

ORIGINAL ARTICLE

Measuring the Legal Aspects of Media Literacy of Coaches, Managers and Athletes

Mohammadjavad Rostamzadeh¹, Vahid Saatchian², Mohammadhosein Ghorbani³, Ahmad Mahmoudi⁴

1. Msc, Department of sports management, Imam Reza International University, Mashhad, Iran.

2. Associate Prof, Department of Sport Sciences, Imam Reza International University, Mashhad, Iran.

3. Ph.D. Department of Sport Management, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.

2. Assistant Prof, Department of Sport Management, Faculty of Sport Sciences and Health, University of Tehran, Tehran, Iran.

Correspondence

Vahid Saatchian

Email: V.saatchian@imamreza.ac.ir

How to cite

Rostamzadeh, M.J., Saatchian, V., Ghorbani, M.H., & Mahmoudi, A. (2025). Measuring the Legal Aspects of Media Literacy of Coaches, Managers and Athletes. *Communication Management in Sport Media*, 11(1), 19-34.

DOI:

10.30473/jsm.2021.61708.1580

ABSTRACT

The present research seeks to measure the legal aspects of media literacy of coaches, managers and athletes. In terms of the purpose of this research, it was applied research and in terms of research strategy, it was a survey research with a structural equation model approach that was implemented in the field. The statistical population of this study included all coaches, managers and athletes in Mashhad, which was calculated based on the initial estimate of 700 people. In this research, proportional stratified sampling method was used; Therefore, 70 people were considered for each group of coaches, managers and athletes (N=210). A researcher-made questionnaire was designed to collect data using library studies and interviews with experts. In the data analysis, descriptive statistics were used to classify the data, and in testing the research questions, confirmatory and exploratory factor analysis models were used in Lisrel and SPSS software. In the descriptive analysis of the data, the results were presented in the form of frequency tables and standard percentages, and all statistical activities were performed using the inferential statistical methods of the Bartlett and Keyser-Meier tests and structural equations. The findings of the research showed that the legal aspects of media literacy of coaches, managers and athletes include goal-based, content-based, educational material-based, civic aspects, evaluation-based, time-based, place-based, and accuracy-based dimensions. Paying attention to the aspects mentioned in the media rights of people active in sports can have a positive impact and lead to a better understanding of the legal consequences and reduce many side effects and sports incidents.

KEYWORDS

Media literacy, Sports law, Culture building, Civil liability.



Copyright © 2025, by the author(s). Published by Payame Noor University, Tehran, Iran.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

<https://sportmedia.journals.pnu.ac.ir/>

Extended Abstract

Introduction

The need to have media literacy and observe its legal aspects in today's conditions is essential for all professionals. On the other hand, given that the media can pursue various positive and negative approaches such as paying attention to championship and public sports, informing and de-escalating tensions, creating an appropriate culture of sports, developing ethics, and ultimately the growth and development of sports, the need to address sports media literacy is essential. The legal aspects of media literacy have received less attention among sports stakeholders such as coaches, managers and athletes. While sports stakeholders are influential people in society who are introduced as role models for the younger generation. Therefore, they

Methods

This research was an applied research in terms of its purpose and a survey research with a structural equation model approach in terms of its research strategy, which was conducted in the field. The statistical population of the research included all coaches, managers and athletes in the city of Mashhad who were active in the provincial league in volleyball, basketball and football and had sports insurance in the General Directorate of Sports and Youth of Mashhad. In the section of managers, the heads of sports boards and vice-chairmen, supervisors and CEOs of sports clubs were used. A researcher-made questionnaire was used to collect data. Initially, library studies were conducted in the field of legal aspects of media literacy, and finally, by interviewing experts in the field of sports management, communications and people working in the field of sports media, a questionnaire on legal aspects of media

Results

The results show that all the required assumptions related to the use of the factor analysis method have been observed. Given that its value is equal to 0.712, therefore, the judgment about it is reported as excellent. Also, in the Bartlett Croat test, the assumption of correlation between questions is examined. Considering the chi-square value and the significance level ($P < 0.001$, $X^2 = 3188/520$), it is concluded that there is a

need to have the ability to critically analyze and evaluate media messages and be able to use information technologies consciously. In order to manage the challenges of the media space, sports stakeholders need to be aware of media literacy rights and know how they can influence their audiences within a legal framework. Given the importance of the field of media literacy and its legal aspects and the existence of a research gap in the field of sports stakeholders (coaches, managers and athletes), this research aims to answer the question: What is the status of the legal aspects of media literacy and the structural equation model of the legal aspects of media literacy of coaches, managers and athletes?

literacy, which includes 30 questions, was developed on a five-value scale.

To assess the validity of the research tool from the perspective of experts and to ensure the reliability of the questionnaire, the Cronbach's alpha calculation method was used. Cronbach's alpha coefficients were calculated separately for each factor, so that the reliability of each factor was above 0.7, which indicates acceptable reliability of the research tool. This study used descriptive and inferential statistical methods for statistical analysis of data. In descriptive data analysis, the results were presented in the form of frequency tables, percentages, means and standard deviations, and all statistical activities were performed using inferential statistical methods such as Bartlett and Kaiser-Meier tests and structural equation modeling. All calculations were performed using SPSS and LISREL software.

correlation between the questions, therefore, it is permissible to continue and use other stages of factor analysis.

The percentage of variance for factor 1 (goal-based) is 27.25, factor 2 (content-based) is 11.13, factor 3 (material-based) is 8.42, factor 4 (civic-based) is 7.63, factor 5 (evaluation-based) is 5.91, factor 6 (time-based) is 4.22, factor 7 (location-based) is

3.99, and factor 8 (accuracy-based) is 3.97. Therefore, the predictive power of this model based on the total variance of the 8 factors is 72.55 percent, which is considered an appropriate and acceptable value.

All factor loadings (standardized regression coefficients) and T values (critical ratio values) of the relationship between the research variable and its components have

Conclusion

Paying attention to the aspects mentioned in the media rights of people active in sports can, in addition to having positive effects, lead to a better understanding of the legal consequences and reduce many sports incidents and accidents. Given that many athletes are unaware of the benefits of their media literacy and, in some cases, spend many hours on their personal virtual and media networks with less than beneficial activities, it is necessary to first use the facilities and capabilities of virtual social media to enrich people's information, provide as much information as possible, and introduce the importance of the effects of media messages in the field of sports and its benefits, and create motivation. Then, while introducing and educating sports activities that can be done in their free time, help people to do as many sports activities

KEYWORDS

Media literacy, Sports law, Culture building, civil liability.

Ethical Considerations:

Compliance with ethical guidelines

All ethical guidelines were followed in this research.

Funding

Authors state no funding involved.

Conflict of Interest

The authors declare that there are no conflicts of interest regarding the publication of this manuscript.

Acknowledgment

The authors wish to express sincere appreciation to all individuals who contributed to the completion of this study. Special thanks are extended to the scholars and experts whose constructive feedback, insightful comments, and academic guidance significantly enhanced the quality of this research.

acceptable values, and these indicators show that the measured observable variables are a good reflection of the latent variables (legal aspects of media literacy).

The results of the model fit indices show that the fit indices have an acceptable value and the fit indices (GFI, NFI, and AGFI) are at the desired level and above 0.9. Therefore, the research model is confirmed.

as possible in their free time. Among the limitations of the research, it can be noted that the location conditions for completing the questionnaire were not the same for all people, and specific environmental events may have had an impact on the mental and emotional states of the respondent before completing the questionnaire.

Based on the research findings, it is suggested that the amount of programs produced in virtual media and the volume of electronic publications with the content of sports media law education be increased so that people, while familiarizing themselves with and learning about its benefits, become aware of it and take precautions. They can also validate the possibility of accessing accurate and correct sports information at any time and in any suitable place, given this information.

«مقاله پژوهشی»

سنجش جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای مربیان، مدیران و ورزشکاران

محمدجواد رستم‌زاده^۱، وحید ساعت‌چیان^{۲*}، محمدحسین قربانی^۳، احمد محمودی^۴

چکیده

پژوهش حاضر به دنبال سنجش جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای مربیان، مدیران و ورزشکاران می‌باشد. این تحقیق از نظر هدف از نوع تحقیقات کاربردی و از نظر استراتژی پژوهشی از نوع تحقیقات پیمایشی با رویکرد مدل معادله ساختاری بود که به صورت میدانی اجرا گردید. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه مربیان، مدیران و ورزشکاران در سطح شهر مشهد بود که بر اساس برآورد اولیه تعداد ۷۰۰ نفر محاسبه شد. در این تحقیق از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب استفاده شد؛ لذا برای هر گروه مربیان، مدیران و ورزشکاران ۷۰ نفر در نظر گرفته شد (N=) ۲۱۰ برای گردآوری داده‌ها با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه با خبرگان پرسشنامه محقق‌ساخته‌ای طراحی گردید. در تجزیه و تحلیل داده‌ها از جداول فراوانی و درصد‌های استاندارد استفاده گردید و در آمار استنباطی از آزمون بارتلت و کیس-می‌یر و معادله ساختاری در نرم‌افزار لیزرل و اس.پی.اس.اس استفاده شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای مربیان، مدیران و ورزشکاران شامل ابعاد مبتنی بر هدف، مبتنی بر محتوا، مبتنی بر مواد آموزشی، مبتنی بر جنبه‌های مدنی، مبتنی بر ارزشیابی، مبتنی بر زمان، مبتنی بر مکان و مبتنی بر صحت و درستی می‌باشد. توجه به جنبه‌های مورد اشاره در حقوق رسانه‌ای افراد فعال در ورزش می‌تواند ضمن تأثیرات مثبت باعث شناخت بهتر از پیامدهای حقوقی شده و بسیاری از حواشی و حوادث ورزشی را کاهش دهد.

واژه‌های کلیدی

سواد رسانه‌ای، حقوق ورزشی، فرهنگ‌سازی، مسئولیت مدنی.

۱. کارشناس ارشد، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده مدیریت، دانشگاه بین‌المللی امام رضا، مشهد، ایران.
۲. دانشیار، گروه علوم ورزشی، دانشگاه بین‌المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران.
۳. دکتری، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.
۴. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی و تندرستی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

*نویسنده مسئول: وحید ساعت‌چیان

رایانامه: V.Saatchian@imamreza.ac.ir

استناد به این مقاله:

رستم‌زاده، محمدجواد؛ ساعت‌چیان، وحید؛ قربانی، محمدحسین و محمودی، احمد (۱۴۰۳). سنجش جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای مربیان، مدیران و ورزشکاران. فصلنامه علمی مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۱۲(۲)، ۳۴-۱۹. DOI: 10.30473/jsm.2021.61708.1580

حق انتشار این مستند، متعلق به نویسندگان آن است. © ۱۴۰۳ ناشر این مقاله، دانشگاه پیام نور است.

این مقاله تحت گواهی زیر منتشر شده و با رعایت شرایط مندرج در آدرس زیر مجاز است.



This is an open access article under the CC BY (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

<https://sportmedia.journals.pnu.ac.ir/>

مقدمه

رسانه‌های جمعی امروزه به منبع غالب شکل‌گیری واقعیات اجتماعی در جوامع تبدیل شده‌اند. رسانه‌ها مسئول بخش اعظمی از مشاهدات و تجربه‌هایی هستند که افراد از طریق آن‌ها درک خود را نسبت به جهان پیرامون و نحوه عملکرد آن سامان می‌بخشند. در واقع بخش عمده‌ای از نگرش ما به دنیا، ریشه در پیام‌های رسانه‌ای دارد که از پیش ساخته شده‌اند. آن‌ها به لحاظ دارا بودن دامنه نفوذ وسیع، اثر مستقیمی بر ارزش‌ها و هنجارهای جامعه دارند (هاند^۱ و همکاران، ۲۰۱۳). چو و همکاران^۲ (۲۰۲۲) در تحقیق خود بیان می‌کنند که کانون تحلیل در سواد رسانه‌های اجتماعی، انتخاب‌ها و ارزش‌هایی هستند که بر ساخت واقعیت فرد در رسانه‌های اجتماعی تأثیر می‌گذارند و تحت تأثیر قرار می‌گیرند. با توجه به قدرت تغییر رسانه‌ها از آن‌ها انتظار می‌رود تا با ایجاد ارزش‌های مثبت به ورزش و تربیت بدنی کمک کنند (هاند^۳ و همکاران، ۲۰۱۳). ورزش و رسانه‌ها دارای ویژگی‌های مشترکی هستند، اول اینکه هر دوی آن‌ها به پدیده‌ها و موضوعات جهانی تبدیل شده‌اند؛ دوم اینکه هر دو از صنایع رو به رشد و سودآور محسوب می‌شوند؛ سوم اینکه با در نظر گرفتن ورزش و رسانه به معنای امروزی، هر دو از پدیده‌های مربوط به قرن اخیر هستند و در نهایت اینکه هر دو دارای ابعاد گسترده و متنوع اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، و تکنولوژیکی و غیره هستند (طلوعی و همکاران، ۲۰۱۰). تحقیقات نشان می‌دهد محبوبیت رسانه‌های اجتماعی مانند فیس بوک، واتس‌آپ و توئیتر بخش ورزش و تفریحات را مورد تأثیر قرار داده است (نیومن^۴ و همکاران، ۲۰۱۷). طبق بررسی‌های محققان، رسانه‌ها تأثیر معناداری روی نگرش و ورزشی کردن افراد دارند و بر اساس همین نتایج رسانه‌ها در حدود ۷۸ درصد بر گرایش مردم به ورزش مؤثرند (شعبانی، ۲۰۱۵).

ورزش به‌عنوان یکی از راه‌های مؤثر تربیتی و اخلاقی و به‌عنوان یک پدیده اجتماعی، در سراسر جهان گسترش یافته و هر روز چهره علمی‌تری به خود می‌گیرد، به طوری که در کنار آن، جنبه‌های حقوقی، فرهنگی و اقتصادی آن نیز برجسته شده است (سوری و همکاران، ۲۰۲۱). گسترش ورزش با بروز مسائل جدیدی همراه بوده است که منجر به توسعه حقوق ورزشی شده است. از جمله این موضوعات می‌توان به مسئولیت‌های مختلف

در ورزش اشاره کرد (لوو^۵ و همکاران، ۲۰۱۰). نتایج پرایس^۶ و همکاران (۲۰۲۲) نشان داد که مدیران ورزشی در مورد رسانه‌های اجتماعی دارای نگرانی‌های قانونی هستند. آن‌ها این نیاز را می‌بینند که سیاست‌های خود را در این زمینه به‌طور مرتب به‌روزرسانی کنند تا اطمینان حاصل کنند که ورزشکاران زیرمجموعه آن‌ها براساس قوانین جدید و مشروع رفتار کنند. در تحقیق دیگری پژوهش طالب پور و شجاع (۲۰۲۰) تحت عنوان تحلیل وضعیت آگاهی از مسئولیت‌های قانونی در ورزش حاکی از نامطلوب بودن مؤلفه‌های بیمه ورزشی، قوانین و مقررات، موارد متفرقه، مسئولیت‌های پزشکی و ثبت اطلاعات ورزشکاران است. مسئولیت مدنی ورزشکاران، معلمان، مربیان، مدیران ورزشی، تماشاچیان، سازندگان و تولیدکنندگان تجهیزات ورزشی و یا مسائل کیفری در خصوص عملیات ورزشی یکی از موضوعات مهم حقوق ورزشی است (نجفی، ۲۰۱۸). در برخی جوامع هرچه روند رو به رشد ورزش در جامعه به سمت حرفه‌ای شدن پیش می‌رود، خلأ حقوقی و قانونی در آن بیشتر نمایان می‌شود (معماری^۷ و همکاران، ۲۰۱۹). مرادی زاده (۲۰۲۱) در تحقیقی در رابطه با تحلیل چالش‌های حقوقی قراردادهای ورزشی در نظام حقوقی ایران بیان می‌کند اگر به دلیل تخلف از تعهد و تخلف از شرایط ثبت قراردادهای ورزشی، برای هر یک از طرفین ثبت قرارداد زیان وارد شود و این امر ثابت شود طرفی که برخلاف ثبت قرارداد عمل کرده است ملزم به جبران خسارت طرف مقابل است که در ثبت قراردادهای ورزشی (ورزشکاران) وجود دارد و مدعی صرفاً باید تخلف و تخلف از تعهد را ثابت کند تا بتواند زیان دیده را به غرامت محکوم می‌کند. حقوق ورزشی یکی از گرایش‌های علم حقوق است که به بررسی حقوقی حوادث در ورزش می‌پردازد (سوری و همکاران، ۲۰۲۱). حقوق ورزش به‌عنوان شاخه‌ای پیچیده و توسعه‌یافته، روابط حقوقی مرتبط با موضوعات مختلف حقوق را تنظیم می‌کند. مسئولیت در قبال نقض حقوق، عدم انجام یا انجام نادرست وظایف، مبنای مسئولیت کیفری، اداری، انتظامی و مدنی است (زالکمن و کمینسکا-یوسوا^۸، ۲۰۲۱). به صورت کلی حقوق ورزشی به مجموعه مطالبی اطلاق می‌شود که وظایف، اختیارات و مسئولیت‌های قانونی همه کسانی را که به نحوی درگیر فعالیت‌های ورزشی هستند را روشن می‌کند (نجفی، ۲۰۱۸). در سال‌های اخیر، پیشرفت‌های فناوری و ابزارهای چندرسانه‌ای، تغییرات اساسی در جامعه به‌ویژه در زمینه دسترسی

5. Louw

6. Price

7. Mmari

8. Zalkman and Kamniska-Yusova

1. Dhonde

2. Cho

3. Dhonde

4. Newman

رسانه‌ای در پی آن است تا چشم‌اندازهایی در اختیار افراد بگذارد تا آن‌ها به‌طور فعالانه برای قرار گرفتن در معرض رسانه از آن‌ها بهره ببرند و بتوانند معنای پیام‌هایی را که با آن‌ها مواجه هستند را تفسیر کنند (رستگاری، ۲۰۱۹). در مجموع می‌توان بیان داشت که سواد رسانه‌ای، مجموعه مهارت‌ها و نگرش‌هایی (اعم از توانایی فهم چرایی و چگونگی تولید محتوای رسانه‌ای، توانایی شناخت عوامل تأثیرگذار بر مخاطب، فهم اینکه چطور پیدایش اینترنت می‌تواند انتخاب‌های رسانه‌ای، الگوهای رفتاری و تنوع عقاید را تحت تأثیر قرار دهد، اینکه آیا دیدگاه‌های مخالف نیز بیان می‌شوند یا خیر و این که چطور آن‌ها می‌توانند واکنش‌هایی را در تمام سطوح جامعه برانگیزانند) است که شهروندان را در جهت فهم رسانه و ارزیابی انتقادی پیام‌های رسانه‌ای و استفاده مؤثر، خلاقانه و امن از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی توانمند می‌سازد (یزدان پناه و بیات کمیتکی، ۲۰۲۰). جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای از موضوعات مهمی است که در کشورهای توسعه‌یافته و سازمان‌های مهم حقوقی مورد توجه قرار گرفته است. در این راستا نتایج تحقیق یزدان پناه و بیات کمیتکی (۲۰۲۰) نشان می‌دهد برای تقویت گفتمان حقوق شهروندی در فضای رسانه‌ای کنونی نیاز به حضور مستمر فناوری و رسانه در همه ابعاد است. در تحقیق دیگری نتایج رستگاری و همکاران (۲۰۱۹) نشان داد که بین سواد رسانه‌ای و آگاهی از حقوق شهروندی و دموکراسی ارتباط وجود دارد. در یک رویکرد فعالیت محور نسبت به حقوق بشر، حق‌های بشری ترتیبی هستند که از فعالیت هنجاری ما پاسداری می‌کنند. تحقق فعالیت هنجاری از جمله درگرو آن است که شخص بتواند در تصمیم‌گیری پیرامون اهداف زندگی خویش از خودمختاری برخوردار باشد و بدین منظور که تصمیمات او آگاهانه باشند لازم است تا آفاق فکری انسان خیلی کوتاه نباشد و در پرتو آموزش از حد معینی آگاهی و اطلاعات لازم برخوردار باشد. از طرفی در محوریت سواد رسانه‌ای انسانی قرار دارد که قادر است به مدد درک محدودیت‌های رسانه، تحلیل و ارزیابی انتقادی پیام‌های رسانه‌ای و استفاده آگاهانه از تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطی در جهان رسانه‌ای (که رسانه‌ها در آن نقش واسطه را دارند) از استقلال برخوردار باشد و از چالش‌های فضای رسانه‌ای جدید به سلامت عبور کند (یزدان پناه و بیات کمیتکی، ۲۰۲۰).

نقش رسانه‌های ورزشی در ایجاد غرور ملی، تأثیرگذاری بر سلامت جامعه و مواردی از این دست در تحقیقات مختلف تأیید شده است (قاسمی و کشاورز، ۲۰۱۶). در این راستا نتایج بهرامی (۲۰۱۷) با عنوان تأثیر سواد رسانه‌ای بر نگرش ورزشکاران در مورد مصرف مکمل‌های ورزشی نشان داد که آموزش سواد رسانه‌ای تأثیر مستقیم و معناداری بر نگرش ورزشکاران دارد و

و استفاده مردم از خدمات و اطلاعات مبتنی بر وب و اینترنت ایجاد کرده است. علاوه بر این، همه‌گیری جهانی ویروس کرونا و اقدامات محدودکننده بعدی برای مهار آن، قرار گرفتن افراد در معرض انواع مختلف اخبار، پیام‌ها و اطلاعات رسانه‌ای را افزایش داده است (گالی^۱ و همکاران، ۲۰۲۱). همان‌طور که جوامع ما توسط فناوری‌های رسانه‌ای دگرگون می‌شوند و بر درک ما از خود، جوامع و فرهنگ‌های مختلف تأثیر می‌گذارند. این موضوع باعث می‌شود که سواد رسانه‌ای به‌عنوان یکی از مهارت‌های ضروری زندگی در قرن بیست و یکم ظاهر شود (بیکر^۲، ۲۰۰۴). یادگیری سواد رسانه‌ای می‌تواند کمک بزرگی برای داشتن جامعه‌ای پویا با مخاطبان فعال و آگاه باشد (سلوکی و همکاران، ۲۰۱۷). توجه به سواد رسانه‌ای از سال ۱۹۶۵ و قبل از ورود اینترنت آغاز شد و آموزش آن به شهروندان در برنامه‌های بسیاری از کشورهای جهان قرار گرفته است و روز به روز بر اهمیت آن افزوده می‌شود. اما در ایران آموزش این مهارت با تأخیر زیادی آغاز شده است به‌گونه‌ای که انواع رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی با کمک اینترنت در دسترس همگان است اما فرهنگ استفاده صحیح وجود ندارد (پوتر^۳، ۲۰۱۹). افرادی که در بهبود سواد رسانه‌ای شکست می‌خورند در جریان انبوه پیام‌ها گرفتار می‌شوند. در این افراد احساس آگاهی کاذب نسبت به امور دنیا شکل می‌گیرد؛ زیرا با اطلاعات زیادی روبه‌رو هستند (سلوکی و همکاران، ۲۰۱۷). سواد رسانه‌ای مستلزم آموزش و گسترش است و در این زمینه، هرچه اطلاعات مخاطب دقیق‌تر و فنی‌تر باشد، توانایی آن‌ها برای بهره‌مندی از سواد رسانه‌ای بیشتر می‌شود (نظروسی و همکاران، ۲۰۲۰). نیاز به یادگیری سواد رسانه‌ای در دنیایی که رسانه‌ها به طرق مختلف آن را شکل داده و نفوذ کرده‌اند، ضروری به نظر می‌رسد (جعفری و محمدی، ۲۰۱۶). در این راستا نتایج تحقیق شجاعی فرد (۲۰۲۲) نشان داد که ابعاد پنج‌گانه سواد رسانه‌ای به‌طور مستقیم بر ابعاد آگاهی تأثیر مثبت و معناداری دارند.

سواد رسانه‌ای مفهوم و عملی برای کمک به شهروندان برای آگاه شدن و توانمند شدن در دنیایی که به‌طور فزاینده‌ای با رسانه‌ها و پیام‌های متنوع پرجمعیت شده است (چو و همکاران^۴، ۲۰۲۲). همچنین سواد رسانه‌ای به معنای شایستگی موردنیاز برای تحلیل و درک عوامل مختلف پیرامون متن رسانه‌ای است. به عبارت دیگر، سواد رسانه‌ای را می‌توان به‌عنوان کشف انکسار متن ارائه شده توسط رسانه‌ها توصیف کرد (لو^۵، ۲۰۲۲). سواد

1 . Gali
2 . Baker
3 . Potter
4. Cho
5. Luo

روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق از نظر هدف از نوع تحقیقات کاربردی و از نظر استراتژی پژوهشی از نوع تحقیقات پیمایشی با رویکرد مدل معادله ساختاری بود که به صورت میدانی اجرا گردید. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه مربیان، مدیران و ورزشکاران در سطح شهر مشهد بودند که در لیگ استان در رشته‌های والیبال، بسکتبال و فوتبال فعالیت داشتند و بیمه ورزشی در اداره کل ورزش و جوانان شهر مشهد داشتند. در بخش مدیران از روسای هیئت‌های ورزشی و نواب رئیس و سرپرست و مدیرعامل باشگاه‌های ورزشی استفاده گردید. بر اساس برآورد اولیه محقق با توجه به احاطه داشتن پژوهشگر در ورزش شهر مشهد و استعلام از اداره کل ورزش و جوانان شهر مشهد جامعه آماری حدود تعداد ۷۰۰ نفر محاسبه گردید. در این تحقیق از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب استفاده شد؛ لذا برای هر گروه مربیان، مدیران و ورزشکاران ۷۰ نفر در نظر گرفته شد (N=210). پس از توزیع و گردآوری پرسشنامه‌ها و جدا نمودن پرسشنامه‌های مخدوش و عدم بازگشت برخی پرسشنامه‌ها تحلیل آماری بر روی ۱۹۵ پرسشنامه انجام پذیرفت. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه محقق‌ساخته استفاده شد. در ابتدا مطالعات کتابخانه‌ای در زمینه جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای انجام گردید و در نهایت با مصاحبه با صاحب‌نظران در زمینه مدیریت ورزشی، ارتباطات و افراد شاغل در حوزه رسانه ورزشی پرسشنامه جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای که شامل ۳۰ سؤال است در مقیاس پنج ارزشی تدوین شد.

جهت سنجش روایی ابزار پژوهش از دیدگاه متخصصین و برای اطمینان از پایایی^۱ پرسشنامه از روش محاسبه آلفای کرونباخ^۲ استفاده شد. ضرایب آلفای کرونباخ، برای هر عامل به‌طور جداگانه محاسبه گردیده، به‌گونه‌ای که پایایی هر یک از عوامل بالای ۰/۷ می‌باشد که نشان از پایایی قابل قبول ابزار تحقیق دارد. این پژوهش، برای تجزیه و تحلیل آماری داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی^۳ و استنباطی^۴ استفاده شد. در تجزیه توصیفی داده‌ها نتایج در قالب جداول فراوانی، درصدها، میانگین‌ها و انحراف استاندارد ارائه گردید و از روش‌های آماری استنباطی آزمون بارتلت و کیس-می‌یر و معادله ساختاری کلیه فعالیت‌های آماری انجام گردید. کلیه محاسبات با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و LISREL انجام گرفته است.

سواد رسانه‌ای بالای یک جامعه می‌تواند موجب ارتقای سلامت، نشاط و شادابی در جامعه شود. از سوی دیگر سواد رسانه‌ای می‌تواند بسیاری از رفتارهای نادرست ورزشی را کاهش دهد. در این زمینه نتایج گالی و همکاران (۲۰۲۱) حاکی از اثربخشی برنامه‌های سواد رسانه‌ای آنلاین برای جلوگیری از مصرف دوپینگ در میان ورزشکاران بود. نکته مهم این است که سواد رسانه‌ای ورزشی می‌تواند ابزار ارزشمندی برای توسعه مهارت‌های تفکر انتقادی در حوزه ورزش باشد و این می‌تواند نقش بسزایی در توسعه ورزش کشور داشته باشد (نظرویی و همکاران، ۲۰۲۰). در مورد جنبه‌های حقوقی آن در میان ذینفعان ورزش اطلاعات چندانی وجود ندارد. نتایج برخی پژوهش‌ها نشان می‌دهد که در بین متخصصان تربیت بدنی در رشته‌های مختلف تفاوت معناداری بین سواد رسانه‌ای وجود ندارد و وضعیت این سواد در هیچ‌یک از آن‌ها در سطح مطلوبی قرار ندارد (حسینی و قاسمی، ۲۰۱۹). این در حالی است که نیاز به داشتن سواد رسانه‌ای و رعایت جنبه‌های حقوقی آن در شرایط امروزی برای همه متخصصان امری ضروری است. از سوی دیگر، با توجه به اینکه رسانه‌ها می‌توانند رویکردهای مثبت و منفی مختلفی مانند توجه به ورزش قهرمانی و همگانی، اطلاع‌رسانی و تنش‌زدایی، فرهنگ‌سازی مناسب ورزش، توسعه اخلاق و در نهایت رشد و توسعه ورزش را دنبال کنند، ضرورت پرداختن به سواد رسانه‌ای ورزشی ضروری است (نظرویی و همکاران، ۲۰۲۰). جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای در بین ذینفعان ورزش مانند مربیان، مدیران و ورزشکاران کمتر مورد توجه قرار گرفته است. در حالی که ذینفعان ورزش از افراد تأثیرگذار جامعه می‌باشند که به‌عنوان الگو برای نسل جوان معرفی می‌شوند. لذا نیاز است آن‌ها از توانایی تحلیل و ارزیابی انتقادی پیام‌های رسانه‌ای بهره‌مند باشند و بتوانند به صورت آگاهانه از فناوری‌های اطلاعاتی استفاده کنند. ذینفعان ورزش برای مدیریت چالش‌های فضای رسانه‌ای نیاز است از حقوق سواد رسانه‌ای آگاه باشند و بدانند چگونه می‌توانند بر مخاطبان خود در چارچوب حقوقی تأثیرگذار باشند. با توجه به اهمیت حوزه سواد رسانه‌ای و جنبه‌های حقوقی آن و وجود خلأ مطالعاتی در حوزه ذینفعان ورزش (مربیان، مدیران و ورزشکاران) این پژوهش بر آن است تا به این سؤال پاسخ دهد وضعیت جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای و مدل معادله ساختاری جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای مربیان، مدیران و ورزشکاران چگونه است؟

1. Stability
2. Cronbach's alpha coefficients
3. Descriptive Statistics
4. Inferential

یافته‌های پژوهش

با توجه به اطلاعات به دست آمده از ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه تحت بررسی در جدول (۱) بیشترین فراوانی براساس وضعیت سنی مربوط به گروه‌های سنی ۳۰ الی ۳۵

سال (۴۰ درصد) بود. بیشتر نمونه‌های تحقیق براساس مقطع تحصیلی کارشناسی و کارشناسی ارشد (۴۳/۱ درصد) و دارای شغل آزاد (۸۴/۶ درصد) بودند. بیشتر نمونه‌های تحقیق (۳۵/۴ درصد) ۶۹ نفر دارای سابقه کاری ۱۶ سال به بالا داشتند.

جدول ۱. توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه‌ها

Table1. Demographic Characteristics of the Samples

متغیر	ویژگی جمعیت‌شناختی	فراوانی	درصد فراوانی
رده سنی	کمتر از ۳۰ سال	۲۴	۱۲/۳
	۳۰ تا ۳۵ سال	۷۸	۴۰
	۳۶ تا ۴۰ سال	۴۲	۲۱/۵
	۴۱ سال به بالا	۵۱	۲۶/۲
وضعیت شغلی	محصل (دانشجو و دانش‌آموز)	۱۸	۹/۲
	کارمند	۱۲	۶/۲
	آزاد	۱۶۵	۸۴/۶
مقطع تحصیلی	دیپلم	۱۵	۷/۷
	کارشناسی	۸۴	۴۳/۱
	کارشناسی ارشد	۸۴	۴۳/۱
	دکتری	۱۲	۶/۲
سابقه شغلی	کمتر از ۵ سال	۱۸	۹/۲
	۶-۱۰ سال	۵۴	۲۷/۷
	۱۱-۱۵ سال	۵۴	۲۷/۷
	۱۶ سال به بالا	۶۹	۳۵/۴

تحلیل عاملی تشخیص داد و هم اینکه مناسب بودن هر متغیر را به‌تنهایی مشخص کرد.

آزمون کیسر - می یرو اوکلین شاخصی برای کفایت نمونه است. بر اساس آزمون مذکور، می‌توان میزان تعلق متغیرها به یکدیگر (علیت عاملی) و در نتیجه مناسب بودن آن‌ها را برای

جدول ۲. نتایج آزمون بارتلت و کیسر - می یرو اوکلین

Table2. Bartlett and Keyser-Meyer and O'Klin's Test

مقدار	پیش فرض	آزمون کروییت بارتلت
۰/۷۱۲	مقدار کیسر - می یرو اوکلین (کفایت حجم نمونه)	
۳۱۸۸/۵۲۰	مقدار آماره خی دو	
۳۵۱	درجه آزادی	
۰/۰۰۱	سطح معناداری	

می‌گیرد. با توجه به مقدار مجذور کای و سطح معناداری ($X^2=3188/520, P<0/001$)، نتیجه گرفته می‌شود که بین سؤالات همبستگی وجود دارد، از این‌رو، ادامه و استفاده از سایر مراحل تحلیل عاملی جایز است.

نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد که تمامی پیش‌فرض‌های موردنیاز و مربوط به استفاده از روش تحلیل عاملی رعایت شده است. با توجه به اینکه مقدار آن برابر با ۰/۷۱۲ می‌باشد، لذا قضاوت در مورد آن در حد عالی گزارش می‌شود. همچنین، در آزمون کروییت بارتلت، فرض همبستگی بین سؤالات مورد بررسی قرار

جدول ۳. نتایج سهم واریانس هر یک از عامل‌ها در مدل ۸ عاملی جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای

Table 3. The Share of Variance of Each Factor

شماره عامل	نام عامل	مربعات بارهای استخراج‌شده		
		واریانس کل	درصد واریانس	درصد واریانس تجمعی
۱	عامل ۱ (مبتنی بر هدف)	۷/۳۵	۲۷/۲۵	۲۷/۲۵
۲	عامل ۲ (مبتنی بر محتوا)	۳/۰۰	۱۱/۱۳	۳۸/۳۸
۳	عامل ۳ (مبتنی بر مواد آموزشی)	۲/۲۷	۸/۴۲	۴۶/۸۰
۴	عامل ۴ (مبتنی بر جنبه‌های مدنی)	۲/۰۶	۷/۶۳	۵۴/۴۴
۵	عامل ۵ (مبتنی بر ارزشیابی)	۱/۵۹	۵/۹۱	۶۰/۳۶
۶	عامل ۶ (مبتنی بر زمان)	۱/۱۴	۴/۲۲	۶۴/۵۹
۷	عامل ۷ (مبتنی بر مکان)	۱/۰۷	۳/۹۹	۶۸/۵۸
۸	عامل ۸ (مبتنی بر صحت و درستی)	۱/۰۷	۳/۹۷	۷۲/۵۵

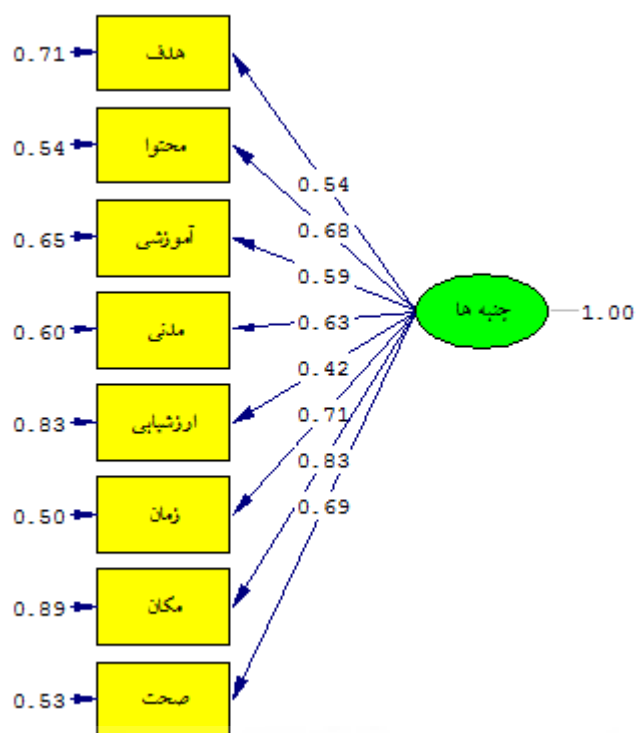
جدول ۲، مقادیر ویژه، واریانس عامل‌ها و درصد واریانس تجمعی آن‌ها را نشان می‌دهد. همان‌طور که مشاهده می‌شود، درصد واریانس برای عامل ۱ برابر با ۲۷/۲۵، عامل ۲ برابر با ۱۱/۱۳، عامل ۳ برابر با ۸/۴۲، عامل ۴ برابر با ۷/۶۳، عامل ۵ برابر با ۵/۹۱، عامل ۶ برابر با ۴/۲۲، عامل ۷ برابر با ۳/۹۹ و عامل ۸ برابر با ۳/۹۷ است. بنابراین، توان پیشگویی این مدل بر اساس مجموع واریانس عامل‌های ۸ گانه برابر با ۷۲/۵۵ درصد بوده که مقدار مناسب و قابل قبولی محسوب می‌شود. یکی از قوی‌ترین و مناسب‌ترین روش‌های تجزیه و تحلیل در تحقیقات علوم رفتاری، تجزیه و تحلیل چند متغیره است. زیرا ماهیت این‌گونه موضوعات این‌گونه است که چند متغیره بوده و نمی‌توان آن‌ها را به شیوه دو متغیری (که هر بار تنها یک متغیر

مستقل با یک متغیر وابسته در نظر گرفته می‌شود) حل نمود. از این‌رو، در این تحقیق از مدل معادله ساختاری استفاده شده است. در این مدل، تأیید یا رد معناداری بارهای عاملی با توجه به اعداد معناداری (T-Value) صورت می‌گیرد. در صورتی رابطه تأیید می‌شود (در سطح خطای ۰/۰۵) که مقدار t بزرگ‌تر از ۲ یا کوچک‌تر از ۲- باشد که به ترتیب رابطه معنادار مثبت و معنادار منفی خواهد بود. پاول کلاین معتقد است شاخص‌هایی که بار عاملی آن‌ها کمتر از ۰/۳ و یا آماره آن‌ها کوچک‌تر از قدر مطلق ۲ باشد، نشان‌دهنده ضعیف بودن آن شاخص بوده و از مدل اندازه‌گیری حذف می‌شوند (کلاین، ۱۳۸۱).

جدول ۴. ضرایب رگرسیونی مدل روابط بین جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای و مؤلفه‌های آن

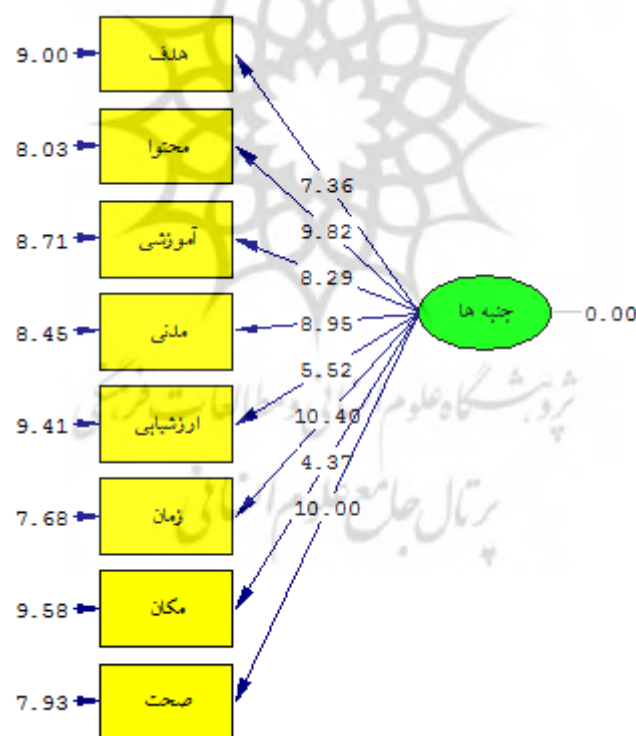
Table 4. Regression coefficients Of the Relationship Model between Legal Aspects of Media Literacy and Its Components

سطح معناداری	مقدار T	بار عاملی	جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای	مبتنی بر هدف
۰/۰۰۱	۷/۳۶	۰/۵۴	جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای	مبتنی بر هدف
۰/۰۰۱	۹/۸۲	۰/۶۸	جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای	مبتنی بر محتوا
۰/۰۰۱	۸/۲۹	۰/۵۹	جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای	مبتنی بر مواد آموزشی
۰/۰۰۱	۸/۹۵	۰/۶۳	جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای	مبتنی بر جنبه‌های مدنی
۰/۰۰۱	۵/۵۲	۰/۴۲	جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای	مبتنی بر ارزشیابی
۰/۰۰۱	۱۰/۴۰	۰/۷۱	جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای	مبتنی بر زمان
۰/۰۰۱	۴/۳۷	۰/۸۳	جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای	مبتنی بر مکان
۰/۰۰۱	۱۰/۰۰	۰/۶۹	جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای	مبتنی بر صحت و درستی



شکل ۱. مدل معادله ساختاری روابط بین جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای و مؤلفه‌های آن در حالت استاندارد

Figure 1. Structural Equation Model in Standard Mode



شکل ۲. مدل معادله ساختاری روابط بین جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای و مؤلفه‌های آن در حالت T

Figure 2. Structural Equation Model in T Mode

مقادیر قابل قبولی برخوردار بوده و این شاخص‌ها نشان می‌دهند که متغیرهای مشاهده‌ای اندازه‌گیری شده به خوبی انعکاسی از متغیرهای پنهان (جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای) می‌باشند.

در شکل‌های ۱ و ۲، مدل جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای گزارش شده است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود کلیه بارهای عاملی (ضرایب رگرسیونی استاندارد شده) و مقادیر T (مقادیر نسبت‌های بحرانی) ارتباط بین متغیر تحقیق و مؤلفه‌های آن از

جدول ۵. شاخص‌های برازش مدل جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای

Table 5. Fit indices of the model of legal aspects of media literacy

تفسیر	مقادیر قابل قبول	مقادیر شاخص‌ها	شاخص‌های برازش
-	-	۸۷/۲۰	کای اسکوار (خی دو)
-	-	۳۳	درجه آزادی
مطلوب	مقدار بین ۱ تا ۳	۲/۶۴	نسبت کای اسکوار به درجه آزادی (χ^2/df)
مطلوب	کمتر از ۰/۱	۰/۰۷۲	ریشه دوم میانگین خطای برآورد (RMSEA)
مطلوب	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۵	شاخص (AGFI) تطبیق داده شده
مطلوب	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۰	شاخص برازش هنجار شده (NFI)
مطلوب	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۳	شاخص نیکویی برازش (GFI)

حقوق رسانه‌ای خواهد شد. افراد در این زمینه یک ارتباط منطقی و مبتنی بر هزینه - فایده دارند و به این موضوع توجه دارند که در برابر رسانه‌ها چه چیزهایی را از دست می‌دهند و چه چیزهایی را به دست می‌آورند. ورزشکاران و مربیان با مجهز شدن به سواد رسانه‌ای علاوه بر اینکه آگاهی آن‌ها در زمینه اجتماع و اقتصاد به‌روز می‌شود، آن‌ها می‌توانند تأثیرگذاری بهتری در این زمینه‌ها در جامعه داشته باشند. ورزشکار، مربی و مدیر باید بدانند سازمان ورزشی یا باشگاه ورزشی وی چه اهدافی را در رسانه‌ها دنبال می‌کند و خودش چه اهدافی در این محیط دنبال می‌کند تا با آگاهی ایجاد شده بین اهداف سازمانی و فردی تعارض ایجاد نشود و فرد بتواند در چارچوب درست حرکت کند.

در پژوهش حاضر بعد مبتنی بر محتوا به‌عنوان یکی از جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای مربیان، مدیران و ورزشکاران شناسایی شد. این یافته با تحقیقات نادریان و رهبری (۲۰۱۴) و پرایس و همکاران (۲۰۲۲) همسو می‌باشد. پرایس و همکاران (۲۰۲۲) در تحقیق خود بیان می‌کنند سازمان‌های ورزشی نیاز است به‌طور مرتب محتوای خود را به‌روزرسانی کنند تا اطمینان حاصل کنند که ورزشکاران زیرمجموعه آن‌ها براساس قوانین جدید و مشروع رفتار کنند. در بعد مبتنی بر محتوا می‌توان بیان داشت که تحقق سواد رسانه‌ای در بعد مبتنی بر محتوا برای افراد فعال در حوزه ورزش باعث می‌شود آن‌ها با جنبه‌های مجازات احتمالی ورزشکاران و در کنار آن جنبه‌های مشکلات و مطالبات حقوقی ورزشکاران آگاه شوند. در این خصوص باید عنوان کرد که در ورزش مشاغلی مانند مربیگری، مدیریت و داوری به‌عنوان محوری‌ترین و حساس‌ترین مشاغل ورزشی مورد توجه حقوق دانان بوده است. به‌طور مثال وظایف و مسئولیت‌های قانونی مدیران، داوران و مربیان ورزش پیشگیری و مدیریت آسیب‌های ورزشی و اعمال قانون است که از نظر حقوق ورزشی می‌تواند مسئولیت زیادی برای آنان ایجاد کند. (نادریان و رهبری، ۲۰۱۴). محتواهای به‌روز در زمینه وظایف و مسئولیت‌های قانونی، جنبه‌های رفتارهای اجتماعی و مسئولیت‌های ورزشکاران، مجازات احتمالی ورزشکاران باید در نظر گرفته شود.

نتایج شاخص‌های برازش مدل در جدول ۴ نشان می‌دهد که شاخص‌های برازش از مقدار قابل قبولی برخوردار بوده و شاخص‌های برازش (AGFI، NFI، GFI) در حد مطلوب و بالاتر از ۰/۹ می‌باشند. بنابراین مدل تحقیق تأیید می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های مربوط به مدل جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای مربیان، مدیران و ورزشکاران نشان داد مدل مرتبه دوم مناسب است و تمامی اعداد و پارامترهای مدل از مقادیر تی و بار عاملی قابل قبولی برخوردارند و در سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ معنادار هستند. درنهایت با توجه به نتایج می‌توان گفت مدل جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای مربیان، مدیران و ورزشکاران سازه قابل قبولی در جامعه بررسی شده است. شاخص‌های برازش نیز نشان داد مدل جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای مربیان، مدیران و ورزشکاران دارای برازش لازم است.

در پژوهش حاضر بعد مبتنی بر هدف به‌عنوان یکی از جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای مربیان، مدیران و ورزشکاران شناسایی شد. این یافته با تحقیقات فتح‌آبادی و همکاران (۲۰۲۰)، یزدان پناه و بیات (۲۰۲۰) و پرایس و همکاران (۲۰۲۲) همسو می‌باشد. یزدان پناه و بیات (۲۰۲۰) در تحقیق خود بیان می‌کنند سواد رسانه‌ای به‌عنوان هدفی که باید تعقیب شود، حقی که برآورده شود و موضوعی که مورد تأمل قرار گیرد. این موضوع در راستای این تبیین است که فرد دارای سواد رسانه‌ای نیاز است هدفمند در محیط رسانه عامل کند. به عبارتی دیگر مصرف‌کننده فعال، انتقادی و تحلیلگر باشد (فتح‌آبادی و همکاران، ۲۰۲۰). به نظر می‌رسد مربیان، مدیران و ورزشکاران هدفمند اخبار رسانه‌های ورزشی را پیگیری کنند چرا که می‌تواند باعث آگاهی از محتوای موضوعات اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و حقوقی مهم جامعه شود و این کار باعث افزایش آگاهی آن‌ها از

شناسایی شد. این یافته با تحقیقات منصوریان (۲۰۰۵)، زارع کهن (۲۰۱۵)، نجفی (۲۰۱۸) و طالب پور و شجیع (۲۰۲۰) همسو می‌باشد. زارع کهن (۱۳۹۳) در تحقیق خود اشاره می‌کند یکی از لوازم تحقق جامعه مدنی ارتقای سواد رسانه‌ای شهروندان است تا رسانه‌ها بتوانند کارکردهای مطلوب خود را در این راستا داشته باشند و آگاهی شهروندان ارتقا یابد نجفی (۲۰۱۸) در تحقیق خود به اهمیت مسئولیت مدنی ورزشکاران، معلمان، مربیان، مدیران ورزشی، تماشاچیان، سازندگان و تولیدکنندگان تجهیزات ورزشی و یا مسائل کیفی در خصوص عملیات اشاره می‌کند. برای این موضوع نیاز است رفتارهای مدنی و مشارکت‌های اجتماعی برای افراد فعال در ورزش مشخص شود. حقوق و تکالیف مشخص شده‌ای باید برای آن‌ها تعریف شود تا بر طبق آن به جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنند اهمیت دهند. بسیاری از باشگاه‌های ورزشی برای ورزشکارانی که خارج از قاعده و قوانین اخلاقی و عرفی باشگاه و جامعه اقدام نامناسبی انجام می‌دهند تنبیهات اجتماعی در نظر می‌گیرند و دینی بر عهده فرد مسئول قرار می‌گیرد.

در پژوهش حاضر بعد مبتنی بر ارزشیابی به‌عنوان یکی از جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای مربیان، مدیران و ورزشکاران شناسایی شد. این یافته با تحقیقات یزدان پناه و بیات (۲۰۲۰)، شیبانی، جمالی مهمونی و اصنافی (۲۰۱۱) همسو است. یزدان پناه و بیات (۲۰۲۰) بیان می‌کنند برای ارزیابی دقیق نیاز است هرچند سال یک‌بار گزارشی را به‌منظور ارزیابی سطح سواد رسانه‌ای افراد فعال در حوزه ورزش منتشر شود (یزدان پناه و بیات، ۲۰۲۰). در بعد مبتنی بر ارزشیابی نیز می‌توان به موضوعاتی از قبیل آگاهی از جنبه‌های فرایندی و اجرایی پیام‌های رسانه‌ای ورزشکاران، جنبه‌های نتیجه‌بخش و اثربخش (مؤثر) پیام‌های رسانه‌ای ورزشکاران، جنبه‌های اقدامات عملیاتی و کارهای پیشنهادی پیام‌های رسانه‌ای اشاره داشت. به‌طور کل آگاهی از جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای افراد فعال در ورزش ضمن ارزیابی دقیق از اثرات احتمالی آن می‌تواند باعث توانایی پیش‌بینی اقدامات احتمالی آینده شود. افراد باید توانایی آن را داشته باشند که اطلاعات چاپی و الکترونیکی را تجزیه تحلیل و ارزیابی و تولید کنند. فراوانی اطلاعات باعث افزایش سطح آگاهی و دانش افراد نمی‌شود، بلکه دریافت اطلاعات لازمه به دست آوردن شایستگی و قابلیت‌های الزامی برای استفاده از این اطلاعات است.

در پژوهش حاضر بعد مبتنی بر زمان به‌عنوان یکی از جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای مربیان، مدیران و ورزشکاران شناسایی شد. این یافته با تحقیقات فلچر و اسکات (۲۰۱۰)، وانگ (۲۰۱۰) و میرصفیان (۲۰۱۷) همسو می‌باشد. فلچر و

میرصفیان (۲۰۱۷) در تحقیق خود به ناکارآمد بودن شیوه برگزاری کلاس‌ها و دوره‌های مربیگری و دروس دانشگاهی خاص رشته تربیت‌بدنی اشاره می‌کند که مباحث محدودی در رابطه با حقوق ورزشی در آن‌ها به صورت اجباری گنجانده شده است و این عدم آشنایی با جنبه‌های قانونی و حقوقی باعث آسیب‌پذیری بیشتر مربیان و ایجاد مسئولیت مدنی در صورت بروز حادثه در محیط ورزش می‌شود (میرصفیان، ۲۰۱۷). مضاف اینکه، توجه به مقوله آگاهی‌های حقوقی و تأثیر آن برای داشتن انگیزش شغلی مفید و کارآمد، امری لازم و ضروری است. (لطفی و ساعت‌چیان، ۲۰۱۸).

در پژوهش حاضر بعد مبتنی بر مواد آموزشی به‌عنوان یکی از جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای مربیان، مدیران و ورزشکاران شناسایی شد. این یافته با تحقیقات گریفین (۲۰۰۱)، بهرامی (۲۰۱۷)، محمدزاده و همکاران (۲۰۱۹)، یزدان پناه و بیات (۲۰۲۰) همسو می‌باشد. در بعد مبتنی بر مواد آموزشی نیز باید خاطر نشان داشت که آگاهی از جنبه‌های دیداری و شنیداری پیام‌های رسانه‌ای ورزشکاران، آگاهی از جنبه‌های نوشتاری و همچنین جنبه‌های آموزشی به‌عنوان محور مهم سواد حقوقی مربیان، مدیران و ورزشکاران محسوب می‌شود. یزدان پناه و بیات (۲۰۲۰) در تحقیق خود اشاره می‌کنند نباید تحت سلطه و کنترل دیگران باشند تا بتوانند خود برای زندگی شخصی و شغلی خود تصمیم بگیرند؛ اما به‌منظور اینکه تصمیمات آن‌ها آگاهانه باشد، باید از آموزش پایه، دسترسی به اطلاعات و همچنین دسترسی به افکار سایرین بهره‌مند باشند. محمدزاده و همکاران (۲۰۱۹) عنوان می‌کند به نظر می‌رسد که اولین گام در جهت شناخت بهتر حقوق، گنجانیدن آموزش آن در برنامه درسی دوره‌های متوسطه فراگیران بوده که به سواد حقوقی به آن‌ها کمک خواهد کرد تا نسبت به این حقوق آگاهی یافته و به مهارت‌هایی دست یابند که بتوانند از حقوق خود و دیگران به نحوه مطلوب دفاع کنند. بنابراین افراد فعال در حوزه ورزش نسبت به حقوق بشری از حق بر آموزش نیاز است برخوردار باشند. در واقع شخص باید از حداقل معینی از آموزش و اطلاعات بهره‌مند گردد (گریفین، ۲۰۰۱). تجهیز شهروندان به تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطی و افزایش فوق‌العاده تولید و انتشار اطلاعات و محتوای رسانه‌ای بیش از هر زمانی حق بر حریم شخصی و حق بر مالکیت معنوی به‌ویژه حقوق مربوط به کپی‌رایت را در معرض تهدید قرار داده است.

در پژوهش حاضر بعد مبتنی بر جنبه‌های مدنی به‌عنوان یکی از جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای مربیان، مدیران و ورزشکاران

اطلاعاتی است. برای رسیدن به اطلاعات و به کار گرفتن از آن، نیازمند مجموعه‌ای از مهارت‌ها به نام سواد اطلاعاتی می‌باشد. هابز و فورست (۲۰۰۳) در تحقیق خود بیان می‌کنند که افراد باید بتوانند فن‌های اقناعی کلامی به کار رفته در تبلیغ، مخاطب هدف، نقطه‌نظر و تکنیک‌های ساختار خلاق در تبلیغات را تشخیص دهند. در بعد مبتنی بر صحت و درستی نیز می‌توان گفت که توجه معمول به صحت و دقت پیام‌های رسانه‌ای ورزشکاران و با دوستان به اشتراک گذاشتن و همچنین با دقت و حوصله بررسی کردن آن نقش بالایی در توسعه آگاهی حقوقی افراد فعال در ورزش داشته است. افراد فعال در حوزه ورزش قادر به بررسی این مسئله باشند که چه کسی در رسانه نمایندگی می‌شود، چطور نمایندگی می‌شود، بر چه چیزی اشاره ضمنی می‌کند، کدام رسانه دیدگاه خاصی را ترویج می‌دهد و اینکه آیا دیدگاه‌های مخالف نیز بیان می‌شوند یا خیر (یزدان پناه و بیات کمیتکی، ۲۰۲۰).

توجه به جنبه‌های مورد اشاره در حقوق رسانه‌ای افراد فعال در ورزش می‌تواند ضمن تأثیرات مثبت باعث شناخت بهتر از پیامدهای حقوقی شده و بسیاری از حواشی و حوادث ورزشی را کاهش دهد. با توجه به اینکه بسیاری از افراد ورزشکار از فواید سواد حقوقی رسانه‌ای خود بی‌اطلاع هستند و از جهتی نیز در اغلب اوقات معمولاً ساعات بسیاری را در شبکه‌های مجازی و رسانه‌ای شخصی خود با فعالیت‌های نه‌چندان سودمند سپری می‌شود، می‌بایست در ابتدا با استفاده از امکانات و قابلیت‌های رسانه‌های اجتماعی مجازی ضمن غنی کردن اطلاعات افراد، به اطلاع‌رسانی هر چه بیشتر و شناساندن اهمیت تأثیرات پیام‌های رسانه‌ای در حوزه ورزش و فواید آن و ایجاد انگیزه پرداخته شود، سپس ضمن معرفی و آموزش فعالیت‌های ورزشی که در اوقات فراغت می‌توان به آن‌ها پرداخت به تمایل افراد به انجام هر چه بیشتر فعالیت‌های ورزشی در زمان اوقات فراغت کمک کرد. از محدودیت‌های تحقیق می‌توان به این موضوع اشاره کرد که شرایط مکانی برای تکمیل پرسشنامه برای همه افراد یکسان نبود و ممکن است وقایع خاص محیطی قبل از تکمیل پرسشنامه بر حالات روانی و هیجانی فرد پاسخ‌دهنده تأثیراتی گذاشته باشد.

پیشنهادها

بر مبنای یافته‌های پژوهش پیشنهاد می‌شود که میزان برنامه‌های تولیدی در رسانه‌های مجازی و حجم مطالب نشریات الکترونیکی با محتوای آموزش حقوق ورزشی رسانه‌ای افزایش یابد تا مردم ضمن آشنایی و یادگیری از فواید آن آگاهی یافته و

اسکات (۲۰۱۰) در تحقیق خود بیان می‌کنند که ورزشکاران می‌توانند با افزایش دانش حقوقی رفتارهای دقیقی در زمان بروز صدمه و آسیب‌دیدگی ورزشکار از خود نشان دهند. در بعد مبتنی بر زمان نیز باید عنوان کرد توجه معمول به صورت روزانه پیام‌های رسانه‌ای ورزشکاران، به صورت ساعتی (هر لحظه از روز) و یا به صورت هفتگی و نامنظم پیام‌های رسانه‌ای خواهد توانست بر آگاهی مستمر افراد مؤثر باشد. اگر پیام‌های رسانه‌ای به افراد فعال در ورزش به‌روزسانی نگردد و دریافت اطلاعات سیستم منظمی نداشته باشد، افراد در معرض مسئولیت‌های قانونی می‌توانند قرار گیرند و چالش‌ها و مسائل حقوقی مختلفی برای آن‌ها می‌تواند به وجود آید.

در پژوهش حاضر بعد مبتنی بر مکان به‌عنوان یکی از جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای مربیان، مدیران و ورزشکاران شناسایی شد. این یافته با تحقیقات هابز و فورست (۲۰۰۳)، رستگاری و همکاران (۲۰۱۹) همسو می‌باشد. رستگاری و همکاران (۲۰۱۹) در تحقیق خود بیان می‌کنند که دسترسی به موارد مختلف حق شهروندان است. افراد در دسترسی به اینترنت، شبکه‌های اجتماعی، سایت‌ها، وبلاگ‌ها و همچنین روزنامه و کتابی که خواهان آن هستند آزاد باشند و در کنار رسانه‌های جریان اصلی از رسانه‌های مستقل نیز بهره‌مند گردند. با کنش‌های فعالانه در رسانه‌های تعاملی مخاطب‌محور به خصوص شبکه‌های اجتماعی که از مهم‌ترین رسانه‌های تعاملی می‌باشند، کاربران با وجود امنیت و آزادی نسبی نظرات خود را به اشتراک گذاشته و در برابر پذیرش پیام‌های ایدئولوژیکی مقاومت کرده و آن‌ها را به چالش می‌کشند. همه توجه مضاعف رسانه‌ها به ورزش این حوزه را از حالت سنتی تغییر داده است و به این دلیل نیاز است ورزشکاران، مربیان و مدیران و کلیه افراد فعال در ورزش از قوانین و حقوق فضای آنلاین و شبکه‌های مجازی اطلاع داشته باشند و حضور و فعالیت مناسبی در این مکان‌ها داشته باشند.

در پژوهش حاضر بعد مبتنی بر صحت و درستی به‌عنوان یکی از جنبه‌های حقوقی سواد رسانه‌ای مربیان، مدیران و ورزشکاران شناسایی شد. این یافته با تحقیقات هابز و فورست (۲۰۰۳)، فتح‌آبادی و همکاران (۲۰۲۰) و یزدان پناه و بیات کمیتکی (۲۰۲۰) همسو می‌باشد. فتح‌آبادی و همکاران (۲۰۲۰) عنوان داشت که امروزه با بالابردن حجم اطلاعات در دسترس لازم است تمامی شهروندان به ابزاری نیاز دارند که بتوانند از طریق آن، مراحل رشد و توسعه فردی و اجتماعی را طی کنند. یکی از کمبودها برای شناسایی اطلاعات مفید و بهره‌گیری از آن در زندگی شخصی افراد، نبود مهارت اطلاع‌یابی و سواد

انعکاس حضور در مجموعه نهادها، تشکل‌ها، انجمن‌های مستقل از دولت، قانونمند عمل کردن، وجود شفافیت و پاسخگویی در رسانه‌های مجازی سازمان ورزشی و افراد درگیر در آن از جمله اقداماتی است که می‌تواند در این زمینه کمک‌کننده باشد. در پایان پیشنهاد می‌گردد بخش روابط عمومی سازمان ورزشی علاوه بر تدوین چارچوب مناسب آموزشی سواد رسانه‌ای با توجه به تغییرات ورزش و جامعه محتواهای به‌روز تولید کنند و آن‌ها را در اختیار افراد ذینفع ورزشی خود قرار دهد.

References

- Bahrami, S. (2017). Investigating the effect of media literacy training on athletes' attitudes about the use of nutritional supplements; A case study. *Health Research Journal*, 4(1), 23-29. (In Persian). <https://doi.org/10.22038/jhl.2018.33554.1007>
- Baker, F. (2004). Celebrating national literacy month: Media literacy. *School Library Media Activities Monthly*, 21(1), 50-51. <https://www.frankwbaker.com/SCMRevised.pdf>
- Bayat komitaki, M., & yazdanpanah, Z. (2019). right to media literacy. *Legal Research Quarterly*, 22(86), 327-352. (In Persian). <https://doi.org/10.29252/lawresearch.22.86.327>
- Cho, H., Cannon, J., Lopez, R., & Li, W. (2022). Social media literacy: A conceptual framework. *New media & society*, 1-20. <https://doi.org/10.1177/14614448211068530>
- Dhonde, B. M., & Patil, V. N. (2013). Role of Mass Media In Progress Of Physical. *Indian Streams Research Journal*, 2(8), 1-4. <https://doi.org/10.22089/smrj.2020.8214.2813>
- Fathabadi, B., dadgaran, M., nasiri, B., & hashemi, S. (2020). Factors influencing the promotion of media literacy education in schools from the point of view of experts from the European Commission. *Interdisciplinary Studies in Media and Culture*, 9(2), 167-190. (In Persian). <https://doi.org/10.30465/ismc.2020.5079>
- Fletcher, D., & Scott, M. (2010). Psychological stress in sports coaches: A review of concepts, research, and practice. *Journal of sports sciences*, 28(2), 127-137. <https://doi.org/10.1080/02640410903406208>
- Galli, F., Palombi, T., Mallia, L., Chirico, A., Zandonai, T., Alivernini, F., & Lucidi, F. (2021). Promoting Media Literacy Online: An Intervention on Performance and Appearance Enhancement Substances with Sport High School Students. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(11), 55-96. <https://doi.org/10.3390/ijerph18115596>
- Ghasemi, H., Keshavarz, L. (2016). Sports and media with a practical approach. Tehran: Science and Sports. (In Persian). 9788140449965
- Griffin, J. (2001). first steps in an account of human rights. *European Journal of Philosophy*, 9(3), 306-327. <https://doi.org/10.1111/1468-0378.00139>
- Grizzle, A., Moore, P., Dezuanni, M., Asthana, S., Wilson, C., Banda, F., & Onumah, C. (2014). Media and information literacy: policy and strategy guidelines. *UNESCO*. 978-92-3-001239-7.
- Hobbs, R., & Frost, R. (2003). Measuring the acquisition of media literacy skills. *Reading research quarterly*, 38(3), 330-355. <https://www.jstor.org/stable/4151822>
- Hoseini, M., & Ghasemi, N. (2019). Comparison of Media Literacy among Physical Education Specialists. *Communication Management in Sport Media*, 6(4), 49-57. (In Persian). <https://doi.org/10.30473/jsm.2019.36939.1233>
- Jafari, A. (2018). A Survey on Media Literacy among Secondary School Students and their Parents Based on Potter classification. *Technology of Instruction and Learning*, 4(14), 1-21. (In Persian). <https://doi.org/10.22054/jti.2020.43733.1270>
- Lotfi, I., Saatchian, V. (2018). The role of legal literacy towards the sports environment in the attitude towards the future career of physical education teachers of Khorasan Razavi province, the third national congress of sports science and health achievements, Rasht. (In Persian). <https://civilica.com/doc/979558/>
- Louw, A. M., Carnelley, M., Schembri, C., & Whitcher, B. (2010). *A critical evaluation of the interaction between sport and law in South Africa (Doctoral dissertation, Stellenbosch: Stellenbosch University)*.

- <https://scholar.sun.ac.za/bitstreams/804512bb-28f2-4f62-8803-12f94eefbc47/download>
- Luo, Y. F., Yang, S. C., & Kang, S. (2022). New media literacy and news trustworthiness: An application of importance-performance analysis. *Computers & Education*, 185, 104529. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2022.104529>
- Mansourian, Y. (2005). Development of information retrieval model in hidden web environment. *Librarianship and Information Organization Studies*, 16(3), 75-86. (In Persian). https://nastinfo.nlai.ir/article_599.html
- Memari, Z., Saadati, M., & Dehghani, F. (2019). Recognition and Modeling Infrastructures and Areas of Commercial Law in Iran Professional Sport. *Sport Management Journal*, 11(3), 483-520. (In Persian). <https://doi.org/10.22059/jsm.2018.216197.1691>
- Mirsafian, H. (2017). Assessment of Coaches' Knowledge from Their Legal Duties toward Athletes. *Research on Educational Sport*, 5(13), 111-134. (In Persian). <https://doi.org/10.22089/res.2017.3387.1225>
- Mohammadzadeh, K., Marzooghi, R., Hadi Sadeghi, M., Mohammadi, M., & Karimi, M. H. (2019). legal literacy education curriculum in secondary schooling system of Islamic republic of Iran: a qualitative approach. *Research in Curriculum Planning*, 16(63), 35-48. (In Persian). <https://doi.org/10.30486/jsre.2019.551170>
- Moradzadeh, K. (2021). Review and analysis of legal challenges of sports contracts in Iran's legal system. *Ghanon Yar*, 5 (17), 319-344. (In Persian). <https://civilica.com/doc/1565179/>
- Naderian, M., & Rahbari, S. (2014). The Feasibility of the Establishment of Sports Law's Field in the Master Degree of Iran's Universities. *Interdisciplinary Studies in Humanities*, 6(4), 19-32. (In Persian). <https://doi.org/10.7508/isih.2014.24.002>
- Najafi, S. (2018). A new look at the theoretical foundations of rules and principles of criminal liability in sports law. *Legal researches of Qonun Yar*, 7(2), 217-237. (In Persian). <https://civilica.com/doc/1004440/>
- Nazarweisi, H., Yektayar, M., & Ghasemi, H. (2020). Designing a Pattern of Media Literacy in Sport. *Communication Research*, 27(102), 121-149. (In Persian). <https://doi.org/10.22082/cr.2020.122396.2009>
- Newman, T., Peck, J., & Wilhide, B. (2017). Social media in sport marketing. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315212975>
- Potter W. J. (2019). *Media Literacy. 9th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE. 978-1506366289*
- Price, B. L., Farren, G. L., & Stoll, J. A. (2022). Tinkering with Policies in the Digital Age: How Interscholastic Athletic Directors Address Social Media Use by Student-Athletes. *International Journal of Sport Communication*, 15(1), 53-65. <https://doi.org/10.1123/ijsc.2021-0092>
- Rastegari, S., navah, A., & hazbavi, A. (2019). The sociological consequences of media literacy on awareness of citizenship rights and democracy. *New Media Studies*, 5(18), 203-228. (In Persian). <https://doi.org/10.22054/nms.2019.27012.350>
- Shabani, A., & rezaei, M. (2015). The effect of media on public sport and recreation. *Communication Management in Sport Media*, 3(1), 24-29. (In Persian). <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.23455578.1394.3.1.3.3>
- Sheibany, B., Jamali Mahmuie, H., & Asnafi, A. (2011). Link between Information Environment and Information Literacy: a case study of Graduate Students at Tabriz University. *Academic Librarianship and Information Research*, 45(1), 27-48. (In Persian). https://jlib.ut.ac.ir/article_28739.html?lang=fa
- Shojaeifard, A. (2022). Provide a causal model for identifying entrepreneurial opportunities with respect to the role of media literacy and entrepreneurial awareness. *Journal of Studies in Library and Information Science*, 14(4). Online Press. (In Persian). <https://doi.org/10.22055/slis.2022.41172.1897>
- Solouki, H., Ahmadi, S. A. H., Shajie, R., & Honari, H. (2017). The Comparison of Media Consumption and Media Literacy Among MA Students of Media Management, Sport Management and Sport Media Management. *Communication Management in Sport Media*, 4(4), 43-51. (In Persian). <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.23455578.1396.4.4.4.1>
- Soori, A., hematinejad M., benar, N. (2021). Designing a Conceptual Framework for Law development of sports in Iran. *New approaches in sports management*, 9(33), 9-25. (In Persian). <http://ntsmj.issma.ir/article-1-1538-en.html>
- Talebpoor, M., & Shajie, K. (2020). An Analysis of the Status of Awareness of Legal Responsibilities in Sport. *Sport Physiology & Management Investigations*, 12(3), 41-57. (In Persian). https://www.sportrc.ir/article_122600.html?lang=fa
- Toloui Ashlaghi, A., Pashai, M., & Modbari Kalyani, R. (2010). The role of mass media on public exercise. *Urban Management Studies*, 2(2), 181-192. (In Persian). <https://sanad.iau.ir/Journal/ums/Article/824858/FullText>

- Wong, G. M. (2010). *Essentials of Sports Law* (4th ed.). Canada: ABC-CLIO. <https://doi.org/10.5040/9798400647468>
- Yazdanpanah, Z., & Bayat Komitaky, M. (2020). The role of media literacy in ensuring citizenship rights discourse. *Public Law Studies Quarterly*, 50(3), 921-937. (In Persian). <https://doi.org/10.22059/jplsq.2019.264815.1827>
- Zalcmane, K., & Kameņeckā-Usova, M. (2021). Whether Sports Liability is an Independent Type of Legal Liability. 2(20), 255–267. <https://doi.org/10.25143/socr.20.2021.2.255-267>
- Zare Kohan, N. (2015). Promotion of Media Literacy, *Prerequisite of Realization of Civic Society*. *Rasaneh*, 25(4), 109-119. (In Persian). <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.10227180.1393.25.4.7.5>

