

Original Article

Presenting the Development Model of Media Literacy of Sports Venue Managers in Order to Manage Job Conflicts

AboAlhassan Sameri Nadafi¹, Mohammadali Noudehi^{2*}, Zynalabedin Fallah³, Taher Bahlekeh⁴

1. Department of Physical Education and Sport Sciences, Go.C., Islamic Azad University, Gorgan, Iran

2. Department of Physical Education and Sport Sciences, Go.C., Islamic Azad University, Gorgan, Iran

3. Department of Physical Education and Sport Sciences, Go.C., Islamic Azad University, Gorgan, Iran

4. Department of Physical Education and Sport Sciences, Go.C., Islamic Azad University, Gorgan, Iran

Received: 10/01/2025, Accepted: 10/09/2024

*Corresponding Author: Mohammadali Noudehi, Department of Physical Education and Sport Sciences, Go.C., Islamic Azad University, Gorgan, Iran. Email: mohammadali.noudehi@iau.ac.ir

How to Cite: Sameri Nadafi, A., Noudehi, M., Fallah, Z., Bahlekeh, T. (2025). Presenting the development model of media literacy of sports venue managers in order to manage job conflicts. *Journal of Management and Organizational Behavior in Sport*, 14(18), 37-50. In Persian.

Extended Abstract

Introduction

In recent years, paying attention to customers' needs and responding to their demands, both in the production and service sectors, has become one of the most important and essential tasks and goals of organizations. Improving people's living standards and increasing income are the driving forces for the development of the sports industry, and the success of future sports organizations lies in meeting customers' needs and expectations, and this requires providing appropriate and high-quality services in sports venues. However, and in general, sports venues, as the operational arm of the country's sports, welcome a large number of customers with religious, political, economic, cultural, and social orientations in different age and gender groups, and accepting and analyzing their expectations is a very complex and challenging process. On the other hand, sports organizations overseeing sports venues have demands and expectations that are more biased towards organizational conservatism than the needs and expectations of sports clubs. Therefore, managers and officials of sports venues are usually in a challenging and eroding environment and spend a lot of time reducing conflicts. However, the existence of a peaceful environment combined with organizational health is a necessity for effective sports venues, and therefore, efforts to identify sources of conflict and operational strategies to overcome them and empower managers in this field will lead to the adoption of appropriate methods in managing conflict in sports venues. Therefore, the purpose of the present study is to present a model for developing media literacy of sports venue managers in order to manage job conflicts.

Methodology

This study is qualitative research. The aim of this study is to develop the media literacy of sports venue managers in order to manage job conflicts. The research method is applied in terms of purpose and qualitative in terms of approach, and the method of theme analysis and content analysis was used. In this study, exploratory interviews were used to identify the media literacy factors of sports venue managers in order to manage job conflicts. To conduct field interviews, the research participants had sufficient knowledge about media literacy of managers and conflict management, including members of the sports management faculty. Also, sports venue managers in both young (less than 35 years old) and middle-aged (35 to 60 years old) groups were used. Because middle-aged managers, due to passing through youth, can have a more appropriate understanding of manager conflicts, conflict prevention, conflict resolution strategies, etc. The sampling method was purposive, of a criterion type, until theoretical saturation was reached. The number of samples included 20 people. Before conducting the interview, a letter signed by the researcher stating the ethical commitment to maintain



the contents of the interview and the participants' details and not to publish them was sent along with the interview questions. Also, with the participants' knowledge, all interviews were recorded and reviewed to extract key points. After giving their consent, the interviews were held in person and in some cases by telephone due to the long distance (in the professor group). In the interviews, the respondents considered the question in question about presenting a new component or indicator or confirming the components and indicators collected. After the interview and collecting qualitative data, thematic analysis was used to analyze them.

Results

The results of the thematic analysis showed that the organizer (source of information, content production, and critical thinking) and 25 basic themes exist as media literacy factors for sports venue managers in managing job conflicts. Also, by examining the frequencies of each of the organizing themes, it was determined that the organizing theme of critical thinking has a higher frequency than the other themes.

Discussion and Conclusion

The purpose of this research is to present a model for developing media literacy for sports venue managers in order to manage job conflicts. The results of the content analysis showed that there is an organizer (source of information acquisition, content production, and critical thinking) and 25 basic themes as factors of media literacy for sports venue managers in order to manage job conflicts. Also, by examining the frequencies of each of the organizing themes, it was determined that the organizing theme of critical thinking has a higher frequency than the other themes. Based on the results of the research, the source of information acquisition is one of the dimensions of the model for developing media literacy for sports venue managers in order to manage job conflicts. In this regard, the American Center for Media Literacy defines media literacy as having proficiency in four skills: access (the ability to access correct information when we need it), analysis (the ability to analyze what we have found; in fact, the skill of decoding media messages), evaluation (evaluation), summarizing and integrating what we have obtained as a result; At this stage, the value of the message that is decoded with a critical eye is examined and creating (the ability to communicate) clearly with another thought and thought; this skill includes the ability to use media technology to deliver the message of the audience to its intended community. However, the development and improvement of information resources can improve the field of conflict management in the organization and provide the knowledge and information necessary to resolve disputes and occupational conflicts. However, and in general, managers can gain more knowledge and awareness by developing media literacy and, based on knowledge and awareness, reduce and eliminate occupational conflicts. Therefore, sports organizations should promote the field of developing media literacy of managers by providing educational and knowledge-enhancing programs, and in this regard, virtual programs are more emphasized due to the increased interaction with technological equipment. On the other hand, media literacy should be given special attention in higher education courses in sports management and experts in this field should be used to train managers.

Keywords: conflict management, sports venues, sports manager, media literacy.

Funding

The present study received no financial support from any institution or organization.

Conflicts of Interest

The authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

We sincerely thank and appreciate all the athletes who cooperated in the present research.

ارایه مدل توسعه سواد رسانه‌ای مدیران اماکن ورزشی در جهت مدیریت تعارضات شغلی

ابوالحسن نامری ندافی^۱، محمد علی نوده‌هی^{۲*}، زین العابدین فلاح^۳، طاهر بهلکه^۴

۱. گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران

۲. گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران

۳. گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران

۴. گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۰۶/۲۰، تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۳/۱۰/۲۱

* نویسنده مسئول: محمد علی نوده‌هی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران، پست الکترونیکی:

mohammadali.noudehi@iau.ac.ir

How to Cite: Sameri Nadafi, A., Noudehi, M., Fallah, Z., Bahlekeh, T. (2025). Presenting the development model of media literacy of sports venue managers in order to manage job conflicts. *Journal of Management and Organizational Behavior in Sport*, 14(18), 37-50. In Persian.

چکیده

هدف از این تحقیق ارایه مدل توسعه سواد رسانه‌ای مدیران اماکن ورزشی در جهت مدیریت تعارضات شغلی است. روش پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر رویکرد، کیفی است و از روش تحلیل تم (مضمون) استفاده شده است. برای انجام مصاحبه میدانی، مشارکت-کنندگان پژوهش شامل اساتید منتخب آشنا با سواد رسانه‌ای و مدیریت تعارض و برخی مدیران منتخب اماکن ورزشی بودند (۲۰ نفر). روش نمونه‌گیری به صورت هدفمند انجام گردید. برای تحلیل داده‌ها از روش مقایسه مداوم با استفاده از نرم‌افزار مکس کیودی‌ای نسخه پرو انجام گردید. نتایج تحلیل مضمون نشان داد که سازمان‌دهنده (منبع کسب اطلاعات، تولید محتوا و تفکر انتقادی) و ۲۵ مضمون پایه به‌عنوان فاکتورهای سواد رسانه‌ای مدیران اماکن ورزشی در جهت مدیریت تعارضات شغلی وجود دارد. همچنین با بررسی فراوانی‌های هر یک از مضامین سازمان‌دهنده مشخص گردید که مضمون سازمان‌دهنده تفکر انتقادی از فراوانی بیشتری نسبت به بقیه مضامین برخوردار است.

کلمات کلیدی: مدیریت تعارض، اماکن ورزشی، مدیر ورزشی، سواد رسانه.

مقدمه

در سال‌های اخیر، توجه به نیازهای مشتریان و پاسخگویی به خواسته‌های آنان چه در بخش تولید و چه در بخش خدمات، به یکی از اصلی‌ترین و ضروری‌ترین وظایف و اهداف سازمان‌ها تبدیل شده است. بهبود استاندارد زندگی مردم و افزایش درآمد نیروی محرک‌های برای توسعه صنعت ورزش است و همچنین موفقیت سازمان‌های ورزشی آینده درگرو برآورده ساختن نیازها و انتظارات مشتریان است و این امر مستلزم ارائه خدمات مناسب و باکیفیت در اماکن ورزشی است. در این راستا بسیاری از پژوهش‌ها همچون تات^۱ و همکاران (۲۰۲۱)، کورنیاوان^۲ و همکاران (۲۰۲۱)، لی^۳ و همکاران (۲۰۲۱) و سیزرلیوگولاری^۴ و همکاران (۲۰۲۱) کیفیت خدمات را به‌عنوان مهم‌ترین عامل در انتخاب و وفاداری مشتریان به اماکن ورزشی معرفی نموده‌اند. این در حالی است که ابراهیم^۵ و همکاران (۲۰۲۰) گزارش کردند که تعداد زیادی از افرادی که شروع به فعالیت بدنی و ورزش می‌کنند، در دوره کوتاهی مایوس و دل‌زده می‌شوند و کیفیت خدمات ارائه‌شده، نظر آنان را جلب نمی‌کند و همچنین، هیونگ^۶ همکاران (۲۰۲۱) گزارش کردند که به‌طور میانگین، تأسیسات ورزشی در آمریکا در هر سال، ۴۰ درصد از کل مشتریان جدید خود را از دست می‌دهند؛ ازاین‌رو، با شدت گرفتن رقابت بین عرضه‌کنندگان خدمات ورزشی، شناخت انتظارات مشتریان از کیفیت خدمات و عوامل مؤثر بر آن، به مدیران اماکن اجازه می‌دهد تا راهبردهای جدیدی را برای جذب مشتری بیشتر به‌کارگیرند. در این راستا، انتظارات عبارت است از توقعات و اعتقاداتی دربارهٔ ارائه خدمات که به‌عنوان استانداردهایی به‌منظور قضاوت عملکرد به کار گرفته می‌شوند. در طرف مقابل

اماکن ورزشی در تحلیل و به‌کارگیری پیشنهادات و انتظارات مشتریان با تعارضاتی بین انواع دیدگاه‌ها و همچنین دستورالعمل‌ها و بخشنامه‌های سازمانی روبرو هستند که این عوامل چالش‌هایی را برای آنان پدید می‌آورد (گافار^۷، ۲۰۲۰: ۲۸). باشگاه‌های ورزشی دارای شیوه‌های ارتباطی، اهداف و چشم‌اندازها، دیدگاه‌های سیاسی و مذهبی و نیز پیش‌زمینه‌های فرهنگی متفاوتی هستند (همفیل^۸، ۲۰۱۸: ۷۷). در جوامع مختلف وجود این‌گونه تفاوت‌ها، منجر به ایجاد تعارض‌ها و چالش‌هایی می‌شود و ازاین‌رو بررسی راهبردهای کاهش تعارضات لازم به نظر می‌رسد. از سویی ساختار حاکم بر سازمان‌های متولی ورزش و سلسله‌مراتب سازمانی، وجود نظام اداری خشک و انعطاف‌ناپذیر، اهداف ناسازگار، ارتباطات و هماهنگی اماکن ورزشی را با سازمان‌های ورزشی مستعد انواع تعارض و تنش و ناسازگاری نموده است. بااین‌حال تعارض به‌عنوان جزئی اجتناب‌ناپذیر و لاینفک از زندگی سازمانی قلمداد می‌شود که اغلب به علت ویژگی‌های سازمانی پدید می‌آید (تشوکیدو^۹ و همکاران، ۲۰۲۱: ۵۱). از سویی تعارض، اختلاف در مسیر رسیدن به هدف‌های سازمان است و وجود آن در سازمان اجتناب‌ناپذیر بوده و لزوماً برای سازمان مضر نیست. تعارض می‌تواند خلاقیت را بیشتر و نوآوری و تغییر را ترویج دهد (سانگ و چوی^{۱۰}، ۲۰۲۱: ۱۱۲۵) و یا ممکن است باعث اتلاف و تحلیل انرژی و منابع سازمان شود (هوانگ^{۱۱}، ۲۰۲۱: ۱۲۲۲)؛ بنابراین توانایی هدایت و کنترل پدیده تعارض در سازمان‌ها از مهم‌ترین مهارت‌های مدیران است که مدیران امروز نیازمند آن هستند. از سویی سازمان‌هایی که دارای تعارض غیر سازنده (غیر کارکردی) باشند، برای ایجاد همکاری و وحدت در دوران بحران، دچار آشفتگی می‌شوند. درحالی‌که سازمان‌ها با تعارض سازنده

⁷ Gaafar

⁸ Hemphill

⁹ Tshukudu

¹⁰ Sung & Choi

¹¹ Huang

¹ Taat

² Kurniawan

³ Li

⁴ Cizreligullari

⁵ Ibrahim

⁶ Huang

رسانه‌ها از طریق تعامل میان عاملان انسانی و غیرانسانی (مثل واحدها، نمایندگی‌ها، هنجارها، اطلاعات) منشأ پدید آمدن یک بنیه فزاینده می‌شود. قانون شبکه این است که راهبردها تنها از طریق میانگین رضایت‌بخش منافع و مطلوبیت‌ها تعریف می‌شود. این کار در اثبات روابط و گفتگوها و مبادلات شبکه صورت می‌پذیرد. سه مؤلفه اصلی در نظریه کنش گر - شبکه عبارت‌اند از:

۱: ساخته‌شدن تعاریف و معانی مشترک، ۲: شکل‌گیری نمایندگی‌هایی که به سهولت دارای امکانات تعاملی باهم هستند و ۳: تعقیب اهداف از طریق همکنشی بر اساس منافع مشترک و متقابل (ایزدی و همکاران، ۲۰۲۰).

اگر به نظریه "تأثیر رسانه‌ها" از "مارشال مک لوهان" نگرسته شود، وی با جمله قصار خود «رسانه پیام است» اندیشه‌های بسیاری را به چالش طلبید. منظور وی از این جمله آن است که پیامی که از سوی هر شکل ارتباطی انتقال می‌یابد، اساساً تحت تأثیر رسانه‌ای است که از طریق آن فرستاده شده است. عبارت معروف وی "دهکده جهانی" این ایده را به ذهن می‌رساند که رسانه‌های جمعی از طریق تأثیرات فرهنگی فراگیرشان جهان را به اندازه یک دهکده تقلیل داده‌اند (ناگلی^۵، ۲۰۱۸). یکی از مفاهیم مهم در این عصر رسانه‌ها و پست‌مدرن، «سواد رسانه‌ای» است. سواد رسانه‌ای در یک تعریف بسیار کلی عبارت است از یک نوع درک متکی بر مهارت که بر اساس آن می‌توان انواع رسانه‌ها و انواع تولیدات آن‌ها را شناخت و از یکدیگر تفکیک و شناسایی کرد. این درک به چه کاری می‌آید؟ به زبان ساده، سواد رسانه‌ای مثل یک رژیم غذایی است که هوشمندانه مراقب است که چه موادی مناسب هستند و چه موادی مضر؛ چه چیزی را باید مصرف کرد و چه چیزی را نه و یا اینکه میزان مصرف هر ماده بر چه مبنایی باید استوار باشد. سواد رسانه‌ای می‌تواند به مخاطبان رسانه‌ها بیاموزد که از

(کارکردی) عوامل مثبت و مؤثری را برای ترغیب و رشد خلاقیت و نوآوری در سازمان خود به وجود می‌آورند. بی‌شک مدیران نقش تعیین‌کننده‌ای را در افزایش اثربخشی سازمان‌ها بر عهده‌دارند و در این میان مدیریت تعارض از اهمیت بسزایی برخوردار است. بلیک و موتون^۱ (۱۹۶۴) نخستین کسانی بودند که یک طرح مفهومی از واکنش‌های مدیران در مقابل تعارض را ارائه کردند. به نظر آنان، مدیریت تعارض جزء لازم و مکمل سبک کلی مدیریت به شمار می‌رود، بنابراین، آن‌ها شیوه‌های حل تعارض را موردبررسی قرار داده و در نهایت مطابق با سبک‌های پنجگانه مدیریت موفق به شناسایی پنج سبک راهبرد مهم و اساسی مدیران برای مقابله با تعارض شدند که مبنای تحقیقات پژوهشگران بعدی قرار می‌گیرد و توسط آنان بسط و توسعه می‌یابند (ماییتی^۲ و همکاران، ۲۰۲۱).

درواقع، استراتژی‌ها و سبک‌های مدیریت تعارض، همان پاسخ افراد نسبت به موقعیت‌های تعارض است که این پاسخ‌ها در عین حال که استمرار دارد، احتمال دارد در موقعیت‌های مختلف تغییر کنند. براین اساس، یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر و سازنده بودن مدیریت تعارض بین افراد، سبک مدیریت (استراتژی) تعارض است که افراد برای حل تعارض استفاده می‌کنند. در این راستا کولارد^۳ و همکاران (۲۰۱۷)، ایزدی و همکاران (۲۰۲۰) و تینماز^۴ و همکاران (۲۰۲۲) معقداند اطلاعات رسانه‌ای می‌تواند دانش لازم برای بهبود فضای سازمانی و ارتقاء عملکرد و بهره‌وری را فراهم آورد. این راستا عصردانی و روشنگری، نوید دنیایی را برای بشر فراهم ساخت که در آن "اطلاعات" و "دانش" تکیه‌گاه و یاری‌رسان اصلی و بنیادی برای انسان امروز به‌منظور توسعه و پیشرفت هستند. بر همین اساس نظریه کنشگر - شبکه ارائه شده است که در آن شبکه‌های ارتباطی مدرن و

¹ Blake & Mouton

² Maiti

³ Collard

⁴ Tinmaz

⁵ Nagle

حالت انفعالی و مصرفی خارج شده و به معادله متقابل و فعالانه‌ای وارد شوند که در نهایت به نفع خود آنان باشد. به دیگر سخن، سواد رسانه‌ای کمک می‌کند تا از سفره رسانه‌ها به گونه‌ای هوشمندانه و مفید بهره‌مند شد (ماسون^۱، ۲۰۱۸).

یوینگستون^۲ (۲۰۱۱) سواد رسانه‌ای را توانایی دسترسی به رسانه‌ها، درک و ارزیابی انتقادی جنبه‌های مختلف محتوای رسانه‌ها برای خلی ارتباط در زمینه‌های گوناگون می‌داند. او معتقد است که در حال حاضر در بسیاری از کشورهای دنیا، آموزش سواد رسانه‌ای به اقشار مختلف مردم آغاز شده و این موضوع اهمیت خود را پیدا کرده است. هرچند تمام ایدئولوژی‌های رسانه‌ای منفی نیستند و رسانه‌ها ایدئولوژی‌های مثبت هم دارند اما افرادی که سواد رسانه‌ای کمی دارند، باید پیام‌های رسانه‌ای را همان گونه که رسانه‌ها ارائه می‌کنند، بپذیرند و میخ‌های گرد پیام‌های رسانه‌ای را در سوراخ‌های چهارگوش و مربع شکل زندگی خود چفت کرده و تطبیق دهند. از نظر جیمز پاتر، مجموعه چشم‌اندازهایی که ما به‌طور فعالانه برای قرار گرفتن در مقابل رسانه‌ها از آن بهره‌برداری می‌کنیم تا معنای پیام‌هایی را که برا آن‌ها مواجه می‌شویم تفسیر کنیم؛ سواد رسانه‌ای نامیده می‌شود (پاتر، ۲۰۰۵: ۲۳). از نظر پاتر، سواد رسانه‌ای الگویی چندعاملی است و ساختارهای دانش، منبع شخصی وظایف پردازش اطلاعات و مهارت‌ها و توانایی‌ها عامل‌های مدل سواد رسانه‌ای وی هستند.

همچنان که ملاحظه می‌شود تعاریف متعددی از سواد رسانه‌ای مشاهده می‌شود. اساساً مفهوم سواد رسانه‌ای نیز مانند بسیاری از مقولات جدید تعریفی ندارد که غالب متخصصان این حوزه بر سر آن توافقی داشته باشند، درواقع، هرکس بخشی از این مسئله را در قالب جمله‌ای بیان کرده است. در این میان به نظر می‌آید

تعریف جین تالیم تا حد زیادی جوانب مختلف این مفهوم را در برمی‌گیرد. او معتقد است سواد رسانه‌ای، توانایی بررسی و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای است که هرروزه برای اطلاع‌رسانی و سرگرم کردن به ما عرضه می‌شود و همچنین، قابلیت داشتن تفکری انتقادی در مواجهه با همه رسانه‌ها از ویدئو، موسیقی، عکس و تصویر تا نمایش‌های مجازی را شامل می‌شود (کلنر^۳، ۲۰۱۹). متأسفانه در حال حاضر مفهوم سواد رسانه‌ای در کشور مرا به‌اشتباه با سواد رایانه‌ای و اطلاعاتی یکسان تلقی می‌شود. در برخی کتاب‌ها و مقالاتی که در این خصوص منتشر شده‌اند، مفهوم سواد رسانه‌ای با مواردی از قبیل توان کار با رایانه و اینترنت یکسان در نظر گرفته شده است. بر همین اساس از سواد رسانه‌ای نه به‌عنوان ملاکی برای ارزیابی پیام‌های رسانه‌ای، بلکه به‌عنوان اطلاعات فرد درباره رسانه‌ها و نحوه به‌کارگیری آن‌ها یاد می‌شود (کاهنی^۴، ۲۰۱۹)؛ اما با توجه به تعاریفی که در بالا از سواد رسانه‌ای شد، باید گفت مفهوم سواد رسانه‌ای، قابلیت ارزیابی، درک و تفسیر افراد از پیام‌های رسانه‌ای است لذا آموزش آن به‌خصوص برای کسانی که بیشتر با رسانه‌ها در ارتباط‌اند، اهمیت ویژه‌ای دارد. از این میان، مدیران به‌عنوان مهم‌ترین عامل سیاست‌گذار و اجرایی از جمله کسانی هستند که به انصاء مختلف با رسانه در ارتباط‌اند و علاوه بر توانایی درک و ارزیابی انتقادی محتوای رسانه‌ها، باید بتوانند محتوای رسانه‌ای مناسبی خلق کنند.

بالین حال و به‌طور کلی، اماکن ورزشی به‌عنوان بازوی عملیاتی ورزش کشور پذیرای خیل عظیم مشتریان با گرایش‌ات مذهبی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی در گروه‌های سنی و جنسی متفاوت هستند و پذیرش و تحلیل انتظارات آنان فرایندی بسیار پیچیده و چالش‌برانگیز است و از طرفی سازمان‌های ورزشی ناظر بر اماکن ورزشی درخواست و انتظاراتی دارند که

³ Kellner

⁴ Kahne

¹ Mason

² Ewingstown

نامه‌ای با امضای پژوهشگر مبنی بر تعهد اخلاقی در نگهداری مفاد مصاحبه و مشخصات مشارکت‌کنندگان و انتشار نکردن آن ارسال شد. همچنین، با اطلاع مشارکت‌کنندگان تمام مصاحبه‌ها ضبط و برای استخراج نکات کلیدی بررسی شد. پس از اعلام موافقت، مصاحبه‌ها به صورت حضوری و در برخی موارد به دلیل مسافت زیاد (در گروه اساتید) به صورت تلفنی برگزار شد. در مصاحبه‌های انجام‌شده، پاسخگویان به سؤال موردنظر در مورد ارائه مؤلفه یا شاخص جدید و یا تأیید مؤلفه‌ها و شاخص‌های گردآوری‌شده ابراز نظر کردند. پس از مصاحبه و جمع‌آوری داده‌های کیفی، برای تحلیل آن‌ها از تحلیل مضمون استفاده شد. به صورت کلی سه گونه مضمون پایه، سازمان‌دهنده و فراگیر وجود دارد (ساندلوسکی و باروس^۱، ۲۰۰۷، ۱۴۵).

جهت بررسی روایی از قابلیت باور پذیری (اعتبار)، انتقال‌پذیری و تأیید پذیری و برای سنجش پایایی از مطالعه حسابرسی فرایند و توافق درون موضوعی دو کدگذار استفاده گردید (جدول ۱).

بیشتر به سمت محافظه‌کاری سازمانی سوگیری دارد تا نیازها و انتظارات باشگاه‌های ورزشی. لذا مدیران و مسئولین اماکن ورزشی معمولاً در فضایی چالش‌برانگیز و فرسایشی قرار دارند و زمان زیادی برای کاهش تعارضات صرف می‌کنند. با این حال وجود محیطی آرام توأم با سلامت سازمانی از ضروریات اماکن ورزشی اثربخش است و لذا تلاش در شناسایی منابع تعارض و راهبردهای عملیاتی برون‌رفت از آن و توانمندسازی مدیران در این زمینه منجر به اتخاذ شیوه‌های مناسب در مدیریت تعارض در اماکن ورزشی می‌گردد. لذا هدف از پژوهش حاضر ارایه مدل توسعه سواد رسانه‌ای مدیران اماکن ورزشی در جهت مدیریت تعارضات شغلی است.

روش‌شناسی

این مطالعه از نوع پژوهش‌های کیفی است. هدف این پژوهش توسعه سواد رسانه‌ای مدیران اماکن ورزشی در جهت مدیریت تعارضات شغلی است. روش پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر رویکرد، کیفی است و از روش تحلیل تم و انجام تحلیل مضمون استفاده شده است. در این پژوهش، از مصاحبه اکتشافی به منظور شناسایی فاکتورهای سواد رسانه‌ای مدیران اماکن ورزشی در جهت مدیریت تعارضات شغلی استفاده شد. برای انجام مصاحبه میدانی، مشارکت‌کنندگان پژوهش در خصوص سواد رسانه‌ای مدیران و مدیریت تعارض دانش کافی داشتند که شامل اعضای هیئت‌علمی رشته مدیریت ورزشی بودند. همچنین از مدیران اماکن ورزشی در هر دو گروه جوان (کمتر از ۳۵ سال) و میانسال (۳۵ تا ۶۰ سال) استفاده شد. چراکه مدیران میانسال، به دلیل عبور از دوران جوانی، می‌توانند درک مناسب‌تری از تعارضات مدیران، منع تعارضات، راهکارهای رفع تعارضات و ... داشته باشند. روش نمونه‌گیری به صورت هدفمند از نوع معیاری تا رسیدن به اشباع نظری بود. تعداد نمونه‌ها شامل ۲۰ نفر بود. قبل از انجام دادن مصاحبه، به همراه سؤالات مصاحبه،

¹ Barroso & Sandelowski

جدول ۱- روایی و پایایی بخش کیفی

نتیجه	روش
تأیید	تأیید فرایند پژوهش توسط هفت متخصص
تأیید	استفاده از دو کدگذار جهت کدگذاری چند نمونه مصاحبه
تأیید	نظرات سه متخصص که در پژوهش مشارکت نداشتند
تأیید	ثبت و ضبط تمامی مصاحبه‌ها
تأیید	مطالعه حسابرسی فرآیند
تأیید	در اختیار قرار دادن اطلاعات به اساتید راهنما و مشاور
تعداد کل کدها: ۶۱	
تعداد کل توافقات: ۲۷	
تعداد کل عدم توافقات: ۷	
پایایی بین دو کدگذار: ۸۸/۵٪	تحلیل سه مصاحبه توسط محقق و همکار و مشخص نمودن کدهای مشابه و غیرمشابه
بیشتر از ۶۰٪ و تأیید پایایی	توافق درون موضوعی دو کدگذار

با استفاده از نرم‌افزار مکس کیودی‌ای نسخه پرو، تحلیل مضمون، به‌منظور طراحی مدل پژوهش انجام شد.

یافته‌های پژوهش

تحلیل وضعیت جمعیت شناختی

جدول ۲- ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه‌های پژوهش

ویژگی‌های جمعیت شناختی	گروه‌ها	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۱۸	۹۰
	زن	۲	۱۰
سابقه شغلی	کمتر از ۱۰ سال	۷	۳۵
	۱۱ تا ۲۵ سال	۸	۴۰
	بیش از ۲۵ سال	۵	۲۵
سن	کمتر از ۳۵ سال	۸	۴۰
	۳۵ تا ۶۰ سال	۸	۴۰
	بالای ۶۰ سال	۴	۲۰
گروه‌های نمونه	اساتید	۷	۳۵
	مدیران جوان	۵	۲۵
	مدیران میانسال	۸	۴۰

منبع: نتایج مطالعه

به‌منظور تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه، متن مصاحبه روی کاغذ ثبت شد و سپس به‌منظور شناسایی مفاهیم، تحلیل مضمون صورت گرفت. بعدازاینکه مفاهیم شناسایی شدند برای دستیابی به مؤلفه‌ها، کدگذاری محوری صورت گرفت که نتایج آن در جدول ۳ ارائه شده است.

نتایج توصیفی پژوهش نشان داد که بیشتر نمونه‌ها مرد (۹۰) بودند؛ بیشترین سابقه شغلی مربوط به ۱۱ تا ۲۵ سال بود (۴۰ درصد)، بیشترین گروه سنی مربوط به کمتر از ۳۵ سال و ۳۵ تا ۶۰ سال (۴۰ درصد) و بیشتر گروه‌های نمونه مربوط به مدیران میانسال (۴۰ درصد) بود.

جدول ۳- تحلیل مضمون مصاحبه‌های انجام شده

ردیف	مضامین پایه	فراوانی	مضامین سازمان‌دهنده	مضامین فراگیر
۱	پیج اینستاگرامی	۳	منبع کسب اطلاعات (۴۰)	سواد رسانه‌ای در جهت مدیریت تعارضات شغلی
۲	گروه‌های تلگرامی	۵		
۳	گروه‌های واتس‌اپی	۴		
۴	دوربین مداربسته	۵		
۵	اطلاعات دهان به دهان	۴		
۶	مکاتبات با بخش‌های مختلف سازمان	۵		
۷	اخبار درون‌سازمانی (جراید سازمانی)	۳		
۸	سایت سازمان اداره کل ورزش و جوانان	۶		
۹	رادیو و تلویزیون	۵		
۱۰	تولید و انتشار اخبار موثق	۸	تولید محتوا (۳۴)	
۱۱	استفاده از رسانه‌های مختلف برای انتشار اخبار و پیام‌های مکان ورزشی	۷		
۱۲	استفاده از متخصصان برای تولید و انتشار پیام‌ها	۵		
۱۳	آشنایی مدیران اماکن ورزشی در خصوص انواع پیام و ساختار آن	۵		
۱۴	انتشار به‌موقع پیام‌ها برای مدیریت تعارضات	۳		
۱۵	انتخاب کانال ارتباطی مناسب برای کاهش تعارضات	۶	تفکر انتقادی (۵۰)	
۱۶	تشخیص محتوای پنهان پیام‌ها در رسانه‌ها	۵		
۱۷	تشخیص چگونگی ایجاد ساختار پیام	۴		
۱۸	تشخیص حذف و اضافه نمودن اجزای پیام	۸		
۱۹	تشخیص منبع پیام	۵		
۲۰	تشخیص هدف از پیام (خبر)	۶		
۲۱	تشخیص ذینفعان پیام‌ها	۳		
۲۲	تشخیص تصمیم‌گیرنده رسانه	۵		
۲۳	تشخیص هدف سیاسی پیام (رسانه)	۵		
۲۴	مطالعه تحلیل رقبا از پیام ایجادشده	۴		
۲۵	تحلیل پیام از دید مخاطبان (ذینفعان)	۵		

گردید که مضمون سازمان‌دهنده تفکر انتقادی از فراوانی بیشتری نسبت به بقیه مضامین برخوردار است. مدل نهایی سواد رسانه‌ای مدیران اماکن ورزشی در جهت مدیریت تعارضات شغلی در شکل ۱ نشان داده شده است.

نتایج تحلیل مضمون نشان داد که ۳ مضمون سازمان‌دهنده (منبع کسب اطلاعات، تولید محتوا و تفکر انتقادی) و ۲۵ مضمون پایه به‌عنوان فاکتورهای سواد رسانه‌ای مدیران اماکن ورزشی در جهت مدیریت تعارضات شغلی وجود دارد. همچنین با بررسی فراوانی‌های هر یک از مضامین سازمان‌دهنده مشخص

مهارت‌های تفکر انتقادی را اغلب مهارت‌های شناختی رده ی عالی می‌خوانند تا آن‌ها را از مهارت‌های تفکر ساده‌تر (یعنی رده ی پایتتر) تمیز دهند. مهارت‌های رده ی عالی نسبتاً پیچیده‌اند، مستلزم قضاوت، تحلیل و ترکیب‌اند و به شیوه‌ای مکانیکی یا طوطی وار به کار نمی‌روند. تفکر رده ی عالی تفکری تأملی، حساس نسبت به محتوا و خودپای است. در شرایط واقعی مهارت‌های تفکر انتقادی هنگامی مورد نیاز است که اشخاص با مسائلی پیچیده و شلوغ و درهم درگیرند که تعریف شفافی از آن‌ها در دسترس نیست. صرف نظر از تعریف رسمی در همه ی دیدگاه‌های تفکر انتقادی مشخصه‌های مشترکی وجود دارد. توصیف سودمندی از تفکر را بورهام (۱۹۹۴) ارائه می‌دهد که آن را «الگوی عقل سلیم در تفکر» می‌نامد. از نظر انیس (۲۰۰۲) تفکر انتقادی، تفکر تأملی است و بر تصمیم‌گیری در مورد باورها و اعمال متمرکز است به اعتقاد او تفکر همگانی عقلانی است که متفکر می‌کوشد مباحث را به دقت تجزیه و تحلیل کند. شواهد و مدارک معتبر را جست‌وجو کند و به قضاوت و نتیجه‌گیری معتبر برسد. هدف از آموزش تفکر انتقادی پرورش افراد منصف و به‌دوراز تعصب و متعهد به‌درستی و وضوح است، همان‌طور که در تعریف انیس مشاهده می‌شود تفکر انتقادی دارای دو بعد توانایی‌ها و گرایش‌ها می‌باشد. همچنین تفکر انتقادی فرایند استقلال گونه‌ای را برای افراد فراهم می‌کند و آنان را پویا و قدرتمند در برابر حجم تولیدات رسانه‌ای قرار می‌دهد. با این حال ارتقاء تفکر انتقادی می‌تواند به رشد سطح تفکر و ایجاد تفکر سطح بالا در فرد منجر شود و توانایی تحلیل و ترکیب اطلاعات و محتوا و منابع تعارض را فراهم آورد و به یک مدیر دید جامع و کاملی از منابع مختلف ایجاد تعارض بدهد و بدین‌صورت در توانمندسازی مدیران در جهت کاهش تعارضات شغلی و مدیریت آن‌ها کمک کند و لذا توسعه سواد رسانه‌ای مدیران می‌تواند از جمله ملزومات بهبود عملکرد شغلی مدیران باشد. از سویی در دنیای امروز،

مدیریت اماکن ورزشی به مهارت‌هایی فراتر از دانش تخصصی نیاز دارد. یکی از مهارت‌های کلیدی که می‌تواند کارایی مدیران ورزشی را در مواجهه با چالش‌ها افزایش دهد، تفکر انتقادی است. این مهارت، به‌ویژه در ارتباط با سواد رسانه‌ای، نقش مهمی در تحلیل اطلاعات، تصمیم‌گیری آگاهانه، و حل تعارضات شغلی دارد. در محیط‌های ورزشی که به‌طور روزافزونی با داده‌ها و پیام‌های رسانه‌ای پیچیده مواجه هستند، توانایی تجزیه و تحلیل منطقی و برخورد انتقادی با این اطلاعات، یک ضرورت مدیریتی است. تفکر انتقادی به مدیران ورزشی کمک می‌کند تا بتوانند اطلاعات منتشرشده در رسانه‌ها را ارزیابی کرده و از منابع معتبر بهره‌برداری کنند. طبق مطالعات، مدیرانی که این مهارت را در چارچوب سواد رسانه‌ای توسعه می‌دهند، نه تنها می‌توانند تصمیمات بهتری اتخاذ کنند، بلکه قادرند محیط کاری خود را با اطلاعات دقیق و به‌روز مدیریت کنند. در عین حال تعارضات شغلی در اماکن ورزشی معمولاً به دلیل سوء تفاهم‌ها، تضاد منافع یا مشکلات ارتباطی رخ می‌دهد. تفکر انتقادی، در کنار سواد رسانه‌ای، به مدیران کمک می‌کند تا این تعارضات را به شیوه‌ای مؤثر مدیریت کنند.

بر اساس نتایج پژوهش، تولید محتوا از ابعاد مدل توسعه سواد رسانه‌ای مدیران اماکن ورزشی در جهت مدیریت تعارضات شغلی است. در این راستا می‌بایست اظهار کرد که مدیران گرچه کارها را توسط دیگران انجام می‌دهند و لیکن به ابزار ویژه‌ای به نام دانش و محتوا متکی هستند تا امور سازمان‌ها را مدیریت نمایند. تصمیم‌گیرنده در سازمان یک پردازشگر اطلاعات است و امروزه یک مدیر به‌خوبی آگاه است که توانایی اکتساب، ذخیره‌سازی، پردازش و نمایش اطلاعات صحیح در تصمیم‌گیری درست بسیار مهم و حیاتی است و بدین ترتیب اهمیت دانش و محتوا به‌خوبی آشکار می‌شود. طبق تعریف بات (۲۰۰۰) خلق محتوا به توانایی سازمان‌ها در ایجاد ایده‌ها و

راه‌حل‌های نوین و مفید اشاره دارد. سازمان‌ها با توسعه و تجدید ساختار دانش قبلی و کنونی با روش‌های مختلف به خلق واقعیت و مفاهیم جدید می‌پردازند. خلق محتوا فرایندی است که در آن انگیزه، تلقین و تجربه نقش مهمی ایفا می‌کند، پس به‌طور کلی می‌توان گفت که تولید محتوا فرایندی است که به سازمان‌ها یاری می‌رساند تا اطلاعات و مهارت‌های مهم را که به‌عنوان حافظه سازمانی محسوب می‌شود و به‌طور معمول به‌صورت سازماندهی نشده وجود دارند، شناسایی، انتخاب، سازماندهی و منتشر نمایند. این امر سازمان را برای حل مسائل یادگیری، برنامه‌ریزی راهبردی و تصمیم‌گیری‌های پویا به‌صورت کارا و مؤثر قادر می‌سازد و باعث رشد و ترقی در مدیریت تعارضات می‌شود.

بر اساس نتایج پژوهش، منبع کسب اطلاعات از ابعاد مدل توسعه سواد رسانه‌ای مدیران اماکن ورزشی در جهت مدیریت تعارضات شغلی است. در این راستا مرکز سواد رسانه‌ای آمریکا، سواد رسانه‌ای را داشتن تبحر در چهار مهارت دسترسی (توانایی دسترسی به اطلاعات صحیح در زمانی که به آن‌ها نیاز داریم)، تحلیل (توانایی تحلیل آنچه یافته‌ایم؛ درواقع مهارت رمزگشایی پیام‌های رسانه‌ای)، ارزیابی (ارزشیابی)

خلاصه و یکپارچه کردن آنچه به‌عنوان نتیجه به دست آورده‌ایم؛ در این مرحله میزان ارزشمندی پیامی که بادید انتقادی رمزگشایی شده بررسی می‌شود و خلق کردن (توانایی ارتباط برقرار کردن) به شکل واضح با اندیشه و تفکری دیگر؛ این مهارت شامل توانایی به‌کارگیری فنی رسانه برای رساندن پیام مخاطب به جامعه موردنظرش است. با این حال توسعه و بهبود منابع اطلاعاتی می‌تواند زمینه بهبود مدیریت تعارض در سازمان را بهبود دهد و دانش و اطلاعات لازم برای حل مناقشات و تعارضات شغلی را فراهم آورد. با این حال و به‌طور کلی مدیران با توسعه سواد رسانه‌ای می‌توانند دانش و آگاهی بیشتری کسب نمایند و بر پایه دانش و آگاهی، تعارضات شغلی را کاهش و مرتفع سازند و لذا سازمان‌های ورزشی می‌بایست با ارائه برنامه‌های آموزشی و دانش‌افزایی زمینه توسعه سواد رسانه‌ای مدیران را ارتقاء دهند و در این راستا برنامه‌های مجازی به دلیل افزایش تعامل با تجهیزات فناوریانه مورد تأکید بیشتری است. از طرفی در دوره‌های آموزش عالی مدیریت ورزشی می‌بایست سواد رسانه‌ای موردتوجه ویژه قرار گیرد و از متخصصین این حوزه برای آموزش مدیران استفاده گردد.

References

- Burç, S. A. (2021). Traditional Conflict and Peacemaking Processes: The Case of Kurdish Tribes in Mardin, Turkey. In *Decolonising Conflicts, Security, Peace, Gender, Environment and Development in the Anthropocene* (pp. 433-455). Springer, Cham. DOI: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-62316-6_13.
- Celik, I., Muukkonen, H., & Dogan, S. (2021). A model for understanding new media literacy: Epistemological beliefs and social media use. *Library & Information Science Research*, 43(4), 101125. DOI: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0740818821000554>.
- Cheng, T. H., Chen, S. C., & Hariguna, T. (2021). The Empirical Study of Usability and Credibility on Intention Usage of Government-to-Citizen Services. *Journal of Applied Data Sciences*, 2(2). DOI: <https://scholar.archive.org/work/z634kbnqnffhp3i2qis47>.
- Cho, H., Cannon, J., Lopez, R., & Li, W. (2022). Social media literacy: A conceptual framework. *New media & society*, 14614448211068530. DOI: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/14614448211068530>.
- Cizreliogullari, M. N., Altun, Ö. & Barut, P. (2021). The Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction: Sport and Health Centers in North Cyprus. *Journal of Yaşar University*, 16, 40-50. DOI: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/jyasar/article/821482>.
- Collard, A. S., De Smedt, T., Dufrasne, M., Fastrez, P., Ligurgo, V., Patriarche, G., & Philippette, T. (2017). Digital media literacy in the workplace: a model combining compliance and inventivity. *Italian Journal*

- of *Sociology of Education*, 9(1). DOI: <https://researchportal.unamur.be/en/publications/digital-media-literacy-in-the-workplace-a-model-combining-complia>.
- Dabbaghi, F., & Khademloo, M. (2018). Correlation between Social Accountability and Quality of Service Delivery in "Health Assistant Plan" of Imam Hossein Medical Education Center, Tehran. *Journal of Health Promotion Management*, 7(4), 56-64. DOI: https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q.
- Feldner, S. B., & Berg, K. T. (2014). How corporations manage industry and consumer expectations via the CSR report. *Public Relations Journal*. DOI: https://epublications.marquette.edu/comm_fac/255.
- Gaafar, A. M. (2019). Organizational conflict management techniques and their relationship to administrative creativity employed in sports clubs. *International Journal of Sports Science and Arts*, 3(02), 20-35. DOI: https://ejijssa.journals.ekb.eg/article_87510.html.
- Hara, K., Yoshioka, R., Kuroda, M., Kurimoto, S., & Saijo, T. (2019). Reconciling intergenerational conflicts with imaginary future generations: Evidence from a participatory deliberation practice in a municipality in Japan. *Sustainability Science*, 14(6), 1605-1619. DOI: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11625-019-00684-x>.
- Hemphill, M. A., Janke, E. M., Gordon, B., & Farrar, H. (2018). Restorative youth sports: An applied model for resolving conflicts and building positive relationships. *Journal of Youth Development*, 13(3), 76-96. DOI: https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt.
- Huang, F., Zhang, Y., Wang, Z., & Deng, X. (2021). A Novel Conflict Management Method Based on Uncertainty of Evidence and Reinforcement Learning for Multi-Sensor Information Fusion. *Entropy*, 23(9), 1222. DOI: <https://www.mdpi.com/1099-4300/23/9/1222>.
- Huang, Y., & Soebbing, B. P. (2021). The novelty effect and on-field team performance in new sports facilities: the case of the Canadian Football League. *Sport Management Review*, 1-18. DOI: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14413523.2021.1908763>.
- Ibrahim, I., Jamil, N. A., & Amer, A. (2020). Aging adult fitness center service quality: A conceptual framework. *Advances in Transportation and Logistics Research*, 3, 878-883. DOI: https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q.
- Izadi, L., Taghdisi, M. H., Ghadami, M., Delavar, A., & Sarokhani, B. (2020). Identification of Effective Factors Decision Making in Crisis in Media rganization: A Systematic Review with Emphasis on Media literacy in Health Crisis (CORONA PANDEMIC. *Iranian Journal of Health Education and Health Promotion*, 8(4), 390-406. DOI: http://journal.ihepsa.ir/browse.php?a_code=A-10-1922-1&sid=1&slc_lang=en.
- Jumriani, J. (2020). Effect of accountability, service quality, trust muzzakki towards muzzaki loyalty. *jmm17*, 7(2), 6-12. DOI: https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt.
- Kahne, J., & Bowyer, B. (2019). Can media literacy education increase digital engagement in politics? *Learning, Media and Technology*, 44(2), 211-224. DOI: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17439884.2019.1601108>.
- Kellner, D., & Share, J. (2019). *The critical media literacy guide: Engaging media and transforming education*. Brill. DOI: <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id>.
- Kurniawan, M. R., Saputra, Y. M., & Kusmaedi, N. (2021). The relationship between sports facility service quality and customer satisfaction of gor saparua. *Competitor: Jurnal Pendidikan Keipelatihan Olahraga*, 13(1), 17-21. DOI: https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt.
- Li, W., & Zhang, W. (2021). Design Model of Urban Leisure Sports Public Facilities Based on Big Data and Machine Vision. *Journal of Sensors*, 2021. DOI: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1155/2021/1213978>.
- Loikkanen, L. (2021). Engaging customers in the field of sports services: from purchase decision to customer loyalty. *School of Business and Management, Kauppatietee*, 3(2), 118-139. DOI: <https://lutpub.lut.fi/handle/10024/162242>.
- Ma, P., Yao, N., & Yang, X. (2021). Service quality evaluation of terminal express delivery based on an integrated Servqual-ahp-topsis approach. *Mathematical Problems in Engineering*. DOI: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1155/2021/8883370>.
- Maiti, S., & Choi, J. H. (2021). Investigation and implementation of conflict management strategies to minimize conflicts in the construction industry. *International journal*

- of construction management, 21(4), 337-352. DOI: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15623599.2018.1536964>
- Manca, S., Bocconi, S., & Gleason, B. (2021). "Think globally, act locally": A glocal approach to the development of social media literacy. *Computers & Education*, 160, 104025. DOI: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0360131520302232>.
- Mason, L. E., Krutka, D., & Stoddard, J. (2018). Media literacy, democracy, and the challenge of fake news. *Journal of Media Literacy Education*, 10(2), 1-10. DOI: <https://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol10/is2/1>.
- Mkonyi, F. J. (2022). An integrated approach for the management of human-carnivore conflict: a review of conflict management interventions in Tanzania. *Mammalian Biology*, 1-21. DOI: <https://link.springer.com/article/10.1007/s42991-022-00255-1>.
- Nagle, J. (2018). Twitter, cyber-violence, and the need for a critical social media literacy in teacher education: A review of the literature. *Teaching and Teacher Education*, 76, 86-94. DOI: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0742051X17316736>.
- Park, H., Kim, H. S., & Park, H. W. (2021). A scientometric study of digital literacy, ICT literacy, information literacy, and media literacy. *Journal of Data and Information Science*, 6(2), 116-138. DOI: <https://scholar.google.com/scholar?q>.
- Pelau, C., Dabija, D. C., & Ene, I. (2021). What makes an AI device human-like? The role of interaction quality, empathy and perceived psychological anthropomorphic characteristics in the acceptance of artificial intelligence in the service industry. *Computers in Human Behavior*, 122, 106855. DOI: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563221001783>.
- Prasad, R. K., & Verma, S. (2022). Service quality measures: systematic literature review and future research directions. *International Journal of Management Practice*, 15(1), 9-23. DOI: <https://www.inderscienceonline.com/doi/abs/10.1504/IJMP.2022.119921>.
- Rasi, P., Vuojärvi, H., & Rivinen, S. (2021). Promoting media literacy among older people: A systematic review. *Adult Education Quarterly*, 71(1), 37-54. DOI: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0741713620923755>.
- Sung, S. Y., & Choi, J. N. (2021). Leader status behaviors and team creativity: The role of collective interactions and status conflict among members. *Journal of Organizational Behavior*, 42(8), 1120-1133. DOI: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/job.2551>.
- Taat, M. S., & Ariffin, M. A. (2021). Motivation as Mediator between the Qualities of Sports Services with the Development of Human Capital of Sports Culture: A Structural Equation Model Analysis. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (Turcoman)*, 12(6), 3677-3681. DOI: <https://www.proquest.com/openview/c45a2cb85dcd1bd6b60d74422477af40/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2045096>.
- Talebi, M., Omidvar Faz, M. (2021). Investigating the relationship between media literacy level and critical thinking and social skills in students of Payam Noor University of Birjand. *Journal of Communication and Culture*. 1(2): 21-30. (Persian). DOI: https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt.
- Tamunodiepiriye, I. P., Bedzra, L., & Essuman, J. (2022). Conflict Management Strategies, A Panacea for Effective Educational Leadership. *Gyan Management Journal*, 16(1), 1-15. DOI: https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt.
- Tien, N. H., Anh, D. B. H., Dung, H. T., On, P. V., Anh, V. T., & Dat, N. V. (2021). Factors impacting customer satisfaction at Vietcombank in Vietnam. *Himalayan journal of economics and business management* 2 (4). DOI: <https://www.researchgate.net/profile/Tony-Ng-29>.
- Tinmaz, H., Lee, Y. T., Fanea-Ivanovici, M., & Baber, H. (2022). A systematic review on digital literacy. *Smart Learning Environments*, 9(1), 1-18. DOI: https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt.
- Tshukudu, T. (2021). Conflict management systems used to promote employee relations in the botswana education sector. *European Journal of Social Law/Revue Européenne du Droit Social*, 51(2). DOI: https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt.