

# نقش رسانه‌های جمعی در ارتقای آگاهی از مسئولیت مدنی ورزشی

محمدحسین میرسلیمانی<sup>۱</sup> / ادریس قادرپور<sup>۲</sup> / مسعود نادریان<sup>۳</sup> / سعید یاری<sup>۴</sup>

تاریخ دریافت مقاله: اردیبهشت ۹۸ تاریخ پذیرش نهایی: شهریور ۹۸

## چکیده

هدف اصلی مقاله حاضر بررسی نقش رسانه‌های جمعی در ارتقای آگاهی از مسئولیت‌مدنی ورزشی می‌باشد این مقاله از لحاظ هدف کاربردی بوده و براساس شیوه گردآوری داده‌ها توصیفی-تحلیلی، از نوع همبستگی است جامعه آماری شامل مسئولان ستادی وزارت ورزش و جوانان، مسئولان کمیته ملی المپیک و روسای فدراسیون‌های ورزشی (۹۰) نفر و همچنین تعدادی از اساتید متخصص در حوزه حقوق ورزشی (۱۵ نفر) می‌باشد و روش نمونه‌گیری نیز کل شمار بود و ۸۷ نفر در تحقیق حاضر شرکت نمودند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه‌ای محقق ساخته بود که با تاکید بر نظرات مدیران و کارشناسان حقوقی و رسانه‌ای طراحی گردید و روایی آن نیز توسط ۷ نفر مورد تأیید واقع شد 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 نرم افزار PLS و همچنین برای رتبه بندی مهمترین رسانه‌ها از آزمون فریدمن استفاده شد. نتایج نشان داده که تأثیر رسانه‌های جمعی اعم از شنیداری، دیداری، چاپی و اینترنتی بر ارتقای آگاهی از مسئولیت مدنی ورزشی ورزشکاران، مربیان، مدیران، داوران و تماشاگران تأثیر مثبت و معنی داری دارند و این چهار رسانه می‌توانند ۷۵ درصد از تغییرات آگاهی از مسئولیت مدنی ورزشی را پیش بینی نمایند همچنین نتایج رتبه بندی نیز نشان داد که رسانه‌های اینترنتی (وب سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی) سپس رسانه‌های دیداری (تلویزیون)، رسانه‌های چاپی (روزنامه، کتاب) و رسانه‌های شنیداری (راديو) بیشترین اهمیت را در ارتقای آگاهی مسئولیت مدنی دارند.

**واژه‌های کلیدی:** رسانه‌های جمعی، مسئولیت مدنی، حقوق ورزشی.

- 
- ۱- کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران، (نویسنده مسئول)، پست الکترونیک: mirsoleymani\_2012@yahoo.com
  - ۲- دانشجوی دکتری مدیریت بازاریابی و رسانه ورزشی دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران
  - ۳- دانشیار گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران
  - ۴- کارشناسی ارشد مدیریت رسانه، دانشکده ارتباطات و رسانه، دانشگاه صدا و سیما، تهران، ایران

## مقدمه

عصر حاضر به عصر دیجیتال معروف است و انفجار اطلاعات و ارتباطات از اصلی‌ترین مؤلفه آن است. توسعه و تکامل پدیده‌ها و قوانین مرتبط به آنها بصورت لحظه‌ای در حال تغییر است به همین سبب آگاهی از قوانین حقوقی روز پدیده‌ها یک امر ضروری است. نقش رسانه‌های جمعی در ارتقای آگاهی حقوقی پدیده‌های مختلف انسان‌ها، امری انکارناپذیر است. بخش بزرگی از انسان‌ها به شیوه‌های گوناگون با کالا و خدمات ورزشی در قالب اشخاص حقیقی و حقوقی سر و کار دارند که هر کدام دارای وظایفی مشخصی هستند که در قالب قوانین حقوق ورزشی در حیطه‌ی مسئولیت‌مدنی ورزشی تبیین و تصویب شده‌اند.

با توجه به این که حوادث ورزشی بخش غیر قابل 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. مقاله حاضر سعی در بررسی نقش رسانه‌های جمعی در ارتقای آگاهی از مسئولیت‌مدنی ورزشی و نقش اطلاع رسانی رسانه‌های جمعی در ورزش و همچنین ارتباط آگاهی حقوقی و رسانه ورزشی می‌باشد.

## نقش رسانه در ورزش و اطلاع رسانی

کالا و خدمات ورزش در قالب صنعت ورزش بصورت فرا مرزی 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 بوسیله‌ی رسانه‌های جمعی مختلف بیش از دو میلیارد مخاطب را به خود جذب می‌کند به همین سبب بسیاری از محققان معتقدند میان ورزش و رسانه‌های جمعی ارتباط نزدیکی وجود دارد. رسانه‌ها، یکی از ارکان اصلی زندگی اجتماعی هستند و همه عرصه‌های

حیات بشری را به صورت مستقیم و غیرمستقیم، تحت تأثیر خود قرار داده است (فرقانی و شمسائی‌نیا، ۱۳۹۶). حوزه‌ی ورزش، با توجه به اهمیتی که در جوامع مختلف دازد، هم از رسانه‌ها تأثیر پذیرفته و هم تأثیر گذارده است (خداداد شهری، ۱۳۹۳). نقش ورزش در ابعاد اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی و بعد تجاری و اقتصادی آن برای رسانه‌های گروهی سبب بوجود آمدن این ارتباط نزدیک شده 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 همکاران، ۱۳۹۶). 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 بصورت مستمر یادگیری‌های مخاطبان را به روز می‌کنند که این امر در پدیده‌ی ورزش نیز قابل رویت است و می‌توان الگو پذیری و جامعه پذیری افراد به ویژه جوانان را گواه این ادعا دانست (قاسمی و فنازاد، ۱۳۹۷).

در عصر حاضر شاهد توسعه‌ی سریع برندهای مختلف ورزشی در بین انسان‌ها فارغ از مرزهای فیزیکی هستیم که همراه با خود رفتارها و ارزش‌های غیر بومی را ترویج می‌دهند که برای پیشگیری از ناهنجاری‌ها و مشکلات حقوقی، این فرایند نیاز به مدیریت و آموزش بین مخاطبان دارد (مرادی هزاوی و فردی، ۱۳۹۷). رسانه‌های جمعی برای روبرویی با این چالش نقش اساسی دارند (خسرومنش و همکاران، ۱۳۹۷). برخی از مهمترین نقش‌هایی که برای رسانه‌های جمعی مطرح می‌شود عبارت‌اند از: اطلاع رسانی 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 جامعه پذیری از طریق رسانه جمعی دست یابد (سلطان

یک پدیده‌ی جهانی با توسعه باشگاه‌ها و مشاغل خصوصی در سطح جهان دارای صنعتی گسترده و درآمد زا با مخاطبین گسترده و میلیاردي است که دارای قوانین و مقررات حقوقی و ورزشی هستند که انتقال دانش حقوقی آن توسط رسانه‌های ارتباط جمعی می‌تواند باعث کاهش آسیب‌های ناشی از عدم آگاهی دانش حقوقی و ایمنی بیشتر ورزش شود (خداداد شهری، ۱۳۹۳). توسعه تکنولوژی و قدرت رسانه در جایجایی 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 (Sheth & Babiak, 2010) با توجه به اهمیت ورزش و همراه بودن غیر قابل تفکیک حوادث ورزشی با فعالیت‌های ورزشی یکی از ضرورت‌های پیشگیری و یا برائت از مسئولیت مدنی در پرونده‌های حقوق ورزشی، آگاهی از قواعد حقوق ورزشی برای اهالی ورزش است (وکیل و اسکندری، ۱۳۹۵). به عبارتی دیگر راه‌های زیادی برای پیش‌گیری و جبران خسارت حوادث ناشی از فعالیت‌های ورزشی وجود دارد (الماسی و انیسی، ۱۳۹۵). که یکی از مهم‌ترین آن‌ها آگاهی از مسئولیت مدنی ورزشی می‌باشد. در این راستا رسانه‌های جمعی می‌توانند نقش تعیین کننده‌ای در امر آگاهی عوامل ورزشی از مسائل حقوقی را ایفا کنند و خلاء های حقوقی نیز به وسیله دانش آموختگان می‌تواند 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 پیش رو نشان می‌دهد (صلواتیان و خوش‌بیان، ۱۳۹۷). 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

حسینی و همکاران، ۱۳۹۵) جامعه پذیری فرآیند مستمر یادگیری است که به موجب آن افراد ضمن آشنا شدن با نظام زندگی از طریق کسب اطلاعات و تجربیات نسبت به وظایف، حقوق و های نقش خویش در جامعه پی ببرند. در این راستا فناوری اطلاعات می‌تواند به عنوان یکی از مهمترین عوامل تأثیرگذار بر روند دگرگونی‌های اجتماعی، سیاسی و نیز جامعه پذیری باشد (گلنپی و همکاران، ۱۳۹۶).

رسانه‌های جمعی به چهار دسته‌ی شنیداری (راديو)، دیداری (تلویزیون)، چاپی (کتاب، مجلات، روزنامه‌ها)، دیجیتال (اینترنت) طبقه بندی می‌شوند که هر کدام دارای مخاطبان خاص خود با علاقه و سلیقه متفاوت هستند که برای برنامه ریزی در مورد تهیه محتوا بایست به ویژگی‌های مخاطبان مانند سن، جنس، طبقه اجتماعی، سطح تحصیلات، مذهب و... توجه شود (قاسمی، ۱۳۹۷). صنعت ورزشی با قدرت تجاری و سودآوری اقتصادی برای کشورها وجود چهارچوب قانونی برای بهره بردن بدون ایجاد آسیب و بی نظمی را میسر کند که بعنوان حقوق ورزشی از آن یاد می‌شود. به این نکته نیز باید توجه داشت بازیها و مسابقات ورزشی، در همان حال که سبب نشاط روحی و سلامت بدنی است، محل بروز انواع خطرها و ایراد ضرب و جرحهایی است که گاه به نقص عضو و مرگ نیز منتهی می‌شود که از نظر حقوقی قابل پیگیری است (جعفری، ۱۳۹۴).

### ارتباط آگاهی حقوقی و رسانه ورزشی

از ضرورت‌های حفظ بقای انسان ایجاد چهارچوب قانونمند برای پدیده‌ها، یادگرفتن و یاد دادن دانش حقوقی پدیده‌های پیرامون خود می‌باشد تا با این عمل هرج و مرج اطراف خود را مدیریت و نظامند کند. رسانه‌های ارتباط جمعی یکی از ابزارهای هدفمند و مؤثر در انتقال دانش حقوقی پدیده‌ها به انسان‌ها تلقی می‌شود که هر پدیده‌ای با توجه به گستردگی و همگانی بودن خود در جهان از قدرت رسانه برای آموزش قوانین آن پدیده بهره می‌برد. ورزش بعنوان

شکل دهد (عرب‌نرمی، ۱۳۹۷). (Babiak, 2010). صنعت ورزش با رویکرد ورزش‌های تجاری و توسعه باشگاه‌های خصوصی، راه اندازی لیگ‌های معتبر در رشته‌های مختلف ورزشی، قراردادهای مالی با بازیکنان، مربیان و داوران، ایجاد باشگاه‌های مختلف آماتور و حرفه‌ای در رشته‌های مختلف، بروز حوادث ناشی از برنامه‌ها و فعالیت‌های ورزشی برای ورزشکاران و برگزاری مداوم مسابقات ضرورت وجود نیروهای متخصص و آگاه به حیطه وظایف و اختیارات خود را می‌طلبد (نادریان و سمیه، ۱۳۹۳).

بسیاری از اشخاصی که در امر ورزش فعالیت می‌کنند از قبیل: بازیکنان، داوران، پزشکان، مدیران باشگاه‌ها و اماکن ورزشی و مسئولان برگزاری مسابقات همگی دارای مسئولیت‌هایی هستند و ممکن است بر اثر همین مسئولیت‌هایی که دارند ملزم به جبران خسارت‌هایی بشوند که مقصر آن حادثه یا خسارت بوده‌اند به طور کلی عمده‌ترین اشخاصی که احتمال دارد مسئول جبران خسارت باشند در این تحقیق در ۵ دسته طبقه‌بندی شده‌اند که عبارتند از: ورزشکاران، مربیان، داوران، مدیران و تماشاگران.

### ورزشکاران

مقصود از ورزشکار، کسی است که در حال اجرای عملیات در یکی از رشته‌های ورزشی مجاز در چهارچوب مقررات است؛ واژه ورزشکار در اینجا به کسی اطلاق می‌شود که شخصاً به ورزش می‌پردازد (شکری، ۱۳۸۷). صدمه و جراحت‌هایی که در بازی‌های ورزشی رخ می‌دهد به دو صورت انجام می‌شود: گاهی صدمه و جراحت، ناشی از بی احتیاطی و یا عدم مهارت خود ورزشکار می‌باشد که این حالت اکثراً در مورد ورزش‌های انفرادی رخ می‌دهد و گاهی صدمه به غیر ورزشکاران صورت می‌گیرد که ممکن است با رعایت مقررات و یا بدون رعایت آن باشد (Qiang, 2019). در مواردی که ورزشکار، به ورزشکار دیگری صدمه می‌زند، باید تفکیک قائل شد و گفت اگر احراز شود که فعل ورزشکار در آسیب رساندن به ورزشکار دیگر از

شکل دهد (عرب‌نرمی، ۱۳۹۷). بنابراین در ادامه نقش رسانه‌های جمعی با تاکید 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.

### مسئولیت مدنی ورزشی

قانون اساسی، جمهوری اسلامی ایران در بند ۳ اصل سوم ورزش را بعنوان یکی از مهمترین امور برای تربیت انسان‌ها می‌داند و دولت را موظف به تهیه‌ی تمام امکانات جهت دستیابی به اهداف مذکور در اصل دوم؛ ارتقاء کرامت، ارزش والای انسان و آزادی توأم با مسئولیت وی در برابر حق تعالی می‌نماید. این اهمیت قانونی با حضور رسانه‌های جمعی سبب توسعه‌ی روز افزون ورزش شده است (بنی‌هاشم، ۱۳۹۶). امروز نقش ورزش، امری انکار ناپذیر است که بخش بزرگی از مردم به شیوه‌های گوناگون در قالب شخص حقیقی و حقوقی فعالیت دارند که هر کدام دارای وظایفی هستند و بر این اساس ممکن است برای آنها مسئولیت‌هایی وجود بیاید (زارع و همکاران، ۱۳۹۵). به عبارتی دیگر ورزش به مثابه مقوله‌ای فراگیر و جهانی، از قدرت سازماندهی و نفوذ فراوانی برخوردار می‌باشد به گونه‌ای که عنصر رقابت و مسابقه در کنش‌های ورزشی سبب پدیدار گشتن نظام داوری و تدوین قوانین حقوق ورزشی‌گوناگون شده است (Godfrey, 2009). لذا آگاهی از قوانین حقوقی ورزش که اغلب تحت تأثیر قوانین فرامرزی است یک ضرورت حرفه‌ای شاغلین ورزش می‌باشد (شهبازی و برلیان، ۱۳۹۷). شایان ذکر است برخی کشورهای صاحب صنعت ورزشی جهت ترویج و توسعه‌ی ورزش‌های بومی در کشورشان برای دستیابی به اقتصاد پایدار و ترویج فرهنگ خود در جهان، ورزش را نیازمند تصویب قوانین جهانی برای داوری در پرونده‌های حقوق ورزش دانسته‌اند و تلاش برای یکسان کردن قوانین حقوقی را پیش رو دارند (Bin & Lanjuan, 2019) (Sheth &

دلیل مقصر بودن مسئولیت خواهد داشت (علوی قزوینی و مقدادی، ۱۳۹۵).

### مربیان و مدیران

فعالیت‌های ورزشی برای همه ورزشکاران اعم از مبتدی، حرفه‌ای، ماهر و آماتور، بالقوه متضمن خطرات بسیاری است. یکی از مهم‌ترین عواملی که می‌تواند مانع از قوه به فعل در آمدن بسیاری از این خطرها شود حضور و نظارت معلم ورزشی یا مربی در صحنه فعالیت‌های ورزشی است. به عبارت دیگر، آنچه موجبات مسئولیت قانونی مربیان را فراهم می‌آورد نتایج ناهنجار فعالیت‌های ورزشی نیست، بلکه عمد یا قصور آنها در انجام وظایف مربوطه است (آقائی‌نیا، ۱۳۹۵).

البته مدیران دو گروه هستند: یک عده مدیران فنی مثل مربیان، سر مربیان و معلمین ورزش که اینها مستقیم بر فعالیت‌های ورزشکار نظارت دارند. این افراد، موظفند قبل از شروع ورزش از سلامتی کامل ورزشکار اطلاع حاصل کنند و تناسب بین میزان فعالیت و توانایی ورزشکار را تنظیم کنند، در فعالیت‌های ورزشی حضور مستمر داشته باشند، کمک‌های اولیه را بدانند. دسته دوم مدیران، آن‌هایی هستند که با ورزشکار مواجه نیستند، بلکه مدیریت سخت افزاری ورزش را بر عهده دارند، مثل مدیر ورزشگاه، او مربی نیست، ولی ملزم است به ایمنی تمامی اماکن ورزشگاه و تجهیزات آن توجه کند (حسینی و اسحاق، ۱۳۹۴). مدیران ورزشی در معنای عام خود شامل مسئولان وزارت ورزش و جوانان، کمیته ملی المپیک، فدراسیون‌ها، هیات‌های ورزشی و مدیران باشگاه‌ها می‌گردد و همگی دارای مسئولیت‌های سنگینی در امر ورزش هستند که امکان وجود طرح دعاوی مختلف مسئولیت مدنی از سوی اشخاص گوناگون علیه مدیران ورزشی وجود دارد

مربیان ورزشی و مدیران ورزشی چه در دوره‌های ملی و یا پایین‌ترین باشگاه یا واحد ورزشی حضورشان در فعالیت‌های ورزشی و مراقبت از ورزشکاران امری اجتناب ناپذیر است، حضور باید توأم با نظارت و دقت

روی عمد صورت گرفته باید وی را بر طبق ماده ۱ قانون مسئولیت مدنی مسئول دانست. ماده ۱ قانون فوق بدین صورت مطرح شده است که: هر کس بدون مجوز قانونی عمداً یا در نتیجه بی احتیاطی به جان یا سلامتی یا مال یا آزادی یا حیثیت یا شهرت تجارتمی یا به هر حق دیگر که به موجب قانون برای افراد ایجاد گردیده لطمه‌ای وارد نماید که موجب ضرر مادی یا معنوی دیگری شود مسئول جبران خسارت ناشی از عمل خود می‌باشد. از آنجا که این ماده، مطلق است بنابراین می‌توان آن را به فعل ورزشکاران هم تسری داد و گفت اگر ورزشکاری به ورزشکار دیگر صدمه وارد کند، مسئول آن صدمات شناخته خواهد شد (خسرومنش و همکاران، ۱۳۹۷).

### داوران

برای تحقق هر تقصیر و در نتیجه مسئول دانستن عامل آن، چهار عامل باید فراهم شود: وظیفه، نقض وظیفه، سببیت و خسارت.. هر چند به طور معمول، مسئولیت داوران ناشی از مباشرت آنها نیست، ولی بسیاری از آنها خود را با عنوان خوانده ش کایات از صدمات ناشی از تقصیر، مواجه می‌بینند. در زمینه عملکرد نامطلوب داور، می‌توان به مصادیق قضاوت‌های بد، اجازه انجام مسابقه در زمین بازی با شرایط نامساعد، اجازه ادامه بازی علی‌رغم شرایط جوی خطرناک و بالاخره عدم بازدید از کیفیت تجهیزات مورد استفاده بازیکنان اشاره کرد. البته بعضی، داور را مبری از مسئولیت دانسته‌اند. این مصونیت، داوران را از مسئولیت ناشی از عملکرد آنها در موضوع مراقبت متعارف نیز به طور جزئی مبرا می‌کند ( Foks & Jacek, 2009). با وجود همه این‌ها، اگر دعاوی و قوانین مبهم باشد، موفقیت‌آمیزترین روش در اقامه دعوا علیه داوران، ادعای انحراف از انجام وظیفه نظارت بدون تقصیر است، وظیفه هر داور نظارت شایسته بر مسابقات ورزشی است. در واقع، دولت به اجرای مقررات ایمنی ملزم است و در صورت نادیده گرفتن این تکلیف و یا عدم اجرای آن به نحو مطلوب، داور به

هنگام بروز حادثه‌های قضایی برای تماشاگران، قاضیان برای صدور حکم تمام جوانب را مورد بررسی قرار می‌دهند.

### 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 ۱۰۵ نفر بود. روش نمونه‌گیری از نوع کل‌شمار و بنابراین نمونه آماری با جامعه آماری برابر بود. در نهایت از ۱۰۵ پرسشنامه توزیع شده، ۸۷ پرسشنامه (نرخ پاسخگویی ۸۳ درصد) به درستی برگشت داده شد. ابزار اندازه‌گیری در این تحقیق، به دلیل 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 سوالات 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 رد 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 و سنجش دقیق مفاهیم و مصادیق مورد نظر ۷ پرسشنامه بین استادان و صاحب‌نظران حوزه حقوق ورزشی و رسانه ورزشی توزیع و روایی آن تأیید شد. به علاوه روایی همگرا با تأیید شاخص‌های بار عاملی (مقدار مطلوب بیشتر از ۰/۵) و مقدار AVE

دائمی باشد (چلپی، ۱۳۸۶). از نظر حقوقی مربیان در مورد حوادثی که از سوی ورزشکاران ناشی می‌شود، مسئول شناخته می‌شوند. تقصیری که می‌توان به مربی نسبت داد نقص مراقبتی است که دادگاه این نقص را با توجه به مجاز بودن نوع فعالیت مربی و امکانی که وی در ممانعت از وقوع خسارت داشته است در مرحله نهایی می‌سنجد (گلنپی و همکاران، ۱۳۹۶). مسئولیت‌های قانونی مدیران در قبال ورزشکاران، اغلب مبنای مدنی و قرار دادی پیدا می‌کند. مدیران ممکن است در قبال ورزشکارانی که در باشگاه وی عضویت دارند، ورزشکارانی که با تیم وی مسابقه دارند یا در ورزشگاه او مسابقه‌ای را برگزار می‌کنند یا در قبال تماشاگران مسئولیت مدنی داشته باشند (جلیلیان و رومیانی، ۱۳۹۷) به علاوه از مهم‌ترین وجوه مسئولیت قائل شدن برای مدیران ورزشی، تکالیف و وظایف آنها در مورد ایمنی اسباب و لوازم ورزشی است. طبق ماده ۷ قانون مسئولیت مدنی، اگر اشخاصی وظیفه نظارت و مراقبت از دیگری را بر عهده داشته باشد هر گونه کوتاهی و سهل انگاری و تسامح آنها را در مظان تقصیر قرار می‌دهد و مسئول عواقب آن خواهد شناخت.

### تماشاگران

تماشاگران ورزشی سرمایه‌ی اصلی ورزش محسوب می‌شوند. تماشاگران با حضور در سکوی ورزشی با خطرات احتمالی روبرو هستند که آگاهانه این خطرات را برای حمایت از ورزشکار و تیم محبوب خود پذیرفته‌اند. حقوق ورزشی برخی قوانین در قالب مسئولیت‌های مدنی برای تماشاگران تبیین و تصویب کرده است که رعایت نکردن آنها باعث بروز آسیب‌های جانی و مالی می‌گردد و قابل پیگیری حقوقی است برای نمونه آسیب نرساندن به تجهیزات ورزشی، آسیب نرساندن به ورزشکاران یا تماشاگران تیک رقیب با پرتاب اشیاء و... که بایست نسبت به آن آگاه باشند. لازم به ذکر است مدیران برگزاری مسابقات نیز مسئولیت‌هایی در برابر ایمنی و حفظ سلامت تماشاگران جهت کاهش حوادث احتمالی دارند که

قوی قلمداد کرده‌اند. با این وجود مقدار مطلوب آن بستگی به موضوع تحقیق از یک طرف و تعداد متغیرهای پنهان برون زای مربوط به آن متغیر درون زائی دارد که آن محاسبه شده است. در جدول زیر مقادیر مربوط به ضریب تعیین و ضریب تعیین تعدیل شده آورده شده است که از مقادیر مطلوب استاندارد بسیار بالاتر می‌باشند. (جدول ۳)

اندازه اثر یا  $F2$  به معنای توان تبیین کنندگی مدل می‌باشد و رابطه‌ی بین سازه‌های مدل را تعیین می‌کند که مقادیر  $0/02$ ،  $0/15$  و  $0/35$  به ترتیب نشان از اندازه تأثیر کوچک، متوسط و بزرگ یک سازه بر سازه دیگر دارد. همانطور که جدول زیر نشان داده است کلیه مقادیر به دست آمده بالای متوسط مقادیر تعیین شده می‌باشند. (جدول ۴)

شاخص دیگری که در این مرحله مورد بررسی قرار می‌گیرد شاخص توان پیش بینی کنندگی  $Q2$  مدل می‌باشد که درصد واریانس شاخص‌ها را در بین سایر شاخص‌های یک متغیر نشان می‌دهد.  $Q2$  بالا نشان دهنده قدرت پیش بینی بالای مدل است. برای این شاخص مقدار برشی جهت بررسی آن تعیین نشده است و محققان تاکید کرده‌اند در صورتی که این شاخص مقداری بالاتر از صفر داشته باشد قابل قبول می‌باشد و هرچه به یک نیز نزدیکتر گردد نشان از توان پیش بینی کنندگی بالای آن می‌باشد. (جدول ۵)

برای برازش کلیت مدل از سه شاخص  $rms\ Theta$ ،  $NFI$  و  $SRMR$  (معیار میانگین اختلاف بین داده‌ها) استفاده شده است مقدار  $SRMR$  بین صفر و یک تغییر می‌کند. مقدار  $0/08$  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  $0/074$  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 اندازه گیری برازش تنها برای ارزیابی مدل انعکاسی مفید است، چرا که باقیمانده مدل بیرونی برای مدل اندازه‌گیری ساختی (ترکیبی) معنی‌دار نیست و

(مقدار مطلوب بیشتر از  $0/5$ ) و نهایتاً پایایی نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (مقدار مطلوب بیشتر از  $0/7$ ) مورد تأیید قرار گرفت. نتایج به دست آمده برای این شاخص‌ها در جداول زیر مشخص است. همانطور که ملاحظه در جدول زیر ملاحظه می‌شود کلیه مقادیر پایایی ترکیبی و ضریب آلفای کرونباخ و میانگین واریانس‌های استخراجی بالای  $0/7$  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  $0/5$  به دست آمده‌اند. (جدول ۱)

جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها متناسب با سطح سنجش داده‌ها و مفروضات آماری از  $PLS\ Smart$  (برای برای محاسبه 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،  $45/5$  سال، میانگین سابقه خدمت آنان  $23/9$  سال و سابقه مدیریت ورزشی آنان  $15/2$  سال بود. به لحاظ تحصیلات، ۷ درصد مدرک کاردانی، ۲۳ درصد کارشناسی، ۳۳ درصد کارشناسی ارشد و ۳۷ درصد مدرک دکتری داشتند.

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 مدل بیرونی پژوهش مورد بررسی واقع می‌شود (این قسمت همان پایایی و روایی پرسشنامه می‌باشد که مورد بررسی واقع شد)، در حالت دوم مدل درونی پژوهش شامل ضرایب مسیر، ضریب تعیین  $R^2$ ، اندازه اثر  $F^2$  و معیار پیش بینی کننده‌ی  $Q^2$  مورد ملاحظه قرار می‌گیرند. (جدول ۲)

در ابتدا برای ضریب تعیین هرچند معادل با  $0/19$ ،  $0/33$  و  $0/67$  را به ترتیب مقادیر ضعیف، متوسط و

توجه به سطح معنی داری به دست آمده (۰/۰۰۴) می‌توان عنوان کرد که تأثیر رسانه‌های چاپی بر آگاهی از مسئولیت مدنی ورزشی مثبت و معنی دار است. همچنین تأثیر همزمان چهار رسانه‌ی اشاره شده بر آگاهی از مسئولیت مدنی ورزشی ۰/۷۵ محاسبه شده است یعنی این که با استفاده از رسانه‌های دیداری، شنیداری، چاپی و اینترنتی می‌توان ۷۵ درصد از تغییرات آگاهی از مسئولیت مدنی را پیش بینی نمود. در ادامه برای اطلاع از میزان اهمیت هر یک از رسانه‌های یاد شده از آزمون رتبه بندی فریدمن استفاده شده است که نتایج حاکی از آن است که به ترتیب رسانه‌های چاپی با رتبه ۳/۲۷ دارای بیشترین اهمیت، و سپس رسانه‌های دیداری با رتبه ۲/۵۷، رسانه‌های چاپی با رتبه ۲/۳۵ و در نهایت رسانه‌های شنیداری با رتبه ۱/۸۰ قرار دارند. (جدول ۸)

### نتیجه‌گیری

در عصر حاضر، با رشد سریع جهانی شدن اقتصادی و فرهنگی، فرهنگ به طور فزاینده‌ای تبدیل به یک شاخص مهم برای رقابت جامع یک ملت، یک منطقه و حتی یک کشور می‌شود که یکی از عامل‌های شرکت در این رقابت توسعه‌ی ورزش‌های سنتی و تجاری سازی آن بوسیله ی قانون نویسی و صادرات آن به کشورهای دیگر می‌باشد که همین امر سبب می‌شود، آگاهی از قوانین حقوقی آن توسط منابع انسانی شاغل در صنعت ورزش از جمله مربیان، ورزشکاران، تماشاگران و مدیران را امری ضروری باشد (Oliveira & et al, 2017) جهانی شدن کالا و خدمات ورزشی دارای پیامدهای منفی بسیاری است که بایست در چهارچوب قوانین ورزشی در حیطه‌ی حقوق ورزش برای کنترل آن اقدام کرد (Thibault, 2009) در بررسی پیشینه‌های انجام شده در رابطه با پژوهش حاضر مرادی ۱۳۹۰ نقش رسانه‌های جمعی در آگاهی ورزشی مخاطبان ورزشی فارغ از نوع رسانه‌ی جمعی را مؤثر دانسته است (مرادی و همکاران، ۱۳۹۰) همچنین نتایج تحقیق زارع و حیدری نژاد ۱۳۹۶ حاکی

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 به دست آمده است که مقدار مطلوبی می‌باشد. (جدول ۶)

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

در حالت دوم مقدار  $t$ -value یا همان مقادیر  $Z$  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)

در ادامه بر اساس نتایج ارائه شده اعم از ضرایب مسیر، ضرایب تی و سطح معناداری در دو مدل بالا مسیرهای بین متغیرها توضیح داده می‌شود. (جدول ۶)

همانطور که نتایج نشان داده است ضریب مسیر رسانه‌های اینترنتی بر آگاهی از مسئولیت مدنی ۰/۴۲ و آماره تی ۷/۳۰ و سطح معنی داری نیز کمتر از ۵ صدم محاسبه شده است (۰/۰۰۱) لذا می‌توان گفت که رسانه‌های اینترنتی بر آگاهی از مسئولیت مدنی تأثیر مثبت و معنی داری دارد به علاوه تأثیر رسانه‌های دیداری بر آگاهی از مسئولیت مدنی ۰/۳۳، مقدار تی ۴/۸۳ و سطح معنی داری 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 معنی داری ۲/۵۷ و سطح معنی داری ۰/۰۱۲ به دست آمده است لذا می‌توان گفت که رسانه‌های شنیداری بر آگاهی از مسئولیت مدنی 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



از آن است که رسانه‌های جمعی تأثیر مستقیم و معنا داری در آگاهی بخشی و شکل دهی رفتار مخاطبان خود دارند که ضرورت مدیریت رسانه برای تهیهی محتوای مناسب با مخاطب را می‌طلبد (زارع و حیدری‌نژاد، ۱۳۹۶). 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 بعنوان اصلی‌ترین رسانه جمعی در این تحقیق مورد تأیید قرار گرفته است. مخلصی و همکاران ۱۳۹۲ طی تحقیقات خود به این نتیجه رسیدند که فضای مجازی نقش کلیدی در تولید و انتقال دانش در بین دانشجویان و تماشاگران را دارا می‌باشد (مخلصی و همکاران، ۱۳۹۲). 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 قانون شکنی در ورزش امری کاربردی باشد (زارع و همکاران، ۱۳۹۵) با توجه به تحقیقات انجام شده می‌توان به این نتیجه رسید که رسانه‌ها نقش مستقیم و معنا داری در افزایش آگاهی مخاطب خود دارند که بایست بصورت هدفمند و با برنامه ریزی مدون به نقش حیاتی مورد حمایت و استفاده قرار گیرد که این موضوع در حیطه حقوق ورزش نیز صدق می‌کند اما متأسفانه در این مورد تحقیقی تا کنون انجام نگرفته است و تحقیق مذکور بعنوان اولین تحقیق در این زمینه موجود است. از سویی دیگر این موضوع زمانی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند که بدانیم میزان آشنایی مربیان، ورزشکاران و مدیران و داوران و تماشاگران ورزشی با حقوق ورزشی، و آگاهی آنان از قوانین ورزشی حداقل می‌باشد لذا باید راهکاری اندیشیده شود تا تمامی شاغلین و افراد فعال در حوزه ورزش با مسئولیت‌های حقوقی خود آشنا شوند لذا 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.

با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر پیشنهاد می‌گردد از سوی حقوق دانان ورزشی، فدراسیون‌های ورزشی، کمیته ملی المپیک و وزارت ورزش و جوانان برگزاری کلاس‌های توجیهی حقوق ورزشی برای مجریان و مسئولین برنامه‌های ورزشی تلویزیونی، راه اندازی کانال‌های حقوق ورزشی در شبکه‌ها اجتماعی و ایجاد وب سایت‌هایی مناسب جهت آگاهی کلیه عوامل ورزشی مورد توجه قرار گیرد. با توجه به تحقیق انجام شده می‌توان به این نتیجه رسید که رسانه‌ها نقش مستقیم و معنا داری در افزایش آگاهی مخاطب خود دارند که بایست بصورت هدفمند و با برنامه ریزی مدون به نقش حیاتی مورد حمایت و استفاده قرار گیرد که این موضوع در حیطه حقوق ورزش نیز صدق می‌کند.

جدول ۱ - پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ

ضریب آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	میانگین واریانس استخراجی
0.853	0.891	0.578
0.842	0.895	0.681
0.518	0.753	0.510
0.830	0.887	0.662
0.876	0.915	0.728
0.843	0.895	0.680
0.890	0.931	0.819
0.776	0.846	0.532
0.867	0.910	0.717

جدول ۲ - ماتریس همبستگی بین متغیرها

متغیرها	آگاهی از مسئولیت مدنی	اینترنتی	دیداری	شنیداری	مسئولیت مدنی تماشاگران	مسئولیت مدنی داوران	مسئولیت مدنی مدیران	مسئولیت مدنی مربیان	مسئولیت مدنی ورزشکاران	چاپی
آگاهی از مسئولیت مدنی	1									
اینترنتی	0.8	1								
دیداری	0.73	0.63	1							
شنیداری	0.67	0.68	0.78	1						
مسئولیت مدنی تماشاگران	0.86	0.68	0.6	0.59	1					
مسئولیت مدنی داوران	0.85	0.67	0.63	0.6	0.72	1				
مسئولیت مدنی مدیران	0.89	0.72	0.64	0.63	0.75	0.77	1			
مسئولیت مدنی مربیان	0.78	0.62	0.57	0.47	0.52	0.52	0.58	1		
مسئولیت مدنی ورزشکاران	0.84	0.68	0.65	0.53	0.62	0.57	0.67	0.7	1	
چاپی	0.73	0.69	0.58	0.55	0.64	0.56	0.67	0.63	0.59	1

جدول ۳ - مقادیر ضریب تعیین و ضریب تعیین تعدیل شده

ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده
0.754	0.749

آگاهی از مسئولیت مدنی

جدول ۴ - مقادیر اندازه اثر F2

آگاهی از مسئولیت مدنی	
0.280	اینترنتی
0.158	دیداری
0.520	شنیداری
0.413	چاپی

جدول ۵ - معیار شاخص توان پیش بینی کننده‌گی Q2

آگاهی از مسئولیت مدنی	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
	0.313

جدول ۶ - شاخص‌های برازش مدل

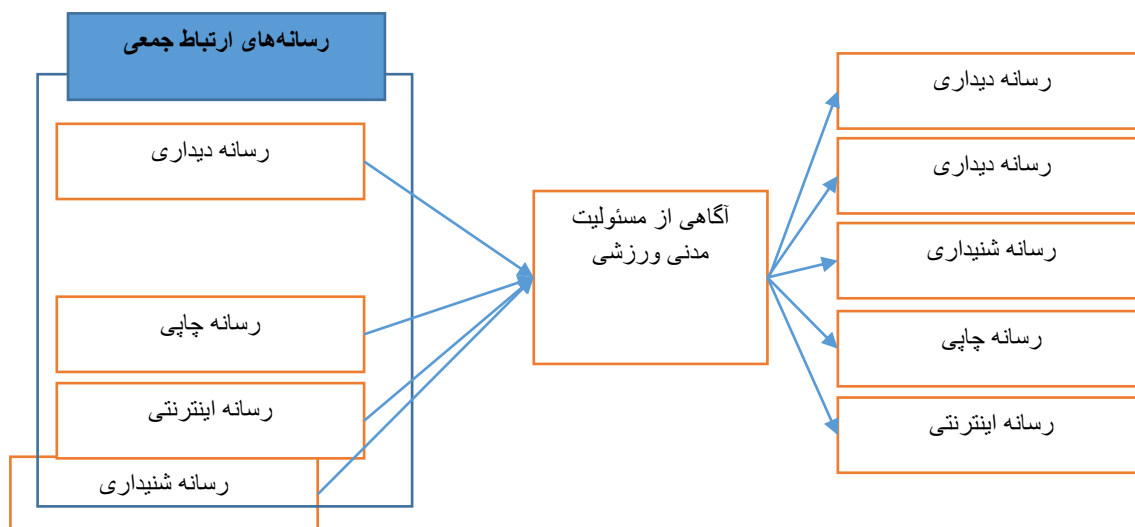
شاخص‌های برازش	کمیت	مقدار مطلوب
شاخص SRMR	0.074	کمتر از ۰/۰۸
شاخص rms Theta	0.109	کمتر از ۰/۱۲
شاخص NFI	0.912	بیشتر از ۰/۹

جدول ۷ - نتایج ضرایب مسیر بین متغیرها

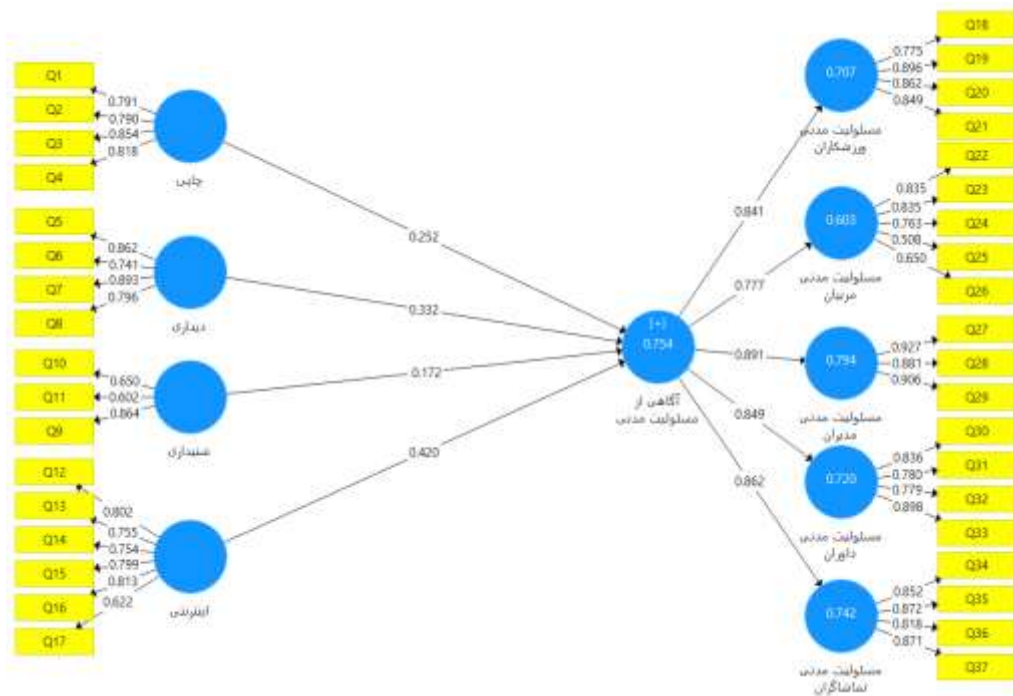
سطح معنی داری	آماره تی	ضریب مسیر	
0.001	7.304	0.420	رسانه‌های اینترنتی - < آگاهی از مسئولیت مدنی
0.006	4.829	0.332	رسانه‌های دیداری - < آگاهی از مسئولیت مدنی
0.012	2.571	0.172	رسانه‌های شنیداری - < آگاهی از مسئولیت مدنی
0.004	5.212	0.252	رسانه‌های چاپی - < آگاهی از مسئولیت مدنی

جدول ۸ - میانگین رتبه متغیرها

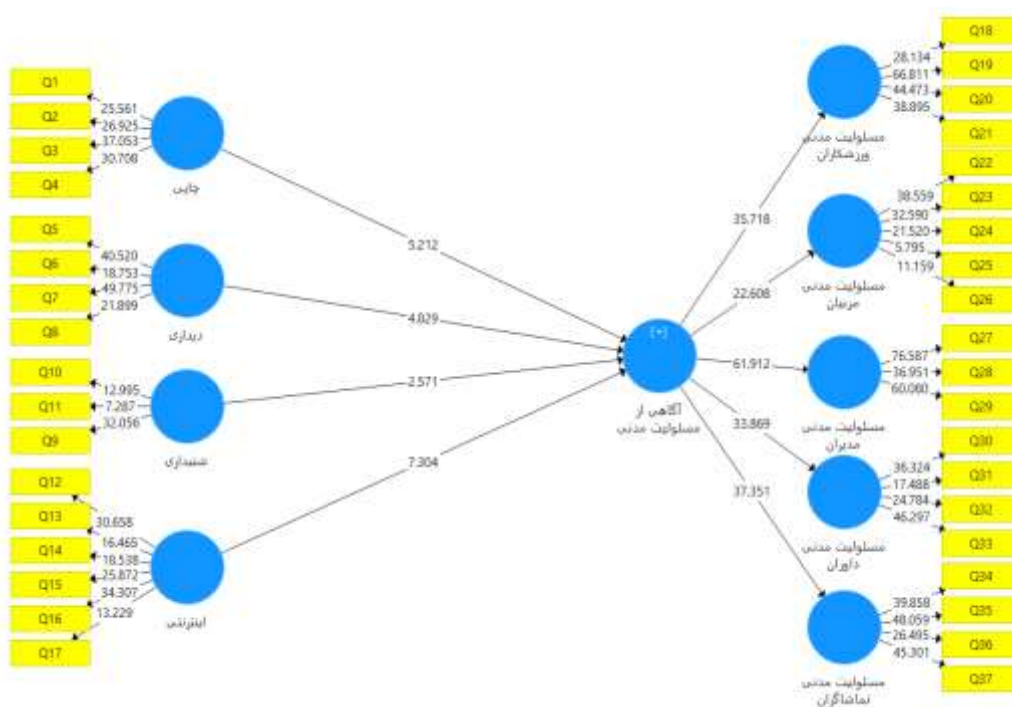
رتبه‌ها	میانگین رتبه
رسانه‌های جمعی	3.27
رسانه‌های اینترنتی	2.35
رسانه‌های چاپی	2.57
رسانه‌های دیداری	1.80
رسانه‌های شنیداری	



نمودار ۱ - مدل مفهومی تحقیق



نمودار ۲ - نتایج مدل اصلی تحقیق در حالت ضرایب استاندارد



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

## فهرست منابع

- الماسی، ن؛ انیسی، م. (۱۳۹۵). "مسئولیت مدنی و بیمه ورزشی". تحقیقات حقوقی تطبیقی ایران و بین الملل، ۹(۳۴)، ۲۶-۵۲.
- آقایی نیا، ح. (۱۳۹۵). حقوق ورزشی، تهران، انتشارات میزان.
- آقائی شهری، م؛ معماری، ژ؛ سعادت، م. (۱۳۹۶). "شناسایی روابط میان حوزه‌های صنعت ورزش ایران". مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، ۱۶(۳۷)، ۱۱۳-۱۲۸.
- بنی هاشم، س ک. (۱۳۹۶). "مقایسه و بررسی میزان سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی در بین دانشجویان دختر و پسر". مطالعات رسانه‌ای، ۱۲(۳)، ۱۱۵-۱۲۶.
- جلیلیان، ف؛ رومیانی، م. (۱۳۹۷). "مسئولیت مدنی در جامعه ورزشی در حقوق موضوعه ایران". فصلنامه علمی- حقوقی قانون یار، ۲(۷)، ۲۵۱-۲۶۴.
- جوان جعفری، ع؛ صفری، ص. (۱۳۹۴). "چالش‌های حقوق کیفری در مواجهه با خشونت ورزشکاران در فوتبال". فصلنامه پژوهش حقوق کیفری، ۳(۹)، ۵۷-۸۱.
- چلبی، ا. (۱۳۸۶). دیباچه‌ای بر حقوق ورزشی. قواعد عمومی حقوق جزا، آیین نامه بین المللی دوپینگ. چاپ دوم. تهران: انتشارات بامداد کتاب.
- حسینی، س؛ اسحاق، ا. (۱۳۹۴). "مسئولیت مدنی و کیفری ناشی از فعالیتهای ورزشی". دوفصلنامه علمی- پژوهشی دانش حقوق مدنی، ۴(۱)، ۵۵-۶۷.
- خداداد شهری، ن. (۱۳۹۳). "پیوند رسانه و ورزش". فصلنامه نقد کتاب اطلاع‌رسانی و ارتباطات، ۱(۱ و ۲)، ۱۴۹-۱۵۸.
- خسرومنش، ر؛ خبیری، م؛ علیدوست قهفرخی، ا؛ خنیفر، ح؛ زارعی متین، ح. (۱۳۹۷). "تحلیل عاملی فرهنگسازان در ترویج فرهنگ ورزش در ایران". فصلنامه علمی- پژوهشی مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، ۵(۱)، ۶۳-۷۳.
- رحمان زاده، س ع؛ توکلی، م. (۱۳۹۶). "آسیب‌شناسی اشاعه حقوق شهروندی از طریق رسانه‌های جمعی". مطالعات بین‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ، ۷(۱۴)، ۸۷-۱۰۴.
- زارع، ع؛ حیدری نژاد، ص. (۱۳۹۶). "رابطه نقش رسانه‌های جمعی و بروز رفتارهای خرافی بین بازیکنان فوتبال". فصلنامه علمی- ترویجی مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۵(۱۸)، ۲۸-۱۵.
- زارع، ع؛ حیدری نژاد، ص؛ شیرالی، ر. (۱۳۹۵). "تأثیر رسانه‌های جمعی بر کنترل فساد در ورزش فوتبال". فصلنامه علمی- ترویجی مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۳(۱۲)، ۱۱-۲۴.
- سلطان حسینی، محمد، سلیمی، مهدی، عموزاده، زهرا. (۱۳۹۵). "تحلیل محتوای اخبار پرمخاطب‌ترین خبرگزاری‌های آنلاین کشور از بازی‌های آسیایی ۲۰۱۴ اینچئون با نگاهی ویژه به ورزش بانوان". پژوهش‌های ارتباطی، ۲۳(۸۸)، ۱۴۹-۱۷۰.
- شکری، ن. (۱۳۸۷). "حقوق ورزشی، بررسی نظم حاکم بر حقوق ورزشی ایران". چاپ اول. تهران، انتشارات نقش گستران بهار.
- شهبازی، ا؛ برلیان، پ. (۱۳۹۷). "دوپینگ در حقوق بین‌الملل ورزشی و جایگاه دیوان دآوری ورزش در تنسيق رویه بین المللی در این زمینه". مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، ۱۷(۳۹)، ۱۵۳-۱۶۸.
- صلواتیان، س؛ خوش بیان، ا. (۱۳۹۷). "تدوین راهبردهای مطلوب برای شبکه‌های تلویزیونی استانی صداوسیما از دیدگاه مدیران رسانه ملی و کارشناسان رسانه". فصلنامه رسانه، ۲(۲۹)، ص ۹-۳۰.
- عرب نرمی، ب. (۱۳۹۷). "تلویزیون و توسعه ورزش؛ مطالعه‌ای با رویکرد نظریه گفتمان". فصلنامه علمی- ترویجی مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۵(۲۰)، ۵۳-۶۲.
- علوی قزوینی، س ع؛ مقدادی، م م. (۱۳۹۵). "مبانی فقهی و حقوقی عدم مسوولیت مدنی ورزشکاران در عملیات ورزشی". حقوق تطبیقی (نامه مفید)، ۷(۱۷)، ص ۱۰۷-۱۳۰.
- فرقانی، م م؛ شمسیایی نیا، ر. (۱۳۹۶). "تعامل رسانه‌های جمعی و فناوری‌های نوین ارتباطی (بازنمایی اقتصاد مقاومتی در فضای مجازی)". مطالعات رسانه‌های نوین، ۳(۱۰)، ۲۱۲-۲۶۳.
- قاسمی، ح؛ فنازاد، ر. (۱۳۹۷). حقوق رسانه. تهران، نشر اندیشه آرا.
- قاسمی، ح. (۱۳۹۷). فعالیت های رسانه‌ای در ورزش، چاپ پنجم، تهران، نشر بامداد کتاب.
- کشیشیان، گ. (۱۳۹۶). "فرهنگ و جامعه پذیری سیاسی در عصر اطلاعات". مطالعات بین‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ، ۷(۱۴)، ۱۷۳-۲۰۳.
- گلنپی، م؛ حسینی، م؛ رضایی صوفی، م. (۱۳۹۶). "مقایسه دیدگاه مسئولان ورزش با مسئولان رسانه‌های جمعی در خصوص پوشش رسانه‌ای ورزش بانوان". فصلنامه علمی- پژوهشی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۶(۲۴)، ۷۲-۸۲.
- مخلصی، س؛ سجادی، س؛ علی دوست قهفرخی، ا. (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، م؛ هنری، ح؛ احمدی، ع. (۱۳۹۰). "بررسی نقش چهارگانه رسانه‌های ورزشی در توسعه فرهنگ ورزش همگانی". نشریه مدیریت ورزشی، ۳(۹)، ۱۶۷-۱۷۰.
- مرادی هزاری، ر؛ فردی، ا. (۱۳۹۷). "تأثیر پذیرش هویت اجتماعی با استفاده از برندهای معتبر ورزشی خارجی بر

- رفتار مصرفی مشتریان". فصلنامه علمی - ترویجی مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۱۹(۵)، ۶۳-۷۶.
- نادریان، ج؛ سمیه، ر. (۱۳۹۳). "امکان سنجی رشته کارشناسی ارشد حقوق ورزش". مطالعات میان رشته‌ای در علوم انسانی، ۴(۴)، ۱۹-۳۲.
- وکیل، اسکندری، ا. (۱۳۹۵). "تشکیل نهاد داوری ملی ورزش در پرتو جایگاه داوری در حل و فصل اختلافات ورزشی". مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، ۳۱(۱۵)، ۱۹۳-۲۰۶.
- Bin, H. Lanjuan, L. (2019). The Important Role of Traditional Sports Culture in Promoting the Development of Sports Population. 2019 5th International Conference on Education Technology, Management and Humanities Science (ETMHS 2019). 469-473.
- Godfrey, P. C. (2009). Corporate social responsibility in sport: An overview and key issues. *Journal of sport management*, 23(6), 698-716.
- 32 - foks, Jacek(2009). Polish sport law and international law?. Abstract 15Th IASL Congress, 13.
- Thibault, L. (2009). Globalization of sport: An inconvenient truth1. *Journal of sport management*, 23(1), 1-20.
- 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.
- 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.
- Segaert, B., Theeboom, M., Timmerman, C, Vanreusel, B. (Eds.). (2012). *Sports Governance, Development and Corporate Responsibility*. Routledge.
- Sheth, H., Babiak, K. M. (2010). Beyond the game: Perceptions and practices of corporate social responsibility in the professional sport industry. *Journal of Business Ethics*, 91(3), 433-450.

## **The Role of Mass Media in Improving Awareness of Civil liability Sports**

**Mohammadhossein Mirsoleymani, Edris Ghaderpour, Masoud Naderianjahromi**

### **Abstract**

The main purpose of the present Article is to investigate the role of mass media in improving the awareness of civil liability in sport. The Article in terms of purpose is applied and according to the method of data collection is descriptive-analytic and correlation type. The statistical population includes Headquarters of the Ministry of Sports and Youth, officials of the National Olympic Committee and heads of sports federations (90), as well as a number of professors in the field of sports law (15), and Sampling method was also the whole number. And 87 people participated in this study. The Data collection tool was a researcher-made questionnaire that was designed with emphasis on the opinions of managers and legal and media experts. The validity of the questionnaire was confirmed by 7 Specialists and the reliability of the questionnaire was 0.81 using Cronbach's alpha coefficient and confirmed. The data analysis method was also performed using the structural equation model in PLS software, and Friedman test was used to rank the most important media. The results show that the impact of mass media such as audio, visual, print and Internet on the promotion of awareness of the Civil Liability of athletes, coaches, managers, judges and audiences has a positive and significant effect, and these four media can make up 75% of the changes in awareness to provide Civil Liability sports. In addition, the results of the ranking also showed that Internet media (websites and social networks) then the media (TV), print media (newspapers, books, etc.) And audio media (radio) were the most important in promoting awareness of Civil Liability.

**Keywords:** Mass Media, Civil Liability, Sporting Rights.