

## نقش برنامه ورزشی نود در پیامدهای اخلاقی جامعه با تأکید بر مؤلفه احترام

حمید قاسمی<sup>۱</sup>، مهرزاد ارشادی فر<sup>۲</sup>

### چکیده

هدف این تحقیق بررسی نقش برنامه ورزشی نود در پیامدهای اخلاقی جامعه با تأکید بر مؤلفه احترام از دیدگاه پاسخ دهندگان ورزشی بود. روش پژوهش توصیفی-پیمایشی و از نظر هدف کاربردی بود. جامعه آماری پژوهش شامل خبرنگاران ورزشی، داوران لیگ برتر، مدیران لیگ برتر، کارشناسان مدیریت ورزشی (با درجه دکترا)، کاپیتانان لیگ برتر فوتبال و تماشاگران فوتبال در فصل ۹۱-۹۲ بود که ۱۹۰ نمونه با روش غیرتصادفی و به صورت هدفمند انتخاب شدند. در این پژوهش از پرسشنامه محقق ساخته‌ای استفاده گردید. مؤلفه‌های پرسشنامه بر اساس محورهای بازی منصفانه در کمیته بین‌المللی بازی منصفانه تعیین شد. روایی صوری و محتوایی آن به تأیید جمعی از خبرگان رسید و پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ (۰/۹۳) مورد تأیید قرار گرفت. نتایج نشان داد میانگین دیدگاه گروه‌های پاسخ‌دهنده در خصوص پیامد اخلاقی مبتنی بر احترام برنامه نود بالاتر از سطح متوسط بود. در میان گروه‌ها در خصوص احترام به مربی، تماشاگر، خبرنگار، قوانین و رفتار محترمانه اختلاف معنی داری وجود نداشت اما در احترام به داور و مدیر اختلاف معنی دار بود. این اختلاف در احترام به داور بین داوران و تماشاگران و در احترام به مدیر بین مدیران و خبرنگاران با تماشاگران نشان داده شد. تماشاگران نسبت به سایر گروه‌ها نقش مثبت‌تری برای پیامدهای اخلاقی مبتنی بر احترام برنامه نود قایل بودند.

واژگان کلیدی: رسانه، اخلاق، برنامه ورزشی نود، فوتبال، احترام.

۱- دانشیار دانشگاه پیام نور (نویسنده مسئول : تلفن : \*\*\*\*\*) : پست الکترونیکی ghasemione@yahoo.com

۲- کارشناس ارشد مدیریت برنامه ریزی فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات

## ۱- مقدمه

بی شک در عصر حاضر وقتی از آموزش و تربیت اخلاقی در بستر جامعه صحبت به میان می آید توجه ما به سوی رسانه های جمعی و به ویژه در میان رسانه ها به سوی تلویزیون سوق پیدا می کند. در این راستا رسانه ها در قبال جامعه مسئولند و این موضوع ضرورت اهتمام رسانه ها را به تربیت اخلاقی جامعه دو چندان می کند. یکی از وظایف ذاتی رسانه ها ضمن پذیرش مسولیت اجتماعی خود در قبال جامعه، اطلاع رسانی و آگاهی می باشد. از رسانه های جمعی جهت آشکار سازی اطلاعات مربوط به یک اتفاق بزرگ استفاده می شود<sup>(۱)</sup>. نظریه پردازان حوزه ارتباطات معیار گزینش یک رویداد را ارزش های خبری دانسته اند. مفسران و برنامه سازان ورزشی، در شکل گیری نگرش افراد جامعه به ورزش سهم بسیاری دارند، از طرفی برنامه سازان نیز تحت تاثیر جامعه قرار دارند و سعی می کنند برای جذب مخاطب بیشتر از موضوع ها و مطالبی استفاده کنند که مورد علاقه مردم است. ارتباط بین ورزش و رسانه ها منشا مفاهیمی مانند: مجموعه رسانه/رشته های ورزشی<sup>(۲)</sup>، تولید محصولات مجموعه رسانه / رشته های ورزشی<sup>(۳)</sup>، فرهنگ رسانه های ورزشی<sup>(۴)</sup>، اتحاد (پیوند) رسانه-ورزش<sup>(۵)</sup> هستند<sup>(۵)</sup>. وینست<sup>(۶)</sup> (۲۰۰۵) ثابت کرد سبکی را که یک رسانه برای شرح یک رویداد اجتماعی و اعضای آن به کار می برد، کلید های مهمی در جهت شناخت نگرش و گرایش رسانه نسبت به این گروه می باشد. بنابراین، او نتیجه گیری کرد که حکمفرمایی رسانه، حاصل روایت و نمایش ورزشکاران ممتازی است که به شناخت، ایجاد اعتبار و هدایت باورهای اجتماعی درباره ی آنها کمک می کند. در محیط های ورزشی کسانی که رسانه های ورزشی را کنترل می کنند، رویداد هایی را انتخاب می کنند که اهداف آنها را پوشش دهد<sup>(۷)</sup>. عملکرد برنامه های تلویزیون به عنوان یکی از منابع مهم شکل دهی به ذهنیت تماشاگران، داوران، مربیان، مدیران ورزشی و ... بسیار موثر است. تیموری و خیابانی (۱۳۹۱) در تحقیقی، ساختار واژگان مصاحبه های مربیان فوتبال لیگ برتر ایران (دوره نهم، فصل ۸۸-۸۹) را پس از بازی مورد بررسی قرار دادند. با بررسی اطلاعات به دست آمده مشخص شد که مربیان، اغلب پس از برد، از واژه های با بار عاطفی مثبت و پس از باخت از واژه های با بار عاطفی منفی استفاده می کنند. ضمن آنکه میزان فرافکنی آنان پس از باخت، نسبت به شرایط پس از برد بسیار بیشتر است.

یکی از سازمان های بین المللی در عرصه معرفی شاخص های بازی منصفانه در جهان، کمیته بین المللی بازی منصفانه است. بازی جوانمردانه یک مفهوم پیچیده است که ارزش های بنیادی متعددی را پوشش می دهد؛ این ارزش ها نه تنها در ورزش بلکه در زندگی روزمره نیز وجود دارند. برخی از مهم ترین این ارزش های بنیادی در جدول ۱ معرفی شده است (کمیته بین المللی بازی جوانمردانه، بی تا).

1. Sports/media complex
2. media /sport production complex
3. media sport cultural complex
4. Sport-media nexus
5. Vincent

## جدول ۱. شاخص‌های بازی‌های منصفانه از منظر کمیته بین‌المللی بازی منصفانه (۲۰۱۶)

ردیف	شاخص‌ها	توضیح
۱	مسابقه منصفانه	لذت بخش بودن پیروزی منصفانه
۲	احترام	هر ورزشکار باید به قوانین نوشته شده و نانوشته احترام بگذارد. بازی منصفانه به احترام بدون شرط به حریف، هم‌تیمی، داور، تماشاگران و هواداران نیاز دارد.
۳	دوستی	توجه به رقابت دوستانه و پایدار
۴	روحی تیمی	افراد در درون تیم قدرتمند می‌شوند و باید لحظات پیروزی را با تیم تقسیم کنند.
۵	برابری	رقابت در شرایط برابر مهم است.
۶	ورزش بدون دوپینگ	استفاده از دآوری نیروزا و ایجاد فرصت نابرابر پذیرفته نیست.
۷	راستی	داشتن صداقت و حرکت در چارچوب اخلاقی
۸	همستگی	تقسیم احساسات، اهداف و رویاها با یکدیگر
۹	تحمل	بالا رفتن تحمل ظرفیت پذیرش رأی مخالف و افزایش خودکنترلی
۱۰	مراقبت	داشتن حس مراقبت از دیگرانی که در معرض خطر قرار دارند.
۱۱	تلاش برای برتری	داشتن روحیه تلاش برای دستیابی به ظرفیت برتر انسانی
۱۲	لذت	به عقیده کوبرتن مهم‌تر از پیروزی، لذت بردن از شرکت در ورزش است.

بازی منصفانه تنها یک تئوری نیست و امروزه به عنوان یک موضوع مهم در رویدادهای ورزشی است که جنبه‌های اخلاقی رفتار در میدان ورزشی را نمایان می‌سازد. بسیاری از متفکران اخلاق معاصر، معتقدند ورزش در رشد فردی و اجتماعی تأثیر داشته و ورزش هر جامعه، چون آئینه‌ای انعکاس‌دهنده فرهنگ آن جامعه است. با این تفاوت که ورزش ضمن تأثیرگذاری، می‌تواند از ارزش‌های جامعه نیز، تأثیر بپذیرد. بنابراین، ورزش مقوله‌ای است که در یک جامعه می‌تواند مسایل فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی و ... را تحت الشعاع خود قرار دهد. در میان تمام مسایل فوق، آنچه از همه بیشتر مورد بی‌مهری واقع شده، بحث فرهنگی و اخلاقی ورزش است، موضوعی که در جوامع مختلف و از جمله ایران کمتر به آن پرداخته شده است. شاید به جرات بتوان گفت، در یک رویداد ورزشی خواه کوچک یا بزرگ، آنچه به آن زیبایی می‌بخشد، نمایش ارزش‌های اخلاقی است. احترام به قوانین، به حریفان، به داوران و تماشاگران، به همراه گذشت، بردباری، جوانمردی، عدم خشونت و تهاجم، به کار نبردن الفاظ زشت، استفاده نکردن از داروهای نیروزا (دوپینگ) و مسایلی از این دست از آن جمله هستند. بر این اساس، مفهوم احترام متقابل اعم از ورزشکاران، مربیان، داوران، تماشاگران و رسانه‌ها و تعامل نوع ورزش با اخلاق و مشکلات اخلاقی مرتبط با هر حوزه باید مورد بررسی و نقد قرار گیرد (ندایی و علوی، ۱۳۸۷).

برنامه‌های تلویزیونی می‌تواند با دوری از موضوعات جنجالی و پرداختن به مسائلی که منجر به شکل‌گیری ذهنیت مثبت در مخاطبان می‌شود، به فرهنگ‌سازی در این زمینه، و سالم‌سازی ورزشگاه‌ها کمک کند. گویندگان تلویزیون و رادیو با انتشار مطالب دلخواه خود، نقش بازیگر و عضو مجموعه رسانه - رشته‌های ورزشی نوین<sup>۱</sup>

هستند (۹، ۱۰، ۱۸). در دایره المعارف ارتباطات جمعی در قرن بیست و یکم، در خصوص واژه اصول اخلاق رسانه ای آمده است: مجموعه ای از هنجار های که لازم است دست اندرکاران رسانه به آنها پایبند باشند و با رعایت آنها و مقدس شمردنشان، فعالیت حرفه ای خود را ضابطه مند ادامه دهند (۱۲، ۱۳). در حقیقت مجری ورزشی که صدایش توسط مخاطبین وسیعی شنیده می شود، قابلیت اثرگذاری دارد. در رشته های ورزشی، گزارشگر از طرف بازیکنان، مربیان، مالکان و سازمان ها صحبت می کند، مجریان ورزشی مطالبی را بیان می کنند که ما نمی توانیم از طریق فکر، احساس و کلام با آنها در ارتباط باشیم. آنها می توانند هر مطلبی را که می خواهند بیان کنند بدون هرگونه ترس از اینکه نقل قول اشتباه باشد و با مطالب از منابع معتبر گرفته شده باشد (۹، ۱۳). جامعه به اطلاعاتی که رسانه ها در اختیار آنها قرار می دهد اعتماد می کند، بنابراین این وظیفه اجتماعی رسانه ها می باشد که به مطالبی که نقل می کنند حساس باشند و در قبال آن مسئول باشند (۱۴). از گذشته تا به حال برتری زمانی (تازگی خبر) عامل ورود و کنترل اطلاعات مربوط به یک رویداد بوده است. صاحبان و دلان قدرتمند اطلاعاتی نقش مهمی در نوع انعکاس رویدادها و دسترسی توده مردم به آنها دارند (کواکلی، ۲۰۰۷).

اصول و معیارهای اخلاقی و رعایت آن در حوزه ارتباطات و رسانه ها، امری ضروری است و مرامنامه هاو میثاق نامه هالی اخلاقی در رسانه در اقصی نقاط جهان نیز بیانگر اهمیت و شمول جهانی آن می باشد. ترکیان و لاشانی (۱۳۸۹) موضوع اولویت بندی موانع رشد اخلاق حرفه ای در رسانه های ورزشی را با استفاده از روش AHP انجام داد و نتیجه گرفت در اولویت بندی موانع رشد اخلاق حرفه ای در رسانه های ورزشی "موانع سازمانی" در اولویت اول قرار دارد. "موانع مرتبط با نیروهای انسانی" و "موانع محیطی" به ترتیب در اولویت دوم و سوم قرار داشتند.

با توجه به فراگیری و گستردگی رسانه ها در جهان امروز و رسانه ای شدن زندگی و جامعه، لزوم توجه و پایبندی به آن در رسانه، بیش از پیش احساس می شود، چنانکه حتی باتدوین و تنظیم قواعد حقوقی و قانونی در این عرصه، نمیتوان بی نیاز از اخلاق بود چرا که هر کدام کارکردهای خود را دارند و بهترین قوانین، برای اجرای درست نیاز به انسان های اخلاقی دارد. از طرفی امروزه وضعیت رسانه در غرب شاهد و گواه براین است که بدون ورزش نمی توان ادامه حیات داد (۱۷).

در ادبیات ارتباطی و رسانه ای، محورهای اصلی اخلاق رسانه ها عبارتند از:

۱. درستی و انصاف در تهیه گزارش و سایر فعالیت های جنبی

۲. رفتار گزارشگران، بویژه در ارتباط با منابع خبری

۳. خودداری از درگیر شدن در برخوردهای منافع گروه های مختلف

فتحی نیا (۱۳۸۹) در تحقیقی تحت عنوان آسیب شناسی برنامه های ورزشی تلویزیون از نظر نحوه پرداختن به ناهنجاری های رفتار تماشاگران فوتبال، دریافت که این برنامه ها نه تنها توجه کافی به مسأله فرهنگ سازی در خصوص رفتار مناسب تماشاگران در ورزشگاه نداشته اند، بلکه در برخی موارد با پرداختن به حاشیه هایی نظیر اشتباه های داوری در بازی های گذشته یکی از تیم های حاضر در شهر آورد، مصاحبه های جنجالی و تحریک کننده با بازیکنان و مربیان تیم ها، پیش بینی قطعی نتیجه بازی به نفع یکی از تیم ها و طرح و گسترش شایعات، تماشاگران را با ذهنیتی منفی به ورزشگاه می فرستاده اند و به رفتار های خشونت آمیز آنان در حین تماشای بازی و بعد از آن دامن زده اند.

صدیقی (۱۳۸۸) در تحلیل محتوای برنامه تلویزیونی ورزشی نود در سال ۸۷ با جامعه آماری، قسمت‌های پخش شده از برنامه نود در سال ۸۸-۸۷ که با نمونه‌گیری هدفمند شش ماه پایانی از پخش برنامه انتخاب شد، دریافت که بیشتر موضوعات مطرح شده در برنامه پیرامون موضوعات اصلی بوده است و برنامه به مقدار اندک به مسایل فرعی و حاشیه‌ها توجه داشته است. رویکرد برنامه پیرامون موضوعات مدیریتی است، بیشتر پیکان نقد متوجه مدیران می‌باشد و به دلیل مشکلات مدیریتی فوتبال در ایران به نظر نمی‌رسد که رویکرد برنامه با تغییر لیگ عوض شود. به طور کلی رویکرد نسبت به مدیران و کادر فنی منتقدانه و نسبت به بازیکنان منفعلانه و نسبت به داوران محتاطانه است. برنامه به عنوان محلی برای تریبون مشکلات مدیریتی - بومی بینندگان تبدیل شده و به امید رفع آن با برنامه ارتباط برقرار می‌کنند.

رمضانی نژاد (۱۳۸۸) در تحقیقی تحت عنوان مقایسه میزان دستیابی برنامه ورزشی نود به اهداف (حرفه‌ای کردن فوتبال، فرهنگی کردن فوتبال، نظارت بر لیگ برتر، افزایش آگاهی فوتبالی مخاطبان و سرگرمی بینندگان) خود از دیدگاه مدیران، کادر فنی و داوران لیگ برتر دریافت که برنامه نود به ترتیب به هدف سرگرمی، هدف افزایش آگاهی مخاطبان، هدف نظارت برنامه بر لیگ برتر، هدف حرفه‌ای کردن فوتبال و در آخر هدف فرهنگی دست یافته است. بنابراین با توجه به اهداف برنامه نود به نظر می‌رسد به سایر اهداف برنامه به ویژه هدف فرهنگی و حرفه‌ای کردن فوتبال باید بیشتر توجه کرد. در این تحقیق یکی از ارکان مهم از بعد ورزش و اخلاق لزوم توجه به مقوله احترام در ابعاد مختلف شناخته شد.

اسماعیلی (۱۳۸۸) پژوهشی تحت عنوان " بررسی میزان جانبداری گزارشگران ورزشی تلویزیون از تیم‌های تهرانی و بازیکنان آنها" انجام داد که با روش تحلیل محتوای کلامی گزارشگران فوتبال انجام شد، دریافت که بیشترین جانبداری در مورد تیم‌های تهرانی اتفاق افتاده است.

سیمیا تانسل و فیمی تانسل (۲۰۱۲) در تحقیقی تحت عنوان اخلاق روزنامه‌نگاران ورزشی در ترکیه بیان کردند که، محتوای ورزشی نشریات با استعاره‌های ماهرانه و دقیقی به عنوان یک محیط خشن (سخت)، ستیزگر (جنگ طلب)، حیوانی (خوی حیوانی) و ماشینی گزارش می‌کنند. این مفاهیم با شدت بیشتری در کلام گزارشگران ورزشی در حال شکل‌گیری است. این تحقیق همچنین بیان می‌کند که روزنامه‌نگاران ورزشی اصول اخلاقی مخصوص به خود دارند که متعلق به نورمی از روزنامه‌نگاری حرفه‌ای می‌باشد.

از مجریان و پیام‌آفرینان رسانه‌ای انتظار می‌رود که انصاف، صداقت، درستی و امانتداری راسلوحه فعالیت‌های خود قرار دهند و ضمن خودداری از زدو بندهای سیاسی و مالی، حرفه خود را دستاویزی برای کسب منافع فردی و رسانه‌ای قرار ندهند و در مقابل جامعه و مصالح و منافع عمومی، احساس مسئولیت کنند. بدون شک رشد اخلاق حرفه‌ای در رسانه‌های ورزشی می‌تواند به توسعه مطلوب ورزش یاری رساند (۲۰، ۲۱، ۱۸).

بسیاری تصور می‌کنند بی‌اخلاقی در ورزش تنها در نحوه آداب معاشرت و نحوه برخورد یک ورزشکار در داخل و خارج از میدان ورزشی خلاصه می‌شود. در حالی که نحوه برخورد و رعایت ادب و نزاکت تنها یکی از شاخصه‌های اخلاق در ورزش است. دوپینگ، خشونت، فریب در ورزش، رشوه‌خواری، بازی ناجوانمردانه، شکستن قوانین، نژاد پرستی و تبعیض‌های جنسیتی از دیگر شاخصه‌های اخلاق در ورزش هستند که رسانه می‌تواند زمینه رعایت یا بی‌توجهی در آن‌ها را فراهم کند. برخی از خبرنگاران اعتقاد دارند که با حرفه‌ای شدن برخی ورزش‌ها در ایران، نتیجه‌گرایی در اولویت مدیران، مربیان و ورزشکاران قرار گرفته است. در ورزش حرفه‌ای پول‌های کلانی ردوبدل

می‌شود و همین عامل باعث می‌شود بسیاری از لازمه‌های ورزش که اخلاق ورزشی نیز یکی از آنها می‌باشد نادیده گرفته شود. متأسفانه در بعضی رشته‌های ورزشی انواع توهین‌ها، شرط بندی، کم‌کاری، عدم شفافیت مالی در قراردادهای، عدم احترام به پیشکسوتان و امثال آن رایج شده است. در برخی موارد طرح شائبه‌هایی مبنی بر توافقات بیرون از زمین و فقدان بازی منصفانه، در مواردی بی‌احترامی برخی از بازیکنان یا حتی مربیان به تماشاگران، حریف یا حتی داور در رسانه‌ها به صورت تیتراهای خبری یا اخبار مهم طرح می‌شوند که هر یک هشدار برای چالش‌های اخلاقی ورزش کشور هستند.

نظر به مطالعات انجام شده و حوزه گسترده اخلاق فرهنگی در ورزش، بر اساس مرور یافته‌های سایر محققان، احترام یکی از مهم‌ترین شاخص‌های بازی منصفانه، و رفتار اخلاقی در نظر گرفته شد. در ادبیات بازی منصفانه و رفتار اخلاقی، احترام به حریف، احترام به داور، احترام به تماشاگر به عنوان مهم‌ترین شاخص‌های احترام در نظر گرفته شد. در سیمای جمهوری اسلامی ایران برنامه‌های گوناگونی در حوزه ورزش تهیه و نمایش داده می‌شود، یکی از برنامه‌های تلویزیونی پرطرفدار برنامه نود در شبکه سه است که در روز دوشنبه در اواخر شب نمایش داده می‌شود. با وجود فراگیر بودن این برنامه در رشته فوتبال به نظر می‌رسد بررسی میزان توسعه پیامدهای اخلاقی با تأکید بر احترام در محورهای مورد اشاره، این برنامه به‌عنوان یک شاخص برای سایر برنامه‌های ورزشی و همچنین دست‌اندرکاران و برنامه‌سازان قرار گرفته است.

برنامه نود وقایع اتفاق افتاده در رشته فوتبال را با دعوت از کارشناسان مربوطه بررسی می‌کند، و هدف آن نزدیک کردن هرچه بیشتر بخش‌هایی مانند داوری و مدیریت در فوتبال به استانداردهاست. بنا به اظهار نظر مدیر سابق شبکه ۳ تلویزیون، صدا و سیما آزمون و خطاها و اشکالات تهیه کننده و مجری برنامه ۹۰ را تحمل کرد تا او فرصت پیدا کند و بتواند به‌عنوان یک مجری موفق تلویزیون مطرح شود و کار کند. برگ برنده او پرداختن به حاشیه‌ها بود اما آیا رسالت این برنامه این است که این دعوای را در فوتبال پیش بیاورد؟! (جام جم آنلاین، ۱۳۹۵). تحقیقات صدیقی (۱۳۸۸) و رضانی (۱۳۸۸) جهت‌گیری‌هایی را در برنامه زنده ۹۰ گزارش کردند که حکایت از حاشیه پردازی و ترویج رفتارهای غیراخلاقی به صورت مستقیم و غیر مستقیم بود. نمایش رفتارهای غیراخلاقی بازیکنان محبوبی که به صورت الگوی بسیاری از افراد جامعه در آمده اند می‌تواند از زشتی رفتارهای غیراخلاقی بکاهد و زمینه بروز آن را در جامعه فراهم کند. این دیدگاه می‌تواند در گروه‌های مختلف اجتماعی بیننده این برنامه قضاوت‌های مختلفی داشته باشد؛ طوریکه با نقدهایی که در این رابطه در فضا مجازی به این برنامه و تهیه کننده - مجری آن ارایه می‌شود، واکنش‌های مختلفی در تأیید یا رد آن از گروه‌های مختلف مردمی دیده می‌شود. در این راستا این پرسش کلی برای محقق ایجاد شد که وضعیت برنامه ورزشی نود از نظر توسعه پیامدهای اخلاقی با محور احترام (احترام به داور، حریف و تماشاگر) چگونه است؟ همچنین نگرش انواع مخاطبان (خبرنگاران، داوران لیگ برتر، مدیران لیگ برتر، کارشناسان و تماشاگران) برنامه ۹۰ چه تفاوتی درباره پیامدهای اخلاقی با محور احترام دارد؟

### روش تحقیق

تحقیق در این پژوهش از نظر استراتژی توصیفی، از نظر مسیر اجرا پیمایشی و از نظر هدف کاربردی بود. جامعه آماری این پژوهش شامل خبرنگاران ورزشی، داوران لیگ برتر، مدیران لیگ برتر، کارشناسان مدیریت ورزشی (با

درجه دکترا)، کاپیتانان لیگ برتر فوتبال و تماشاگران فوتبال در سال ۹۱-۹۲ بود که تعداد ۱۹۰ نفر به صورت غیرتصادفی و هدفمند به عنوان نمونه انتخاب شدند. نمونه آماری شامل خبرنگاران ورزشی ۱۸ نفر، داوران لیگ برتر ۱۸ نفر، مدیران لیگ برتر ۱۸ نفر، کارشناسان مدیریت ورزشی - رسانه ای ۱۸ نفر، بازیکنان لیگ برتر ۱۸ نفر و تماشاگران ۱۰۰ نفر به صورت هدفمند انتخاب شدند. نحوه انتخاب نمونه‌ها بر این اساس بود که مخاطب به صورت پیوسته و هر هفته برنامه ۹۰ را تماشا کرده باشد. بر این اساس ابتدا از خبرنگاران ورزشی آغاز شد و پس از ارایه پرسشنامه به خبرنگاران شناخته شده فوتبالی، به روش گلوله برفی سایر خبرنگارانی که برنامه ۹۰ را به طور جدی تماشا می‌کنند نیز شناسایی شدند و پرسشنامه در اختیار آن‌ها قرار گرفت. برای نمونه داوران لیگ برتری نیز هدف انتخاب نمونه تماشای برنامه نود و ترجیحاً داشتن مصاحبه با این برنامه نیز بود. مدیران لیگ برتر نیز بر اساس مدیران حاضر و مدیران گذشته نیز که برنامه ۹۰ را به طور جدی دنبال می‌کردند و مصاحبه هم با آن داشتند، در اولویت انتخاب قرار گرفتند. کارشناسان مدیریت ورزشی و رسانه با درجه تحصیلی دکترا که برنامه ۹۰ را تماشا می‌کردند انتخاب و با روش گلوله برفی سایر آن‌ها شناخته و پرسشنامه در اختیار آن‌ها قرار می‌گرفت. بازیکنان لیگ برتر نیز به این نحو انتخاب شدند که از هر تیم یک نفر به انتخاب خود باشگاه و فردی که بیشتر از همه برنامه نود را دنبال می‌کند به عنوان نمونه انتخاب شدند. برای انتخاب تماشاگر نیز با حضور در بازی دربی شهر تهران بین دو تیم پرترفدار پرسپولیس و استقلال، با شرط اصلی تماشای منظم برنامه ۹۰ به طور منظم و هفتگی پرسشنامه در اختیار تماشاگران و با نسبت مساوی ۵۰ پرسپولیس و ۵۰ استقلالی توزیع و جمع آوری شد.

ابزار جمع آوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته‌ای بود که مؤلفه‌های آن بر اساس محورهای احترام به عنوان یکی از شاخص‌های اصلی بازی منصفانه و اخلاق احصاء شد. با کمک از مبانی نظری محورهای احترام در بازی منصفانه و اخلاق، پرسشنامه در ۷ مؤلفه به شرح جدول ۲ تهیه شد.

## جدول ۲. مؤلفه‌ها و گویه‌های پرسشنامه تعیین پیامدهای اخلاقی برنامه تلویزیونی ورزشی با تأکید بر احترام

ردیف	مؤلفه‌ها	گویه‌ها (۶ مؤلفه نخست با ۶ گویه و مؤلفه هفتم با ۴ گویه)
۱	احترام به داور	ترغیب بازیکنان، تماشاگران، مربیان، مدیران، خبرنگاران و خود داوران برای احترام به داور
۲	احترام به مربی	ترغیب بازیکنان، تماشاگران، خبرنگاران، داوران، مدیران و خودمربیان برای احترام به مربی
۳	احترام به تماشاگر	ترغیب بازیکنان، مربیان، خبرنگاران، داوران، مدیران و خود تماشاگران برای احترام به تماشاگر
۴	احترام به خبرنگار	ترغیب بازیکنان، تماشاگران، مربیان، داوران، مدیران و خود خبرنگاران برای احترام به خبرنگار
۵	احترام به مدیر	ترغیب بازیکنان، تماشاگران، مربیان، خبرنگاران، داوران و خود مدیران برای احترام به مدیر
۶	احترام به قوانین	ترغیب بازیکنان، تماشاگران، مربیان، خبرنگاران، داوران و مدیران برای احترام به قوانین و مقررات
۷	رفتار محترمانه	پرهیز از مسخره کردن و ترویج گفت‌وگوی منطقی با احترام در رابطه با مسایل؛ ترویج رفتارهای جوانمردانه با احترام مانند کمک به دیگران، پرهیز از کبر، ریا و دروغ؛ لزوم رعایت اخلاق حرفه‌ای با احترام؛ برجسته‌سازی رفتارهای اخلاقی و محترمانه

در نهایت پرسشنامه اولیه با ۴۶ سؤال همراه با اهداف تحقیق در اختیار ۱۰ نفر از صاحب‌نظران و اساتید حوزه ورزش و اخلاق قرار گرفت و پس از اعمال نظرات و اصلاح نهایی و تأیید همه صاحب‌نظران با اطمینان از روایی

صوری و محتوایی با ۴۰ سؤال به شرح جدول ۲ نهایی شد. در گام دوم پرسشنامه در میان جمعی خارج از نمونه مورد بررسی توزیع شد و با محاسبه آلفای کرونباخ (۰/۹۳) و اطمینان از پایایی در میان نمونه‌های مورد بررسی توزیع و جمع آوری شد. در ادامه با اجرای آزمون کولموگروف-اسمیرنوف از توزیع نرمال داده‌ها اطمینان حاصل شد و لذا از آزمون‌های پارامتریک برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد.

### یافته‌های تحقیق

جدول ۳ میانگین نظرات پاسخ‌های گروه‌های مورد مطالعه در خصوص پیامدهای اخلاقی برنامه برنامه ۹۰ با تأکید بر محور احترام را نشان می‌دهد.

جدول ۳: میانگین نظرات گروه‌های پاسخ دهنده درباره پیامد اخلاقی برنامه ۹۰ (با تأکید بر احترام)

ردیف	گروه‌های پاسخ‌دهندگان	میانگین نظرات
۱	خبرنگاران	۳/۶
۲	داوران	۲/۹
۳	مربیان	۳/۴
۴	بازیکنان	۳/۵
۵	کارشناسان	۳/۳
۶	تماشاگران	۳/۹
۷	مدیران	۳/۱
۸	میانگین کل نظرات	۳/۳۹

در ادامه و برای بررسی امکان اختلاف در دیدگاه‌های پاسخ‌دهندگان در هر یک از گروه‌ها در رابطه با هر یک از مؤلفه‌های مورد بررسی، نتایج مقایسه میانگین‌ها به شرح جدول ۴ به‌دست آمد.

جدول ۴. نتایج مقایسه میانگین پاسخ گروه‌های مختلف در رابطه با هر مؤلفه پیامد اخلاقی با تأکید بر احترام

ردیف	مؤلفه	معنی داری	آماره F
۱	احترام به مربی	۰/۳۴۰	۱/۱۴۲
۲	احترام به داور	۰/۰۲۰	۲/۷۴۷
۳	احترام به مدیر	۰/۰۳۷	۲/۴۳۱
۴	احترام به خبرنگار	۰/۴۳	۲/۳۴۹
۵	احترام به قوانین	۰/۷۲۵	۰/۵۶۷
۶	احترام به تماشاگر	۰/۸۹۶	۰/۳۲۷
۷	رفتار اخلاقی و محترمانه	۰/۷۳۱	۱/۱۳



همان طور که مشاهده می‌شود سطح معنی‌داری در مورد احترام به مربیان، خبرنگاران، قوانین، تماشاگران و رفتار اخلاقی و محترمانه بزرگتر از ۰/۰۵ است و در مؤلفه‌های یاد شده، تفاوت معنی‌داری بین دیدگاه گروه‌های پاسخ دهنده وجود نداشت. تنها در دو مؤلفه احترام به داور و احترام به مدیر سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ بود و برابری میانگین دیدگاه پاسخ دهندگان در احترام به داور و مدیر رد می‌شود. آزمون‌های تعقیبی شناسایی تفاوت در گروه‌های مورد بررسی در خصوص احترام به داور را به شرح جدول ۵ نشان داد.

جدول ۵: نتایج آزمون تعقیبی توکی در رابطه با تفاوت دیدگاه گروه‌ها با هم در رابطه با احترام به داور

سطح اطمینان ۹۵٪ بالاترین پائین‌ترین	معنی‌داری	انحراف استاندارد	تفاوت بین میانگین گروه‌ها	مقایسه دو به دو گروه‌ها
۰/۰۱	۰/۰۵۰	۱/۳۷۸	۳/۹۷۲*	تماشاگران با داوران

جدول ۵ نشان می‌دهد که اختلاف معنی‌دار اصلی در رابطه با پیامدهای اخلاقی احترام به داور بین دو گروه تماشاگران و داوران است. جدول ۶ نتایج آزمون تعقیبی شناسایی تفاوت در گروه‌های مورد بررسی در خصوص احترام به مدیر را نشان داد.

جدول ۶: نتایج آزمون تعقیبی توکی در رابطه با تفاوت دیدگاه گروه‌ها با هم در رابطه با احترام به مدیر

سطح اطمینان ۹۵٪ بالاترین پائین‌ترین	معنی‌داری	انحراف استاندارد	تفاوت بین میانگین گروه‌ها	مقایسه دو به دو گروه‌ها
۰/۴۱	۰/۰۲۴	۱/۵۵۳	۴/۸۸۳*	تماشاگران با خبرنگاران
۰/۰۵	۰/۰۴۶	۱/۳۸۳	۴/۰۳۹*	تماشاگران با مدیران

### بحث و نتیجه گیری

نتایج نشان داد که تمامی گروه‌ها به جز داوران نسبت به نقش پیامدهای اخلاقی برنامه نود با تأکید بر احترام، نگاهی متوسط به بالا دارند. یعنی پاسخ‌دهندگان در مجموع نقش برنامه ۹۰ در پیامدهای اخلاقی ناشی از احترام را بالاتر از سطح متوسط ارزیابی می‌کنند. این یافته با نتایج صدیقی (۱۳۸۸)، رضانی (۱۳۸۸)، فتحی‌نیا (۱۳۸۹) و ابراهیمی پور (۱۳۸۸) همسو نیست و یکی از دلایل احتمالی این ناهم‌سویی می‌تواند به دلیل نوع مطالعه باشد که در تحقیق صدیقی از نوع تحلیل محتوا و در تحقیق رضانی از نوع کیفی بوده است. در واقع می‌توان گفت یکی از ارکان اصلی برنامه نود پرداختن به مباحث داوری، مربیان و رعایت قوانین و مقررات از حیث کمی و کیفی است و نمایش صحنه‌های داوری و رفتار ورزشکاران و... در طول برنامه به‌طور ضمنی رعایت احترام در موارد اشاره شده را از دید پاسخ دهندگان تایید می‌کند. دیدگاه‌هایی وجود دارد که پخش رفتارهای غیراخلاقی و به ویژه حرمت شکنی‌ها از سوی چهره‌های مشهور و به ویژه ورزشکارانی که به صورت الگوی بسیاری از افراد جامعه در آمده‌اند می‌تواند زمینه شکستن قبح و زشتی آن رفتارها را فراهم کند. به این معنا که افراد جامعه با دیدن این صحنه‌ها به ویژه در برنامه پربیننده‌ای مانند ۹۰، با راحتی بیشتری آنها را در جامعه تکرار می‌کنند. نتایج تحقیق نشان داد. حتی

مدیر سابق شبکه ۳ سیما بر توجه برنامه به حاشیه‌ها و حتی ایجاد حاشیه در روابط بین دست‌اندرکاران فوتبال صحه می‌گذارد و آن را نفی می‌کند و این نکته در تحقیقات مشابه هم مورد توجه قرار می‌گیرد اما از دیدگاه مجموع پاسخ‌دهندگان این وضعیت شکل دیگری دارد و عملکرد این برنامه بالای سطح متوسط است. از دیگر دلایل احتمالی این نتایج، ترکیب تمامی نظرات گروه‌های مختلف با هم است.

در مقایسه نظرات گروه‌های مختلف نیز اختلاف معنی داری در رابطه با احترام به مربی، خبرنگار، تماشاگر و قوانین به علاوه رفتار اخلاقی و محترمانه دیده نشد. یعنی گروه‌های مختلف دیدگاه‌های متفاوتی در رابطه با پیامد اخلاقی با تأکید بر احترام برنامه ۹۰ در جامعه دیده نشد. در این رابطه بین گروه‌ها در رابطه با احترام به داور و مدیر اختلاف معنی دار وجود داشت. این اختلاف در بخش احترام به داور بین خود داوران و تماشاگران بود. نتایج این بخش با تحقیقات صدیقی (۱۳۸۸)، رضانی (۱۳۸۸) و ابراهیمی پور (۱۳۸۸) و اظهارات مدیر سابق شبکه ۳ سیما همسوست. از دلایل این همسویی می‌تواند دیدگاه خود داوران باشد که همواره بدون توجه به شرایط خاص آن‌ها در میدان مسابقه به بوته نقد و نظر گذاشته شده و برخی مدیران، مربیان و حتی بازیکنان بی‌محابا آن‌ها را با هر باخت، به عنوان یکی از مقصران اصلی معرفی می‌کنند. این گونه اظهار نظرها از یک سو باعث کاهش دیدگاه داوری نسبت به این برنامه می‌شود و از سوی دیگر، تماشاگران متأثر از رفتار مدیران، مربیان و بازیکنان، اقدامات برنامه در خصوص این گروه را درست دانسته و در ارزشیابی خود نمره بالایی را به آن اختصاص می‌دهند.

در رابطه با مدیران نیز بین گروه‌های مختلف، اختلاف معنی دار دیده شد. این اختلاف نظر بین تماشاگران و گروه‌های خبرنگاران و مدیران وجود داشت. توجه به حاشیه‌ها و تقابلهای بین مدیران با داوران، دیگر مدیران و حتی مربیان و بازیکنان در برنامه نود، در تحقیقات مختلف تأیید شده است. این نتایج با تحقیقات مورد اشاره همسوست و از دلایل این همسویی می‌تواند دیدگاه خود مدیران باشد که این اقدام برنامه را دخالت در وظایف مدیریت و در مواردی ایجاد تقابل‌ها بدانند و از سوی دیگر تماشاگران این اقدام را حق برنامه و از ویژگی‌های ممتاز آن در روشنگری در خصوص اقدامات ناصواب مدیران قلمداد می‌کنند. در رابطه با اختلاف نظر خبرنگاران با تماشاگران نیز می‌توان به دلیل احتمالی انتخاب‌گزینی برخی از صحبت‌ها یا تصاویر مربوط به واکنش مدیران و مخدوش کردن چهره آنان به دلیل سواد رسانه‌ای نسبتاً بالاتر در مقایسه با سایر گروه‌های پاسخ‌دهنده اشاره کرد. این در حالی است که همان‌طور که اشاره شد این‌گونه پرداخت به موضوعات حاشیه‌ای از جمله درگیری‌های مدیران، بهره‌گیری از عنصر تضاد-شهرت به عنوان یک ارزش خبری توجه ساز در بین مخاطبان باعث جلب توجه و رضایت بیشتر مخاطبان عام مانند تماشاگران است.

از طرفی برنامه وقایع اتفاق افتاده در رشته فوتبال را با دعوت از کارشناسان مربوطه به ویژه در حوزه داوری، مربی‌گری و در مواردی مدیریت بررسی می‌کند. با توجه این‌که یکی از چالش‌های جامعه امروزی فرهنگ ارایه نقد و نقدپذیری است؛ این مسأله می‌تواند باعث بروز پاسخ‌های متفاوتی در برخی از گروه‌های مخاطب برنامه باشد. شاید دلیل پاسخ مشترک برای نقش بالاتر از سطح متوسط در ۵ مؤلفه از ۷ مؤلفه مورد بررسی هم همین باشد که در این موارد مصداق‌های عینی و قابل درک برای مواردی چون احترام به تماشاگران، بازیکنان، خبرنگاران، قوانین و رفتار محترمانه در مقایسه با موارد مورد اختلاف کمتر به چشم می‌خورد. باید توجه داشت به‌صرف نمایش حاشیه‌های فوتبال و نداشتن هیچ‌گونه ممیزی در نمایش اگرچه شاید به‌کام مخاطبانی که فقط سوژه‌ها را دنبال می‌کنند

و به دنبال سرگرمی هستند خوش بیاید اما این عملکرد می‌تواند بر پایه نظریه‌های برجسته‌سازی و نقش پذیری بر بدنه ورزش فوتبال و حتی سایر رشته‌ها به علت شاخص بودن فوتبال اثر بگذارد.

تحقیقات ابراهیمی پور (۱۳۸۸) به آثار برنامه نود بر اهداف سرگرمی، افزایش آگاهی مخاطبان، نظارت بر لیگ فوتبال، حرفه‌ای کردن فوتبال و توسعه اخلاقی - فرهنگی اشاره داشت که با یانگین نظرات گروه‌های مختلف این تحقیق، همسویی‌هایی را نشان می‌دهد. با توجه به اهداف برنامه نود به نظر می‌رسد به سایر اهداف برنامه به‌ویژه هدف اخلاقی - فرهنگی فوتبال باید بیشتر توجه کرد. در این بین باید اشاره کرد که برنامه نود به‌عنوان یکی از برنامه‌های پربیننده و شاخص در حوزه تولیدات ورزشی تلویزیون سعی در بالا بردن سطح آگاهی مخاطبان اقدام می‌کند؛ اما همانگونه که برنامه‌های ورزشی به حوزه‌های مختلف در عرصه ورزش می‌پردازند به‌صورت خواسته یا ناخواسته در مواردی اقدام به حاشیه‌سازی برای عرصه ورزش می‌کنند و از طرفی در مواردی هم با نشان دادن همین حاشیه‌ها به اصلاح رفتار در بخش‌های مختلف ورزش منجر می‌شوند که در این بین باید توجه داشت این هنر و پتانسیل برنامه است که در جهت اهداف رفتار مطلوب در ابعاد مختلف حرکت کنند. اوتس و پالی (۲۰۰۷) اذعان کرده‌اند که نباید از ورزش به‌شکل نامناسب در بعد اخلاق استفاده کرد؛ بلکه باید به شکل مناسب از اخلاق ورزشی حمایت کرد. در واقع هر چند نتایج وضعیت برنامه ۹۰ را در ترویج رفتارهای اخلاقی مبتنی بر احترام را در حد متوسط و بالای متوسط از دیدگاه گروه‌های مختلف ارزیابی شد اما شرایط این برنامه در بین تماشاگران و مردم عادی نسبت به سایر گروه‌های تخصصی و به‌ویژه کارشناسان بالاتر است. نتایج تحقیق فتحی‌نیا (۱۳۸۹) اشاره داشت که این نوع برنامه‌ها نه‌تنها توجه کافی به مسأله فرهنگ‌سازی در خصوص رفتار مناسب تماشاگران فوتبال در ورزشگاه نداشته‌اند، بلکه در برخی موارد با پرداختن به حاشیه‌هایی نظیر اشتباه‌های داوری، مصاحبه‌های جنجالی و تحریک‌کننده با بازیکنان، مربیان، مدیران و حتی مخاطبان عمومی، تماشاگران را با ذهنیتی منفی به ورزشگاه فرستاده‌اند و به رفتارهای خشونت‌آمیز آنان در حین تماشای بازی و بعد از آن دامن زده‌اند. آزمودنی‌ها اشاره داشته‌اند که برجسته‌سازی رفتارهای اخلاقی به‌اندازه انعکاس رفتارهای غیراخلاقی در این برنامه وجود داشته است. از طرفی صدیقی (۱۳۸۸) با تحلیل محتوای برنامه نود اشاره کرد که سهم موضوعات حاشیه‌ای در قسمت‌های گفت‌وگوی استودیویی برنامه بیشتر از دوبرابر بخش‌های تولیدی برنامه است. رویکرد برنامه پیرامون موضوعات مدیریتی بوده و نسبت به مدیران و کادر فنی تیم‌ها منتقدانه و نسبت به بازیکنان منفعلانه و نسبت به داوران محتاطانه است. از طرفی به‌کار بردن لحن تمسخر در یک برنامه جدی و زنده تلویزیونی، رویکرد برنامه را کاملاً معترضانه و جنجالی کرده است. او نتیجه گرفت که برنامه ۹۰ بر رعایت اخلاق حرفه‌ای در رسانه جمعی و ترویج رفتارهای جوانمردانه تأکید دارد اما در کنار آن به انعکاس و برجسته‌سازی رفتارهای غیراخلاقی و ترویج گفت‌وگوی غیر منطقی در رابطه با مسائل و حتی مسخره کردن در برنامه‌های خود تأکید دارد و برجسته‌سازی رفتارهای اخلاقی به اندازه انعکاس رفتارهای غیراخلاقی در طول برنامه وجود نداشت. با بررسی نتایج این تحقیق و سایر مطالعات مرور شده پیشنهاد می‌شود با توجه به ظرفیت‌های بسیار بالای این برنامه و محبوبیت مجری آن، گروه‌های کارشناسی فرهنگی با تأکید بر برجسته‌سازی رفتارهای اخلاقی مبتنی بر احترام در طول برنامه، ضمن حفظ جذابیت‌ها به بهبود این گونه رفتارها کمک کند.

## منابع و مأخذ

1. Oates, Thomas P & John Pauly (2007). Sport Journalism as Moral and Ethical Discourse *Journal of Mass Media Ethics*, Volume 22, Issue 347, Pages 332.
2. Jhally, Sut (1989) "Cultural Studies and the Sports/media Complex", in L. Wenner (ed.) *Media, Sports and Society*. Newbury Park, CA: Sage.
3. Maguire, Joseph A. (1993) Globalization, Sport Development, and the Media/sport Production Complex, *Sport, Science Review*, 2(1).
4. Rowe, David (1999) *Sport, Culture and the Media*. The Untruly Trinity. Buckingham: Open University Free Press.
5. Boyle, Raymond & Richard Haynes (2000) *Power Play: Sport, the Media and Popular Culture*. Harlow: Longman.
6. Vincent, J. (2005). Equitable Media Coverage of Female and Male Athletes: Is there a Solution? *Sports Media: Column - The New P.E. & Sports Dimension* (#34). Retrieved December 20, 2008 from <http://www.sports-media.org/newpedimension8.htm>.
7. Coakley, J. (2007). *Sport in society: Issues and controversies* (9th ed.). Boston, MA: McGraw-Hill.
8. Teymoori, Kamran; Modarese khiabani, Shahram (1391). Study about the word structure in Football coaches at Iranian super ligue interview. *Quarterly communication researches*, 19: 1(69). Spring 1391. P 19-31 [Persian]
9. International Fair Play Committee (ND). What is Fair Play? Received in date 19/11/2016 and in address: <http://www.fairplayinternational.org/what-is-fair-play->
10. Nedaei, Tahereh & Alavi, Khalil (1387). Ethic in sport with fair play approach. *Philosophical-Theological Research* Vol.10, No 2. Pp 187-220 [Persian].
11. Brandsås, Frank & Einar Odden (1997) *Idrettens lakeier. Om sportsjournalister, makt og medier*. Oslo: Forum/Aschehoug.
12. Rowe, David (1999) *Sport, Culture and the Media*. The Untruly Trinity. Buckingham: Open University Free Press.
13. Delfore, Melvin; Ourt, Denis (1383). *Mass communication*. Translators: syroos Moradi. Tehran: IRIB University.
14. Ebrahimipour, Sadjad (1388). Comparing of the rate of achievement of 90 TV program on its aims by view of coaches and referees, *Olympic quarterly*, 19<sup>th</sup> year, 2(54). Summer, p36-44. [Persian]
15. Hardin, M., Bu Zhong, Whiteside, E. (2009). Sports Coverage: "Toy Department" or Public-Service Journalism? The Relationship Between Reporters' Ethics and Attitudes Toward the Profession. *International*

- Journal of Sport Communication, 2(3). Retrieved from SPORTDiscus with Full Text database.
16. Sultan hoseini, Mohammad; Salimi, Mehdi; Ghasemi, Hamid; Torkian Valashani, Somayeh(2013). Using AHP Method to Rank Obstacles to Improving Professional Ethics in Sport Media. Article 8, Volume 5, Issue 3, Autumn 2013, Page 137-159[Persian]
  17. Fathinia, Mohammad(1389). Pathology of sport TV programs about covering of abnormal behavior of audience. Communication researches. 17<sup>th</sup>, 4(64). Winter. P: 105-131[Persian].
  18. Sedighi, Fateme(1388). Content analysis of 90 TV program. Thesis of M.A. at Islamic Azad University, Karaj Branch.[Persian]
  19. Esmaeili, Mohammad(1388). Study about bias rate among sport TV commentators from Tehranian team and their players. Thesis of M.A. at Isfahan University.[Persian]
  20. Ghasemi, Hamid; Tojari, Farshad; Keshkar, Sara(1388). Media activities in sports. Tehran: Bamdad Ketab[Persian].
  21. Tuncel, S and Tuncel, F(2012) Ethics of sports print Journalism in Turkey. University of Ankara, School of Physical Education and Sports, Gölbaşı/Ankara/Turkey. International Journal of Sport Studies, Vol., 2 (6), 278-281.
  22. JameJam online(1395). First Disclosing about producer of 90 TV program by ex-manager of 3 network. Received in date 19/11/2016 and in address: <http://jamejamonline.ir/sport/2503867973290620995/> [Persian].
  23. Hancherick, Drew (2011) Tweet Talking: How Modern Technology and Social Media Are Changing Sports Communication The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications • Vol. 2, No. 1 • Spring 2011.
  24. Rupa, V(2012) Reporting Ethnicity & Religion, A Study of media coverage of ethnicity & religion in Denmark, France, Germany, Greece, Hungary, Italy, Lithuania, Slovakia and the United Kingdom. Published in Belgium by the International Federation of Journalists © 2012 International Federation of Journalists International Press Centre Residence Palace, Block C155 rue de la Loi B - 1040 Brussels Belgium.