

ORIGINAL ARTICLE

Interpretive Structural Model of Student Sports Development Through Media

Maryam Khajeh Salehani¹– Hamid Ghasemi^{*2} -Ali Asghar Doroudian³ – Hasan Khojasteh Bagherzadeh ⁴ -Shiva Azadfada⁵

1. PhD Student of Sport Management, Department of Physical Education, Islamic Azad University, North Tehran Branch, Tehran, Iran
2. Associate Professor, Department of Sport Management, Payame Noor University, Tehran, Iran
3. Assistant Professor, Department of Physical Education, Islamic Azad University, North Tehran Branch, Tehran, Iran
4. Associate Professor, Faculty of Radio and Television Production, Radio and Television University, Tehran, Iran.
5. Assistant Professor, Department of Physical Education, Islamic Azad University, North Tehran Branch, Tehran, Iran

Correspondence:

Hamid Ghasemi

Email: h_ghasemi@pnu.ac.ir

Received: 07/February/2022

Accepted: 29/July/2022

How to cite:

Khajeh Salehani, M; Ghasemi, H; Doroudian, A; Khojasteh Bagherzadeh, H; Azadfada, Sh (2024), Interpretive Structural Model of Student Sports Development Through Media. *Communication Management in Sport Media*, 12 (1), 1-13
DOI: [10.30473/jsm.2022.63013.1603](https://doi.org/10.30473/jsm.2022.63013.1603)

ABSTRACT

The purpose of this study was to develop an interpretive structural model for the development of student sports through the media. The research employed a grounded theory approach with the Charmaz (structural-interpretive) methodology. Indicators of student sports development were identified via the media, and a model was constructed using interpretive structural modeling (ISM). The statistical population included university sports experts, sports management professors, and sports media specialists. Data collection was conducted using the MicMac matrix, and data analysis was performed with MicMac software.

The results indicated that the development of financial, human, and scientific resources for student sports is most significantly influenced by sports media. Moreover, the MicMac matrix analysis revealed that indicators such as the legal environment, cultural environment, and scientific environment in the influence area are dependent on certain factors. In contrast, the development of human resources and financial resources are in the transplant area, and sports facilities and infrastructure are in the region area.

The findings highlight that the sustainable development of student sports cannot be achieved without considering the role and potentials of the media. Therefore, university sports managers should pay greater attention to leveraging media and its related capabilities to foster comprehensive development.

KEYWORDS

Student Sports, Sports Development, Physical Activity, Sports Media



Extended Abstract

Introduction

Given the importance of developing sports at the national level and the influential role of mass media in this process, conducting this research is both necessary and valuable. It aims to address a critical need for the development and promotion of student sports within universities. Considering the expectations and tendencies of students—who represent a young, educated, and literate segment of society and are the primary audience of mass media—this research can help encourage young people to lead active and healthy lives, improve the content produced by mass media, and attract a broader audience.

Student sports hold a special place worldwide, and the media plays a vital role in its advancement. For example, ESPN, an American television network established in 1979, broadcasts sports programs 24 hours a day to audiences in over 200 countries. It covers live and recorded sports events, talk shows, and has a dedicated network focused solely on sports education, especially related to schools and universities.

Before the Iranian Revolution, university sports competitions flourished and received significant media attention. However, even today, the lack of attention from the media towards university competitions is noticeable. Recognizing the undeniable influence of mass media in shaping societal beliefs, attitudes, and thoughts, and considering the role of physical activity and sports in improving students' physical and mental health—reducing healthcare costs and creating a strong foundation for sports development—it is essential to explore how a development model for student sports can be fostered through media engagement.

Methods

The current research adopted a qualitative strategy and grounded theory methodology, employing the Charmaz (charms) or structural-interpretive approach. Using a two-stage approach based on Charmaz, the indicators of student sports development through the media were first identified. Subsequently, a model was designed using interpretive structural modeling (ISM). The research sample consisted of 18 sports and media experts selected through non-

random sampling. Interviews were conducted until reaching theoretical saturation, which occurred after the 18th interview. Data analysis was performed using the MicMac matrix and MicMac software.

Results

In the qualitative phase of the research, six main factors were identified as influential in the development of student sports through the media. These factors include the development of financial resources, enhancement of the cultural environment, improvement of facilities and infrastructure, the establishment of a supportive legal framework, development of human resources, and the advancement of the scientific environment related to student sports. The findings align with the results of studies by Shekhavat (2019), Lagrante et al. (2021), and Kermidis (2017). Shekhavat (2019) concluded that multiple factors contribute to sports development and that the media can serve as a valuable tool in this process. Lagrante et al. (2021) emphasized that economic, socio-cultural factors, infrastructure, and sports facilities play crucial roles in the institutionalization of sports among students, with media perspectives significantly influencing these processes. Similarly, Kermidis (2017) noted that the media can positively contribute to promoting student sports by fostering information dissemination and cultural development.

Regarding the explanation of these findings, it is important to highlight that the most significant factor affecting the development of student sports is the development of financial resources. It is well known that financial and economic considerations have a direct impact on all human activities today. Managers are required to meet their financial needs to carry out projects and programs effectively and timely. This principle is equally applicable in sports organizations, particularly within university sports departments. To achieve the goals of sports development in universities, it is essential to secure adequate financial resources.

KEYWORDS

Student Sports, Sports Development, Physical Activity, Sports Media

Ethical Considerations**Compliance with ethical guidelines**

The author has complied with all ethical considerations.

Funding

The 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

We are grateful to all those who helped us in this research.



«مقاله پژوهشی»

الگوی ساختاری-تفسیری توسعه ورزش دانشجویی از طریق رسانه‌ها

مریم خواجه صالحانی^۱ - حمید قاسمی^{۲*} - علی اصغر درودیان^۳ - حسن خجسته باقرزاده^۴ - شیوا آزادفدا^۵

چکیده

هدف از این تحقیق تدوین الگوی ساختاری-تفسیری توسعه ورزش دانشجویی از طریق رسانه‌ها بود. روش تحقیق حاضر گراند تئوری با رویکرد چارمز یا رویکرد ساختاری - تفسیری بود. شاخص‌های توسعه ورزش دانشجویی از طریق رسانه، شناسایی و با الگوی ساختاری - تفسیری اقدام به طراحی مدل شد. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه کارشناسان ورزش دانشگاه‌ها، اساتید مدیریت ورزشی و متخصصان رسانه‌های ورزشی بودند. نمونه‌گیری به روش غیر تصادفی هدفمند و تا رسیدن به مرحله اشباع نظری انجام شد. داده‌ها با استفاده از ماتریس میک‌مک و توسط نرم‌افزار MicMac مورد تحلیل قرار گرفتند. نتایج نشان داد که توسعه منابع مالی ورزش دانشجویی، توسعه منابع انسانی ورزش دانشجویی و توسعه منابع علمی ورزش دانشجویی بیشترین تأثیرپذیری را از رسانه‌های ورزشی دارند. همچنین نتایج ماتریس میک‌مک نشان داد که شاخص‌های توسعه محیط حقوقی، توسعه محیط فرهنگی و توسعه محیط علمی در منطقه نفوذی، توسعه منابع انسانی و توسعه منابع مالی در منطقه پیوندی و توسعه اماکن ورزشی و زیرساخت‌ها در منطقه وابسته هستند. توسعه پایدار ورزش دانشجویی بدون توجه به رسانه‌ها و پتانسیل‌های مربوط به آن ممکن نخواهد بود و مدیران ورزش دانشگاهی باید توجه بیشتری به این امر داشته باشند.

- ۱- دانشجوی دکتری، گروه تربیت‌بدنی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال، تهران، ایران
- ۲- دانشیار گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران
- ۳- استادیار گروه تربیت‌بدنی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال، تهران، ایران
- ۴- دانشیار دانشکده تولید رادیو و تلویزیون، دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران
- ۵- استادیار گروه تربیت‌بدنی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال، تهران، ایران

نویسنده مسئول: حمید قاسمی

رایانامه: h_ghasemi@pnu.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۱/۲۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۵/۰۷

استناد به این مقاله:

خواجه صالحانی، مریم؛ قاسمی، حمید؛ درودیان، علی اصغر؛ خجسته باقرزاده، حسن؛ آزادفدا، شیوا؛ (۱۴۰۳). الگوی ساختاری - تفسیری توسعه ورزش دانشجویی از طریق رسانه‌ها، مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۱۲ (۱)، ۱۳-۱.

DOI: 10.30473/jsm.2022.63013.1603

واژگان کلیدی:

ورزش دانشجویی، توسعه ورزش، فعالیت بدنی، رسانه‌های ورزشی.



مقدمه

رسانه‌ها نقش مهمی در توسعه ورزش در همه ابعاد دارند (لاگرت و همکاران^۱، ۲۰۲۱). می‌توان ورزش را بر اساس نوع آن نام‌گذاری کرد: ورزش همگانی، ورزش حرفه‌ای، ورزش قهرمانی و ورزش آموزشی. ورزش همگانی به معنای فعالیت‌های تربیت‌بدنی و ورزش کل جامعه است که به‌طور منظم توسط افراد، گروه‌های رسمی یا غیررسمی برای رفع نیازهای جسمی و روحی انجام می‌شود و ممکن است شامل بهبود سلامت، روحیه و روابط اجتماعی به روشی آگاهانه باشد. درحالی‌که ورزش حرفه‌ای به فعالیت‌های سازمانی اشاره دارد که به‌صورت هدفمند و رتبه‌بندی‌شده برای نتیجه‌گیری و توسعه ارزش‌های اقتصادی و اجتماعی انجام می‌شود. یکی از ویژگی‌های ورزش حرفه‌ای شکوفایی است (کین و همکاران^۲، ۲۰۱۵). به‌علاوه ورزش قهرمانی به ورزش‌های رقابتی سازمان‌یافته‌ای گفته می‌شود که با توجه به قوانین خاصی به‌منظور ارتقا رکورد یا دسته‌بندی به مدال و رتبه‌بندی انجام می‌شود. ورزش آموزشی نیز به‌عنوان شرایطی تعریف می‌شود که فرد مهارت‌های ورزشی را در دوره‌های خاصی در خانواده یا مؤسسات آموزش رسمی (مدارس و مؤسسات عالی) بیاموزد و نقش یا ارزش آن‌ها را در سلامت جسمی و روانی و موفقیت درک کند. ویژگی اصلی این نوع ورزش توسعه رشد است و این مورد شامل ورزش‌های دانشجویی می‌شود (دیپیریبو^۳، ۲۰۲۰). رسانه‌های جمعی به‌عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از ورزش، نقش مؤثری در رونق آن داشته‌اند. رسانه‌های جمعی در به تصویر کشیدن قهرمانی‌ها، ورزش بانوان، صنایع ورزشی، فرهنگ رفتار تماشاگران و طرفداران ورزشی و امثال آن، از موضوعات مهم ورزش است (لی^۴، ۲۰۰۵). عمده‌ترین نقشی که رسانه‌ها بر عهده دارند عبارتند از: فرهنگ‌سازی، آموزش، اطلاع‌رسانی و ایجاد مشارکت اجتماعی. در مجموع، مهم‌ترین هدف رسانه‌های گروهی ورزش، در راستای اهداف ملی در هر کشور، می‌تواند توسعه ورزش باشد که ابعاد و محورهای مختلفی دارد و رسانه‌های گروهی در بیشتر موارد می‌توانند مؤثر باشند (هانی بون و همکاران^۵، ۲۰۱۶).

اهمیت وظیفه آموزشی وسایل ارتباطی در جوامع معاصر، به حدی است که بعضی از جامعه‌شناسان برای مطبوعات و رادیو و تلویزیون و سینما، نقش «آموزش موازی» یا «آموزش دائمی» قائل هستند. جامعه‌شناسان معتقدند که وسایل ارتباطی با پخش اطلاعات و معلومات جدید، به‌موازات کوشش معلمان و اساتید، وظیفه آموزشی انجام داده و دانستنی‌های عملی، فرهنگی و اجتماعی دانش‌آموزان و دانشجویان را

تکمیل می‌کنند (مونتمورو و همکاران^۶، ۲۰۱۵).

در واقع رسانه‌های جمعی از ابزارهای مهم توسعه ورزش هستند که در تحقق بسیاری از اهداف توسعه ورزش اثرگذارند (زمانی دادانه، ۲۰۲۱). در میان رسانه‌های گروهی، تلویزیون، رادیو و مطبوعات به دلیل دامنه فراگیری بیشتر، از بقیه مهم‌ترند. نوجوانان و جوانان همراه با تصاویر زنده ورزش‌ها در تلویزیون و شخصیت‌های ورزشی رشد می‌کنند و از طریق والدین، معلمان و ورزشکاران نخبه‌ای که به‌صورت الگوهای نقش در زندگی‌شان حضور دارند، تشویق و ترغیب به مشارکت در انجام فعالیت‌های ورزشی می‌شوند (کریمادیس^۷، ۲۰۱۷). انگیزه‌های این مشارکت ممکن است به عوامل گوناگونی مانند تفریح و سرگرمی، افزایش توانایی فیزیکی، تناسب‌اندام، ارتقای پایگاه اجتماعی و اقتصادی، کسب قهرمانی و شهرت ارتباط داشته باشد. یکی از شخصیت‌های اثرگذار در ورزش برای ایجاد توجه لازم به مؤلفه‌های مختلف ورزشی، متولی اصلی ورزش یا رئیس وزارت ورزش و جوانان (سازمان تربیت‌بدنی سابق) است. همه این نشانه‌های ذکرشده حاکی از اثرات متقابل ورزش و جامعه بر یکدیگر است و به همین دلیل است که برای شناخت ورزش باید آن را به‌عنوان پدیده اجتماعی توصیف کرد (گولام^۸، ۲۰۱۷). در این رابطه اقتخاری و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان بررسی ابعاد توسعه ورزش دانشگاهی با تأثیرپذیری از رسانه‌های جمعی در دانشگاه‌های پیام نور ایران بیان کردند که در مقایسه بین تأثیر تلویزیون، رادیو و مطبوعات بر ابعاد توسعه، تنها در شش بعد شامل: ارتقاء سطح آگاهی عمومی نسبت به ورزش دانشگاهی، بهبود عملکرد ورزشکاران، شناسایی استعدادهای ورزشی، بهبود عملکرد فنی مربیان، ارتقاء آگاهی مدیران ورزش دانشگاهی، تعیین استراتژی‌های ورزش دانشگاهی، تفاوت معنی‌داری وجود دارد. همچنین نتایج تحقیق صیادی و همکاران (۲۰۱۶) نشان داد بین نقش چهارگانه رسانه‌ها با ترویج ورزش دانشجویی در سطح ۰/۰۰۱، ارتباط معناداری وجود دارد. همچنین بین دیدگاه مردان و زنان تفاوت معناداری وجود ندارد و بیشترین نقش رسانه‌ها در بخش فرهنگ‌سازی است. در میان رسانه‌ها، تلویزیون هم در بین مردان و هم زنان در اولویت اول قرار دارد. رسانه‌ها به‌ویژه تلویزیون که در اولویت اول قرار دارد باید نگاهی ویژه به ورزش دانشجویی خصوصاً در بخش فرهنگ‌سازی داشته باشند تا بتوانند به وظیفه خود در راه ترویج ورزش دانشجویی عمل کرده باشند.

توجه به فعالیت‌های ورزشی در دوران تحصیل در دانشگاه، فرصت بسیار خوبی است که دانشجویان را بیشتر با منافع ناشی از فعالیت‌های بدنی آشنا سازد، به‌علاوه اگر محیط‌های خانوادگی و دوران تحصیل در دبستان و دبیرستان، شرایط پی بردن به‌ضرورت پرداختن ورزش را در

6. Montemurro et al.

7. Kriemadis

8. Gulam

1. Lagrent et al.

2. Kane et al.

3. Diepiribo

4. Lee

5. Honeybourne et al.

افکار جامعه و نقش فعالیت بدنی و ورزش در سالم‌سازی جسمانی و روانی دانشجویان و کاهش هزینه‌های درمانی و همچنین ساخت بستری مناسب در عرصه ورزش، برآینم تا ببینیم الگوی توسعه ورزش دانشجویی از طریق رسانه‌ها به چه صورت است؟

روش‌شناسی

روش تحقیق حاضر از نظر استراتژی کیفی و از نظر مسیر اجرا روش گراند تئوری با رویکرد چارمز یا ساختاری - تفسیری بود. با رویکرد دومرحله‌ای چارمز، شاخص‌های توسعه ورزش دانشجویی از طریق رسانه شناسایی شد و سپس از طریق الگوی ساختاری تفسیری اقدام به طراحی مدل شد. نمونه پژوهش ۱۸ نفر از متخصصان ورزش و رسانه بودند که به‌صورت غیرتصادفی هدفمند انتخاب شدند. مصاحبه‌ها تا اشباع نظری ادامه یافت و در مصاحبه ۱۸ ام متوقف شد. ماتریس میک‌مک و نرم‌افزار MicMac برای تحلیل داده‌ها مورد استفاده قرار گرفت.

یافته‌های تحقیق

مطابق با بررسی اطلاعات جمعیت‌شناختی ۱۲ نفر (۸۰ درصد) از مشارکت‌کنندگان در تحقیق، مرد و ۳ نفر (۲۰ درصد) زن بودند. سطح شغلی ۱ نفر از آن‌ها کارشناس (۶/۶۷ درصد)، ۹ نفر رئیس (۶۰ درصد) و ۵ نفر استاد دانشگاه (۳۳/۳۳) بود. افزون بر این، مدرک تحصیلی ۱ نفر (۶/۶۷ درصد) از این افراد کارشناسی، ۲ نفر (۱۳/۳۳ درصد) کارشناسی ارشد و ۱۲ نفر (۸۰ درصد) دکتری بود.

در ادامه به‌منظور ترسیم مدل کیفی ابتدا شاخص‌های مؤثر بر توسعه ورزش دانشجویی از طریق رسانه شناسایی شدند. بدین منظور، بر اساس مراحل جدول ۱، ابتدا شاخص‌ها شناسایی و سپس اقدام به ترسیم مدل شد.

جدول ۱- مقوله‌های اصلی و فرعی اقتباس‌شده از بخش کیفی تحقیق (ترجمه انگلیسی)

Table 1. Main and subcategories adapted from the qualitative part of the

کد محوری	کد باز	نشانه‌گر
توسعه منابع انسانی	کشف استعدادهای ورزشی	P12
	افزایش شرکت دانشجویان در مسابقات ورزشی برون دانشگاهی	P1, P6, P9, P10
	پرورش استعدادهای ورزشی دانشجو	P4, P7, P10
	نگهداشت دانشجویان ورزشکار با استعداد	P3, P7
	توجه همه‌جانبه به ورزشکاران دانشجو در همه کشور	P8, P10, P11, P12
	افزایش مشارکت دانشجویان در ورزش	P2, P5
	افزایش حضور دانشجویان ورزشکار در تیم‌های حرفه‌ای	P4, P5, P6, P8
	جذب دانشجویان توانمند در باشگاه‌ها	P1, P3,
	جذب دانشجویان داوطلب ورزشی به‌ویژه در زمینه مربیگری	, P11, P12
	کمک به رفع تبعیض جنسیتی در ورزش دانشجویی	P2, P3, P12
	افزایش شرکت دانشجویان در مسابقات ورزشی درون دانشگاهی	P1, P2

آنان به وجود نیاورده باشد، دوران تحصیل دانشگاهی فرصت بالارزشی خواهد بود که علاوه بر پرداختن به ورزش و تقویت قوای جسمانی و پر نمودن اوقات فراغت به بهترین شکل ممکن که درنهایت، سلامتی و تندرستی را به همراه خواهد داشت، از منافع روانی و اجتماعی آن نیز برخوردار شوند. همچنین جنبه سازندگی، نوآوری، خلاقیت، ابتکار و رضایت درونی از اوقات فراغت بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد. با توجه به اهمیت توسعه ورزش در سطح ملی و نقش رسانه‌های جمعی در آن، اهمیت و ضرورت انجام این تحقیق مطرح می‌شود تا یکی از نیازهای مهم در راستای توسعه و ترویج ورزش دانشجویی در سطح دانشگاه‌ها را برطرف نماید و با توجه به انتظارات و گرایش‌های دانشجویان به‌عنوان قشر جوان، تحصیل‌کرده و باسواد جامعه که از مخاطبان رسانه‌های جمعی هستند، علاوه بر تشویق جوانان به یک زندگی فعال و بانشاط، به بهبود محتوای رسانه‌های جمعی و جذب مخاطبان بیشتر کمک کند. ورزش دانشجویی در دنیا جایگاه ویژه‌ای دارد که رسانه نقش مهمی در توسعه آن دارد، به‌عنوان مثال شبکه برنامه‌های تفریحی و ورزشی ESPN^۱ که یک شبکه تلویزیونی آمریکایی است در سال ۱۹۷۹ ایجاد شده و به‌صورت ۲۴ ساعته برنامه‌های ورزشی را برای ۲۰۰ کشور جهان پخش می‌کند. این شبکه به پخش برنامه‌های ورزشی و پوشش رویدادهای زنده یا ضبط‌شده ورزشی و گفتگوی تلویزیونی می‌پردازد و یک شبکه تخصصی به‌عنوان ورزش‌های آموزشی دارد که فقط بحث آموزش ورزش در مدارس و دانشگاه‌ها را پوشش می‌دهد. پیش از انقلاب در ایران مسابقات ورزشی دانشگاهی از رونق بالایی برخوردار بوده و رسانه‌ها هم نقش پررنگ‌تری در این زمینه داشتند ولی هم‌اکنون ضعف توجه رسانه‌ها به مسابقات دانشگاهی قابل‌لمس است. با توجه به نقش انکارناپذیر رسانه‌های جمعی در شکل‌دهی و جهت‌دهی باورها، نگرش و

کد محوری	کد باز	نشانگر
توسعه منابع مالی	کمک به ارتقای برند دانشجویان ورزشکار	P4, P9, P11
	حضور حامیان مالی در ورزش دانشجویی	P5, P6, P8
	افزایش کمک بخش خصوصی به ورزش دانشجویی	P4, P8, P9, P10
	تشویق تسهیلات بانکی برای سرمایه‌گذاری در ورزش دانشجویی	P6, P7, P8, P9, P10
	ترویج گسترش مشارکت بخش خصوصی برای سرمایه	P5, P8, P11,
	کمک به بازاریابی در ورزش دانشجویی	P5, P8, P11,
	کاهش وابستگی مالی تیم‌های دانشجویی به بودجه دانشگاه	P8, P12
	بهبود دیدگاه اقتصادی و درآمدزایی از بستر فعالیت‌های ورزش دانشجویی با بازاریابی و بازرگانی برنامه‌ها	P6, P7
	ایجاد بستری برای درآمدزایی از حق پخش تلویزیونی	P9, P10, P11
	ترویج اجاره اماکن ورزشی دانشجویی	P13, P11, P2
	جذب مشارکت‌های اجتماعی مردم و جذب کمک‌های مالی مردمی به ورزش دانشجویی	P1, P6,
	افزایش حضور تماشاگران در مسابقات ورزشی دانشجویان	P9, P7, P12
	کمک مالی تیم‌های حرفه‌ای به تیم‌های ورزشی دانشجویی	P13, P7
توسعه اماکن و زیرساخت	توسعه اماکن ورزشی ویژه دانشجویان دختر	P14, P10, P1, P12
	توسعه فرهنگ بهره‌برداری مشترک از اماکن ورزش دانشجویی	P3, P5, P2
	راه‌اندازی و مکانیزاسیون سیستم‌های اطلاعات در ورزش دانشجویی	P11, P5, P6, P8
	توسعه و حمایت از باشگاه‌ها و اماکن ورزشی دانشجویان	P10, P3,
	تأمین سرانه و توزیع عادلانه فضاها و امکانات ورزشی کشور	P11, P2
	استقرار نظام برنامه‌ریزی فراگیر و یکپارچه در اماکن ورزشی	P2, P3, P12, P6
	استفاده از ظرفیت‌های وقف‌کنندگان و خیرین برای باشگاه‌های ورزش دانشجویی	P1, P2, P9, P13
	افزایش سرانه فضای ورزش دانشجویی	P2, P3, P12, P6
توسعه محیط علمی	افزایش مطالعات و تحقیقات در زمینه ورزش دانشجویی	P2, P6, P11
	نوآوری در حوزه تخصصی و علمی ورزش دانشجویی	P12, P8, P9, P14
	افزایش دانش و شناخت نسبت به موضوعات ورزش دانشجویی	P10, P11, P8, P9, P13
	بهره‌گیری از فناوری‌های نو در آموزش و ترویج ورزش دانشجویی	P5, P8, P11, P1, P6
	ارائه شیوه‌های مدرن و علمی تمرین و بهبود روند آموزش و تمرین در باشگاه‌ها	P5, P8, P11, P15
	ترویج برنامه‌های علمی و پژوهشی توسعه ورزش دانشجویی	P8, P12, P2, P8
	برنامه‌های تلویزیونی علمی و ورزشی در ارتباط با ورزش دانشجویی	P6
توسعه محیط حقوقی	انتشار اخبار اصول اخلاقی	P11
	توجه به اصل بازی جوانمردانه و ترویج آن در ورزش دانشجویی	P12, P13, P16
	جلوگیری از رسوخ ناهنجاری‌های اجتماعی و رفتاری ناخواسته به محیط‌های ورزشی	P1, P6
	خودداری از زیر پا گذاشتن ارزش‌های حقوقی در ورزش دانشجویی	P4
	آشناسازی مربیان، ورزشکاران دانشجو و داوران در زمینه حقوق ورزشی	P3, P7, P11
توسعه محیط فرهنگی	رعایت حقوق محیط‌زیست و بازاریابی سبز در ورزش دانشجویی	P12, P6
	ایجاد دیدگاه‌های جدید و اثربخش سازمان‌های کلیدی کشور به ترویج ورزش دانشجویی	P2, P5, P7
	ترویج فرهنگ داوطلبی در ورزش دانشجویی	P4, P5, P6, P8, P12
	توجه ویژه به ایجاد فرهنگ در کودکان و نوجوانان	P1, P3, P9
	احساس مسئولیت در قبال رویدادهای خرد و کلان مناسب با فرهنگ و مصالح جامعه	P11, P12
	علاقه و نگرش مثبت خانواده‌ها برای فعالیت فرزندان‌شان در سطح ورزش دانشجویی	P2, P3, P12
	از بین بردن موانع فرهنگی و اجتماعی بانوان برای مشارکت در ورزش دانشجویی	P13

جدول ۲. میزان سازگاری تأثیرات مستقیم عوامل مؤثر بر توسعه ورزش دانشجویی از طریق رسانه

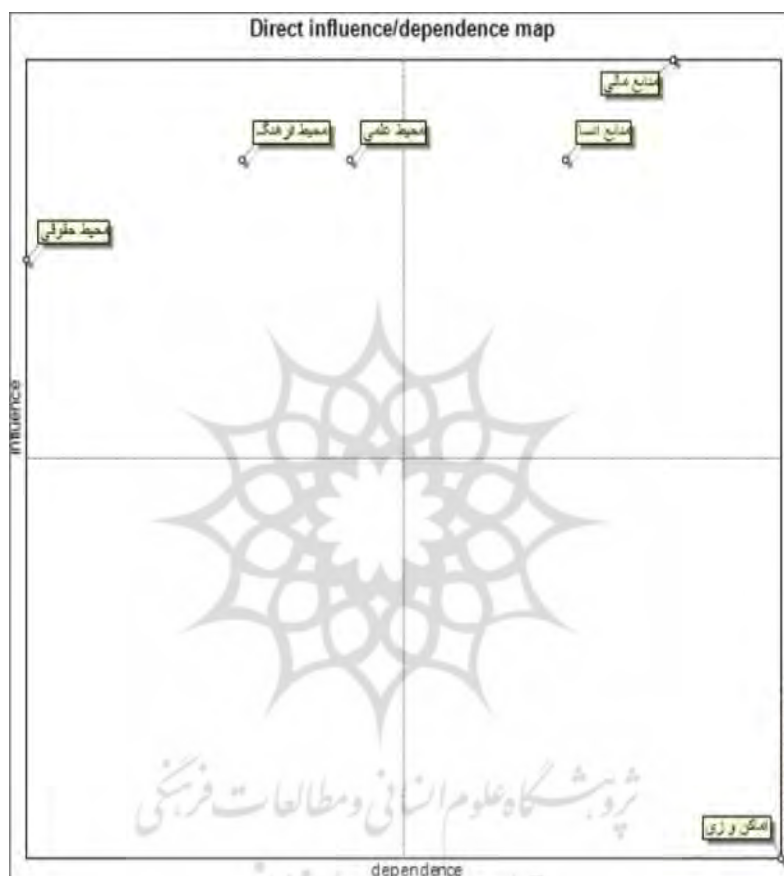
Table 2. The degree of compatibility of the direct effects of factors affecting the development of student sports through the media

تکرار	تأثیر گذاری	تأثیر پذیری
۱	۹۶٪	۹۴٪
۲	۹۲٪	۹۸٪

جدول ۳. اولویت‌بندی عوامل موثر بر توسعه ورزش دانشجویی از طریق رسانه بر اساس اثرات مستقیم و غیرمستقیم

Table 3. Prioritization of factors affecting the development of student sports through the media based on direct and indirect effects

Rank	Variable	Variable
1	منابع مالی - 2	منابع مالی - 2
2	منابع انسانی - 1	محیط فرهنگ - 6
3	محیط علمی - 4	منابع انسانی - 1
4	محیط فرهنگ - 6	محیط علمی - 4
5	محیط حقوقی - 5	محیط حقوقی - 5
6	اماکن ورزشی - 3	اماکن ورزشی - 3



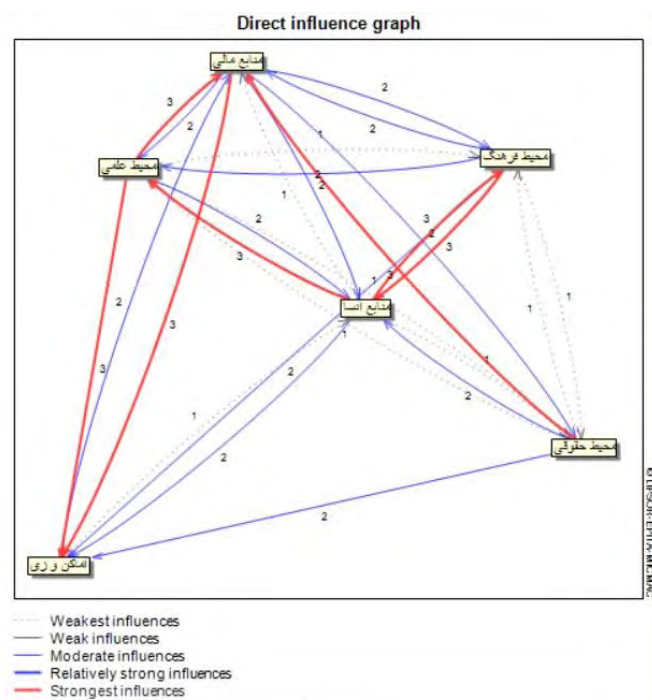
شکل ۱. نتیجه تحلیل میک‌مک

Figure 1. The result of Mick Mac analys

دستیابی و مجموعه پیش‌نیاز برای هر عامل تعیین می‌شود. مجموعه دستیابی هر شاخص شامل شاخص‌هایی است که از این شاخص تأثیر می‌پذیرند و مجموعه پیش‌نیاز شامل شاخص‌هایی است که بر این شاخص تأثیرگذارند. این تأثیر و تأثرها با استفاده از ماتریس دستیابی به دست می‌آید. هرچه یک هدف دارای اثرگذاری بالاتری بر سایر اهداف باشد، در مدل ISM در سطح پایین‌تری قرار می‌گیرد چراکه در مدل ISM اثرگذاری از پایین به بالاست. سطح اشاره به لایه‌های طراحی‌شده مدل نهایی دارد. برای به دست آوردن سایر سطوح، باید سطوح قبلی از ماتریس جدا شده و فرآیند تکرار شود.

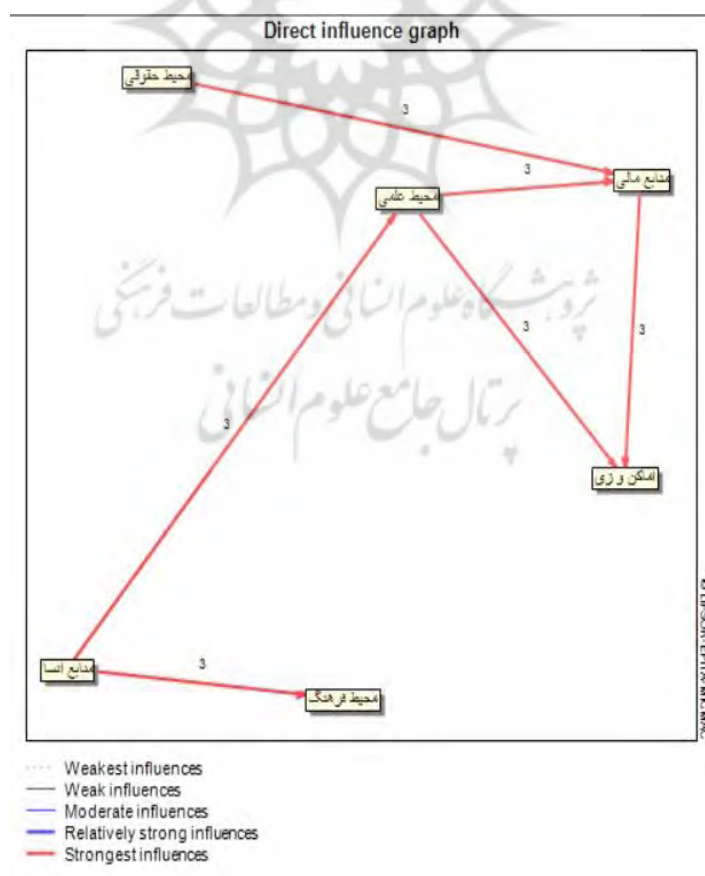
با توجه به خروجی نرم‌افزار میک‌مک، مدل نهایی به صورت شکل ۲ به دست می‌آید.

شکل ۱ نتیجه میزان وابستگی و قدرت نفوذ را برای هر یک از شاخص‌ها نشان می‌دهد. بر این اساس شاخص‌های توسعه محیط حقوقی، توسعه محیط فرهنگی و توسعه محیط علمی در منطقه نفوذی، توسعه منابع انسانی و توسعه منابع مالی در منطقه پیوندی و توسعه اماکن ورزشی و زیرساخت‌ها در منطقه وابسته هستند. عوامل خودمختار شامل عواملی هستند که دارای قدرت نفوذ و وابستگی ضعیف و متوسط هستند. عوامل وابسته دارای قدرت نفوذ کم ولی وابستگی نسبتاً بالا بوده و معمولاً متغیرهای نتیجه یا هدف هستند. عوامل پیوندی دارای قدرت هدایت زیاد و وابستگی زیاد می‌باشند و عوامل نفوذی نیز عواملی هستند که دارای قدرت نفوذ زیاد ولی وابستگی کم هستند (مالون، ۲۰۱۴). در مرحله بعد برای تعیین سطح شاخص‌ها و اولویت آن‌ها، مجموعه



شکل ۲. مدل ساختاری - تفسیری توسعه ورزش دانشجویی از طریق رسانه
Figure 2. Structural-interpretive model of student sports development through media

در شکل ۳ مدل ساختاری - تفسیری توسعه ورزش دانشجویی از طریق رسانه به صورت ساده شده ارائه می‌شود.



شکل ۳. مدل ساختاری - تفسیری توسعه ورزش دانشجویی از طریق رسانه در حالت ساده شده
Figure 3. Structural-interpretive model of student sports development through media in simplified mode

بحث و نتیجه‌گیری

نتیجه تحلیل کیفی و آزمون تحلیل عاملی اکتشافی مربوط به عوامل شناسایی شده در بخش کیفی تحقیق نشان داد که شش عامل اصلی شامل توسعه منابع مالی ورزش دانشجویی، توسعه محیط فرهنگی ورزش دانشجویی، توسعه اماکن و زیرساخت ورزش دانشجویی، توسعه محیط حقوقی ورزش دانشجویی، توسعه منابع انسانی ورزش دانشجویی و توسعه محیط علمی ورزش دانشجویی بر توسعه ورزش دانشجویی از طریق رسانه مؤثرند. نتیجه به‌دست‌آمده با نتیجه تحقیقات سخاوات^۱ (۲۰۱۹)، لاگرت و همکاران (۲۰۲۱) و کرمیدیس (۲۰۱۷) همسو بود. سخاوات (۲۰۱۹) به این نتیجه دست یافت که برای توسعه ورزش، عوامل متعددی وجود دارند و رسانه‌ها می‌توانند به‌عنوان ابزار مناسبی در این امر مورد استفاده قرار گیرند. لاگرت و همکاران (۲۰۲۱) نیز به این نتیجه دست یافتند که عوامل اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، زیرساخت‌ها و اماکن ورزشی می‌توانند بر نهادهای سازی ورزش در بین دانشجویان مؤثر باشند و در تحقق این امر، دیدگاه رسانه‌ها مؤثر است. همچنین، کرمیدیس (۲۰۱۷) بیان می‌دارد که رسانه‌ها در ترویج ورزش دانشجویی می‌توانند نقش‌های اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی خود را به‌طور مثبتی ایفا نمایند. در توضیح یافته‌های تحقیق باید بیان کرد که اولین عامل شناسایی شده مؤثر در توسعه ورزش دانشجویی را توسعه منابع مالی ورزش دانشجویی تشکیل می‌دهد. بر کسی پوشیده نیست که امروزه مسائل مالی و اقتصادی بر تمام فعالیت‌های نوع بشر تأثیر مستقیم می‌گذارد. تمام مدیران موظف‌اند که برای انجام پروژه‌ها و برنامه‌های خود، احتیاجات مالی و اقتصادی آن‌ها را برآورده نموده و به‌طور صحیح و به‌موقع به مصرف رسانند. در سازمان‌های ورزشی و به‌طور ویژه، ادارات ورزش دانشگاه‌ها نیز این قاعده وجود داشته و برای پیشبرد اهداف توسعه ورزش در دانشگاه، ملزم به تأمین منابع مالی موردنیاز است. این مهم بازاریابی ورزشی و جذب حامیان مالی را به‌عنوان یکی از روش‌های مهم در تعیین منابع اقتصادی شاخص نموده است. امروزه در بسیاری از کشورها ورزش دانشجویی در وضعیت مناسبی قرار دارد و دانشگاه‌ها با ایجاد تیم‌های ورزشی و شرکت آنان در رقابت‌های مختلف، توانسته‌اند حامیان مالی بسیاری را جذب نمایند و از این طریق، بخشی از منابع مالی مورد نیاز خود را تأمین کنند. البته این موضوع به‌جز از طریق ارتقای برند دانشجویان ورزشکار و تیم‌های ورزشی دانشگاهی امکان‌پذیر نیست و بایستی بدین منظور، دانشگاه‌ها استراتژی‌های مناسبی اتخاذ نمایند. دانشگاه آزاد اسلامی تیم‌های باشگاهی خود را در رشته‌های مختلف داشته و با اعطای امتیازات خاص به دانشجویان ورزشکار، علاوه بر جذب آنان به این دانشگاه، موجبات جذب حامیان مالی را فراهم نموده و این امر کاهش وابستگی مالی تیم‌های دانشجویی به بودجه دانشگاه را به همراه داشته است. در این راستا، رسانه‌ها می‌توانند نقش مهمی ایفا کنند و با پوشش مسابقات ورزشی دانشجویان، زمینه درآمدزایی از حق پخش تلویزیونی و همچنین افزایش حضور تماشاگران در مسابقات ورزشی

دانشجویان را فراهم کنند. البته این موضوع را باید در نظر داشت که ورزش دانشجویی تنها به حوزه قهرمانی و حرفه‌ای ختم نمی‌شود بلکه باید برای توسعه حوزه‌های تربیتی و همگانی ورزش در دانشگاه‌ها نیز برنامه‌های مناسبی اتخاذ و منابع مالی آن را نیز تأمین کرد. به‌عنوان نمونه، ساخت‌وساز اماکن ورزشی جدید و تعمیر و نگهداری اماکن ورزشی موجود در دانشگاه، برگزاری دوره‌های مربیگری و داوری، برگزاری کلاس‌های آموزشی، برگزاری اردوها و مسابقات ورزشی و ... همگی فعالیت‌های مورد نیاز برای توسعه ورزش دانشجویی هستند که جملگی نیازمند مصرف منابع مالی است و در واقع با وضعیت مالی دانشگاه ارتباط تنگاتنگی دارد. از آنجا که منابع مالی بخش ورزش دانشگاه‌ها معمولاً از طریق بودجه دانشگاه تأمین می‌شود، به نظر می‌رسد که این بودجه با محدودیت فراوانی برای توسعه ورزش در دانشگاه‌ها مواجه باشد و لذا با افزایش کمک بخش خصوصی و نیز مشارکت بیشتر آنان برای سرمایه‌گذاری در ورزش دانشجویی، می‌توان این محدودیت‌ها را کاهش داد و زمینه توسعه ورزش دانشجویی را فراهم کرد. همچنین، ترویج اجاره اماکن ورزشی دانشگاه‌ها و نیز جذب مشارکت‌های اجتماعی مردم و جذب کمک‌های مالی مردمی به ورزش دانشجویی می‌تواند راهکارهای مناسبی برای مرتفع ساختن منابع مالی مورد نیاز برای توسعه ورزش دانشجویی محسوب شوند (زرگرزاده اصفهانی و همکاران).

توسعه محیط فرهنگی یکی دیگر از عواملی بود که در بخش کیفی شناسایی شد. میزان تأثیرگذاری فرهنگ بر موفقیت ورزشی و توسعه ورزش به‌اندازه‌ای است که بعضی از محققین تأثیر آن را بیشتر از شرایط ژنتیکی می‌دانند. در همین راستا، بالارد و همکاران (۲۰۱۸) نیز بیان داشتند که استفاده از رسانه‌های گروهی، سطوحی از هدایت کردن تمرینات را بر عهده دارند؛ در حقیقت استفاده و تماشای مرتب رسانه (تلویزیون - دی‌وی‌دی) واقعاً بهترین هدایت‌کننده برای تمرین است. خالدیان و همکاران (۲۰۱۳) نیز دریافتند که رسانه‌های جمعی در ارتقای آموزش و فراهم نمودن زمینه نقد و گفت‌وگو نقش مهمی دارند. اهمیت این نکته که یک ملت یا یک کشور به ورزش علاقه داشته باشند، می‌تواند تأثیر بسیار زیادی بر دستیابی به موفقیت ورزشی و توسعه آن در جامعه داشته باشد. عوامل فرهنگی می‌توانند بر زیبایی ذاتی و جنبه‌های فیزیکی ورزش در یک کشور تأثیرگذار باشند، به‌نحوی که محبوبیت و جذابیت ورزش به اهمیت و علاقه مردم و اهمیت آن در فرهنگ ملت‌ها وابسته است. بنابراین چنانچه فرهنگ یک کشور با فرهنگ ورزش کردن غنی نشده باشد، نمی‌توان انتظار داشت که برنامه‌های ورزشی سازمان‌هایی همچون دانشگاه‌ها به اهداف خود برسند. به نظر می‌رسد که ورزش‌هایی چون کشتی، وزنه‌برداری و والیبال آن هم در سطح قهرمانی و حرفه‌ای این مشکل فرهنگی را نداشته باشند اما ورزش دانشجویی به‌ویژه در حوزه همگانی و تربیتی تقریباً با مشکلی این‌چنینی دست‌وپنجه نرم می‌کند چراکه در کشور هنوز آنطور که باید ورزش و اهمیت آن برای مردم جا نیفتاده است. بنابراین ایجاد دیدگاه‌های جدید و اثربخش سازمان‌های کلیدی کشور به ترویج ورزش دانشجویی، ترویج فرهنگ

راعیات حقوق محیط‌زیست و بازاریابی سبز در ورزش دانشجویی بتوانند راهگشا باشند. در کنار تمامی عوامل مؤثر بر توسعه ورزش دانشجویی، با ارتقای موارد یاد شده در دانشگاه‌ها، احتمال افزایش شور و اشتیاق دانشجویان به مشارکت در فعالیت‌های ورزشی ارتقا می‌یابد و می‌توان شاهد حضور حداکثری دانشجویان در فعالیت‌های ورزشی بود. همان‌طور که بیان شد، تنها بهبود این موارد برای توسعه ورزش دانشجویی کافی نیستند و باید سایر عوامل نیز توسعه یابند که یکی دیگر از مهم‌ترین این عوامل را توسعه منابع انسانی ورزش دانشجویی تشکیل می‌دهد. در تمامی سازمان‌ها، منابع انسانی مهم‌ترین و حیاتی‌ترین عامل بقا و رشد سازمان و تاثیرگذارترین عامل دستیابی به اهداف سازمانی به شمار می‌روند. در ورزش دانشجویی نیز این موضوع صادق است و در صورت فقدان نیروی انسانی متخصص در ورزش دانشگاه‌ها، نمی‌توان به توسعه این حوزه از ورزش امیدوار بود. بدین منظور، بایستی اقدامات مختلفی صورت گیرد. به‌عنوان نمونه، کشف استعدادهای ورزشی در دانشگاه‌ها می‌تواند یکی از این اقدامات باشد. با کشف استعدادهای ورزشی در دانشگاه‌ها، می‌توان علاوه بر ایجاد زمینه پیشرفت ورزشی برای افراد کشف‌شده، بستر لازم برای سایر دانشجویان نیز فراهم آید تا خود را برای انجام فعالیت‌های ورزشی محک بزنند. البته باید توجه داشت که پس از کشف استعدادهای ورزشی در دانشگاه‌ها لازم است که استعدادهای ورزشی دانشجویان بیشتر پرورش داده شود و برای نگهداشت دانشجویان ورزشکار با استعداد، تمهیدات ویژه‌ای نیز اتخاذ شود. به‌عنوان مثال می‌توان با حمایت همه‌جانبه از این ورزشکاران مستعد، زمینه حضور دانشجویان ورزشکار در تیم‌های حرفه‌ای و جذب دانشجویان توانمند در باشگاه‌ها را فراهم نمود که این موضوع نیز می‌تواند عامل انگیزشی مناسبی برای مشارکت هرچه بیشتر دانشجویان در فعالیت‌های ورزشی باشد. همچنین، افزایش شرکت دانشجویان در مسابقات ورزشی درون دانشگاهی و متعاقب آن افزایش شرکت دانشجویان در مسابقات ورزشی برون دانشگاهی می‌تواند مشوق مناسبی برای دانشجویان باشد تا هرچه بیشتر در فعالیت‌های ورزشی دانشگاه مشارکت نمایند. بدون شک حضور در تیم ورزشی دانشگاه می‌تواند انگیزه مناسبی برای دانشجویان باشد تا مشارکت بیشتری در فعالیت‌های ورزشی داشته باشند. در کنار این موارد، جذب دانشجویان داوطلب ورزشی به‌ویژه در زمینه مربیگری و کمک به رفع تبعیض جنسیتی در ورزش دانشجویی نیز می‌تواند در توسعه منابع انسانی ورزشی دانشگاه‌ها مدنظر قرار گیرد. با تمام این اوصاف، به نظر می‌رسد که توسعه منابع انسانی در حوزه ورزش دانشگاهی، عامل مهمی در توسعه ورزش دانشجویی کشور باشد. درنهایت، توسعه محیط علمی ورزش دانشجویی عامل دیگری بود که به‌عنوان یکی دیگر از عوامل توسعه ورزش دانشجویی شناسایی شد. امروزه در تمام کشورهای پیشرفته دنیا، ورزش و فعالیت ورزشی بر مبنای پیشرفت‌های علمی و پژوهشی در این حوزه صورت می‌گیرد. حال با توجه به محیط دانشگاهی که خود متولی توسعه علمی کشور نیز است، بدون شک می‌توان با توسعه محیط علمی ورزش در آن‌ها، زمینه توسعه ورزش دانشجویی را فراهم

داوطلبی در ورزش دانشجویی، توجه ویژه به ایجاد فرهنگ ورزش و فعالیت بدنی در کودکان و نوجوانان، ارتقای علاقه و نگرش مثبت خانواده‌ها برای فعالیت فرزندان‌شان در سطح ورزش دانشجویی و درنهایت احساس مسئولیت در قبال رویدادهای خرد و کلان متناسب با فرهنگ و مصالح جامعه می‌تواند این مشکل را مرتفع سازد. همچنین، از بین بردن موانع فرهنگی و اجتماعی بانوان برای مشارکت در ورزش دانشجویی می‌تواند در این راه بسیار اثرگذار باشد چراکه امروزه حداقل نیمی از جمعیت ۴/۵ میلیون نفری دانشجویان کشور را بانوان تشکیل می‌دهند و با ارتقای سطح ورزش در این افراد، به‌سادگی می‌توان بخش عظیمی از مسیر را پیموده و ورزش دانشجویی را در کشور به نحو احسن توسعه بخشید. از سوی دیگر، توسعه اماکن و زیرساخت‌های ورزش دانشجویی نیز یکی دیگر از عوامل مؤثر بر توسعه ورزش دانشجویی بود که شناسایی شد. بر کسی پوشیده نیست که یکی دیگر از پایه‌های اصلی توسعه ورزش دانشجویی را توسعه امکانات و تجهیزات ورزشی دانشگاه‌ها تشکیل می‌دهد. در واقع، برای پیشرفت در هر امری، ابتدا بایستی زیرساخت‌های آن فراهم آید که یکی از اصلی‌ترین این زیرساخت‌ها را امکانات و تجهیزات تشکیل می‌دهد. امکانات و تجهیزاتی نظیر سالن‌های مجهز، استخرهای مناسب، زمین‌های ورزشی روباز، وسایل آموزشی و کمک‌آموزشی و ... برای توسعه ورزش دانشجویی نیاز است. از طرفی، علاوه بر وجود این امکانات، بایستی به تقسیم و توزیع این امکانات در کل دانشگاه‌های کشور نیز توجه داشت چراکه ممکن است بخش اعظم این امکانات در دانشگاه‌های پایتخت و مراکز استان‌ها وجود داشته باشد اما سایر دانشگاه‌های واقع در شهرستان‌ها فاقد حداقل امکانات ورزشی باشند. بدین منظور، لازم است که اولاً سرانه فضای ورزش دانشجویی در کشور توسعه یابد و ثانیاً، این سرانه فضاها و امکانات ورزشی دانشگاهی به صورت توزیع عادلانه در دانشگاه‌های کشور باشد تا بتوان جمعیت حداکثری دانشجویان را به‌سوی ورزش سوق داد. برای مرتفع ساختن مشکل یاد شده می‌توان با توسعه فرهنگ بهره‌برداری مشترک از اماکن ورزش دانشجویی، توسعه و حمایت دولتی و خصوصی از باشگاه‌ها و اماکن ورزشی دانشجویان و استفاده از ظرفیت‌های واقعی و خیرین برای باشگاه‌های ورزش دانشجویی، بخشی از این خلأ را جبران کرد.

علاوه بر عوامل یاد شده، توسعه محیط حقوقی ورزش دانشجویی، توسعه منابع انسانی ورزش دانشجویی و توسعه محیط علمی ورزش دانشجویی نیز عوامل دیگری بودند که به‌عنوان عوامل مؤثر بر توسعه ورزش دانشجویی شناسایی شدند. به نظر می‌رسد که با توسعه محیط حقوقی ورزش دانشجویی بتوان در توسعه ورزش دانشجویی کشور گام‌های مهم و تاثیرگذاری برداشت و بدین منظور، ضروری است که اقداماتی همچون انتشار اخبار اصول اخلاقی، توجه به اصل بازی جوانمردانه و ترویج آن در ورزش دانشجویی، جلوگیری از رسوخ ناهنجاری‌های اجتماعی و رفتاری ناخواسته به محیط‌های ورزشی، خودداری از زیر پا گذاشتن ارزش‌های حقوقی در ورزش دانشجویی، آشناسازی مربیان، ورزشکاران دانشجو و داوران در زمینه حقوق ورزشی و

آورد. برای این منظور، افزایش مطالعات و تحقیقات در زمینه ورزش دانشجویی و ترویج برنامه‌های علمی و پژوهشی توسعه ورزش دانشجویی می‌تواند بسیار راهگشا باشد. با انجام این قبیل تحقیقات، می‌توان به مشکلات موجود در ورزش دانشگاه‌ها پی برد و لذا، برنامه‌های مناسب غلبه بر این مشکلات را تدوین نمود. همچنین، افزایش نوآوری در حوزه تخصصی و علمی ورزش دانشجویی و بهره‌گیری از فن‌آوری‌های نو در آموزش و ترویج ورزش دانشجویی می‌تواند بسیار مثر ثمر باشد چراکه گاهی با یک نوآوری ساده مانند ایجاد مسیرهای دوچرخه‌سواری و دو در محیط دانشگاه و خوابگاه‌های دانشجویی می‌توان دانشجویان بیشتری را به فعالیت‌های ورزشی تشویق نمود. ارائه شیوه‌های مدرن و علمی تمرین

و بهبود روند آموزش و تمرین در باشگاه‌های موجود در دانشگاه نیز می‌تواند مفید باشد چراکه بسیاری از دانشجویان با تمرینات ورزشی آشنایی دارند اما شاید به صورت علمی این کار را نمی‌کنند و لذا با تمرینات علمی و آموزش بهینه ورزش و فعالیت بدنی، می‌توان دانشجویان بیشتری را به محیط ورزش جذب کرد. درنهایت، برنامه‌های تلویزیونی علمی و ورزشی در ارتباط با ورزش دانشجویی یکی دیگر از راهکارهای مناسب برای توسعه ورزش دانشجویی است چراکه با جلب حمایت رسانه‌ها به ورزش دانشجویی، می‌توان زمینه بسیاری دیگر از راهکارها همچون جذب حامیان مالی و در کل، ارتقای اهمیت ورزش دانشجویی را فراهم نمود.



References

- Khaledian, M., Mostafaei, F., Samadi, M., Kia, F. (2013). The role of mass media in the development of sport. *Communication Management in Sport Media*, 1(2), 48-55.
- azadfada, S., Droudian, A., zamani, S. (2021). The effect of marketing based on social networks on the intention of customers to buy products of sports brands with the mediating role of the brand's mental image and brand fascination. *Communication Management in Sport Media*, 8(4), 31-46. doi: 10.30473/jsm.2020.52745.1409
- Ballard, M. Gray, M. Reilly, J. and Noggle, M. (2018). Correlates of game screen time among males: Bodty, Physical activity and other media use. *Eating behaviors* 10, pp. 161-167
- Diepiribo, A. D. (2020). CHALLENGES OF THE ROLE OF MASS MEDIA ON UNIVERSITY SPORTS DEVELOPMENT AND PROMOTION IN SOUTH-SOUTH GEOPOLITICAL ZONE, NIGERIA. *Journal Of The Nigerian Academy Of Education*, 16 (2).
- Ghasemi, H., Eftekhari, O. (2017). Investigation of Affected the Academic Sport Development Dimension by Mass media (The Case Study: Iran's Payam Noor Universities). *Communication Management in Sport Media*, 4(4), 23-34
- Gulam Aafid (2017). Role of mass media in sports communication, *International Journal of Advanced Educational Research* ISSN: 2455-6157; Impact Factor: RJIF 5.12 www.educationjournal.org Volume 1; Issue 5; September 2016; Page No. 51-53
- Home, John, (2005), Sport and te Mass Media in Japan, *Sociology of Sport Journal*, Volume 22, Number 4, December, PP: 415-432, Pub: HUMAN KINETICS.
- Honeybourne, John; Hill, Michaeadl; Moors, Hellen, 2016, *Physical Education and Sport*, Stanly Thones2nd Ed.
- Kane, Mary Jo & Buysse, Jo Ann, (2015), *Intercollegiate Media Guides as Contested Terrain: A Longitudinal Analysis*, *Sociology of sport Journal*, 22, PP: 214-238, Human Kinetics, Inc.
- Kriemadis, Athansios, (2017), *Strategic Planning in Higher Education Athletic Departments*, *International Journal of Educational Management*- vol 11- No 6.
- LaGrant, B, Sergio M. Navarro, Jacob Becker, Hashim Shaikh, Irvin Sulapas, Theodore B. Shybut, (2021). Fellowship Training Is a Significant Predictor of Sports Medicine Physician Social Media Presence, *Arthroscopy, Sports Medicine, and Rehabilitation*, Volume 3, Issue 1, 2021, Pages e199-e204.
- Lee, Francis, (2005), *Spectacle and Fandom: Media Discourse in Two Soccer Events in Hong Kong*, *Sociology of Sport Journal*, Volume22, Number 2, PP: 194-213, Pub: HUMAN KINETICS.
- Llines, Montsrrat, (2019), *The Contribution to and Effect of the Media on the Olympic Games, Thirty- eight years of lectures 1961-1998*, *International Olympic Academy (IOA)*, PP: 321-322.
- Montemurro, A. Porcnik, P. Hedén, M. Otte. (2015). The influence of social media and easily accessible online information on the aesthetic plastic surgery practice: Literature review and our own experience. *Aesthetic Plast Surg*, 39 (2015), pp. 270-277
- Sayyadi, A., Heydari, S., Bozorg Omid, M. (2017). Study the Role of Quartet of Media in Promotion of Sports Students. *Communication Management in Sport Media*, 4(2), 21-29.
- Shekhawat, M., & Kansal, T. (2019). Role of media in promotion of sports. *Indian Journal of Physical Education, Sports Medicine & Exercise Science*, 19(2), 15-18
- Um, J., Han, N., Grubic, T., & Ghalib, A. (2018). Aligning product variety with supply chain and business strategy. *International Journal of Productivity and Performance Management*.
- zargarzadeh Esfahani, M., zamani, S., heidarian, E. (2022). Presenting a model of causal relationships between the amount of physical activity, the use of social networks and the individual's attitude about their body image with the moral behaviors of Islamic Azad University students. *Communication Management in Sport Media*, 9(4).