

Identification and analysis of factors affecting the success of sports reporter

Afshin Talebi¹ , Sirous Ahmadi² , Majid Solimani³ , Gholamreza Khaksari⁴ 

1. PhD student sport management, Hamedan Branch, Islamic Azad University, Hamedan, Iran. E-mail: Talebi_A@yahoo.com
2. Assistant Professor, Department of Sports Management, Hamedan Branch, Islamic Azad University, Hamedan, Iran. E-mail: Sirous.ahmadi54@iauh.ac.ir
3. Associate Professor Department of Physical Education, Malayer Branch, Islamic Azad University, Malayer, Iran. E-mail: Solimani_M@ut.ac.ir
4. Department of Physical Education, Hamedan Branch, Islamic Azad University, Hamedan, Iran. E-mail: Khaksari_Gh@yahoo.com

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received:

.....18 March 2022

Received in revised form:

.....10 June 2022

Accepted:

.....16 June 2022

Published online:

.....25 June 2022

Keywords:

sports interview,
sports reporting,
sports reporter,
Media literacy.

ABSTRACT

Introduction: The purpose of this research was to identify and analyze the factors affecting the success of sports reporters.

Methods: Qualitative research with a systematic exploratory approach was chosen. The statistical population of the research includes professors of sports management and the field of media with at least two researches in the field of the research topic, prominent sports journalists with at least 10 years of experience and more than a bachelor's degree, and managers in charge of publications, radio and television programs with management experience of more than 5 years and education was more than bachelor's degree. The approximate number of the statistical population was 44 people. The statistical sample was selected based on reaching theoretical saturation (18 people). The research tool included a systematic library study and exploratory (semi-structured) interview. The validity of the tool was evaluated and confirmed based on the validity of the sample, expert opinion, and agreement between the correctors. In order to analyze the findings, a multi-stage conceptual coding method with a systemic analysis approach was used. Based on the extracted conceptual framework, 4 subcategories and 30 open codes were obtained.

Results The results of selective coding indicated that journalists who possess technical factors such as the use of technology, content production, media communications, technological literacy, and media literacy; individual factors such as personal traits, job-related personal characteristics, personality traits, self-awareness, and personal growth; and social factors such as social influences, social interactions, and social responsibility are more successful in the field of sports journalism compared to their peers.

Conclusion: The results of the present research can provide the basis for the development of specialized journalism in sports and the orientation of sports science specialists in this field.

Cite this article: Talebi, A. Ahmadi, S. Solimani, M. & Khaksari, Gh. (2022). Identification and analysis of factors affecting the success of sports reporter. *Sport Management Journal*, 56 (1), 1-20. DOI: <http://doi.org/0000000000000000>



© The Author(s).

Publisher: University of Tehran, Faculty of Sport Sciences and Health.

Extended Abstract

Introduction

For a long time, the term press included the four main mass communication media, i.e. newspaper, magazine, radio and television. The press can be divided into categories such as political, economic or sports in terms of subject matter, and in terms of geographical coverage, it can be divided into international, national, regional and local. Among mass media, the press is of particular importance as an influencing factor on society's culture; because they are more durable and on the other hand, it is possible for people to access them again in a relatively long time. Even the installation of some pictures of athletes by teenagers and young people in their rooms is a proof of this. Today, the sports press has such amazing power that they can produce special features full of photos, news, commentary and analysis in the best possible quality and make them available to millions of readers, just a few hours after the closing ceremony of an international sports event. This demonstration of power is due to numerous and efficient factors that can be seen in a wide range of reporters, photographers, journalists, news agencies, information technology, distribution network and other factors involved.

Methods

The research method was a qualitative study with a systematic exploratory approach and a thematic approach (Glaser et al., 2011). The statistical population of the research includes professors of sports management and the field of media with at least two researches in the field of the research topic, prominent sports journalists with at least 10 years of experience and more than bachelor's education, and managers in charge of publications, radio and television programs with management experience of more than 5 years. And the education was more than a bachelor's degree. The approximate number of the statistical population was 44 people. The statistical sample was selected

Conclusion

At the same time, success in any job position requires that a person knows how to do his job optimally, and achieving this is not possible unless he is aware of the different dimensions of the job and the characteristics and competencies that a person should possess. Be them as mentioned, in order to succeed in any profession or occupation, a suitable and competent person who is properly selected for that position must know his work well. Job analysis helps to discover what the desired job is, its shaping elements, and the requirements, characteristics, and competencies required for each job. In the field of sports journalism, a complete understanding of the job and the examination of its dimensions and strategies for the development of capabilities can provide the basis for the development of this field in our country. Therefore, paying special attention to sports journalists and laying the groundwork for improving their skills can provide the basis for improving the media environment and people's tendency to consume domestic media. Therefore, the formation of the specialized field of sports journalists in the Ministry of Sports and Youth and sports federations, the development of the interaction between clubs and journalists, as well as the attention of sports organizations to the development of journalistic

based on reaching theoretical saturation (18 people). The research tools included systematic library study and exploratory (semi-structured) interview. The extraction of components was done by examining the basics and background through the study of documents, books and articles including domestic and foreign sources. Interviews were used to complete and adapt the factors and relationships identified in the library study. The interviews were conducted based on the pre-designed analytical framework. Before each interview, the previous interviews were analyzed and used as the basis for the new interview. The validity of the instrument was controlled and evaluated using the qualitative methods mentioned above.

Results

The research findings include the coding framework of components and the conceptual model derived from it. Initially, after analyzing the conducted interviews, 196 initial codes were extracted. However, through further review, duplicate, parallel, and less frequent codes, as well as those with limited theoretical support, were removed based on the opinions of the research team experts. As a result, the extracted conceptual framework consisted of 3 core codes, 13 subcategories, and 73 open codes. The coding results are presented in Table 3. The results of selective coding revealed that journalists who possess technical factors such as the use of technology, content production, media communications, technological literacy, and media literacy; individual factors such as personal traits, job-related personal characteristics, personality traits, self-awareness, and personal growth; and social factors such as social influences, social interactions, and social responsibility are more successful in the field of sports journalism compared to their colleagues.

capacities and enhancing the capabilities of journalists can create the field of skill development of journalists. At the same time, the efforts of universities to hold specialized courses and also create student press can be very important. It is hoped that the results of the present research will provide the basis for the development of specialized journalism in sports and the orientation of sports science specialists in this field.

Ethical Considerations

Compliance with Research Ethical Guidelines

This article has been done considering all ethical principles.

Funding

This article is taken from the doctoral dissertation of the first person.

Authors' Contributions

All authors have participated in designing, implementing and writing all parts of the present study.

Conflicts of interest

The authors declared no conflict of interest.

Acknowledgement

This article is extracted from the doctoral dissertation with the guidance and advice of the author's professors. We would like to thank everyone who helped us with this study.



مدیریت ورزشی



IB Press

مقدمه

مدت‌ها اصطلاح مطبوعات، چهار رسانه اصلی ارتباط جمعی یعنی روزنامه، مجله، رادیو و تلویزیون را در برمی‌گرفت. مطبوعات را می‌توان از نظر موضوعی به مقولاتی چون سیاسی، اقتصادی یا ورزشی و از نظر پوشش جغرافیایی به بین‌المللی، ملی، منطقه‌ای و محلی تقسیم کرد. در بین رسانه‌های گروهی مطبوعات به‌عنوان عامل اثرگذار بر فرهنگ جامعه از اهمیت خاصی برخوردارند؛ زیرا ماندگارترند و از طرفی امکان دسترسی مجدد به آن‌ها در مدت‌های نسبتاً طولانی برای افراد وجود دارد. حتی نصب برخی از تصاویر ورزشکاران توسط نوجوانان و جوانان در اتاق‌های خود گواهی بر این مطلب است (صدری و همکاران، ۲۰۲۲).

امروزه مطبوعات ورزشی از چنان قدرت شگفت‌انگیزی برخوردارند که می‌توانند به فاصله فقط چند ساعت از مراسم اختتامیه یک رویداد بین‌المللی ورزشی، ویژه‌نامه‌هایی مملو از عکس، خبر، تفسیر و تحلیل در بهترین کیفیت ممکن تولید کنند و در دسترس میلیون‌ها خواننده قرار دهند. این قدرت‌نمایی مدیون عوامل متعدد و کارآمدی است که در طیف وسیع آن خبرنگاران، عکاسان، روزنامه‌نگاران، خبرگزاری‌ها، فناوری اطلاعات، شبکه توزیع و سایر عوامل دست‌اندرکار به چشم می‌خورد (دی اوکا و همکاران، ۲۰۲۲). رشد روزافزون پوشش رسانه‌ای ورزشی به همراه رشد و تحول در فناوری‌های رسانه‌ای، منجر به توسعه شکل‌های جدید انتشار و پخش رویدادها شده است. انتشار شخصی اخبار ورزشی با تلفن‌های موبایل بیسیم به نمایش صفحات اینترنت (وب) و کامپیوترهای دستی از طریق سیستم پیام کوتاه، نمونه‌های از این دست هستند. اینترنت و ابزار کامپیوتر شکل دیگر رسانه‌ای است که در دو دهه اخیر به‌طور چشمگیری مطرح‌شده است (فتون و همکاران، ۲۰۲۳). اینترنت رسانه‌ای با ارتباط تعاملی و محتوای چندرسانه‌ای است که توسط یک شخص یا سازمان کنترل نمی‌شود و میلیون‌ها انسان، شرکت و حکومت از سراسر جهان در حال تولید و انتشار آن هستند. با این تفاسیر روزنامه‌نگاری و خبرنگاری دیجیتال نوعی جدیدی از فرایند خبرنگاری و روزنامه‌نگاری است که به لطف توسعه فناوری‌های اطلاعاتی و شبکه‌های اجتماعی جایگاه ویژه‌ای در نقاط مختلف جهان کسب کرده است (آجلاسیدهو، ۲۰۲۲)، اما در کشور ما به‌ویژه در حوزه ورزش هنوز نتوانسته جایگاه خویش را پیدا کند (پورزرنگار و همکاران، ۲۰۲۲). از طرفی با توجه به ظرفیت‌های موجود و نقش رسانه‌های اجتماعی در توسعه فعالیت‌های بدنی و ورزش و همچنین آگاهی بخشی در این زمینه، توجه ویژه به حوزه خبرنگاری و روزنامه‌نگاری ورزشی دیجیتال بسیار حائز اهمیت و شایان توجه است.

درعین حال در دسترس بودن اینترنت به‌عنوان یک کانال ارتباطی، به‌شدت بر الگوی جستجوی اطلاعات توسط مخاطبان تأثیر گذاشته است. در بسیاری از کشورها، رسانه‌های واسطه یا همچنان در موقعیت خود در جا می‌زنند (تلویزیون) و یا اینکه جایگاه آن‌ها رو به افول است (روزنامه‌ها) که دلیل این امر نیز روی آوردن مردم به حجم عظیم اطلاعات الکترونیکی موجود است (بوکرک^۱ و همکاران، ۲۰۲۲). در این راستا اینترنت موجب گشایش راه‌های جدیدی برای ارتباط بین مخاطبان با روزنامه‌نگاران شده است. برخی از پژوهشگران به بررسی تعاملات آنلاین بین روزنامه‌نگاران و مخاطبان پرداخته‌اند، به‌ویژه از طریق نظراتی که مخاطبان در پاسخ به اخبار و مطالب آنلاین علمی روزنامه‌نگاری در سایت‌ها می‌نویسند و معتقدند ارتباطات به وجود آمده بین مخاطبان و روزنامه‌نگاران ظرفیت زیادی برای متقاعد کردن مخاطبان و جلب توجه آنان دارد (دمیر و همکاران، ۲۰۲۲).

با این حال موفقیت در هر جایگاه شغلی، مستلزم این است که شخص بدانند چگونه می‌تواند کارش را به نحو مطلوبی انجام دهد و دستیابی به این مهم ممکن نیست، مگر با آگاهی از ابعاد مختلف شغل و ویژگی‌ها و شایستگی‌هایی که فرد باید واجد آن‌ها باشد. همان‌طور که اشاره شد، به‌منظور موفقیت در هر حرفه یا شغل، شخص مناسب و باصلاحیتی که به‌درستی برای آن جایگاه انتخاب شده است، باید کارش را به‌خوبی بشناسد. تجزیه و تحلیل شغل، به کشف چستی شغل موردنظر، عناصر شکل‌دهنده‌ی آن و

1 Fenton

2 Aujla-Sidhu

3 Boczek

4 Demir

الزامات، ویژگی‌ها و شایستگی‌های موردنظر برای هر شغل کمک می‌کند (پریالت و همکاران، ۲۰۲۲). در زمینه روزنامه‌نگاری ورزشی نیز شناخت کامل شغل و بررسی ابعاد آن و راهبردهای توسعه توانمندی‌ها می‌تواند زمینه توسعه این رشته را در کشورمان فراهم آورد.

از سویی رسانه‌ها عامل بسیار مؤثری در شکل‌گیری ارزش‌های اجتماعی به شمار می‌روند. محتوای رسانه‌ها و مطالب درج‌شده در آن نیز می‌تواند تأثیر بسزایی بر پیشرفت و بهبود وضعیت اجتماعی کشور بگذارد (کردی، ۲۰۰۷). در عین حال رسانه‌ها ضمن داشتن نقش اساسی در اطلاع‌رسانی، یکی از منابع در دسترس و باصرفه برای توسعه ورزش هستند که تمام جزئیات را با کیفیتی مطلوب در اختیار عموم قرار می‌دهند (گودز و همکاران، ۲۰۲۳)، در این راستا کیم^۱ و همکاران (۲۰۲۲) اظهار کردند که رسانه‌ها نقش مهمی در توسعه کمی و کیفی و افزایش آگاهی و دانش شهروندان از ورزش دارند. دی اوکا^۲ و همکاران (۲۰۲۲) نیز بیان کردند رسانه‌های ورزشی می‌توانند نقش مهمی در پوشش خبری رویدادهای ورزشی داشته باشند و فنتون^۳ و همکاران (۲۰۲۳) معتقدند که رسانه‌های ورزشی نقش مهمی در هدایت ورزشکاران، طرفداران ورزشی و عموم علاقمندان به ورزش دارند.

در طرف مقابل اهمیت روزنامه‌نگاری و خبرنگاری ورزشی در سطح جهانی با توجه به نقش ورزش در ایجاد شور و شوق و افزایش انگیزه مردم و ملت‌ها در حال گسترش است (قاسمی و همکاران، ۲۰۱۵). مسئولیت کاری روزنامه‌نگاران و خبرنگاران ورزشی با توجه به حساسیت شغل آن‌ها بالا است. تأثیر حضور روزنامه‌نگاران در رقابت‌های ورزشی از جهات مختلفی بر روند اجرای رقابت‌ها و عملکرد ورزشکاران تأثیرگذار بوده و هست (بوکزک^۴ و همکاران، ۲۰۲۲).

به طور کلی، پوشش خبری دقیق و لحظه‌ای، تحلیل‌های کارشناسانه و استفاده از روش‌های نوین ارتباطی، بخش‌هایی از عملکرد خبرنگاران و خبرگزاری‌های مطرح در این زمینه است. این پوشش‌ها نه تنها اطلاعات دقیق و به‌روز را به میلیون‌ها نفر در سراسر جهان می‌رساند، بلکه به ترویج ارزش‌های فرهنگی- اجتماعی ورزش از جمله دوستی، صلح و همکاری بین‌المللی نیز کمک می‌کند (صدری^۵ و همکاران، ۲۰۲۲). در رویدادهای ورزشی، خبرنگاران به عنوان پل ارتباطی بین ورزشکاران و مخاطبان عمل می‌کنند و با ارائه گزارش‌های زنده و مستند، تجربه‌ای منحصر به‌فرد از لحظات هیجان‌انگیز و پرتنش مسابقات را برای مردم به ارمغان می‌آورند (رامون^۶ و همکاران، ۲۰۲۲). پوشش جامع و متنوع آنها نه تنها به مخاطبان امکان می‌دهد تا از رویدادها لذت ببرند و اطلاعات دقیقی دریافت کنند، بلکه به ترویج ارزش‌های والای ورزشی و فرهنگی نیز کمک می‌کند. این تلاش‌ها باعث می‌شود تا رویدادهای ورزشی همچون المپیک و مسابقات قهرمانی به یک پدیده جهانی و فراگیر تبدیل شود که فراتر از مرزهای جغرافیایی، زبان و فرهنگ‌ها، میلیون‌ها نفر را در سراسر جهان به هم پیوند می‌دهد (اولریچ^۷ و همکاران، ۲۰۲۳). در این چارچوب، نگاهی به وضعیت خبرنگاری ورزشی در ایران، چالش‌ها و موفقیت‌های آن نیز می‌تواند ابعاد جدیدی از تأثیر و اهمیت رسانه‌ها در پوشش رویدادهای بزرگ ورزشی را روشن کند. با وجود چالش‌های متعدد، خبرنگاران ورزشی ایرانی نیز تلاش می‌کنند تا با استفاده از تجربه و مهارت‌های خود، به بهترین نحو ممکن رویدادهای ورزشی ملی و بین‌المللی را پوشش دهند و سهم خود را در ترویج فرهنگ ورزشی و اطلاع‌رسانی صحیح ایفا کنند.

با این حال در جهت توسعه عملکرد حرفه‌ای روزنامه‌نگاران، آیوجلا و همکاران (۲۰۲۲) بر استقلال شخصی، صبری و همکاری (۲۰۲۲) بر پایبندی به اخلاق حرفه‌ای و دیمرو و همکاران (۲۰۲۲) بر توسعه دانش اطلاعاتی و فناوریانه تأکید کردند. به‌طور کلی یکی از دلایل نابسامانی در رسانه‌های ورزشی ممکن است وجود منابع انسانی غیرمتخصص باشد که به‌عنوان خبرنگار، نویسنده، عکاس، گزارشگر و سردبیر مشغول به کار هستند، اما این رسته کمتر مورد توجه فارغ‌التحصیلان علوم ورزشی، ورزشکاران حرفه‌ای و افراد خبره قرار گرفته است. از سویی توسعه خبرنگاری و روزنامه‌نگاری ورزشی می‌تواند زمینه توسعه ورزش حرفه‌ای، ورزش همگانی، ورزش بانوان و بهبود رفتار هواداران ورزشی شود و لذا توجه به موضوع توسعه روزنامه‌نگاران ورزشی بسیار بااهمیت بوده و می‌تواند موجب توسعه این رسته شغلی و بهره‌مندی فردی و اجتماعی افراد متخصص از آن شود، لذا هدف از پژوهش حاضر شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر موفقیت خبرنگار ورزشی می‌باشد.

روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق از نوع مطالعات کیفی با رویکرد اکتشافی نظام‌مند با رویکرد تماتیک بود. جامعه آماری پژوهش شامل اساتید مدیریت ورزشی و حوزه رسانه با حداقل دو پژوهش در زمینه موضوع پژوهش، خبرنگاران مطرح ورزشی با سابقه حداقل ۱۰ سال و تحصیلات بیش از کارشناسی و مدیران مسئول نشریه‌ها، برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی با سابقه مدیریتی بیش از ۵ سال و تحصیلات بیش از کارشناسی بود. نمونه آماری بر مبنای رسیدن به اشباع نظری به صورت هدفمند انتخاب شدند (۱۸ نفر). ابزار پژوهش شامل مطالعه کتابخانه‌ای نظام‌مند و مصاحبه اکتشافی (نیمه ساختارمند) بود.

استخراج مؤلفه‌ها با بررسی مبنای و پیشینه از طریق مطالعه اسناد، کتاب‌ها و مقالات شامل منابع داخلی و خارجی انجام گردید. از مصاحبه‌ها جهت تکمیل و تطبیق عوامل و روابط شناسایی‌شده در مطالعه کتابخانه‌ای استفاده شد. انجام مصاحبه‌ها بر اساس چارچوب تحلیلی طراحی شده از قبل صورت گرفت. قبل از انجام هر مصاحبه، مصاحبه‌های قبلی تحلیل شده و مبنای مصاحبه جدید قرار می‌گرفتند.

روایی محتوایی ابزارها و چارچوب تحلیل، با استفاده از نظرات خبرگان حوزه‌های مدیریت ورزشی و رسانه ارزیابی شد. معیار انتخاب این خبرگان، داشتن حداقل دو پژوهش مرتبط با موضوع تحقیق یا تجربه حرفه‌ای مرتبط بود. ابزارهای پژوهش از طریق مقایسه با استانداردهای مشابه در مطالعات پیشین و نظر اساتید اصلاح و بازبینی شدند. برای افزایش روایی درونی، بازخوردهای مستقیم از مصاحبه‌شوندگان درباره یافته‌های استخراج‌شده دریافت شد. در پایان هر مصاحبه، نتایج تحلیل‌های قبلی به صورت خلاصه ارائه و نظر مصاحبه‌شوندگان درباره آن‌ها جمع‌آوری شد. این روش به شفافیت روابط میان کدها و مقوله‌ها کمک کرد و مانع از تأثیرگذاری احتمالی چارچوب پیش‌فرض بر پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان شد. همچنین تمام مصاحبه‌ها بر اساس یک چارچوب تحلیلی طراحی شده از قبل صورت گرفت. قبل از هر مصاحبه، مصاحبه‌های پیشین تحلیل می‌شد و مبنای طراحی سوالات جدید قرار می‌گرفت. این رویکرد، پویایی و سازگاری فرایند گردآوری داده‌ها را تضمین کرد. برای اطمینان از درستی تم‌های استخراج‌شده، تطابق میان داده‌های مصاحبه و تم‌های شناسایی‌شده در تحلیل کتابخانه‌ای بررسی شد. همچنین تحلیل تم‌ها در چند مرحله توسط پژوهشگران مختلف بازبینی شد تا از دقت نتایج اطمینان حاصل شود.

برای سنجش پایایی بازآزمایی، داده‌ها توسط چند پژوهشگر مختلف انجام شد. سپس نتایج به‌دست‌آمده از تحلیل‌ها با هم مقایسه گردید. این روش تکرارپذیری و ثبات یافته‌ها را نشان داد. به منظور سنجش پایایی درونی کدگذاری، کدگذاری داده‌ها طی سه مرحله (کدگذاری باز، محوری و انتخابی) انجام شد. در هر مرحله، کدها توسط پژوهشگران بازبینی شدند تا اطمینان حاصل شود که کدگذاری‌ها به‌طور دقیق و سازگار انجام شده‌اند. همچنین پس از ۱۸ مصاحبه، مشخص شد که داده‌های جدید به اطلاعات پیشین چیزی اضافه نمی‌کند. این مسئله نشان‌دهنده کفایت داده‌ها برای تحلیل و تأیید پایایی است. برای ارزیابی سازگاری میان

تحلیل‌های مختلف، درصد توافق بین پژوهشگران بر روی کدها و مقوله‌ها محاسبه شد که نشان‌دهنده هم‌خوانی بالا میان تحلیل‌ها بود (۰/۸۱).

اساس انتخاب نمونه این بود که افراد و اطلاعات منتخب بتوانند به شکل‌گیری نظریه و تکرارپذیری یافته‌ها کمک کنند. با ارائه بازخورد به مصاحبه‌شوندگان و قرار دادن آن‌ها در مسیر پژوهش به‌طوری که بر نحوه پاسخ‌گویی آن‌ها تأثیر نگذارد، به‌منظور افزایش روایی درونی اقدام شد. ضمناً، پس از انجام هر مصاحبه، الگوی به‌دست‌آمده تا آن مرحله ارائه می‌شد و در صورتی که مصاحبه‌شونده نکاتی را نسبت به الگو داشت، مورد بحث قرار می‌داد. این کار پس از انجام مصاحبه انجام می‌شد تا مصاحبه خالی از هرگونه پیش‌فرض و جهت‌گیری انجام شود. هم‌زمان با گردآوری داده‌ها، کار تحلیل آن‌ها طی سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی نیز شروع شد. منابع و متون موجود نیز در روند تکمیل تئوری مورد استفاده قرار می‌گیرند. کار گردآوری داده‌ها تا زمانی ادامه یافت که پژوهشگر اطمینان حاصل کند که ادامه کار نکته تازه‌ای به دانسته‌های او نمی‌افزاید. پس از انجام ۱۸ مصاحبه در طی دوره شش ماه (زمان مصاحبه‌ها ۳۰ الی ۶۰ دقیقه)، تحلیل داده‌ها حاکی از اضافه نشدن داده جدید به داده‌های قبلی بود؛ چرا که درصد بالایی از داده‌های مستخرج از مصاحبه‌های آخر تکراری بود؛ بنابراین، با رسیدن به حد اشباع نظری، به مصاحبه‌ها پایان داده شد. کدگذاری با استفاده از مطالعات قبلی و نظر چند پژوهشگر انجام شد. مدل پژوهش نیز بر اساس روابط شناسایی شده به‌صورت یک چارچوب مفهومی ترسیم گردید. کدگذاری در سه مرحله کدگذاری اول (باز)، کدگذاری دوم (محوری) و کدگذاری سوم (انتخابی) انجام شد تا مقوله‌ها تبدیل به مؤلفه‌ها، سپس ابعاد و در نهایت عامل‌های اصلی در مدل مفهومی شوند.

یافته‌های پژوهش

نتایج جمعیت شناختی پژوهش در جدول ۲ گزارش شده است:

جدول ۲. توصیف ویژگی‌های دموگرافیک مصاحبه‌شوندگان

کد مصاحبه‌شونده	جنسیت	سن	سطح تحصیلات	گروه	کد مصاحبه‌شونده	جنسیت	سن	سطح تحصیلات	گروه
۱ م	مرد	۵۵	دکتری	استاد	۱۰ م	زن	۴۱	دکتری	استاد
۲ م	زن	۳۸	دکتری	استاد	۱۱ م	مرد	۴۲	دکتری	استاد
۳ م	مرد	۳۷	کارشناسی	خبرنگار	۱۲ م	مرد	۴۸	دکتری	مدیر
۴ م	مرد	۴۴	دکتری	استاد	۱۳ م	مرد	۳۹	کارشناسی	خبرنگار
۵ م	مرد	۴۰	کارشناسی ارشد	خبرنگار	۱۴ م	مرد	۳۳	کارشناسی	خبرنگار
۶ م	مرد	۵۶	دکتری	استاد	۱۵ م	مرد	۴۷	کارشناسی ارشد	مدیر
۷ م	مرد	۵۷	دکتری	مدیر	۱۶ م	زن	۴۰	دکتری	استاد
۸ م	مرد	۵۱	کارشناسی ارشد	مدیر	۱۷ م	مرد	۳۹	دکتری	استاد
۹ م	مرد	۳۳	دکتری	استاد	۱۸ م	مرد	۳۵	کارشناسی	خبرنگار

یافته‌های پژوهش شامل چارچوب کدگذاری مؤلفه‌ها و مدل مفهومی برخاسته از آن است. در ابتدا بعد از تحلیل مصاحبه‌های انجام شده، تعداد ۱۹۶ کد اولیه استخراج گردید اما با بررسی آن‌ها، کدهای تکراری و موازی و با فراوانی کمتر و همچنین کدهایی که مبانی نظری کمی آن‌ها را تأیید نمودند با نظر اساتید تیم پژوهش، حذف گردیدند. بنابراین چارچوب مفهومی استخراج شده شامل ۳ کد محوری، ۱۳ مقوله فرعی و ۷۳ کدباز بود. نتایج کدگذاری در جدول ۳ گزارش شده است.

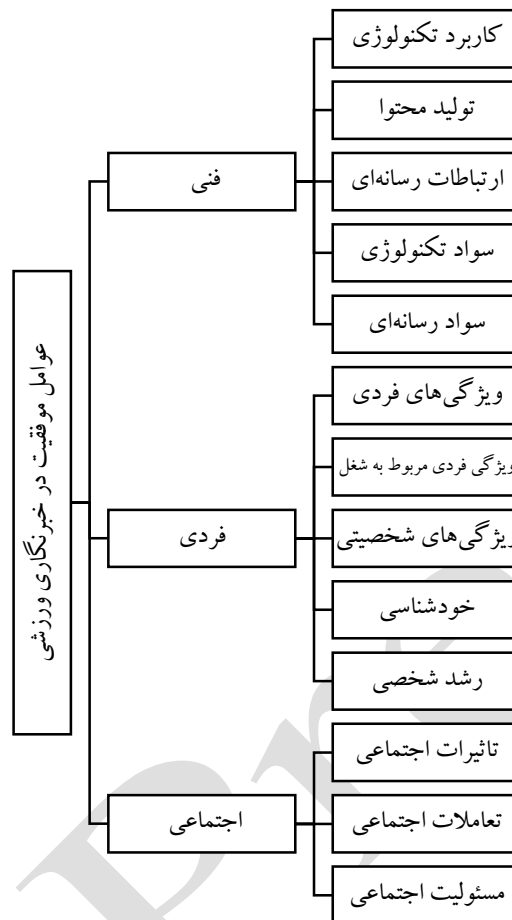
جدول ۳. کدگذاری سه مرحله‌ای مفاهیم شناسایی شده

ردیف	کدهای محوری	مقوله‌ها	کدهای اولیه	کد مصاحبه‌شوندگان
۱.	فنی	سواد رسانه‌ای	بررسی منابع معتبر اطلاعات	۲م، ۶م، ۱۰م، ۱۳م، ۱۵م

۲	منابع اطلاعاتی اولویت‌دار	۱۸م. ۱۷م. ۵م. ۳م
۳	شناسایی پیام‌های نهفته	۱۷م. ۱۵م. ۱۳م. ۱۰م
۴	ساختارشناسی پیام‌ها	۱۴م. ۸م. ۱۱م
۵	شناسایی محتوای دست‌کاری شده	۱۸م. ۱۱م. ۷م. ۳م. ۱م
۶	شناسایی منابع اصلی پیام‌ها	۱۴م. ۸م. ۶م. ۵م. ۳م
۷	درک اهداف خبری	۱۶م. ۹م. ۷م. ۴م. ۲م
۸	تحلیل تأثیرات پیام‌ها بر مخاطب	۱۷م. ۱۵م. ۹م. ۵م. ۴م
۹	شناسایی اهداف سیاسی رسانه‌ها	۱۵م. ۱۱م. ۷م. ۴م. ۳م
۱۰	واکنش مخاطبان به پیام‌ها	۱۸م. ۱۵م. ۱۲م. ۸م
۱۱	تحلیل سواد رسانه‌ای جهانی	۱۸م. ۱۰م. ۸م. ۶م. ۳م
۱۲	مهارت در استفاده از ابزارهای ویدئویی	۱۶م. ۸م. ۵م. ۳م
۱۳	آشنایی با نرم‌افزارهای تدوین	۱۰م. ۶م. ۵م. ۴م
۱۴	تسلط به تجهیزات تولید محتوا	۱۱م. ۹م. ۸م. ۳م
۱۵	توانایی تعمیر ابتدایی ابزارها	۱۸م. ۱۷م. ۱۰م. ۹م. ۵م
۱۶	بهره‌برداری از رسانه‌های نوین	۱۶م. ۱۴م. ۱۲م. ۹م. ۶م
۱۷	تطبیق اطلاعات برای انواع رسانه‌ها	۱۳م. ۱۱م. ۱۰م. ۷م. ۳م
۱۸	تحلیل تأثیر پیام‌ها در محیط رسانه‌ای	۱۸م. ۹م. ۶م. ۵م. ۲م
۱۹	طراحی کمپین‌های رسانه‌ای ورزشی	۱۵م. ۱۰م. ۸م. ۶م. ۴م
۲۰	نظارت بر انتشار پیام‌ها در رسانه‌ها	۱۶م. ۱۴م. ۱۰م. ۹م. ۷م
۲۱	استفاده از تکنولوژی‌های جدید در تولید محتوا	۱۸م. ۱۵م. ۱۰م. ۷م. ۵م. ۱م
۲۲	تولید محتوای چندرسانه‌ای متناسب	۱۴م. ۸م. ۶م. ۳م. ۱م
۲۳	بهره‌گیری از روایت‌گری خلاقانه	۱۵م. ۹م. ۷م. ۵م. ۲م
۲۴	تولید محتوای مبتنی بر داده‌های آماری	۱۳م. ۱۰م. ۸م. ۶م. ۴م
۲۵	تدوین محتوای آموزشی برای مخاطبان خاص	۱۷م. ۱۱م. ۹م. ۵م. ۳م
۲۶	تسلط بر فناوری‌های نوظهور	۱۶م. ۱۲م. ۸م. ۴م. ۳م
۲۷	تطبیق سریع با ابزارهای دیجیتال جدید	۱۸م. ۱۱م. ۹م. ۶م. ۲م
۲۸	به‌کارگیری ابزارهای هوش مصنوعی	۱۵م. ۱۲م. ۱۰م. ۷م. ۱م
۲۹	بهره‌گیری از نرم‌افزارهای تحلیل داده	۱۷م. ۱۱م. ۸م. ۴م. ۲م
۳۰	خلاقیت در تولید محتوا	۱۶م. ۱۴م. ۷م. ۵م. ۱م
۳۱	اعتماد به نفس در مواجهه با چالش‌ها	۱۷م. ۱۴م. ۹م. ۷م. ۵م. ۲م
۳۲	مهارت در تعاملات اجتماعی	۱۸م. ۹م. ۸م. ۷م. ۳م
۳۳	همدلی و همدلی با مخاطب	۱۶م. ۱۲م. ۵م
۳۴	اخلاق‌مداری در تولید محتوا	۹م. ۸م. ۵م. ۳م. ۲م
۳۵	مدیریت هیجانات در شرایط حساس	۱۵م. ۱۴م. ۹م. ۸م. ۷م. ۳م
۳۶	صبر و تحمل در برابر فشارهای کاری	۱۶م. ۱۴م. ۹م. ۷م. ۲م
۳۷	صداقت و شفافیت در ارائه اخبار	۱۴م. ۱۰م. ۷م. ۵م. ۱م
۳۸	علاقه‌مندی به پژوهش‌های ورزشی	۱۵م. ۱۳م. ۱۰م
۳۹	استعداد در خبرنگاری ورزشی	۱۸م. ۷م. ۶م. ۵م. ۱م
۴۰	مسئولیت‌پذیری در قبال اطلاعات ورزشی	۸م. ۷م. ۳م. ۳م
۴۱	نگرش اجتماعی به دنیای ورزش	۱۰م. ۸م. ۷م. ۳م. ۲م
۴۲	روحیه گزارشگری در رویدادهای ورزشی	۱۵م. ۱۰م. ۹م. ۷م. ۳م
۴۳	علاقه‌مندی به تحلیل و ارزیابی ورزش	۹م. ۸م. ۴م. ۱م
۴۴	توانایی ارتباط مؤثر با مخاطب	۱۵م. ۱۴م. ۸م. ۶م. ۳م

۱۳م ۸م ۷م ۵م ۲م	قدرت تطبیق‌پذیری در شرایط مختلف		۴۵
۱۶م ۱۱م ۹م ۷م ۱م	مهارت در مدیریت استرس		۴۶
۱۳م ۱۰م ۶م ۵م ۴م	تصمیم‌گیری در شرایط بحرانی		۴۷
۱۲م ۹م ۸م ۶م ۲م	توجه به جزئیات در گزارشگری		۴۸
۱۴م ۱۰م ۸م ۴م ۱م	یادگیری مداوم برای توسعه مهارت‌ها		۴۹
۱۳م ۹م ۷م ۵م ۳م	تمرکز بر مدیریت زمان مؤثر	رشد شخصی	۵۰
۱۶م ۱۱م ۹م ۶م ۲م	تقویت مهارت‌های تصمیم‌گیری		۵۱
۱۷م ۱۰م ۸م ۵م ۱م	افزایش انگیزه برای تحقق اهداف شخصی		۵۲
۱۶م ۱۰م ۶م ۵م ۲م	بازبینی مداوم رفتار و عملکرد		۵۳
۱۸م ۱۲م ۹م ۶م ۳م	تقویت باورهای فردی و اعتماد به نفس	خودشناسی	۵۴
۱۵م ۹م ۷م ۴م ۱م	پذیرش اشتباهات و یادگیری از آن‌ها		۵۵
۱۷م ۱۱م ۸م ۵م ۲م	شناسایی نقاط قوت و ضعف		۵۶
۱۵م ۱۳م ۸م ۴م ۱م	همکاری مؤثر با رسانه‌های دیگر		۵۷
۱۶م ۱۱م ۱۰م ۷م ۵م	تحلیل تأثیر رسانه‌ها بر فرهنگ جامعه	تأثیرات اجتماعی	۵۸
۱۴م ۱۳م ۹م ۷م ۳م	نقد رویکردهای رسانه‌ای		۵۹
۱۰م ۹م ۶م ۵م ۱م	ارتقاء سطح آگاهی عمومی		۶۰
۱۷م ۹م ۸م ۴م ۱م	تعامل مؤثر با مخاطب		۶۱
۱۳م ۱۰م ۹م ۶م ۲م	ایجاد رابطه پایدار با مخاطب		۶۲
۱۴م ۱۲م ۸م ۵م ۳م	ارتباط مؤثر با گروه‌های مختلف جامعه		۶۳
۱۷م ۱۴م ۱۰م ۷م ۱م	توانایی برقراری ارتباط میان فرهنگی		۶۴
۱۶م ۱۳م ۸م ۶م ۴م	تحلیل و شبیه‌سازی واکنش‌های اجتماعی	تعاملات اجتماعی	۶۵
۱۸م ۹م ۷م ۵م ۲م	مدیریت بحران‌های ارتباطی		۶۶
۱۷م ۱۰م ۷م ۵م ۳م	تعامل مثبت با رسانه‌ها و نهادهای اجتماعی		۶۷
۱۴م ۱۰م ۹م ۸م ۴م	درک و پیش‌بینی نیازهای اجتماعی مخاطبان		۶۸
۱۵م ۱۲م ۸م ۶م ۱م	تبادل اطلاعات در فضای دیجیتال		۶۹
۹م ۷م ۵م ۳م ۱م	آگاهی‌بخشی به مخاطبان در موضوعات اخلاقی		۷۰
۱۰م ۸م ۶م ۴م ۲م	حمایت از فعالیت‌های خیریه و ورزشی		۷۱
۱۱م ۹م ۷م ۵م ۳م	ترویج فرهنگ شفافیت و پاسخگویی	مسئولیت اجتماعی	۷۲
۱۲م ۱۰م ۸م ۶م ۴م	تقویت ارتباط با گروه‌های ذینفع جامعه		۷۳

بر اساس جدول بالا، ۳ کد انتخابی عوامل فنی، فردی و اجتماعی و ۱۳ مقوله به دست آمد. با بررسی مبانی نظری و نظر اساتید و برخی از مصاحبه‌شوندگان، کدگذاری انتخابی انجام شد و نتایج در شکل ۱ آورده شده است.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

خبرنگارانی که از عوامل فنی، عوامل فردی و عوامل اجتماعی برخوردار باشند، بیشتر از سایر همکاران خود در عرصه خبرنگاری ورزشی موفق‌اند.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از این پژوهش، شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر موفقیت خبرنگار ورزشی بود. تحقیق از نوع کیفی با رویکرد اکتشافی نظام‌مند انتخاب شد. بر اساس چارچوب مفهومی استخراج‌شده، ۳ کد محوری و ۱۳ مقوله فرعی و ۷۳ کدباز به دست آمد. نتایج کدگذاری انتخابی نشان داد که خبرنگارانی که از عوامل فنی نظیر کاربرد تکنولوژی، تولید محتوا، ارتباطات رسانه‌ای، سواد تکنولوژی و سواد رسانه‌ای، عوامل فردی نظیر ویژگی‌های فردی؛ ویژگی‌های فردی مربوط به شغل، ویژگی‌های شخصیتی، خودشناسی و رشد شخصی و عوامل اجتماعی نظیر تأثیرات اجتماعی، تعاملات اجتماعی و مسئولیت اجتماعی برخوردار باشند، بیشتر از سایر همکاران خود در عرصه خبرنگاری ورزشی موفق‌اند. در این راستا شایان توجه است که روزنامه‌نگاری حرفه‌ای جذاب، پویا، سرنوشت‌ساز و درعین‌حال پرتنش است. حرفه‌ای تلفیقی از علم و هنر، هنر خاصی که لازمه آن ذوق است. روزنامه‌نگاری رکن چهارم دموکراسی و روزنامه‌نگاران چشم، گوش و زبان مردم هستند، افرادی که با دقت می‌شنوند، می‌بینند، حرف می‌زنند و با تکنیک‌های خاص خود به افراد یک جامعه و چه بسا دنیا دیکته می‌کنند که باید به چه چیزی بیندیشند. رسانه قدرتی در اختیار روزنامه‌نگاران قرار می‌دهد که سهل‌ممتنع است، روزنامه‌نگاران در عین زیبایی و جذابیتی که دارد جزء مشاغل سخت و زیان‌آور دنیاست، چراکه روزنامه‌نگار در مرکز اطلاعات قرار می‌گیرند، اطلاعاتی که می‌توان با استفاده به‌جا و مناسب و با توجه به تکنیک‌های ویژه راهبر

جامعه در شرایط خاص باشد و درعین حال می‌تواند مخاطرات داخلی و خارجی برای کشور به وجود آورد. در طرف مقابل اهمیت روزنامه‌نگاری و خبرنگاری ورزشی در سطح جهانی با توجه به نقش ورزش در ایجاد شور و شوق و افزایش انگیزه مردم و ملت‌ها در حال گسترش است (قاسمی و همکاران، ۲۰۱۵). مسئولیت کاری روزنامه‌نگاران و خبرنگاران ورزشی با توجه به حساسیت شغل آن‌ها بالا است. تأثیر حضور روزنامه‌نگاران در رقابت‌های ورزشی از جهات مختلفی بر روند اجرای رقابت‌ها و عملکرد ورزشکاران تأثیرگذار بوده و هست (بوکزک و همکاران، ۲۰۲۲).

باین‌حال بر اساس نتایج پژوهش، عوامل فردی نظیر ویژگی‌های فردی (خلاق بودن، با اعتمادبه‌نفس بودن، برون‌گرا و اجتماعی بودن، حس همدلی بالا، بااخلاق بودن، کنترل بالای هیجانات در شرایط، صبر و شکیبایی بالا، صداقت داشتن) و ویژگی‌های فردی مربوط به شغل (حس کنجکاوری بالا در زمینه ورزش، بااستعداد بودن، داشتن مسئولیت اجتماعی بالا، دغدغه جامعه ورزشی را داشتن، داشتن روحیه گزارشگری) برخوردار باشند، بیشتر از سایر همکاران خود در عرصه خبرنگاری ورزشی موفق‌اند.

در این راستا کارپنتر و کانور (۲۰۱۷) پذیرش حرفه‌ای را اغلب از طریق مدارک تحصیلی مورد تأیید می‌دانند و اعتقاددارند که دانشگاه‌ها در انتقال اطلاعات لازم برای ورود به حرفه نقش اصلی را دارند. سلطانی فر و پورآزادی (۲۰۱۴) نیز داشتن تحصیلات در حوزه ارتباطات و آگاهی از فضای مجازی، همچنین لین (۲۰۱۰) سابقه تحصیلی و شغل حرفه‌ای قبلی را به‌عنوان شایستگی‌های شاغل محور اساسی جهت گزینش نیروی انسانی در رسانه ورزشی می‌دانند. همچنین بر اساس نتایج کارپنتر (۲۰۰۹) مهارت‌هایی مانند نوشتن، تصویربرداری و ویرایش، تفکر انتقادی و دانش دو زبانه، ونگر و اوونز (۲۰۱۳) ارتباط فردی حرفه‌ای و آشنایی با رسانه‌های دیجیتال، کارپنتر و کانور (۲۰۱۷) تجربه قبلی و مدرک تحصیلی، سلطانی فر و پورآزادی (۲۰۱۴) و مطالعه و تماشای انتقادی، ممارست و تمرین، تحصیلات در حوزه ارتباطات و آگاهی از فضای مجازی، همچنین لین (۲۰۱۰) سابقه تحصیلی و شغل حرفه‌ای قبلی را به‌عنوان شایستگی‌های شاغل محور اساسی جهت گزینش نیروی انسانی معرفی نمودند که تمامی موارد مطرح‌شده در پژوهش حاضر نیز مورد تأیید است. فیشر و جسلمان (۲۰۱۰)، ریردون و فالین (۲۰۱۳) و روتر و همکاران (۱۹۹۵) تعاملات اجتماعی را بعنوان موضع مشترک در خبرنگاران انتظار دارند تا با منابع صمیمیت ایجاد کنند و آن را تشویق کنند تا در طول یک تعامل، باورها، تجربیات و دانش خود را نشان دهند. کارپنتر، کیپاک و پنگ (۲۰۱۷) هفت بعد اضافی دیگر: دقت، همدلی، گوش دادن فعال، تفسیر و تحلیل، مدیریت تعاملات اجتماعی، رفتارهای غیرکلامی و انعطاف‌پذیری در رفتارها را از جمله ابعاد ضروری اصحاب رسانه ورزشی معرفی کردند.

باین‌حال بر اساس نتایج پژوهش، عوامل فنی نظیر سواد رسانه‌ای و سواد تکنولوژی از عوامل موفقیت خبرنگاری ورزشی می‌باشد. امسینیر (۲۰۰۵) بیان می‌کند که قرن بیست و یکم زمان دشواری برای روزنامه‌نگاری و خبرنگاری با توجه به پیشرفت در فناوری ارتباطات است؛ زیرا که منابع انسانی رسانه باید توانایی‌ها و مهارت‌های خود را با توجه به این تغییرات تکنولوژیکی مطابقت دهند که نتایج نظرسنجی حاکی از بروزرسانی بیشتر افراد متناسب با امکانات روز است. باین‌حال خبرنگار در پارادایم خبرنگاری با توجه به تأثیر نوع نگرش و ایدئولوژی‌های خود در شکل‌گیری چارچوب‌های خبری به‌عنوان عنصری مهم در نظر گرفته می‌شود. به همین دلیل ویژگی‌های فردی یک خبرنگار می‌تواند زاویه دید یک خبر را تحت تأثیر قرار بدهد. برخی از این ویژگی‌ها جنبه ذاتی و غیر اکتسابی دارند و برخی دیگر را نیز می‌توان با آموزش، نسبت به کشف ابعاد آن و یا ضریب دادن، شکوفا نمود. برخی از این ویژگی‌ها نظیر علاقه، فرهنگ و زبان، ظاهر و جنسیت در شرایط مختلف، بروزهای متفاوتی دارند. باین‌حال و به‌طور کلی عملکرد رسانه‌ها به‌عنوان یکی از منابع مهم شکل دادن به ذهنیت تماشاگران پیش از ورود به ورزشگاه، در رفتار آن‌ها در حین و بعد از بازی نیز بسیار مؤثر است (فتنون، ۲۰۲۱). رسانه‌ها می‌توانند با طرح و پرداختن به عواملی که موجب شکل‌گیری یا تشدید نگرش‌ها و رفتارهای خشونت‌آمیز در بین تماشاگران می‌شوند (عواملی نظیر شهات، حاشیه‌ها، اختلافات و درگیری‌ها، خطونشان کشیدن‌ها و

رجز یا کرکری خواندن‌ها) به پرخاشگری و خشونت در رفتار تماشاگران دامن بزنند یا آنکه با دوری از موضوعات جنجالی و پرداختن به مسائلی که منجر به شکل‌گیری ذهنیت مثبت در هواداران می‌شود، به فرهنگ‌سازی در این زمینه و سالم‌سازی فضای ورزشگاه‌ها کمک کنند (فتیحی نیا، ۲۰۱۰). امتیازات روزنامه‌نگاران و ارزش درک شده از مشارکت آن‌ها تحت تأثیر اعتقادی در حال افزایش است که کار روزنامه‌نگاری محصولی است که می‌تواند توسط هر کسی تولید شود (کارپنتر و کانو، ۲۰۱۷)؛ اما خبرنگارانی که مهارت‌های ضعیفی دارند نمی‌توانند با اخباری که با آن سروکار دارند پوشش خبری مناسبی را ارائه و اخبار متنوعی تولید کنند. خبرنگاران با سواد رسانه‌ای بالا، در برابر اخبار رسانه‌ها، تحت تأثیر کمتری قرار می‌گیرند زیرا خبرها را به‌خوبی شناسایی می‌کنند و به تحلیل اخبار می‌پردازند و اخباری را تهیه می‌کنند که به مراتب تأثیرگذارتر است (سلطانی فر و پورآزادی، ۲۰۱۴). همچنین خبرنگاران ورزشی که تحصیلاتی در این زمینه ندارند، به‌عنوان یک حرفه به آن نگاه نمی‌کنند و کمتر به اصول اخلاق حرفه‌ای پایبندند و خبرنگارانی که تجربه‌ای کمتر از ۲۰ سال دارند و همچنین تحصیلات خود را در این زمینه گذرانده‌اند، به اصول حرفه‌ای شغل خود پایبندترند (لوپوزا و همکاران، ۲۰۲۳). درعین‌حال موفقیت در هر جایگاه شغلی، مستلزم این است که شخص بداند چگونه می‌تواند کارش را به نحو مطلوبی انجام دهد و دستیابی به این مهم ممکن نیست، مگر با آگاهی از ابعاد مختلف شغل و ویژگی‌ها و شایستگی‌هایی که فرد باید واجد آن‌ها باشد. همان‌طور که اشاره شد، به‌منظور موفقیت در هر حرفه یا شغل، شخص مناسب و باصلاحیتی که به‌درستی برای آن جایگاه انتخاب شده است، باید کارش را به‌خوبی بشناسد. تجزیه و تحلیل شغل، به کشف چپستی شغل موردنظر، عناصر شکل‌دهنده‌ی آن و الزامات، ویژگی‌ها و شایستگی‌های موردنظر برای هر شغل کمک می‌کند. در زمینه روزنامه‌نگاری ورزشی نیز شناخت کامل شغل و بررسی ابعاد آن و راهبردهای توسعه توانمندی‌ها می‌تواند زمینه توسعه این رشته را در کشورمان فراهم آورد. لذا توجه ویژه به روزنامه‌نگاران ورزشی و زمینه‌سازی برای ارتقاء مهارت‌های آنان می‌تواند زمینه بهبود فضای رسانه‌ای و گرایش مردم به مصرف رسانه‌های داخلی را فراهم کند. لذا تشکیل حوزه تخصصی خبرنگاران ورزشی در وزارت ورزش و جوانان و فدراسیون‌های ورزشی، توسعه تعامل باشگاه‌ها و خبرنگاران و همچنین توجه سازمان‌های ورزشی به توسعه ظرفیت‌های خبرنگاری و ارتقاء توانمندی‌های خبرنگاران می‌تواند زمینه توسعه مهارتی خبرنگاران را پدید آورد. درعین‌حال تلاش‌های دانشگاه‌ها برای برگزاری دوره‌های تخصصی و همچنین ایجاد مطبوعات دانشجویی می‌تواند بسیار حائز اهمیت باشد. امید است نتایج پژوهش حاضر زمینه توسعه خبرنگاری تخصصی در ورزش و گرایش متخصصان علوم ورزشی به این حوزه را فراهم کند.

تقدیر و تشکر

از همه اساتیدی که ما را در این پژوهش یاری رساندن کمال تشکر را داریم.

References

- [Aujla-Sidhu, G. \(2022\) Decolonizing Journalism Education to Create Civic and Responsible Journalists in the West. *Journalism Studies*, 23\(13\), 1638-1653.](#)
- [Boczek, K., Dogruel, L., & Schallhorn, C. \(2022\). Gender byline bias in sports reporting: Examining the visibility and audience perception of male and female journalists in sports coverage. *Journalism*, 14648849211063312.](#)
- [Boczek, K., Dogruel, L., & Schallhorn, C. \(2023\). Gender byline bias in sports reporting: Examining the visibility and audience perception of male and female journalists in sports coverage. *Journalism*, 24\(7\), 1462-1481.](#)
- [Boyle, R. \(2017\). Sports journalism: Changing journalism practice and digital media. *Digital Journalism*, 5\(5\), 493-495.](#)

- [Carpenter, S., & Kanver, D. \(2017\). Journalistic expertise: A communicative approach. *Communication and the Public*, 2\(3\), 197-209.](#)
- [De Oca, J. M., Mason, S., & Ahn, S. \(2022\). Consuming for the greater good: "Woke" commercials in sports media. *Communication & Sport*, 10\(6\), 1165-1187.](#)
- [Demir, Y., & Ayhan, B. \(2022\). Being a female sports journalist on Twitter: Online harassment, sexualization, and hegemony. *International Journal of Sport Communication*. 15\(3\), 207-217.](#)
- [Falahati S., Hakazadeh M., Pourranjibr M. \(2022\). Designing a model of the media's role in the institutionalization of sports activities in Iran's leisure time. *Scientific Quarterly Journal of Communication Management in Sports Media*. 2022. \(Persian\).](#)
- [Fenton, A., Keegan, B. J., & Parry, K. D. \(2023\). Understanding sporting social media brand communities, place and social capital: A netnography of football fans. *Communication & Sport*, 11\(2\), 313-333.](#)
- [Friedrichsen, M., & Kamalipour, Y. \(2017\). *Digital Transformation in Journalism and News Media Media Management, Media Convergence and Globalization*. By Springer Nature.](#)
- [Guedes, H. F. A., & Carvalho, J. V. \(2022\). Portuguese Sports Fans Reaction to Professional Athlete's Activism on Social Media: A Systematic Literature Review. *Perspectives and Trends in Education and Technology: Selected Papers from ICITED, 2023*. 609-623.](#)
- [Khyberian, S., Alwani, S., Azar, A., Seyed Naqvi, M. \(2021\). Designing a model for attracting and employing elites in Iran's administrative system in line with the realization of the general policies of the administrative system. *Strategic and macro policies*. . \(Persian\)](#)
- [Kim, D., Kim, A., Kim, J., & Ko, Y. J. \(2022\). Symbiotic relationship between sport media consumption and spectatorship: the role of flow experience and hedonic need fulfillment. *Journal of Global Sport Management*, 7\(1\), 112-134.](#)
- [Liu, X. \(2023\). Sportswomen and Digital Media: Case Study of "Dream Crazier" Campaign. In *SHS Web of Conferences*. 155, 01004. EDP Sciences.](#)
- [Lopezosa, C., Codina, L., Fernández-Planells, A., & Freixa, P. \(2023\). Journalistic innovation: How new formats of digital journalism are perceived in the academic literature. *Journalism*, 24\(4\), 821-838.](#)
- [Marta-Lazo, C., Peñalva, S., & Rodríguez Rodríguez, J. M. \(2020\). Digital journalism competences. Systematic review of the scientific literature on new professional profiles of the journalist. *Rev. Lat. comun. soc.*, \(ART-2020-119215\).](#)
- [Matsiola, M., Spiliopoulos, P., & Tsigilis, N. \(2022\). Digital Storytelling in Sports Narrations: Employing Audiovisual Tools in Sport Journalism Higher Education Course. *Education Sciences*, 12\(1\), 51.](#)
- [McEnnis, S. \(2023\). There He Goes: The Influencer-Sports Journalism of Fabrizio Romano on Twitter and Its Implications for Professionalism. *Journalism and Media*, 4\(2\), 430-444.](#)
- [Nygren, T., & Guath, M. \(2022\). Students evaluating and corroborating digital news. *Scandinavian Journal of Educational Research*, 66\(4\), 549-565.](#)
- [Oelrichs, I. \(2023\). Adoption of innovations in digital sports journalism: The use of Twitter by German sports journalists. *Communication & Sport*, 11\(2\), 288-312.](#)
- [Omran, S. Yektayar, M., Khodamoradpour, M. \(2022\). Scenario planning for the future of sports media in the country. *Scientific Quarterly Journal of Communication Management in Sports Media*. . \(Persian\)](#)

- [Pavel, T. \(2023\). National Cyber Policies Attitude toward Digital Privacy. In *Regulating Cyber Technologies: Privacy vs Security* \(pp. 111-144\). World Scientific.](#)
- [Perreault, G. P., & Bélair-Gagnon, V. \(2022\). The Lifestyle of Lifestyle Journalism: How Reporters Discursively Manage Their Aspirations in Their Daily Work. *Journalism Practice*, 1-19.](#)
- [Perreault, G., & Bell, T. R. \(2022\). Towards a “digital” sports journalism: Field theory, changing boundaries and evolving technologies. *Communication & Sport*, 10\(3\), 398-416.](#)
- [Pourzarngar J., Rajabi Noushabadi H., Alidoost Qahfarkhi I. \(2022\). Social media model in the development of public sports. *Sports management and development*, \(Persian\)](#)
- [Pourzarngar, J., Rajabi Noushabadi, H., Alidoost Qahfarkhi, I. \(2022\). Social media model in the development of public sports. *Sports management and development*. \(Persian\)](#)
- [Ramon, X., & Rojas-Torrijos, J. L. \(2022\). Public service media, sports and cultural citizenship in the age of social media: An analysis of BBC Sport agenda diversity on Twitter. *International Review for the Sociology of Sport*, 57\(6\), 918-939.](#)
- [Rayimjanov, R. \(2022\). Definition and Classification of the System of Professional Competence of a Journalist. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 9\(2\), 610-615](#)
- [Reyes-de-Cózar, S., Pérez-Escolar, M., & Navazo-Ostúa, P. \(2022\). Digital competencies for new journalistic work in media outlets: A systematic review. *Media and Communication*, 10\(1\), 27-42.](#)
- [Saat Chian, V., Mahmoudi, A., Ghorbani, M., Izadkhah, A. \(2022\). The role of contextual factors of virtual social media in the desire to spend leisure time with the approach of sports activities. *Cultural and Communication Studies*, 18\(66\): 251-268. . \(Persian\)](#)
- [Sadri, S. R., Buzzelli, N. R., Gentile, P., & Billings, A. C. \(2022\). Sport's journalism content when no sports occur: Framing athletics amidst the COVID-19 international pandemic. *Communication & Sport*. 10\(3\), 493-516. \(Persian\)](#)
- [Stemler, S. \(2001\). An overview of content analysis. *Practical Assessment, Research & Evaluation*, 7\(17\), 137-46.](#)
- [Tayibi, M., Karamati Moghadam, M., Seyed Ameri, M. \(2022\). Identifying the motivating factors of new media in encouraging young people to do sports. *Scientific Quarterly Journal of Communication Management in Sports Media*, 10\(2\): 74-89. . \(Persian\)](#)