قرار می‌داد. این کار پس از انجام مصاحبه انجام می‌گرفت تا مصاحبه خالی از هر گونه پیش‌فرض و جهت‌گیری انجام شود. از آنجایی که مؤلفه پایایی به گستره تکرارپذیری یافته‌های پژوهش اشاره دارد و در انجام مطالعات کیفی پژوهشگر به تفسیر موضوع مورد مطالعه می‌پردازد، همزمان با گردآوری داده‌ها، کار تحلیل آن‌ها طی سه مرحله کدگذاری نیز شروع شد. پس از استخراج کدها، آن‌ها طبقه‌بندی می‌شدند - مقایسه مداوم، تفاوت‌ها و تشابهات بین کدها را آشکار می‌کند. طبقات جدا و یا ادغام می‌گردیدند تا نظریه در روند این فرآیند شکل گیرد. منابع و متون موجود نیز در روند تکمیل تئوری مورد استفاده قرار گرفتند. کار گردآوری داده‌ها تا زمانی ادامه یافت که پژوهشگر اطمینان حاصل کردند که ادامه کار چیز تازه‌ای به دانسته‌ها نمی‌افزاید. پس از انجام ۱۴ مصاحبه در طی دوره شش ماه، تحلیل داده‌ها حاکی از اضافه نشدن داده جدید به داده‌های قبلی بود، چرا که درصد بالایی از داده‌های مستخرج از مصاحبه‌های آخر تکراری بود. بنابراین، با رسیدن به حد اشباع نظری، به مصاحبه‌ها پایان داده شد.

⁴ Strauss and Corbin



شکل ۱: فرایند انجام پژوهش

یافته‌های پژوهش

طی فرایند کدگذاری باز ۴۲۴ کد باز استخراج شد که بعد از پالایش آنها ۸۳ کد غیر تکراری از ۱۴ مصاحبه با افراد واجد شرایط به دست آمد، سپس این مفاهیم بر اساس مشابهت موضوعی دسته‌بندی شد و به هر یک از این طبقات، عنوانی اختصاص یافت که انتزاعی‌تر از مفاهیمی بود که مجموعه آن طبقه را تشکیل می‌داد. تعداد کدهای مفهومی تحقیق ما به ۲۴ مورد رسید. سپس به وسیله این ۲۴ مورد به معرفی ۱۰ کد انتخابی یا همان مقوله‌ها پرداختیم و به وسیله این مقوله‌ها به تبیین پدیده مورد نظر که همان تبیین الگوی تحقیق است، مبادرت شد. در جدول ۱ اطلاعات مربوط به مشخصات فردی مشارکت‌کنندگان در مصاحبه‌های مرتبط شرح داده شده است:

جدول ۱: مشخصات مشارکت‌کنندگان در مصاحبه

ردیف	تخصص	تحصیلات	سابقه علمی - پژوهشی	جنسیت
۱	عضو هیئت علمی دانشگاه	دکتری تخصصی	*	مرد
۲	عضو هیئت علمی دانشگاه	دکتری تخصصی	*	مرد
۳	عضو هیئت علمی دانشگاه	دکتری تخصصی	*	مرد

طراحی الگوی توسعه ورزش همگانی مبتنی بر فناوری‌های جدید مانند شبکه‌های اجتماعی

۴	عضو هیئت علمی دانشگاه	دکتری تخصصی	*	مرد
۵	عضو هیئت علمی دانشگاه	دکتری تخصصی	*	مرد
۶	کارشناس اداره ورزش و جوانان	دکتری تخصصی	*	مرد
۷	کارشناس اداره ورزش و جوانان	فوق لیسانس	-	مرد
۸	کارشناس اداره ورزش و جوانان	فوق لیسانس	*	مرد
۹	دانشجو دکتری مدیریت ورزشی	فوق لیسانس	*	زن
۱۰	دانشجو دکتری مدیریت ورزشی	فوق لیسانس	-	زن
۱۱	هیئت ورزش همگانی	دکتری تخصصی	-	مرد
۱۲	هیئت ورزش همگانی	فوق لیسانس	-	زن
۱۳	هیئت ورزش همگانی	فوق لیسانس	-	مرد
۱۴	هیئت ورزش همگانی	فوق لیسانس	*	زن

در مراحل بعدی یعنی مرحله کدگذاری مفهومی و کدگذاری انتخابی، بین دسته‌های ایجادشده رابطه برقرار شد. اساس فرایند ارتباط در کدگذاری مفهومی بر تمرکز و تعیین یک مقوله به‌عنوان مقوله مرکزی یا اصلی که هدف اصلی تحقیق است و سپس مقوله‌های دیگر به عنوان مقوله فرعی ارتباط داده شد. پس از تعریف مقوله مفهومی، شرایط علی، شرایط میدانی، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و اقدامات و پیامدهای آنها تعریف گردید. در جدول ۲، کدهای باز موثر بر توسعه ورزش همگانی مبتنی بر فناوری‌های جدید مانند شبکه‌های اجتماعی شرح داده شده است:

جدول ۲: کدهای باز موثر بر توسعه ورزش همگانی مبتنی بر فناوری‌های جدید مانند شبکه‌های اجتماعی

فرآوانی	کدهای باز
۵	فرصت‌های سرمایه‌گذاری در حوزه تولیدات رسانه‌ای مرتبط با ورزش همگانی
۳	ظرفیت نخبگان ورزشی در تولیدات ورزشی برای کیفیت‌بخشی انتقال مفاهیم
۵	ظرفیت چهره‌های مطرح و شاخص در شبکه‌های اجتماعی در جهت ترویج ورزش همگانی

۴	وجود فنون مدرن جذب مخاطبان در شبکه‌های اجتماعی
۸	امکان ساخت برنامه‌های با کیفیت ورزشی در جهت ایجاد جذابیت بصری
۴	امکان تولید برنامه‌های کیفی در جهت ایجاد فرهنگ ورزش همگانی
۳	نمایش نشاط اجتماعی از طریق برنامه‌های ورزش گروهی
۵	ارزش‌های ورزش و فعالیت بدنی با هنجارسازی در شبکه‌های مجازی
۴	وجود هنجارهای سلامت‌محور به‌خصوص ورزش همگانی در جامعه
۵	توجه ویژه به بهبود و تقویت ارزش‌های ورزشی در خانواده‌ها
۴	بهره‌گیری از فرهنگ مرتبط با کار و سلامتی در اقوام مختلف
۵	توجه ویژه به ارزشمندی ورزش در گروه کودک و نوجوان
۶	تمرکز بر ورزش همگانی در رسوم و فرهنگ اجتماعی
۸	ظرفیت‌های پوشش رسانه‌ای همایش‌های ورزش همگانی در طول سال
۴	ضرورت‌های اجتماعی مانند ارتباطات اجتماعی از طریق ورزش همگانی
۵	کارکردهای اطلاع‌رسانی پیامون برگزاری همایش‌های ورزشی گروهی
۶	به‌روز بودن امکانات ورزشی
۵	در دسترس بودن امکانات در تمام نقاط
۸	قابلیت استفاده از امکانات برای تمام سنین
۳	در دسترس بودن فناوری‌های نوین جهت تبلیغات موثر و هدفمند
۶	تامین امکانات تبلیغاتی در راه توسعه ورزش همگانی
۴	استفاده از ظرفیت رسانه‌ای رسانه‌های سازمان‌های ورزش مدار
۸	وجود نیروی زبده در تامین برنامه‌های اجتماعی ورزش همگانی
۳	وجود نیروی آشنا با فناوری‌های نوین در راستای تحقق اهداف ورزشی
۳	استفاده از نیروهای داوطلبی آشنا با رویدادهای ورزشی همگانی
۸	وجود قوانین حامی توسعه ورزش همگانی مبتنی بر فناوری‌های نوین

طراحی الگوی توسعه ورزش همگانی مبتنی بر فناوری‌های جدید مانند شبکه‌های اجتماعی

۳	اتخاذ قوانین تشویقی برای شبکه‌های اجتماعی فعال در حوزه ورزش همگانی
۷	وجود سیاست‌های اجرایی در زمینه فناوری‌های نوین و شبکه‌های اجتماعی
۳	نبود تسلط و تخصص در مدیریت شبکه‌های اجتماعی
۴	عدم وجود هماهنگی حرفه‌ای بین فدراسیون و رسانه‌های اجتماعی
۵	عدم درامدزایی از طریق ورزش همگانی برای شبکه‌های اجتماعی
۵	کم‌کاری تهیه‌کنندگان برنامه ورزشی در شبکه‌های اجتماعی مدرن
۶	ضعف در اطلاع‌رسانی و مسئولیت اجتماعی رسانه‌ها در زمینه توسعه ورزش همگانی
۸	عدم نگاه تخصص به تولید برنامه‌های ورزش همگانی
۶	عدم همکاری سازمان‌های مربوطه در شبکه‌های اجتماعی
۸	عدم همکاری با نهادهای علمی در روند تولید برنامه‌های ورزش همگانی
۴	عدم تعهد مالی فدراسیون ورزش همگانی در جهت پوشش رسانه‌ای
۸	کمبود توجه به ورزش همگانی در رسانه‌های اجتماعی
۸	توجه بیشتر به ورزش قهرمانی در رسانه‌های اجتماعی
۸	عدم بازتاب‌های شبکه‌های اجتماعی در زمینه فعالیت‌های ورزش همگانی
۶	محدودیت نمایش رسانه‌ای ورزش بانوان و تمرکز بر ورزش آقایان
۶	عدم درک صحیح از نیازهای مخاطبان در زمینه ورزش همگانی
۴	عدم جذابیت و کلیشه‌ای شدن برنامه‌های ورزش همگانی در شبکه‌های اجتماعی
۴	عدم درک خواسته‌های بصری- ورزشی دنبال‌کنندگان ورزش همگانی
۶	ضعف در به‌کارگیری فناوری روزآمد برای آموزش مربوط به ورزش همگانی
۶	کمبود تبلیغات برای بیان اهمیت و ضرورت ورزش همگانی
۴	اخبار و اطلاعات غیرکارشناسانه و در نتیجه غیراصولی در ورزش همگانی
۵	عدم اطلاع‌رسانی مناسب نسبت به فوائد ورزش همگانی
۴	پرهیز از یکنواختی در تولید محتوا و استفاده از آیین‌های گوناگون

۴	تولید و پخش برنامه‌های تخصصی برای سنین مختلف
۸	پخش برنامه‌های با کیفیت ورزش همگانی در تمام رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی
۵	به کارگیری افراد متخصص در حوزه‌های کارشناس فناوری‌های نوین در راستای بهبود ورزش همگانی
۳	توجه به جنبه‌های تفریحی ورزش همگانی از طریق شبکه‌های اجتماعی
۸	پوشش رویدادهای مرتبط و ایجاد جذابیت ورزشی در شبکه‌های اجتماعی
۴	اجرای رویدادهای ورزشی مهیج و جذاب و پوشش رسانه‌ای
۵	پخش تبلیغات در زمان و مکان مناسب برای جذب مخاطب
۳	آموزش مفاهیم مرتبط با فناوری‌های نوین مرتبط با ورزش همگانی
۳	معرفی الگوهای ورزشکار با توجه به محبوبیت‌شان در شبکه‌های اجتماعی
۴	پخش تیزرهای تبلیغاتی مرتبط با ورزش همگانی در شبکه‌های اجتماعی
۷	مشارکت شبکه‌های اجتماعی با نهادهای متولی ورزش همگانی
۶	مهیاکردن بستر هماهنگی بین تشکیلات‌های مرتبط با ورزش و سلامت
۳	استفاده از ظرفیت نهادهای علمی در روند تولید برنامه‌های ورزش همگانی
۳	جذب حامیان مالی رسانه‌ای در راستای توجه و تمرکز بر توسعه ورزش همگانی
۵	جذب منابع مالی از طریق پخش رویدادهای ورزش همگانی در شبکه‌های اجتماعی
۴	در نظر گرفتن بودجه مناسب برای توسعه فناوری‌های نوین در راستای بهبود ورزش همگانی
۴	تقدیر از سازمان‌های حامی مالی شبکه‌های اجتماعی در ورزش همگانی
۳	حمایت مالی فدراسیون ورزش همگانی در جهت پوشش رسانه‌ای
۵	جمع‌گرایی و ارتباطات اجتماعی
۵	افزایش مشارکت سازمانی در زمینه ارتقای ورزش همگانی
۸	مشارکت تدریجی تمامی اقشار در ورزش همگانی

طراحی الگوی توسعه ورزش همگانی مبتنی بر فناوری‌های جدید مانند شبکه‌های اجتماعی

۶	بهبود همبستگی اجتماعی
۳	توسعه سرمایه اجتماعی
۴	فعال‌شدن سازمان‌های مردم‌نهاد
۸	نمایش الگوهای سبک زندگی سالم
۶	پرکردن اوقات فراغت تمامی افراد
۶	افزایش سلامت اجتماعی
۵	بهبود کیفیت زندگی سلامت‌محور
۳	ارتقای شادابی و نشاط در جامعه
۸	بیماری‌های مرتبط با کم‌تحرکی
۵	اشاعه فرهنگ بومی - محلی در مناطق مختلف،
۳	افزایش انگیزه عموم مردم برای شرکت در ورزش همگانی
۳	افزایش علاقه‌مندی مردم در گرایش به ورزش همگانی
۶	حضور حداکثری مردم در اماکن ورزشی جهت انجام فعالیت‌های ورزشی

بر اساس یافته‌های جدول ۲ که حاصل تجزیه مصاحبه‌ها بود، ۸۳ کد باز به عنوان عوامل موثر بر توسعه ورزش همگانی مبتنی بر فناوری‌های جدید مانند شبکه‌های اجتماعی شناسایی شد. در جدول ۳ نتایج کدگذاری مفهومی که به دسته‌بندی کدهای باز می‌پردازد، گزارش شده است:

جدول ۳: کدگذاری مفهومی

کدهای مفهومی	کدهای باز
فرصت‌طلبی	فرصت‌های سرمایه‌گذاری در حوزه تولیدات رسانه‌ای مرتبط با ورزش همگانی
	ظرفیت نخبگان ورزشی در تولیدات ورزشی برای کیفیت‌بخشی انتقال مفاهیم
	ظرفیت چهره‌های مطرح و شاخص در شبکه‌های اجتماعی در جهت ترویج ورزش همگانی
تولیدات با کیفیت	وجود فنون مدرن جذب مخاطبان در شبکه‌های اجتماعی
	امکان ساخت برنامه‌های با کیفیت ورزشی در جهت ایجاد جذابیت بصری

امکان تولید برنامه‌های کیفی در جهت ایجاد فرهنگ ورزش همگانی	
نمایش نشاط اجتماعی از طریق برنامه‌های ورزش گروهی	
ارزش‌های ورزش و فعالیت‌بدنی با هنجارسازی در شبکه‌های مجازی	
وجود هنجارهای سلامت‌محور به‌خصوص ورزش همگانی در جامعه	هنجارسازی
توجه ویژه به بهبود و تقویت ارزش‌های ورزشی در خانواده‌ها	
بهره‌گیری از فرهنگ مرتبط با کار و سلامتی در اقوام مختلف	
توجه ویژه به ارزشمندی ورزش در گروه کودک و نوجوان	فرهنگ‌سازی
تمرکز بر ورزش همگانی در رسوم و فرهنگ اجتماعی	
ظرفیت‌های پوشش رسانه‌ای همایش‌های ورزش همگانی در طول سال	
ضرورت‌های اجتماعی مانند ارتباطات اجتماعی از طریق ورزش همگانی	اطلاع‌رسانی
کارکردهای اطلاع‌رسانی در زمینه برگزاری همایش‌های ورزشی گروهی	
به‌روز بودن امکانات ورزشی	
در دسترس بودن امکانات در تمام نقاط	امکانات ورزشی
قابلیت استفاده از امکانات برای تمام سنین	
در دسترس بودن فناوری‌های نوین جهت تبلیغات موثر و هدفمند	
تامین امکانات تبلیغاتی در راه توسعه ورزش همگانی	امکانات تبلیغاتی
استفاده از ظرفیت رسانه‌ای رسانه‌های سازمان‌های ورزش‌مدار	
وجود نیروی زبده در تامین برنامه‌های اجتماعی ورزش همگانی	نیروی انسانی
وجود نیروی آشنا با فناوری‌های نوین در راستای تحقق اهداف ورزشی	متخصص
استفاده از نیروهای داوطلبی آشنا با رویدادهای ورزشی همگانی	
وجود قوانین حامی توسعه ورزش همگانی مبتنی بر فناوری‌های نوین	
اتخاذ قوانین تشویقی برای شبکه‌های اجتماعی فعال در حوزه ورزش همگانی	قوانین و مقررات
وجود سیاست‌های اجرایی در زمینه فناوری‌های نوین و شبکه‌های اجتماعی	
نبود تسلط و تخصص در مدیریت شبکه‌های اجتماعی	

حرفه‌ای‌گری	عدم وجود هماهنگی حرفه‌ای بین فدراسیون و رسانه‌های اجتماعی عدم درامدزایی از طریق ورزش همگانی برای شبکه‌های اجتماعی کم‌کاری تهیه‌کنندگان برنامه ورزشی در شبکه‌های اجتماعی مدرن
تولیدات فناوری‌محور	ضعف در اطلاع‌رسانی و مسئولیت اجتماعی رسانه‌ها در زمینه توسعه ورزش همگانی عدم نگاه تخصصی به تولید برنامه‌های ورزش همگانی عدم همکاری سازمان‌های مربوطه در شبکه‌های اجتماعی
همکاری بین بخشی	عدم همکاری با نهادهای علمی در روند تولید برنامه‌های ورزش همگانی عدم تعهد مالی فدراسیون ورزش همگانی در جهت پوشش رسانه‌ای کمبود توجه به ورزش همگانی در رسانه‌های اجتماعی توجه بیشتر به ورزش قهرمانی در رسانه‌های اجتماعی
تمرکز	عدم بازتاب‌های شبکه‌های اجتماعی در زمینه فعالیت‌های ورزش همگانی محدودیت نمایش رسانه‌ای ورزش بانوان و تمرکز بر ورزش آقایان عدم درک صحیح از نیازهای مخاطبین در خصوص ورزش همگانی
نیازسنجی	عدم جذابیت و کلیشه‌ای شدن برنامه‌های ورزش همگانی در شبکه‌های اجتماعی عدم درک خواسته‌های بصری- ورزشی دنبال‌کنندگان ورزش همگانی ضعف در به‌کارگیری فناوری روزآمد برای آموزش مربوط به ورزش همگانی
آگاهی بخشی	کمبود تبلیغات برای بیان اهمیت و ضرورت ورزش همگانی اخبار و اطلاعات غیر کارشناسانه و در نتیجه غیراصولی در ورزش همگانی عدم اطلاع‌رسانی مناسب نسبت به فوائد ورزش همگانی پرهیز از یکنواختی در تولید محتوا و استفاده از آیین‌های گوناگون تولید و پخش برنامه‌های تخصصی برای سنین مختلف
کیفیت بخشی	پخش برنامه‌های با کیفیت ورزش همگانی در تمام رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی به‌کارگیری افراد متخصص در حوزه‌های کارشناس فناوری‌های نوین در راستای بهبود ورزش همگانی

جاذبیت بخشی	توجه به جنبه‌های تفریحی ورزش همگانی از طریق شبکه‌های اجتماعی پوشش رویدادهای مرتبط و ایجاد جذابیت ورزشی در شبکه‌های اجتماعی اجرای رویدادهای ورزشی مهیج و جذاب و پوشش رسانه‌ای پخش تبلیغات در زمان و مکان مناسب برای جذب مخاطب
آموزش	آموزش مفاهیم مرتبط با فناوری‌های نوین مرتبط با ورزش همگانی معرفی الگوهای ورزشکار با توجه به محبوبیت‌شان در شبکه‌های اجتماعی پخش تیزرهای تبلیغاتی مرتبط با ورزش همگانی در شبکه‌های اجتماعی مشارکت شبکه‌های اجتماعی با نهادهای متولی ورزش همگانی
هماهنگی سازمانی	مهیاکردن بستر هماهنگی بین تشکیلات‌های مرتبط با ورزش و سلامت استفاده از ظرفیت نهادهای علمی در روند تولید برنامه‌های ورزش همگانی جذب حامیان مالی رسانه‌ای در راستای توجه و تمرکز بر توسعه ورزش همگانی جذب منابع مالی از طریق پخش رویدادهای ورزش همگانی در شبکه‌های اجتماعی در نظر گرفتن بودجه مناسب برای توسعه فناوری‌های نوین در راستای بهبود
حمایت مالی	ورزش همگانی تقدیر از سازمان‌های حامی مالی شبکه‌های اجتماعی در ورزش همگانی حمایت مالی فدراسیون ورزش همگانی در جهت پوشش رسانه‌ای جمع‌گرایی و ارتباطات اجتماعی افزایش مشارکت سازمانی در زمینه ارتقای ورزش همگانی
توسعه اجتماعی	مشارکت تدریجی تمامی اقشار در ورزش همگانی بهبود همبستگی اجتماعی توسعه سرمایه اجتماعی
توسعه فرهنگی	فعال‌شدن سازمان‌های مردم‌نهاد نمایش الگوهای سبک زندگی سالم پرکردن اوقات فراغت تمامی افراد

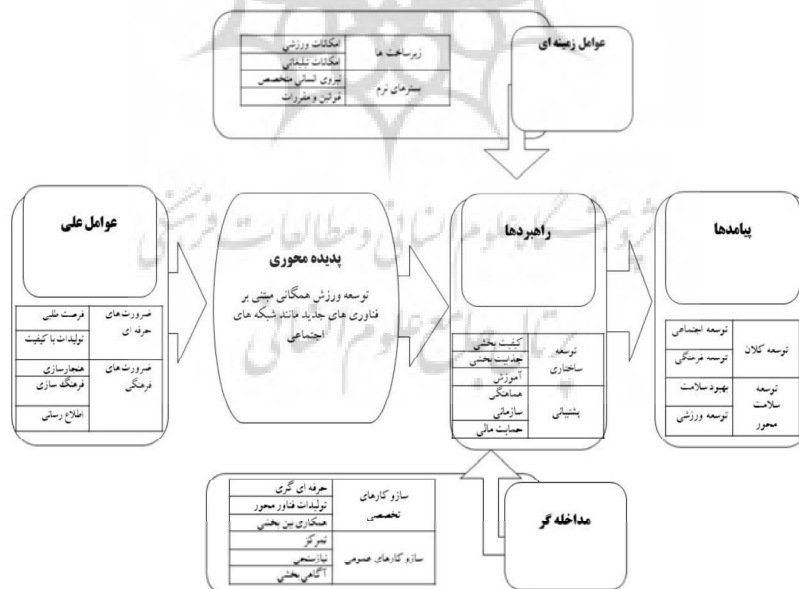
طراحی الگوی توسعه ورزش همگانی مبتنی بر فناوری‌های جدید مانند شبکه‌های اجتماعی

افزایش سلامت اجتماعی	
بهبود کیفیت زندگی سلامت‌محور	بهبود سلامت
ارتقای شادابی و نشاط در جامعه	
کاهش بیماری‌های مرتبط با کم‌تحرکی	
اشاعه فرهنگ بومی- محلی در مناطق مختلف،	
افزایش انگیزه عموم مردم برای شرکت در ورزش همگانی	توسعه ورزشی
افزایش علاقه‌مندی مردم در گرایش به ورزش همگانی	
حضور حداکثری مردم در اماکن ورزشی جهت انجام فعالیت‌های ورزشی	



جدول ۴: کدگذاری گزینشی (انتخابی)

مقوله ها	کدهای مفهومی
ضرورت‌های حرفه‌ای	فرصت‌طلبی، تولیدات با کیفیت
ضرورت‌های فرهنگی	هنجارسازی، فرهنگ‌سازی، اطلاع‌رسانی
زیرساخت‌ها	امکانات ورزشی، امکانات تبلیغاتی
بسترهای نرم	نیروی انسانی متخصص، قوانین و مقررات،
سازوکارهای تخصصی	حرفه‌ای‌گری، تولیدات فناورمحور، همکاری بین بخشی
سازوکارهای عمومی	تمرکز، نیازسنجی، آگاهی‌بخشی
توسعه ساختاری	کیفیت بخشی، جذابیت بخشی، آموزش
پشتیبانی	هماهنگی سازمانی، حمایت مالی
توسعه کلان	توسعه اجتماعی، توسعه فرهنگی
توسعه سلامت‌محور	بهبود سلامت، توسعه ورزشی



طراحی الگوی توسعه ورزش همگانی مبتنی بر فناوری‌های جدید مانند شبکه‌های اجتماعی

شکل ۲: الگوی توسعه ورزش همگانی مبتنی بر فناوری‌های جدید مانند شبکه‌های اجتماعی

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف طراحی الگوی توسعه ورزش همگانی مبتنی بر فناوری‌های جدید مانند شبکه‌های اجتماعی انجام شد. بر اساس یافته‌ها عوامل علی مؤثر بر توسعه ورزش همگانی مبتنی بر فناوری‌های جدید مانند شبکه‌های اجتماعی عبارت‌اند از: ضرورت‌های حرفه‌ای (فرصت‌طلبی، تولیدات با کیفیت) و ضرورت‌های فرهنگی (هنجارسازی، فرهنگ‌سازی و اطلاع‌رسانی). طی سال‌های اخیر ظهور و توسعه رسانه‌های جدید شگفت‌آور بوده است؛ چنان‌که در مدت کوتاهی در سراسر جهان گسترش یافته و مهم‌ترین شکل و بارزترین محصول آن اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی است (فتنون و همکاران^۱، ۲۰۲۳). رسانه‌های اجتماعی انواع مختلفی از منابع آنلاین را توصیف می‌کند که به قصد آموزش افراد در مورد محصولات، مارک‌ها، خدمات، افراد مشهور عوامل مختلفی می‌تواند بر ضرورت توجه به فناوری‌های جدید در توسعه ورزش همگانی اثر داشته باشند. یکی از این عوامل فرصت‌طلبی است. لذا با استفاده از فرصت‌های سرمایه‌گذاری در حوزه تولیدات رسانه‌ای مرتبط با ورزش همگانی، استفاده از ظرفیت نخبگان ورزشی در تولیدات ورزشی برای کیفیت‌بخشی انتقال مفاهیم، استفاده از ظرفیت چهره‌های مطرح و شاخص در شبکه‌های اجتماعی در جهت ترویج ورزش همگانی می‌توان به ضرورت موضوع پی برد. علاوه بر این توجه به تولیدات با کیفیت نیز می‌تواند نقش موثری در توسعه ورزش همگانی مبتنی بر فناوری‌های جدید داشته باشد. به این شکل که در عصر حاضر وجود فنون مدرن جذب مخاطبان در شبکه‌های اجتماعی، امکان ساخت برنامه‌های با کیفیت ورزشی در جهت ایجاد جذابیت بصری، امکان تولید برنامه‌های کیفی در جهت ایجاد فرهنگ ورزش همگانی و ضرورت نمایش نشاط اجتماعی از طریق برنامه‌های ورزش گروهی می‌تواند بر توسعه ورزش همگانی مؤثر باشد. این امر در کنار شاخص دیگری به نام هنجارسازی و فرهنگ‌سازی باید مورد توجه قرار گیرد، چرا که توجه به ابعاد مختلف توسعه نتایج بهتری را در پی خواهد داشت. لذا توجه به ارزش‌های ورزش و فعالیت بدنی با هنجارسازی در شبکه‌های مجازی، وجود هنجارهای سلامت‌محور به خصوص ورزش همگانی در جامعه، توجه ویژه به بهبود و تقویت ارزش‌های ورزشی در خانواده‌ها، بهره‌گیری از فرهنگ مرتبط با کار و سلامتی در اقوام مختلف، توجه ویژه به ارزشمندی ورزش در گروه کودک و نوجوان، تمرکز بر ورزش همگانی در رسوم و فرهنگ اجتماعی همگی می‌تواند از ضرورت‌های توجه به توسعه ورزش همگانی در بستر فناوری‌های جدید باشد. یکی دیگر از مهم‌ترین عامل‌ها، اطلاع‌رسانی است. این شاخص آن‌چنان دارای اهمیت است که می‌توان از طریق ظرفیت‌های پوشش

^۱Alex Fenton et al.

رسانه‌ای همایش‌های ورزش همگانی در طول سال، ضرورت‌های اجتماعی مانند ارتباطات اجتماعی از طریق ورزش همگانی، کارکردهای اطلاع رسانی در برگزاری همایش‌های ورزشی گروهی به وجود آید. در واقع نفوذ و جایگاه تلویزیونی در دنیای کنونی امری غیرقابل اجتناب است. تصادفی نیست که کارشناسان، قرن جدید را «عصر اطلاعات» می‌نامند. این ایده که "هر کسی که صاحب اطلاعات است، بر جهان حکمرانی می‌کند" به یک واقعیت روزانه تبدیل شده است. به خوبی می‌دانیم که کارهای تلویزیونی پیچیده‌تر از دیگر رسانه‌ها هستند و با استفاده از فناوری مدرن الکترونیکی ساخته می‌شوند. امکانات یک دوربین ویدئویی قابل حمل برای انتقال تصاویر تلویزیونی در مسافت‌های طولانی از طریق فضا و ماهواره‌ها بسیار زیاد است و شگفتی‌های خلاقانه و فنی ایجاد می‌کند. به همین دلیل است که نقش تلویزیون در جامعه در حال افزایش است. تاثیر وسایل ارتباطی بر پیشرفت جامعه و به‌خصوص تلویزیون در حال افزایش است. (داداکسون، ۲۰۲۲)^۱. یکی از مهم‌ترین پیشنهادها این پژوهش فرصت طلبی است. لذا باید به فرصت‌های سرمایه‌گذاری در حوزه تولیدات رسانه‌ای مرتبط با ورزش همگانی توجه ویژه‌ای شود و تمام تلاش و توان سازمان‌های ورزشی در جهت استفاده از ظرفیت نخبگان ورزشی و چهره‌های مطرح و شاخص در شبکه‌های اجتماعی در جهت ترویج ورزش همگانی باشد. همچنین پیشنهاد می‌شود از ضرورت تولیدات با کیفیت غافل نشویم، چرا که با وجود فنون مدرن جذب مخاطبان در شبکه‌های اجتماعی در عصر حاضر و ساخت برنامه‌های با کیفیت ورزشی در جهت ایجاد جذابیت بصری می‌توان نمایش نشاط اجتماعی از طریق برنامه‌های ورزش گروهی را به بهترین شکل انجام داد و مخاطبان بسیاری را جذب کرد.

بر اساس یافته‌ها، عوامل زمینه‌ای مؤثر بر توسعه ورزش همگانی مبتنی بر فناوری‌های جدید مانند شبکه‌های اجتماعی عبارت‌اند از: زیرساخت‌ها (امکانات ورزشی، امکانات تبلیغاتی) و بسترهای نرم (نیروی انسانی متخصص، قوانین و مقررات). در ورزش همگانی و تفریحی، حضور افراد اختیاری و با انگیزه شخصی، بر اساس ذوق و اشتیاق است. از جمله اهداف اصلی ارگان‌ها و نهادها در این سطح، تهیه کردن بیشترین امکانات لازم در جهت جذب به سمت ورزش است. از طرفی وجود امکانات ورزشی کافی می‌تواند به توسعه ورزش همگانی کمک نماید. این امکانات می‌تواند در شبکه‌های اجتماعی هم به طور قابل توجهی تاثیرگذار باشد. لذا می‌توان گفت به‌روز بودن امکانات ورزشی، در دسترس بودن امکانات در تمام نقاط، قابلیت استفاده از امکانات برای تمام سنین، در دسترس بودن فناوری‌های نوین جهت تبلیغات مؤثر و هدفمند، تأمین امکانات تبلیغاتی در راه توسعه ورزش همگانی، استفاده از ظرفیت رسانه‌ای رسانه‌های سازمان‌های ورزش مدار از مواردی است که به زیرساخت‌های لازم برای توسعه ورزش همگانی کمک

¹Dadaxon Raimboye

طراحی الگوی توسعه ورزش همگانی مبتنی بر فناوری‌های جدید مانند شبکه‌های اجتماعی

می‌نماید. علاوه بر این، داشتن نیروی انسانی متخصص برای جهت دادن به برنامه‌هایی نظیر توسعه همه جانبه ورزش همگانی ضروری است. لذا وجود نیروی زبده در زمینه تأمین برنامه‌های اجتماعی ورزش همگانی، وجود نیروی آشنا با فناوری‌های نوین در راستای تحقق اهداف ورزشی، استفاده از نیروهای داوطلبی آشنا با رویدادهای ورزشی همگانی، زمینه‌های لازم برای رشد و شکوفایی ورزش همگانی را می‌تواند ایجاد نماید. البته در کنار این عوامل، نقش مقررات و قوانین نیز پررنگ است. وجود قوانین حامی توسعه ورزش همگانی مبتنی بر فناوری‌های نوین، اتخاذ قوانین تشویقی برای شبکه‌های اجتماعی فعال در حوزه ورزش همگانی و وجود سیاست‌های اجرایی در حوزه فناوری‌های نوین و شبکه‌های اجتماعی از مهم‌ترین عوامل زمینه‌ای است که می‌تواند مسیر ورزش همگانی را روشن سازد. مهم‌ترین پیشنهاد این بخش، ایجاد زیرساخت‌های مناسب برای توسعه ورزش همگانی است. لذا باید امکانات ورزشی در دسترس باشد و قابلیت استفاده از امکانات برای تمام سنین وجود داشته باشد. بنابراین باید سعی شود در تمام نقاط شهر و روستاها امکانات ورزشی فراهم شود. برای ایجاد بسترهای نرم هم پیشنهاد می‌شود با استفاده از نیروی انسانی متخصص راه را برای توسعه ورزش همگانی هموارتر کنیم. لذا افرادی باید به عنوان متصدی توسعه ورزشی گمارده شوند که با سیاست‌ها و روند توسعه ورزش همگانی آشنا باشند.

بر اساس یافته‌ها، عوامل مداخله‌گر مؤثر بر توسعه ورزش همگانی مبتنی بر فناوری‌های جدید مانند شبکه‌های اجتماعی عبارت‌اند از: سازوکارهای تخصصی (حرفه‌ای‌گری، تولیدات فناورمحور، همکاری بین‌بخشی) و سازوکارهای عمومی (تمرکز، نیازسنجی، آگاهی‌بخشی). این یافته با نتایج آصفی و همکارانش (۱۳۹۵) و کشکر و سلیمانی (۱۳۹۱) همسوست. بر اساس یافته‌ها، یکی از مهم‌ترین موانع توسعه ورزش همگانی، عوامل حرفه‌ای‌گری است، چرا که نبود تسلط و تخصص در مدیریت شبکه‌های اجتماعی، عدم وجود هماهنگی حرفه‌ای بین فدراسیون و رسانه‌های اجتماعی و عدم درامدزایی از طریق ورزش همگانی برای شبکه‌های اجتماعی می‌تواند سبب اختلال در سیستم توسعه ورزش همگانی شود. همچنین مباحث مربوط به شاخص تولیدات فناورمحور مانند کم‌کاری تهیه‌کنندگان برنامه ورزشی در شبکه‌های اجتماعی مدرن، ضعف در اطلاع‌رسانی و مسئولیت اجتماعی رسانه‌ها در حوزه توسعه ورزش همگانی، عدم نگاه تخصصی به تولید برنامه‌های ورزش همگانی مشکل عمده‌ای است که اگر کنترل و اصلاح نشود می‌تواند توسعه ورزش همگانی را به چالش بکشد. این عوامل باید مورد بازبینی دقیق قرار گیرند تا از این طریق تسهیل گردند و مشکلات بیشتری را در راه توسعه ایجاد نکنند. مشکل دیگر مربوط به عدم همکاری بین‌سازمانی است. در واقع اقدامات ضعیف در زمینه همکاری بین‌بخشی سازمان‌ها مانند عدم همکاری سازمان‌های مربوطه در شبکه‌های اجتماعی، عدم همکاری با نهادهای علمی در روند تولید برنامه‌های ورزش

همگانی و عدم تعهد مالی فدراسیون ورزش همگانی در جهت پوشش رسانه‌ای می‌تواند باعث شکاف در بین‌سازمان‌ها و جزیره‌ای عمل کردن آن‌ها و کاهش بهره‌وری شود. تمرکز، از دیگر شرایط مداخله‌ای است. زمانی که کمبود توجه به ورزش همگانی در رسانه‌های اجتماعی، توجه بیشتر به ورزش قهرمانی در رسانه‌های اجتماعی، عدم‌بازتاب‌های شبکه‌های اجتماعی در حوزه فعالیت‌های ورزش همگانی و محدودیت نمایش رسانه‌ای ورزش بانوان و تمرکز بر ورزش آقایان وجود داشته باشد، مطمئناً ورزش همگانی نه تنها مسیر رو به جلویی ندارد، بلکه حتی می‌تواند عملکرد معکوسی داشته باشد. لذا باید نیازسنجی دقیق از ورزش همگانی صورت گیرد. به این شکل که مشکلاتی مانند عدم درک صحیح از نیازهای مخاطبان ورزش همگانی، عدم‌جاذبیت و کلیشه‌ای شدن برنامه‌های ورزش همگانی در شبکه‌های اجتماعی، عدم درک خواسته‌های بصری-ورزشی دنبال‌کنندگان ورزش همگانی مرتفع شود و ضعف‌های مربوط به آگاهی بخشی نظیر ضعف در بکارگیری فناوری روزآمد برای آموزش مربوط به ورزش همگانی، کمبود تبلیغات برای بیان اهمیت و ضرورت ورزش همگانی، اخبار و اطلاعات غیرکارشناسانه و در نتیجه غیر اصولی در ورزش همگانی و عدم اطلاع‌رسانی مناسب نسبت به فوائد ورزش همگانی کاهش یابد.

پیشنهاد می‌شود در راستای کاهش چالش‌های مربوط به توسعه ورزش همگانی با استفاده از رسانه‌های نوین، هماهنگی حرفه‌ای بین فدراسیون و رسانه‌های اجتماعی فراهم شود، چرا که این هماهنگی می‌تواند باعث تولید محتوا در حوزه ورزشی در شبکه‌های اجتماعی، اطلاع‌رسانی و مسئولیت اجتماعی رسانه‌ها در حوزه توسعه ورزش همگانی شود. همچنین پیشنهاد می‌گردد با استفاده از حمایت‌های لازم میزان مشکلات تولید آثار بصری ورزشی را در شبکه‌های اجتماعی کاهش داد. یکی از این موارد، تدوین قوانین حمایتی از ورزش در قالب رسانه‌هاست.

بر اساس یافته‌ها، راهبردهای مؤثر بر توسعه ورزش همگانی مبتنی بر فناوری‌های جدید مانند شبکه‌های اجتماعی عبارت‌اند از: توسعه ساختاری (کیفیت‌بخشی، جذابیت‌بخشی و آموزش) و پشتیبانی (هماهنگی سازمانی و حمایت مالی). در ابتدا به شرح راهبرد توسعه ساختاری می‌پردازیم. این راهبرد می‌تواند توسعه ورزش همگانی مبتنی بر فناوری‌های نوین را چنان میسر کند که کیفیت توسعه را افزایش دهد و به جذابیت ورزش همگانی برای عموم منتهی شود. لذا در راستای کیفیت‌بخشی پیشنهاد می‌شود با پرهیز از یکنواختی در برنامه‌سازی و استفاده از قالب‌های متنوع، تولید و پخش برنامه‌های تخصصی برای سنین مختلف، پخش برنامه‌های با کیفیت ورزش همگانی در تمام رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی و به‌کارگیری افراد متخصص در حوزه‌های کارشناس فناوری‌های نوین در راستای بهبود ورزش همگانی صورت گیرد و از این طریق خدمات با کیفیت رسانه‌ای برای مخاطبان به وجود آورد. در راستای جذابیت‌بخشی نیز

طراحی الگوی توسعه ورزش همگانی مبتنی بر فناوری‌های جدید مانند شبکه‌های اجتماعی

راهبردهایی نظیر توجه به جنبه‌های تفریحی ورزش همگانی از طریق شبکه‌های اجتماعی، پوشش رویدادهای مرتبط و ایجاد جذابیت ورزشی در شبکه‌های اجتماعی، اجرای رویدادهای ورزشی مهیج و جذاب و پوشش رسانه‌ای و پخش تبلیغات در زمان و مکان مناسب برای جذب مخاطب می‌تواند جذابیت ورزش همگانی را دوچندان کند و به توسعه این شاخه ورزش کمک نماید. رسانه‌ها باعث جلب توجه افراد به سمت ورزش می‌شوند. البته می‌توان راهبردهای مناسب دیگری در راستای آموزش نیز به کار برد. به این صورت که سیاست‌های آموزشی نظیر آموزش مفاهیم مرتبط با فناوری‌های نوین مرتبط با ورزش همگانی، معرفی الگوهای ورزشکار با توجه به محبوبیتی که در شبکه‌های اجتماعی دارند و پخش تیزرهای تبلیغاتی مرتبط با ورزش همگانی در شبکه‌های اجتماعی را مورد استفاده قرار داد. در کنار تمام موارد یاد شده، توجه به اصول حمایت و پشتیبانی امری ضروری است. به این شکل که با هماهنگی سازمانی مناسب با استفاده از راهبردهای مشارکت شبکه‌های اجتماعی با نهادهای متولی ورزش همگانی، مهیا کردن بستر هماهنگی بین تشکیلات مرتبط با ورزش و سلامت، استفاده از ظرفیت نهادهای علمی در روند تولید برنامه‌های ورزش همگانی تأثیر گذاری سازمانی را افزایش داد و با حمایت مالی نظیر جذب حامیان مالی رسانه‌ای در راستای توجه و تمرکز بر توسعه ورزش همگانی، جذب منابع مالی از طریق پخش رویدادهای ورزش همگانی در شبکه‌های اجتماعی، در نظر گرفتن بودجه مناسب برای توسعه فناوری‌های نوین در راستای بهبود ورزش همگانی و تقدیر از سازمان‌های حامی مالی شبکه‌های اجتماعی در ورزش همگانی راه را برای دیگر حامیان مالی هموار کرد و توسعه ورزش همگانی را به بهترین شکل رقم زد. بر اساس یافته‌های پژوهش (راهبردها) پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود: در ابتدا میزان کیفیت آثار افزایش یابد. این پیشنهاد با استفاده از تولید و پخش برنامه‌های تخصصی برای سنین مختلف و پخش برنامه‌های با کیفیت ورزش همگانی در تمام رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی می‌تواند حاصل گردد. همچنین پیشنهاد می‌شود میزان جذابیت برنامه‌ها بهبود یابد. یکی از مهم‌ترین راه کارها در این زمینه، اجرا رویدادهای ورزشی مهیج و جذاب و پوشش رسانه‌ای و پخش تبلیغات در زمان و مکان مناسب برای جذب مخاطب است. پیشنهاد دیگر مربوط به حمایت مالی است. حمایت مالی می‌تواند شامل جذب حامیان مالی، جذب منابع مالی از طریق پخش رویدادها و در نظر گرفتن بودجه مناسب روی دهد.

بر اساس یافته‌ها، پیامدهای توسعه ورزش همگانی مبتنی بر فناوری‌های جدید مانند شبکه‌های اجتماعی عبارت‌اند از: توسعه کلان (توسعه اجتماعی و توسعه فرهنگی) و توسعه سلامت‌محور (بهبود سلامت و توسعه ورزشی). فناوری‌های نوین نقش ویژه‌ای در توسعه ورزش همگانی دارند و در تحقیقات مختلفی این نقش ثابت شده است. این یافته‌ها با نتایج پژوهش خواجه صالحانی و همکاران (۱۴۰۰) و

خالدیان و همکاران (۱۳۹۷) همسوست. افکار عمومی هم نقش مهمی در فرایند آگاه سازی، طرح گفتگو، تعلیم و تربیت، حضور فعال در اجتماع و فرهنگ سازی در ابعاد مختلف ورزشی در جامعه و در نهایت بالا بردن سطح ورزشی ورزش کشور و گسترش و ترویج آن عهده دار می باشند. یکی از مهم ترین پیامدهای توسعه ورزش همگانی مبتنی بر فناوری های جدید مانند شبکه های اجتماعی توسعه کلان اجتماعی و فرهنگی است. توسعه ورزش همگانی می تواند باعث جمع گرایی و ارتباطات اجتماعی شود و مشارکت های اجتماعی را دو چندان کند. افزایش مشارکت سازمانی در جهت ارتقای ورزش همگانی و مشارکت تدریجی تمامی اقشار در ورزش همگانی دیگر نتیجه مثبت استفاده از فناوری های جدید در راستای توسعه ورزش همگانی است. ورزش همگانی می تواند سبب بهبود همبستگی اجتماعی، توسعه سرمایه اجتماعی، فعال شدن سازمان های مردم نهاد، نمایش الگوهای سبک زندگی سالم، پرکردن اوقات فراغت برای تمامی افراد شود و این به خودی خود می تواند دلیل کافی برای گرایش مردم به ورزش های همگانی باشد. همچنین بهره بردن از فناوری های نوین و آخرین دستاوردهای علمی مانند شبکه های اجتماعی می تواند باعث توسعه ورزش در همه ابعاد آن در جامعه شود و اشاعه فرهنگ بومی - محلی در مناطق مختلف، افزایش انگیزه عموم مردم برای شرکت در ورزش همگانی، افزایش علاقه مندی مردم در گرایش به ورزش همگانی، حضور حداکثری مردم در اماکن ورزشی جهت انجام فعالیت های ورزشی را به وجود آورد. بر اساس یافته های پژوهش (پیامدها) پیشنهادهای زیر ارائه می شود:

سعی شود در برنامه های توسعه ورزش همگانی به توسعه اجتماعی نیز توجه شود. لذا می توان با تاکید بر جمع گرایی و ارتباطات اجتماعی، افزایش مشارکت سازمانی و مشارکت تمامی اقشار در ورزش همگانی راه را برای توسعه نیز هموار نمود. برنامه ها و سیاست های توسعه ورزش همگانی باید مبتنی بر بهبود سلامت باشد. لذا این برنامه ها باید بتوانند سبب افزایش سلامت اجتماعی شوند. مهمترین پیشنهاد در این زمینه توجه به اصل نشاط و سرزندگی در تهیه برنامه های ورزشی است.

منابع

- آصفی دستجردی، احمدعلی و اسدی، حسن. (۱۳۹۵). «بررسی موانع توسعه ورزش همگانی در دانشگاه های دولتی شهر تهران و ارائه راهکارهای کاربردی توسعه آن». نشریه مدیریت ورزشی، ۶(۱)، صص ۸۲۳-۸۲۴.
- خواجه صالحانی، مریم؛ قاسمی، حمید؛ درویدیان، علی اصغر؛ خجسته باقرزاده، حسن و آزادفدا، شیوا. (۱۴۰۰). «تدوین توسعه ورزش دانشجویی از طریق رسانه». رشته های نوین در مدیریت ورزشی، ۹(۳۳)، صص ۱۰۱-۱۱۶.
- شعبانی، عباس؛ غفوری، فرزاد و هنری، حبیب. (۱۳۹۰). «بررسی چالش های ورزش همگانی در ایران». <https://civilica.com/doc/764972>
- کشکر، سارا و سلیمانی، مجتبی. (۱۳۹۱). «نقش برنامه خصوصی سازی بر توسعه ورزش های همگانی از دیدگاه کارشناسان». نشریه پژوهش های کاربردی مدیریت و علوم زیستی در ورزش، شماره ۲، صص ۱۰۴-۱۱۵.

طراحی الگوی توسعه ورزش همگانی مبتنی بر فناوری‌های جدید مانند شبکه‌های اجتماعی

- کیانی، محمد سعید و نظری، لیلا. (۱۴۰۱). «بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر گسترش و توسعه فرهنگ ورزش و علاقه به ورزش‌های مردمی و قهرمانی (مطالعه موردی: دانش‌آموزان پسر استان کرمانشاه)». جامعه فرهنگ رسانه. ۱۱(۴۲).
- مشتاقی، مهتاب؛ قاسمی، حمید و راسخ، نازنین. (۱۴۰۱). «نقش رسانه‌های جمعی در توسعه سلامت از طریق ورزش همگانی». نشریه فرهنگ و ارتقای سلامت. ۶(۱)، صص ۹۶-۱۰۱.
- مشتاقی، مهتاب؛ قاسمی، حمید و راسخ، نازنین. (۱۴۰۰). «طراحی الگوی نقش رسانه‌های جمعی در توسعه ورزش همگانی کشور و راهبردهای آن». مطالعات مدیریت ورزشی. ۱۳(۶۶)، صص ۳۶۳-۳۹۲.
- Abeza, G., & Sanderson, J. (2022). "Theory and social media in sports studies, International". *Journal of Sports Communication*, 15(4), 284-292.
- Aliyev, H.E., & Mammadov, E.E. (2022). "The influence of mass media on sports". *Scientific news of the Academy of Physical Education and Sports*. 1-12
- bahrami, S., & kiani, M. (2023). "The Impact of Social Media and the Internet on Sports Event Marketing". *Communication Management in Sport Media*, 10(3), 1-12
- Brandes, U., Robins, G., McCranie, A., & Wasserman, S. (2013). "What is network science?". *Network Science*, 1, 1-15.
- Fenton, A., Keegan, B. J., & Parry, K. D. (2023). "Understanding Sporting Social Media Brand Communities, Place and Social Capital: A Netnography of Football Fans". *Communication & Sport*, 11(2), 313-333. <https://doi.org/10.1177/2167479520986149>
- Jalolov, S.A., Shoxidova, M.K., & Turdiyev, A.N. (2020). "PHYSICAL EDUCATION AND SPORT PLAY AN IMPORTANT SOCIAL ROLE IN THE EDUCATIONAL SYSTEM". *Theoretical & Applied Science*, 81, 124-127.
- Kietzmann, J.H., Hermkens, K., McCarthy, I.P. and Silvestre, B.S. (2011). "Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media". *Business Horizons*. 54(1), 241-251.
- Lee, S.P. (2022). "The Sports-Based Holistic Development Model: The General Public's Transformation by Having a Meaningful Story Through Sport". *SAGE Open*, 12.
- Leonardi, P. M., Huysman, M. & Steinfield, C. (2013). "Enterprise social media: definition, history and prospects for the study of social technologies in organizations". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(1), 1-19.
- Li, Z. (2017). *Analysis and Design of Public Sports Information Processing System*.
- Lu, L., & Wei, W. (2023). "Influence of Public Sports Services on Residents' Mental Health at Communities Level: New Insights from China". *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(2), 1143
- Pearce, S. (2017). "Olympism and the Olympic Charter-The Potential for Women". *Sports Law and Governance Journal*, 1(1)
- Peng, Y., & Huamin, H. (2020). *Research on the Mode of Social Sports Organizations Providing Sports Public Service*.
- Qinghua, Yang. (2017). "Are Social Networking Sites Making Health Behavior Change Interventions More Effective? A Meta-Analytic Review". *Journal of Health Communication*, DOI: 10.1080/10810730.2016.1271065.
- Raimboyev, D. (2022). "TELEVISION AND ITS MAIN TASKS IN THE INFORMATION AGE". *European International Journal of Multidisciplinary Research and Management Studies*, 2(08), 34-35.
- Roy T, Roy D, De A. (2019). "Modern Technology and Health Risk Factors: A Pedagogical Emergent for Social Wellbeing". *Int J Curr Trends Sci Technol*. 2-6.

- Wang, W., & Yin, G. (2021). “Analysis and research on the application of Internet technology in athletic training”. In *Journal of Physics: Conference Series*. 1881(4): 042-026.

