

ORIGINAL ARTICLE

Identifying Factors Influencing Media Support for Karate Talent Management Programs in Iran

Azadeh Aghili¹, Ezzatollah Shahmansouri^{*2}, Reza Sabounchi³

1. PhD. student in Sports Management, Borujard Branch, Islamic Azad University, Borujard, Iran
2. Assistant Prof of Sports Management, Arak Branch, Islamic Azad University, Arak, Iran
3. Associate Prof of Sports Management, Borujard Branch, Islamic Azad University, Borujard, Iran

Correspondence:

Ezzatollah Shahmansouri

Email:

et.shahmansoori@gmail.com

Received: 14/August/2022

Accepted: 27/January/2023

How to cite:

Aghili, A.; Shahmansouri, E; Sabounchi, R (2024)., Identifying Factors Influencing Media Support for Karate Talent Management Programs in Iran. **Communication Management in Sport Media**, 12 (1), 151-164.
DOI: 10.30473/jsm.2023.65088.1657

ABSTRACT

The purpose of this research is to identify factors influencing the promotion of media support for karate talent management programs in the country. The study is applied in terms of purpose and qualitative in approach, employing thematic analysis. Participants included sports management and sports media professors with at least two related research projects, as well as managers of the Karate Federation and provincial boards (16 individuals). Purposeful sampling was used. Data analysis was conducted through the continuous comparison method using Atlas software. The thematic analysis revealed that financial, managerial, infrastructural, attitudinal, cultural-social, sports technical, and media technical factors are key dimensions of the media support promotion model for karate talent management programs. Utilizing media capacity in talent management can leverage their educational, motivational, and informational strengths to enhance the quality of talent search programs and provide a foundation for their development.

KEY WORDS

Talent Search, Sports Media, Karate Infrastructure, Sports Talent



Extended Abstract

Introduction

The success of countries in international sports not only has social and economic impacts but also symbolizes national stability and overall capabilities. High investment in competitive and professional sports often stems from this recognition. Athletic success depends on at least three factors: 1. inherent talent, 2. favorable psychological conditions, and 3. mastery of technical skills. Many coaches and experts consider innate or congenital talent to be the most critical factor. Talent scouting is not a new concept; historically, coaches have informally evaluated individuals' physical and mental qualities for about fifty years. However, formal talent scouting programs emerged around 1970, notably in Eastern European countries such as Russia, East Germany, and Bulgaria. The outcomes of these programs were remarkable—most medalists at the 1972 Olympics, especially from East Germany, were selected scientifically. Similarly, Bulgaria's success in the 1976 Olympics in medal-winning sports had nearly 80% of its medalists identified through talent selection processes.

Methods

The current research adopts a qualitative approach, utilizing thematic analysis to code and identify effective factors. It is interpretive in nature, aiming to uncover the factors influencing media support for karate talent management programs through inductive coding of data from semi-structured interviews. The statistical population includes sports management and sports media professors with at least two related research projects, as well as the director and vice-presidents of the Karate Federation and provincial boards. Sampling was purposeful, based on feasibility. The sample size was determined by theoretical saturation, with interviews conducted until no new factors emerged—the 16th interview concluded the data collection. Interviews were held in person or by phone (due to the remoteness of some participants), lasting between 20 and 60 minutes.

Results

During the interview process and after data collection, the interviews were transcribed, categorized, and organized. Notes taken during interviews helped complete the thematic themes. Using thematic analysis, the content was further categorized and interpreted in line with the

research objectives. By thoroughly reviewing the initial interviews, all independent ideas, concepts, and key points were identified as basic themes. These basic themes were then grouped into organizational themes, which were labeled accordingly. The analysis revealed that financial, managerial, infrastructural, attitudinal, cultural-social, sports technical, and media technical factors are key dimensions of media support for karate talent management programs in the country. Leveraging media capacity in these programs can enhance their educational, motivational, and informational impact, ultimately improving the quality of talent search initiatives and their development.

Conclusion

To enhance program quality, the involvement of experts in both media and sports disciplines is essential. Forming integrated teams that include media specialists and karate experts can lead to effective content production, fostering motivation, knowledge, and enthusiasm among talents. Improving this field's potential and encouraging continued training requires a strategic, long-term approach involving human, infrastructural, financial, and media resources. Managers and officials of the Karate Federation should facilitate adequate media support for talent search programs and create a conducive environment for talent development, thereby promoting the growth and success of karate in the country.

KEYWORDS

Talent Search, Sports Media, Karate Infrastructure, Sports Talent.

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»

شناسایی عوامل مؤثر بر ارتقاء حمایت‌های رسانه از برنامه‌های مدیریت استعداد کاراته در کشور

آزاده عقیلی^۱، عزت اله شاه منصوری^{۲*}، رضا صابونچی^۳

چکیده

هدف از این تحقیق شناسایی عوامل مؤثر بر ارتقا حمایت‌های رسانه از برنامه‌های مدیریت استعداد کاراته در کشور است. روش پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر رویکرد، کیفی است و از روش تحلیل تم (مضمون) استفاده شده است. برای انجام مصاحبه نیمه ساختاریافته، مشارکت‌کنندگان پژوهش شامل اساتید مدیریت ورزشی و رسانه ورزشی که در زمینه پژوهش حاضر، پژوهش‌هایی انجام داده بودند (حداقل دو مورد) و همچنین مدیران فدراسیون کاراته و هیئت‌های استانی بودند (۱۶ نفر). روش نمونه‌گیری به صورت هدفمند انجام شد. برای تحلیل داده‌ها از روش مقایسه مداوم از طریق نرم‌افزار اطلس استفاده شد. نتایج تحلیل مضمون نشان داد که عوامل مالی، مدیریتی، زیرساخت‌ها، نگرشی، فرهنگی-اجتماعی، فنی ورزشی و فنی رسانه از ابعاد ارتقا حمایت‌های رسانه از برنامه‌های مدیریت استعداد کاراته در کشور بود. با بهره‌گیری از ظرفیت رسانه‌ها در برنامه‌های مدیریت استعداد می‌توان از ظرفیت آموزشی، انگیزشی و اطلاع‌رسانی آن‌ها در جهت ارتقاء کیفیت برنامه‌های استعدادیابی استفاده کرد و زمینه بهبود این برنامه‌ها را فراهم کرد.

۱. دانشجوی دکترای مدیریت ورزشی، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران
۲. استادیار مدیریت ورزشی، واحد اراک، دانشگاه آزاد اسلامی، اراک، ایران
۳. دانشیار مدیریت ورزشی، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران

نویسنده مسئول: عزت اله شاه منصوری
رایانامه: et.shahmansoori@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۵/۲۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۱/۰۷

استناد به این مقاله:

عقیلی، آزاده؛ شاه منصوری، عزت اله؛ صابونچی، رضا؛ (۱۴۰۳). شناسایی عوامل مؤثر بر ارتقاء حمایت‌های رسانه از برنامه‌های مدیریت استعداد کاراته در کشور. *مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی*، ۱۲ (۱)، ۱۵۱-۱۶۴.

DOI: .30473/jsm.2023.65088.1657

واژگان کلیدی:

استعدادیابی، رسانه ورزشی، زیرساخت‌های کاراته، استعداد ورزشی



مقدمه

موفقیت کشورها در میادین بین‌المللی ورزشی علاوه بر تأثیرات اجتماعی و اقتصادی، نمادی از ثبات و توانمندی‌های همه‌جانبه آن کشورها محسوب می‌شود و یکی از علل سرمایه‌گذاری بالای کشورها در ورزش قهرمانی و حرفه‌ای، از این مورد نشأت می‌گیرد. موفقیت در ورزش ناشی از حداقل سه عامل است: ۱. استعداد ذاتی مناسب، ۲. شرایط روانی مطلوب و ۳. تسلط بر مهارت‌های تکنیکی (داوودی و همکاران، ۲۰۱۴). به گفته بسیاری از مربیان و صاحب‌نظران از بین عوامل مذکور، استعداد ذاتی یا مادرزادی در اولویت و یکی از مهم‌ترین عوامل در زمینه ورزش است (کاوی، ۲۰۱۴). استعدادیابی مفهوم تازه‌ای در ورزش نیست، بنابر شواهد موجود حدود پنجاه سال است که مربیان به‌طور غیررسمی به استعدادیابی و ارزیابی وضعیت جسمانی و روانی افراد مشغولند، اما تا پیش از سال ۱۹۷۰ که کشورهای اروپای شرقی به‌ویژه روسیه، آلمان شرقی و بلغارستان برنامه استعدادیابی داشتند، در هیچ کشوری چنین برنامه‌ای وجود نداشت. نتایج حاصل از استعدادیابی در کشورهای حوزه‌ی اروپای شرقی غیرقابل‌تصور و حیرت‌انگیز بود (بصیری و همکاران، ۲۰۱۶). بیشتر افرادی که در بازی‌های المپیک ۱۹۷۲ در رشته‌های مدال‌آور مدال گرفته بودند، به‌ویژه از آلمان شرقی، به‌طور علمی انتخاب شده بودند. این موضوع در مورد بلغارستان در بازی‌های المپیک ۱۹۷۶ در رشته‌های مدال‌آور ورزشی نیز صدق می‌کرد. تقریباً ۸۰ درصد افرادی که مدال گرفته بودند، نتیجه فرایند شناسایی استعدادها بودند.

بالین‌حال استعداد منبعی ارزشمند و نادر در جامعه است و مقدار زیادی از استعدادهای انسانی ارزشمند احتمالاً در هر نسلی تلف می‌شود. این هدررفتگی، در اصل، از فقدان درک و آگاهی در مورد ماهیت استعداد و ناتوانی افراد در انگیزه دادن به خود برای رشد استعدادهایشان و عدم وجود برنامه‌های مدیریت استعداد به وجود می‌آید. استعدادها نه در خلأ بلکه در واقعیت وجود دارند، یعنی، استعدادها با زمینه‌ای فرضی مرتبط هستند و فقط در زمانی عنوان استعداد می‌یابند که از سوی خرده‌فرهنگ‌ها و جامعه گسترده‌تری که در آن وجود دارند، ارزشمند و پذیرفته شده باشند (ترانکل^۱ و همکاران، ۲۰۰۶). ازجمله زمینه‌هایی که فرایند استعدادیابی و مدیریت استعداد در آن مهم و حائز اهمیت است، صحنه ورزش و رقابت‌های ورزشی است (آرید^۲ و همکاران، ۲۰۱۹). شناسایی

استعدادها در ورزش فرایند شناسایی شرکت‌کنندگانی است که پتانسیل برتری در یک ورزش را دارند (داتسون^۴ و همکاران، ۲۰۱۹). در سال‌های اخیر برنامه‌های استعدادیابی از محبوبیت بالایی برخوردار شده است و به‌عنوان راهی بسیار دشوار برای به حداکثر رساندن پتانسیل ورزشکاران برای دستیابی به موفقیت تلقی می‌شود (رومرز^۵ و همکاران، ۲۰۱۹). بیکر^۶ و همکاران (۲۰۱۹)، در پژوهشی با عنوان مفهوم‌سازی استعداد در ورزش، به بررسی و پیشنهاد مفهوم جدیدی از استعدادیابی در ورزش پرداخته‌اند. این پژوهشگر یک مفهوم‌سازی چندوجهی از استعداد را پیشنهاد می‌دهد: ذاتی (منشأ عناصر بیولوژیکی موجود در بدو تولد)، چندبعدی (متشکل از ظرفیت‌هایی از طیف وسیعی از مقولات گسترده شناختی، جسمی و روانی)، ظهور (شامل فعل‌وانفعالات در بین عواملی که باهم ترکیب می‌شوند)، پویا (در حال تحول در طول زمان توسعه به دلیل تعامل با محیط و بیان ژن تصادفی) و همزیستی (عوامل فرهنگی و اجتماعی که ارزش نهایی استعداد فرد را تعیین می‌کنند) (بیکر و همکاران، ۲۰۱۹). استعدادیابی ورزشی از دو مرحله تشکیل شده است: مرحله اول دربرگیرنده کشف و شناسایی استعدادهای ورزشی است که در آن به غربال کردن کودکان و نوجوانان با استفاده از آزمون‌های فیزیکی، فیزیولوژیکی و مهارتی به‌منظور شناسایی افرادی که مستعد موفقیت در یک ورزش خاص هستند مبادرت می‌شود و مرحله دوم نیز شامل پرورش استعداد است که بیشتر بر روی مهارت‌های اکتسابی ورزشکار و کیفیت و کمیت آموزش‌ها و تمرین‌های مورد نیاز برای رسیدن به سطوح بالای عملکرد تأکید دارد (هنریکسن^۷ و همکاران، ۲۰۱۱). این در حالی است که پژوهش‌های زیادی در زمینه فرایندهای استعدادیابی در رشته‌های مختلف ورزشی صورت گرفته است (آرسولیک^۸ و همکاران، ۲۰۲۱؛ پریو و همکاران، ۲۰۲۱). از سویی آنچه مغفول مانده این موضوع است که فرایند استعدادیابی، خود بخشی از مدیریت استعداد است، یعنی مدیریت استعداد مفهوم گسترده‌ای در زمینه کشف، توسعه و به ثمر رساندن استعداد است و استعدادیابی بخشی از این فرایند و به‌طور واضح‌تر در بخش‌های اولیه این فرایند قرار دارد. به عقیده مک کارتنی و وُرن (۲۰۱۳) مدیریت استعداد فرایند نظام‌مند جذب، به‌کارگیری و توسعه افراد باارزش و استعداد است. کالینگر و مالچی (۲۰۰۹) فرایند مدیریت استعدادها را با شناسایی، جذب، توسعه،

4. Datson
5. Rommers
6. . Baker
7. Henriksen
8. Oršolić

1. Cavi
2. Tranckle
3. Arede

همکاری رسانه‌های گروهی صورت پذیرد. تنها در این صورت است که رسانه به عنوان یک نهاد فرهنگ گستر می‌توان نقش حساسی ایفا کند. رسانه‌ها به دلیل ماهیتی که دارند آموزش‌دهنده نیز هستند و مردم همواره از آن‌ها تأثیر می‌پذیرند. اگر وظیفه آموزشی رسانه‌ها به صورت برنامه‌ریزی هدفمند باشد، تأثیر زیادی در توسعه ورزش خواهد داشت. توسعه ورزش به تبلیغ و ترغیب نیاز دارد (کیانی و همکاران، ۲۰۲۱).

شایان توجه است، تا زمانی که نقش رسانه‌ها در رویدادهای ورزشی و محلی چندان مشخص نبود، رویدادها و برنامه‌های ورزشی نیز از توفیق چندان برخوردار نبودند. اهمیت روزافزون حضور رسانه‌ها در انتشار برنامه‌های، تا آنجا پیش رفت که در شرایط کنونی، عدم پرداختن رسانه‌ای مانند تلویزیون به یک برنامه ورزشی یا رشته‌ای خاص، عملاً به مثابه مرگ تدریجی آن رشته است. رسانه‌های جمعی مانند رادیو و تلویزیون در تغییرات اجتماعی، رشد اقتصادی و فرهنگ‌سازی ورزشی عامل مهمی تلقی می‌شوند.

به نظر می‌رسد بهره‌گیری از ظرفیت رسانه‌ها برای ترغیب و تشویق و ارتقاء آگاهی ورزشی استعداد‌های ورزشی می‌تواند زمینه بهبود فعالیت، پیگیری و انگیزه استعداد‌های ورزشی شود و والدین آن‌ها را نیز تشویق به پیگیری فعالیت‌های مدیریت استعداد نماید (کلاته سیفری و همکاران، ۲۰۲۱). متأسفانه با توجه به برنامه‌های استعدادیابی در ورزش در کشورمان، نتایج به‌دست‌آمده به‌جز چند رشته ورزشی مانند والیبال، چندان چشمگیر و مورد رضایت نبوده و می‌توان یکی از دلایل آن را حمایت رسانه‌ای دانست، به‌طور مثال در چند سال گذشته در کنار برنامه‌های مدیریت استعداد در رشته ورزشی والیبال، برنامه‌های رسانه‌های آن نیز به‌طور چشمگیری افزایش داشته و این دو عامل در کنار هم باعث موفقیت برنامه مدیریت استعداد در ورزش والیبال شده است اما رشته‌های ورزشی دیگر از این ظرفیت بهره کافی را نبرده‌اند؛ که از جمله این ورزش‌ها، ورزش کاراته است. از جمله ورزش‌های پرتعداد و با سابقه در کشور ما ورزش کاراته است که پژوهش‌های متنوعی در زمینه شناسایی افراد با استعداد صورت گرفته است (آفریان^۹ و همکاران، ۲۰۲۱؛ کرکیلجاس^{۱۰} و همکاران، ۲۰۲۰). کاراته در جهان به‌عنوان یکی از محبوب‌ترین و عمومی‌ترین ورزش‌های رزمی شناخته‌شده است (دی کوئل^{۱۱}، ۲۰۲۰).

این رشته به لحاظ مدال‌آوری در مسابقات بسیار مهمی نظیر

پاداش‌دهی و حفظ کردن افراد دارای ویژگی‌های متمایز مرتبط می‌دانند که این موضوع می‌تواند پایدار بودن موفقیت و توسعه برنامه‌های استعدادیابی و توسعه را پشتیبانی کند. یکی دیگر از تعاریف روشن برای مدیریت استعداد این است که مدیریت استعداد روندی پویا و مداوم است که به‌طور نظام‌مند شناسایی، ارزیابی و توسعه استعداد را برای نقش‌های حیاتی آینده و تداوم موفقیت و عملکرد سازمانی بهینه فراهم می‌آورد (هدیک، ۲۰۱۴). به نظر می‌رسد که چرخه کامل مدیریت استعداد می‌تواند زمینه شناخت، رشد و شکوفایی استعداد را فراهم آورد (تیوودرس^۱، ۲۰۲۲) و در این راستا به حمایت‌های سازمانی و مدیریتی (فورتین گیچارد^۲، ۲۰۲۲)، مالی (هاوی^۳ و همکاران، ۲۰۲۲)، حمایت ورزشکاران صاحب‌نام (حق‌شناس، ۲۰۲۱)، بهره‌گیری از نیروی انسانی خبره (دوی^۴، ۲۰۲۱) و حمایت رسانه‌ای (آفریان^۵ و همکاران، ۲۰۲۱) نیاز دارد. در این راستا رسانه‌ها به دلیل ماهیتی که دارند آموزش‌دهنده نیز هستند (نینگ^۶ و همکاران، ۲۰۲۱) و مردم همواره از آن‌ها تأثیر می‌پذیرند. اگر وظیفه آموزشی رسانه‌ها به‌صورت برنامه‌ریزی هدفمند باشد، تأثیر زیادی در توسعه فرهنگ ورزش و گرایش به ورزش قهرمانی خواهد داشت (جافری^۷ و همکاران، ۲۰۲۱). از طرفی توسعه ورزش به تبلیغ و ترغیب نیاز دارد و رسانه در این زمینه نیز می‌تواند ایفای نقش کند (کوکی^۸، ۲۰۲۱) و فرایند استعدادیابی را تسهیل کند. از طرفی گسترش و مشارکت در توسعه ورزش بدون ایجاد انگیزه ممکن نیست برای این منظور رسانه‌ها می‌توانند انگیزه‌های عقلانی و علاقه‌مندی‌های مخاطبان را شناسایی و آن‌ها را مورد توجه قرار دهند (کیانی و همکاران، ۲۰۲۱). از سویی دیگر امروزه ورزش و رسانه تا حدی به یکدیگر نزدیک شده‌اند که در سراسر جهان شرکت‌های تلویزیونی برای جلب هرچه بیشتر مردم، از برنامه‌های ورزشی به‌صورت مطلوب استفاده می‌کنند و مسابقات ورزشی از طریق بسیاری از شبکه‌های تلویزیونی به‌صورت زنده پخش می‌شوند. در عین حال میان نقش‌های متعددی که رسانه‌ها در توسعه ورزش دارند می‌توان به اطلاع‌رسانی، فرهنگ‌سازی و آموزش ورزش و تبلیغات وسیع اشاره کرد (آذرمی، ۲۰۱۲). اطلاع‌رسانی باید شفاف، دقیق، سریع و بر اساس برنامه‌ریزی هماهنگ بین دولت و سازمان تربیت‌بدنی و

1. Tewodros
2. Fortin-Guichard
3. Howe
4. Devi
5. Afrian
6. Ning
7. Jafri
8. Cooky

9. Afrian
10. Krkeljas
11. de Quel

با این حال استعدادیابی موضوعی است که در دنیای ورزش اهمیت ویژه‌ای داشته است و شناسایی عوامل موفقیت راه را برای رسیدن به قله افتخار هموار می‌کند. این که مشخص شود کدام ویژگی‌ها ورزشکاران معمولی را از ورزشکاران نخبه متمایز می‌سازد، کاری بس دشوار است که موضوع پرداختن به استعدادیابی را دشوار ساخته است (سیمونک^۵، ۲۰۲۱). در حقیقت لازمه موفقیت پایدار در میدانی بین‌المللی ورزش، توجه ویژه به امر پستوانه‌سازی و پرورش ورزشکاران مستعد (ژنگ و همکاران، ۲۰۱۶) و به‌کارگیری روش‌های علمی استعدادیابی ورزشی است. استعدادیابی ورزشی فرآیند کشف قابلیت‌های بالقوه ورزشکاران و تعیین انطباق این قابلیت‌ها با شاخص‌های اساسی و مؤثر در رشته‌های ورزشی مختلف است (واینز^۶، ۲۰۰۸). درواقع شناسایی به‌هنگام افراد مستعد یا همان استعدادیابی مهم‌ترین و مؤثرترین عامل موفقیت در ورزش‌های رقابتی محسوب می‌شود. انتخاب و هدایت مناسب ورزشکار یکی از مزایای استعدادیابی است که موجب صرفه‌جویی‌های زیاد در مصرف منابع خواهد شد که این منابع شامل زمان، انرژی مربی و هزینه‌های انجام‌شده‌ای است که به‌تدریج بر میزان آن افزوده می‌شود و همچنین عمر، انرژی و سرمایه‌گذاری‌های اجتماعی خود ورزشکار را در برمی‌گیرد (اشمیت^۷، ۲۰۲۱).

نوری و صادقی (۲۰۱۸) در مرور مطالعات استعدادیابی ورزشی، بیشتر پژوهش‌هایی را تعیین‌کننده می‌دانند که الگوهایی مبتنی بر ارزشیابی مهارت بعد از آموزش هستند. مطالعات دیگری همزمان با در نظر گرفتن شاخص‌های مهارتی، بر شاخص‌های حوزه‌های فیزیولوژیکی، آنتروپومتریکی، بیومکانیکی و روانی نیز تکیه دارند. گوهری و همکاران (۲۰۲۰) در جاری‌سازی استراتژی‌های فدراسیون فوتبال دریافته‌اند که فدراسیون در زمینه استعدادیابی ضعیف است و با کمبود شدید مربی و همچنین مربیان استعدادیاب مواجه است و به اهداف افزایش باشگاه‌های مشارکت‌کننده در توسعه فوتبال پایه، افزایش مربیان استعدادیاب و استعدادپرور در رده سنی فوتبال پایه و افزایش جشنواره‌ها و مسابقات پایه و غربالگری استعدادها دست یافتند. پیون^۸ و همکاران (۲۰۱۷) مدلی مبتنی بر عوامل مؤثر بر استعدادیابی ژیمناستیک زنان ارائه کردند و نشان دادند به‌کارگیری روش‌های علمی استعدادیابی و پرورش مربیان استعدادیاب موجب کاهش هزینه‌ها می‌شود. مودج^۹ (۲۰۱۱) در

بازی‌های آسیایی و المپیک (حضور آن تأییدشده است) از سهم مدال‌آوری چشمگیر در ارزیابی سازمان‌های رسمی کشور ایران برخوردار است. همچنین مسابقات و تمرینات کاراته به دو صورت کاتا (فرم) و کمیت (مبارزه) انجام می‌گیرد. کمیت شامل حرکات برخوردی روبه‌جلو، رو به عقب، این سو و آن سو رفتن و حرکات بسیار فعال است که همه این حرکات همراه با تکنیک‌های کوتاه حمله یا دفاع هستند. با این وجود کمبود یا نبود برنامه‌های مدون و الگوهای موفق سازمان‌یافته در زمینه ایجاد حمایت‌های رسانه‌ای از مدیریت استعدادها و پرورش ورزشکاران مستعد در این رشته به‌عنوان یک نیاز و شناخته می‌شود. اما موضوع مدیریت استعداد و برنامه‌های توسعه‌ای همچون ایجاد حمایت‌های توسعه‌ای برای رشته‌های ورزشی به‌ویژه رشته‌ی رزمی کاراته با رکود مواجه است که این موضوع ممکن است در ترویج، توسعه و پیشبرد این رشته ورزشی تأثیر منفی داشته باشد. در این راستا این پژوهش در نظر دارد تا به شناسایی عوامل مؤثر بر ارتقاء حمایت‌های رسانه از برنامه‌های مدیریت استعداد کاراته در جمهوری اسلامی ایران بپردازد. نتایج می‌تواند در توسعه این ورزش در بعد قهرمانی در ایران حائز اهمیت و شایان توجه باشد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

شناسایی استعدادها^۱ در ورزش فرایند شناسایی شرکت‌کنندگانی است که پتانسیل برتری در یک ورزش را دارند (داتسون^۲، ۲۰۱۹) در سال‌های اخیر برنامه‌های استعدادیابی از محبوبیت بالایی برخوردار شده است و به‌عنوان راهی بسیار دشوار برای به حداکثر رساندن پتانسیل ورزشکاران برای دستیابی به موفقیت تلقی می‌شود (رومرز^۳ و همکاران، ۲۰۱۹). بیکر^۴ و همکاران (۲۰۱۹)، در پژوهشی با عنوان مفهوم‌سازی استعداد در ورزش، به بررسی و پیشنهاد مفهوم جدیدی از استعدادیابی در ورزش پرداخته‌اند. این پژوهشگر یک مفهوم‌سازی چندوجهی از استعداد را پیشنهاد می‌دهند: ذاتی (منشأ عناصر بیولوژیکی موجود در بدو تولد)، چندبعدی (متشکل از ظرفیت‌هایی از طیف وسیعی از مقولات گسترده شناختی، جسمی و روانی)، ظهور (شامل فعل‌وانفعالات در بین عواملی که باهم ترکیب می‌شوند)، پویا (در حال تحول در طول زمان توسعه به دلیل تعامل با محیط و بیان ژن تصادفی) و همزیستی (عوامل فرهنگی و اجتماعی که ارزش نهایی استعداد فرد را تعیین می‌کنند) (بیکر، ۲۰۱۹).

5. Simonek
6. Zheng
7. Vaeyens
8. Schmidt
9. Pion
10. Mudege

1. Talent identification
2. Datson
3. Rommers
4. Baker

پژوهش خود عوامل توسعه استعدادیابی موفق فوتبال را محیط یادگیری، انگیزه و آرزوها، توسعه فردی، حمایت خانواده، عوامل فرهنگی و نقش مربی برشمرد. پوینده‌کیا و معماری (۲۰۲۰) در تحقیقی با عنوان نحوه استعدادیابی فوتبال در آلمان دریافتند که لازمه موفقیت کامل در استعدادیابی، همکاری سازمان‌هایی مانند اتحادیه فوتبال، لیگ فوتبال، باشگاه‌ها، آکادمی‌ها، مدارس فوتبال، مدارس آموزش و پرورش، مربیان، بازیکنان و حمایت دولت است. وسترمارک^۱ (۲۰۱۶) عواملی محیطی توسعه استعدادیابی در فوتبال زنان سوئد را فرهنگ جوانان و فرهنگ فوتبال در سوئد، رسانه، شهرداری، مدیریت مدارس، جامعه ورزش محلی، افزایش مربیان حرفه‌ای، برنامه‌های آموزشی فدراسیون فوتبال، سیستم آموزشی در محیط کلان و در محیط خرد، مربیان مدرسه و باشگاه، مدیران باشگاه و نیز رابطه با تیم‌ها و باشگاه‌های دیگر، مدرسه، خانواده و دوستان می‌داند. پلتولا^۲ (۲۰۱۰) در تحقیقی اشاره کرده است که استعدادیابی در چین، برای شناسایی استعدادها دارای نظامی سراسری است که با برنامه‌های آموزش و پرورش ارتباط نزدیکی دارد. همچنین مهم‌ترین عامل توسعه استعدادیابی در آلمان، مشارکت و همکاری مربیان حرفه‌ای است؛ در این کشور استعدادیابی سازمان‌دهی‌ای منظم و قوی است. به‌طوری‌که محور اصلی این برنامه‌ها، برنامه اجباری تربیت‌بدنی در مدارس، یافتن اولیه افراد مستعد ورزشی، نظام باشگاهی برای افراد مستعد در ورزش‌های جداگانه را شامل می‌شد. همچنین در انگلستان طرح سفیران ورزش و نظام پاداش‌ده به‌منزله عواملی جهت افزایش انگیزش و همکاری در استعدادیابی ورزشی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

مور^۳ و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «پیش‌بینی‌کننده استعداد روان‌شناختی در فوتبال جوانان: بررسی سیستماتیک از اهمیت پیش‌آگهی عوامل روانی، حرکتی ادراکی و شخصیتی مرتبط»، دریافتند که عوامل روان‌شناختی، ازجمله عوامل مهم در پیش‌بینی استعداد افراد در ورزش‌های مختلف است. گلدھیل^۴ و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان «عوامل روانی اجتماعی مرتبط با رشد استعدادها در فوتبال: یک بررسی منظم»، دریافتند که عوامل روان‌شناختی می‌تواند بین سطح عملکرد فوتبال در افراد، تفاوت ایجاد کند؛ یعنی افرادی که مجهز به فاکتورهای مثبت روانی باشند، در فرایند استعدادیابی، نتایج

مطلوبی از خود برجای می‌گذارند. رابرتز^۵ و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهش خود عنوان کردند که عوامل فنی و جسمی از عوامل مهم و تأثیرگذار بر شناسایی استعدادها است. کارل^۶ و همکاران (۲۰۱۶)، پژوهشی با عنوان «استفاده از یک رویکرد ارزیابی چندبعدی برای استعدادیابی در فوتبال استرالیا» انجام دادند که شامل ارزیابی‌های جسمانی، فنی و ادراکی- شناختی بود. درنهایت، آن‌ها پیشنهاد کردند که برای ارزیابی بهتر و دقیق‌تر ورزشکاران در فرایند استعدادیابی باید به ارزیابی‌های چندبعدی توجه کرد. باین‌حال مرحله جذب جزء مراحل اساسی طرح مدیریت استعداد است و دقت کافی در این مرحله می‌تواند زمینه بهبود کل طرح را میسر سازد. استیگمن و همکاران (۲۰۲۱) گرینش افراد خبره در بین استعدادها را نیازمند استفاده از استعدادیابان خبره و بهره‌گیری از بانک اطلاعاتی و استخراج استعدادها عنوان کردند. باین‌حال پژوهش‌های متعددی در زمینه فرایندهای استعدادیابی در رشته‌های مختلف ورزشی صورت گرفته است (آرسولیک^۷، ۲۰۲۰)؛

بالارد و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که استفاده از رسانه‌های جمعی، سطوحی از هدایت کردن تمرینات و ورزشکاران را بر عهده دارد. خالدیان و همکاران (۲۰۱۸) دریافتند که رسانه‌های جمعی به‌مثابه بزرگراه‌های اطلاعاتی و پل ارتباطی تأثیرگذار بر افکار عمومی نقش مهمی در فرایند اطلاع‌رسانی، گفتمان‌سازی، آموزش، مشارکت اجتماعی و فرهنگ‌سازی ورزشی در جامعه و اعتلای ورزش کشور و همچنین توسعه و فراگیر کردن آن بر عهده دارند. از طرفی کاناولیلهاس^۸ و همکاران (۲۰۲۲)، کی نوت^۹ و همکاران (۲۰۲۲)، ویلسون و همکاران (۲۰۲۲) و بروسارد (۲۰۲۱) در پژوهش‌های مختلف، از رسانه‌های ورزشی به عنوان بازوی توانمند دنیای ورزش نام می‌برند که پتانسیل بالایی در جهت اثرگذاری بر جامعه و ورزشکاران دارد.

روش‌شناسی

همان‌گونه که اشاره شد هدف اصلی این پژوهش، شناسایی عوامل مؤثر در ارتقاء حمایت‌های رسانه از برنامه‌های مدیریت استعداد کاراته در کشور بوده است. رویکرد پژوهش حاضر، کیفی است. از روش تحلیل مضمون برای کدگذاری و استخراج عوامل مؤثر استفاده می‌شود. از سوی دیگر، مطالعه حاضر در زمره پژوهش‌های تفسیرگرایانه قرار دارد، زیرا هدف اصلی آن شناسایی عوامل مؤثر در ارتقاء

5. Roberts
6. Carl
7. Oršolić
8. Canavilhas
9. Knott

1. Westermarck
2. Peltola
3. Murr
4. Gledhill

حمایت‌های رسانه از برنامه‌های مدیریت استعداد کاراته در کشور با فرایند کدگذاری استقرایی داده‌های حاصل از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته است. جامعه‌ی آماری این مطالعه را اساتید مدیریت ورزشی و رسانه ورزشی که در زمینه پژوهش حاضر، پژوهش‌هایی انجام داده باشند (حداقل دو مورد) و همچنین مدیر و معاونین فدراسیون کاراته و هیئت‌های استانی تشکیل می‌دهند. در راستای امکان‌پذیری انجام مطالعه با استفاده از روش هدفمند اقدام به نمونه‌گیری شد. تعیین حجم نمونه با استفاده از اصل اشباع نظری انجام شد و پس از انجام فرایند مصاحبه با نفر شانزدهم، دیگر عامل جدیدی شناسایی نشد و فرایند مصاحبه با نفر شانزدهم به پایان رسید.

مصاحبه به‌صورت حضوری و تلفنی (به دلیل دوری مسیر برخی از مصاحبه‌شوندگان) انجام شد و مدت‌زمان مصاحبه از ۲۰ دقیقه تا

۶۰ دقیقه متغیر بود.

روایی مصاحبه با استفاده از روش کیوسرت بر اساس نظرات ۵ نفر از خبرگان آگاه به موضوع پژوهش و پایایی آن با بهره‌گیری از شاخص کاپای کوهن بررسی شده است. پس از تحلیل داده‌های مصاحبه، همه مقولات شناسایی شده مورد تأیید خبرگان قرار گرفته و مقدار کل شاخص کاپای کوهن برابر با ۰/۷۳ حاصل شده که نشان از مطلوبیت روایی و پایایی ابزار کیفی این مطالعه دارد. میزان شاخص کاپای کوهن برای هر یک از پیشران‌ها شناسایی شده به شرح جدول ۱ است. تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه با استفاده از نرم‌افزار اتلس، تی‌آی انجام شده که درنهایت به شناسایی ۲۳ مفهوم به‌عنوان عوامل مؤثر بر ارتقاء حمایت‌های رسانه از برنامه‌های مدیریت استعداد کاراته در کشور انجامید. این مفاهیم در جدول ۲ ارائه شده‌اند.

جدول ۱. شاخص کاپای کوهن
Table 1. Cohen's kappa index

عوامل مؤثر	شاخص کاپای کوهن	عوامل مؤثر	شاخص کاپای کوهن	عوامل مؤثر	شاخص کاپای کوهن
بودجه رسانه	۰/۶۱	تهیه محیط آموزشی	۰/۶۴	قابلیت‌های ورزش کاراته...	۰/۷۶
بودجه فدراسیون کاراته	۰/۸۱	ارائه زیرساخت‌های مورد...	۰/۷۳	وضعیت مدیریت استعداد....	۰/۶۶
بودجه کمیته‌های	۰/۵۵	نگرش مدیران رسانه‌های...	۰/۶۹	تعداد ورزشکاران، مربیان...	۰/۶۱
سرمایه‌گذاری بخش ...	۰/۵۹	نگرش مدیران فدراسیون...	۰/۷۳	تعداد برنامه‌های تولیدشده...	۰/۵۸
برنامه‌ریزی از سوی	۰/۶۳	میزان استقبال و استفاده...	۰/۶۸	میزان فعالیت رسانه‌های...	۰/۶۶
بهبود ارتباط بین رسانه و ...	۰/۶۵	میزان استقبال و استفاده	۰/۶۵	میزان فعالیت رسانه‌های...	۰/۶۵
حمایت مدیران ارشد ...	۰/۵۷	فرهنگ استفاده از رسانه ...	۰/۵۵	میزان فعالیت رسانه‌های...	۰/۵۳
تأمین زیرساخت‌های	۰/۶۶	میزان استفاده از رسانه‌ها...	۰/۴۹		

یافته‌های پژوهش

جدول ۲. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه‌های پژوهش
Table 2. Demographic characteristics of research samples

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی	گروه‌ها	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۱۳	۸۱/۲
	زن	۳	۱۸/۸
سابقه شغلی	کمتر از ۱۰ سال	۱	۶/۲
	۱۰ تا ۲۰ سال	۵	۳۱/۲
	بیش از ۲۰ سال	۱۰	۶۲/۶
تحصیلات	کارشناسی	۳	۱۸/۸
	کارشناسی ارشد	۶	۳۷/۵
	دکتری	۷	۴۳/۷
	استاد دانشگاه	۷	۴۳/۷
زمینه شغلی	مدیر و معاون فدراسیون	۲	۱۲/۶
	رئیس هیئت	۷	۴۳/۷

نتایج بخش توصیفی مربوط به ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پژوهش نشان داد که اکثر نمونه‌های پژوهش، مرد (۸۱/۲ درصد) و دارای سابقه شغلی بیش از ۲۰ سال بودند (۶۲/۶ درصد). اکثر نمونه‌ها دارای تحصیلات دکتری بودند (۴۳/۷ درصد) و زمینه شغلی اکثر افراد استاد دانشگاه و رئیس هیئت بود (۴۳/۷ درصد). در این بخش، یافته‌های حاصل از کدگذاری داده‌ها با روش تحلیل مضمون ارائه می‌شود. طی رویه انجام‌گرفته در مصاحبه و پس از جمع‌آوری منظم داده‌ها، مصاحبه‌های انجام‌شده، پیاده، دسته‌بندی و سازمان‌دهی شد. در مرحله پیاده‌سازی، مضامین مصاحبه‌ها توسط یادداشت‌برداری‌های انجام‌شده در خلال جلسات مصاحبه تکمیل شد. پس از مهیا کردن محتوای مصاحبه‌ها با استفاده از روش تحلیل مضمون، داده‌ها بر اساس اهداف پژوهش مقوله‌بندی و مورد

تفسیر قرار گرفت. در این مرحله با بررسی دقیق مصاحبه‌های پیاده‌شده در ابتدا برای هر یک از متون، همه افکار مستقل مفاهیم و نکات کلیدی به‌عنوان مضمون‌های پایه شناسایی شد. بر این اساس، ابتدا از متون مصاحبه‌های انجام‌گرفته مضامین پایه استخراج‌شده و سپس مضامین سازمان‌دهی بر اساس مضامین پایه استخراج و نام‌گذاری شدند. نمونه‌ای از فرایند تحلیل داده‌های مصاحبه به شرح جدول ۳ ارائه می‌شود.

در ادامه، مضامین پایه‌ای بر اساس سطوح اثرگذاری خود بر مدیریت استعداد طبقه‌بندی شدند. نتایج حاصل از کدگذاری داده‌های مصاحبه درمجموع به ایجاد ۲۳ مضمون پایه و ۷ مضمون سازمان‌دهنده به شرح جدول ۴ ارائه می‌شود.

جدول ۳. نمونه‌ای از مضامین مستخرج از متن مصاحبه

Table 3. An example of themes extracted from the interview text

کد مصاحبه‌شونده	متن	مضامین پایه	مضامین سازمان‌دهنده
۲	از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر ارتقاء حمایت‌های رسانه از مدیریت استعداد ورزش کاراته، به نظرم وضعیت مالی رسانه‌هاست؛ مثلاً باید صداوسیما بودجه‌ای برای تولید و پخش برنامه‌های مدیریت استعداد در کاراته هزینه کند. این هزینه می‌تواند در تولید برنامه، خریداری برنامه‌های مناسب از کشورهای مطرح، ساخت مستند از فرایند استعدادیابی از کاراته و ... باشد.	بودجه رسانه	مالی
۴	بودجه رسانه‌ای فدراسیون کاراته باید مناسب باشد تا فدراسیون بتواند در حوزه رسانه، مانور بیشتری داشته باشد.	بودجه فدراسیون کاراته	
۵	رسانه ظرفیت‌های دارد که مدیران فدراسیون کاراته باید این ظرفیت‌ها را در جهت مدیریت استعداد، شناسایی نمایند و از این ظرفیت‌ها استفاده نمایند.	برنامه‌ریزی از سوی فدراسیون کاراته به‌منظور بهره‌گیری از ظرفیت‌های رسانه	مدیریتی
۱۱	بین رسانه که می‌توان از رسانه‌های دیداری و نوشتاری مجازی نام برد و فدراسیون باید قراردادهای همکاری منعقد شود.	بهبود ارتباط بین رسانه و فدراسیون با عقد قراردادهای همکاری	

جدول ۴. مضامین سازمان‌دهنده بر پایه مضامین پایه

Table 4. organizing themes based on basic themes

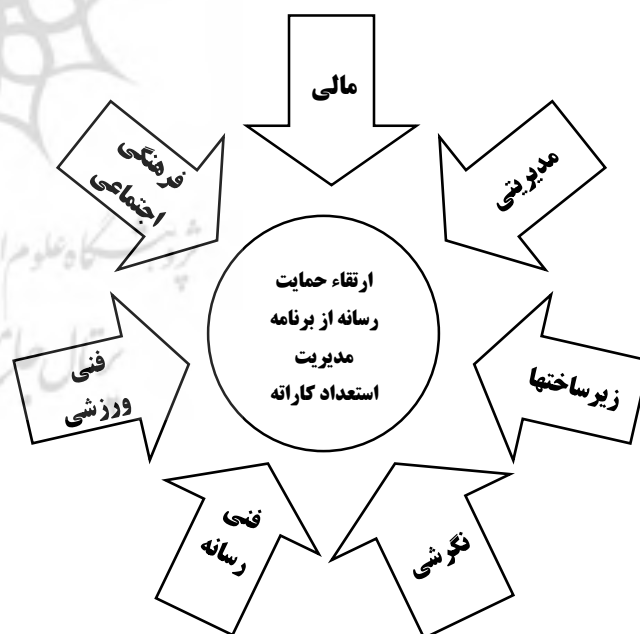
مضامین سازمان‌دهنده	مضامین پایه
مالی	بودجه رسانه
	بودجه فدراسیون کاراته
	بودجه کمیته‌های استعدادیابی
مدیریتی	سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در استعدادیابی
	برنامه‌ریزی از سوی فدراسیون کاراته به‌منظور بهره‌گیری از ظرفیت‌های رسانه
	بهبود ارتباط بین رسانه و فدراسیون با عقد قراردادهای همکاری
زیرساخت‌ها	حمایت مدیران ارشد رسانه و فدراسیون از رسانه‌ها برای مدیریت استعداد کاراته
	تأمین زیرساخت‌های رسانه‌ای موردنیاز مدیریت استعداد در کاراته
	تهیه محیط آموزشی استاندارد برای کاراته
نگرشی	ارائه کمک و مشاوره در جهت تجهیز فدراسیون به زیرساخت‌های رسانه‌ای
	نگرش مدیران رسانه‌های ورزشی بر اهمیت استعدادیابی در ورزش کاراته

مضامین پایه	مضامین سازمان- دهنده
نگرش مدیران فدراسیون کاراته بر اهمیت نقش رسانه‌ها در مدیریت استعداد	
میزان استقبال و استفاده ورزشکاران و مربیان کاراته از رسانه‌ها	
میزان استقبال و استفاده مدیران ورزش کاراته از رسانه	فرهنگی اجتماعی
فرهنگ استفاده از رسانه در آموزش دادن و آموزش دیدن	
میزان استفاده از رسانه‌ها از سوی گروه‌های اجتماعی مختلف	
قابلیت‌های ورزش کاراته برای بهره‌گیری از رسانه	
وضعیت مدیریت استعداد در فدراسیون کاراته	فنی ورزشی
تعداد ورزشکاران، مربیان و مدیران درگیر در مدیریت استعداد در کاراته	
تعداد برنامه‌های تولیدشده در رسانه‌ها در زمینه مدیریت استعداد ورزش کاراته	
میزان فعالیت رسانه‌های نوشتاری در مدیریت استعداد ورزش کاراته	فنی رسانه
میزان فعالیت رسانه‌های دیداری و شنیداری در مدیریت استعداد ورزش کاراته	
میزان فعالیت رسانه‌های مجازی در مدیریت استعداد ورزش کاراته	

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از این پژوهش، شناسایی عوامل مؤثر بر ارتقاء حمایت‌های رسانه از برنامه‌های مدیریت استعداد کاراته در کشور بود. نتایج پژوهش نشان داد که عوامل مالی، مدیریتی، زیرساخت‌ها، نگرشی، فرهنگی-اجتماعی، فنی ورزشی و فنی رسانه از ابعاد مؤثر بر ارتقاء حمایت‌های رسانه از برنامه‌های مدیریت استعداد کاراته در کشور بود. در زمینه عوامل مالی باید گفت که تدوین برنامه‌های رسانه‌ای نیازمند بهره‌گیری از منابع مالی مناسب در زمینه تدوین، طراحی و اجرای برنامه‌های رسانه‌ای است و همچنین بهره‌گیری از افراد متخصص در زمینه تهیه برنامه‌های رسانه‌ای نیازمند منابع مالی است. در این راستا برون^۱ و همکاران (۲۰۲۲) دسترسی به منابع مالی را ازجمله ابعاد موفقیت برنامه‌های رسانه‌ای ورزشی معرفی نمودند. در این راستا بهره‌گیری از تبلیغات در تهیه برنامه‌های رسانه‌ای می‌تواند ازجمله راهکارهای تأمین مالی در این زمینه باشد. از طرفی فدراسیون کاراته باید بخشی از منابع مالی خود را به فعالیت‌های رسانه‌ای اختصاص دهد زیرا این برنامه‌ها می‌توانند زمینه جذب افراد بیشتر و افراد مستعد را به این رشته فراهم کند. در زمینه عوامل مدیریتی، برنامه‌ریزی از سوی فدراسیون کاراته به‌منظور بهره‌گیری از ظرفیت‌های رسانه، بهبود ارتباط بین رسانه و فدراسیون با عقد قراردادهای همکاری و حمایت مدیران ارشد رسانه و فدراسیون از رسانه‌ها برای مدیریت استعداد کاراته می‌تواند زمینه حمایت‌های رسانه‌ای را از برنامه‌های مدیریت استعداد کاراته در کشور به همراه داشته باشد. برنامه‌های رسانه‌ای می‌تواند زمینه مشارکت افراد مختلف را در برنامه‌های آموزشی، گردهمایی‌ها و

پس از مقوله‌بندی داده‌های حاصل از مصاحبه نیاز است تا شبکه مضامین بر مبنای مضامین پایه، مضامین سازمان‌دهنده و مفهوم محوری مطالعه که ارتقاء حمایت‌های رسانه از برنامه‌های مدیریت استعداد کاراته در کشور است، شبکه‌بندی شود. نتیجه حاصل از شبکه‌سازی مضامین شناسایی‌شده در این مطالعه به شرح شکل ۱ است.



شکل ۱. شبکه‌سازی مضامین: ارتقاء حمایت‌های رسانه از برنامه‌های مدیریت استعداد کاراته در کشور

Figure 1. Networking themes: promoting media support for karate talent management programs in the country

نگرش و برنامه‌ها هستند. این در حالی است که تمایل و نگرش عمومی اعضای سازمان این است که با پذیرش وضعیت موجود، در برابر تغییراتی که موجب برهم زدن این وضعیت باشد، از خود مقاومت نشان دهند. وضعیت موجود، وضعیت آشنایی است که مدیران مدت‌ها بدان خو گرفته‌اند و تغییر در این شرایط آشنا موجب ترس و نگرانی از ابهاماتی است که اغلب پیامدهای تغییر نگرش است؛ بنابراین قبل از ایجاد تغییر نگرش باید زمینه‌های مساعد آن فراهم شود و مزایای تغییر، کاملاً توجیه‌شده و تغییرات با مشارکت همه اعضای مدیریتی و با جلب‌توجه آنان انجام شود زیرا در غیر این صورت، ممکن است افراد در اثر فشار، از تغییرات جدید استقبال نمایند ولی باطناً با آن به مبارزه برمی‌خیزند. باین‌حال فعالیت‌های رسانه‌ای به‌عنوان فعالیت‌های مفید و اثربخش در جهت توسعه برنامه‌های سازمانی و حتی سازمان‌های ورزشی شناخته می‌شوند و می‌توانند زمینه بهبود برنامه‌های سازمان و دستیابی به اهداف را فراهم آورند؛ از طرفی وانگ^۴ و همکاران (۲۰۲۱) و کورت^۵ (۲۰۲۰) معتقدند ارائه مشاوره‌های تخصصی به مدیران در جهت حرکت به سمت برنامه‌های رسانه‌ای می‌تواند زمینه بهبود نگرش مدیران در این زمینه را پدید آورد.

در زمینه فرهنگی- اجتماعی، میزان استقبال و استفاده عموم مردم از رسانه‌ها، میزان استقبال و استفاده ورزشکاران، مربیان و مدیران ورزش کاراته از رسانه، فرهنگ استفاده از رسانه در آموزش دادن و آموزش دیدن و میزان استفاده از رسانه‌ها از سوی گروه‌های اجتماعی مختلف ازجمله عواملی است که باید موردتوجه قرار گیرد. در این راستا لی و همکاران (۲۰۱۹) گزارش کردند که انگیزه استفاده از رسانه‌ها در کشور چین در کاربران صفحات وبی و سازمان‌های ورزشی، دریافت اطلاعات، سرگرمی و دانش فنی است. لذت مبتنی بر محتوا به پیام‌هایی که توسط رسانه منتقل می‌شود؛ به‌عنوان مثال (اطلاعات و سرگرمی) اشاره می‌کند که ممکن است با تقاضاهای کاربران و عموم مطابقت داشته باشد؛ به‌عبارت دیگر، کاربران ممکن است از وبسایت‌های خاصی انگیزه بگیرند و این محتوا می‌تواند برای دستیابی به اهداف استراتژیک مورد استفاده قرار گیرد (استافورد، ۲۰۰۴). باین‌حال نظریه استفاده و لذت یک نظریه معمول است؛ برای توضیح این‌که چگونه نیازهای اجتماعی و روان‌شناختی مصرف‌کنندگان رسانه‌ها با انتخاب فعالانه کانال‌های رسانه‌ای و اطلاعات برآورده می‌شود. محققان از این نظریه برای بررسی نیازهای روان‌شناختی کاربران در استفاده از

المپیادهای ورزشی در شهرهای مختلف به همراه داشته باشد و این باعث دسترسی مدیران استعدادیابی به جامعه زیادی از افراد می‌شود که می‌توان از بین آن‌ها استعدادهای این رشته ورزشی را انتخاب و برنامه‌های مدیریت استعداد را به شکل مطلوب اجرا کرد. لذا تشویق مدیران برای برنامه‌ریزی در جهت بهره‌گیری از ظرفیت‌های رسانه‌ها می‌تواند زمینه ارتقاء کیفیت برنامه‌های استعدادیابی را فراهم و میزان موفقیت برنامه‌های مدیریت استعداد را ارتقاء دهد و بنابراین لازم است مدیران فدراسیون، هیئت‌های استانی فعال و مدیران باشگاه‌های ورزشی، تعاملات رسانه‌ای خویش را ارتقاء دهند و بخشی از منابع خود را به استفاده از ظرفیت‌های رسانه‌ای برای جذب، علاقه‌مندسازی و افزایش انگیزه ورزشکاران مستعد این رشته اختصاص دهند. در این راستا ویلسون^۱ و همکاران (۲۰۲۲)، بیکرو^۲ و همکاران (۲۰۲۲) و سالیانو^۳ و همکاران (۲۰۲۲) بیان می‌دارند که برنامه‌های رسانه جذاب و مهیج می‌تواند بر نگرش و انگیزه ورزشکاران نونهال و نوجوان رشته‌های ورزشی اثرگذار باشد و زمینه فعالیت بیشتر آنان را فراهم آورد. از این رو ضرورت دارد مدیران فعال در این رشته از ظرفیت‌های رسانه آگاه شوند و برنامه‌ریزی راهبردی در جهت بهره‌گیری از آن را تدارک ببینند.

در زمینه زیرساخت‌ها نیز می‌توان اظهار کرد که توسعه زیرساخت‌های رسانه‌ای ازجمله مهم‌ترین عواملی است که باید موردتوجه مدیران ورزشی در جهت توسعه فعالیت‌های رسانه‌ای قرار گیرد زیرا توسعه روزافزون کیفیت برنامه‌های رسانه‌ای و تجهیزات آن از یک‌سو و افزایش انتظارات کاربران از سوی دیگر لزوم ارائه برنامه‌های رسانه‌ای باکیفیت بالا را تبیین می‌کند. در این راستا بهره‌گیری از قابلیت‌ها و مشاوره‌های مراکز تولید رسانه لازم به نظر می‌رسد. از طرفی فدراسیون کاراته باید محیطی را برای فعالیت‌های رسانه‌ای و تولید محتوا در این زمینه تدارک ببیند؛ زیرا فعالیت در حوزه رسانه نیازمند مکانی تخصصی باقابلیت‌های محیطی مناسب است و می‌بایست در این زمینه برنامه‌ریزی مناسب انجام شود.

در زمینه عوامل نگرشی می‌توان گفت که نگرش مدیران رسانه‌های ورزشی بر اهمیت استعدادیابی در ورزش کاراته و نگرش مدیران فدراسیون کاراته بر اهمیت نقش رسانه‌ها در مدیریت استعداد از مهم‌ترین ابعاد نگرشی در این حوزه است. سازمان‌های ورزشی امروزی در محیطی مملو از تنش‌ها و تغییرات مداوم زندگی می‌کنند و برای بقا و استمرار فعالیت خویش ناگزیر از پذیرش تغییر

بستری مناسب و در دسترس همگان در جهت پیشبرد عملکردها و افزایش دانش و آگاهی استفاده کرد. با این حال بهره‌گیری از افراد متخصص جهت بالا بردن کیفیت برنامه‌ها چه از جهت کیفیت رسانه‌ای و چه از جهت کیفیت فنی و ورزشی باید مدنظر قرار گیرد. در عین حال تلفیق یا ایجاد گروهی که در آن هم افراد متخصص رسانه‌ای وجود داشته باشد و هم افراد متخصص ورزش کاراته حضور داشته باشند، می‌تواند یک تیم کاری اثربخش در زمینه تولید و ارائه محتوا در زمینه ورزش کاراته فراهم کند تا با ارائه برنامه‌های مفید انگیزه و دانش و اشتیاق استعدادهای بالقوه این رشته را ارتقاء داده و باعث ترغیب آن‌ها جهت ادامه تمرینات و فعالیت‌های مرتبط با این رشته ورزشی شوند. با این حال فرایند استعدادیابی و مدیریت استعداد، فرایندی بلندمدت و گسترده است که نیازمند برنامه‌ای راهبردی و کارآمد است که هم به منابع انسانی، امکاناتی و مالی شایسته نیاز دارد و هم به حمایت رسانه‌ای برای بخش‌های مختلف آن؛ در این راستا لازم است مدیران و مسئولین فدراسیون کاراته با برنامه‌ریزی مناسب در جهت فراهم‌سازی حمایت‌های رسانه‌ای مطلوب از برنامه‌های استعدادیابی و ایجاد محیط مساعد برای پرورش و شکوفایی استعداد، زمینه رشد بیش‌ازپیش این رشته ورزشی را در کشور فراهم آورند.

رسانه‌های اجتماعی و همچنین انگیزه کاربران برای شرکت در برخی رفتارهای رسانه‌ای برای خشنود و برطرف کردن درخواستهای ذاتی خود و همچنین برای درک رفتارهای کاربران در هنگام استفاده از رسانه‌ها استفاده می‌کنند (واله، ۲۰۱۸). بر اساس نتایج این مطالعه مدیران و مسئولین فدراسیون کاراته و باشگاه‌هایی که در زمینه استعدادیابی فعالیت می‌کنند می‌بایست با آگاهی از نیازها، انگیزه‌ها و دلایل دنبال‌کنندگان برنامه‌های رسانه‌ای، اقدام به تولید محتوای متناسب نموده تا موجبات برآورده شدن نیازهای دنبال‌کنندگان شده و درک لذت و تجربه بیشتری را برای آنان فراهم کرده و رضایتمندی آنان را کسب نمایند.

بر اساس نتایج به‌دست‌آمده، عوامل فنی ورزشی و فنی رسانه نیز از جمله ابعاد ارتقاء حمایت‌های رسانه از برنامه‌های مدیریت استعداد کاراته در کشور است. در تبیین این یافته می‌توان اظهار کرد که بر اساس نظریه درگیری پایین از کروگمان، پیام‌ها می‌توانند نوعی یادگیری سطح پایین و پنهان را ایجاد کنند و این یادگیری نمی‌تواند اثری داشته باشد، مگر اینکه شخص مجبور به عمل باشد. بر این اساس برنامه‌های رسانه‌ای مرتبط با ورزش کاراته می‌توانند با ارائه مطالب مفید و کاربردی و همچنین موردعلاقه جامعه هدف، زمینه دنبال کردن دنبال کردن برنامه‌ها را توسط کاربران فراهم کند. پس می‌توان از تأثیرگذاری و محبوبیت رسانه‌ها به‌عنوان

Reference

- Afriani, H., Daniyantara, D., & Dinata, K. (2021, June). Identification of Sports Talent (Using Sport Search) in Students of State Middle School. In *2nd Progress in Social Science, Humanities and Education Research Symposium (PSSHRS 2020)* (pp. 178-182). Atlantis Press.
- Arede, J.; Esteves, P.; Ferreira, A.P.; Sampaio, J.; and Leite, N. (2019). Jump higher, run faster: effects of diversified sport participation on talent identification and selection in youth basketball. *Journal of Sports Sciences*, 37(19), 2220-2227
- Baker, J.; Wattie, N.; and Schorer, J. (2019). A proposed conceptualization of talent in sport: The first step in a long and winding road. *Psychology of Sport and Exercise*, 43, 27-33
- Bekurov, R. V., Lingzhi, L., & Maryna, L. P. (2022). Media strategies of professional football clubs. *Theory and Practice of Physical Culture*, (5), 45-48.
- Brown, G. K. (2022). The Future of Media, Social Media, and Sports Media. *digitalcommons.calpoly.edu*
- Carl, T. Woods, C. T. Raynor, A. J. Bruce, L. McDonald, M. & Robertson, S. (2016). The application of a multi-dimensional assessment approach to talent identification in Australian football. *Journal of Sports Sciences*, 34(14), 1340-5.
- Cavi, J. 2014 .The Sport Psychologists' Handbook: A Guide for sport-specific performance enhancement.
- Cooky, C., Council, L. D., Mears, M. A., & Messner, M. A. (2021). One and done: The long eclipse of women's televised sports, 1989–2019. *Communication & Sport*, 9(3), 347-371.
- Corte, M. A. B. (2020). How social media usage by managers affects corporate value: the case of Elon Musk (Doctoral dissertation).
- Datson, N.; Drust, B.; Weston, M.; and Gregson, W. (2019). Repeated highspeed running in elite female soccer players during international competition. *Science and Medicine in Football*, 3(2), 150-156.
- De Quel, Ó. M., Ara, I., Izquierdo, M., & Ayán, C. (2020). Does physical fitness predict future karate success? A study in young female karatekas. *International journal of sports physiology and performance*, 15(6), 868-873.
- Devi, P. (2021). Opportunities and Challenges for the Development of Youth Talent: A Repercussion. Pallabi Devi, Opportunities and Challenges for the Development of Youth Talent: A Repercussion, *International Journal of Management*, 11(12), 2020.
- Fortin-Guichard, D., Blaauw, E., van der Rijst, R., Tweedy, S., Mann, D., & Woods, M. (2022). The role of classification in talent identification and development in Para sports. In *Talent Development in Paralympic Sport: Researcher and practitioner perspectives* (pp. 69-85). Routledge.
- Gledhill, A. Harwood, C. & Forsdyke, D. (2017). Psychosocial factors associated with talent development in football: A systematic review. *Psychology of Sport and Exercise*, 31, 93–112.
- Hagshanas, N., Hami, M., Shujaei, V., Sanai, M. (2021). Identifying factors affecting talent development in Iranian volleyball (qualitative approach). *The quarterly system of the Center for Strategic Studies of the Ministry of Sports and Youth*, 25(53): 211-230. (persian)
- Henriksen, K. Stambulova, N. & Roessler, K. K. (2011). Riding the wave of an expert: A successful talent development environment in Kayaking. *The Sport Psychologist*, 25 (1), 341-62.
- Jafri, F., & Yahya, A. H. (2021). An overview of crisis management, decision-making, and sports media concept. *E-Journal of Media and Society (e-JOMS)*, 6, 1-12.
- Kalate Sifri, M., Mohammadi, M. (2021). The effect of the 90% mixed marketing program of Iran's premier football league. *Scientific Quarterly Journal of Communication Management in Sports Media*, 9(1), 31-46. (Persian)
- Kiani, M. S., & Rezvandi, A. (2021). Examining the relationship between the media and the mass communication in the prosperity of national and international sports

- events. *Journal of Humanities Insights*, 5(03), 19-24.
- Krkelj, Z., & Kovac, D. (2021). Relationship between functional movement screen, athletic and karate performance in adolescents. *Human Movement*, 22(1).
- Lewis, R. E., & Heckman, R. J. (2006). Talent management: A critical review. *Human Resource Management Review*, (16), 130-54.
- Li, C., Wang, C. J., & Pyun, D. Y. (2014). "Talent Development Environmental Factors in Sport: A Review and Taxonomic Classification." *Quest* 66(4):433-47. ✓
- Li, C., Wang, C. K. J., & Pyun, D. Y. (2017). "Impacts of Talent Development Environments on Athlete Burnout: A Self-Determination Perspective." *Journal of Sports Sciences* 35(18):1838-45.
- Li, C., Wang, C. K. J., Pyun, D. Y., & Martindale, R. (2015). "Further Development of the Talent Development Environment Questionnaire for Sport." *Journal of Sports Sciences* 33(17):1831-1843.
- Murr, D. Feichtinger, P. Larkin, P. O'Connor, D. & Höner, O. (2018). Psychological talent predictors in youth soccer: A systematic review of the prognostic relevance of psychomotor, perceptual-cognitive and personality-related factors. *PLOS ONE*, 13(10), 1-24.
- Mutz, M., Müller, J., & Reimers, A. K. (2021). Use of digital media for home-based sports activities during the COVID-19 pandemic: results from the German SPOVID survey. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(9), 4409.
- Ning, C., & Kim, I. J. (2021). Analysis on the Status Quo of Dalian University Students' Contact with Sports Media. *Journal of Human Movement Science*, 2(2), 1-5.
- Oršolić, M., Barbaros, P., & Novak, D. (2021). Talent in Sports Is Never Enough: A Preliminary Qualitative Data Analysis. *Collegium antropologicum*, 45(1), 45-53.
- Roberts, A. H. Greenwood, D. A. Stanley, M. Humberstone, C. Iredale, F. & Raynor, A. (2019). Coach knowledge in talent identification: A systematic review and meta-synthesis. *Journal of Science and Medicine in Sport*, 22(10): 1163-1172.
- Rommers, N.; Mostaert, M.; Goossens, L.; Vaeyens, R.; Witvrouw, E.; Lenoir, M.; and D'Hondt, E. (2019). Age and maturity related differences in motor coordination among male elite youth soccer players. *Journal of Sports Sciences*, 37(2), 196-203.
- Salino, M. P. M., Malabarbas, G. T., & Acoba, E. M. (2022). Assessing the Sports Program and Performance of Athletes in Selected Public High Schools. *American Journal of Multidisciplinary Research and Innovation*, 1(3), 89-97.
- Shabani, A., Saleh Nia, B. (2018). Studying educational and public sports in universities using the SWAT analysis method with the approach of publishing findings and presenting application (case study of Islamic Azad University). *Scientific Quarterly Journal of Communication Management in Sports Media*, 6(4), 87-98. (Persian)
- Tranckle, p., & cushion, C. J. (2006). Rethinking Giftedness and Talent in Sport. *National Association for Kinesiology and Physical Education in Higher Education*, 58(2), 265-282.
- Vlahovich N, Fricker PA, Brown MA, Hughes D. (2017). Ethics of genetic testing and research in sport: A position statement from the Australian Institute of Sport. *British Journal of Sports Medicine*, 51:5-11.
- Wang, X., Holbrook, A. L., & Feeney, M. (2022). The Role of Department Type in Public Managers' Attitudes toward Social Media Use. *The American Review of Public Administration*, 52(6), 457-471.
- Wilson, R., Ferreri, N., & Mayhorn, C. B. (2022). Game On: Using Virtual Reality to Explore the User-Experience in Sports Media. In *Handbook of Usability and User Experience* (pp. 157-170). CRC Press.