



تأثیر رسانه‌های جمعی در توسعه‌ی آگاهی از حقوق ورزش حیطة‌ی مسئولیت مدنی ورزشی

ادریس قادرپور^۱، محمد حسین میرسلیمانی^{۲*}، مسعود نادریان^۳

تاریخ تصویب: ۹۹/۰۷/۲۹

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۲/۱۷

چکیده

هدف اصلی این پژوهش تأثیر رسانه‌های جمعی در توسعه‌ی آگاهی از حقوق ورزش حیطة‌ی مسئولیت مدنی ورزشی می‌باشد. طرح پژوهش بر اساس هدف کاربردی و از حیث گردآوری داده‌ها توصیفی - تحلیلی، از نوع همبستگی بود. کلیه مسئولان ستادی وزارت ورزش و جوانان، مسئولان کمیته ملی المپیک و رؤسای فدراسیون‌های ورزشی و همچنین تعدادی از اساتید متخصص در حوزه حقوق ورزشی به‌عنوان جامعه آماری در نظر گرفته شدند با توجه به روش نمونه‌گیری کل شمار، ۸۷ نفر در تحقیق شرکت کردند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه‌ای محقق ساخته بود که با تأکید بر نظرات مدیران و کارشناسان حقوقی و رسانه‌ای طراحی گردید روایی پرسشنامه بر اساس مقادیر CVI و CVR مورد تأیید قرار گرفت و پایایی پرسشنامه نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۱ مورد تأیید قرار گرفت. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز با استفاده از مدل معادلات ساختاری در نرم‌افزار PLS انجام شد. در این راستا برآزش مدل ساختاری، مدل اندازه‌گیری و کلیت مدل با استفاده از معیارها، مناسب ارزیابی شد یافته‌های تحقیق بیانگر آن است که رسانه‌های جمعی اعم از رسانه‌های اینترنتی (وبسایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی) سپس رسانه‌های دیداری (تلویزیون)، رسانه‌های چاپی (روزنامه، کتاب...) و رسانه‌های شنیداری (رادیو) بر ارتقای آگاهی از مسئولیت مدنی ورزشی ورزشکاران، مربیان، مدیران، داوران و تماشاگران تأثیر مثبت و معنی‌داری دارند و این چهار رسانه می‌توانند ۷۵ درصد از تغییرات آگاهی از مسئولیت مدنی ورزشی را پیش‌بینی نمایند. به ترتیب رسانه‌های اینترنتی، دیداری، چاپی و شنیداری دارای بیشترین ضریب تأثیر بر آگاهی از مسئولیت مدنی ورزشی بودند.

کلید واژه‌ها: رسانه‌های جمعی، مسئولیت مدنی، حقوق، حقوق ورزشی.

Email: Aran.spss@gmail.com

۱. دانشجوی دکترای مدیریت بازاریابی و رسانه ورزشی دانشگاه تربیت

مدرس، تهران، ایران

Email: mirsoleymani_2012@yahoo.com

۲. کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی،

دانشگاه اصفهان، ایران*

Email: m.naderian@spr.ui.ac.ir

۳. دانشیار گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی،

دانشگاه اصفهان، ایران

مقدمه

خطر و آسیب‌دیدگی بخش جدایی‌ناپذیر فعالیت‌های جسمانی و ورزشی است. بسیاری از خطرات آمیخته با فعالیت ورزشی، خطرات طبیعی ورزش هستند که اتفاق افتادن آنها ناگزیر است؛ اما برخی خطرات پیامد فعل و یا ترک فعل ناشی از غفلت و یا سهل‌انگاری دیگران، از جمله ورزشکاران، داوران، مربیان، مدیران و تماشاگران است (میرصافیان^۱، ۲۰۱۶: ۶). در صنعت ورزش افراد حقیقی و حقوقی بسیاری مانند ورزشکاران، داوران، مربیان، مدیران و تماشاگران فعالیت دارند و هر یک دارای وظایف خاص خود هستند و بر همین مبنا احتمال دارد برای هر کدام مسئولیت‌هایی ایجاد شود (انیسی، ۱۳۹۰: ۴). قواعد مسئولیت مدنی شامل مجموعه‌ی قوانین و مقرراتی می‌باشد که جهت، حمایت از حقوق اشخاص در برابر دخالت غیرمنطقی و تجاوز اشخاص دیگر به کار می‌رود (دوبیس^۲، ۲۰۰۱: ۴۹). ماده‌ی یک قانون مسئولیت مدنی بیان می‌کند: هر فردی با انجام عملی به صورت عمد یا به سبب بی‌احتیاطی به جان، سلامت، مال، آزادی، حیثیت، شهرت تجاری و یا حقوقی که توسط قانون برای او تعریف شده است، آسیبی بزند که منجر به ضرر مادی یا معنوی به فرد دیگری شود، مسئولیت جبران خسارت ایجاد شده را دارد. قانون‌گذاران ورزشی برای قضاوت در مورد حوادث حقوقی در حیطه‌ی ورزش برای هر کدام از افراد شاغل در ورزش وظایف و مسئولیت‌های قانونی تبیین و تصویب کرده است که هرگونه کوتاهی از آن قابل پیگیری حقوقی است (میرصافیان، ۱۳۹۵: ۱۱۲). لذا با توجه به فرایند تجاری شدن در صنعت ورزشی که همراه با تولید کالا و خدمات ورزشی خصوصی مانند باشگاه‌ها، لیگ‌های ورزشی، قراردادهای تجاری منابع انسانی ورزش مانند بازیکنان، مربیان، ایجاد باشگاه‌های مختلف آماتور و حرفه‌ای در ورزش‌های گوناگون، ایجاد حادثه‌های حاصل از رویدادها و فعالیت‌های ورزشی برای ورزشکارها و همچنین برگزاری پیایی مسابقه‌های مختلف، بهره‌مندی منابع انسانی متخصص و آگاه به قوانین و مقررات مسئولیت‌های مدنی ورزشی یک ضرورت است (نادریان جهرمی و رهبری، ۱۳۹۳: ۳-۵). به صورت عمده افرادی که امکان دارد مسئولیت جبران خسارت داشته باشند در این تحقیق در ۵ دسته طبقه‌بندی شده‌اند که عبارت‌اند از: ورزشکاران، مربیان، داوران، مدیران و تماشاگران.

۱- ورزشکاران

ورزشکار، شخصی است که در یک رشته ورزشی مجاز اقدام به اجرای تکنیک و تاکتیک‌های ورزشی که بر اساس قوانین و مقررات وضع شده‌ی رشته‌ی ورزشی مورد فعالیت به انجام عملیات ورزشی می‌پردازد؛ ورزشکار به فردی می‌گویند که شخصاً به ورزش حرفه‌ای یا آماتور می‌پردازد (نادریان، ۱۳۹۸: ۲۰). صدمه و جراحت‌هایی که برای ورزشکاران وصف مجرمانه دارد به دو صورت در بازی‌های ورزشی رخ می‌دهد: ۱- رفتار مجرمانه آنی: انجام رفتاری توسط ورزشکار که از قوانین رسمی ورزش مورد نظر و هنجارهای پذیرفته شده تجاوز می‌کند. کشیدن پیراهن ورزشکار صاحب توپ، ضربه زدن به دست هندبالیست هنگام پرتاب توپ، خالی کردن زیر بازیکنی که قصد دارد توپ را با سر بزند، همچنین انجام خطاهای آشکار که به سلامتی ورزشکار و شکل به نزار بازی آسیب می‌زند. ۲- رفتار مجرمانه محض: رفتاری که علاوه بر نادیده گرفتن قوانین ورزشی توسط ورزشکار اقدام به هنجارشکنی، هنجارهای بدیهی جامعه را شامل می‌شود (جعفری و صفری، ۱۳۹۳: ۶۳). در مواردی که ورزشکار، با توجه به رفتار مجرمانه به رقیب خود صدمه می‌زند باید وی را بر طبق ماده ۱ قانون مسئولیت‌مدنی مسئول دانست. با توجه به این که ماده، مطلق است می‌توان نتیجه گرفت اگر رفتار یا فعل ورزشکاری سبب آسیب و صدمه به ورزشکار دیگری شود، مسئول جبران صدمه می‌باشد (حسینی و اسحاقی، ۱۳۹۴: ۵۹).

۲- داوران

از نظر حقوقی داور شخصی است که دارای مجوز قضاوت در یک رشته ورزشی خاص از مراجع ذی صلاح باشد. داوران به‌طور کلی از لحاظ حقوقی در جریان رقابت‌های ورزشی سه نقش متفاوت را بر عهده دارند. آنها در جریان اعمال قوانین و اتخاذ تصمیمات مناسب عهده‌دار نقش قضاوت، مدیریت و میانجی هستند. داوران هنگام انجام وظایف خود زمانی مسئول جبران خسارت در

حادثه‌ی ورزشی‌اند که چهار مورد باید وجود داشته باشد: وظیفه، نقض وظیفه، سببیت و خسارت با توجه به این که به صورت عادی، مسئولیت داور به سبب مباشرت او نیست، اما در برخی دعاوی خودشان را در مقام خوانده شکایت صدماتی حاصل از تقصیر، روبه‌رو می‌بینند. برخی رفتارهای یک داور که باعث بروز مسئولیت مدنی برای آنان می‌شود مانند برگزاری و اجازه‌ی فعالیت ورزشی در زمین ورزشی با شرایط نامساعد یا عدم کنترل تجهیزات غیراستاندارد ورزشکاران نمونه‌ای از آنها می‌باشد (محمدی نژاد، میرصافیان، سلطان حسینی، ۲۰۱۲: ۲۶). علی‌رغم این‌ها، چنانچه دعاوی و مقررات گنگ باشند، سودمندترین شیوه در انجام شکایت علیه داوران، ادعای سرپیچی از انجام وظیفه نظارت بدون تقصیر است، وظیفه داوران نظارت مناسب و استاندارد هنگام مسابقه ورزشی می‌باشد. در حقیقت، دولت ناگزیر به اجرای قوانین و مقررات ایمنی می‌باشد و چنانچه این تکلیف اجرا نشود و یا به صورت شایسته اجرا نگردد، داوران به این خاطر مقصر و مسئولند (فیض، ۱۳۹۷: ۱۰۹).

۳- مریمان و مدیران

مریی ورزش فردی است که با شرکت در دوره‌های مربیگری برگزار شده توسط فدراسیون مربوطه کارت مربیگری را فارغ از درجه‌ی آن اتخاذ کرده باشد و به امر آموزش و تمرین ورزشکاران در باشگاه‌های ورزشی تحت مدیریت بخش خصوصی یا اداره کل ورزش و جوانان و همچنین کانون‌های تحت سرپرستی شهرداری یا آموزش و پرورش انجام وظیفه می‌کند (بنیان و کاشف، ۱۳۹۳: ۸۰). نظارت و حضور مستمر مربی در زمان تمرین و مسابقات یک عامل مهم در پیشگیری از بروز حوادث ورزشی منجر به شکایات حقوقی است. قوانین حقوقی زمانی مربی را مسئول جبران خسارت می‌داند که عمد یا قصور آنها در انجام وظایف مربوطه باعث نتیجه‌ای زیان‌بار باشد و چه‌بسا حوادث دل‌خراش منجر به فوت ورزشکاری که مربی به سبب انجام وظیفه‌ی صحیح مقصر نیست و مسئولیت در قبال این حادثه ندارد (پایمنت و پایمنت، ۲۰۱۱: ۱۰). مدیران ورزشی به صورت کلی به مسئولان وزارت ورزش و جوانان، کمیته ملی المپیک، فدراسیون‌ها، هیأت‌های ورزشی و مدیران باشگاه‌ها اطلاق می‌گردد و دارای نقش کلیدی و پیرو آن مسئولیت مدنی ورزشی در حیطه‌ی ورزش هستند به همین سبب طرح پرونده‌های مختلف حقوقی در حیطه‌ی مسئولیت مدنی ورزشی برای آنها از طرف دیگر افراد مرتبط با ورزش می‌باشد (نادریان و سلطان حسینی، ۱۳۹۱: ۱۳-۱۴). مریمان در دعاوی حقوقی هنگامی که حادثه‌ای برای ورزشکاران رخ می‌دهد، مسئول‌اند که نقش مراقبتی داشته باشند و اگر در انجام آن کوتاهی کرده باشند. دادگاه در نهایت این نقص را بر اساس تصمیمات ورزشی و امکانی که وی در پیشگیری از وقوع صدمه و خسارت داشته است، می‌سنجد (حسینی نژاد، ۱۳۷۰: ۴۱). مدیران در برابر ورزشکاران مسئولیت‌های قانونی دارند که جنبه مدنی و قراردادی پیدا می‌کند. مدیران در برابر ورزشکاری که در باشگاه او عضویت دارد، ورزشکاران تیم رقیب که در باشگاه‌ها حضور دارند یا با تیم او مسابقه می‌دهند و همچنین تماشاگران مسئولیت مدنی داشته باشند (جلیلیان و رومیانی، ۱۳۹۷: ۲۸۵). به‌علاوه از مهم‌ترین جنبه‌های مسئولیت مدنی برای مدیران ورزشی می‌توان به ایمنی اسباب و لوازم ورزشی اشاره کرد. طبق ماده ۷ قانون مسئولیت مدنی، هر گاه اگر شخصی وظیفه نظارت و مراقبت شخص دیگری را داشته باشد به سبب کوتاهی و سهل‌انگاری یا غفلت در انجام وظایف خود احتمالاً مقصر است و مسئولیت رفتار زیان بارش با خودش است (حسینی و اسحاقی، ۱۳۹۴: ۶۰).

۴- تماشاگران

تماشاگران با حضور در ورزشگاه و نشستن بر سکوه‌های ورزشی دارای وظایف و مسئولیت‌های حقوقی می‌گردند که رعایت نکردن آنها باعث بروز آسیب‌های جانی و مالی به خود، ورزشکاران و سایر تماشاگران می‌گردد و قابل پیگیری حقوقی است برای نمونه انجام حرکات خشونت‌بار و شکستن صندلی‌ها یا هجوم بردن به میان میدان ورزشی برای آسیب رساندن به ورزشکاران یا تماشاگران تیم رقیب حرکات مجرمانه محسوب می‌شود و فرد خاطی بایست جبران خسارت نماید. لازم به ذکر است مدیران برگزاری مسابقات نیز مسئولیت‌هایی در برابر ایمنی و حفظ سلامت تماشاگران جهت کاهش حوادث احتمالی دارند

که هنگام بروز حادثه‌های قضایی برای تماشاگران، قاضیان برای صدور حکم تمام جوانب را مورد بررسی قرار می‌دهند (آقایی و صفاری، ۱۳۹۸: ۱۶).

۲- نقش رسانه در ورزش و اطلاع‌رسانی

کالا و خدمات ورزش در قالب صنعت ورزش به صورت فرامرزی در بین انسان‌ها در حال توسعه است به گونه‌ای که با تلفیق شدن با تکنولوژی و فناوری روز در برخی مواقع مانند افتتاحیه‌های المپیک و جام جهانی به وسیله رسانه‌های جمعی مختلف بیش از دو میلیارد مخاطب را به خود جذب می‌کند. رسانه‌ها، بخش بنیادی زندگی اجتماعی‌اند به گونه‌ای که بر تمام جنبه‌های مختلف زندگی بشر به صورت مستقیم و غیرمستقیم تأثیر می‌گذارند. حوزه‌ی ورزش نیز به عنوان یکی از با اهمیت‌ترین جنبه‌های زندگی انسان‌ها در جوامع مختلف از رسانه‌ها تأثیر گرفته و بر آن تأثیر گذاشته است (خداداد شهری، ۱۳۹۳: ۱۴۹). نقش ورزش در ابعاد مختلف مانند سیاست، اقتصاد و فرهنگ، اجتماعی و بُعد تجارتي و اقتصاد آن برای رسانه‌های گروهی باعث ارتباط نزدیک گردیده است. رسانه‌های گروهی در بیشتر موارد می‌توانند تأثیر مستقیم بر ورزش از جمله: بهبود عملکرد و دانش منابع انسانی در ورزش، بهبود تبلیغات، توسعه گردشگری و... داشته باشند (آقایی شهری و دیگران، ۱۳۹۶: ۱۱۵-۱۱۸). رسانه‌های جمعی، با توجه به پیشرفت تکنولوژی می‌توانند به سرعت اخبار، افکار و روش‌های زندگی را در اختیار توده‌های وسیع انسانی و مخاطب خاص خود قرار دهند و به صورت مستمر یادگیری‌های مخاطبان را به روز می‌کنند که این امر در پدیده‌ی ورزش نیز قابل رویت است و می‌توان الگوپذیری و جامعه‌پذیری افراد به‌ویژه جوانان را گواه این ادعا دانست (قاسمی و فنازاد، ۱۳۹۷: ۱۲).

در عصر حاضر شاهد توسعه‌ی سریع برندهای مختلف ورزشی در بین انسان‌ها فارغ از مرزهای فیزیکی هستیم که همراه با خود، رفتارها و ارزش‌های غیربومی را ترویج می‌دهند که برای پیشگیری از ناهنجاری‌ها و مشکلات حقوقی، این فرایند نیاز به مدیریت و آموزش بین مخاطبان دارد (مرادی هزاری و فردی، ۱۳۹۷: ۶۲-۶۴). رسانه‌های جمعی برای رویارویی با این چالش نقش اساسی دارند (خسرو منش و دیگران، ۱۳۹۷: ۶۵). برخی از مهم‌ترین نقش‌هایی که برای رسانه‌های جمعی مطرح می‌شود عبارت‌اند از: اطلاع‌رسانی و آگاهی، حمایت از قانون و نظارت بر اجرای درست قوانین، ایجاد حیطه مناسب برای برخورد عقاید گوناگون، فراهم کردن زمینه آموزش مداوم، کمک به رشد فرهنگی و فکری جامعه، فراهم کردن سرگرمی‌های آموزنده، ایجاد روحیه مشارکت و همکاری برای برنامه‌های توسعه که دست‌یابی به این اهداف باعث می‌شود مخاطب به جامعه‌پذیری از طریق رسانه جمعی دست یابد (زارع و حیدری‌نژاد، ۱۳۹۶: ۱۶). در قالب جامعه‌پذیری که از طریق فرآیند یادگیری مداوم افراد جامعه همزمان با آشناسدن با نظام زندگی از طریق کسب اطلاعات و تجربیات نسبت به وظایف، حقوق و نقش خویش در جامعه پی ببرند. در این راستا فناوری اطلاعات از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر روند دگرگونی‌های اجتماعی، سیاسی و نیز جامعه‌پذیری باشد (کشیشیان، ۱۳۹۶: ۱۷۴).

رسانه‌های جمعی به چهار دسته‌ی شنیداری (رادیو)، دیداری (تلویزیون)، چاپی (کتاب، مجلات، روزنامه‌ها)، دیجیتال (اینترنت) طبقه‌بندی می‌شوند که هر کدام دارای مخاطبان خاص خود باعلاقه و سلیقه متفاوت هستند که برای برنامه‌ریزی در مورد تهیه‌ی محتوا بایست به ویژگی‌های مخاطبان مانند سن، جنس، طبقه اجتماعی، سطح تحصیلات، مذهب و... توجه شود (قاسمی، ۱۳۹۷: ۳۵-۷۴).

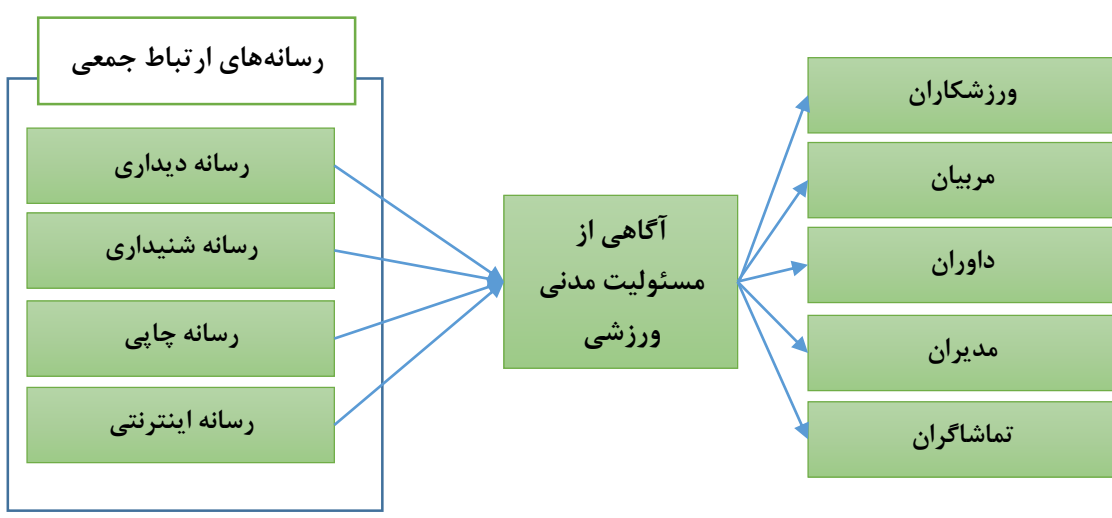
۳- ارتباط آگاهی حقوقی و رسانه ورزشی

توسعه فناوری و قدرت رسانه در جابجایی لحظه‌ای اطلاعات باعث سرعت بالای تبادل فرهنگ و ارزش‌ها در کالا و خدمات ورزش شده است که گاهی این فرایند باعث بروز مشکلات حقوقی می‌شود که پیشگیری از تبعات منفی آن نیازمند مدیریت ورزشی و حقوق می‌باشد (کیانگ^۱، ۲۰۱۹: ۸). در قضاوت پرونده‌های حقوقی توسط حقوقدانان برای برائت از مسئولیت مدنی در پرونده‌های حقوق ورزشی، آگاهی از قواعد حقوق ورزشی برای منابع انسانی ورزش یک ضرورت است (مصطفی پورانزلی و

کاشف، ۱۳۹۴: ۵۴۳). راه‌ها و شیوه‌های مختلفی از طرف متولیان ورزش برای کاهش حوادث ورزشی و پرونده‌های حقوقی اتخاذ شده است (الماسی و انیسی، ۱۳۹۵: ۲۶). مهم‌ترین عامل تأثیرگذار آگاهی از مسئولیت مدنی است. رسانه‌های جمعی می‌توانند نقش تعیین‌کننده‌ای در امر آگاهی عوامل ورزشی از مسائل حقوقی را ایفا کنند و با تولید محتوای حقوق ورزشی توسط متخصصین، خلأهای حقوقی موجود برطرف گردد به همین سبب، تعامل با مخاطب و تولید محتوا بر اساس میل، نیاز و مصلحت آنها، نیز اهمیت برای رسیدن به اهداف راهبردی پیش‌رو را نشان می‌دهد (صلواتیان و خوش‌بیان، ۱۳۹۷: ۲۹). برای نمونه تلویزیون می‌تواند تصویری کلی نسبت به پیشرفت یا عدم پیشرفت ورزش در جامعه به مردم ارائه دهد و با توجه به کارکردهای اجتماعی، فرهنگی و آموزشی، ارزش‌ها و معیارهای توسعه را در جامعه نهادینه کند و اندیشه‌ها را حول یک تعریف مشخص از ورزش و توسعه آن شکل دهد (عرب نرمی، ۱۳۹۷: ۵۴-۵۶).

در ادامه برخی تحقیق‌های انجام شده پیرامون نقش رسانه‌های جمعی بر آگاهی مخاطبان و نتایج آن بیان می‌شود. مرادی (۱۳۹۰) رسانه‌های جمعی در آگاهی ورزشی مخاطبان ورزشی فارغ از نوع رسانه‌ی جمعی را مؤثر دانسته‌اند و همچنین نتایج تحقیق زارع و حیدری نژاد (۱۳۹۶) حاکی از آن است که رسانه‌های جمعی تأثیر مستقیم و معناداری در آگاهی بخشی و شکل‌دهی رفتار مخاطبان خود دارند لذا مدیریت رسانه برای تهیه‌ی محتوای تخصصی متناسب با مخاطب یک امر ضروری است. نتایج تحقیقات عرب نرمی (۱۳۹۷) در مورد نقش رسانه‌های جمعی در توسعه ورزش حاکی از آن است که رسانه‌ها نقش اساسی در افزایش آگاهی مخاطبین ورزشی دارند که تلویزیون به‌عنوان اصلی‌ترین رسانه جمعی در این تحقیق مورد تأیید قرار گرفته است. مخلص و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی دریافته‌اند که فضای مجازی نقش کلیدی در تولید و انتقال دانش در بین دانشجویان و تماشاگران را دارا می‌باشد. از طرفی نتایج تحقیق انجام گرفته توسط زارع و همکاران (۱۳۹۵) نشان می‌دهد هر رسانه با توجه به مخاطبین خاصی که پوشش می‌دهد می‌تواند در امر آگاهی بخشی به مخاطبین مؤثر واقع گردد و برای کنترل فساد و قانون‌شکنی در ورزش امری کاربردی باشد با توجه به تحقیق‌های مذکور می‌توان گفت که رسانه‌ها نقش مستقیم و معناداری در افزایش آگاهی مخاطب خود دارند که بایست به‌صورت هدفمند و با برنامه‌ریزی مدون به نقش حیاتی مورد حمایت و استفاده قرار گیرد.

با توجه به این که حوادث ورزشی بخش غیرقابل تفکیک فعالیت‌های ورزشی می‌باشد، آگاهی نسبت به وظایف افراد فعال در ورزش برای پیشگیری و کاهش آسیب‌های حقوقی و عوامل مؤثر بر آن یک امر ضروری است. به همین سبب شناسایی عوامل تأثیرگذار بر افزایش دانش مسئولیت‌مدنی ورزشی افراد شاغل در حیطه‌ی ورزش مانند مربی، تماشاچی، ورزشکاران و داوران ورزشی یک ضرورت آموزشی تلقی می‌گردد اما متأسفانه با توجه به اهمیت آموزش حقوق ورزشی در این حیطه تاکنون انجام نگرفته است و تحقیق مذکور به‌عنوان اولین تحقیق در این زمینه موجود است. شایان ذکر است که به سبب این که بدانیم میزان آشنایی مربیان، ورزشکاران و مدیران و داوران و تماشاگران ورزشی با حقوق ورزشی و آگاهی آنان از قوانین ورزشی حداقل می‌باشد موضوع فوق اهمیت دو چندان می‌یابد لذا باید راهکاری اندیشیده شود تا تمامی شاغلین و افراد فعال در حوزه ورزش با مسئولیت‌های حقوقی خود آشنا شوند (احمدی و نجمی، ۱۳۸۷: ۲۷-۳۰). در تحقیق حاضر نقش رسانه‌های ارتباط جمعی در آگاهی از مسئولیت مدنی ورزشی مورد توجه قرار گرفته است زیرا در تحقیقات گذشته بسیار اندک مورد توجه قرار گرفته است و به آگاهی از مسائل حقوقی توجه خاصی نشده است؛ بنابراین در ادامه نقش رسانه‌های جمعی با تأکید بر ۴ نوع رسانه چاپی، دیداری، شنیداری و اینترنتی در آگاهی از مسئولیت مدنی ورزشکاران، داوران، مربیان، مدیران و تماشاگران مورد بررسی قرار گرفته است مدل مفهومی نیز به شکل زیر می‌باشد.



نمودار ۱: مدل مفهومی تحقیق

مقاله حاضر سعی در بررسی مسئولیت مدنی ورزشی شغل‌های مختلف ورزشی، نقش رسانه در ورزش و اطلاع رسانی، ارتباط آگاهی حقوقی و رسانه ورزشی و نقش رسانه‌های جمعی در ارتقای آگاهی از مسئولیت مدنی ورزشی می‌باشد.

روش تحقیق

این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و به لحاظ روش گردآوری داده‌ها، توصیفی - تحلیلی، از نوع همبستگی است که به شکل میدانی اجرا گردید. جامعه آماری پژوهش را مسئولان ستادی وزارت ورزش و جوانان (۲۹ نفر)، مسئولان کمیته ملی المپیک (۱۳ نفر) و رؤسای فدراسیون‌های ورزشی (۴۷ نفر) به علاوه تعدادی از اساتید متخصص در حوزه حقوق ورزشی (۱۵ نفر) تشکیل می‌دادند که تعداد مجموع آنها ۱۰۴ نفر بود. روش نمونه‌گیری از نوع کل‌شمار و بنابراین نمونه‌ای آماری با جامعه آماری برابر بود. در نهایت از ۱۰۴ پرسشنامه توزیع شده، ۸۷ پرسشنامه (نرخ پاسخگویی ۸۳ درصد) به‌درستی برگشت داده شد. ابزار اندازه‌گیری در این تحقیق، به‌دلیل نبود پرسشنامه استاندارد، پرسشنامه‌ای از نوع محقق ساخته بود. برای تهیه پرسشنامه محقق با مطالعه مبانی نظری، پیشینه تحقیق و پرسشنامه‌های قبلی در این زمینه، پرسشنامه‌ای طراحی کرد و با کمک کارشناسان رسانه‌ای و حقوقی صاحب‌نظر در مقوله حقوق و رسانه در چند مرحله سؤالات بازنگری و اصلاح شد و به تأیید نهایی رسید. این پرسشنامه با ۳۷ سؤال رسانه‌های جمعی را در ۴ حیطه چاپی (۴ سؤال)، دیداری (۴ سؤال)، شنیداری (۳ سؤال)، اینترنتی (۶ سؤال) و مسئولیت مدنی ورزشی را در ۵ حیطه ورزشکاران (۴ سؤال)، مدیران (۳ سؤال)، مربیان (۵ سؤال)، داوران (۴ سؤال)، تماشاگران (۴ سؤال) و در مقیاس پنج ارزشی لیکرت از ۱ (خیلی کم) تا ۵ (خیلی زیاد) می‌سنجید. برای اطمینان از روایی محتوایی پرسشنامه به دو شیوه عمل شد و از دو شاخص نسبت روایی محتوایی (CVR) و شاخص روایی محتوایی (CVI) استفاده شد. شاخص نسبت روایی محتوایی بر اساس تعداد متخصصینی که سؤالات را مورد ارزیابی قرار داده‌اند مشخص می‌شود در این تحقیق از نظرات ۱۰ نفر استفاده شده است بر این اساس مقدار شاخص نسبت روایی محتوایی مطلوب بر اساس جدول استاندارد CVR باید بیشتر از ۰/۶۲ باشد. نتایج مربوط به این شاخص و شاخص CVI در جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۱: نتایج شاخص‌های CVI و CVR

شاخص CVI	شاخص CVR	عوامل نهایی
۰/۸۸	۰/۷۳	رسانه اینترنتی
۰/۸۷	۰/۸۳	رسانه دیداری
۰/۹۲	۰/۸۶	رسانه شنیداری
۰/۹۰	۰/۷۹	رسانه چاپی
۰/۹۱	۰/۸۲	مسئولیت مدنی تماشاگران
۰/۸۹	۰/۷۱	مسئولیت مدنی داوران
۰/۸۷	۰/۷۶	مسئولیت مدنی مدیران
۰/۸۸	۰/۸۳	مسئولیت مدنی مربیان
۰/۹۰	۰/۷۳	مسئولیت مدنی ورزشکاران
۰/۸۵	۰/۸۲	آگاهی از مسئولیت مدنی

همان‌طور که نتایج جدول (۱) نشان داده است شاخص CVR هر یک از متغیرها بیشتر از ۰/۷۵ محاسبه شده است لذا این شاخص مورد تأیید قرار می‌گیرد. همچنین حداقل مقدار قابل قبول برای شاخص CVI برابر با ۰/۷۹ است و اگر شاخص CVI گوئی‌ای کمتر از ۰/۷۹ باشد آن گوئی‌بایستی حذف شود. مقدار شاخص CVI برای کلیه ابعاد تحقیق مورد تأیید واقع شده است. در نهایت می‌توان گفت بر اساس نتایج شاخص CVR و CVI روایی محتوایی پرسشنامه تأیید می‌گردد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها متناسب با سطح سنجش داده‌ها و مفروضات آماری از PLS Smart (برای محاسبه‌ی تحلیل عاملی تأییدی و تحلیل مسیر و برآورد رابطه‌های میان متغیرهای پنهان مسئله و برازندگی مدل) استفاده گردیده است.

یافته‌ها

نتایج تحلیل یافته‌ها نشان داد به لحاظ جنسیت، ۷۵ درصد از نمونه آماری مرد و ۲۵ درصد زن بودند. میانگین سنی آزمودنی‌ها، ۴۵/۵ سال، میانگین سابقه‌ی خدمت آنان ۲۳/۹ سال و سابقه‌ی مدیریت ورزشی آنان ۱۵/۲ سال بود. به لحاظ تحصیلات، ۷ درصد مدرک کاردانی، ۲۳ درصد کارشناسی، ۳۳ درصد کارشناسی‌ارشد و ۳۷ درصد مدرک دکتری داشتند. همچنین در جدول (۲) ماتریس همبستگی بین متغیرها ارائه شده است.

جدول ۲: ماتریس همبستگی بین متغیرها

متغیرها	رسانه اینترنتی	رسانه دیداری	رسانه شنیداری	رسانه چاپی	مسئولیت مدنی تماشاگران	مسئولیت مدنی داوران	مسئولیت مدنی مدیران	مسئولیت مدنی مربیان	مسئولیت مدنی ورزشکاران	آگاهی از مسئولیت مدنی
رسانه اینترنتی	۱									
رسانه دیداری	۰/۶۳	۱								
رسانه شنیداری	۰/۶۸	۰/۷۸	۱							
رسانه چاپی	۰/۶۹	۰/۵۸	۰/۵۵	۱						
مسئولیت مدنی تماشاگران	۰/۶۸	۰/۶	۰/۵۹	۰/۶۴	۱					

				۱	۰/۷۲	۰/۵۶	۰/۶	۰/۶۳	۰/۶۷	مسئولیت مدنی داوران
			۱	۰/۷۷	۰/۷۵	۰/۶۷	۰/۶۳	۰/۶۴	۰/۷۲	مسئولیت مدنی مدیران
		۱	۰/۵۸	۰/۵۲	۰/۵۲	۰/۶۳	۰/۴۷	۰/۵۷	۰/۶۲	مسئولیت مدنی مربیان
	۱	۰/۷۱	۰/۶۷	۰/۵۷	۰/۶۲	۰/۵۹	۰/۵۳	۰/۶۵	۰/۶۸	مسئولیت مدنی ورزشکاران
۱	۰/۸۴	۰/۷۸	۰/۸۹	۰/۸۵	۰/۸۶	۰/۷۳	۰/۶۷	۰/۷۳	۰/۸۱	آگاهی از مسئولیت مدنی

پس از توضیح داده‌های توصیفی و بررسی ماتریس همبستگی بین متغیرها حال به بررسی برازش مدل پیشنهادی پرداخته می‌شود. برازش در سه حالت بررسی می‌شود در حالت اول برازش مدل اندازه‌گیری پژوهش مورد بررسی واقع می‌شود در حالت دوم مدل درونی پژوهش (مدل ساختاری) شامل ضرایب مسیر، ضریب تعیین R^2 ، اندازه اثر F^2 و معیار پیش‌بینی کننده‌ی Q^2 مورد ملاحظه قرار می‌گیرند. در حالت سوم نیز برازش کلی مدل مورد بررسی قرار می‌گیرد در ابتدا همان‌طور که در جدول (۳) مشاهده می‌شود کلیه معیارهای مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری ارائه شده است.

جدول ۳: شاخص‌های برازش مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری

مقدار مطلوب	شاخص		
بیشتر از ۰/۵	بارهای عاملی	روایی همگرا	مدل اندازه‌گیری
بیشتر از ۰/۵	مقدار AVE		
مقادیر قطر اصلی بیشتر از سطر و ستون متناظر	معیار فورنل و لارکر	روایی واگرا (روایی تشخیصی)	
بیشتر از ۰/۷	پایایی آلفای کرونباخ		
بیشتر از ۰/۷	پایایی ترکیبی (پایایی سازه)		پایایی
	همان ضرایب بتا در رگرسیون می‌باشد و مقادیر آن بر حسب علامت، مقدار و معناداری ارزیابی می‌شود.		ضریب تأثیر (استاندار شده)
	در سطح اطمینان ۹۵٪ چنانچه آماره t مسیر بین دو متغیر بیش از ۱/۹۶ باشد، بیانگر تأثیر معنادار متغیر مستقل بر متغیر وابسته است.		آماره t
	هر چند R^2 معادل با ۰/۲۵، ۰/۵۰ و ۰/۷۵ را به ترتیب مقادیر ضعیف، متوسط و قوی قلمداد کرده‌اند هر قدر که تعداد متغیرهای برون‌زای یک متغیر درون‌زا بیشتر باشد انتظار می‌رود که R^2 آن نیز بیشتر باشد.		R^2
	مقادیر ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ به ترتیب نشان از اندازه تأثیر کوچک، متوسط و بزرگ یک سازه بر سازه دیگر دارد.		f^2
	مقداری بالاتر از صفر داشته باشد قابل قبول می‌باشد		Q^2

منبع: (آذر و غلامزاده، ۱۳۹۵؛ داوری و رضازاده؛ ۱۳۹۵)

روایی همگرا با تأیید شاخص‌های بار عاملی (مقدار مطلوب بیشتر از ۰/۵) و مقدار AVE (مقدار مطلوب بیشتر از ۰/۵) و نهایتاً پایایی نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (مقدار مطلوب بیشتر از ۰/۷) مورد تأیید قرار گرفت. نتایج

به‌دست آمده برای این شاخص‌ها در جداول زیر مشخص است. همان‌طور که ملاحظه در جدول (۴) ملاحظه می‌شود کلیه مقادیر پایایی ترکیبی و ضریب آلفای کرونباخ و میانگین واریانس‌های استخراجی بالای ۰/۷ می‌باشند در نتیجه پایایی و روایی ابزار تأیید گردید. لازم به ذکر است که مقادیر بارهای عاملی در نمودار مربوط مدل در حالت استاندارد مشخص هستند و همگی بالای ۰/۵ به‌دست آمده‌اند.

جدول ۴: پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ

متغیرها	ضریب آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	میانگین واریانس استخراجی (AVE)
اینترنتی	۰/۸۵۳	۰/۸۹۱	۰/۵۷۸
دیداری	۰/۸۴۲	۰/۸۹۵	۰/۶۸۱
شنیداری	۰/۷۱۸	۰/۷۵۳	۰/۵۱۰
چاپی	۰/۸۳۰	۰/۸۸۷	۰/۶۶۲
مسئولیت مدنی تماشاگران	۰/۸۷۶	۰/۹۱۵	۰/۷۲۸
مسئولیت مدنی داوران	۰/۸۴۳	۰/۸۹۵	۰/۶۸۰
مسئولیت مدنی مدیران	۰/۸۹۰	۰/۹۳۱	۰/۸۱۹
مسئولیت مدنی مربیان	۰/۷۷۶	۰/۸۴۶	۰/۵۳۲
مسئولیت مدنی ورزشکاران	۰/۸۶۷	۰/۹۱۰	۰/۷۱۷

بر اساس نتایج جدول (۵) روایی واگرایی مدل تحقیق مورد تأیید واقع می‌شود.

جدول ۵: نتایج روایی واگرا (روایی تشخیصی)

	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
مسئولیت مدنی مربیان	۰/۸۳									
آگاهی از مسئولیت مدنی	۰/۴۸	۰/۸۹								
اینترنتی	۰/۴۲	۰/۶۹	۰/۸۶							
دیداری	۰/۵۷	۰/۵۳	۰/۵۳	۰/۸۲						
شنیداری	۰/۴۶	۰/۴۷	۰/۶۸	۰/۶۹	۰/۹۱					
مسئولیت مدنی تماشاگران	۰/۵۲	۰/۵۶	۰/۵۸	۰/۶۰	۰/۵۹	۰/۸۵				
مسئولیت مدنی داوران	۰/۵۲	۰/۵۴	۰/۴۶	۰/۶۲	۰/۶۰	۰/۷۲	۰/۸۲			
مسئولیت مدنی مدیران	۰/۵۸	۰/۳۹	۰/۶۱	۰/۵۴	۰/۳۲	۰/۵۴	۰/۵۷	۰/۹۰		
مسئولیت مدنی ورزشکاران	۰/۳۹	۰/۴۴	۰/۶۷	۰/۶۵	۰/۵۳	۰/۶۱	۰/۵۶	۰/۶۶	۰/۸۴	
چاپی	۰/۴۳	۰/۵۳	۰/۶۹	۰/۵۸	۰/۵۴	۰/۶۳	۰/۵۶	۰/۶۶	۰/۵۹	۰/۸۱

برای برازش مدل ساختاری در ابتدا برای ضریب تعیین هرچند معادل با ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ را به ترتیب مقادیر ضعیف، متوسط و قوی قلمداد کرده‌اند. با این وجود مقدار مطلوب آن بستگی به موضوع تحقیق از یک طرف و تعداد متغیرهای پنهان برون‌زای مربوط به آن متغیر درون‌زایی دارد که آن محاسبه شده است. در جدول (۶) مقادیر مربوط به ضریب تعیین و ضریب تعیین تعدیل آورده شده است که از مقادیر مطلوب استاندارد بسیار بالاتر می‌باشند.

جدول ۶: مقادیر ضریب تعیین و ضریب تعیین تعدیل شده

متغیر	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده
آگاهی از مسئولیت مدنی	۰/۷۵۴	۰/۷۴۹

اندازه اثر یا F^2 به معنای توان تبیین‌کنندگی مدل می‌باشد و رابطه‌ی بین سازه‌های مدل را تعیین می‌کند که مقادیر ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ به ترتیب نشان از اندازه تأثیر کوچک، متوسط و بزرگ یک سازه بر سازه دیگر دارد. همان‌طور که جدول (۷) نشان داده است کلیه مقادیر به‌دست آمده بالای متوسط مقادیر تعیین شده می‌باشند.

جدول ۷: مقادیر اندازه اثر F^2

متغیرها	آگاهی از مسئولیت مدنی
اینترنتی	۰/۲۸۰
دیداری	۰/۱۵۸
شنیداری	۰/۵۲۰
چاپی	۰/۴۱۳

شاخص دیگری که در این مرحله مورد بررسی قرار می‌گیرد شاخص توان پیش‌بینی‌کنندگی Q^2 مدل می‌باشد که درصد واریانس شاخص‌ها را در بین سایر شاخص‌های یک متغیر نشان می‌دهد. Q^2 بالا نشان دهنده قدرت پیش‌بینی بالای مدل است. برای این شاخص مقدار برشی جهت بررسی آن تعیین نشده است و محققان تأکید کرده‌اند در صورتی که این شاخص مقداری بالاتر از صفر داشته باشد قابل قبول می‌باشد و هر چه به یک نیز نزدیکتر گردد نشان از توان پیش‌بینی‌کنندگی بالای آن می‌باشد. نتایج شاخص Q^2 بر اساس آنچه در جدول (۸) مشاهده می‌شود مورد تأیید می‌باشد.

جدول ۸: معیار شاخص توان پیش‌بینی‌کننده‌گی Q^2

متغیر	Q^2
آگاهی از مسئولیت مدنی	۰/۳۱۳

برای برازش کلیت مدل از چهار شاخص GOF ، NFI ، $rms\ Theta$ و $SRMR$ (معیار میانگین اختلاف بین داده‌ها) استفاده شده است نتایج این چهار شاخص در جدول (۸) قابل مشاهده است. مقدار $SRMR$ بین صفر و یک تغییر می‌کند. مقدار ۰/۰۸ خط قرمز این شاخص است. هر چه این شاخص از این مقدار بزرگتر باشد مدل ایرادات اساسی دارد و لازم است در کلیت مدل تجدید نظر شود. در این تحقیق شاخص $SRMR$ مقداری در حدود ۰/۰۷۴ می‌باشد که مقدار مطلوبی در نظر گرفته شده است. همچنین شاخص $rms\ Theta$ مقدار مؤثر ماتریس کوواریانس باقی مانده از باقیمانده مدل بیرونی است. این اندازه‌گیری برازش تنها برای ارزیابی مدل انعکاسی مفید است، چرا که باقیمانده مدل بیرونی برای مدل اندازه‌گیری ساختی (ترکیبی) معنی‌دار نیست و مقداری کمتر از ۰/۱۲ را برای مطلوبیت مدل در نظر گرفته است. در این تحقیق این شاخص برابر با ۰/۱۰۹ است. همچنین شاخص NFI نیز مقدار قابل قبول برای آن باید بزرگتر از ۰/۹ باشد که در محاسبات انجام شده برابر با ۰/۹۱۲ به‌دست آمده است که مقدار مطلوبی می‌باشد. برای بررسی برازش مدل کلی از معیار GOF^1 نیز استفاده شد. مقدار GOF محاسبه شده به شرح زیر می‌باشد:

$$GOF = \sqrt{COMMUNALITY * R^2} = \sqrt{0.656 * 0.720} = 0.687$$

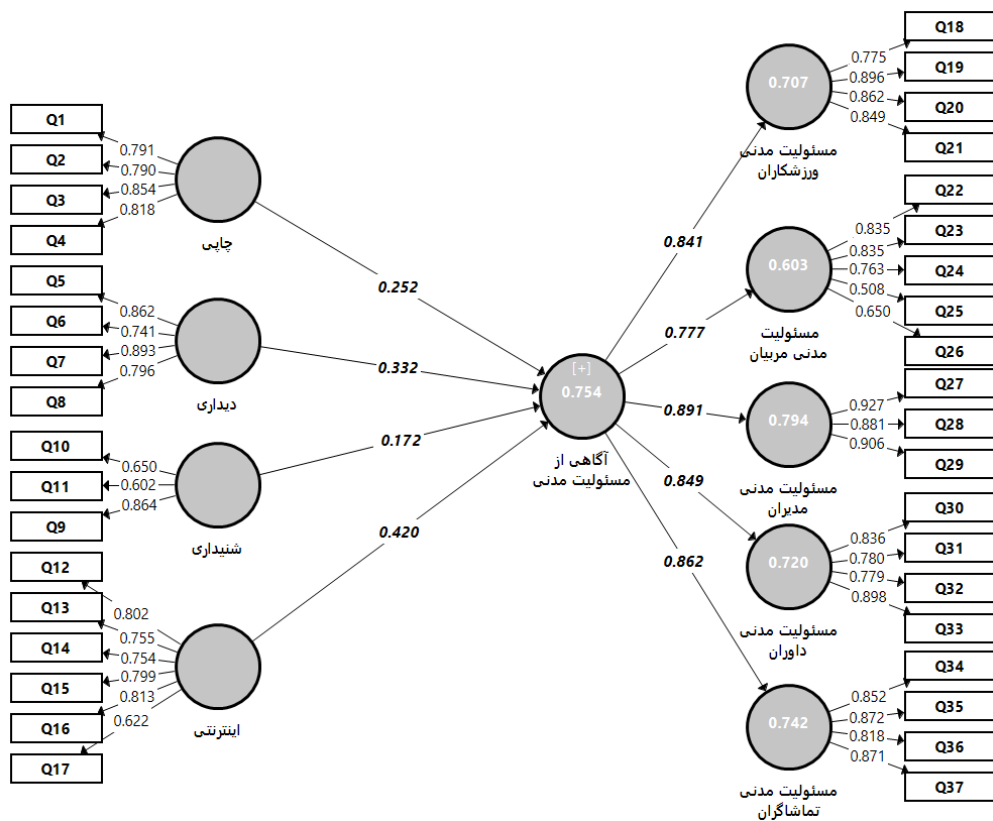
1. GOF : Goodness of Fit

با توجه به سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF، حاصل شدن ۰/۶۸۷ نشان از برازش مطلوب مدل دارد.

جدول ۹: شاخص‌های برازش مدل

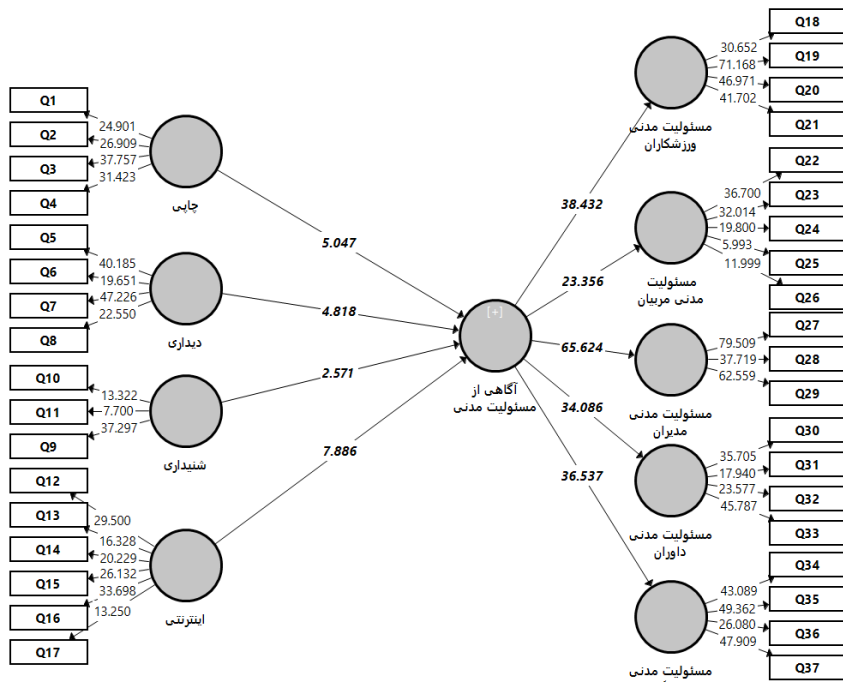
شاخص‌های برازش	کمیت	مقدار مطلوب
شاخص SRMR	۰/۰۷۴	کمتر از ۰/۰۸
شاخص rms Theta	۰/۱۰۹	کمتر از ۰/۱۲
شاخص NFI	۰/۹۱۲	بیشتر از ۰/۹
شاخص GOF	۰/۶۸۷	سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی

حال نتایج مدل اجرا شده در دو حالت استاندارد و t-value ارائه گردیده است. در ابتدا به حالت استاندارد (نمودار ۲) که در آن مسیرها به وسیله‌ی ضرایب رگرسیونی یا ضریب مسیر مشخص شده‌اند اشاره شده است.



نمودار ۲: نتایج مدل اصلی تحقیق در حالت ضرایب استاندارد

در حالت دوم مقدار t-value یا همان مقادیر z در نمودار (۳) ارائه شده است این مقدار با توجه به این که تحقیق حاضر در سطح ۰/۰۵ به انجام رسیده است اگر از ۱/۹۶ بیشتر و یا از ۱/۹۶- کمتر باشد معنی‌داری را نشان می‌دهد.



نمودار ۳: نتایج مدل اصلی تحقیق در حالت ضرایب معناداری t

در ادامه بر اساس نتایج ارائه شده اعم از ضرایب مسیر، ضرایب تی و سطح معناداری در دو مدل بالا مسیره‌های بین متغیرها توضیح داده می‌شود. این نتایج به‌طور واضح‌تر در جدول (۱۰) ارائه شده است.

جدول ۱۰: نتایج ضرایب مسیر بین متغیرها

نتیجه	سطح معنی‌داری	آماره تی	ضریب مسیر	
تایید	۰/۰۰۱	۷/۳۰	۰/۴۲	رسانه‌های اینترنتی -> آگاهی از مسئولیت مدنی
تایید	۰/۰۰۶	۴/۸۳	۰/۳۳۲	رسانه‌های دیداری -> آگاهی از مسئولیت مدنی
تایید	۰/۰۱۲	۲/۵۷	۰/۱۷۲	رسانه‌های شنیداری -> آگاهی از مسئولیت مدنی
تایید	۰/۰۰۴	۵/۲۱	۰/۲۵۲	رسانه‌های چاپی -> آگاهی از مسئولیت مدنی

همان‌طور که نتایج نشان داده است ضریب مسیر رسانه‌های اینترنتی بر آگاهی از مسئولیت مدنی ۰/۴۲ و آماره تی ۷/۳۰ و سطح معنی‌داری نیز کمتر از ۵ صدم محاسبه شده است (۰/۰۰۱) لذا می‌توان گفت که رسانه‌های اینترنتی بر آگاهی از مسئولیت مدنی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد به علاوه تأثیر رسانه‌های دیداری بر آگاهی از مسئولیت مدنی ۰/۳۳، مقدار تی ۴/۸۳ و سطح معنی‌داری نیز ۰/۰۰۶ محاسبه گردید در نتیجه تأثیر رسانه‌های دیداری بر آگاهی از مسئولیت مدنی تأثیر و معنادار می‌باشد. مقدار تأثیر رسانه‌های شنیداری بر آگاهی از مسئولیت مدنی ۰/۱۷ و ضریب معنی‌داری ۲/۵۷ و سطح معنی‌داری ۰/۰۱۲ به‌دست آمده است لذا می‌توان گفت که رسانه‌های شنیداری بر آگاهی از مسئولیت‌مدنی ورزشی تأثیر مثبتی داشته است در نهایت تحلیل داده مشخص کرده است مقدار ضریب مسیر رسانه‌های چاپی بر آگاهی از مسئولیت مدنی ورزشی برابر با ۰/۲۵ و مقدار تی ۵/۲۱ است و با توجه به سطح معنی‌داری به‌دست آمده (۰/۰۰۴) می‌توان عنوان کرد که تأثیر رسانه‌های چاپی بر آگاهی از مسئولیت مدنی ورزشی مثبت و معنی‌دار است. با توجه به ضرایب مسیر به‌دست آمده رسانه‌های اینترنتی با ضریب مسیر ۰/۴۲، دارای بیشترین تأثیر بر آگاهی از مسئولیت مدنی می‌باشد و پس از آن به ترتیب رسانه‌های دیداری با ضریب مسیر ۰/۳۳، رسانه‌های چاپی با ضریب مسیر ۰/۲۵ و رسانه‌های شنیداری با ۰/۱۷ قرار گرفته‌اند.

نتیجه‌گیری

در عصر حاضر با پیشرفت و گسترش جهانی پدیده‌ی ورزش، آگاهی از قوانین حقوقی آن توسط منابع انسانی شاغل در صنعت ورزش از جمله مربیان، ورزشکاران، تماشاگران و مدیران امری ضروری می‌باشد (اولیورا و همکاران^۱، ۲۰۱۷). عدم آشنایی حقوقی منابع انسانی ورزشی و تسلط بر چهارچوب قوانین حقوق ورزشی مرتبط با شغل خود دارای پیامدهای منفی بسیاری از جمله تشکیل پرونده‌های حقوقی در سطح ملی و بین‌المللی، ضرر و زیان‌های مالی و جانی به همراه دارد (دیبالت و همکاران^۲، ۲۰۰۹). در عصر حاضر یکی از دغدغه‌های آموزشی متولیان ورزشی هر کشور تربیت منابع انسانی با دانش حقوقی مناسب است تا با این عمل تا حد امکان از بروز حوادث دلخراش و پرونده‌های حقوقی پیشگیری کنند. رسانه‌های جمعی یکی از ابزارهای قدرتمند برای رفع این دغدغه هستند. هدف از تحقیق حاضر تعیین نقش رسانه‌های جمعی در ارتقای آگاهی از مسئولیت‌مدنی ورزشی می‌باشد. نتایج تحقیق بر اساس جدول شماره ۷ حاکی از آن است که رسانه‌های جمعی اعم از شنیداری، دیداری، چاپی و اینترنتی بر ارتقای آگاهی از مسئولیت‌مدنی ورزشی ورزشکاران، مربیان، مدیران، داوران و تماشاگران تأثیر مثبت و معنی‌داری دارند و این چهار رسانه می‌توانند ۷۵ درصد از تغییرات آگاهی از مسئولیت‌مدنی ورزشی را پیش‌بینی نمایند که همسو با تحقیق‌های آقایان زارع، حیدری‌نژاد و شیرالی (۱۳۹۵)؛ آقایان طلوعی اشلقی، پاشائی، مدبری کلیانی (۱۳۹۸) و آقایان خالدیان، مصطفایی، صمدی و کیا (۱۳۹۲) است که به این نتیجه رسیدند که آگاهی بخشی و افزایش دانش سلامت مخاطبان عمده‌ترین کارکرد رسانه می‌باشد. رسانه‌های جمعی، می‌تواند به‌عنوان یک ابزار قدرتمند در ارائه اطلاعات واقعی و آموزش، به تغییر نگرش‌ها و متعاقب آن رفتارهایی سالم به توسعه و پیشرفت صنعت ورزش کمک کنند. همچنین نتایج حاکی از آن است که به ترتیب رسانه‌های اینترنتی (وب سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی) سپس رسانه‌های دیداری (تلویزیون)، رسانه‌های چاپی (روزنامه، کتاب...) و رسانه‌های شنیداری (رادیو) دارای بیشترین اهمیت (ضریب تأثیر) در ارتقای آگاهی مسئولیت‌مدنی هستند، که همسو با نتایج تحقیق‌های انجام گرفته در حوزه گردشگری ورزشی آقای جاوید و همکاران (۱۳۹۱) و همچنین ناهمسو با تحقیق خانم‌ها ایرانپور مبارکه، اتقیا و مختاری دینانی (۱۳۹۸) می‌باشد. در تبیین دلایل بروز نتایج حاضر در این بخش از تحقیق می‌توان گفت به نظر می‌رسد قابلیت‌های متنوع رسانه‌های اینترنتی، همگام بودن با فناوری و تکنولوژی روز، دسترسی آسان برای مخاطبین، نرم‌افزارهای متنوع و پر مخاطب آموزشی اینترنتی مانند وات‌ساپ، تلگرام سبب شکستن محدودیت رسانه‌های جمعی سنتی رسانه‌های دیداری (تلویزیون)، رسانه‌های چاپی (روزنامه، کتاب) و رسانه‌های شنیداری (رادیو)، شده است و بسیار سریع‌تر و مؤثرتر به انتشار اطلاعات و انتقال دانش می‌پردازند (هالجر^۳، ۲۰۰۷: ۴۳۹). با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر پیشنهاد می‌گردد متولیان ورزش با بهره‌گیری از ظرفیت‌های هر رسانه اقدام به تولید محتوای مناسب با مخاطبین هدف کنند و با در نظر گرفتن اولویت‌های رسانه‌های جمعی مؤثر در ارتقاء میزان آگاهی منابع انسانی با برنامه‌ریزی هدفمند اقدام نمایند و متناسب با آن تولید محتوا نمایند. با توجه به این که اولویت اول در بین رسانه‌های جمعی، رسانه‌های اینترنتی‌اند؛ لذا برنامه‌ریزی مناسب و استفاده از رسانه‌های اینترنتی و نرم‌افزارهای پرمخاطب اینترنتی مانند واتساپ، اینستاگرام، تلگرام و تویتر می‌تواند نقش مهمی در آموزش حقوق ورزشی منابع داشته باشد که این امر نیازمند تولید محتوای مناسب می‌باشد.

1. Oliveira et al
2. Thibault et al
3. Hjalager

منابع

- احمدی، عبدالحمید؛ نجمی، روح اله (۱۳۸۷). «بررسی پوشش بیمه‌ای بازیکنان فوتبال لیگ حرفه‌ای ایران و مقایسه آن با لیگ حرفه‌ای ژاپن»، تازه‌های جهان بیمه، ۲۸-۲۹.
- ایرانپور مبارکه، میترا؛ اتقیا، ناهید؛ مختاری دینانی، مریم (۱۳۹۸). «نقش رسانه‌های جمعی در توسعه گردشگری ورزشی استان اصفهان»، فصلنامه علمی مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۴۶(۴)، ۵۹-۶۶.
- آذر، عادل؛ غلامزاده، رسول (۱۳۹۵). مدلسازی معادلات ساختاری کمترین مربعات جزئی (PLS-SEM). ناشر: نگاه دانش.
- آقای، مجید؛ صفاری، علی (۱۳۹۸). «تحلیل فقهی و جرم شناختی خشونت تماشاگران فوتبال»، فقه و مبانی حقوق اسلامی، ۱۲(۱)، ۲۹-۱۱.
- آقائی شهری، ملیحه السادات؛ معماری، ژاله؛ سعادت، مهسا (۱۳۹۶). «شناسایی روابط میان حوزه‌های صنعت ورزش ایران»، مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، ۱۶(۳۷)، ۱۱۳-۱۲۸.
- بنیان، عباس؛ کاشف، مجید (۱۳۹۳). «تفاوت آگاهی‌های حقوقی و مسئولیت مدنی مربیان ورزش زن و مرد در رویدادهای ورزشی»، فصلنامه علمی - پژوهشی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۲(۴)، ۷۹-۹۰.
- جلیلیان، فریبا؛ رومیانی، محبوبه (۱۳۹۷). «مسئولیت مدنی در حقوق موضوعه ایران»، فصلنامه علمی - حقوقی قانون یار، ۲(۷)، ۲۷۷-۲۸۸.
- جوان جعفری، عبدالرضا؛ صفری، صادق (۱۳۹۳). «چالش‌های حقوق کیفری در مواجهه با خشونت ورزشکاران در فوتبال»، پژوهش حقوق کیفری، ۳(۹)، ۵۷-۸۱.
- حسینی، سید محمد؛ اسحاق، الهام (۱۳۹۴). «مسئولیت مدنی و کیفری ناشی از فعالیت‌های ورزشی»، دوفصلنامه علمی - پژوهشی دانش حقوق مدنی، ۴(۱)، ۵۵-۶۷.
- حسینی‌نژاد، حسینعلی (۱۳۷۰). مسئولیت مدنی، تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی دانشگاه شهید بهشتی.
- خالدیان، محمد؛ مصطفایی، فردین؛ صمدی، مهران؛ کیا، فرخ (۱۳۹۲). «نقش رسانه‌های جمعی در توسعه ورزش»، فصلنامه علمی مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۱(۲)، ۴۸-۵۵.
- خداداد شهری، نیره (۱۳۹۳). «پیوند رسانه و ورزش»، فصلنامه نقد کتاب اطلاع‌رسانی و ارتباطات، ۱(۱ و ۲)، ۱۴۹-۱۵۸.
- خسرومنش، رحیم؛ خیبری، محمد؛ علیدوست قهفرخی، ابراهیم؛ خنیفر، حسین؛ زارعی متین، حسن (۱۳۹۷). «تحلیل عاملی فرهنگسازان در ترویج فرهنگ ورزش در ایران»، فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، ۵(۱)، ۶۳-۷۳.
- داوری، علی؛ رضازاده، آرش (۱۳۹۵). مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS، سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
- زارع، علیرضا؛ حیدری‌نژاد، صدیقه (۱۳۹۶). «رابطه نقش رسانه‌های جمعی و بروز رفتارهای خرافی بین بازیکنان فوتبال»، فصلنامه علمی - ترویجی مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۵(۱۸)، ۱۵-۲۸.
- زارع، علیرضا؛ حیدری‌نژاد، صدیقه؛ شیرالی؛ رضوان (۱۳۹۵). «تأثیر رسانه‌های جمعی بر کنترل فساد در ورزش فوتبال»، فصلنامه علمی - ترویجی مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۳(۱۲)، ۱۱-۲۴.
- صلواتیان، سیاوش؛ خوش‌بیان، ابودر (۱۳۹۷). «تدوین راهبردهای مطلوب برای شبکه‌های تلویزیونی استانی صداوسیما از دیدگاه مدیران رسانه ملی و کارشناسان رسانه»، فصلنامه رسانه، ۲(۲۹)، ۹-۳۰.
- طلوعی اشلقی، عباس؛ پاشائی، محمود؛ مدبری کلیانی، رحیم (۱۳۸۹). «نقش رسانه‌های جمعی در توسعه ورزش شهروندی (همگانی)»، مطالعات مدیریت شهری، ۲(۲)، ۱۸۱-۱۹۲.
- عرب نرمی، بیتا (۱۳۹۷). «تلویزیون و توسعه ورزش؛ مطالعه‌ای با رویکرد نظریه گفتمان»، فصلنامه علمی - ترویجی مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۵(۲۰)، ۵۳-۶۲.
- فراهانی، ابوالفضل؛ نصیرزاده، عبدالمهدی و وطن‌دوست، مریم (۱۳۹۴). حقوق ورزشی، تهران: انتشارات حتمی.
- فیض، زهرا (۱۳۹۷). «رفتار ورزشی و مسئولیت اخلاقی، مدنی ورزشکاران از منظر فقهی و حقوقی»، فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، ۳(۵)، ۱۰۵-۱۱۶.
- قاسمی، حمید (۱۳۹۷). فعالیت‌های رسانه‌ای در ورزش، چاپ پنجم، تهران: نشر بامداد کتاب.

- قاسمی، حمید؛ فنازاد، رضا (۱۳۹۷). *حقوق رسانه*، تهران: نشر اندیشه آرا.
- کشیشیان، گارینه (۱۳۹۶). «فرهنگ و جامعه‌پذیری سیاسی در عصر اطلاعات»، مطالعات بین‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ، ۷(۱۴)، ۱۷۳-۲۰۳.
- الماسی، نجادعلی؛ انیسی، محمدعلی (۱۳۹۵). «مسئولیت مدنی و بیمه ورزشی»، تحقیقات حقوقی تطبیقی ایران و بین‌الملل، ۹(۳۴)، ص ۲۶-۵۲.
- مخلصی، سعید؛ سجادی، سید نصراله؛ علی‌دوست قهفرخی، ابراهیم (۱۳۹۲). «بررسی تأثیرات مثبت و منفی مطبوعات و وب سایت‌های خبری در حوزه فوتبال ملی جمهوری اسلامی ایران»، فصلنامه علمی - ترویجی مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۱(۳)، ۳۱-۴۲.
- مرادی هزاری، رسول؛ فردی، انسیه (۱۳۹۷). «تأثیر پذیرش هویت اجتماعی با استفاده از برندهای معتبر ورزشی خارجی بر رفتار مصرفی مشتریان»، فصلنامه علمی - ترویجی مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۵(۱۹)، ۶۳-۷۶.
- مرادی، مهدی؛ هنری، حبیب؛ احمدی، عبدالحمید (۱۳۹۰). «بررسی نقش چهارگانه رسانه‌های ورزشی در توسعه فرهنگ ورزش همگانی»، نشریه مدیریت ورزشی، ۳(۹)، ۱۶۷-۱۷۰.
- مصطفی‌پور انزلی، شاهین؛ کاشف، سید محمد (۱۳۹۵). «التزام عملی مربیان ورزشی به مسئولیت‌های حقوقی از دیدگاه ورزشکاران»، ۵(۸)، ۵۴۱-۵۴۴.
- میرصفیان، حمیدرضا (۱۳۹۵). «بررسی دانش مربیان ورزشی از وظایف قانونی خود در قبال ورزشکاران»، پژوهش در ورزش تربیتی، شماره ۱۳، ۱۱۱-۱۳۴.
- نادریان جهرمی، مسعود (۱۳۹۸). *مبانی جامعه‌شناسی در ورزش*، تهران: ناشر بامداد کتاب، چاپ ششم.
- نادریان، جهرمی؛ سمیه، رهبری (۱۳۹۳). «امکان سنجی رشته کارشناسی ارشد حقوق ورزش»، مطالعات میان رشته‌ای در علوم انسانی، شماره ۲۴، ۱۹-۳۲.
- نادریان، مسعود؛ سلطان‌حسینی، محمد (۱۳۹۱). «مهارت‌ها و توانایی‌های فنی برای مدیران ورزشی (شاخص و ملاک‌ها از دیدگاه مدیران»، پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی، ۱(۲)، ۱۱-۱۸.
- Dobbs, D. B. (2001). *The law of tort*. LA: West Publishing Co. 43-56.
- Hjalager, A.M. (6117). "Stages in the economic globalization of tourism". *Annals of Tourism Research*, 34 (6), 437-437.
- Mirsafian, H. (2016). "Legal duties and legal liabilities of coaches toward athletes". *Physical Culture and Sport Studies and Research*, 69(1), 5-14.
- Mohamadinejad, A., Mirsafian, H., Soltanhoseini, M. (2012). "Civil liability of referees in the sport competitions". *Journal of Human Sport and Exercise*, 7, 24-34.
- Oliveira, M. G. Leal, M. D. C., Roque, M. I., Forte, M. J., Sousa, S. R. D., & Correia, A. (2017). "Cultural memories, discursive gaps, and tourism promotion: A framework for applied research. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*", 27(4), 243-257.
- Paiement, C.A. & Payment, M.P. (2011). "Event Management for Teacher-Coaches: Risk and Supervision Considerations for School-Based Sports". *Strategies*, 24(5), 35-7.
- Qiang, H. E. (2019). "Difficulties and Countermeasures of Sports Culture Communication in China under the Background of Sports Globalization". *DEStech Transactions on Social Science, Education and Human Science*, (icesd). 1-5.
- Thibault, L. (2009). "Globalization of sport: An inconvenient truth1". *Journal of sport management*, 23(1), 1-20.

به این مقاله این گونه استناد کنید:

قادری‌پور، ادريس؛ میرسلیمانی، محمدحسین؛ نادریان، مسعود (۱۴۰۰). «تأثیر رسانه‌های جمعی در توسعه‌ی آگاهی از حقوق ورزش حیطه‌ی مسئولیت مدنی ورزشی»، پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی، ۱۱(۲۱): ۱-۱۵.