

Identification and Analysis of Factors Affecting the Success of Sports Reporter

Afshin Talebi¹, Sirous Ahmadi^{2✉}, Majid Solimani³, Gholamreza Khaksari⁴

1. Department of Sports Management, Hamedan Branch, Islamic Azad University, Hamedan, Iran. E-mail: talebi_a@yahoo.com
2. Corresponding Author, Department of Sports Management, Hamedan Branch, Islamic Azad University, Hamedan, Iran. E-mail: Sirous.ahmadi54@iauh.ac.ir
3. 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:

25 April 2026

Received in revised form:

18 February 2025

Accepted:

22 February 2025

Published online:

22 July 2026

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. (2026). Identification and Analysis of Factors Affecting the Success of Sports Reporter *Sport Management Journal*, 18(2), 218-231.

DOI: <https://doi.org/10.22059/jsm.2025.375653.3287>



Journal of Sport Management by University of Tehran Press is licensed under CC BY-NC 4.0
| web site: <https://jsm.ut.ac.ir/> | Email: jsm@ut.ac.ir

© The Author(s).

Publisher: University of Tehran Press.

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, 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 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 2. 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.

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 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



شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر موفقیت خبرنگار ورزشی

افشین طالبی^۱، سیروس احمدی^۲✉، مجید سلیمانی^۳، غلامرضا خاکساری^۴

۱. گروه مدیریت ورزشی، واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان، ایران. رایانامه: talebi_a@yahoo.com

۲. نویسنده مسئول، گروه مدیریت ورزشی، واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان، ایران. رایانامه: Siros.ahmadi54@iauh.ac.ir

۳. گروه تربیت بدنی، واحد ملایر، دانشگاه آزاد اسلامی، ملایر، ایران. رایانامه: Solimani_M@ut.ac.ir

۴. گروه تربیت بدنی، واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان، ایران. رایانامه: Khaksari_Gh@yahoo.com

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	مقدمه: هدف از این پژوهش، شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر موفقیت خبرنگار ورزشی بود.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۰۶	روش پژوهش: تحقیق از نوع کیفی با رویکرد اکتشافی نظاممند انتخاب شد. 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. تعداد حدودی جامعه آماری، ۴۴ نفر 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. روایی ابزار بر اساس اعتبار نمونه، نظر خبرگان و توافق بین مصححان ارزیابی و تأیید گردید. جهت تحلیل یافته‌ها از روش کدگذاری مفهومی چندمرحله‌ای با رویکرد تحلیل سیستمی استفاده شد. بر اساس چارچوب مفهومی استخراج شده، ۴ مقوله فرعی و ۳۰ کدباز به دست آمد.
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۱۱/۳۰	یافته‌ها: 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؛ ویژگی 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.
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۰۴	نتیجه‌گیری: نتایج پژوهش حاضر می‌تواند زمینه توسعه خبرنگاری تخصصی در ورزش و گرایش متخصصان علوم ورزشی به این حوزه را فراهم کند.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۰۴/۳۱	
کلیدواژه‌ها: خبرنگار ورزشی، سواد رسانه‌ای، گزارشگری ورزشی، مصاحبه ورزشی.	

استناد: طالبی، افشین؛ احمدی، سیروس؛ سلیمانی، مجید؛ و خاکساری، غلامرضا. (۱۴۰۵). شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر موفقیت خبرنگار ورزشی. نشریه مدیریت ورزشی، ۲۳(۲)، ۲۳۱-۲۱۸.

DOI: <https://doi.org/10.22059/jsm.2025.375653.3287>

این نشریه علمی رایگان است و حق مالکیت فکری خود را بر اساس لایسنس کپی‌رایت کامنز (CC BY-NC 4.0) به نویسندگان واگذار کرده است. | آدرس نشریه: <https://jsm.ut.ac.ir> | ایمیل: jsm@ut.ac.ir



© نویسندگان.

ناشر: انتشارات دانشگاه تهران.

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 به عنوان 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 به طور چشمگیری مطرح شده است (فتنون^۱ 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^۲، ۲۰۲۲)، اما در کشور ما به‌ویژه در حوزه ورزش هنوز نتوانسته جایگاه خویش را پیدا کند (پورزنگار و همکاران، ۲۰۲۲). از طرفی باتوجه 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.

در عین حال دردسترس بودن اینترنت به عنوان یک کانال ارتباطی، به شدت 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 (بوکزک^۳ 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^۴ و همکاران، ۲۰۲۲).

با این حال 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، به منظور موفقیت در هر حرفه یا شغل، شخص مناسب و باصلاحیتی که به درستی برای آن جایگاه انتخاب شده است، باید کارش را به خوبی بشناسد. تجزیه و تحلیل شغل، به کشف چستی شغل موردنظر، عناصر شکل‌دهنده‌ی آن و الزامات، ویژگی‌ها و شایستگی‌های موردنظر برای هر شغل کمک می‌کند (پریالت^۵ و همکاران، ۲۰۲۲). در زمینه روزنامه‌نگاری

¹ Fenton² Aujla-Sidhu³ Boczek⁴ Demir⁵ Perreault

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). درعین‌حال رسانه‌ها ضمن داشتن نقش اساسی در اطلاع‌رسانی، یکی از منابع در دسترس و باصرفه برای توسعه ورزش هستند که تمام جزئیات را باکیفیتی 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 باتوجه‌به نقش ورزش در ایجاد شوروشوق و افزایش انگیزه مردم و ملت‌ها در حال گسترش است (قاسمی و همکاران، ۲۰۱۵). مسئولیت کاری روزنامه‌نگاران و خبرنگاران ورزشی باتوجه‌به 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](#)).

به‌طور 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 نه‌تنها 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 به‌عنوان پل ارتباطی بین ورزشکاران و مخاطبان عمل می‌کنند و با ارائه گزارش‌های زنده و مستند، تجربه‌ای منحصربه‌فرد از لحظات هیجان‌انگیز و پرتنش مسابقات را برای مردم به ارمغان می‌آورند ([رامون^۶ و همکاران، ۲۰۲۲](#)). پوشش جامع و متنوع آن‌ها نه‌تنها 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. باوجود 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.

بااین‌حال در جهت توسعه عملکرد حرفه‌ای روزنامه‌نگاران، [آیوجلا و همکاران \(۲۰۲۲\)](#) بر استقلال شخصی، [صدری و همکاران \(۲۰۲۲\)](#) بر پایبندی به اخلاق حرفه‌ای و [دیمیر^۸ 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 رشته کمتر موردتوجه 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

¹ Kim

² de Oca

³ Fenton

⁴ Boczek

⁵ Sadri

⁶ Ramon

⁷ Oelrichs

⁸ Demir

و می‌تواند موجب توسعه این رشته 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 (نیمه‌ساختارمند) 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 طراحی‌شده از قبل صورت گرفت. قبل از انجام هر مصاحبه، مصاحبه‌های قبلی تحلیل‌شده 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 طراحی‌شده از قبل صورت گرفت. قبل از هر مصاحبه، مصاحبه‌های پیشین تحلیل می‌شد و مبنای طراحی سؤالات 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. به‌منظور 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 قراردادن 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 اضافه‌نشدن 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 به صورت 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 جمعیت‌شناختی پژوهش در جدول ۱ گزارش شده است:

جدول ۱. توصیف ویژگی‌های دموگرافیک مصاحبه‌شوندگان

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

جدول ۲. کدگذاری سه مرحله‌ای مفاهیم شناسایی شده

ردیف	کدهای محوری	مقوله‌ها	کدهای اولیه	کد مصاحبه‌شوندگان
۱			بررسی منابع معتبر اطلاعات	م ۲، م ۶، م ۱۰، م ۱۳، م ۱۵
۲			منابع اطلاعاتی اولویت‌دار	م ۳، م ۵، م ۱۷، م ۱۸
۳			شناسایی پیام‌های نهفته	م ۱۰، م ۱۳، م ۱۵، م ۱۷
۴	فنی	سواد رسانه‌ای	ساختارشناسی پیام‌ها	م ۲، م ۸، م ۱۱، م ۱۴
۵			شناسایی محتوای دست‌کاری شده	م ۱، م ۳، م ۷، م ۱۱، م ۱۸
۶			شناسایی منابع اصلی پیام‌ها	م ۳، م ۵، م ۶، م ۸، م ۱۴
۷			درک اهداف خبری	م ۲، م ۴، م ۷، م ۹، م ۱۶

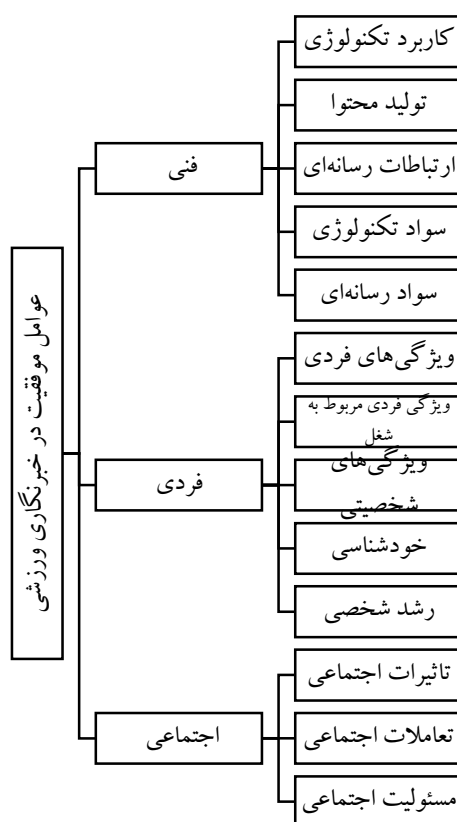
شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر موفقیت خبرنگار ورزشی			۲۲۵
سواد تکنولوژی	تحلیل تأثیرات پیام‌ها بر مخاطب	م.۴.۵.م.۹.م.۱۵.م.۱۷	۸
	شناسایی اهداف سیاسی رسانه‌ها	م.۳.۴.م.۷.م.۱۱.م.۱۵	۹
	واکنش مخاطبان به پیام‌ها	م.۸.م.۱۲.م.۱۵.م.۱۸	۱۰
	تحلیل سواد رسانه‌ای جهانی	م.۳.۴.م.۸.م.۱۰.م.۱۸	۱۱
	مهارت در استفاده از ابزارهای ویدئویی	م.۳.۵.م.۸.م.۱۶	۱۲
	آشنایی با نرم‌افزارهای تدوین	م.۴.۵.م.۶.م.۱۰	۱۳
	تسلط به تجهیزات تولید محتوا	م.۳.۸.م.۹.م.۱۱	۱۴
	توانایی تعمیر ابتدایی ابزارها	م.۵.م.۹.م.۱۰.م.۱۷.م.۱۸	۱۵
	بهره‌برداری از رسانه‌های نوین	م.۶.م.۹.م.۱۲.م.۱۴.م.۱۶	۱۶
	تطبیق اطلاعات برای انواع رسانه‌ها	م.۳.۷.م.۱۰.م.۱۱.م.۱۳	۱۷
ارتباطات رسانه‌ای	تحلیل تأثیر پیام‌ها در محیط رسانه‌ای	م.۲.۵.م.۶.م.۹.م.۱۸	۱۸
	طراحی کمپین‌های رسانه‌ای ورزشی	م.۴.۶.م.۸.م.۱۰.م.۱۵	۱۹
	نظارت بر انتشار پیام‌ها در رسانه‌ها	م.۷.م.۹.م.۱۰.م.۱۴.م.۱۶	۲۰
	استفاده از تکنولوژی‌های جدید در تولید محتوا	م.۱.م.۵.م.۷.م.۱۰.م.۱۵.م.۱۸	۲۱
	تولید محتوای چندرسانه‌ای متناسب	م.۱.م.۳.م.۶.م.۸.م.۱۴	۲۲
تولید محتوا	بهره‌گیری از روایت‌گری خلاقانه	م.۲.م.۵.م.۷.م.۹.م.۱۵	۲۳
	تولید محتوای مبتنی بر داده‌های آماری	م.۴.۶.م.۸.م.۱۰.م.۱۳	۲۴
	تدوین محتوای آموزشی برای مخاطبان خاص	م.۳.۵.م.۹.م.۱۱.م.۱۷	۲۵
	تسلط بر فناوری‌های نوظهور	م.۳.۴.م.۸.م.۱۲.م.۱۶	۲۶
کاربرد تکنولوژی	تطبیق سریع با ابزارهای دیجیتال جدید	م.۲.م.۶.م.۹.م.۱۱.م.۱۸	۲۷
	به‌کارگیری ابزارهای هوش مصنوعی	م.۱.م.۷.م.۱۰.م.۱۲.م.۱۵	۲۸
	بهره‌گیری از نرم‌افزارهای تحلیل داده	م.۲.م.۴.م.۸.م.۱۱.م.۱۷	۲۹
	خلاقیت در تولید محتوا	م.۱.م.۵.م.۷.م.۱۴.م.۱۶	۳۰
فردی	اعتمادبه‌نفس در مواجهه با چالش‌ها	م.۲.م.۵.م.۷.م.۹.م.۱۴.م.۱۷	۳۱
	مهارت در تعاملات اجتماعی	م.۳.م.۷.م.۸.م.۹.م.۱۸	۳۲
	همدلی و همدلی با مخاطب	م.۵.م.۱۲.م.۱۶	۳۳
	اخلاق‌مداری در تولید محتوا	م.۲.م.۳.م.۵.م.۸.م.۹	۳۴
	مدیریت هیجانات در شرایط حساس	م.۳.م.۷.م.۸.م.۹.م.۱۴.م.۱۵	۳۵

مدیریت ورزشی، دوره هجدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۵			۲۲۶
۳۶	صبر و تحمل در برابر فشارهای کاری	م.۲.۷.۹.م.۱۴.م.۱۶	ویژگی فردی مربوط به شغل
۳۷	صداقت و شفافیت در ارائه اخبار	م.۱.۵.م.۷.م.۱۰.م.۱۴	
۳۸	علاقه‌مندی به پژوهش‌های ورزشی	م.۱۵.م.۱۳.م.۱۰	
۳۹	استعداد در خبرنگاری ورزشی	م.۱.۵.م.۶.م.۷.م.۱۸	
۴۰	مسئولیت‌پذیری در قبال اطلاعات ورزشی	م.۳.م.۳.م.۷.م.۸	
۴۱	نگرش اجتماعی به دنیای ورزش	م.۲.م.۳.م.۷.م.۸.م.۱۰	
۴۲	روحیه گزارشگری در رویدادهای ورزشی	م.۳.م.۷.م.۹.م.۱۰.م.۱۵	
۴۳	علاقه‌مندی به تحلیل و ارزیابی ورزش	م.۱.م.۴.م.۸.م.۹	
۴۴	توانایی ارتباط مؤثر با مخاطب	م.۳.م.۶.م.۸.م.۱۴.م.۱۵	
۴۵	قدرت تطبیق‌پذیری در شرایط مختلف	م.۲.م.۵.م.۷.م.۸.م.۱۳	
۴۶	مهارت در مدیریت استرس	م.۱.م.۷.م.۹.م.۱۱.م.۱۶	ویژگی‌های شخصیتی
۴۷	تصمیم‌گیری در شرایط بحرانی	م.۴.م.۵.م.۶.م.۱۰.م.۱۳	
۴۸	توجه به جزئیات در گزارشگری	م.۲.م.۶.م.۸.م.۹.م.۱۲	
۴۹	یادگیری مداوم برای توسعه مهارت‌ها	م.۱.م.۴.م.۸.م.۱۰.م.۱۴	
۵۰	تمرکز بر مدیریت زمان مؤثر	م.۳.م.۵.م.۷.م.۹.م.۱۳	رشد شخصی
۵۱	تقویت مهارت‌های تصمیم‌گیری	م.۲.م.۶.م.۹.م.۱۱.م.۱۶	
۵۲	افزایش انگیزه برای تحقق اهداف شخصی	م.۱.م.۵.م.۸.م.۱۰.م.۱۷	
۵۳	بازبینی مداوم رفتار و عملکرد	م.۲.م.۵.م.۶.م.۱۰.م.۱۶	
۵۴	تقویت باورهای فردی و اعتمادبه‌نفس	م.۳.م.۶.م.۹.م.۱۲.م.۱۸	خودشناسی
۵۵	پذیرش اشتباهات و یادگیری از آن‌ها	م.۱.م.۴.م.۷.م.۹.م.۱۵	
۵۶	شناسایی نقاط قوت و ضعف	م.۲.م.۵.م.۸.م.۱۱.م.۱۷	
۵۷	همکاری مؤثر با رسانه‌های دیگر	م.۱.م.۴.م.۸.م.۱۳.م.۱۵	
۵۸	تحلیل تأثیر رسانه‌ها بر فرهنگ جامعه	م.۵.م.۷.م.۱۰.م.۱۱.م.۱۶	تأثیرات اجتماعی
۵۹	نقد رویکردهای رسانه‌ای	م.۳.م.۷.م.۹.م.۱۳.م.۱۴	
۶۰	ارتقای سطح آگاهی عمومی	م.۱.م.۵.م.۶.م.۹.م.۱۰	
۶۱	تعامل مؤثر با مخاطب	م.۱.م.۴.م.۸.م.۹.م.۱۷	
۶۲	ایجاد رابطه پایدار با مخاطب	م.۲.م.۶.م.۹.م.۱۰.م.۱۳	تعاملات اجتماعی
۶۳	ارتباط مؤثر با گروه‌های مختلف جامعه	م.۳.م.۵.م.۸.م.۱۲.م.۱۴	

۶۴	توانایی برقراری ارتباط میان فرهنگی	م.۱. م.۷. م.۱۰. م.۱۴. م.۱۷
۶۵	تحلیل و شبیه‌سازی واکنش‌های اجتماعی	م.۴. م.۶. م.۸. م.۱۳. م.۱۶
۶۶	مدیریت بحران‌های ارتباطی	م.۲. م.۵. م.۷. م.۹. م.۱۸
۶۷	تعامل مثبت با رسانه‌ها و نهادهای اجتماعی	م.۳. م.۵. م.۷. م.۱۰. م.۱۷
۶۸	درک و پیش‌بینی نیازهای اجتماعی مخاطبان	م.۴. م.۸. م.۹. م.۱۰. م.۱۴
۶۹	تبادل اطلاعات در فضای دیجیتال	م.۱. م.۶. م.۸. م.۱۲. م.۱۵
۷۰	آگاهی‌بخشی به مخاطبان در موضوعات اخلاقی	م.۱. م.۳. م.۵. م.۷. م.۹
۷۱	حمایت از فعالیت‌های خیریه و ورزشی	م.۲. م.۴. م.۶. م.۸. م.۱۰
۷۲	ترویج فرهنگ شفافیت و پاسخگویی	م.۳. م.۵. م.۷. م.۹. م.۱۱
۷۳	تقویت ارتباط با گروه‌های ذینفع جامعه	م.۴. م.۶. م.۸. م.۱۰. م.۱۲

مسئولیت اجتماعی

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؛ ویژگی 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 چه‌بسا 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 زبان‌آور دنیاست، چراکه روزنامه‌نگار در مرکز اطلاعات قرار می‌گیرند، اطلاعاتی که می‌توان با استفاده به‌جا و مناسب و باتوجه‌به تکنیک‌های ویژه راهبر جامعه در شرایط خاص باشد و درعین‌حال می‌تواند مخاطرات داخلی و خارجی برای کشور به وجود آورد. در طرف مقابل اهمیت روزنامه‌نگاری و خبرنگاری ورزشی در سطح جهانی باتوجه‌به نقش ورزش در ایجاد شوروشوق و افزایش انگیزه مردم و ملت‌ها در حال گسترش است (قاسمی و همکاران، ۲۰۱۵). مسئولیت کاری روزنامه‌نگاران و خبرنگاران ورزشی باتوجه‌به 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^۱ و همکاران، ۲۰۲۲).

باین‌حال بر اساس نتایج پژوهش، عوامل فردی نظیر ویژگی‌های فردی (خلاق بودن، با اعتمادبه‌نفس بودن، برون‌گرا و اجتماعی بودن، حس‌همدلی بالا، بااخلاق بودن، کنترل بالای هیجانات در شرایط، صبر و شکیبایی بالا، صداقت داشتن) و ویژگی‌های فردی مربوط به شغل (حس کنجکاوی 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 موردتأیید می‌دانند و اعتقاددارند که دانشگاه‌ها در انتقال اطلاعات لازم برای ورود به حرفه نقش اصلی را دارند. [سلطانی‌فر 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 دوزبانه، [ونگر و اوونز \(۲۰۱۳\)](#) ارتباط فردی حرفه‌ای و آشنایی با رسانه‌های دیجیتال، [کارپنتر و کانور \(۲۰۱۷\)](#) تجربه قبلی و مدرک تحصیلی، [سلطانی‌فر 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 موردتأیید است. [فیشر و جسلان \(۲۰۱۰\)](#)، [ریردون و فالین \(۲۰۱۳\)](#) و [روتر و همکاران \(۱۹۹۵\)](#) تعاملات اجتماعی را به‌عنوان 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،

^۱ Boczek

گوش‌دادن 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 باتوجه‌به پیشرفت در فناوری ارتباطات است؛ زیرا که منابع انسانی رسانه باید توانایی‌ها و مهارت‌های خود را باتوجه‌به این تغییرات تکنولوژیکی مطابقت دهند که نتایج نظرسنجی حاکی از به‌روزرسانی بیشتر افراد متناسب با امکانات روز است. باین‌حال خبرنگار در پارادایم خبرنگاری باتوجه‌به 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 تحت‌تأثیر قرار بدهد. برخی از این ویژگی‌ها جنبه ذاتی و غیراکتسابی 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 شکل‌دادن به ذهنیت تماشاگران پیش از ورود به ورزشگاه، در رفتار آن‌ها در حین و بعد از بازی نیز بسیار مؤثر است ([فنتون، ۲۰۲۱](#)). رسانه‌ها می‌توانند با طرح و پرداختن به عواملی که موجب شکل‌گیری یا تشدید نگرش‌ها و رفتارهای خشونت‌آمیز در بین تماشاگران می‌شوند (عواملی نظیر شبیهات، حاشیه‌ها، اختلافات و درگیری‌ها، خطونشان کشیدن‌ها و رجز یا کری 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 (فتحی‌نیا، ۲۰۱۰). امتیازات روزنامه‌نگاران و ارزش درک شده از مشارکت آن‌ها تحت‌تأثیر 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، تحت‌تأثیر کمتری قرار می‌گیرند؛ زیرا خبرها را به‌خوبی شناسایی می‌کنند و به تحلیل اخبار می‌پردازند و اخباری را تهیه می‌کنند که به‌مراتب تأثیرگذارتر است ([سلطانی‌فر 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 ([لوپزوسا 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 انتخاب‌شده 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 ارتقای 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 ارتقای 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 رساندند 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., Hakakzadeh 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.
- Omrani, 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)