

Communication Management in Sports Media

Vol. 13(3) (Series 51): 167-186 (2026)

 DOI: [10.30473/jsm.2025.73139.1932](https://doi.org/10.30473/jsm.2025.73139.1932)

E-ISSN: 2538-4961

P-ISSN: 2345-5578

ORIGINAL ARTICLE

Content Analysis of Sports Radio Programs and Suggestions for Improvement

Sakineh Hashemi¹, Zhaleh Memari^{*2}, Maryam Fallah Kazemi³

1. MSc, Department of Sports Management, Faculty of Sport Science, Alzahra University, Tehran, Iran.

2. Associate Professor, Department of Sports Management, Faculty of Sport Sciences, Alzahra University, Tehran, Iran.

3. Ph.D, Department of Sports Management, Faculty of Sport Science and Physical Education, Payame Noor University, Tehran, Iran.

*Correspondence

Zhale Memari

E-mail: Zh.memari@alzahra.ac.ir

Receive Date: 23/Dec/2024

Revise Date: 07/April/2025

Accept Date: 19/April/2025

How to cite

Hashemi, S., Memari, Z., & Fallah Kazemi, M. (2026). Content Analysis of Sports Radio Programs and Suggestions for Improvement. *Communication Management in Sport Media*, 13(3), 167-186.

ABSTRACT

The role of media networks in managing and strengthening the status of sports activities and guiding people towards sports is undeniable. This study aimed to investigate the content of sports radio network programs and quality improvement strategies. This research was a descriptive and content-analysis type. The statistical community was dedicated to Iranian sports radio network programs. For analysis, the programs broadcast from April 21 to May 21, 2023, were selected as a total number.

The findings of the research were placed in two main categories and eleven sub-categories; the category "content review of sports radio network program" has two "function-based" sub-categories and "goal-oriented." Four subcategories of news, entertainment, awareness, and criticism related to the "function-based" subcategory and three subcategories of women, specialized fields, and age groups related to the "purpose-based" subcategory were reported. Also, the other category included "quality strategies," and this category had two sub-categories: "related to the media" and "related to organizations and government officials."

In general, the results showed that the coverage of the sports radio network was more in the news and entertainment group than in the information and criticism group. Therefore, it is necessary to carry out special planning in line with public/recreational sports programs, programs related to women in sports, and programs suitable for other age groups, especially children and veterans, by policymakers and experts in this field.

KEYWORDS

Content Analysis, Mass Media, Sports, Sports Radio Networks.



Copyright © 2026, by the author(s). Published by Payame Noor University, Tehran, Iran.

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

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

Extended Abstract

Introduction

The strategic plan for sports development in Iran establishes a vital four-level pyramid that underscores the progression of sports. This structured approach emphasizes sports for all development, educational sports development, championship sports development, and professional sports development at the top. Sport's governing bodies, media, and scientific sports institutions have better leverage it to conduct their strategies and ensure that their activities and resources effectively align with these specialized goals.

At the same time, the media's role is crucial; it serves as a watchdog, promotes social cohesion, preserves cultural heritage, and provides valuable education and entertainment while enriching leisure time. Sports media, including Radio Sports—the pioneering sports radio network in Iran—plays an indispensable role in this ecosystem. It is dedicated to producing compelling content that can influence public perception and steer audiences toward essential issues, all in line with the ambitious objectives of the sports development document. While recent research highlights the overwhelming focus on football in sports media, we recognize that the content of sports radio programs has yet to undergo systematic analysis. Thus, this study is imperative as it aims to thoroughly examine and compare the programming on the sports radio network and provide insightful suggestions for enhancing quality and effectiveness.

Methods

The method of conducting the present study was applied in terms of type and qualitative in terms of nature, and a content analysis approach was used, which was performed with a deductive approach. The statistical population included all-sports radio network programs in Iran Sound and New Media Radio software. The study sample included sports radio network programs over one month, in which the content of the programs was evaluated and studied from the total sampling. Data collection was carried out purposefully, and their analysis was conducted simultaneously. In addition, the seven-step Claise method was used to collect data. The researcher examined items such as peer review through coding to validate the findings, then modified and confirmed by experts.

Results

Chart 1 shows that the sports radio network programs are most active in entertainment-heroism and entertainment information, while their activity in criticism, review, and awareness raising is minimal. Additionally, these programs cover no educational sports areas, such as entertainment, news, awareness raising, criticism, and review.

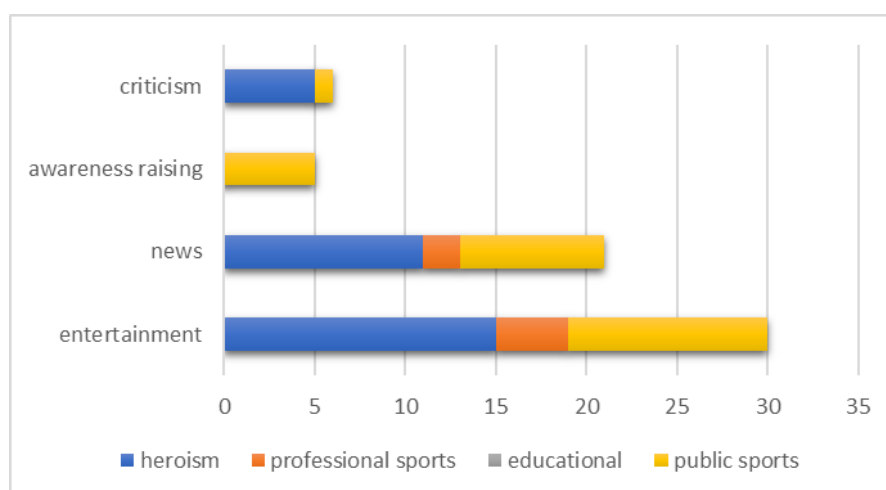


Chart 1. Scope of Activities of Radio Sports Network Programs

Chart 2. Fifty percent of the programs dealt with championship sports, 39 percent with public sports, 11 percent with professional sports, and none consistently covered educational topics.

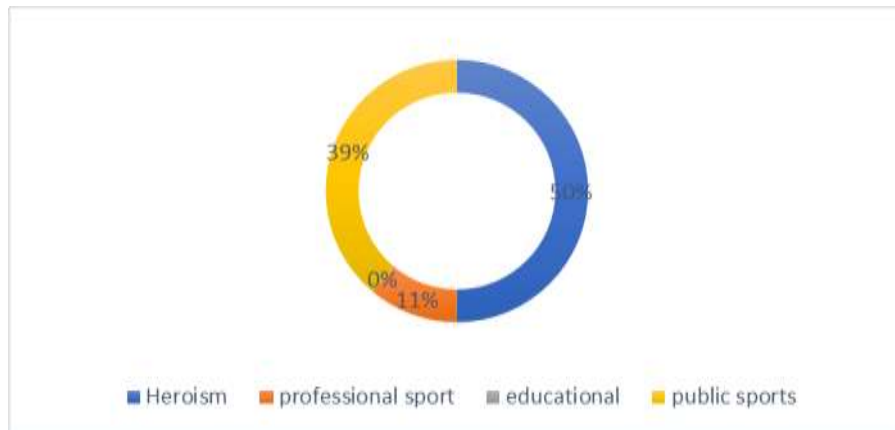


Chart 2. Sports Development and Its Levels (Public, Educational, Professional, and Championship)

Conclusion

The results indicate that the highest percentage of programming is focused on entertainment, while the lowest is on criticism and reviews. More attention should be given to developing critical programs to enhance viewer engagement and build trust in sports. Additionally, over half of the programs focus on championship sports; therefore, it is essential to establish a better balance in content production, especially considering the significance of promoting grassroots sports. Furthermore, most sports programs predominantly feature football. Creating appealing content about public sports and other medal-winning disciplines is essential to foster the growth of diverse sports. There is also a notable lack of coverage for women's sports. Since private sector sponsors are not sufficiently supporting women's sports in the country, Sports Radio is expected to play a crucial role in promoting the development of women's sports by producing dedicated content.

KEYWORDS

Content Analysis, Mass Media, Sports, Sports Radio Networks.

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»

تحلیل محتوای برنامه‌های شبکه رادیویی ورزش و ارائه پیشنهادها کیفیت بخشی

سکینه هاشمی^۱، ژاله معماری^{۲*}، مریم فلاح کاظمی^۳

چکیده

اهمیت نقش شبکه‌های رسانه در مدیریت و تقویت جایگاه فعالیت‌های ورزشی و هدایت افراد جامعه به سمت ورزش امری انکارناشدنی است. هدف از مطالعه حاضر، بررسی محتوای برنامه‌های شبکه رادیویی ورزش و راهبردهای کیفیت بخشی بود. این پژوهش توصیفی و از نوع تحلیل محتوا بود. جامعه آماری به برنامه‌های شبکه رادیویی ورزش ایران اختصاص یافت که به منظور تحلیل، برنامه‌های پخش شده در بازه زمانی یکم تا سی و یکم اردیبهشت ماه سال ۱۴۰۲ به صورت کل شمار انتخاب شدند. یافته‌های تحقیق در دوطبقه اصلی و یازده زیرطبقه قرار گرفتند که طبقه «بررسی محتوای برنامه شبکه رادیویی ورزش» دارای دو زیرطبقه «مبتنی بر کارکرد» و «مبتنی بر هدف» بود. چهار زیرطبقه خبری، سرگرمی، آگاهی بخشی و نقد و بررسی مربوط به زیرطبقه «مبتنی بر کارکرد» و سه زیرطبقه زنان، رشته‌های تخصصی و گروه سنی مربوط به زیرطبقه «مبتنی بر هدف» گزارش شدند. همچنین طبقه دیگر شامل «راهبردهای کیفیت بخشی» بود که این طبقه دارای دو زیر طبقه «مرتبط با رسانه» و «مرتبط با ارگان‌ها و مسئولین دولتی» بود. یافته‌ها براساس مدل لاسول، نشان داد پوشش دهی شبکه رادیویی ورزش در گروه خبررسانی و سرگرمی نسبت به آگاهی بخشی و نقد بیشتر بود. بنابراین پیشنهاد می‌شود برنامه‌ریزی ویژه‌ای در راستای برنامه‌های ورزش همگانی/تفریحی، برنامه‌های مرتبط با بانوان در ورزش، برنامه‌های متناسب با سایر اقشار سنی به ویژه کودکان و پیشکسوتان توسط سیاست‌گذاران و متخصصان این عرصه انجام پذیرد.

واژه‌های کلیدی

رادیو، رسانه، رسانه‌های جمعی، راهبردهای کیفیت بخشی.

۱. کارشناس ارشد، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران.
۲. دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران.
۳. دکتری، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی و تربیت بدنی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

*نویسنده مسئول: ژاله معماری

رایانامه: Zh.memari@alzahra.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۰۳

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۱/۱۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۱/۳۰

استناد به این مقاله:

هاشمی، سکینه؛ معماری، ژاله؛ و فلاح کاظمی، مریم. (۱۴۰۵). تحلیل محتوای برنامه‌های شبکه رادیویی ورزش و ارائه پیشنهادها کیفیت بخشی. فصلنامه علمی مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۱۳ (۳)، ۱۸۶-۱۶۷.

حق انتشار این مستند، متعلق به نویسندگان آن است. © ۱۴۰۵ ناشر این مقاله، دانشگاه پیام نور است. این مقاله تحت گواهی زیر منتشر شده و با رعایت شرایط مندرج در آدرس زیر مجاز است.



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

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

مقدمه

بر اساس سند جامع توسعه ورزش کشور (عارف، ۲۰۰۳)، توسعه ورزش در هرمی چهارسطحی پیش‌بینی شده و به ترتیب از قاعده به رأس شامل توسعه ورزش همگانی، آموزشی و تربیتی، قهرمانی و حرفه‌ای است. بیش از هر چیز این سند می‌تواند مبنایی برای تفکر توسعه و سهم سطوح مختلف ورزش کشور از پایه تا قهرمانی و حرفه‌ای را ارائه دهد. بدیهی است که می‌توان انتظار داشت نهادهای علمی و اجرایی کشور نیز آن را مبنای نظر قرار داده و فعالیت‌ها و سهم هزینه‌های خود را متناسب با مأموریت‌های تخصصی خود بر پایه این هرم تدارک ببینند. شبکه‌های رسانه، علاوه بر اینکه در انتقال پیام، آگاهی‌بخشی، تقویت نگرش مخاطبان و تغییر آنها سهم مؤثری دارند، به دلیل ارتباط گسترده و همه‌جانبه با عموم افراد جامعه، توانایی شناسایی نیازها و خلأهای فرهنگی-اجتماعی موجود را با سهولت بیشتری رقم‌زده و مسئولین این حوزه با برنامه‌ریزی انسجام‌یافته و مبتنی بر مطالعات نظری می‌توانند نقش ارزنده‌ای در سایر عرصه‌ها ایفا نمایند. مطالعات نظری عمده‌ای در حوزه کارکردهای رسانه مطرح گردیده است که در این میان مطالعه لاسول^۱ بر نقش نظارتی رسانه به‌عنوان یکی از اساسی‌ترین کارکردهای رسانه تأکید داشته است. ایشان معتقدند رسانه‌ها دارای کارکردهای نظارت بر محیط، ایجاد همبستگی اجتماعی در واکنش به محیط، انتقال میراث فرهنگی، آموزشی و سرگرمی و پرکردن اوقات فراغت هستند (لاسول، ۱۹۶۰).

ملایی و سلیمی (۲۰۱۹) مهم‌ترین نقش‌هایی که برای رسانه‌های گروهی مطرح می‌شود را چنین معرفی نموده‌اند: اطلاع‌رسانی و آگاهی، حمایت از قانون و نظارت بر اجرای درست قوانین، ایجاد حیطه مناسب برای برخورد عقاید گوناگون، فراهم کردن زمینه آموزش مداوم، کمک به رشد فرهنگی و فکری جامعه، فراهم کردن سرگرمی‌های آموزنده، ایجاد روحیه مشارکت و همکاری و عمده‌ترین نقشی که بر عهده دارند عبارت‌اند از: فرهنگ‌سازی، آموزش، اطلاع‌رسانی و ایجاد مشارکت اجتماعی (ملایی و همکاران، ۲۰۲۰). 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.

رسانه‌های مرتبط با اخبار ورزشی در ایران، از جایگاه ویژه‌ای در توسعه و گسترش ورزش برخوردار هستند، به‌طوری‌که در حقیقت رابطه متقابلی میان ورزش و رسانه برقرار بوده و ورزش برای رسانه به‌منظور تولید محتوا و متقابلاً رسانه نیز اشاعه‌دهنده فرهنگ ورزشی و تبلیغ‌کننده آن محسوب می‌شود (طیعی و همکاران، ۲۰۲۳). امروزه و در عصر ارتباطات، با وجود فعالیت شبکه‌های داخلی و خارجی تلویزیونی و یا پادکست‌ها و شبکه‌های اینترنتی، شبکه‌های رادیویی همچنان قابل استفاده و پرکاربرد است. همچنین، شبکه رادیویی ورزش به‌عنوان اولین شبکه‌های تخصصی با مأموریت «ترویج ورزش همگانی و تقویت هویت و افتخار ملی که هویت ورزشی در تلاش است تا از طریق برنامه‌ریزی و اجرایی نمودن فعالیت‌ها و برنامه‌های گوناگون خود به فرهنگ‌سازی، ارتقاء آموزش، اطلاع‌رسانی و مشارکت اجتماعی در حوزه ورزش همگانی و در نهایت ارتقاء سلامت فرد و جامعه بپردازد (گلنبی و همکاران، ۲۰۱۸).

رادیو به‌عنوان یک رسانه جمعی می‌تواند در تغییر دیدگاه‌های عمومی به‌منظور هدایت افراد به سمت موضوعی خاص و همچنین در توسعه محورهایی مانند ورزش و اهمیت آن برای سایر عموم و به‌ویژه گروه‌های خاص و ناتوان مؤثر باشد در تقسیم‌بندی انواع مشارکت ورزشی، چهار سطح مشارکت فعالانه ورزش در جامعه شامل ورزش تعلیم و تربیتی، ورزش همگانی و تفریحی، ورزش قهرمانی و ورزش حرفه‌ای در سند نظام جامع توسعه ورزش کشور عنوان شده است (عاشقی و همکاران، ۲۰۲۲).

همچنین مول و همکاران^۲ (۲۰۰۵) در رویکرد سلسله‌مراتبی ورزش، ساختار ورزش را به ترتیب در چهار بخش آموزشی-تربیتی، قهرمانی، همگانی-تفریحی و حرفه‌ای تعیین کرده‌اند و اذعان داشته‌اند ورزش‌های آموزشی در مراتب اولیه و در قاعده هرم و ورزش‌های حرفه‌ای در رده‌های توسعه‌یافته و رأس هرم وجود دارند. بر اساس این مدل با انجام ورزش‌های آموزشی در سطح گسترده و ترغیب افراد جامعه به سمت ورزش‌های همگانی و تفریحی؛ زمینه استعدادیابی و

شود تا بتوان به‌طور اساسی و بنیادین در راستای سیاست‌گذاری عادلانه و کاربردی‌تر، برنامه‌ریزی دقیق‌تر و بهینه‌سازی امور متناسب با بودجه مالی تعریف شده تدابیر مناسب اندیشید (دهقان، ۲۰۲۳).

بنابراین، هدف از انجام این مطالعه، بررسی و مقایسه محتوای برنامه‌های شبکه رادیویی ورزش و ارائه پیشنهادی کیفیت‌بخشی آن بود.

روش‌شناسی پژوهش

روش انجام مطالعه حاضر، به لحاظ نوع، کاربردی و از نظر ماهیت پژوهش کیفی و با رویکرد تحلیل محتوا بود که با رویکرد قیاسی^۱ انجام شد. در رویکرد قیاسی محقق به دنبال درک مفاهیم و استدلال روابط از کل به جزء بوده و اساس فلسفه موردنظر، خردگرایانه است. در رویکرد قیاسی، از طریق معلومات کلی، مجهولات جزئی را کشف می‌شود، یعنی از کنار هم گذاشتن واقعیات پذیرفته شده و استنتاج یک نتیجه از آن حاصل می‌شود. این رویکرد، به پژوهشگر کمک می‌کند تا با استفاده از نظریه‌های موجود پدیده‌هایی را که به وقوع می‌پیوندد پیش‌بینی کند. همچنین، جامعه آماری شامل کلیه برنامه‌های شبکه رادیویی ورزش در نرم‌افزار ایران صدا و رسانه نوین رادیو بود. نمونه مطالعه دربرگیرنده برنامه‌های شبکه رادیویی ورزش در بازه زمانی یک‌ماهه بود که در این بخش از نمونه‌گیری کل‌شمار به ارزیابی و مطالعه محتوای برنامه‌ها پرداخته شد. از آنجایی که معمولاً عناوین برنامه‌های رادیوهای تخصصی به‌صورت دوره‌ای در طول هفته و یا ماه، تکرار می‌شود، محقق در بازه زمانی مشخص شده، اقدام به بررسی شنیداری برنامه‌ها در آرشیوهای موجود نمود. انجام مطالعه تا تحلیل تمام برنامه‌ها در بازه تحقیق ادامه یافت ملاک‌های ورود برنامه‌ها شامل برنامه‌های آرشیوی شبکه رادیویی ورزش در نرم‌افزار ایران صدا و رسانه نوین رادیو بود و تمامی برنامه‌های پخش شده در رادیو ورزش در بازه زمانی یک‌ماهه بود و ملاک خروج برنامه‌های پخش شده خارج از بازه زمانی مذکور بود. جمع‌آوری داده‌ها به روش هدفمند انجام و تحلیل آنها به‌صورت همزمان انجام شد. ضمناً، برای گردآوری داده‌ها

علاقه‌مندی افراد به نحو مطلوب‌تری فراهم شده و از این طریق افراد مستعد به سمت ورزش قهرمانی و افراد نخبه به سمت ورزش حرفه‌ای رهنمون خواهند شد. بنابراین ورزش آموزشی و تفریحی به‌عنوان پایه و اساس برای ورزش قهرمانی و حرفه‌ای در نظر گرفته می‌شود (مول و همکاران، ۲۰۰۵). بدین ترتیب لازم است در راستای توسعه و مدیریت فعالیت‌های ورزشی، برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌های کلی در جامعه متناسب با بخش‌های چهارگانه ورزش همگانی، آموزشی، قهرمانی و حرفه‌ای به‌طور نظام‌مند در نظر گرفته شود (دهقان و همکاران، ۲۰۲۳).

رادیو ورزش به‌عنوان اولین شبکه انحصاری ورزشی در ایران متعهد است که ضمن برنامه‌ریزی برای ارتقاء کارکرد ورزشی بالاتر افراد، از برنامه‌های منسجم مختص سایر اقشار نیز استفاده نماید، زیرا در یک جامعه افرادی با سبک‌ها و علایق متنوع زندگی می‌کنند که باید در تولید محتوای برنامه به این مهم توجه نمود تا در نتیجه، رسانه‌ها نیز تعهد بیشتری نسبت به مسئولیت‌ها و نقش اجرایی خود داشته باشند (هاشمیان و همکاران، ۲۰۲۳). تا به امروز در پژوهش‌های گوناگونی به نقش و اهمیت رسانه (شبکه‌های تلویزیونی، مطبوعات و رادیو و ...) در مدیریت فعالیت‌های ورزشی پرداخته شده است اما در این میان مسئله قابل توجه آن است که پوشش فعالیت‌های ورزشی به لحاظ جمعیت هدف، رشته‌های تخصصی و حوزه ورزشی همسان نبوده و همواره حوزه ورزش‌های قهرمانی و حرفه‌ای بیشتر از سایر بخش‌ها مورد توجه شبکه‌های رسانه واقع شده است (خواجه صالحانی و همکاران، ۲۰۲۴). همچنین خسروزاده و همکاران (۲۰۲۴) نیز نشان دادند بین محتوای برنامه‌های ورزشی شبکه‌های تلویزیونی استانی منتخب براساس پوشش رشته‌های ورزشی تفاوت معنی‌داری وجود دارد و رشته ورزشی فوتبال بیشترین پوشش را نسبت به سایر رشته‌های ورزشی دارند. طبق گزارش‌های حاصل، عدم اولویت‌بندی سیستمی در برنامه‌های ورزشی و توجه دوجندان بر بخش قهرمانی و حرفه‌ای ورزش در جامعه ایرانی، از مسائل قابل تأملی است که لازم است در برنامه‌ریزی‌های آتی مورد توجه متخصصان واقع گردد (خسروزاده و همکاران، ۲۰۲۴).

افزون بر این، در گام‌های اولیه ضرورت دارد مطالعاتی در حوزه عملکرد کنونی رسانه‌ها به‌منظور پایش وضعیت انجام

اعتبار و اطمینان‌پذیری است، استفاده شد. به‌منظور اعتبار یافته‌ها از مواردی مثل بازیابی توسط همکاران از طریق کدگذاری توسط محقق و سپس توسط استادان و متخصص کیفی مورد بررسی قرار گرفت و برخی کدها اصلاح گردیدند. به‌منظور اطمینان‌پذیر، فایل صوتی ضبط شده برنامه‌ها، یادداشت‌برداری‌ها در هنگام گوش دادن به برنامه‌ها، متون پیاده شده برنامه‌های آرشیو شده و سپس مصاحبه‌ها کلمه به کلمه نوشته شده و مراحل با دقت ثبت و داده‌ها نگهداری گردیدند.

یافته‌های پژوهش

بر اساس جدول شماره ۱، اطلاعات توصیفی برنامه‌های شبکه رادیویی ورزش شامل نام برنامه، روز و ساعت پخش، مدت‌زمان پخش هر برنامه، کارشناس و مهمان برنامه‌ها می‌شود آورده شده است.

از روش هفت مرحله‌ای کولایزی استفاده شد که شامل: ۱) پیاده‌سازی برنامه‌ها به‌صورت کلمه به کلمه بر کاغذ و بازخوانی چندین باره متن پیاده شده به‌منظور ارزیابی دقیق‌تر، ۲) استخراج عبارت‌های مهم و معنادار از برنامه‌های مورد مطالعه، ۳) استخراج مفاهیم فرموله، به‌صورتی که از هر عبارت یک مفهوم بندی معنادار و مرتبط با جمله اصلی استنباط گردد، ۴) استخراج کدها و طبقه‌بندی آن‌ها بر اساس شباهت‌ها و تفاوت‌ها، ۵) ایجاد دسته‌های کلی‌تر از نتایج جهت توصیف جامع از برنامه مورد بررسی، ۶) توصیف جامع از پدیده موردنظر و ۷) اعتبارسنجی یافته‌ها بود (کولایزی، ۱۹۷۸). تجزیه و تحلیل داده‌ها در سه مرحله اصلی آمادگی، سازماندهی و گزارش‌دهی انجام شد (گرانهام و لوندمن ۲۰۰۴). همچنین تحلیل داده‌ها با استفاده از نظریه کارکردی رسانه لاسول و بر مبنای چهار سطح مشارکت فعالانه ورزش در جامعه انجام شد. به‌منظور اعتبار و صحت داده‌ها در مطالعه حاضر از معیار گوبا و لینکولن که شامل

جدول ۱. اطلاعات توصیفی برنامه‌های شبکه رادیویی ورزش

Table 1. Descriptive information about sports radio network programs

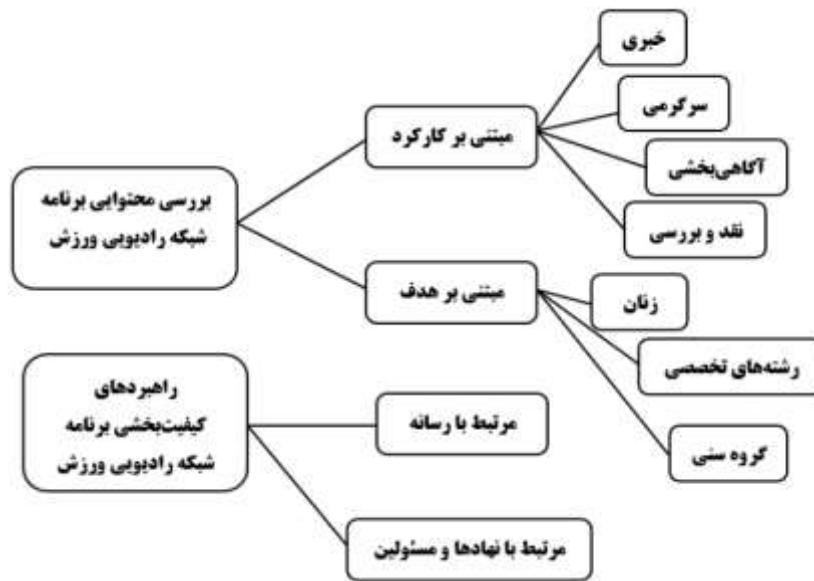
نام برنامه	روز پخش	ساعت پخش	مدت‌زمان پخش (دقیقه)	مهمان و کارشناس برنامه	حوزه فعالیت		
					آموزشی	همگانی	حرفه‌ای
صبح و ورزش	شنبه تا پنجشنبه	۶:۰۰	۱۰۵	مهمان و کارشناس		*	
بانوی ایرانی	شنبه تا پنجشنبه	۸:۰۰	۳۰	ارتباط تلفنی مهمان			*
ایران خاک دلیران	شنبه تا پنجشنبه	۸:۳۰	۳۰	مهمان ارتباط تلفنی		*	
جهان ورزش	شنبه تا پنجشنبه	۱۵:۰۰/۹:۰۰	۶۰	کارشناس و مهمان		*	
عید عاشقی	صرفاً دو روز اول اردیبهشت‌ماه	۱۰:۰۰	۱۲۰	ندارد		*	
گلخونه	شنبه تا چهارشنبه	۱۰:۰۰	۹۰	مهمان و کارشناس		*	
هوادار	پنجشنبه‌ها	۱۰:۰۰	۹۰	مهمان		*	
باشگاه بانوان	شنبه تا پنجشنبه	۱۱:۳۰	۳۰	مهمان			*
به‌اضافه ورزش	هرروز	۱۲:۲۰	۴۰	مهمان		*	
نیمکت	شنبه تا پنجشنبه	۱۳:۱۵	۴۵	ندارد		*	
خط اول	شنبه تا پنجشنبه	۱۴:۰۰	۳۰	مهمان		*	
داستان زندگی من	هرروز	۱۴:۳۰	۱۵	مهمان		*	
فردا روشن است	متغیر	۱۴:۴۵	۱۵	مهمان		*	
گزارش ورزشی	متغیر	متغیر	۲۰	کارشناس		*	
نسخه ورزشی	متغیر	۱۴:۴۵	۱۵	مهمان		*	
از فوتبال چه خبر؟	شنبه تا پنجشنبه	۱۶:۰۰	۶۰	مهمان تلفنی		*	

نام برنامه	روز پخش	ساعت پخش	مدت زمان پخش (دقیقه)	مهمان و کارشناس برنامه	حوزه فعالیت		
					آموزشی	همگانی	حرفه‌ای
عصرانه	شنبه تا پنجشنبه	۱۷:۰۰	۹۰	ندارد		*	
مستند ورزشی	هرروز	۱۸:۰۰	۳۰	کارشناس و مهمان		*	
همیشه با ورزش	شنبه تا پنجشنبه	۱۹:۰۰	۶۰	کارشناس و مهمان		*	
همگام با لیگ	متغیر	متغیر	۱۵	کارشناس		*	
از سوت تا سکو	هرروز	۲۰:۰۰	۶۰	ندارد		*	
نمایش	هرروز	۲۲:۰۰	۳۰	ندارد		*	
آوای مرشد	جمعه	۶۰:۰۰		ندارد		*	
صبح تازه	جمعه	۷:۰۰	۶۰	ندارد		*	
گردش و ورزش	جمعه	۰۸:۰۰	۹۰	ندارد		*	
بانوان سلامت باشید	جمعه	۹:۴۵	۱۵	مهمان		*	
گلچین	جمعه	۱۰:۰۰	۱۰۵	ندارد		*	
نامه پهلوانی	جمعه	۱۳:۱۵	۱۵	ندارد		*	
پهلوانان ماندگارند	جمعه	۱۳:۳۰	۳۰	ندارد		*	
اتاقی در حومه خاطرات	جمعه	۱۴:۰۰	۶۰	ندارد		*	
مناظره ورزشی	جمعه	۱۶:۰۰	۹۰	مهمان		*	
ضیافت پهلوانان	جمعه	۱۸:۰۰	۹۰	ندارد		*	
محوطه گفتگو	جمعه	۱۸:۰۰	گزارش فوتبال	کارشناس		*	
داورانه	جمعه	۱۹:۰۰	۶۰	کارشناس و مهمان		*	
باشگاه خبر	هرروز	۲۱:۰۰	۶۰	کارشناس و مهمان		*	

فرایند کدگذاری جملات و عبارات، در نهایت دوطبقه اصلی، یازده زیرطبقه و ۱۴۸ کد به دست آمد که طبقه «بررسی محتوایی برنامه شبکه رادیویی ورزش» دارای دو زیرطبقه «مبتنی بر کارکرد» و «مبتنی بر هدف» بود. چهار زیرطبقه «خبری»، «سرگرمی»، «آگاهی بخشی» و «نقد و بررسی» مربوط به زیرطبقه «مبتنی بر کارکرد» و سه زیرطبقه «زنان»، «رشته‌های تخصصی» و «گروه سنی» مربوط به زیرطبقه «مبتنی بر هدف» گزارش شدند. همچنین طبقه دیگر این مطالعه شامل «راهبردهای کیفیت‌بخشی برنامه شبکه رادیویی ورزش» بود که این طبقه دارای دو زیر طبقه «مرتبط با رسانه» و «مرتبط با ارگان‌ها و مسئولین دولتی» بود. شمای کلی یافته‌ها در نمودار ۱ ارائه شده است:

همان‌طور که از محتوای جدول یک می‌توان دریافت، از میان ۳۵ برنامه مورد بررسی، ۹ مورد از برنامه‌ها (صبح و ورزش، جهان ورزش، گلخونه، گزارش ورزشی، مستند ورزشی، همیشه با ورزش، همگام با لیگ، داورانه و باشگاه خبر) دارای کارشناس تخصصی بوده و در بقیه برنامه‌ها، صرفاً ارتباط تلفنی با مهمانان برنامه برقرار می‌شد. همچنین در کلیه برنامه‌ها مجری متخصص حضور داشت. همچنین بیشتر برنامه‌های شبکه بدون کارشناس و مهمان بوده و ۳۳ درصد از برنامه‌ها فقط مهمان و ۲۰ درصد از برنامه‌ها همزمان کارشناس و مهمان و ۱۱ درصد از برنامه‌ها فقط کارشناس داشتند.

نمودار شماره ۱ طبقات اصلی و زیرطبقات را نشان می‌دهد. بر اساس هدف اصلی مطالعه که عبارت بود از مطالعه محتوای برنامه‌های شبکه رادیویی ورزش طی



نمودار ۱. شمای کلی یافته‌های تحقیق

Chart 1. Overview of research findings

• **در زیرطبقه سرگرمی** برخی کدها شامل برنامه صبحگاهی، اجرای طنز، آواز مرشد زورخانه، بخش زنگ ورزش، قصه‌گویی طنز ورزشی، پخش موسیقی و برنامه مناسبتی با ماه مبارک رمضان بود.

• **در زیرطبقه آگاهی بخشی** کدهای مربوطه عبارت از فواید ورزش منظم، مهم‌ترین اهداف توسعه ورزش، خلاقیت و کارآفرینی ورزشی ورزشکاران، آسیب‌های ورزشی و داروها و مکمل‌ها و تمرینات ورزشی جهت جلوگیری از عارضه‌ها می‌باشد.

• **در زیرطبقه نقد و بررسی** برخی کدهای مربوطه شامل ساخت و نگهداری اماکن ورزشی به‌ویژه مجموعه ورزشی آزادی، حاشیه‌های ورزش ایران و جهان، مسائل روز دو تیم پرسپولیس و استقلال، مسائل کلان مدیریتی باشگاه‌ها، داوری بانوان و مسائل حقوقی و صحبت از داوری دربی و لیگ و غیره می‌باشد.

با بررسی مطالب فوق می‌توان دریافت که برنامه‌های پخش شده در حوزه سرگرمی و خبری بالاترین میزان را داشته و کمترین حوزه مورد بررسی شامل حوزه آگاهی بخشی و آموزش بوده است که به تفصیل در جدول ۲ و نمودار مربوطه در قسمت ذیل آورده شده است.

- طبقه اصلی اول: بررسی محتوایی برنامه شبکه رادیویی ورزش
به‌منظور بررسی محتوایی برنامه‌های پخش شده توسط شبکه رادیویی ورزش که تعداد ۳۵ برنامه مورد مطالعه قرار گرفت، متناسب با اهداف مطالعه، دو زیرطبقه «مبتنی بر کارکرد» و «مبتنی بر هدف» استخراج شد.

زیرطبقه مبتنی بر کارکرد: بر اساس نتایج حاصل از کدگذاری و استخراج معانی مربوطه از برنامه‌ها، مشخص گردید برنامه‌های تدوین‌شده بر اساس «کارکرد» در زیرطبقه‌های خبری، سرگرمی، آگاهی بخشی و نقد و بررسی جای گرفتند:

• **در زیرطبقه خبری** برخی کدها شامل مواردی اعم از نشست خبری سرمربی‌های پرسپولیس و استقلال، اخبار مسابقات و اردوهای ورزشی، معرفی بانوان قهرمان، معرفی قهرمانان و افتخارآفرینان استان، اخبار دربی و لیگ فوتبال، مرحله نیم‌نهایی بسکتبال لیگ غرب آسیا و اخبار لیگ فوتبال اروپا ذکر شد.

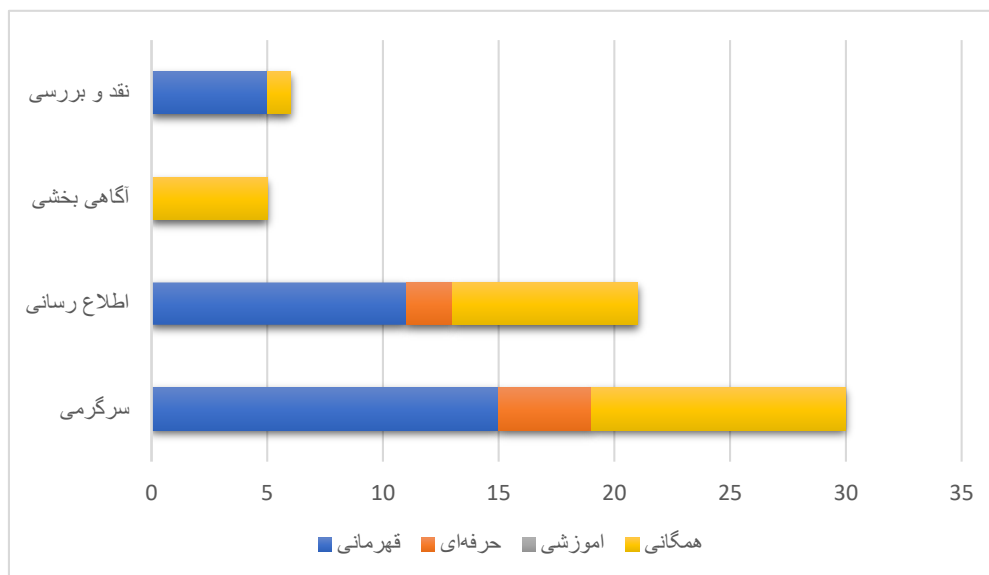
جدول ۲. ماتریس دوبعدی حوزه فعالیتی برنامه‌های شبکه رادیویی ورزش

Table 2. Two-dimensional matrix of the activity area of sports radio network programs

سطوح فعالیت‌های ورزشی زیرطبقات مبتنی بر کارکرد	سطح قهرمانی			همگانی
	سطح حرفه‌ای	آموزشی	همگانی	
سرگرمی	آوای مرشد-نامه پهلوانی-پهلوانان ماندگار-اتاقی در حومه خاطرات-پرده آخر-ضیافت پهلوانان-داستان زندگی من-فردا روشن است	×	صبح و ورزش-گلخونه-نیمکت-عصرانه-از سوت تا سکو-صبح تازه-گردش و ورزش-گلچین	
خبری	جهان ورزش-به‌اضافه ورزش-باشگاه خبر-گزارش ورزشی-همگام با لیگ	×	ایران خاک دلیران-باشگاه خبر	
آگاهی بخشی	×	×	نسخه ورزشی-مستند ورزشی-صبح تازه-بانوان سلامت باشید	
نقد و بررسی	خط اول-از فوتبال چه خبر-همیشه با ورزش-مناظره ورزشی-داوران	×	×	

حرفه‌ای مورد بررسی قرار گرفتند که متناسب با مطالعه پژوهشگر در دسته‌بندی مختص به خود جای گرفتند و در نمودار میله‌ای شماره ۲ به‌صورت ماتریس دوبعدی نمایه شده است.

همان‌طور که در جدول ۲ قابل مشاهده است برنامه‌های شبکه رادیو در چهار زیرطبقه سرگرمی، خبری، آگاهی بخشی و نقد و بررسی که در ستون عمودی گزارش شده است و چهار سطح ورزش همگانی، آموزشی، قهرمانی و

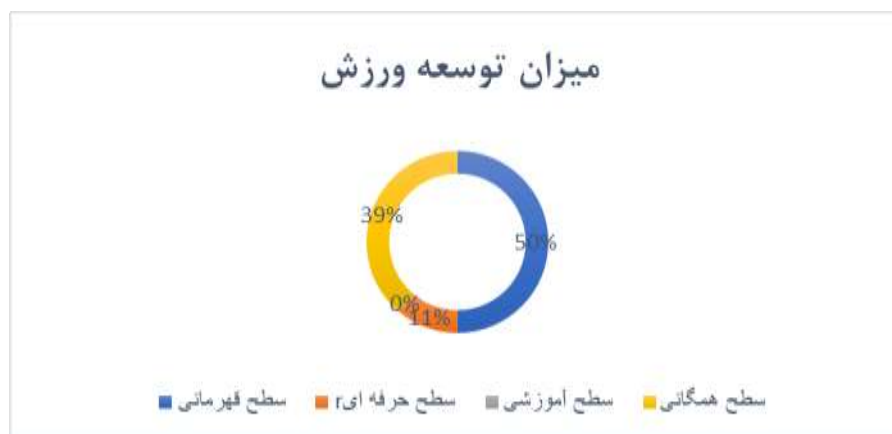


نمودار ۲. حوزه فعالیت‌های برنامه‌های شبکه رادیویی ورزش

Chart 2. Scope of activities of sports radio network programs

ورزش آموزشی که به برنامه‌های ورزش و تربیت بدنی در واحدهای آموزش رسمی شامل مدارس، دانشگاه‌ها و موسسه‌های آموزش عالی می‌پردازد. ورزش همگانی تفریحی همان شرکت آزاد و اختیاری افراد جامعه در انواع بازی‌ها، سرگرمی‌ها و تفریح و ورزش‌های غیررسمی می‌باشد. ورزش حرفه‌ای عرصه رقابت باشگاه‌ها و تیم‌هاست و ورزشکار درازای فعالیت خود پاداش و دستمزد دریافت می‌کند. ورزش قهرمانی نیز به پوشش‌دهی اسطوره‌های ورزشی و اخلاق و ادب در ورزش می‌پردازد. بر این اساس برنامه‌های منتخب مورد بررسی قرار گرفت که نتایج در نمودار شماره ۳ گزارش شده است.

با ملاحظه نمودار فوق می‌توان گفت که فعالیت برنامه‌های شبکه رادیو ورزش در حوزه سرگرمی-قهرمانی و سرگرمی-اطلاع‌رسانی بیشترین و در حوزه نقد و بررسی و آگاهی بخشی کم‌ترین فعالیت را داشته است و در سطح ورزش آموزشی در هیچ‌کدام از حوزه‌های مدنظر پژوهش (سرگرمی، خبری، آگاهی بخشی، نقد و بررسی) برنامه‌های رادیویی شبکه ورزش آن را پوشش‌دهی نکرده است. به عبارتی طبق ساختار ورزش کشور، ورزش در تقسیم‌بندی نظام جامع ورزش کشور، به چهار حوزه اصلی آموزشی، همگانی-تفریحی، قهرمانی و حرفه‌ای تقسیم می‌شود.



نمودار ۳. توسعه ورزش و سطوح آن (همگانی، آموزشی، حرفه‌ای و قهرمانی)

Chart 3. Development of sports and its levels (public, educational, professional and championship)

• **توجه به نقش زنان:** با توجه به برنامه‌های پخش شده شبکه رادیو ورزش که بررسی شد از بین برنامه‌ها سه عنوان برنامه «بانوی ایرانی»، «باشگاه بانوان» و «بانوان سلامت باشید» که فقط به بانوان اختصاص داشتند و به‌طور کامل به موضوعات، اخبار ورزشی بانوان، معرفی بانوان قهرمان، صحبت در حوزه پزشکی ورزشی و سلامتی و همچنین صحبت با بانوان مسئول در هیئت‌ها و فدراسیون‌های مختلف بود. همچنین در برنامه‌های دیگر شبکه رادیو ورزش هم نیز علاوه بر ورزش آقایان و معرفی قهرمانان ورزشی به بانوان هم اختصاص داشت که از جمله این برنامه‌ها می‌توان به جهان ورزش، گلخونه، داورانه، به‌اضافه ورزش، از فوتبال چه خبر؟، باشگاه خبر، داستان زندگی من، فردا روشن است، همیشه با

• بنابراین می‌توان گفت ۵۰ درصد از برنامه‌ها به ورزش قهرمانی، ۳۹ درصد به ورزش همگانی، ۱۱ درصد به ورزش حرفه‌ای پرداخته و هیچ‌کدام از برنامه‌ها به‌طور منسجم مبحث آموزشی- تربیتی را پوشش دهی نکردند. همچنین مطابق آنچه در جدول شماره ۲ مربوط به برنامه‌های متناسب با رسالت و مأموریت شبکه رادیو ورزش که ترویج ورزش همگانی بود، گزارش شد بررسی‌ها نشان داد از میان مجموع ۳۵ برنامه شبکه رادیو ورزش فقط ۱۴ مورد از برنامه‌ها هدفشان فعالیت در سطح ورزش همگانی بوده است که شامل صبح و ورزش، مستند ورزشی، بانوان سلامت باشید، صبح تازه، گلچین، گلخونه، گردش و ورزش، ایران خاک دلیران، نیمکت، عصرانه، از سوت تا سکو می‌باشد. زیرطبقه مبتنی بر هدف، در سه زیرطبقه ارائه شده است:

ورزش، ضیافت پهلوانان، مناظره ورزشی، خط اول و ایران خاک دلیران می‌باشد.
 بنابراین مطابق با جدول ۴ شماره ۳ برنامه‌های شبکه رادیویی ورزش که مختص بانوان می‌باشد؛ می‌توان گفت

جدول ۳. برنامه‌های شبکه رادیویی ورزش مختص بانوان

Table 3. Sports radio network programs specifically for women

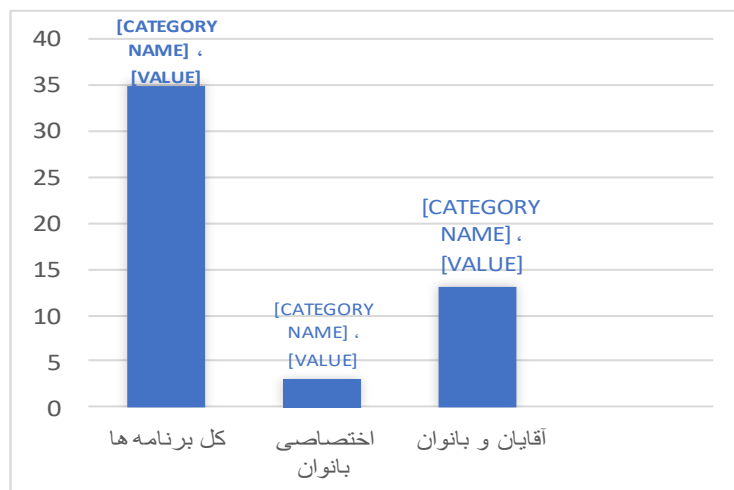
نام برنامه	مجری	مخاطبین برنامه
باشگاه بانوان	خانم	اختصاصی بانوان
بانوان سلامت باشید	خانم	اختصاصی بانوان
بانوی ایرانی	خانم	اختصاصی بانوان
جهان ورزش	آقا	آقایان و بانوان
گلخونه	خانم و آقا	آقایان و بانوان
داورانه	آقا	آقایان و بانوان
به اضافه ورزش	آقا	آقایان و بانوان
از فوتبال چه خبر؟	آقا	آقایان و بانوان
باشگاه خبر	آقا	آقایان و بانوان
داستان زندگی من	خانم	آقایان و بانوان
همیشه با ورزش	آقا	آقایان و بانوان
فردا روشن است	خانم	آقایان و بانوان
مناظره ورزشی	آقا	آقایان و بانوان
خط اول	آقا	آقایان و بانوان
ضیافت پهلوانان	خانم آقا	آقایان و بانوان
ایران خاک دلیران	آقا	آقایان و بانوان

مطابق نمودار ۴ فعالیت شبکه رادیو ورزش در حوزه بانوان نشان می‌دهد که ۶ درصد از کل برنامه‌های رادیو اختصاص به بانوان داشته است.



نمودار ۴. فعالیت شبکه‌ی رادیو ورزش در حوزه بانوان

Chart 4. The activities of the sports radio network in the field of women

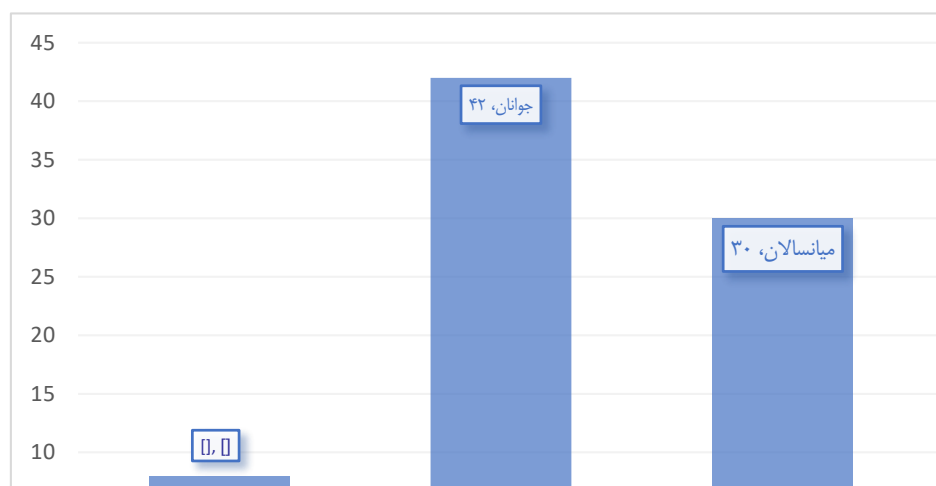


نمودار ۵. فعالیت شبکه رادیو ورزش بر اساس رشته تخصصی

Chart 5. Sports radio network activity based on specialized field

مشخص شد برنامه‌های شبکه رادیویی ورزش از نظر توجه به جمعیت هدف توجه بیشتری به گروه سنی میانسالان و جوانان و توجه کمتری به گروه سنی پیشکسوتان و نوجوانان دارد.

توجه به گروه سنی: در این پژوهش که شبکه رادیو ورزش در گروه رادیوهای تخصصی قرار می‌گیرد و گروه مخاطب بر اساس طیف سنی به چهار گروه کودک و نوجوان، جوانان، میانسالان و پیشکسوتان تقسیم شدند که



نمودار ۶. میزان پوشش دهی شبکه رادیویی ورزش بر اساس رده‌های سنی

Chart 6. Sports radio network activity based on specialized field

همگانی مناسب قشرهای مختلف سنی و نیازسنجی روزانه بر اساس دغدغه‌های مخاطبان بود.

زیرطبقه مرتبط با ارگان‌ها و سازمان‌های دولتی: برخی کدهای استخراج شده از این زیرطبقه نیز شامل حمایتگری کارآمد از جایگاه و حقوق داوری در ورزش، توجه به مسائل مرتبط با بیمه کارکنان، نظارت متناسب و مبتنی بر

طبقه اصلی دوم: راهبردهای کیفیت‌بخشی برنامه شبکه رادیویی ورزش در دو زیرطبقه ارائه شده است: زیرطبقه مرتبط با رسانه: در این بخش مطابق با بررسی برنامه‌ها و استخراج کدهای به دست آمده برخی کدهای تکرار شده شامل مواردی از جمله اولویت بخشیدن به برنامه‌های اثرگذار، طراحی و تدوین برنامه‌های مرتبط با ورزش

راهنمایی)، انتقال میراث فرهنگی (نقش آموزشی) و سرگرمی و پرکردن اوقات فراغت می‌باشد و اصلی‌ترین کارکرد رسانه متکی بر نظارت، مراقبت و تهیه و انتقال خبر می‌باشد.

• با در نظر گرفتن میزان سطوح مشارکتی حوزه‌های چهارگانه ورزشی در پژوهش حاضر مشخص شد فعالیت برنامه‌های شبکه رادیو ورزش در حوزه سرگرمی_قهرمانی و سرگرمی_اطلاع‌رسانی بیشترین و در حوزه نقد و بررسی و آگاهی بخشی کم‌ترین فعالیت را داشته است و در سطح ورزش آموزشی فعالیت قابل توجهی نداشته است. نتایج این مطالعه با مطالعه کیانی و نظری (۲۰۲۲) مبنی بر توجه بیشتر رسانه‌ها به بخش سرگرمی و اطلاع‌رسانی مطابقت دارد (کیانی و نظری ۲۰۲۲). همچنین، در پژوهشی که معصومی و همکاران (۲۰۱۹) به بررسی عملکرد دو شبکه پرمخاطب کانادایی و نوژی پرداختند؛ نشان دادند که موفقیت این دو شبکه حاکی از عملکرد خوب هر دو رسانه در بهره‌برداری از چهار کارکرد اصلی، خبری، راهنمایی، آموزشی و سرگرمی بوده است و بخش خبری نیز از اصلی‌ترین کارکردهای این شبکه بوده است؛ لذا رویکرد برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری محتوایی هر دو شبکه در نهایت می‌تواند الگوی مناسبی برای توسعه کارکردهای رسانه ملی کشور محسوب گردد (معصومی و همکاران، ۲۰۱۹).

• بر اساس اطلاعات به دست آمده از نتایج پژوهش حاضر مشخص شد مدیران برنامه‌های شبکه رادیویی ورزش در حوزه نقد و بررسی نیز بسیار محدود عمل کرده و فعالیت کم‌رنگی دارند. مطابق با این یافته، ملانی و سلیمی (۲۰۱۹) پژوهشی با هدف بررسی پوشش رسانه‌ای فساد در فوتبال ایران انجام دادند و بیان کردند به‌طور کلی، رسانه یکی از ابزارهای کنترلی قوی در بحث کنترل فساد در حوزه‌های مختلف اجتماعی و به‌ویژه ورزش محسوب می‌شود. بنابراین با توجه به پرمخاطب بودن رادیو و تلویزیون نسبت به رسانه‌های چاپی و گاهی بر خط، صدا و سیما با طراحی و اجرای برنامه‌های انتقادی و تحلیلی بیشتر، می‌تواند به القای تدابیر مؤثری در پیشگیری از فساد و تخلف در ورزش اقدامات مناسب‌تری انجام دهد (ملایی و سلیمی، ۲۰۱۹).

بی‌طرفی بر برنامه‌های شبکه‌های رادیو ورزش در راستای ارتقای سبک زندگی سالم و ورزش همگانی، انجام غربالگری در سطح کشور در خصوص بیماری‌های زمینه‌ای و ترغیب کلیه افراد به انجام ورزش به‌طور مداوم و تخصیص بودجه مستقل بر کارگروه‌های مرتبط رسانه بود.

زیرطبقه مرتبط با ارگان‌ها و سازمان‌های دولتی

برخی کدهای استخراج شده از این زیرطبقه نیز شامل حمایت‌گری کارآمد از جایگاه و حقوق داوری در ورزش، توجه به مسائل مرتبط با بیمه کارکنان، نظارت متناسب و مبتنی بر بی‌طرفی بر برنامه‌های شبکه‌های رادیو ورزش در راستای ارتقاء سبک زندگی سالم و ورزش همگانی، انجام غربالگری در سطح کشور در خصوص بیماری‌های زمینه‌ای و ترغیب کلیه افراد به انجام ورزش به‌طور مداوم و تخصیص بودجه مستقل بر کارگروه‌های مرتبط رسانه بود.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از انجام پژوهش حاضر، بررسی محتوای برنامه‌های شبکه رادیویی ورزش و ارائه راهکارهای مبتنی بر کیفیت‌بخشی بود. نتایج حاصل از استخراج داده‌ها و کدهای بدست آمده نشان داد به‌منظور بررسی محتوایی برنامه‌های شبکه رادیویی ورزش دو زیرطبقه «مبتنی بر کارکرد» و «مبتنی بر هدف» حاصل شد. بر اساس نتایج حاصل مشخص گردید برنامه‌های تدوین‌شده بر اساس «کارکرد» در زیرطبقه‌های خبری، سرگرمی، آگاهی بخشی و نقد و بررسی جای می‌گیرند. همچنین مشخص شد مضمون برنامه‌ها در حوزه سرگرمی و خبری بالاترین میزان را داشته و کمترین حوزه مورد بررسی شامل حوزه آگاهی بخشی و آموزش بوده است.

• به‌منظور تبیین یافته‌ها، بر اساس نظریه کارکردهای رسانه لاسول^۱ (۱۹۴۸) و رایت^۲ (۱۹۶۰) کارکردهای رسانه شامل کارکرد نظارت بر محیط (نقش خبری)؛ ایجاد همبستگی اجتماعی در واکنش به محیط (نقش ارشادی یا

ورزشی صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران توجه زیادی به ورزش قهرمانی آقایان داشته است و از ورزش تربیتی که همان ورزش مدارس و دانشگاه‌ها است کمتر صحبت می‌شود و رسانه‌های ورزشی و مسئولین در بیانیه‌های خود به آنها توجه کافی ندارند (نقوی و خادم، ۲۰۲۴). همچنین در این راستا، مطالعه کشر (۲۰۲۱) نیز نشان داد رسانه‌ها بر ساختار ورزش کشور تأثیر دارند و این تأثیر بر ورزش قهرمانی بیش از ورزش همگانی و آموزشی می‌باشد که پیشنهاد می‌گردد با توجه به نقش ورزش همگانی و آموزشی بر سلامت جسمانی و روانی افراد در جامعه، رسانه‌ها فعالیت و تبلیغات بیشتری در این زمینه داشته باشند کشر، ۲۰۲۱).

مطابق با این، آریامنش و همکاران (۲۰۱۸) نشان دادند معمولاً بیشترین اخبار به ورزش حرفه‌ای، سپس به ورزش قهرمانی، تربیتی و همگانی - تفریحی اختصاص دارد که مشابه با یافته مطالعه حاضر می‌باشد. علاوه بر این، اخیراً محققان دیگری بیان داشتند ورزش حرفه‌ای با ۸۵٫۳ درصد آمار، بیشترین فراوانی اخبار را به دنبال داشته است (آریا منش و همکاران، ۲۰۱۸). بنابراین بر اساس آنچه اذعان شد با توجه به نقش چهارگانه رسانه‌های ورزشی، انتظار می‌رود با مدیریت چینش متناسب، کامل و جدی‌تر اخبار و برنامه‌های ورزشی، زمینه گسترش و پیشرفت ورزش در حیطه‌های ضعیف‌تر به‌طور افزون‌تری فراهم گردد، چرا که به‌منظور ایجاد فرهنگ ورزش همگانی، تربیت ورزشکاران قهرمان در آینده و اشاعه سلامت از طریق ورزش ناگزیر باید آموزش و پرورش پیش‌قدم گردد.

• از دیگر یافته‌های مطالعه حاضر توجه اندک به سهم زنان در شبکه‌های رادیویی بود. نتایج مطابق با یافته مطالعات محرم زاده و همکاران (۲۰۲۴)، امینی و نادریان (۲۰۲۴)، و (فراهانی و همکاران، ۲۰۲۱)، همسو می‌باشد. که نشان دادند بیشترین زمان اخبار ورزشی به ورزش آقایان و درصد محدودی به ورزش بانوان اختصاص داده می‌شود؛ همچنین نشان داده‌اند در رسانه‌ها به ورزش بانوان توجه کافی نشده و ورزش به‌منزله امری مردانه بازنمایی شده است. محرم زاده و همکاران (۲۰۲۴) نیز در پژوهش خود یکی از دلایل مهاجرت زنان نخبه ورزشی را بی‌عدالتی در نسبت حضور زنان ورزشکار در مقایسه با مردان ورزشکار

مطابق با نتایج حاضر، مطالعه فراهانی و همکاران (۲۰۲۱) نشان داد روزنامه‌های ورزشی به مقوله خبر که احتمالاً مورد توجه جدی مخاطبان و علاقه‌مندان به ورزش است، توجه و نگاه ویژه‌ای داشته است و به گزارش‌های تحلیلی توجه اندکی داشته‌اند. همچنین تحقیقات نشان دادند که مطالعات مربوط به ورزش و تندرستی در مطبوعات بیشتر به‌صورت خبر گزارش می‌شوند و در مورد ابعاد مهم دیگر آنها از جمله روش و شیوه این تحقیقات چیزی گزارش نمی‌شود، از سویی دیگر چنین اظهار شده است که با توجه به تخصصی بودن نقد و تحلیل اخبار موجود و احتمالاً کمبود نیروی انسانی متخصص و سرمایه‌گذاری صحیح در این زمینه می‌تواند علت کم‌توجهی رسانه به سایر جوانب اخبار ورزشی باشد (فراهانی و همکاران، ۲۰۲۱).

• همچنین با توجه به بررسی‌های انجام شده در مطالعه حاضر مشخص شد ۵۰ درصد از برنامه‌ها به ورزش قهرمانی، ۳۹ درصد به ورزش همگانی، ۱۱ درصد به ورزش حرفه‌ای پرداخته و هیچ‌کدام از برنامه‌ها به‌طور منسجم مبحث آموزشی - تربیتی را پوشش دهی نکردند. به عبارتی بر اساس نتایج، برنامه‌های متناسب با رسالت و مأموریت رادیو ورزش مبنی بر ترویج ورزش همگانی مشخص شد از میان مجموع ۳۵ برنامه شبکه رادیو ورزش فقط ۸ مورد از برنامه‌ها هدفشان فعالیت در سطح ورزش همگانی بوده است.

نظر به اینکه به‌طور کلی هدف از انجام فعالیت‌های ورزشی، دستیابی به سلامت و نشاط، ارتقای سلامت اجتماعی و فردی جامعه و بالطبع کاهش بروز بیماری‌ها از طریق شرکت در مسابقات ورزشی و در موارد ویژه دستیابی به مدال و افتخارآفرینی است؛ طبق مطالعات توجه به ورزش همگانی در سایر رسانه‌ها بسیار محدود بوده و روال عملکرد پوشش رسانه‌ای عطف توجه به ورزش‌های قهرمانی بوده است که ممکن است یکی از عوامل ترویج و نشر ورزش قهرمانی و حرفه‌ای، سود اقتصادی حاصل از نشر این اخبار باشد (ملایی و همکاران، ۲۰۲۰). بدین ترتیب همسو با نتایج حاصل در مورد بی‌توجهی نسبت به ورزش تربیتی و توجه ناچیز نسبت به ورزش همگانی که در مطالعه حاضر امری مشهود بود، نقوی و خادم (۲۰۲۴) نیز اظهار داشتند اخبار

ورزش‌های آبی، هندبال و دو و میدانی کمترین مقدار را در حدود ۳ درصد به خود اختصاص دادند. همچنین در همان مطالعه طی یک جمع‌بندی کلی در مورد اخبار مربوط به فوتبال و غیر فوتبال، به‌طور میانگین در هرروز ۶ خبر مربوط به فوتبال و ۹ خبر مربوط به رشته‌های غیر فوتبال پخش شده است (آریامش و همکاران، ۲۰۱۸). همچنین در مطالعه خالدیفر و همکاران (۲۰۱۳) بیشترین رشته ورزشی مورد پوشش مربوط به فوتبال بود و رشته‌های دیگر، سهم بسیار کمتری در مقایسه با فوتبال داشتند که به‌زعم آنان لازم است رسانه‌ها با تبلیغ خود موجب ارتقای سایر رشته‌های ورزشی و گرایش مردم به آن و حضور در رقابت‌های ورزشی گردند. همچنین در این پژوهش مشخص شد برنامه‌های شبکه رادیویی ورزش در بازه مورد بررسی توجه بیشتری به گروه سنی میانسالان و جوانان داشته و توجه کمتری به گروه سنی نوجوانان، کودکان و پیشکسوتان و بازیکنان دارد (خالدیفر، ۲۰۱۳). مطابق با این یافته امامی و ملائی (۲۰۱۴) اذعان کردند اخبار مربوط به ورزش نونهالان، امید و پیشکسوتان با کمتر از ۳ درصد، سهم بسیار کمی در خبرهای ورزشی داشته‌اند و حجم بالای خبرها مربوط به بزرگسالان با میزان ۷۰ درصد می‌باشد (امامی و ملائی، ۲۰۱۴).

• از دیگر طبقات اصلی به دست آمده در این مطالعه «راهبردهای کیفیت‌بخشی» بودند که شامل زیرطبقات «مرتبط با رسانه» و «مرتبط با ارگان‌ها و مسئولین دولتی» بود. در خصوص توضیح در مورد زیرطبقه مرتبط با رسانه مطابق با آنچه اسد زاده (۲۰۲۰) در مطالعه خود اظهار نمود در راستای کیفیت‌بخشی برنامه‌های شبکه رادیویی ورزش، رسانه‌های جمعی مانند تلویزیون، رادیو و مطبوعات به دلیل دارا بودن دامنه نفوذ وسیع و توانایی تغییر نگرش‌های جامعه و افزایش آگاهی مردم نسبت به یک مفهوم نقش بسزایی در توسعه و ترویج ورزش دارند و ضرورت دارد رسانه رادیو با طراحی و تدوین برنامه‌های مرتبط با ورزش همگانی مناسب قشرهای مختلف سنی، اولویت بخشیدن به برنامه‌های اثرگذار و نیازسنجی روزانه بر اساس دغدغه‌های مخاطبین به رسالت خویش در حوزه ارتقاء و ترغیب کلیه افراد جامعه به ورزش همگانی با

در رسانه ملی دانستند و انگیزه مهاجرت بسیاری از زنان ورزشکار را پوشش رسانه‌ای بدون محدودیت و حمایت اسپانسرها دانسته‌اند (محرّم‌زاده و همکاران، ۲۰۲۴). افزون بر این پژوهش کشکر (۲۰۲۱) نشان داده است که پوشش ورزش بانوان در تلویزیون به دلیل حفظ حجاب اسلامی با محدودیت‌هایی مواجه است، در حالی که در شبکه‌های رادیویی پوشش‌دهی به ورزش زنان بسیار آسان است، بنابراین انتظار می‌رود در شبکه‌های رادیویی مورد توجه بیشتری قرار گیرد (کشکر، ۲۰۲۱).

جدای ورزش قهرمانی در حیطه ورزش همگانی نیز به ورزش بانوان توجه کمی شده است. امامی و ملائی (۲۰۱۴) نیز در پژوهش خود سهم توجه رسانه‌های ملی به ورزش همگانی و قهرمانی مردان را دو برابر ورزش زنان اعلام کردند و بیان نمودند از آنجایی که شرکت در فعالیت‌های ورزشی باعث افزایش سطح بهداشت عمومی، جلوگیری از بروز بیماری‌ها به‌ویژه بیماری‌های زنان و افزایش باروری در زنان می‌گردد ضرورت دارد نهادهای رسانه‌ای با قدردانی و حمایت بیشتر از دستاوردهای زنان زمینه مشارکت و افزایش انگیزه آنان نسبت به فعالیت‌های ورزشی را به‌طور بیشتری فراهم نمایند.

بنابراین مطابق با آنچه که از این بخش به دست آمد شایسته است رسانه‌های رادیویی و تلویزیونی ضمن رعایت اصول بی‌طرفی رسانه‌ای به نقش خود در افکار عمومی و نیز اعتلای همه‌جانبه ورزش زنان در حیطه قهرمانی و همگانی توجه داشته و موجبات ترغیب بانوان به ورزش را فراهم سازند و موجبات ایجاد انگیزه ورزشکاران نخبه زن برای ماندن در کشور را فراهم آورند.

• از دیگر یافته‌های این مطالعه توجه شبکه‌های رادیویی به برنامه‌هایی با محتوای فوتبالی بود بطوری که نتایج نشان داد فقط ۹ درصد از برنامه‌ها غیر فوتبالی بوده است. بطوری که برنامه‌های پخش شده غالباً رشته تخصصی فوتبال را مدنظر قرار داده است که می‌توان به مواردی از جمله جهان ورزش، از فوتبال چه خبر؟ و همیشه با ورزش اشاره کرد. مطابق با همین یافته، آریامش و همکاران (۲۰۱۸) در تحقیق خود نشان دادند خبرهای مربوط به رشته ورزشی فوتبال دارای بیش‌ترین درصد (۵۴ درصد) و اخبار رشته‌های ورزشی جودو، وزنه‌برداری،

به پای رسانه‌ها توسعه یابند و همکاری دوجانبه داشته باشند (امینی و نادریان، ۲۰۲۴).

بنابراین بر اساس یافته‌های این مطالعه به‌زعم محقق در تدوین و اجرای برنامه‌های ورزشی شبکه رادیو ورزش در ابعاد و زوایای گوناگون به‌ویژه نقش زنان در برنامه‌ها، توجه عمده به سایر رشته‌های تخصصی ورزشی و ترغیب عموم افراد جامعه به ورزش‌های همگانی، ضعف عملکردی عمده‌ای وجود دارد و ضرورت دارد برنامه‌ریزی ویژه‌ای در راستای برنامه‌های ورزش همگانی/تفریحی، برنامه‌های مرتبط با حضور بانوان در ورزش، برنامه‌های متناسب با سایر اقشار سنی به‌ویژه کودکان، نوجوانان و پیشکسوتان توسط سیاست‌گذاران و متخصصان این عرصه انجام پذیرد. بدین ترتیب امید است یافته‌های این مطالعه، راهگشای متخصصان و سازمان‌های ذی‌نفع در حوزه مدیریت سازنده، بهینه‌سازی منابع و تدوین راهبردهای مؤثر در حوزه عملکرد مؤثرتر و کارآمدتر رسانه در ورزش باشد.

سپاسگزاری

از اینکه سردبیر و داوران محترم این نشریه وقت ارزشمند خود را در اختیار بررسی و داوری این مقاله گذاشته و فرصت ارزشمند انتشار را برای آن فراهم آورده‌اند، صمیمانه سپاسگزاریم.

قوای بیشتری عمل نماید که چنین امری در سایه شایسته‌سالاری و تخصص محوری منابع انسانی امری امکان‌پذیر است (اسدزاده، ۲۰۲۰).

همچنین بر اساس یافته‌های مطالعه حاضر یکی دیگر از زیرطیقات به دست آمده که نقش کلیدی در این میان دارد مرتبط با سازمان‌ها و مسئولین دولتی می‌باشد بطوری که در پژوهش‌های دیگر نیز به تعامل و ارتباط هرچه بیشتر مدیران سازمانی و فدراسیون‌های ورزشی با رسانه‌های ورزشی نیز اشاره گردیده است که از طریق تشکیل کمیته رسانه در سازمان و فدراسیون‌های مربوط، برگزاری نشست‌های دوره‌ای به‌منظور گزارش فعالیت‌ها و اقدامات انجام گرفته و تبادل نظر با کارشناسان رسانه‌ای در زمینه راهکارهای توسعه ورزش قهرمانی می‌توان اقدامات تأثیرگذاری مطابق با رسالت این شبکه انجام داد که در توسعه ورزش همگانی نیز امری کارآمد است (حسینی و همکاران، ۲۰۲۳).

در حال حاضر کلیه ارگان‌ها درصدد هستند به‌منظور پایداری و ماندن در شرایط رقابت گونه بازار و کسب سود به‌صورت دقیق نسبت به گروه مخاطب خود، اطلاعاتی کسب نمایند. در این میان سازمان‌های خدماتی از جمله رسانه می‌تواند به‌منظور برآورده سازی معیارهای سنجش کیفی به بررسی، ارزیابی و بهبود خدمات بپردازد (معطر و همکاران، ۲۰۲۲). به‌طور کلی بر هیچ‌کس پوشیده نیست که نقش توسعه‌ای رسانه‌ها در شرایطی به ثمر می‌نشیند که سایر سازمان‌های اجتماعی و دولتی یک کشور، پا

References

- Aref, M. R. (2003). *The country's comprehensive system for developing physical education and sports*. rc.majlis. (In Persian)
- Alavivafa, S., (2017). Challenges and strategic issues of national media on the horizon of 1404. *Communication Research*, 24(1), 31-64. (In Persian) <https://doi.org/10.22082/cr.2017.25789>
- Amini, & Naderian. (2024). The women's right to sports in Iran's laws and regulations and International documents. *Research on Women's Sports*, 1(3), 279-294. (In Persian) <https://doi.org/10.30473/jsm.2024.71270.1864>
- Ariamanesh, A., Kashkar, S., Ghasemi, H., & Henry, H. (2019). Investigating the Strengths and Weaknesses of the RadioSport Programs From the Viewpoint of Specialists in the Field of Sport Management and Radio Programmers. *Contemporary Studies in Sports Management*, 8(16), 81-91. (In Persian) <https://doi.org/10.22084/smms.2019.18226.2315>
- Asadzadeh, A., Bagheri, Gh., Alidoost Ghahfarkhi, E., & Saberi, A. (2020). Designing a strategic evaluation model for the Ministry of Sports and Youth's public sports programs until 1404 with a phenomenological approach. *Contemporary Research in Sports Management*, 9(18), 107-121. (In Persian) <https://doi.org/10.22084/smms.2020.21302.2545>

- Asheghi, B., Nazarian, A., Eskandaripour, M., & Mansouri, F. (2022). Identifying and ranking the components and factors affecting society's tendency towards mass sports through the media. *Communication Research*, 29(112), 135-155. (In Persian) <https://doi.org/10.22082/cr.2022.555306.2362>
- Dehghan Dizji, H., Kohandal, M., Khalifa, S, N., & Faridfathi, A.(2023). Developing future scenarios for the Iranian sports industry. *Studies in Organizational Behavior Management in Sports*, 10(2), 85-103. (In Persian) <https://doi.org/10.30473/fmss.2023.11168>
- Emami, M., Mollai, M. (2014). The content analysis of sport's news: the case study of third channel TV. *Communication management in sports media*. 1(3), 20-28. (In Persian) https://sportmedia.journals.pnu.ac.ir/article_861.html
- Farahani, A., Gholizadeh, M., Farahani, M., Henry, H. (2021). Content analysis of sports press with an approach to mass sports. *Journal of Sports Management*, 13(1), 1-14. (In Persian) <https://doi.org/10.22059/jsm.2021.25305.0>
- Ferdowsi, M. H. (2023). The role of cultural and psychological capitals in women's sports participation (qualitative research). *Journal of Woman Cultural Psychology*, 15(58), 111-125. (In Persian) <https://doi.org/10.22034/jwcp.2023.709214>
- Golnabi, M., Hoseini, M., & Rezaie Soufi, M. (2018). Comparing the views of sports officials and mass media officials regarding media coverage of women's sports. *Quarterly Journal of Applied Research in Sports Management*. 6(4), 72-82. (In Persian) https://arsmb.journals.pnu.ac.ir/article_4468_en.html
- Hashemian, S A., Ghasemi, H., & Hosseini, M.(2023). A conceptual framework for using media power for sports development. *Communication management in sports media*. -(-). (In Persian) <https://doi.org/10.30473/jsm.2023.68127.1761>
- Hosseini Pakdehi, A., Zargar, M. (2024). The role of sports media in the emergence of corruption in the Iranian football industry. *Quarterly Journal of Culture-Communication Studies*, 25(66), 7-42. (In Persian) <https://doi.org/10.22083/jccs.2024.394778.3735>
- Hosseini, M., Abdavi, F., & Dehghan Banadaki, S. A. (2023). Investigate the role of media in promoting sports diplomacy in Iran. *Communication management in sports media*. -(-). (In Persian) <https://doi.org/10.30473/jsm.2023.66563.1711>
- Tayebi, M., Keramati Moghaddam, M., & Seyed-Ameri, M-H. (2022). Identifying the motivating factors of new media in encouraging young people and adolescents to participate in sports. *Communication Management in Sports Media*, 10(2), 1-16. (In Persian) <https://doi.org/10.30473/jsm.2022.60899.1567>
- Keshgar, S. (2021). The role of mass media in building identity and promoting sports disciplines in Iran, *Communication management in sports media*. 8(3), 27-40. (In Persian) <https://doi.org/10.30473/jsm.2020.56279.1485>
- Khajeh Salehani, M., Ghasemi, H., Doroudian, A., Khojasteh Bagherzadeh, H., Azadfada, Sh. (2024). An interpretive structural model of student sports development through the media. *Communication Management in Sports Media*, -(-). (In Persian) <https://doi.org/10.30473/jsm.2022.63013.1603>
- Khaledifard, A., Mahmoudvand, Z., Ghasemi, H., & Farahani, A. (2013). Analysis of broadcasting table Content of Sports radio. *Life Science Journal*, 10(8s). https://www.researchgate.net/publication/290691477_Analysis_of_broadcasting_table_Content_of_Sports_radio
- Khosrowzadeh Akram, S., Neshatizenoz, A., & Jalilvand, M. (2024). An analysis of the interactive relationships between the dimensions of technical competence of professional Iranian football managers in media and communications. *Communication Management in Sports Media*. -(-). (In Persian)
- Kiani, M. S., & Nazari, L. (2022). Investigating the impact of social networks on the expansion and development of sports culture and interest in public and championship sports (a case study of male students in Kermanshah province). *Media Culture Society*, 11(44), 217-236. (In Persian)
- Lasswell, H. D. (2007). The structure and function of communication in society. *Journal of communication theory and research*, (24), 215-228.

- Masoumi, M, Mozaffari, A, Farhangi, A., Kharrazi Mohammadvandi Azar, Z. & Shiri, T. (2019). Analysis of the media performance of the Canadian CBC and Norwegian NRK television networks based on the Lasswell and Wright media functions approach. *Iranian Monthly Journal of Political Sociology*, 3(1), 2319-2336. (In Persian) <https://doi.org/10.30510/psi.2022.339788.3408>
- Moatar, A., Eslami, S., & Ghasemi, H. (2022). Determining the moderating role of social media in the relationship between service quality and satisfaction with customers' willingness to attend swimming clubs. *Sports Marketing Studies*, 3(3), 186-157. (In Persian) <https://doi.org/10.22034/sms.2022.62416>
- Moharramzadeh, M., Zare Abandansari, M., & Ariej, M. (2024). The role of media in women's inclination towards sports and physical activity. *Communication management in sports media*. - (-). (In Persian) <https://doi.org/10.30473/jsm.2024.71270.1864>
- Mollaei Sefidashti, A., Hamidi, M., Rajabi, H., & Zolfagharzadeh, M. (2020). Future planning of the development of Iranian championship sports in the horizon of 2037. *Sports Management and Development*, 9(2), 84-99. (In Persian) <https://doi.org/10.22124/jsmd.2020.4146>
- Mollaei, M., & Salimi, A. (2019). Content Analysis of Media Coverage of Corruption in Iranian Football: A Case Study of TV Program 90. *Communication Management in Sports Media*. 7(2), 11-15. (In Persian) <https://doi.org/10.30473/jsm.2020.49130.1355>
- Moradi, M., Honari, H., & Ahmadi, A. (2011). A Survey of Fourfold Role of Sport Media in Developing Sport for All Culture. *Sport Management Journal*, 3(9), 167-180. (In Persian)
- Mull, R. F., Bayless, K. G., & Jamieson, L. M. (2005). *Recreational sport management*. Human Kinetics.
- Naqvi, M. & Khadem, A. (2024). Investigating the role of mass media on the cultural development of women's championship sports. *Journal of Sports Management*, 17(3), 87-64. (In Persian) <https://doi.org/10.22059/jsm.2024.373190.3263>