

پوشش خبری رشته‌های ورزشی در مطبوعات پرشمارگان سراسری کشور

پرستو زرگی^۱، سعید یوسفی^۲، اسماعیل شریفیان^۳

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه فارابی تهران*

۲. دانشجوی دکتری مدیریت بازاریابی و رسانه ورزشی دانشگاه تبریز

۳. استادیار مدیریت ورزشی دانشگاه باهنر کرمان

تاریخ دریافت: ۹۲/۰۴/۲۳

تاریخ پذیرش: ۹۲/۰۹/۱۶

چکیده

هدف از این پژوهش، تحلیل محتوای بخش ورزشی روزنامه‌های سراسری پرشمارگان کشور بود. روش پژوهش از نوع توصیفی - تحلیلی بود که به صورت تحلیل محتوا انجام گرفت. جامعه آماری این پژوهش، آرشیو سال ۱۳۹۱ ده روزنامه سراسری پرشمارگان بود. روش تحقیق حاضر از نوع استراتژی توصیفی - تحلیلی بوده که داده‌ها به روش اسنادی و کتابخانه‌ای جمع آوری شد. برای جمع آوری اطلاعات از برگه کدگذاری که ضریب پایایی و روایی آن تایید شد استفاده گردید. بر مبنای یافته‌ها، از مجموع ۷۲۰ روزنامه مورد تحلیل، ۸۷۷۸ خبر رصد شده است که بیشترین خبر مربوط به فوتبال با ۶۰/۵٪ اخبار و کمترین خبر مربوط به هندبال با ۰/۲٪ اخبار می‌باشد. همچنین، از میان اخبار بررسی شده، بیشترین اشاره مربوط به گروه سنی بزرگسالان با ۷۴/۸٪ و کمترین اشاره مربوط به رده سنی پیشکسوتان با ۰/۱٪ است. در مجموع اخبار، ۳۷۸۵ خبر با تصویر منتشر شده بود که از این میان، ۶۵/۷۸٪ از تصاویر برای فوتبال می‌باشد و کشتی به عنوان دومین رشته ورزشی، ۷/۲۱٪ از تصاویر را به خود اختصاص داده است؛

بنابراین، به نظر می‌رسد که مطبوعات سراسری باید با رعایت تعداد مخاطب و نیازهای آنان در بخش ورزشی، نگاه همه‌جانبه‌تری به رشته‌های ورزشی و رده‌های سنی مختلف داشته باشند و به تدریج، از قالب‌ها و کلیشه‌های موجود درآمده و از تمام پتانسیل‌های ورزش استفاده نمایند.

واژگان کلیدی: روزنامه‌های سراسری، رشته‌های ورزشی، رده‌های سنی، تصاویر ورزشی

Email: parastu_z1988@yahoo.com

*نویسنده مسئول:

مقدمه

رسانه‌ها با توجه به توانمندی‌هایی که دارند نقش مهمی را در زمینه‌سازی برای گسترش یا رکود فعالیت‌های مربوط به ورزش ایفا می‌کنند. رسانه‌ها قادر هستند با برنامه‌ریزی‌های دقیق و کنترل‌شده، اندیشه‌های مردم یک جامعه را شکل دهند و رفتار آنان را به‌صورت دلخواه سمت و سو بخشند و دیدگاه موردنظر خود را گسترش دهند. به‌طوری‌که عادات و رفتار ورزشی افراد جامعه، نگرش‌ها و باورهای آنان در مسائل ورزشی، همگی تحت‌تأثیر متقابل گرایش‌های جامعه و رسانه‌ها قرار گرفته است (هنری، احمدی و مرادی، ۱۳۹۱). رادیو، تلویزیون، نشریات، اینترنت و رسانه‌های مدرن، وسایل ارتباطی غیرمستقیمی هستند که قدرت جهت‌دهی، اعمال سلیقه و ذهنیت‌سازی را دارا هستند و می‌توانند در زمینه ورزش بسیار کارآمد ظاهر شوند.

در بین رسانه‌های جمعی، مطبوعات به عنوان یک عامل اثرگذار بر فرهنگ جامعه، از اهمیت خاصی برخوردار هستند و در بسیاری از زمینه‌ها، هنوز بر سایر وسایل ارتباطی و خبری برتری دارند. به‌ویژه این‌که از لحاظ تحلیل و تشریح وقایع، تفسیر و بررسی عقاید، تنوع مطالب و حفظ اسناد تاریخی، تنها مآخذ و مرجع به‌شمار می‌روند (داوودی، ۱۳۷۹). همچنین، یکی از مزیت رسانه‌های چاپی این است که افرادی آن‌ها را خریداری می‌کنند که قصد خواندن آن‌ها را دارند؛ از این‌رو، خوانندگان این نوع رسانه تمایل بیشتری برای پذیرش اطلاعات آن دارند (پیتس و استوتلار^۱، ۲۰۰۲).

نشریات و روزنامه‌های ورزشی نقش مهمی در روشن کردن افکار عمومی و رساندن اخبار و وقایع روز جامعه به مردم دارند و نیز در هدایت افکار عمومی مؤثر و مفید هستند. بر همین اساس، روزنامه‌ها باید به مردم کشور و جامعه آگاهی بدهند. با توجه به این گفته‌ها، مطبوعات با پوشش خبری ورزش‌ها، اثرگذاری زیادی در همگانی‌شدن ورزش خواهند داشت. درحقیقت، مهم‌ترین وظیفه مطبوعات، توسعه ورزش است و در توسعه ورزش نقش عمده‌ای دارند (قاسمی، کهندل، قره و میرزاحمدی، ۱۳۹۲). این درحالی است که در پژوهش‌های متفاوت که به بررسی نقش رسانه‌ها و مطبوعات در توسعه ورزش کشور پرداخته‌اند نشان داده شده است که بین وضعیت موجود و مطلوب، اختلاف زیادی وجود دارد (قاسمی، مظفری و امیرتاش، ۱۳۸۶؛ کردی، ۱۳۸۳) که یکی از این شرایط مطلوب، توجه متعادل مطبوعات به رشته‌های مختلف ورزشی می‌باشد. درحالی که در پژوهش‌ها نشان داده شده است که بین میزان توجه مطبوعات به رشته‌های مختلف ورزشی تفاوت وجود دارد. به‌طوری‌که قاسمی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی که به بررسی ورزش کشتی در ۱۰ روزنامه کثیرالانتشار ورزشی پرداختند

نشان دادند که روزنامه‌های ورزشی، حجمی حدود ۸۵٪ از مطالبشان را به رشته ورزشی فوتبال و ۱۵٪ بقیه صفحاتشان را به سایر رشته‌های ورزشی از جمله کشتی اختصاص داده‌اند (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۲).

بارفروش (۱۳۸۸) نیز در پژوهشی با عنوان "تحلیل محتوای روزنامه‌های ورزشی سراسری سال‌های ۱۳۷۹ تا ۱۳۸۸" بیان می‌کند سهم رشته‌های پایه در رسانه‌ها آنقدر اندک است که می‌توان از آن‌ها چشم‌پوشی کرد. در صورتی که با توجه به نقش قاطع رسانه در شکل‌دهی به افکار و اندیشه‌ها، رسانه ملی می‌تواند با نمایش دادن رشته‌های پایه، دیدگاه بسیاری از افراد جامعه را به سمت علاقه و گرایش به این رشته‌ها سوق دهد. زرکی و همکاران (۱۳۹۱) نیز در پژوهشی که به بررسی ۴ سطح ورزش کشور پرداختند نشان دادند که ورزش‌های حرفه‌ای و قهرمانی مورد توجه روزنامه‌های ورزشی می‌باشند؛ اما ورزش‌های تربیتی و همگانی مورد بی‌توجهی قرار گرفته‌اند. در صورتی که ورزش قهرمانی و حرفه‌ای موفق، به ورزش همگانی و ورزش‌های تربیتی وابسته است. صادقی‌مقدم (۱۳۸۸) نیز در پژوهشی که به تحلیل محتوای مطالب ورزشی خبرگزاری‌های فارس، ایسنا و ایرنا پرداخت نشان داد که ۵۲٪ خبرها مربوط به رشته فوتبال، ۱۰٪ خبرها مربوط به رشته کشتی، ۳۴٪ خبرها مربوط به سایر رشته‌های ورزشی و ۳٪ خبرها نیز بدون توجه به رشته ورزشی خاصی بوده است.

قاسمی و همکاران (۱۳۹۲) نیز در پژوهشی با عنوان "وضعیت پوشش تلویزیونی مسابقات رشته‌های ورزشی در شبکه‌های سیما از دیدگاه متخصصان" نشان دادند در شبکه‌های تلویزیونی، وضعیت مناسبی در انعکاس رشته‌های مختلف ورزشی وجود ندارد. در صورتی که همه رشته‌های ورزشی باید در شبکه‌های سیما سهم داشته باشند. به طوری که باید ذائقه مردم سنجیده شود و بر همین اساس، مردم ایران باید رشته‌های مختلف ورزشی را ببینند.

با توجه به نتایج این پژوهش‌ها که به تحلیل رسانه‌های جمعی در داخل کشور پرداخته‌اند مشخص می‌شود که رسانه‌های گروهی وضعیت مناسبی در پوشش مطالب ورزشی ندارند. این در حالی است که خانی‌ملکوه (۱۳۸۶) در پژوهشی تحت‌عنوان "نیازسنجی از مردم تهران درباره برنامه‌های ورزشی صدا و سیما" نشان داد که ۶۷٪ پاسخگویان معتقد هستند که پخش برنامه‌های ورزشی در حد خیلی زیاد و زیاد، باعث آشنا کردن مردم با رشته‌های ورزشی مختلف می‌شود. قیامی‌راد (۲۰۰۶) نیز در پژوهشی با عنوان بازاریابی برای رشته ورزشی کاراته، کارکردهایی همچون استفاده از تبلیغات و رسانه‌های گروهی در توسعه و ترویج رشته کاراته را مهم بیان کرد. هاریس و کلایتون^۱ (۲۰۰۲) نیز نشان دادند که

مهمترین نقش در همگانی شدن ورزش بیسبال ژاپن را مطبوعات ایفا می‌کنند. به‌طوری‌که مطبوعات در گسترش صفحات ورزشی به رقابت پرداختند و پوشش ورزش توسط مطبوعات با جنبش بزرگی شکل گرفت. این مسئله نه‌تنها بر روی بیسبال، بلکه در رشته‌هایی چون شنا و دو و میدانی نیز نقش داشت (۲۶). قیامی‌راد و محرم‌زاده (۱۳۸۸) عوامل توسعه و ترویج ورزش‌های همگانی و قهرمانی در کشور را افزایش آگاهی عمومی برای شرکت در برنامه‌های ورزشی، همه‌گیرساختن نگرش به حضور در برنامه‌های ورزشی، ایجاد اعتماد عمومی، ایجاد علاقه و تمایل به سرمایه‌گذاری بخش دولتی و خصوصی در احداث اماکن ورزشی و تولید برنامه‌های ورزشی بیان کرده‌اند و از آن‌جاکه مطبوعات محملی برای تغییر عقیده، افزایش آگاهی و گرایش افراد جامعه به سمت و سویی دلخواه می‌باشند، می‌توان از طریق آن‌ها رشته‌های ورزشی را نیز در بین افراد جامعه ترویج و گسترش داد (دهشیری، ۱۳۸۸).

همچنین، به همان میزان که توسعه و ترویج انواع رشته‌های ورزشی در مطبوعات مهم و ضروری می‌باشد، توجه به رده‌های سنی مختلف و تشویق آن‌ها به انواع ورزش نیز در توسعه ورزش کشور امری مهم و ضروری قلمداد می‌شود و مطبوعات سراسری در این خصوص نقش مهمی به عهده دارند. این در حالی است که پژوهش‌ها نشان می‌دهند عمده‌توجه رسانه‌ها به ورزش بزرگسالان می‌باشد و سایر رده‌های سنی مورد بی‌توجهی رسانه‌ها قرار گرفته‌اند (صادقی، ۱۳۸۹؛ کرمی، ۱۳۸۹). همچنین، واضح است که رشد و شکوفایی استعدادها و ورزشی افراد در سنین پایه لازمه موفقیت آنان در سنین بزرگسالی است. بنابراین لازم است مطبوعات حاوی مطالبی باشند، که مخاطبان را با رشته‌های مختلف ورزشی در رده‌های سنی مختلف آشنا کنند و آنها را با مجموعه متنوعی از رشته‌های ورزشی در رده‌های سنی مختلف جامعه ارائه و عرضه کنند و افراد جامعه را به سمت شرکت فعال در ورزش سوق دهند. با توجه به مطالب ذکر شده در مورد مطبوعات که در شکل‌دهی افکار عمومی دارای اهمیت می‌باشند، باید برای هرچه بهتر شدن مطالب این رسانه جمعی تلاش کرد تا بتوان افکار عمومی را به سمت‌وسوی خوبی گرایش داد و در مورد ورزش باید کوشید مردم را به سمت فعالیت در رشته‌های مختلف ورزشی سوق داد و عموم مردم را با رشته‌های مختلف ورزشی آگاه کرد؛ چراکه ورزش، تنها فوتبال نیست و ورزشکاران و عموم مردم نیز انتظار دارند که اکثر رشته‌های ورزشی موردتوجه رسانه‌های جمعی قرار گیرد. همچنین، با توجه به این‌که تا به حال روزنامه‌های سراسری کشور توسط پژوهشگران مورد تحلیل محتوا قرار نگرفته بودند و نیز این‌که روزنامه‌های سراسری مانند روزنامه‌های تخصصی (مثل روزنامه‌های ورزشی) توسط قشر خاصی خریداری نمی‌شوند، بلکه توسط عموم مردم جامعه استفاده می‌شوند، باید در مطالب ورزشی آن‌ها توجه و دقت زیادی

داشت؛ زیرا با استفاده از این بخش از روزنامه‌های سراسری می‌توان عموم مردم را به سمت ورزش سوق داد و انواع مختلف رشته‌های ورزشی را در بین تعداد زیادی از افراد جامعه گسترش داد. با توجه به این مطالب، پژوهش حاضر با هدف تحلیل محتوای مطبوعات پرشمارگان سراسری کشور درباره وضعیت پوشش خبری رشته‌های مختلف ورزشی، رده‌های سنی مختلف، تعداد صفحه‌های ورزشی و تصاویر برحسب موضوع رشته ورزشی انجام شده است.

روش‌شناسی

روش پژوهش حاضر از نوع استراتژی توصیفی - تحلیلی بوده که به صورت تحلیل محتوا انجام شده است و داده‌ها به روش اسنادی و کتابخانه‌ای جمع‌آوری شده‌اند و از نظر رویکرد زمانی، گذشته‌نگر می‌باشد.

جامعه آماری این پژوهش، آرشیو ۱۰ روزنامه سراسری پرشمارگان سال ۱۳۹۱ کشور بودند که علاوه بر پرشمارگان بودن روزنامه‌های انتخاب‌شده، با استفاده از سایت (الکسا)^۱، رتبه روزنامه‌ها در بین کل سایت‌های کشور نسبت به تعداد مراجعات توسط کاربران اینترنتی مشخص شد که از بین کل روزنامه‌های منتشرشده در کشور، ۱۰ روزنامه‌ای که بیشتر از دیگر روزنامه‌های منتشرشده و بیشتر از کل روزنامه‌ها در کشور توسط کاربران اینترنتی استفاده می‌شود، به عنوان جامعه آماری انتخاب شدند. برای نمونه‌گیری از روش تصادفی منظم استفاده شد. به این صورت که از هر ۴ فصل، ۲ ماه به طور تصادفی انتخاب شد و از هر ماه، ۹۰ شماره به صورت چرخشی انتخاب گردید. در مجموع، از جامعه‌ای با ۲۹۰۰ شماره، تعداد ۷۲۰ نمونه انتخاب شد.

برای جمع‌آوری اطلاعات، از برگه کدگذاری با توجه به دستورالعمل کدگذاری و بهره‌گیری از برگه کدگذاری پژوهش‌های مشابه قبلی (صادقی‌مقدم، ۱۳۸۹) و افزودن واحدهای تحلیل جدید ابزار جمع‌آوری استفاده گردید و برای تعیین ضریب عینیت، از آزمون اسکات یا ضریب توافق بین کدگذاران استفاده شد. ضریب قابلیت اعتماد برای متغیرهای رشته‌های ورزشی و تصاویر ورزشی و رده‌های سنی محاسبه شده است که به ترتیب مقدارهای (۸۹، ۸۷/۱ و ۹۱/۵) از فرمول اسکات استخراج شده است. برای تعیین روایی صوری و محتوایی مقوله‌ها مورد بررسی در مطبوعات سراسری کشور، برگه کدگذاری در میان تعدادی از استادان مدیریت ورزشی و ارتباطات توزیع و روایی صوری و محتوایی مقوله‌های نیز تأیید شد. داده‌های

۱. Alexa یک وبسایت معتبر بین‌المللی و ارزیابی وبسایت‌های اینترنتی است که جایگاه آن‌ها را در اینترنت، طبق اطلاعات موجود ارزیابی می‌کند.

جمع‌آوری شده با استفاده از شاخص‌های آمار توصیفی و آزمون غیرپارامتریک کای اسکوئر و به وسیله نرم افزار اس.پی.اس نسخه ۲۰ در سطح معناداری ($\alpha=0/05$)، تجزیه و تحلیل شد.

نتایج

جدول ۱- رتبه روزنامه‌ها نسبت به تعداد مراجعات (به صورت آنلاین)

رتبه روزنامه	نام روزنامه‌ها
۹۱	همشهری
۱۸۹	جام جم
۳۴۷	جوان
۸۵۴	ایران
۱۸۷۹	جمهوری اسلامی
۲۲۳۸	اطلاعات
۲۸۲۱	ابرار
۳۴۴۱	رسالت
۳۴۶۳	اعتماد
۳۵۳۵	آفرینش

طبق اطلاعات استخراج شده از جدول ۱، رتبه روزنامه همشهری در میان کل سایت‌های کشور ایران نسبت به مراجعات اینترنتی، رتبه ۹۱ و در میان روزنامه‌های سراسری رتبه ۱ می‌باشد. روزنامه آفرینش نیز دارای رتبه ۳۵۳۵ در بین کل سایت‌های کشور و رتبه آخر در بین ۱۰ روزنامه پرشمارگان می‌باشد.

جدول ۲- توزیع فراوانی و درصد تعداد صفحه‌های ورزشی در روزنامه‌ها

تعداد صفحه	فراوانی	درصد فراوانی	تعداد صفحه
نیم صفحه	۲۳۲	۳۲/۲	۱۱۶
یک صفحه	۳۶۴	۵۰/۵	۳۶۴
یک و نیم صفحه	۲۰	۲/۷	۳۰
دو صفحه	۱۰۴	۱۴/۵	۲۰۸
جمع کل	۷۲۰	۱۰۰	۷۱۸

اطلاعات استخراج شده از جدول ۲ نشان می‌دهد که در مجموع، ۷۱۸ صفحه از ۷۲۰ روزنامه در بازه زمانی موردنظر درباره موضوعات مرتبط با ورزش منتشر شده است که ۳۶۴ روزنامه دارای

یک صفحه ورزشی معادل ۵/۵۰٪، ۲۳۲ روزنامه دارای نیم صفحه ورزشی معادل ۳۲/۲٪، ۱۰۴ روزنامه دارای ۲ صفحه ورزشی معادل ۱۴/۵٪ و ۲۰ روزنامه دارای یک و نیم صفحه ورزشی معادل ۲/۷٪ بوده است.

جدول ۳- توزیع فراوانی و درصد فراوانی خبرها در روزنامه‌ها

نام روزنامه	فراوانی (روزنامه)	فراوانی (خبر)	درصد (خبر)
آفرینش	۷۲	۸۶۱	۹/۸
ابرار	۷۲	۵۶۷	۶/۵
اطلاعات	۷۲	۵۲۱	۵/۹
اعتماد	۷۲	۹۶۳	۱۰/۷
ایران	۷۲	۹۹۷	۱۱/۴
جام جم	۷۲	۷۸۰	۸/۹
جمهوری اسلامی	۷۲	۵۵۸	۶/۴
جوان	۷۲	۱۲۷۸	۱۴/۶
رسالت	۷۲	۸۰۱	۹/۱
همشهری	۷۲	۱۴۷۹	۱۶/۸
جمع کل	۷۲۰	۸۷۷۸	۱۰۰

از مجموع ۷۲۰ روزنامه مورد تحلیل، ۸۷۷۸ خبر در بازه زمانی مورد نظر پیمایش و بررسی شد که سهم هریک از روزنامه‌ها از کل خبرها به ترتیب زیر می‌باشد: روزنامه همشهری به‌عنوان پرخبرترین روزنامه با ۱۴۷۹ خبر معادل ۱۶/۸٪، روزنامه جوان با ۱۲۷۸ خبر معادل ۱۴/۶٪، روزنامه ایران با ۹۹۷ خبر معادل ۱۱/۴٪، روزنامه اعتماد با ۹۳۶ خبر معادل ۱۰/۷٪، روزنامه آفرینش با ۸۶۱ خبر معادل ۹/۸٪، روزنامه رسالت با ۸۰۱ خبر معادل ۹/۱٪، روزنامه جام جم با ۷۸۰ خبر معادل ۸/۹٪، روزنامه ابرار با ۵۶۷ خبر معادل ۶/۵٪، روزنامه جمهوری اسلامی با ۵۵۸ خبر معادل ۶/۴٪ و روزنامه اطلاعات با ۵۲۱ خبر معادل ۵/۹٪، به‌عنوان کم‌خبرترین روزنامه بوده است (جدول ۳).

جدول ۴ - توزیع فراوانی و درصد فراوانی خبرها برحسب موضوع ورزشی خبر

موضوع ورزشی خبر	فراوانی	درصد فراوانی
فوتبال	۵۳۱۳	۶۰/۵
فوتسال	۲۴۹	۲/۸
کشتی	۶۰۶	۶/۹
بسکتبال	۲۷۳	۳/۱
والیبال	۳۱۸	۳/۶
هندبال	۱۸	۰/۲
وزنه‌برداری	۱۵۹	۱/۸
تکواندو	۱۲۶	۱/۴
جودو	۶۶	۰/۸
کاراته	۹۳	۱/۱
دو و میدانی	۱۶۵	۱/۹
ورزش‌های آبی	۱۰۲	۱/۴
ورزش‌های راکتی	۱۰۸	۱/۲
سایر ورزش‌ها	۴۳۵	۵/۰۰
بدون ذکر رشته ورزشی	۳۵۱	۶/۱
چند رشته ورزشی	۲۰۱	۲/۳
جمع کل	۸۷۷۸	۱۰۰

از میان کل اخبار بررسی‌شده، ۹۷/۷٪ از اخبار معادل ۵۰۲۹ خبر با محوریت یک رشته ورزشی تحریر و منتشر شده است. همچنین، در ۶/۱٪ از اخبار معادل ۳۵۱ خبر نامی از رشته‌های ورزشی برده نشده است. از میان خبرهایی که به رشته‌های ورزشی پرداخته‌اند، بیشترین اخبار مربوط به ورزش فوتبال با بیش از نیمی از فراوانی کل؛ یعنی ۶۰/۵٪ معادل ۵۳۱۳ خبر و کمترین اخبار منتشرشده مربوط به ورزش هندبال با ۰/۲٪ معادل ۱۸ خبر می‌باشد. ورزش کشتی نیز به‌عنوان مدال‌آورترین ورزش کشور با ۶۰۶ خبر معادل ۶/۹٪ کل خبرها رصد شده است که در بین رشته‌های ورزشی بعد از رشته فوتبال در رتبه دوم قرار دارد. همچنین، لازم به ذکر است فراوانی اخبار سایر رشته‌های ورزشی برابر با ۴۳۵ خبر معادل ۵/۰۰٪ کل اخبار بوده است (جدول ۴).

جدول ۵- توزیع فراوانی و درصد فراوانی اخبار برحسب رده سنی موضوع خبر

گروه سنی	فراوانی	درصد فراوانی
نونهالان	۶	۰/۱
نوجوانان	۱۸۹	۲/۲
جوانان	۲۰۱	۲/۳
امید	۸۴	۱/۰
بزرگسالان	۶۵۶۴	۷۴/۸
پیشکسوتان	۳	۰/۰۱
بیش از یک رده سنی	۱۵۰	۱/۷
ندارد	۱۵۸۱	۱۸/۰
جمع کل	۸۷۷۸	۱۰۰

طبق اطلاعات استخراج شده از جدول ۶، از میان کل خبرهای منتشرشده در بازه زمانی موردبررسی، در ۸۲/۰۰٪ اخبار معادل ۷۱۹۷ خبر، رده سنی در موضوع خبر قید شده است. در این میان، بیشترین اشاره به گروه سنی بزرگسالان با ۷۴/۸٪ اخبار اختصاص یافته است. کمترین رده سنی در موضوع اخبار مربوط به پیشکسوتان تنها با ۳ خبر و در حدود ۰/۰۱٪ می‌باشد. در مجموع، در ۱۵۸۱ خبر معادل ۱۸/۰۰٪ کل خبرها، به هیچ رده سنی اشاره نشده و در ۱۵۰ خبر معادل ۱/۷٪ کل خبرها، به بیش از یک رده سنی اشاره شده است.

جدول ۶- توزیع فراوانی و درصد فراوانی تصاویر برحسب موضوع رشته ورزشی خبرها

رشته ورزشی	فراوانی	درصد فراوانی
فوتبال	۲۴۹۰	۶۵/۷۸
فوتسال	۸۴	۲/۲۱
کشتی	۲۷۳	۷/۲۱
بسکتبال	۱۱۴	۳/۰۱
والیبال	۱۴۴	۳/۸
وزنه‌برداری	۷۸	۲/۰۶
تکواندو	۶۱	۱/۶۱
جودو	۹	۰/۲۳
کاراته	۲۱	۰/۵۵
دو و میدانی	۷۲	۱/۹
ورزش‌های آبی	۴۴	۱/۱۵
ورزش‌های راکتی	۴۵	۱/۱۸
سایر ورزش‌ها	۱۱۵	۳/۰۳
بدون تأکید	۲۳۴	۶/۱۹
جمع کل	۳۷۸۵	۱۰۰

از میان ۳۷۸۵ خبری که با تصویر منتشر شده است، ۲۴۹۰ تصویر معادل ۶۵/۷۸٪ از کل تصاویر به‌عنوان بیشترین تصاویر چاپ‌شده برای رشته ورزشی فوتبال بوده است و رشته ورزشی کشتی به‌عنوان دومین رشته ورزشی، ۲۷۳ تصویر معادل ۷/۲۱٪ از کل تصاویر را به‌خود اختصاص داده است و رشته‌های ورزشی جودو و کاراته، به‌عنوان کم‌تصویرترین رشته‌های ورزشی به‌ترتیب با ۹ و ۲۱ تصویر چاپ‌شده می‌باشند. همچنین، ۱۱۵ تصویر معادل ۳/۳۰٪ از کل تصاویر از سایر رشته‌های ورزشی و ۲۳۴ تصویر معادل ۶/۱۹٪ از تصاویر بدون تأکید بر رشته ورزشی منتشر شده است (جدول ۶).

جدول ۷- بررسی تفاوت بین مقوله‌های پژوهش در بخش ورزشی روزنامه‌های سراسری

شاخص‌ها	کای اسکوتر (X^2)	درجه آزادی (df)	سطح معناداری (Sig)
رشته‌های ورزشی	۷۱۲۵۹	۲۳	۰/۰۰۱*
رده‌های سنی	۳۲۸۹۳	۸	۰/۰۰۱*
تصاویر ورزشی	۷۳۱۸۹	۲۲	۰/۰۰۱*

* در سطح $P \leq 0/005$ تفاوت معنادار است.

براساس اطلاعات حاصل از جدول ۷، نتایج آزمون کای اسکوتر نشان می‌دهد بین انواع رشته‌های ورزشی، رده‌های سنی و تصاویر ورزشی به تفکیک رشته‌های ورزشی در بخش ورزشی روزنامه‌های سراسری پرشمارگان در سطح معناداری ($P = 0/005$) تفاوت معناداری وجود دارد.

نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر، ۱۰ روزنامه سراسری پرشمارگان کشور به مدت یک سال مورد تحلیل محتوا قرار گرفت که یافته‌های به‌دست‌آمده نشان می‌دهد، ۱۴/۵٪ از روزنامه‌های حاوی ۲ صفحه ورزشی، ۵۰/۵٪ از روزنامه‌های حاوی ۱ صفحه ورزشی و ۳۲/۲٪ از روزنامه‌ها حاوی نیم صفحه ورزشی بودند (جدول ۲) که این نتایج نشان می‌دهد ۵۹۶ روزنامه از ۷۲۰ روزنامه، دارای یک صفحه و کمتر از یک صفحه را به مطالب ورزشی اختصاص داده‌اند. همچنین، یافته‌ها نشان می‌دهد که بیشترین اخبار ورزشی مربوط به روزنامه همشهری با ۱۶/۸٪ کل خبرها معادل ۱۴۷۹ خبر می‌باشد. نکته قابل توجه این می‌باشد که طبق نتایج سایت الکسا، روزنامه همشهری دارای رتبه ۹۱ و بیشترین مراجعات اینترنتی در بین کل سایت‌های کشور می‌باشد. یکی از این عوامل تأثیرگذار که شاید باعث شده است روزنامه همشهری بیشترین مراجعات اینترنتی را داشته باشد، اختصاص صفحات بیشتری به ورزش نسبت به روزنامه‌های دیگر است؛ چراکه یکی

از روش‌هایی که باعث افزایش فروش روزنامه‌های سراسری در کشورهای توسعه‌یافته شده است، تعداد بیشتر صفحات ورزشی روزنامه‌ها می‌باشد (اندروس^۱، ۱۳۸۹). همچنین، کمترین اخبار ورزشی مربوط به روزنامه‌ی اطلاعات با ۵/۹٪ کل خبرهای بررسی‌شده معادل ۵۲۱ خبر است که طبق نتایج سایت الکسا، دارای رتبه‌ی ۲۲۳۸ در بین کل سایت‌های کشور می‌باشد که نسبت به رتبه‌ی روزنامه‌ی همشهری در رتبه‌ی خیلی پایینی قرار دارد (جدول ۳).

یافته‌ها درخصوص فراوانی خبرها برحسب موضوع ورزشی خبر نشان می‌دهند که بیشترین اخبار ورزشی مربوط به ورزش فوتبال با ۶۰/۵٪ از اخبار بررسی‌شده می‌باشد و در رده‌ی بعدی، ورزش کشتی قرار دارد که ۶/۹٪ از اخبار بررسی‌شده را به‌خود اختصاص داده است که این آمار با توجه به اینکه کشتی ورزش اول و مدال‌آور کشورمان است، درصدی بسیار پایین محسوب می‌شود. در رده‌ی سوم و چهارم نیز والیبال و بسکتبال قرار دارند که به‌ترتیب، ۳/۶ و ۳/۱٪ از اخبار را به‌خود اختصاص داده‌اند و رشته‌های وزنه‌برداری و تکواندو به‌عنوان رشته‌های مدال‌آور کشورمان در المپیک و جهان، بعد از کشتی به‌ترتیب سهمی برابر با ۱/۸ و ۱/۴٪ از اخبار را دارند و در رده‌ی هفتم و هشتم قرار گرفته‌اند که باز هم با توجه به مدال‌آوری این رشته‌ها، سهم اندکی در بخش ورزشی روزنامه‌های سراسری به‌آن‌ها اختصاص یافته است. کمترین اخبار ورزشی مربوط به ورزش هندبال با ۰/۲٪ از اخبار بررسی‌شده می‌باشد و سایر رشته‌های قیدشده در جدول ۴ هرکدام سهمی کمتر از ۰/۲٪ دارند به‌جز فوتسال که دارای سهمی معادل ۲/۸٪ می‌باشد. همچنین، ۵/۰۰٪ اخبار ورزشی موردبررسی مربوط به سایر رشته‌های قیدنشده در جدول ۴ می‌باشد و در ۶/۱٪ از اخبار نامی از رشته‌های ورزشی برده نشده است (جدول ۴) که این نتایج با یافته‌های پژوهش‌های (افچنگی، ۱۳۸۱؛ کردی، ۱۳۸۳؛ قاسمی، ۱۳۹۲) هم‌سو می‌باشد. همچنین، از نتایج پژوهش‌های هم‌سو که بر روی رسانه‌های گروهی غیر از مطبوعات انجام شده است می‌توان به پژوهش‌های (رهنما، ۱۳۸۲؛ کرمی، ۱۳۸۹) اشاره کرد. یافته‌ها حاکی از آن است که توجه به ورزش‌های مدال‌آور نسبت به ورزش فوتبال بسیار اندک است و درواقع، می‌توان گفت که مورد بی‌توجهی رسانه‌های گروهی، از جمله روزنامه‌های سراسری قرار گرفته‌اند. به‌ویژه این که رشته‌هایی چون کشتی، تکواندو، دو و میدانی و وزنه‌برداری از رشته‌های افتخارآفرین برای کشورمان در المپیک ۲۰۱۲ بوده‌اند و با توجه به این که اخبار مربوط به المپیک و پارالمپیک ۲۰۱۲ از اخبار بررسی‌شده در این پژوهش می‌باشند، انتظار می‌رفت که حجم بیشتری از اخبار روزنامه‌ها به این رشته‌ها اختصاص داده می‌شد. این درحالی است که وقتی مخاطبان مطالب چاپ‌شده در روزنامه‌ها را بیشتر متعلق به رشته‌ی ورزشی فوتبال

1. Androos

می‌بینند، این امر در انتخاب نوع رشته ورزشی آن‌ها مؤثر می‌باشد و دیدگاه محدود دانستن دنیای رشته‌های ورزشی را به فوتبال در آن‌ها تقویت می‌کند (قاسمی، ۱۳۹۲). به طوری که شبکلائی و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهشی بیان می‌کنند رسانه از قدرت خود در خصوص فوتبال استفاده کرده و موجب فراگیر شدن آن در سطح جامعه ما شده است (صادقی‌مقدم، ۱۳۸۹). همچنین، توجه بیش از اندازه به فوتبال و بی‌توجهی به سایر رشته‌ها، فقط در رسانه‌های کشور ما موج نمی‌زند، بلکه پژوهش‌ها نشان می‌دهد که در رسانه‌های خارجی نیز این چنین است. کندک و اوزبک^۱ (۲۰۱۰) پژوهشی با عنوان "پوشش‌های ورزشی در روزنامه‌های ملی ترکیه" انجام دادند. هدف این مطالعه، بررسی نحوه انعکاس خبرهای ورزشی در روزنامه‌های ملی بود. نمونه پژوهش شامل ۵ مقاله برتر در روزنامه‌های میلیت، سبا و تایمز^۲ بود که بیشترین اخبار ورزشی را پوشش می‌دادند. با بررسی اخبار منتشر شده در این پژوهش‌ها معلوم شد که فوتبال، بیشترین بخش پوششی را به خود اختصاص داده است و به دنبال آن بسکتبال و والیبال قرار دارند. همچنین، تافت^۳ (۲۰۱۱) در پژوهشی با عنوان "تمرکز بر اخبار ورزشی روزنامه‌ها" اظهار داشت ستاره‌های فوتبال و عملکرد آن‌ها، بیشتر صفحات و ستون‌ها را به خود اختصاص داده‌اند. از دلایل توجه بسیار زیاد رسانه‌ها به ورزش فوتبال، تجاری بودن و جذابیت زیاد آن در بین مخاطبان است. قطعاً، رسانه‌ها به دنبال اخباری هستند که مردم خواهان آن هستند؛ اما مدیران رسانه‌ها باید توجه داشته باشند که رسانه‌ها نقش فوق‌العاده‌ای در برجسته‌سازی و ترویج بعضی وقایع نسبت به سایر آن‌ها دارند.

یافته‌های دیگری از این پژوهش نشان می‌دهد که ورزش دو و میدانی به عنوان ورزش پایه، سهمی معادل ۱/۴٪ از بخش ورزشی روزنامه‌های سراسری مورد بررسی را به خود اختصاص داده است که درصدی بسیار پایین محسوب می‌شود. به خصوص اینکه این رشته به دلیل وجود ۲۴ ماده مختلف در بین مردان و ۲۳ ماده در بین زنان، دارای جایگاهی تعیین‌کننده در المپیک می‌باشد و با برخورداری از انواع دوی سرعت، نیمه‌استقامت، استقامت، ماراتن، امدادی، پرتاب‌ها، پرش‌ها، پیاده‌روی و چندقهرمانی، مدال‌های فراوانی از رویدادهای المپیک را در خود جای داده است و در المپیک ۲۰۱۲ برای نخستین بار برای کشورمان افتخار آفرین بوده است. همچنین، دو و میدانی را مادر ورزش‌ها می‌نامند؛ چراکه فعالیت‌های این رشته (راه رفتن، دویدن، پرش و پرتاب) بخشی از فعالیت‌های ابتدایی هر انسان بوده و توسعه آن می‌تواند مقدمه توسعه سایر

1. Cendek & Ozbek
2. Milite, Saba and Times
3. Toft

رشته‌های ورزشی باشد (رمضانی‌نژاد، ۱۳۸۷)؛ بنابراین، لازم است تا رسانه‌ها توجه بیشتری را در خصوص ترویج و توسعه این رشته داشته باشند.

کیهانی (۱۳۸۵) نشان داد که عدم انعکاس مسابقات دو و میدانی از سوی صدا و سیما و رسانه‌ها یکی از عواملی است که سبب شده بسیاری از باشگاه‌ها به حضور در لیگ دو و میدانی علاقه‌ای نشان ندهند، همچنین، بررسی اخبار خبرگزاری رسمی جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۳۸۸ نشان می‌دهد که سهم ورزش دو و میدانی تنها ۵/۲۵٪ از اخبار می‌باشد (صادقی‌مقدم، ۱۳۸۹). این در حالی است که شعبانی (۱۳۸۷) در پژوهشی، رسانه‌های جمعی را به‌عنوان عاملی مهم در توسعه دو و میدانی کشور برشمرد و نقش آن را در هموارسازی و برطرف کردن چالش‌های پیش روی این رشته مهم تلقی کرد، همچنین، در پژوهش‌ها نشان داده شده است مشکل و مانع اصلی توسعه رشته‌های دو و میدانی، شنا، قایق‌رانی و سه‌گانه، عدم حمایت و کم‌توجهی رسانه‌ها به این رشته‌های مطرح می‌باشد و اظهار داشتند که نیاز به رویکردی اساسی در تغییر جهت رسانه‌های جمعی در جهت حمایت از این رشته‌ها وجود دارد (فیروزی و فرزانه، ۱۳۸۹؛ فیروزی، رضوی و فرزانه، ۱۳۹۱)؛ چراکه، بین حمایت‌های رسانه‌ای و توسعه و ترویج رشته‌های ورزشی، رابطه معناداری وجود دارد (قیامی‌راد و محرم‌زاده، ۱۳۸۹).

توسعه و ترویج انواع رشته‌های ورزشی در سراسر کشور نیازمند همکاری همه‌جانبه رسانه‌های جمعی شامل رادیو، تلویزیون، مطبوعات و آگهی‌های تبلیغاتی است. به‌طوری که اگر بازی‌های والیبال، کشتی، دو و میدانی، بوکس، وزنه‌برداری و غیره نیز لحظه‌به‌لحظه توسط رسانه‌ها منعکس می‌شدند، این رشته‌ها هم می‌توانستند ورزشگاه‌ها را پر از تماشاگر کنند. اما به‌نظر می‌رسد ورزشکاران در رشته‌های غیرفوتبالی، ماه‌ها و سال‌ها در رسانه‌ها جایگاهی ندارند مگر زمانی که به قهرمانی برسند؛ بنابراین، باید رسانه‌های کشور را به توجه بیشتر به رشته‌های مختلف ورزشی ترغیب کرد و آن‌ها را از توجه بیش از حد به فوتبال، به توجه به رشته‌های پایه و همچنین، رشته‌های مدال‌آور سوق داد.

همچنین، نتایج دیگر این پژوهش نشان می‌دهد بین رده‌های سنی مطرح در بخش ورزشی روزنامه‌های سراسری پرشمارگان تفاوت وجود دارد. بدین‌صورت که از میان کل خبرهای منتشرشده در بازه زمانی موردبررسی، بیشترین اشاره مربوط به گروه سنی بزرگسالان با ۷۴/۸٪ اخبار می‌باشد و کمترین اخبار نیز به رده سنی پیشکسوتان تنها با ۳ خبر معادل ۰/۰۱٪ اختصاص یافته است. این در حالی است که پیشکسوتان ورزشی سرمایه‌های پنهانی محسوب می‌شوند که به‌رغم قابلیت‌های بسیار برای نقش‌آفرینی در پیشرفت و ارتقای جایگاه ورزش، مورد بی‌توجهی روزنامه‌های سراسری قرار گرفته‌اند. رده‌های سنی نونهالان، نوجوانان، جوانان و

امید نیز به ترتیب ۰/۱، ۲/۲، ۲/۳ و ۱/۱۰٪ از اخبار را به خود اختصاص داده‌اند. در واقع، یافته‌ها نشان می‌دهند که اخبار ورزش بزرگسالان بیشترین سهم از اخبار ورزشی را دارد و دیگر رده‌های سنی مورد بی‌توجهی این روزنامه‌ها قرار گرفته‌اند که با نتایج پژوهش‌های (صادقی‌مقدم، ۱۳۸۹؛ کرمی، ۱۳۸۹) هم‌سو می‌باشد. همچنین، با توجه به این‌که رشد و شکوفایی استعداد های ورزشکاران در سنین پایه، لازمه موفقیت آنان در سنین بزرگسالی و رده‌های قهرمانی است و همچنین، استفاده ورزشکاران، مسئولان و دست‌اندرکاران ورزشی از تجارب پیشکسوتان ورزش، عامل موفقیت و پیشرفت در فعالیت‌های آنان است، لازم است تا مطبوعات توجه بیشتری به این گروه‌ها داشته باشند.

یافته‌ها در خصوص توزیع تصاویر برحسب موضوع رشته ورزشی خبرها نشان می‌دهند که بیشترین تصاویر بخش ورزشی روزنامه‌های سراسری پر شمارگان مورد بررسی، به ورزش فوتبال اختصاص دارد که حدود ۶۵/۷۸٪ از تصاویر معادل با ۲۴۹۰ تصویر می‌باشد. در رده بعدی، ورزش کشتی با ۷/۲۱٪ از تصاویر معادل ۲۷۳ تصویر قرار دارد که اختلاف آن با ورزش فوتبال بسیار زیاد است. در رده سوم و چهارم، والیبال و بسکتبال قرار دارند که به ترتیب ۳/۸ و ۳/۰۱٪ از تصاویر معادل ۱۴۴ و ۱۱۴ تصویر را به خود اختصاص داده‌اند و وزنه‌برداری و تکواندو به‌عنوان رشته‌های افتخار آفرین کشورمان در رده‌های هفتم و هشتم قرار دارند و به ترتیب ۲/۰۶ و ۱/۶۱٪ از تصاویر را به خود اختصاص داده‌اند و سایر رشته‌های قید شده در جدول ۴، هر کدام سهمی کمتر از ۲٪ دارند؛ به جز ورزش فوتسال که سهمی معادل ۲/۲۱٪ دارد. همچنین، سایر رشته‌های ورزشی قید نشده در جدول ۶، ۳/۰۳٪ از تصاویر را به خود اختصاص داده‌اند و ۶/۱۹٪ از تصاویر بر هیچ‌کدام از رشته‌های ورزشی تأکید نداشته است (جدول ۶). یافته‌های گزارش (افچنگی، ۱۳۸۱؛ کردی، ۱۳۸۳؛ بارفروش، ۱۳۸۸؛ صادقی‌مقدم، ۱۳۸۹؛ قاسمی و همکاران، ۱۳۹۲) نتایج مشابهی را نشان می‌دهد. یافته‌های این پژوهش‌ها نیز حاکی از آن است که بیش از ۶۰٪ کل عکس‌های چاپ شده در مطبوعات مربوط به رشته فوتبال بوده است و سایر رشته‌ها با درصد بسیار پایینی در رتبه‌های بعدی قرار دارند. این در حالی است که مطبوعات می‌توانند با محتوای رشته‌های پایه و نیز مجلات تخصصی و باکیفیت و طراحی زیبا در گسترش رشته‌های مدال‌آور تأثیر داشته باشند (بارفروش، ۱۳۸۸). همچنین، ارزش عکس و نمایش آن در روزنامه‌های ورزشی و نقش آن در توجه بیشتر افکار عمومی و ورزشکاران به رشته‌های ورزشی بر کسی پوشیده نیست (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۲).

به‌طور کلی، می‌توان گفت رسانه‌ها در توسعه و ترویج انواع رشته‌های ورزشی و همچنین، ترویج ورزش در بین رده‌های سنی مختلف جامعه ضعیف عمل کرده و با توجه بیش از اندازه به

فوتبال، از سایر رشته‌ها غافل شده‌اند. درحالی که مظفری، الهی، شهامت، احدپور و رضایی (۱۳۹۱) در پژوهشی، یکی از راهکارهای توسعه ورزش قهرمانی در کشور را پخش رشته‌های غیرفوتبالی در رسانه‌ها بیان کرده‌اند که بی‌توجهی به این امر می‌تواند افراد جامعه را از شرکت فعال در ورزش به سمت شرکت غیرفعال و تماشاگری فوتبال سوق دهد. این درحالی است که حتی شبکه‌های سیما در بخش انعکاس و توجه به مؤلفه‌های ورزشی، از یک برنامه‌ریزی مدون و مبتنی بر اصول تعریف‌شده، بی‌بهره بوده و تنها تعدادی از رشته‌ها (نسبت به رشته‌های دیگر) سهم به‌سزایی از کنداکتور پخش تلویزیونی را به‌خود اختصاص داده‌اند (مظفری و همکاران، ۱۳۹۱؛ قاسمی و همکاران، ۱۳۹۲). درنتیجه، ورزش به‌عنوان یک مقوله قابل‌اعتنای اجتماعی، بخش عمده‌ای از اعتبار خود را مدیون رسانه‌های جمعی، از جمله مطبوعات ورزشی است. به‌طوری‌که در کشورهای توسعه‌یافته، مطبوعات به‌طور مرتب به صفحات ورزشی خود می‌افزایند که این به‌دلیل علاقه روزافزون مردم به ورزش است (اندروس^۱، ۱۳۸۹)؛ لذا، با توجه به نقش قاطع مطبوعات، به‌ویژه مطبوعات سراسری که توسط عموم مردم جامعه خریداری می‌شوند و با توجه به این‌که می‌توانند در شکل‌دهی به افکار و اندیشه‌های مردم تأثیرگذار باشند، مدیران مطبوعات سراسری در تهیه و نشر بخش ورزشی مطبوعات، باید از متخصصان تربیت‌بدنی استفاده کنند و در پوشش مطلوبی از رویدادها و مسابقات همراه با عکس‌های متنوع و جالب در رشته‌های مختلف ورزشی و رده‌های سنی مختلف و نیز معرفی رشته‌های مختلف ورزشی و قهرمانان آن رشته تلاش نمایند. همچنین، نباید هدف آن‌ها از بخش ورزشی مطبوعات سراسری، تنها اطلاع‌رسانی اخبار ورزشی فوتبال باشد؛ زیرا با توجه به نقش مطبوعات می‌توان با پرداختن به انواع رشته‌های ورزشی در رده‌های سنی مختلف، دیدگاه بسیاری از افراد را به سمت علاقه و گرایش به ورزش سوق داد. همچنین، پیشنهاد می‌شود رسانه‌های ورزشی بدون در نظر گرفتن ترجیحات، به نیازهای واقعی مردم و ارائه طیف کاملی از برنامه‌ها در رشته‌های ورزشی گوناگون بپردازند.

پژوهش‌های انجام‌شده در رابطه با مطبوعات سراسری کشور که تاکنون انجام شده است بیشتر به تحلیل محتوای مطبوعات ورزشی پرداخته‌اند و به این نتایج کلی دست یافته‌اند که مطبوعات ورزشی کشور، بیشتر رشته ورزشی فوتبال را مورد پوشش قرار داده‌اند.

در این پژوهش، تحلیل محتوای بخش ورزشی روزنامه‌های سراسری عمومی پرشمارگان و پرمخاطب آنلاین کشور نیز همانند پژوهش‌های دیگر در مورد رسانه‌ها نشان داد مطبوعات

سراسری کشور نیز رشته ورزشی فوتبال رده سنی بزرگسالان را پوشش داده است و به رشته‌های ورزشی دیگر و رده‌های سنی غیر از بزرگسالان کم توجهی شده است.

منابع

1. Afchangi M. 2003. Pictures sport in Iranian newspapers: Analysis sports content Abrar, Iran, Hamshahri, etelaat, Kayhan newspapers in years 1995 and 2000. Master's Thesis Social Communication Sciences, Allameh Tabatabaei University. (Persian).
2. Barforuosh.a.2009. Analysis of content across sports Journals,(in years 2000-2009). Research Project, Centre for Studies and Media Research. (Persian).
3. Davoodi, n.2000. Iranian youth benefit from sport Press. Master's Thesis, Faculty of Social Sciences of Allameh Tabatabai University. (Persian).
4. Dehshiri, m.2009. Media and making culture. Journal of Cultural Research. (8): 208-179.
5. Fil,a. 2011. Sports journalism. Translation: keshgar sara, ghasemi hamid. The first edition, Tehran: Science and move. (Persian).
6. Firoozi,m. Farzan,f. 2011. The challenges and obstacles triathlon Iran. Papers of the first scientific conference triathlon, Tehran. (Persian).
7. Firoozi,m. Razavi,m. Farzan,f. 2013. Evaluation of challenges and problems Medalist track and field, rowing and swimming Iran. Journal of Sport Management and motor behavior. (15): 37-66. (Persian).
8. Ghasemi,h. karami,a. Sadeghi, f. 2014. Situation TV coverage of sports events in TV networks From the perspective of media professionals Country. Applied research in sport management. (4): 43-54. (Persian).
9. Ghasemi,h. Kohandel,m. Ghare,a. Mirzamohammadi,a. 2014. Coverage sport of wrestling in selected Sports Press In the three months leading up to the 2008 Beijing Olympics. Two- Quarterly Management and sport development. (2): 20-41. (Persian).
10. Ghasemi,h. Mozafari,a. Amirtash,a. 2008. Development of sport on television in Iran. Research in Sport Sciences. (17): 131-148. (Persian).
11. Ghiamirad,a. 2006. Comparative comparison marketing techniques Karath sport fields in Iran and Japan. International Conference on Sport, University of London, England. (Persian).
12. Ghiamirad,a. Moharam zade,m. 2010. Search marketing strategies to promote and develop sports in Iran. The Journal of Motion. (39): 175-192. (Persian).
13. Honari,h. ahmadi,a. moradi,m. 2013. The role of the four sports media in the development of Championship sports. Studies Sport Management. 3 (15): 145 158. (Persian).
14. Karami,a. 2011. Content analysis of TV sports programs in Iran. Thesis, Islamic Azad University of Tehran. (Persian).
15. Keyhani,m. 2007. "Investments which way to run?" Interview with chairman of Track and Field And non-investor in Track and Field Club, About the problems and obstacles investment in this field. Iran newspaper article, Thursday, 11 March 2007. 19-20. (Persian).

16. Khani malkoveh, m.2007. A needs assessment exercise programs on Broadcasting, Tehran, Department of Social Research and evaluation program, Group non-performing program evaluation Broadcasting Research Center. (Persian).
17. Kordi,m. 2005. The study of sports issues Country. A research project, Faculty of Physical Education Tehran University. (Persian).
18. Mozafari,a. elahi,a. abasi,sh. Ahadpoor,h. rezaee,z. 2013. Development strategies of the championship Iran. Sports Management Studies. (13): 48-33. (Persian).
19. Rahnama, b.2004. Sports news content analysis of third network TV 19:45. Thesis, School of Broadcasting. (Persian).
20. Ramezani nezhad, r.2008. Know the history of sports. The first edition,rasht: University of Guilan. (Persian).
21. Sadeghi moghadam, s.2011. Evaluate and compare the structure and content of sports news agency IRNA, ISNA, Fars and Mehr In the fourth quarter (winter) in years 2010, Master's thesis, Islamic Azad University of Tehran. (Persian).
22. Shabani,a. Ghafoori,f. Honari,h. 2009. Challenges In track and field of iran. Articles Collections of the National Conference elected Physical Education Sports Science, University of shomal. (Persian).
23. Shabkalaee,a. mohammad khani malkoveh,m. 2013. The role of TV in Becoming public football in Iran, Journal of Scientific – Research communication research. (69) : 71-100. (Persian).
24. Zaraki,p. yuosefi,s. sharifian,a. ghahraman tabrizi,k. 2013. The Role of Sports newspapers in Development of Sports Championship broadsheet, professional and public education. International Conference on Sport Sciences, Tehran University of shomal. (Persian).
25. Cendek, C., & Ozbek, O.2010. Sports coverage in National Dailies. *Beden Egitimive Sport Bilimleri Dergisi*, 4(1).
26. Harris, J., & Clayton, B. 2002. Femininity, masculinity, physicality and the English tabloid press. The case of Anna Kournikova. *International Review for the Sociology of Sport*, 37(3-4), 397-413.
27. Pitts, B. G., & Stotlar, D. K.2002. *Fundamentals of sport marketing* (2nd ed). Morgantown, WV: Fitness Infotmation Technology.
28. Toft, D. (2011). *Newspapers focus narrow-17 on sports results*. New Sports Press Survey.