

Self-censorship Management in Iranian Sports with the Aim of Achieving Sustainable Public Relations

**Sayedeh Maedeh Ahmadi
Kopai** 

PhD student Department of Sports Management, SR.C., Islamic Azad University, Tehran, Iran

Ali Mohammad Safania * 

Department of Sports Management, SR.C., Islamic Azad University, Tehran, Iran

**Mohsen Bagherian
Farahabadi** 

Department of Sports Management, SR.C., Islamic Azad University, Tehran, Iran
Department of Sports Management, SR.C., Islamic Azad University, Tehran, Iran

**Sayed SalahAlddin
Naghshbandi** 

Abstract

This study aimed to investigate the management of self-censorship in Iranian sports with the purpose of achieving sustainable public relations. The research employed a mixed-methods design conducted in the field. In the qualitative phase, Glaser's grounded theory approach was applied, and the participants consisted of 17 experts familiar with the research subject. In the quantitative phase, the statistical population included public relations professionals in Iran's sports sector, such as managers and experts from the Ministry of Sport and Youth as well as national sports federations. Based on initial assessments, the population size was determined as 120, and according to Krejcie and Morgan's sampling table, 92 individuals were selected. Ultimately, 81 valid questionnaires were analyzed. Data collection was carried out in the field through semi-structured interviews and a researcher-designed questionnaire. Quantitative data were analyzed using

* Corresponding Author: am.safania@srbiau.ac.ir

How to Cite:

Fuzzy Shannon entropy and structural equation modeling (SEM). The findings revealed that the key factors influencing the management of self-censorship in Iranian sports toward sustainable public relations include: information positioning, agenda-setting, framing, standardization, technical issues, security and supervisory aspects, managerial approaches, cultural requirements, psychological perspectives, and educational issues. The quantitative results showed that all identified factors had t-values greater than 1.96, indicating their significant role in the research model. Overall, the study demonstrated that the smart management of self-censorship can transform it from a communicative threat into a constructive strategy for sports public relations in Iran. By addressing managerial, cultural, psychological, and technical dimensions alongside informational transparency, organizations can balance institutional requirements with societal expectations. Accordingly, institutionalizing a systematic approach to self-censorship can foster sustainability and trust in the public relations practices of sports organizations

Introduction

This study aimed to examine the management of self-censorship in Iranian sports with the ultimate goal of achieving sustainable public relations. Self-censorship, often perceived as a communicative threat, may also serve as a constructive strategy when approached through systematic management. Given the increasing importance of transparency, organizational accountability, and media relations in sports, the present study sought to identify and validate the key dimensions shaping the management of self-censorship in order to provide a stable framework for sports public relations in Iran.

Methods and Material

The research adopted an applied purpose with a mixed-methods design. The qualitative phase employed grounded theory following Glaser's approach, using semi-structured interviews with 17 experts in sports communication and self-censorship. Participants were selected through purposive sampling based on criteria including academic qualifications (minimum of a bachelor's degree), professional experience (at least 10 years in the relevant field), and research

background (minimum of five publications). Additional selection criteria considered theoretical knowledge, recognition by peers, diversity of perspectives, and willingness to participate. Data collection continued until theoretical saturation was achieved in the 16th interview, with one additional interview conducted to ensure saturation. Interviews lasted between 37 and 89 minutes, averaging 51 minutes.

The output of the qualitative phase informed the design of a researcher-made questionnaire consisting of 45 items measured on a five-point Likert scale. To ensure trustworthiness in the qualitative stage, credibility, transferability, and confirmability were assessed through expert review, independent coding, and peer debriefing. For the quantitative stage, the questionnaire's validity was confirmed by expert judgment, while reliability was assessed using Cronbach's alpha ($\alpha = 0.87$). Inter-coder reliability exceeded 0.70, indicating acceptable coding consistency.

The quantitative population included public relations managers and experts from the Ministry of Sport and Youth and national sports federations in Iran. Out of a population of 120 individuals, 92 were selected using Krejcie and Morgan's sampling table, and ultimately 81 completed questionnaires were analyzed. Data analysis employed interpretive structural modeling (ISM), carried out using SPSS v20 and SmartPLS v3.

Results and Discussion

The qualitative coding process, including open, axial, and selective coding, led to the identification of ten core categories: information positioning, agenda-setting, and framing, standardization, technical issues, security and supervisory aspects, managerial approaches, cultural requirements, psychological perspectives, and educational issues. The SEM analysis confirmed that all identified factors were statistically significant, with t-values exceeding 1.96, demonstrating their meaningful contribution to the overall model. The final model accounted for a substantial portion of the variance in explaining sustainable public relations in the sports sector.

Conclusion

Findings indicate that the intelligent management of self-censorship can transform it from a perceived communication barrier into a constructive strategy for enhancing trust, credibility, and sustainability in sports public relations. By addressing managerial, cultural, psychological, and technical dimensions, alongside promoting transparency in information flows, sports organizations can effectively balance institutional requirements with societal expectations. The results highlight the importance of institutionalizing a systematic approach to self-censorship, which can reinforce public trust and foster long-term stability in the public relations practices of sports organizations in Iran.

Acknowledgments

This article is extracted from the doctoral dissertation with the guidance and advice of the author's professors. We would like to thank everyone who helped us with this study.

Keywords: Media, Communication, News, Censorship, Self-censorship, Sustainable Public Relation

JEL Classification:

مدیریت خودسانسوری در ورزش ایران باهدف دستیابی به روابط عمومی پایدار

سیده مائده احمدی کوپائی^۱، علی محمد صفانیا^۲، محسن باقریان فرح آبادی^۳، سید صلاح الدین نقشبندی^۴

۱. دانشجوی دکتری گروه مدیریت ورزشی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲. گروه مدیریت ورزشی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۳. گروه مدیریت ورزشی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۴. گروه مدیریت ورزشی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

چکیده

تحقیق حاضر با هدف بررسی مدیریت خودسانسوری در ورزش ایران باهدف دستیابی به روابط عمومی پایدار انجام گردید. تحقیق حاضر ازجمله تحقیقات آمیخته بود که به صورت میدانی اجرایی گردید. روش تحقیق در بخش کیفی از نوع گلیزر بود. شرکت کنندگان بخش کیفی شامل خبرگان آگاه به موضوع تحقیق به تعداد ۱۷ نفر بود. جامعه آماری در بخش کمی نخبگان آگاه به موضوع پژوهش، برخی مدیران روابط عمومی سازمان های ورزشی کشور ایران شامل مدیران و کارشناسان روابط عمومی وزارت ورزش و جوانان و فدراسیون های ورزشی بود. بر اساس بررسی های اولیه به عمل آمده در مجموع تعداد آنان ۱۲۰ نفر مشخص شدند. در نهایت با تکیه بر جدول نمونه گیری کرجسی و مورگان، تعداد ۹۲ نفر به عنوان نمونه ی بخش کمی این مطالعه لحاظ گردیدند. در نهایت تعداد ۸۱ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. شیوه گردآوری داده ها به صورت میدانی بود که محققین با حضور در مکان های مشخص شده به جمع آوری اطلاعات مدنظر پرداختند. ابزار گردآوری اطلاعات در تحقیق حاضر مصاحبه نیمه ساختاریافته و پرسشنامه محقق ساخته بود. روش های تجزیه و تحلیل داده های تحقیق در بخش کمی شامل روش آنتروپی شانون فازی معادلات ساختاری بود. با توجه به نتایج مشخص گردید که عوامل موثر بر مدیریت خودسانسوری در ورزش ایران در جهت دستیابی به روابط عمومی پایدار شامل جایگاه اطلاعات، جریان سازی، چارچوب سازی، استاندارد سازی، مسائل فنی، جنبه های امنیتی-نظارتی، رویکردهای مدیریتی، الزامات فرهنگی، رویکردهای روان شناختی و مسائل آموزشی می باشد. نتایج بخش کمی نشان داد که تمامی عوامل شناسایی شده دارای میزان تی بالاتر از ۱/۹۶ می باشند که نشان دهنده این مهم است که تمامی عوامل حضور معناداری در مدل تحقیق دارند. این پژوهش نشان داد که مدیریت هوشمندانه خودسانسوری می تواند از یک تهدید ارتباطی به یک راهبرد سازنده در روابط عمومی ورزش ایران تبدیل شود. توجه به ابعاد مدیریتی، فرهنگی، روان شناختی و فنی در کنار شفافیت اطلاعاتی، امکان ایجاد تعادل میان الزامات سازمانی و انتظارات جامعه را فراهم می سازد. بر این اساس، نهادینه سازی رویکردی نظام مند به خودسانسوری می تواند زمینه ساز پایداری و اعتماد آفرینی در روابط عمومی سازمان های ورزشی کشور باشد.

کلمات کلیدی: ارتباطات، اخبار، خودسانسوری، سانسور، روابط عمومی پایدار.

مقدمه

روابط عمومی پایدار^۱ به عنوان رویکردی نوین در فرآیندهای ارتباطی سازمان‌ها مطرح می‌شود که نه تنها به برقراری ارتباط مؤثر با ذینفعان پرداخته، بلکه به ابعاد اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی نیز توجه دارد. این مفهوم به دنبال ایجاد روابط بلندمدت و معنادار میان سازمان‌ها و جامعه می‌باشد و بر اساس اصول اخلاقی و شفافیت عمل می‌کند (بوچکارو و فریمن^۲، ۲۰۲۲). تعهد به اخلاق و شفافیت از اصلی‌ترین ویژگی‌های روابط عمومی پایدار است. سازمان‌ها باید در تعاملات خود با ذینفعان، اصولی را رعایت کنند که موجب افزایش اعتماد و اعتبار آن‌ها شود. در دنیای امروز که مصرف‌کنندگان بیشتر از هر زمان دیگری به رفتارهای اخلاقی و پایدار سازمان‌ها توجه می‌کنند، ضرورت توجه به این بعد از ارتباطات بیش از پیش احساس می‌شود (مادسن^۳، ۲۰۱۵). از دیگر ابعاد مهم روابط عمومی پایدار، سرمایه اجتماعی است. از آنجا که دنیای امروز به شدت به ارتباطات و تعاملات اجتماعی وابسته است، سازمان‌ها باید به ایجاد و تقویت سرمایه اجتماعی اهمیت دهند. این بدان معناست که برقراری گفت‌وگوهای دوطرفه و ایجاد فضایی برای تبادل نظرات باید در اولویت باشد. این گونه ارتباطات، باعث شکل‌گیری اعتماد و وفاداری در میان ذینفعان خواهد شد (ادامسکا و جورک^۴، ۲۰۲۱).

امروزه اطلاعات به عنوان یکی از منابع مهم و کلیدی در سطح بین‌المللی مشخص می‌باشد که نقش اساسی در جهت افزایش عملکرد دارد (سیلویرا و ریس^۵، ۲۰۲۲). تلاش‌های گسترده‌ای در جهت دسترسی به اطلاعات در تمامی حوزه‌ها وجود دارد که این مسئله باعث شکل‌گیری رقابت‌هایی در بخش‌های مختلف جهت دسترسی به اطلاعات شده است (ال‌مجزوب و داویداویسینی^۶، ۲۰۱۸). از اطلاعات، در حوزه‌های مختلفی از جمله شفافیت

1. Sustainable Public Relations

2. Bochkarev & Freyman

3. Madsen

4. Adamska & Jurek

5. Silveira & Reis

6. Al Majzoub & Davidavičienė

فعالیت‌ها و همچنین احترام به حقوق شهروندان استفاده می‌گردد (بوچکارو و فریمن^۷، ۲۰۲۲). با توجه به اهمیت اطلاعات در تمامی حوزه‌ها، اما امروزه روند نشر اطلاعات به صورت جدی دنبال نشده است که در برخی مواقع سانسور^۸ به عنوان یک مانع منجر به عدم نشر اطلاعات می‌گردد (دیپلیسیس^۹، ۲۰۲۲). سانسور سرکوب گفتار، ارتباطات عمومی یا سایر اطلاعات است. این عمل ممکن است بر این اساس انجام شود که چنین مطالبی قابل اعتراض، مضر، حساس یا "مناسب" در نظر گرفته شود (لی و چان^{۱۰}، ۲۰۰۹). سانسور به معنای تغییر، محدودسازی یا ممنوعیت گفتار و نوشتاری است که از سوی نهادهای ذی ربط به گونه‌ای تهدیدکننده یا مغایر با منافع عمومی تلقی می‌شود. در همه مظاهر اقتدار تا حدی وجود دارد، اما در دوران معاصر در رابطه با حکومت و حاکمیت قانون از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بوده است (ادامسکا^{۱۱} و همکاران، ۲۰۲۲). سانسور زمانی اتفاق می‌افتد که افراد یا گروه‌ها سعی می‌کنند دیگران را از گفتن، چاپ یا به تصویر کشیدن کلمات و تصاویر بازدارند (دیپلیسیس، ۲۰۲۲).

یکی از انواع سانسور؛ خودسانسوری می‌باشد که به صورت جدی روند انتشار اطلاعات و اخبار را تحت شعاع قرار می‌دهد. خودسانسوری^{۱۲} یکی از مسائل مهم در ادبیات امروزی در عرصه مدیریت می‌باشد. خودسانسوری به رفتار یا عملی اشاره می‌کند که افراد می‌توانند اطلاعاتی از خودشان را بروز دهند، اما به دلایلی این کار را انجام نمی‌دهند (سلماسی و همکاران، ۱۴۰۱). خودسانسوری عمل سانسور یا طبقه‌بندی گفتمان خود است. این کار به دلیل ترس یا احترام به حساسیت‌ها یا ترجیحات دیگران و بدون فشار آشکار از طرف هیچ حزب یا نهاد خاصی انجام می‌شود (مادسن^{۱۳}، ۲۰۱۵). خودسانسوری یکی از پدیده‌های مخرب در حال حاضر می‌باشد که به صورت جدی روابط عمومی را تحت شعاع

7. Bochkarev & Freyman

8. Censorship

9. Du Plessis

10. Lee & Chan

11. Silveira & Reis

12. Self-censorship

13. Madsen

قرار می‌دهد. از جمله آسیب‌های مخرب خودسانسوری می‌توان به کاهش اعتماد عمومی، ایجاد محدودیت در نشر اطلاعات، فقدان شفافیت، ضعف در اشراف محیطی و همچنین اختلال در درک و مشاهده واقعیت‌ها اشاره کرد (ادامسکا و جورک^{۱۴}، ۲۰۲۱). پدیده خودسانسوری می‌تواند حداقل در سه شکل خود را نشان دهد. اول اینکه خودسانسوری می‌تواند به عدم بروز اطلاعات از سوی اشخاص به علت نبود مشوق‌های روان‌شناختی باشد. به عبارتی افراد به واسطه عدم باور در خصوص توانایی‌های خود و برخی مسائل منفی از جمله رودربایستی؛ دست به خودسانسوری بزنند. دوم اینکه خودسانسوری می‌تواند ناشی از احتیاط در خصوص ارائه برخی اطلاعات باشد که ناشی از نگرانی در خصوص عواقب آن برای فرد و یا گروه خود باشد. سوم اینکه خودسانسوری می‌تواند ناشی از ترس در خصوص آسیب رساندن به فرد و گروه به واسطه درج اطلاعاتی در خصوص برخی فعالیت‌ها باشد که در تضاد با قوانین، ارزش‌ها و فرهنگ‌ها می‌باشد. با توجه به وجود سه نوع خودسانسوری؛ در محیط‌های سازمانی و اداری نوع دوم و سوم بیشتر از اهمیت بالایی برخوردار هستند (شاهر^{۱۵} و همکاران، ۲۰۱۸). روان‌شناسان در خصوص بررسی پدیده خودسانسوری نوع اول این پدیده را مدنظر قرار می‌دهند و سعی در درمان آن را دارند (بارتال^{۱۶}، ۲۰۱۷). در میان پژوهشگران حوزه سازمانی و اجتماعی؛ نوع دوم و سوم خودسانسوری که به‌عمد برخی اطلاعات مهم و کلیدی در خصوص وقایع و رخدادها ذکر نمی‌شود؛ مورد توجه جدی می‌باشد (لبو^{۱۷}، ۲۰۱۶).

پدیده خودسانسوری از مفاهیم مرتبط با روابط عمومی محسوب می‌شود و در همین حوزه شکل گرفته و توسعه یافته است. روابط عمومی به‌عنوان یکی از عرصه‌های انسانی، زمینه‌ساز گسترش و نهادینه‌سازی خودسانسوری بوده است. کارکردهای مخرب خودسانسوری سبب گردید تا این پدیده در دیگر حوزه‌ها نیز مدنظر قرار گیرد به‌صورتی که در ادامه سازمان‌های بین‌المللی در تمامی حیطه‌ها نیز خودسانسوری را مدنظر و

14. Adamska & Jurek

15. Shahr

16. Bt Tal

17. Lebow

به صورت جدی دنبال نمودند (اسپرویت^{۱۸}، ۲۰۲۲). سازمان ملل در ماده ۱۹ حقوق بشر ضمن تأکید بر اهمیت و جایگاه مبارزه با سانسور؛ نشان داد که خودسانسوری یکی از اشکال جدید سانسور می باشد که به دلایل مختلف اتفاق می افتد و می بایستی به صورت جدی شناسایی و کنترل گردد (دوپلیسیس^{۱۹}، ۲۰۲۲). امروزه خودسانسوری از زوایای گوناگون مورد توجه قرار گرفته و پیامدهای روان شناختی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی آن بررسی می شود. کوئفمن^{۲۰} (۲۰۲۱)، در مطالعات خود اشاره داشت که خودسانسوری می تواند به واسطه نیت های سیاسی شکل گیرد. از طرفی کاسیدی^{۲۱} (۲۰۲۱) و تانبرگ^{۲۲} (۲۰۲۱) مشخص نمودند پدیده خودسانسوری می تواند آسیب های روان شناختی در میان افراد ایجاد نماید و این آسیب ها در بلند مدت شدیدتر خواهد بود. همچنین اونگ^{۲۳} (۲۰۲۱) اشاره داشت که رواج خودسانسوری در سازمان ها می تواند به عنوان یک ضعف فرهنگی؛ نقش اساسی در جلوگیری از خلاقیت و نوآوری داشته باشد. اسپرویت (۲۰۲۲) نیز خودسانسوری را از منظر اقتصادی مدنظر قرار داد و اعلام داشت که خودسانسوری یکی از پدیده های رواج یافته در حوزه های اقتصادی می باشد که می تواند به منظور اهداف اقتصادی شکل گیرد.

اگرچه اهمیت خودسانسوری موجب شده است این پدیده بیشتر به عنوان یک عامل مخرب مورد توجه قرار گیرد، اما برخی محققان تلاش کرده اند فرایند و روند شکل گیری آن را نیز شناسایی کنند (دترت و ادموندسون^{۲۴}، ۲۰۱۱). خودسانسوری می تواند تحت تأثیر شرایط فردی و محیطی شکل گیرد و در آن وراثت و مسائل محیطی تأثیرگذار می باشد. تشدید خودسانسوری تحت تأثیر مسائل محیطی می باشد و این مسئله کاملاً می تواند روند شکل گیری و ایجاد این پدیده را مدنظر قرار دهد (دوپلیسیس، ۲۰۲۲). ایجاد محیط های

18. Spruit

19. Du Plessis

20. Kaufmann

21. Cassidy

22. Silveira & Reis

23. Ong

24. Detert & Edmondson

عاری از خودسانسوری می‌تواند شرایطی جهت بسط توانایی‌های فردی و گروهی را فراهم نماید و محیطی استاندارد جهت تعامل و ارتباطات فردی را به وجود آورد (مادسن و ورهویون^{۲۵}، ۲۰۱۶). خودسانسوری در تمامی حوزه‌ها می‌تواند مشکلات زیادی را به همراه داشته باشد. با توجه به ماهیت مهم ورزش که ایجاد سرمایه اجتماعی می‌باشد؛ خودسانسوری می‌تواند این سرمایه اجتماعی را کاهش دهد. از طرفی با توجه به گستردگی محیط‌های ورزشی؛ وجود اطلاعات به روز و کارآمد از اهمیت بالایی برخوردار می‌باشد و در جهت بهبود عملکرد ورزشی کاملاً مفید و ضروری است. با این حال خودسانسوری می‌تواند در حوزه ورزش ضمن خدشه بر جریان اطلاعات؛ باعث بحران بی‌اعتمادی در این خصوص گردد (هایس^{۲۶}، ۲۰۰۷). در تحقیقات مختلفی به پدیده خودسانسوری توجه شده است. برخی روانشناسان ضمن بررسی عوامل شکل‌دهنده خودسانسوری؛ اشاره داشتند که ویژگی‌های شخصیتی افراد و عدم تمایل جهت ارتباطات اجتماعی به عنوان یک عامل در جهت شکل‌گیری پدیده خودسانسوری می‌باشد (بارتال، ۲۰۱۷). از طرفی برخی پژوهشگران از جمله گرمانو و میر (۲۰۱۳) ضمن بررسی آثار منفی و نامناسب خودسانسوری در محیط‌های سازمانی؛ اشاره داشتند که خودسانسوری زمینه جدی و یکی از نشانه‌های مهم شکل‌گیری فساد می‌باشد. ادامسکا و جورک (۲۰۲۱) مشخص نمودند که انسجام گروهی در جهت معکوس با اهداف سازمانی می‌تواند بستری جهت شکل‌گیری خودسانسوری را فراهم نماید. سلماسی و همکاران (۱۴۰۱) نیز اشاره داشتند که پدیده خودسانسوری یکی از پدیده‌های پیچیده حوزه رفتار سازمانی می‌باشد که می‌بایستی به صورت جدی مدنظر قرار گیرد. پدیده خودسانسوری در حوزه ورزش در سال‌های اخیر مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است. برای نمونه، بردشاو^{۲۷} (۲۰۱۸)، در مطالعه‌ای موردی درباره روزنامه‌نگاری ورزشی نشان داد که خبرنگاران در مواجهه با فشارهای حرفه‌ای و اخلاقی، برای حفظ منافع سازمانی و جلوگیری از پیامدهای احتمالی، گاه به

25. Madsen & Verhoeven

26. Hayes

27. Bradshaw

خودسانسوری روی می آورند. در زمینه ورزش زنان در ایران نیز تحقیقات متعددی صورت گرفته است؛ احمدی و مولانا (۲۰۲۴)، با تحلیل تجربه ۲۲ ورزشکار زن ایرانی، محدودیت‌های فرهنگی، اجتماعی و مدیریتی را از مهم‌ترین عوامل بازدارنده در پوشش رسانه‌ای ورزش زنان معرفی کرده‌اند. همچنین لطیفی فرد (۲۰۲۵) با بررسی بازنمایی ورزش زنان در رسانه‌های ایرانی، نشان داد که رسانه‌های جریان اصلی در مقایسه با رسانه‌های جایگزین، به دلیل الگوهای خاص و عدم شفافیت، زمینه‌ساز تقویت خودسانسوری هستند. از سوی دیگر، در سطح نظری یوئن^{۲۸} (۲۰۲۵)، با تأکید بر نقش فشارهای اجتماعی در شکل‌گیری خودسانسوری، نشان داد که جو اجتماعی و فرهنگی می‌تواند به‌طور مستقیم بر تصمیم افراد در محدودسازی بیان خود تأثیر بگذارد؛ موضوعی که در ورزش به دلیل شدت رسانه‌ای‌شدن، نمود بیشتری می‌یابد. با وجود این یافته‌ها، خلأ روش‌شناختی و نظری در خصوص «مدیریت خودسانسوری» در ورزش ایران همچنان مشهود است؛ به‌ویژه در ارتباط با دستیابی به روابط عمومی پایدار، که پژوهش حاضر درصدد پر کردن این شکاف است.

با وجود آنکه پژوهش‌های متعددی در حوزه خودسانسوری به‌ویژه در محیط‌های سازمانی، رسانه‌ای و فرهنگی انجام گرفته و ابعاد فردی، اجتماعی و محیطی این پدیده مورد توجه قرار گرفته است (دترت و ادموندسون، ۲۰۱۱؛ دوپلیسیس، ۲۰۲۲؛ بارتال، ۲۰۱۷)، اما در ادبیات موجود، تمرکز عمدتاً بر پیامدهای منفی خودسانسوری یا شناسایی عوامل شکل‌دهنده آن بوده است. در حوزه ورزش نیز هرچند مطالعاتی به بررسی مصادیق خودسانسوری در روزنامه‌نگاری ورزشی (بردشاو، ۲۰۱۸)، بازنمایی ورزش زنان (احمدی و مولانا، ۲۰۲۴؛ لطیفی فرد، ۲۰۲۵) و فشارهای اجتماعی-فرهنگی بر بیان ورزشی (یوئن، ۲۰۲۵) پرداخته‌اند، اما تاکنون پژوهش جامعی که به مدیریت خودسانسوری با رویکرد دستیابی به روابط عمومی پایدار بپردازد، صورت نگرفته است. درواقع، ادبیات علمی موجود بیشتر به «چیستی و چرایی خودسانسوری» پرداخته و کمتر به «چگونگی مدیریت

28. Yuen

آن در ورزش ایران» توجه کرده است. این خلأ نظری و کاربردی، ضرورت انجام پژوهش حاضر را دوچندان می‌سازد؛ زیرا هدف این تحقیق، طراحی و ارائه مدلی برای مدیریت خودسانسوری در ورزش ایران است که بتواند به ایجاد روابط عمومی پایدار، ارتقای سرمایه اجتماعی و بهبود کارکرد ارتباطی سازمان‌های ورزشی کمک نماید. پدیده خودسانسوری به عنوان یک مسئله مبهم در حوزه ورزش نیز وجود دارد و عملاً فضای حاکم بر ورزش را تحت شعاع قرار داده است. نبود مطالعات جامع در خصوص پدیده خودسانسوری در ورزش سبب گردیده است تا امروزه شواهدی در خصوص وضعیت این پدیده در ورزش در دسترس نباشد. از طرفی با توجه به آسیب‌های مثبت و منفی در خصوص پدیده خودسانسوری؛ نبود شواهدی در خصوص این آسیب‌ها سبب گردیده است تا عملاً شواهدی در این خصوص در دسترس نباشد. خلا تحقیقاتی در خصوص پدیده خودسانسوری در ورزش از دو جنبه علمی و عملی باعث بروز بحران‌هایی در ورزش شده است. از منظر علمی این خلا تحقیقاتی سبب گردیده است تا شواهد نظری در خصوص پدیده خودسانسوری در ورزش وجود نداشته باشد. از منظر عملی نیز این خلا تحقیقاتی سبب گردیده است تا راهکارهایی در جهت مدیریت و کنترل خودسانسوری در ورزش وجود نداشته باشد. بدون شک کمبود مطالعات جامع در این حوزه ضمن ایجاد بستری جهت گسترش خودسانسوری در ورزش؛ باعث گردیده است تا امروزه به اطلاعات و اخبار موجود در ورزش اعتماد کاملی نگردد. این مسئله سبب گردیده است تا تحقیق حاضر باهدف شناسایی عوامل موثر بر مدیریت خودسانسوری در ورزش ایران در جهت دستیابی به روابط عمومی پایدار طراحی و اجرا گردد. لذا سوال اصلی تحقیق حاضر این می باشد که عوامل موثر بر مدیریت خودسانسوری در ورزش ایران در جهت دستیابی به روابط عمومی پایدار چه می باشد؟

روش پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی، از نظر شیوه گردآوری داده‌ها به صورت آمیخته بود. روش کیفی مورد استفاده در تحقیق حاضر از نوع گراند تئوری و استفاده از مدل گلنزر بود. ابزار مورد استفاده در این پژوهش شامل مصاحبه نیمه ساختاریافته و پرسشنامه محقق ساخته بود. خروجی مصاحبه‌های تحقیق منجر به شکل‌گیری پرسشنامه محقق ساخته‌ای شد که دارای ۴۵ سؤال بود. سؤالات این پرسشنامه به صورت طیف ۵ ارزشی لیکرت طراحی گردید.

جهت بررسی روایی بخش کیفی از قابلیت باورپذیری (اعتبار)، انتقال‌پذیری و تأیید پذیری استفاده گردید. بدین منظور، برای بررسی قابلیت باورپذیری، فرایند پژوهش توسط هفت متخصص تأیید شد و همچنین به منظور اطمینان از همسانی دیدگاه‌ها، دو کدگذار مستقل چند نمونه مصاحبه را کدگذاری کردند. همچنین، برای بررسی انتقال‌پذیری، از دیدگاه‌های سه متخصصی که در فرایند پژوهش مشارکت نداشتند درباره یافته‌های تحقیق بهره‌گیری شد. جهت بررسی قابلیت تأیید پذیری از ثبت و ضبط تمامی مصاحبه‌ها و بررسی آنان در زمان‌های مورد نیاز استفاده گردید. جهت بررسی روایی بخش کمی از بررسی نظرات خبرگان و جهت بررسی پایایی پرسشنامه از محاسبه آلفای کرونباخ استفاده گردید ($\alpha = 0.87$) (کرسول و کلارک^{۲۹}، ۲۰۱۸). جهت بررسی پایایی در بخش کیفی، از روش توافق میان دو کدگذار مستقل استفاده گردید. برای این منظور، چند مصاحبه به طور جداگانه توسط دو کدگذار کدگذاری شد و سپس میزان توافق محاسبه گردید که بیش از ۰/۷ برآورد شد؛ این عدد نشان‌دهنده پایایی مناسب کدگذاری‌ها است (توکل و دنیگ^{۳۰}، ۲۰۱۱).

جامعه آماری تحقیق حاضر در بخش کیفی شامل خبرگان آگاه به حوزه روابط عمومی و خودسانسوری در ورزش بود. معیارهای ورود خبرگان بخش کیفی تحقیق در سه بخش شامل تحصیلات (دارا بودن مدرک تحصیلی حداقل کارشناسی)، سوابق شغلی (دارا بودن حداقل ۱۰ سال سوابق شغلی در حوزه مربوطه) و سوابق پژوهشی (دارا بودن حداقل ۵ مقاله

29. Creswell & Clark

30. Tavakol & Dennick

علمی در حوزه روابط عمومی) بود. به منظور انتخاب نمونه‌های بخش کیفی از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد. در این پژوهش با توجه به هدف مطالعه، شرکت‌کنندگان بخش کیفی بر اساس نمونه‌گیری هدفمند از بین افراد آگاه به موضوع پژوهش انتخاب شدند. پنج معیار برای انتخاب شرکت‌کنندگان در تحقیق شناسایی شد که عبارت بودند از:

۱. کلیدی بودن- آیا افراد شناسایی شده به صورت کامل با موضوع آشنا هستند؟

۲. شناسایی شده توسط سایرین- آیا افرادی که برای مصاحبه انتخاب شده‌اند از سوی

دینفعان به عنوان خبرگان، در نظر گرفته می‌شوند؟

۳. فهم نظری موضوع- آیا این افراد درک درستی از موضوع پژوهش دارند؟

۴. تنوع- آیا مصاحبه‌شوندگان، از گروه‌های مختلف (نظری و عملی) انتخاب شده‌اند؟

۵. موافقت با مشارکت- آیا افراد منتخب، انگیزه مناسبی برای مشارکت در تحقیق

داشتند؟ (کرسول و کلارک، ۲۰۱۸)

فرایند گزینش نمونه‌ها ادامه پیدا کرد تا هنگامی که در جریان کسب اطلاعات، هیچ داده جدیدی پدیدار نشد و به عبارتی داده‌ها در ۱۶ مصاحبه به اشباع رسیدند و ادامه مصاحبه صرفاً برای اطمینان از اشباع نظری انجام شد. در مجموع با ۱۷ نفر از نخبگان مصاحبه شد. مدت زمان مصاحبه‌ها از حداقل ۳۷ دقیقه تا حداکثر ۸۹ دقیقه متغیر بود و میانگین آن‌ها ۵۱ دقیقه بود.

جامعه آماری تحقیق حاضر در بخش کمی نخبگان آگاه به موضوع پژوهش، مدیران روابط عمومی سازمان‌های ورزشی کشور ایران شامل مدیران و کارشناسان روابط عمومی وزارت ورزش و جوانان و فدراسیون‌های ورزشی بود. بر اساس بررسی‌های اولیه به عمل-آمده در مجموع تعداد آنان ۱۲۰ نفر مشخص شدند. در نهایت با تکیه بر جدول نمونه‌گیری کرجسی و مورگان، تعداد ۹۲ نفر به عنوان نمونه‌ی بخش کمی این مطالعه لحاظ گردیدند. در نهایت با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس ۸۱ نفر انتخاب شدند. داده‌های کیفی پژوهش از طریق فرایند کدگذاری، تحلیل شد. مراحل تحلیل داده‌ها از طریق کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی انجام و به عرضه پارادایم منطقی یا تصویر تجسمی از نظریه در حال تکوین پایان یافت. همچنین داده‌های کمی تحقیق حاضر به واسطه

روش آنتروپی شانون فازی و معادلات ساختاری انجام گردید. کلیه روند تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق حاضر در نرم‌افزارهای SPSS نسخه ۲۰ و PLS نسخه ۳ انجام گردید.

یافته‌های پژوهش

جدول شماره ۱ نتایج مربوط به یافته‌های توصیفی نمونه‌های تحقیق را نشان می‌دهد.

جدول ۱. یافته‌های توصیفی تحقیق

بخش	ویژگی	گروه ها	فراوانی	درصد	
کیفی	سن	زیر ۴۰ سال	۳	۱۷/۶	
		۴۰-۵۰ سال	۸	۴۷/۱	
		بالای ۵۰ سال	۶	۳۵/۳	
	تحصیلات	کارشناسی	۲	۱۱/۸	
		کارشناسی ارشد	۴	۲۳/۵	
		دکتری	۱۱	۶۴/۷	
	جنسیت	مرد	۱۰	۵۸/۸	
		زن	۷	۴۱/۲	
	کمی	سن	زیر ۴۰ سال	۲۰	۲۴/۷
			۴۰-۵۰ سال	۳۸	۴۶/۹
بالای ۵۰ سال			۲۳	۲۸/۴	
تحصیلات		کارشناسی	۴۰	۴۹/۵	
		کارشناسی ارشد	۲۶	۳۲/۱	
		دکتری	۱۵	۱۸/۴	
جنسیت		مرد	۶۰	۷۴/۱	
		زن	۲۱	۲۵/۹	

یافته‌های توصیفی مربوط به سن نمونه‌های آماری نشان داد که در بخش کیفی افراد بارده سنی ۴۰-۵۰ سال با ۴۷/۱ درصد بیشترین فراوانی را دارا بودند. همچنین بر اساس نتایج در بخش کمی افراد بارده سنی ۴۰-۵۰ سال با ۴۶/۹ درصد بیشترین فراوانی را دارا بودند. یافته‌های توصیفی مربوط به سطح تحصیلات نمونه‌های آماری نشان داد که در بخش کیفی افراد دارای مدرک تحصیلی دکتری با ۶۴/۷ درصد بیشترین تعداد را دارا می‌باشند. بر اساس نتایج به‌دست آمده، در بخش کمی افراد دارای مدرک تحصیلی کارشناسی با ۴۹/۵

درصد بیشترین تعداد را دارا می‌باشند. یافته‌های توصیفی مربوط به جنسیت نمونه‌های آماری نشان داد که در بخش کیفی ۵۸/۸ درصد پاسخگویان مرد و ۴۱/۲ درصد زن می‌باشند. بر اساس نتایج در بخش کمی ۷۴/۱ درصد پاسخگویان مرد و ۲۵/۹ درصد زن می‌باشند.

در پژوهش حاضر، محقق با استفاده از تکنیک گلیزر مفاهیم را به‌عنوان واحد تحلیل در سطوح متن مصاحبه موردتوجه و تمرکز قرار داده و با تفکیک متن مصاحبه به عناصر دارای پیام در مدخل سطور و پاراگراف‌ها تلاش نمود تا کدهای باز استخراج گردند و در نهایت تعداد ۴۵ مفهوم استخراج گردید؛ در مرحله کدگذاری محوری، در ابتدا مقوله اصلی پژوهش تعیین‌شده و در نهایت سایر مقوله‌ها دسته‌بندی شدند. در طول روند کدگذاری انتخابی و حتی در فرایند تلفیق، محقق متن مصاحبه‌های انجام‌شده را چندین بار مورد بازبینی قرار داده و عبارات و ایده‌هایی را که بیانگر روابط بین مقوله‌های اصلی و فرعی بودند را موردتوجه قرار داد. بر همین اساس، روابط بین مقوله‌ها و مربوط به عوامل موثر بر مدیریت پدیده خودسانسوری در ورزش ایران شکل گرفت و نهایتاً با استفاده از نمودار، یکپارچه‌سازی نظریه صورت پذیرفت. جدول شماره ۲ نتایج مربوط به این کدها را نشان می‌دهد.

جدول ۲. نتایج کدگذاری باز

ردیف	کدهای استخراجی	فراوانی	شماره مصاحبه‌ها	مقدار آنتروپی	ضریب اهمیت
۱	افزایش کاربرد اطلاعات در ورزش	۱۳	۲، ۳، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۲، ۱۳، ۱۷، ۱۶، ۱۵، ۱۳	۰/۹۱۴۴۰۸	۰/۱۰۳۵۸۷
۲	طبقه‌بندی اطلاعات در ورزش	۹	۲، ۳، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۲، ۱۳، ۱۷، ۱۶، ۱۵، ۱۳	۰/۵۲۴۷۱۴	۰/۰۶۲۱۴۸
۳	شخصی‌سازی اطلاعات موجود در ورزش	۸	۱۱، ۱۴، ۱۰، ۱۸، ۱۲، ۶، ۷	۰/۴۷۵۸۴۹	۰/۰۵۷۴۱۸
۴	توجه به اطلاعات تخصصی در ورزش	۱۱	۲، ۸، ۱۳، ۱۱، ۱۴، ۱۲، ۳، ۷، ۶، ۱۰	۰/۷۹۴۴۱۹	۰/۰۹۴۵۹۶
۵	تفکیک سازی اخبار و اطلاعات ورزشی	۱۲	۸، ۵، ۶، ۱۲، ۱۰، ۱، ۱۷، ۱۳، ۱۶، ۱۱، ۷، ۳	۰/۸۶۹۸۷۴	۰/۰۹۸۹۵۲
۶	مشخص نمودن اطلاعات و اخبار غیرعمومی در	۱۳	۱۴، ۶، ۱۷، ۳، ۵، ۱۰، ۱۶، ۱۱	۰/۹۱۴۴۰۸	۰/۱۰۳۵۸۷

ردیف	کدهای استخراجی	فراوانی	شماره مصاحبه‌ها	مقدار آنتروپی	ضریب اهمیت
	ورزش		۴، ۸، ۷، ۲، ۱۳		
۷	تعیه فرایندهای انتشار اطلاعات در ورزش	۹	۱۴، ۱، ۶، ۳، ۵، ۱۲، ۷، ۱۳، ۴	۰/۵۲۴۷۱۴	۰/۰۶۲۱۴۸
۸	تعریف هدایت‌کنندگان اطلاعاتی و خبری	۱۲	۱۷، ۸، ۵، ۶، ۱۶، ۱۲، ۹، ۱۱ ۷، ۳، ۱۴، ۱۳	۰/۸۶۹۸۷۴	۰/۰۹۸۹۵۲
۹	مدیریت انحرافات در ورزش	۱۰	۸، ۷، ۲، ۱۳، ۴، ۱، ۱۲، ۱۷، ۳ ۱۵	۰/۶۹۵۸۱۴	۰/۰۸۱۴۷۹
۱۰	تعیین سنجش نشر اطلاعات تخصصی	۸	۲، ۱۷، ۱۵، ۶، ۹، ۱۲، ۷، ۱۳	۰/۴۷۵۸۴۹	۰/۰۵۷۴۱۸
۱۱	شفاف‌سازی جریان‌های رسانه‌ای ورزشی	۱۱	۲، ۱۷، ۱۵، ۶، ۹، ۱۲، ۷، ۱۳	۰/۷۹۴۴۱۹	۰/۰۹۴۵۹۶
۱۲	تعریف شایستگی‌های رفتاری موردنیاز مدیریت خودسانسوری در ورزش	۱۳	۶، ۱۷، ۱۶، ۱۵، ۱۳، ۱۱، ۱۲ ۱۴، ۳، ۲، ۱، ۷، ۹	۰/۹۱۴۴۰۸	۰/۱۰۳۵۸۷
۱۳	تعریف شایستگی‌های رهبری موردنیاز مدیریت خودسانسوری در ورزش	۱۱	۶، ۱۷، ۱۶، ۱۵، ۱۳، ۱۱، ۱۲ ۱۴، ۳، ۲، ۱، ۷، ۹	۰/۷۹۴۴۱۹	۰/۰۹۴۵۹۶
۱۴	تعریف شایستگی‌های مدیریتی موردنیاز مدیریت خودسانسوری در ورزش	۹	۱۳، ۱۰، ۶، ۵، ۱۷، ۱۲، ۸، ۱۱ ۳	۰/۵۲۴۷۱۴	۰/۰۶۲۱۴۸
۱۵	تعریف شایستگی‌های فنی موردنیاز مدیریت خودسانسوری در ورزش	۱۰	۱۳، ۱۰، ۶، ۵، ۱۷، ۱۲، ۸، ۱۱ ۳	۰/۶۹۵۸۱۴	۰/۰۸۱۴۷۹
۱۶	تعریف منشور اخلاقی نشر اطلاعات در ورزش	۱۳	۳، ۴، ۱۷، ۱۱، ۱۲، ۲، ۵، ۱۶ ۱۴، ۸، ۱۵، ۹، ۱۳	۰/۹۱۴۴۰۸	۰/۱۰۳۵۸۷
۱۷	وجود معیارهای کمی و کیفی در جهت سنجش خودسانسوری در ورزش	۱۱	۸، ۱۰، ۱۵، ۶، ۵، ۱۷، ۱۳، ۹ ۳، ۷، ۱۱	۰/۷۹۴۴۱۹	۰/۰۹۴۵۹۶
۱۸	تعریف و تأکید بر ارزش‌های کلیدی مدیریت خودسانسوری در ورزش	۱۳	۸، ۱۰، ۱۵، ۶، ۵، ۱۷، ۱۳، ۹ ۳، ۷، ۱۱	۰/۹۱۴۴۰۸	۰/۱۰۳۵۸۷
۱۹	تعریف و تأکید بر قوانین و فرهنگ‌های مربوط مدیریت خودسانسوری در ورزش	۱۲	۳، ۵، ۱۴، ۸، ۱۷، ۶، ۷، ۱۱ ۱۲، ۱۵، ۱۰، ۱۳	۰/۸۶۹۸۷۴	۰/۰۹۸۹۵۲
۲۰	تعریف ایدئال‌های مدیریت خودسانسوری در ورزش	۱۳	۷، ۹، ۱۱، ۱، ۱۴، ۱۲، ۸، ۱۰ ۶، ۲، ۳، ۵، ۱۳	۰/۹۱۴۴۰۸	۰/۱۰۳۵۸۷
۲۱	تعیین سطح خودسانسوری فردی و گروهی در ابعاد مختلف ورزش	۱۱	۷، ۹، ۱۱، ۱، ۱۴، ۱۲، ۸، ۱۰ ۶، ۲، ۳، ۵، ۱۳	۰/۷۹۴۴۱۹	۰/۰۹۴۵۹۶
۲۲	وجود ابزارهای تسریع‌کننده نشر اطلاعات ورزشی	۷	۱۰، ۱۵، ۱، ۱۳، ۴، ۲، ۶	۰/۷۸۲۵۱۷	۰/۰۸۵۲۴۷۰

ردیف	کدهای استخراجی	فراوانی	شماره مصاحبه‌ها	مقدار آنتروپی	ضریب اهمیت
۲۳	ایجاد بانک‌های اطلاعاتی از جریان‌های خبری و اطلاعاتی ورزشی	۶	۱۶، ۸، ۴، ۱۴، ۵، ۱۲	۰/۵۸۴۴۱۷	۰/۰۶۱۷۸۳
۲۴	ایجاد فضاهای اختصاصی مدیریت خودسانسوری در ورزش	۸	۳، ۱۲، ۱، ۱۴، ۱۳، ۱۱، ۹، ۵	۰/۷۴۲۰۵۹	۰/۰۸۸۱۲۵
۲۵	سیستم‌های پشتیبانی در ورزش	۹	۱۰، ۸، ۱۲، ۱۴، ۱۱، ۷، ۱۵، ۳، ۱۷	۰/۸۲۵۱۴۷	۰/۰۹۲۱۹۳
۲۶	وجود سیستم‌های مشاهده واقعیت در ورزش	۸	۱۰، ۸، ۱۲، ۱۴، ۱۱، ۷، ۱۵، ۳، ۱۷	۰/۷۴۲۰۵۹	۰/۰۸۸۱۲۵
۲۷	تقویت زیرساخت‌های فنی نشر خبری ورزشی	۸	۹، ۸، ۳، ۱۷، ۷، ۱۱، ۱۲، ۱۶	۰/۷۴۲۰۵۹	۰/۰۸۸۱۲۵
۲۸	امنیت روندهای اطلاعاتی در ورزش	۸	۹، ۸، ۳، ۱۷، ۷، ۱۱، ۱۲، ۱۶	۰/۷۴۲۰۵۹	۰/۰۸۸۱۲۵
۲۹	نظارت در جهت کشف فشارهای خبری و رسانه‌ای در ورزش	۱۱	۷، ۱۶، ۳، ۱۰، ۱۵، ۹، ۱۳، ۴، ۱۱، ۱۲	۰/۹۱۴۴۰۸	۰/۱۰۳۵۸۷
۳۰	کشف تغییر رویه‌های اطلاعاتی و خبری در ورزش	۸	۴، ۲، ۷، ۱۴، ۳، ۱۰، ۹، ۱۳	۰/۷۴۲۰۵۹	۰/۰۸۸۱۲۵
۳۱	سهولت دسترسی به جریان‌های اطلاعاتی در ورزش	۷	۱۶، ۱۷، ۱، ۶، ۱۱، ۱۴، ۵	۰/۷۸۲۵۱۷	۰/۰۸۵۲۴۷۰
۳۲	حمایت مدیریتی از مدیریت خودسانسوری در ورزش	۸	۱۷، ۱۶، ۱۴، ۱۲، ۷، ۱۵، ۱، ۵	۰/۷۴۲۰۵۹	۰/۰۸۸۱۲۵
۳۳	بهبود اشراف محیطی رسانه‌های ورزشی	۷	۱۷، ۳، ۱۳، ۱۴، ۱۱، ۸، ۵	۰/۷۸۲۵۱۷	۰/۰۸۵۲۴۷۰
۳۴	وجود سیستم‌های تشویقی و تنبیهی در ورزش	۹	۱۷، ۳، ۱۳، ۱۴، ۱۱، ۸، ۵	۰/۸۲۵۱۴۷	۰/۰۹۲۱۹۳
۳۵	احترام به حساسیت‌های خبری و اطلاعاتی در ورزش	۸	۸، ۵، ۱۵، ۱۲، ۴، ۳، ۶، ۷	۰/۷۴۲۰۵۹	۰/۰۸۸۱۲۵
۳۶	مدیریت ترجیحات دیگران در نشر اخبار و اطلاعات ورزشی	۹	۸، ۵، ۱۵، ۱۲، ۴، ۳، ۶، ۷	۰/۸۲۵۱۴۷	۰/۰۹۲۱۹۳
۳۷	انسجام گروهی و سازمانی در ورزش	۸	۳، ۱، ۱۶، ۱۳، ۱۷، ۱۲، ۴، ۷	۰/۷۴۲۰۵۹	۰/۰۸۸۱۲۵
۳۸	افزایش اعتماد عمومی به رسانه‌های ورزشی	۸	۸، ۲، ۱، ۱۷، ۱۴، ۱۱، ۴، ۳	۰/۷۴۲۰۵۹	۰/۰۸۸۱۲۵
۳۹	وجود سیستم‌های مشاوره‌ای در ورزش	۷	۱۱، ۲، ۱۷، ۱۲، ۱۴، ۵، ۸	۰/۷۸۲۵۱۷	۰/۰۸۵۲۴۷۰
۴۰	سنجش و کنترل ترس و نگرانی در حوزه روابط عمومی ورزش	۹	۱۵، ۶، ۷، ۱۶، ۱۷، ۳، ۱۴، ۲، ۸	۰/۸۲۵۱۴۷	۰/۰۹۲۱۹۳
۴۱	ایجاد مشوق‌های روان‌شناختی در ارکان خبری	۷	۳، ۱، ۱۲، ۸، ۱۵، ۶، ۱۴	۰/۷۸۲۵۱۷	۰/۰۸۵۲۴۷۰

ردیف	کدهای استخراجی	فراوانی	شماره مصاحبه‌ها	مقدار آنتروپی	ضریب اهمیت
ورزش					
۴۲	افزایش اعتماد به نفس در ارکان خبری ورزشی	۸	۱، ۱۳، ۲، ۵، ۱۱، ۹، ۱۲، ۴	۰/۷۴۲۰۵۹	۰/۰۸۸۱۲۵
۴۳	آموزش‌های عمومی در حوزه مدیریت خودسانسوری در ورزش	۸	۶، ۴، ۱۶، ۱۲، ۲، ۱۱، ۷، ۱۰	۰/۷۴۲۰۵۹	۰/۰۸۸۱۲۵
۴۴	وجود برنامه آموزشی فردی و گروهی در ورزش	۹	۶، ۱۳، ۷، ۱۵، ۱۶، ۱، ۱۲، ۳، ۸	۰/۸۲۵۱۴۷	۰/۰۹۲۱۹۳
۴۵	تولید محتوا آموزشی در حوزه‌های مدیریت خودسانسوری در ورزش	۶	۱۶، ۱۵، ۱۳، ۷، ۱۷، ۴	۰/۵۸۴۴۱۷	۰/۰۶۱۷۸۳

پس از انجام مصاحبه‌های تحقیق تعداد ۴۵ کد به صورت کلی مشخص گردید. جدول شماره ۳ نتایج مربوط به بخش کیفی را به نمایش گذاشته است.

جدول ۳: کدگذاری بخش کیفی

کدهای محوری	کدهای باز
جایگاه اطلاعات	افزایش کاربرد اطلاعات در ورزش
	طبقه‌بندی اطلاعات در ورزش
	شخصی‌سازی اطلاعات موجود در ورزش
	توجه به اطلاعات تخصصی در ورزش
	تفکیک سازی اخبار و اطلاعات ورزشی
جریان سازی	مشخص نمودن اطلاعات و اخبار غیرعمومی در ورزش
	تعبیه فرایندهای انتشار اطلاعات در ورزش
	تعریف هدایت‌کنندگان اطلاعاتی و خبری
	مدیریت انحرافات در ورزش
	تعیین سنجش نشر اطلاعات تخصصی
چارچوب سازی	شفاف‌سازی جریان‌های رسانه‌ای ورزشی
	تعریف شایستگی‌های رفتاری موردنیاز مدیریت خودسانسوری در ورزش
	تعریف شایستگی‌های رهبری موردنیاز مدیریت خودسانسوری در ورزش
	تعریف شایستگی‌های مدیریتی موردنیاز مدیریت خودسانسوری در ورزش
استانداردسازی	تعریف منشور اخلاقی نشر اطلاعات در ورزش
	وجود معیارهای کمی و کیفی در جهت سنجش خودسانسوری در ورزش
	تعریف و تأکید بر ارزش‌های کلیدی مدیریت خودسانسوری در ورزش

تعریف و تأکید بر قوانین و فرهنگ‌های مربوط مدیریت خودسانسوری در ورزش	
تعریف ایدئال‌های مدیریت خودسانسوری در ورزش	
تعیین سطح خودسانسوری فردی و گروهی در ابعاد مختلف ورزش	
وجود ابزارهای تسریع‌کننده نشر اطلاعات ورزشی	
ایجاد بانک‌های اطلاعاتی از جریان‌های خبری و اطلاعاتی ورزشی	
ایجاد فضاهای اختصاصی مدیریت خودسانسوری در ورزش	
سیستم‌های پشتیبانی در ورزش	مسائل فنی
وجود سیستم‌های مشاهده واقعیت در ورزش	
تقویت زیرساخت‌های فنی نشر خبری ورزشی	
امنیت روندهای اطلاعاتی در ورزش	
نظارت در جهت کشف فشارهای خبری و رسانه‌ای در ورزش	جنبه‌های امنیتی-نظارتی
کشف تغییر رویه‌های اطلاعاتی و خبری در ورزش	
سهولت دسترسی به جریان‌های اطلاعاتی در ورزش	
حمایت مدیریتی از مدیریت خودسانسوری در ورزش	رویکردهای مدیریتی
بهبود اشراف محیطی رسانه‌های ورزشی	
وجود سیستم‌های تشویقی و تنبیهی در ورزش	
احترام به حساسیت‌های خبری و اطلاعاتی در ورزش	
مدیریت ترجیحات دیگران در نشر اخبار و اطلاعات ورزشی	
انسجام گروهی و سازمانی در ورزش	الزامات فرهنگی
افزایش اعتماد عمومی به رسانه‌های ورزشی	
وجود سیستم‌های مشاوره‌ای در ورزش	
سنجش و کنترل ترس و نگرانی در حوزه روابط عمومی ورزش	رویکردهای روان‌شناختی
ایجاد مشوق‌های روان‌شناختی در ارکان خبری ورزش	
افزایش اعتمادبه‌نفس در ارکان خبری ورزشی	
آموزش‌های عمومی در حوزه مدیریت خودسانسوری در ورزش	
وجود برنامه آموزشی فردی و گروهی در ورزش	مسائل آموزشی
تولید محتوا آموزشی در حوزه‌های مدیریت خودسانسوری در ورزش	

با توجه به نتایج تحقیق حاضر مشخص گردید که عوامل موثر بر ارائه مدل مدیریت خودسانسوری در ورزش ایران در جهت دستیابی به روابط عمومی پایدار شامل جایگاه

اطلاعات، جریان سازی، چارچوب سازی، استانداردسازی، مسائل فنی، جنبه‌های امنیتی - نظارتی، رویکردهای مدیریتی، الزامات فرهنگی، رویکردهای روان‌شناختی و مسائل آموزشی می‌باشد. شکل شماره ۱ مدل مفهومی تحقیق را نشان می‌دهد.



شکل ۱: مدل مفهومی تحقیق (برخاسته از داده‌های کیفی)

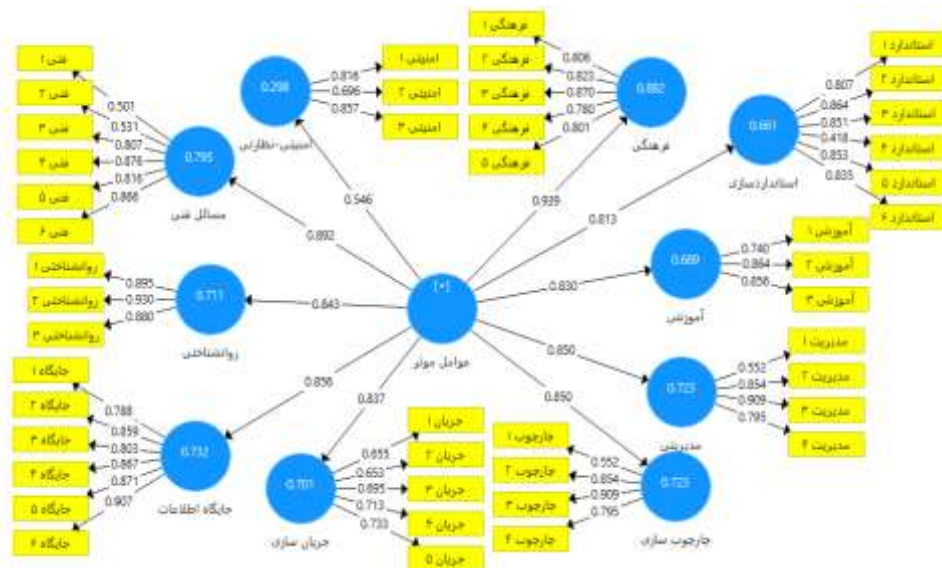
به منظور بررسی مدل تحقیق در بخش کمی، از روش معادلات ساختاری استفاده گردید. نتایج آزمون کلموگراف اسمیرنف نشان داد که توزیع داده‌های تحقیق طبیعی نمی‌باشد. با توجه به این مسئله پیش‌فرض‌های استفاده از نرم‌افزارهای کوواریانس محور رعایت شد. لذا در ادامه جهت آزمون مدل از نرم‌افزار PLS استفاده شد.

به منظور بررسی روایی سازه پرسشنامه مدیریت خودسانسوری در ورزش ایران و دستیابی به روابط عمومی پایدار، تحلیل عاملی اکتشافی و سپس تحلیل عاملی تأییدی انجام شد. ابتدا پیش‌فرض‌های تحلیل عاملی مورد ارزیابی قرار گرفت. شاخص کفایت نمونه‌گیری KMO برابر با ۰/۸۹ به دست آمد که نشان‌دهنده کفایت داده‌ها برای تحلیل عاملی بود. همچنین آزمون بارتلت با مقدار ۲۱۵۶/۴۷ و سطح معناداری کمتر از ۰/۰۰۱ معنی‌دار شد و مناسب بودن ماتریس همبستگی برای تحلیل عاملی را تأیید کرد. حجم نمونه نیز با توجه به تعداد گویه‌ها کفایت لازم را داشت. در مرحله تحلیل عاملی اکتشافی و با استفاده از روش تحلیل

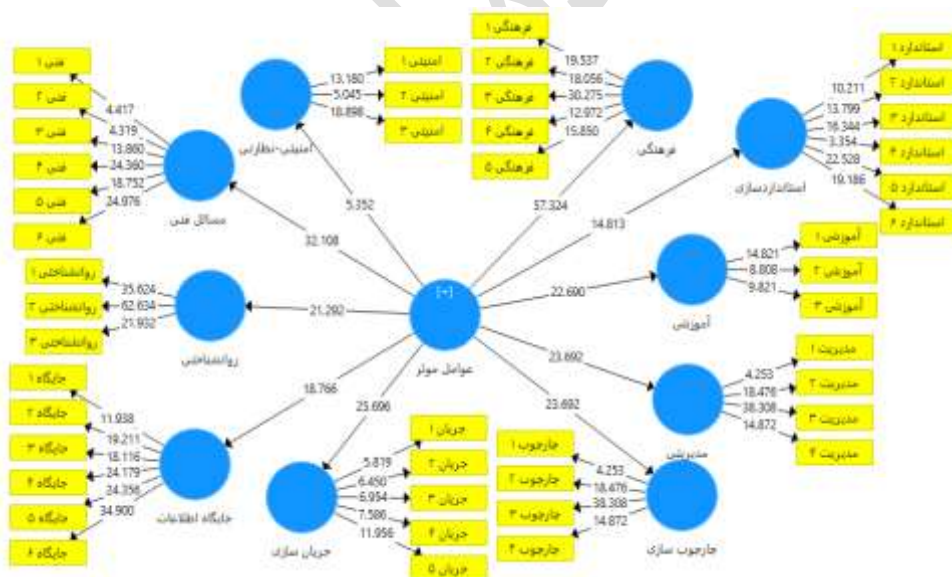
مؤلفه‌های اصلی و چرخش واریماکس، ۱۰ عامل اصلی شناسایی شد که مقادیر ویژه آن‌ها بیش از یک بود و در مجموع ۷۱.۳ درصد از واریانس کل را تبیین کردند. این عوامل عبارت بودند از:

۱. جایگاه اطلاعات
۲. جریان‌سازی
۳. چارچوب‌سازی
۴. استانداردسازی
۵. مسائل فنی
۶. جنبه‌های امنیتی-نظارتی
۷. رویکردهای مدیریتی
۸. الزامات فرهنگی
۹. رویکردهای روان‌شناختی
۱۰. مسائل آموزشی

ضرایب بار عاملی تمامی گویه‌ها بالاتر از ۰/۵ گزارش شد که نشان‌دهنده برازش مناسب گویه‌ها بر روی عامل‌ها بود. همچنین ضرایب پایایی (آلفای کرونباخ) برای عامل‌ها بالاتر از ۰/۷ به دست آمد که پایایی مطلوب ابزار را تأیید کرد. در ادامه، به‌منظور تأیید ساختار عاملی پرسشنامه، تحلیل عاملی تأییدی با استفاده از نرم‌افزار PLS انجام شد. نتایج نشان داد که مدل ۱۰ عاملی استخراج‌شده از تحلیل اکتشافی، برازندگی مناسبی دارد؛ به‌طوری‌که شاخص‌های برازندگی در سطح قابل قبول قرار گرفتند (جدول شماره ۴). این نتایج تأییدکننده انطباق داده‌های تجربی با مدل استخراج‌شده تحقیق می‌باشد. شکل شماره ۲ مدل تحقیق در اندازه‌گیری و شکل شماره ۳ مدل معادلات ساختاری را نشان می‌دهد.



شکل ۲: مدل اندازه گیری پژوهش



شکل ۳: مدل معادلات ساختاری

برای بررسی برازش مدل ساختاری پژوهش از چندین معیار استفاده می‌شود که اولین و اساسی‌ترین معیار، ضرایب معنی‌داری t یا همان مقادیر t -values می‌باشد. در صورتی که مقدار این اعداد از ۱/۹۶ بیشتر شود، نشان از صحت رابطه‌ی بین متغیرها و در نتیجه تأیید روابط در سطح اطمینان ۱/۹۶ است. با توجه به نتایج مدل تحقیق مشخص گردید که تمامی عوامل حضور معناداری در مدل تحقیق دارند. جدول ۴ نتایج مربوط به شاخص‌های برازش مدل فوق را نشان می‌دهد.

جدول ۴. شاخص‌های برازش مدل تحقیق

جایگاه اطلاعات	جریان سازی	چارچوب سازی	استانداردسازی	مسائل فنی	امنیتی - نظارتی	مدیریتی	روان‌شناختی	فرهنگی	آموزشی
آلفای کرونباخ	۰/۸۸	۰/۸۹	۰/۸۷	۰/۸۴	۰/۸۱	۰/۸۶	۰/۸۳	۰/۸۸	۰/۸۲
پایایی ترکیبی	۰/۸۹	۰/۹۱	۰/۸۸	۰/۸۶	۰/۸۸	۰/۹۰	۰/۸۸	۰/۹۱	۰/۸۶
روایی همگرا	۰/۵۸	۰/۵۵	۰/۵۷	۰/۵۳	۰/۵۸	۰/۵۹	۰/۵۱	۰/۵۵	۰/۵۲
HTMT	۰/۶۷	۰/۵۴	۰/۶۹	۰/۴۵	۰/۵۵	۰/۶۳	۰/۴۷	۰/۴۱	۰/۴۸
Q^2	۰/۲۳	۰/۲۱	۰/۲۰	۰/۱۹	۰/۲۸	۰/۳۱	۰/۳۰	۰/۲۹	۰/۲۲
R^2	۰/۷۳	۰/۷۰	۰/۷۲	۰/۶۶	۰/۷۹	۰/۲۹	۰/۷۲	۰/۷۱	۰/۶۸
GOF	۰/۶۵۰	۰/۶۲۹	۰/۶۴۰	۰/۵۹۰	۰/۶۷۶	۰/۴۱۳	۰/۶۰۵	۰/۶۲۴	۰/۵۹۴

به منظور بررسی پایایی سازه‌ها از آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شد که مقادیر بالاتر از ۰/۷ نشان‌دهنده پایایی مناسب هستند. نتایج به‌دست‌آمده بیانگر آن است که تمامی سازه‌ها از پایایی قابل قبول برخوردارند. برای سنجش روایی همگرا، میانگین واریانس استخراج‌شده مورد بررسی قرار گرفت و چون تمامی مقادیر بیش از ۰/۵ بودند، روایی همگرای مدل تأیید گردید. همچنین برای ارزیابی روایی واگرا از معیار فورنل و لارکر و شاخص HTMT استفاده شد؛ به این ترتیب که ریشه دوم AVE هر سازه بزرگ‌تر از همبستگی آن با سایر سازه‌ها بود و مقادیر HTMT نیز کمتر از ۰/۸۵ گزارش شدند، بنابراین روایی واگرا مورد تأیید قرار گرفت. ضریب تعیین (R^2) نیز برای سازه‌های وابسته

محاسبه گردید که مقادیر به دست آمده نشان دهنده تبیین مناسب و قابل قبول واریانس متغیرها توسط سازه های مستقل است. همچنین شاخص Q^2 با استفاده از روش Blindfolding محاسبه شد که نتایج مثبت آن حاکی از برازش پیش بین مناسب مدل می باشد. با توجه به نتایج شاخص های برازش مشخص گردید که مدل ارائه شده در تحقیق حاضر، از برازش مناسبی برخوردار می باشد.

بحث و نتیجه گیری

با توجه به نتایج تحقیق حاضر مشخص گردید که عوامل موثر بر ارائه مدل مدیریت خودسانسوری در ورزش ایران در جهت دستیابی به روابط عمومی پایدار شامل جایگاه اطلاعات، جریان سازی، چارچوب سازی، استانداردسازی، مسائل فنی، جنبه های امنیتی - نظارتی، رویکردهای مدیریتی، الزامات فرهنگی، رویکردهای روان شناختی و مسائل آموزشی می باشد. نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات ادامسکا و جورک (۲۰۲۱) و بوچکارو و فریمن (۲۰۲۲) همسو می باشد. نتایج تحقیق حاضر ایران به تحلیل عمیق عواملی پرداخته است که به ارائه یک مدل مدیریت مؤثر خودسانسوری در ورزش کمک می کند و به وضوح نشان می دهد که این عوامل می توانند نقشی حیاتی در دستیابی به روابط عمومی پایدار ایفا کنند. با توجه به یافته ها، عوامل مختلفی که در این تحقیق بررسی شدند عبارت اند از: جایگاه اطلاعات، جریان سازی، چارچوب سازی، استانداردسازی، مسائل فنی، جنبه های امنیتی - نظارتی، رویکردهای مدیریتی، الزامات فرهنگی، رویکردهای روان شناختی و مسائل آموزشی. یکی از عناصر کلیدی در روابط عمومی پایدار، جایگاه اطلاعات و توانایی جریان سازی اطلاعات به صورت مؤثر است. در ورزش ایران، عدم دسترسی به اطلاعات صحیح و به موقع می تواند منجر به سوء تفاهم های اجتماعی و کاهش اعتماد عمومی شود. از این رو، مدیریت اطلاعات و جریان سازی می تواند به پیشگیری از خودسانسوری و تقویت ارتباطات مثبت با رسانه ها و عموم مردم کمک کند. این مسئله نیز با نتایج تحقیق مادن (۲۰۱۵) همسو می باشد. چارچوب سازی و استانداردسازی، دو عامل دیگر هستند که به انسجام و نظام مند کردن فرآیندهای ارتباطی در ورزش ایران کمک

می‌کنند. با تعریف و تعیین چارچوب‌هایی مشخص، سازمان‌های ورزشی می‌توانند زیربنای اخلاقی و حرفه‌ای را ایجاد کرده و از ایجاد فضایی که خودسانسوری را تشویق می‌کند، جلوگیری کنند. استانداردسازی در این زمینه می‌تواند به روند شفافیت و اعتمادسازی میان نهادهای دولتی و غیردولتی کمک کند.

بر اساس نتایج تحقیق حاضر، یکی از عوامل بنیادین در مدیریت خودسانسوری در ورزش ایران جایگاه اطلاعات است. یافته‌ها نشان می‌دهد که در محیط‌های ورزشی، دسترسی به اطلاعات معتبر، به‌روز و شفاف می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در کاهش سطح خودسانسوری ایفا کند. همان‌گونه که هایس (۲۰۰۷) اشاره کرده، پدیده خودسانسوری با ایجاد اختلال در جریان اطلاعات، زمینه بحران بی‌اعتمادی را فراهم می‌کند. همچنین مادسن و ورهویون (۲۰۱۶) بیان داشتند که محیط عاری از خودسانسوری، بستر استاندارد برای تعامل و ارتباطات ایجاد می‌کند. در این میان، تجربه ورزش ایران به‌وضوح نشان می‌دهد که محدودیت در دسترسی آزاد به اطلاعات، به‌ویژه در موضوعات مرتبط با مدیریت ورزشی، ورزش زنان و مسائل اخلاقی، باعث تشدید سانسور درونی و کاهش شفافیت می‌شود. بنابراین، مدیریت کارآمد اطلاعات و ایجاد بسترهای دسترسی آزاد می‌تواند زیربنای شکل‌گیری روابط عمومی پایدار باشد و سرمایه اجتماعی ورزش را ارتقا دهد. عامل دوم، جریان‌سازی در عرصه رسانه‌های ورزشی است. یافته‌های تحقیق بیانگر آن است که جریان‌سازی می‌تواند به دو صورت عمل کند: از یک سو، با هدایت صحیح، می‌تواند فضای گفت‌وگو و تعامل را باز کند و از خودسانسوری بکاهد؛ و از سوی دیگر، اگر به شکل کنترل‌شده و دستکاری‌شده اعمال شود، زمینه‌ای برای تقویت خودسانسوری فراهم می‌آورد. بردشاو (۲۰۱۸) در مطالعه‌ای روی روزنامه‌نگاری ورزشی نشان داد که خبرنگاران در مواجهه با فشارهای حرفه‌ای برای حفظ منافع سازمانی و جلوگیری از پیامدهای احتمالی به خودسانسوری روی می‌آورند. همچنین لطیفی‌فرد (۲۰۲۵) با تحلیل بازنمایی ورزش زنان در رسانه‌های ایرانی، تصریح کرد که رسانه‌های جریان اصلی به دلیل تبعیت از الگوهای خاص، خودسانسوری را تقویت می‌کنند. در ورزش ایران نیز جریان‌سازی رسانه‌ای اغلب در خدمت منافع سازمانی و سیاسی بوده و کمتر فرصت

پرداختن به واقعیت‌های متکثر ورزشی فراهم آمده است. در نتیجه، جریان‌سازی صحیح و حرفه‌ای می‌تواند به کاهش خودسانسوری کمک کند، در حالی که جریان‌های هدایت‌شده و سیاست‌زده، برعکس عمل می‌کنند و روابط عمومی پایدار را تضعیف می‌سازند.

عامل سوم، چارچوب‌سازی در ارتباطات ورزشی است. یافته‌ها حاکی از آن است که نحوه چارچوب‌بندی پیام‌ها، اخبار و گزارش‌ها در رسانه‌ها، تأثیر مستقیم بر بروز یا کنترل خودسانسوری دارد. یوئن (۲۰۲۵) نشان داد که فشارهای اجتماعی و فرهنگی از طریق چارچوب‌های ارتباطی بر تصمیم افراد برای محدود کردن بیان خود تأثیرگذار است. در بافت ایران، چارچوب‌های ارتباطی معمولاً در قالب خطوط قرمز فرهنگی، سیاسی و اجتماعی شکل گرفته‌اند و این موضوع سبب می‌شود بسیاری از افراد حتی قبل از ورود به فضای رسانه‌ای، پیام‌های خود را فیلتر کنند. اگر چارچوب‌ها بر مبنای اصول حرفه‌ای، شفافیت و رعایت اخلاق ورزشی طراحی شوند، می‌توانند از شدت خودسانسوری بکاهند و به روابط عمومی پایدار کمک کنند. اما زمانی که چارچوب‌ها صرفاً بازتولید محدودیت‌ها و ملاحظات باشند، به جای کاهش، خودسانسوری را تشدید کرده و مانع گفت‌وگوی آزاد می‌شوند. عامل چهارم، استانداردسازی در فرآیندهای اطلاع‌رسانی و ارتباطات است. یافته‌ها نشان دادند که نبود استانداردهای مشخص در حوزه رسانه و روابط عمومی ورزشی، موجب سردرگمی و ترس از بروز پیامدهای منفی می‌شود و در نتیجه، خودسانسوری شدت می‌گیرد. مادسن و ورهویون (۲۰۱۶) تأکید داشتند که محیط‌های استاندارد از بروز خودسانسوری جلوگیری می‌کنند و تعاملات شفاف‌تری را شکل می‌دهند. در ورزش ایران، فقدان استانداردهای رسانه‌ای و ارتباطی، هم در سطح فنی و هم در سطح محتوایی، سبب شده افراد پیشاپیش محتواهای خود را تعدیل یا حذف کنند. اگر استانداردهای حرفه‌ای و جامع تدوین و اجرا شوند، می‌توانند فضای اعتماد ایجاد کرده و از فشار روانی ناشی از ترس از خطا یا برخورد بکاهند. چنین استانداردهایی در نهایت مسیر رسیدن به روابط عمومی پایدار را هموار خواهند ساخت.

عامل پنجم، مسائل فنی است که در یافته‌ها به عنوان یکی از بسترهای کلیدی خودسانسوری مطرح شد. ضعف زیرساخت‌های فنی رسانه‌ای، عدم وجود پلتفرم‌های امن و کمبود ابزارهای نوین ارتباطی باعث می‌شود که افراد از ترس سوءاستفاده یا پیامدهای احتمالی، به خودسانسوری متوسل شوند. دوپلیسیس (۲۰۲۲) نیز تأکید داشت که شرایط محیطی، از جمله زیرساخت‌های ناکارآمد، می‌تواند به تشدید خودسانسوری بینجامد. در ورزش ایران، کاستی‌های جدی در زمینه بسترهای دیجیتال، امنیت داده‌ها و پلتفرم‌های رسانه‌ای وجود دارد که اعتماد به تبادل آزاد اطلاعات را کاهش می‌دهد. بنابراین، توسعه و تقویت بسترهای فنی و رسانه‌ای امن، یکی از پیش شرط‌های اساسی برای مدیریت خودسانسوری و رسیدن به روابط عمومی پایدار است. عامل ششم به جنبه‌های امنیتی-نظارتی مربوط می‌شود. یافته‌ها نشان می‌دهند که فشارهای نظارتی و ملاحظات امنیتی به‌طور مستقیم بر افزایش خودسانسوری در ورزش ایران اثر گذارند. گرمانو و میر (۲۰۱۳) در تحقیقات خود اشاره داشتند که خودسانسوری در محیط‌های سازمانی می‌تواند به نشانه‌ای از فساد ساختاری بدل شود، چرا که در فضایی آکنده از ترس و فشار شکل می‌گیرد. در ورزش ایران نیز، وجود خطوط قرمز امنیتی و نگرانی از پیامدهای احتمالی بیان آزاد، بسیاری از فعالان ورزشی و رسانه‌ای را به سمت خودسانسوری سوق داده است. باین‌حال، اگر ملاحظات امنیتی با رویکردی حمایتی و شفاف مدیریت شوند، می‌توانند نه مانع، بلکه تضمین‌کننده شفافیت و اعتماد عمومی باشند.

عامل هفتم، رویکردهای مدیریتی در نهادهای ورزشی است. یافته‌ها نشان می‌دهد که سبک مدیریت نقش پررنگی در تشدید یا کاهش خودسانسوری ایفا می‌کند. ادامسکا و جورک (۲۰۲۱) تأکید داشتند که اگر انسجام گروهی در تضاد با اهداف سازمانی باشد، خودسانسوری افزایش خواهد یافت. همچنین سلماسی و همکاران (۱۴۰۱) خودسانسوری را پدیده‌ای پیچیده در حوزه رفتار سازمانی دانستند که نیازمند مدیریت دقیق است. در ایران، مدیریت اقتدارگرایانه و سلسله‌مراتبی در بسیاری از نهادهای ورزشی باعث شده

کارکنان و ورزشکاران ترجیح دهند به جای طرح انتقادات یا بیان صریح مسائل، سکوت اختیار کنند. در مقابل، مدیریت مشارکتی، شفاف و پاسخگو می‌تواند فضا را برای بیان آزاد و تعامل سازنده باز کند و در نهایت به روابط عمومی پایدار بینجامد. عامل هشتم، الزامات فرهنگی است. فرهنگ به عنوان بستری عمیق و اثرگذار، در بسیاری از موارد زمینه‌ساز بروز خودسانسوری است. یافته‌ها نشان می‌دهد که محدودیت‌های فرهنگی و اجتماعی، به ویژه در حوزه ورزش زنان، خودسانسوری را تشدید کرده است. احمدی و مولانا (۲۰۲۴) در پژوهش خود به وضوح نشان دادند که موانع فرهنگی و اجتماعی یکی از مهم‌ترین عوامل بازدارنده در پوشش رسانه‌ای ورزش زنان هستند. همچنین لطیفی‌فرد (۲۰۲۵) بیان داشت که رسانه‌های ایرانی در بازنمایی ورزش زنان، به دلیل الگوهای خاص فرهنگی، خودسانسوری را تقویت می‌کنند. بنابراین، اگر فرهنگ عمومی بر مبنای شفافیت، تنوع و پذیرش اجتماعی بنا شود، می‌تواند موجب کاهش خودسانسوری گردد. در غیر این صورت، فرهنگ محدودکننده خود به عاملی برای بازتولید این پدیده بدل می‌شود. عامل نهم، رویکردهای روان‌شناختی است که یافته‌ها آن را در سطح فردی و شخصیتی مهم دانستند. ویژگی‌های شخصیتی، ترس از قضاوت، فشار روانی و نگرانی از طرد اجتماعی از جمله عوامل مؤثر بر خودسانسوری معرفی شدند. بارتال (۲۰۱۷) در پژوهش خود بیان داشت که عدم تمایل به برقراری ارتباطات اجتماعی و برخی ویژگی‌های فردی می‌تواند زمینه‌ساز خودسانسوری باشد. در فضای ورزش ایران، به دلیل شدت رسانه‌ای شدن و حساسیت‌های اجتماعی، فشارهای روانی بر ورزشکاران و مدیران بیشتر است. این شرایط باعث می‌شود بسیاری از افراد، برای محافظت از خود، دست به سانسور درونی بزنند. در چنین فضایی، ارائه حمایت‌های روانی و توسعه مهارت‌های فردی می‌تواند به کاهش خودسانسوری کمک کند. نهایتاً، عامل دهم مسائل آموزشی است. یافته‌ها نشان دادند که نبود آموزش کافی در زمینه مهارت‌های ارتباطی و رسانه‌ای، باعث می‌شود ورزشکاران، مدیران و حتی کارکنان روابط عمومی، از ترس خطا یا پیامدهای منفی، خودسانسوری

کنند. دترت و ادموندسون (۲۰۱۱) نیز اشاره داشتند که فرایند یادگیری و آموزش می تواند در شکل گیری یا کاهش خودسانسوری نقش مهمی ایفا کند. در ایران، ضعف نظام آموزشی در زمینه سواد رسانه ای و مهارت های ارتباطی، این پدیده را تقویت کرده است. در مقابل، آموزش تخصصی و هدفمند می تواند جسارت بیان، توانایی مدیریت بحران و شفافیت ارتباطی را افزایش دهد و زمینه ساز روابط عمومی پایدار شود.

همچنین سازمان ها باید فعالیت های مربوط به مسئولیت پذیری اجتماعی را در برنامه های خود بگنجانند. این می تواند شامل برگزاری رویدادهای ورزشی خیریه، حمایت از پروژه های توسعه اجتماعی و مشارکت در فعالیت های زیست محیطی باشد. چنین ابتکارهایی نه تنها به بهبود تصویر سازمان کمک می کند، بلکه موجب ایجاد احساس تعلق و ارتباط نزدیک تر با جامعه خواهد شد. یکی از عوامل اساسی در تقویت روابط عمومی پایدار، آموزش کارکنان و مدیران در زمینه های اخلاق حرفه ای و اصول روابط عمومی است. برگزاری دوره های آموزشی در زمینه های مربوط به ارتباطات پایدار و مسئولیت پذیری اجتماعی می تواند به ارتقاء قابلیت ها و دانش کارکنان کمک کند. این دانش به آن ها این امکان را می دهد که در ایجاد ارتباطات مثبت و مؤثر با مخاطبان موفق تر عمل کنند. به منظور ارزیابی موفقیت تلاش های روابط عمومی پایدار، سازمان ها نیاز دارند تا معیارهای کلیدی عملکرد را برای ارزیابی فرآیندها و نتایج خود تعیین کنند. این معیارها می تواند شامل سطح رضایت ذینفعان، حجم واکنش های اجتماعی و تأثیرات محیط زیستی باشد. از طریق ارزیابی منظم این معیارها، سازمان ها خواهند توانست نقاط قوت و ضعف خود را شناسایی و بهبودهای لازم را اعمال کنند. سازمان ها باید از فناوری های نوین و پلتفرم های دیجیتال برای ایجاد ارتباطات مؤثر و پایدار بهره ببرند. این سامانه ها می توانند شامل اپلیکیشن های موبایل، وبسایت های تعاملی و شبکه های اجتماعی باشند که امکان ارائه اطلاعات، نظرسنجی ها و مشارکت های عمومی را فراهم می کنند. این امر به نوآوری در شیوه های ارتباطی و بهبود تعاملات کمک خواهد کرد.

بر اساس یافته‌های این پژوهش، مدیریت خودسانسوری در ورزش ایران پدیده‌ای چندبعدی است که تحت تأثیر مجموعه‌ای از عوامل ساختاری، فرهنگی، مدیریتی و فردی قرار دارد. نتایج نشان داد که عواملی همچون جایگاه اطلاعات، جریان‌سازی رسانه‌ای، چارچوب‌سازی ارتباطی، استانداردسازی، مسائل فنی، ملاحظات امنیتی-نظارتی، رویکردهای مدیریتی، الزامات فرهنگی، رویکردهای روان‌شناختی و مسائل آموزشی در شکل‌گیری و یا کنترل خودسانسوری نقش مستقیم دارند. بررسی این عوامل نشان می‌دهد که خودسانسوری نه صرفاً یک رفتار فردی، بلکه محصول تعامل پیچیده میان ساختارهای کلان و خرد در ورزش ایران است. اهمیت این موضوع زمانی دوچندان می‌شود که بدانیم روابط عمومی پایدار، نیازمند شفافیت، جریان آزاد اطلاعات و اعتماد متقابل است؛ عناصری که با وجود خودسانسوری به‌طور جدی تهدید می‌شوند. بنابراین، مدیریت هوشمندانه این پدیده، نه از طریق حذف یا نادیده گرفتن آن، بلکه با شناخت ابعاد مختلف و طراحی مداخلات چندسطحی امکان‌پذیر خواهد بود. پژوهش حاضر درصدد پر کردن خلأ نظری و کاربردی موجود در ادبیات مدیریت خودسانسوری در ورزش ایران بوده است و تلاش کرده با ارائه یک مدل تحلیلی، زمینه‌ای برای شکل‌گیری روابط عمومی پایدار فراهم کند. مانند هر پژوهش دیگری، تحقیق حاضر نیز با محدودیت‌هایی روبه‌رو بوده است. نخست آنکه موضوع خودسانسوری در بافت ایران، به دلیل حساسیت‌های فرهنگی، سیاسی و اجتماعی، سبب می‌شود برخی از پاسخگویان تمایل کمتری به بیان دیدگاه‌های واقعی خود داشته باشند؛ موضوعی که احتمال اثرگذاری بر صداقت پاسخ‌ها را افزایش می‌دهد. دوم، پژوهش حاضر تنها در حوزه ورزش ایران انجام شده و نتایج آن به‌طور مستقیم قابل تعمیم به سایر بخش‌ها یا کشورهای دیگر نیست. سوم، به دلیل محدودیت‌های زمانی و منابع، دامنه پژوهش به بررسی کیفی محدود شد و امکان بهره‌گیری از مطالعات میدانی گسترده‌تر یا روش‌های کمی در سطح ملی وجود نداشت.

چهارم، در حوزه نظری نیز، ادبیات مرتبط با «مدیریت خودسانسوری» در ورزش نسبتاً نوظهور است و خلأ منابع علمی معتبر، کار مقایسه و تحلیل را دشوار ساخته است.

یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که پدیده خودسانسوری در ورزش ایران، نه صرفاً به دلیل عوامل فردی بلکه به واسطه ساختارهای فرهنگی، مدیریتی، امنیتی و فنی شکل می‌گیرد. بر این اساس، ارائه پیشنهادهای کاربردی برای مدیران، سیاست‌گذاران و فعالان ورزشی امری ضروری است. در گام نخست، تقویت شفافیت اطلاعات و دسترسی آزاد به داده‌های ورزشی باید در دستور کار قرار گیرد، زیرا این امر می‌تواند بستر اعتمادسازی را فراهم کرده و از بروز سانسور درونی جلوگیری کند. همچنین، توسعه آموزش‌های تخصصی در حوزه سواد رسانه‌ای، مهارت‌های ارتباطی و مدیریت بحران برای ورزشکاران، مدیران و کارکنان روابط عمومی اهمیت ویژه‌ای دارد، چرا که ضعف آموزشی یکی از محرک‌های اصلی خودسانسوری است. در سطح مدیریتی نیز، حرکت از مدیریت اقتدارگرایانه به سمت مدیریت مشارکتی و شفاف، می‌تواند فضایی امن‌تر برای طرح دیدگاه‌ها ایجاد کند و در نهایت سرمایه اجتماعی ورزش را ارتقا بخشد. از سوی دیگر، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های فنی و رسانه‌ای نوین همچون پلتفرم‌های دیجیتال امن و کارآمد، شرایطی را فراهم می‌سازد که تبادل آزاد اطلاعات بدون ترس از پیامدهای احتمالی امکان‌پذیر باشد. توجه به ابعاد روان‌شناختی و تأسیس مراکز مشاوره و حمایت روانی در نهادهای ورزشی نیز به کاهش فشارهای فردی، اضطراب‌های اجتماعی و ترس از قضاوت کمک می‌کند. نهایتاً، بازنگری در سازوکارهای نظارتی ضروری است؛ به گونه‌ای که این نظام‌ها به جای ایجاد ترس، رویکرد حمایتی و هدایتگرانه داشته باشند و از این طریق زمینه‌ساز تقویت روابط عمومی پایدار شوند. در کنار پیشنهادات کاربردی، این پژوهش نشان داد که زمینه برای انجام تحقیقات تکمیلی همچنان گسترده است. از آنجا که موضوع مدیریت خودسانسوری در ورزش ایران هنوز در مراحل اولیه توسعه علمی قرار دارد، پیشنهاد می‌شود مطالعات آتی به صورت کمی و ترکیبی در سطح ملی انجام شوند تا ابعاد و شدت خودسانسوری در گروه‌های مختلف ورزشی سنجیده شود. همچنین،

پژوهش‌های مقایسه‌ای بین‌المللی میان ایران و سایر کشورها می‌تواند به شناسایی تفاوت‌های فرهنگی و ساختاری در مدیریت خودسانسوری کمک کند. اجرای مطالعات طولی برای بررسی روند تغییرات این پدیده در طول زمان و تحت تأثیر سیاست‌ها، تغییرات مدیریتی و تحولات اجتماعی نیز اهمیت ویژه‌ای دارد. افزون بر این، توجه خاص به حوزه ورزش زنان باید در دستور کار پژوهشگران آینده قرار گیرد، زیرا یافته‌ها نشان داد این بخش بیش از سایر حوزه‌ها در معرض خودسانسوری قرار دارد. در نهایت، به کارگیری روش‌های مدل‌سازی و شبیه‌سازی مدیریتی می‌تواند به سیاست‌گذاران ورزشی کمک کند تا پیامدهای مداخلات مختلف در مدیریت خودسانسوری را پیش‌بینی کرده و مسیر دستیابی به روابط عمومی پایدار را هموارتر سازند.

Reference

- [Adamska, K., & Jurek, P. \(2021\). Come and say what you think: reducing employees' self-censorship through procedural and interpersonal justice. *Current Issues in Personality Psychology*, 9\(4\), 328-340.](#)
- [Adamska, K., Kosakowska-Berezecka, N., Jurek, P., & Konarski, R. \(2022\). Gender perspectives on self-censorship in organizations: The role of management position, procedural justice and organizational climate. *European Journal of Social Psychology*.](#)
- [Ahmadi, F., & Molana, H. \(2024\). A tale of Iranian women athletes: Elite female athletes share their perspectives of barriers and consequences of media coverage. *ResearchGate*, 4\(5\), 41-555.](#)
- [Al Majzoub, K., & Davidavičienė, V. \(2018\). Organization behavior changes caused by information and communication technologies. In *Proceedings of the 10th International Scientific Conference, Vilnius, Lithuania* \(pp. 3-4\).](#)
- [Bar-Tal, D. \(2017\). Self-censorship as a socio-political-psychological phenomenon: Conception and research. *Political Psychology*, 38, 37-65.](#)
- [Bochkarev, A. M., & Freyman, V. I. \(2022\). Improvement of the information management system of an industrial enterprise. *Applied Mathematics and Control Sciences*, \(1\), 125-150.](#)
- [Bradshaw, P. \(2018\). David Walsh: Sunday Times' sports journalism in practice: A Kantian case study of journalistic self-censorship and its consequences. *University of Gloucestershire*, 5, 31-45.](#)
- [Cassidy, P. R. \(2021\). The Disenfranchisement of Perinatal Grief: How Silence, Silencing and Self-Censorship Complicate Bereavement \(a Mixed Methods Study\). *OMEGA-Journal of Death and Dying*, 00302228211050500.](#)

Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

Detert, J. R., & Edmondson, A. C. (2011). *Implicit voice theories: Taken-for-granted rules of self-censorship at work*. *Academy of Management Journal*, 54(3), 461–488.

Du Plessis, E. M. (2022). *'Be a model, not a critic': Self-help culture, implicit censorship and the silent organization*. *Organization*, 29(1), 83–105.

Germano, F., & Meier, M. (2013). *Concentration and self-censorship in commercial media*. *Journal of Public Economics*, 97, 117–130.

Hayes, A. F. (2007). *Exploring the forms of self-censorship: On the spiral of silence and the use of opinion expression avoidance strategies*. *Journal of Communication*, 57(4), 785–802.

Kaufmann, E. (2021). *Academic freedom in crisis: Punishment, political discrimination, and self-censorship*. *Center for the Study of Partisanship and Ideology*, 2, 1–195.

Latififard, N. (2025). *Media representations of women's sport in Iran: Mainstream vs. alternative narratives*. *International Review for the Sociology of Sport*.

Lebow, R. N. (2016). *Self-censorship in international relations and security studies*. *Journal of Global Security Studies*, 1(4), 356–360.

Lee, F. L., & Chan, J. (2009). *Organizational production of self-censorship in the Hong Kong media*. *The International Journal of Press/Politics*, 14(1), 112–133.

Madsen, V. T. (2015, October). *Self-Censorship on Internal Social Media: Coworker Communication Behavior in a Danish Bank*. In *ICA Regional Conference*.

Madsen, V. T., & Verhoeven, J. W. (2016). *Self-censorship on internal social media: A case study of coworker communication behavior in a Danish bank*. *International Journal of Strategic Communication*, 10(5), 387–409.

Ong, E. (2021). *Online repression and self-censorship: Evidence from Southeast Asia*. *Government and Opposition*, 56(1), 141–162.

Salmasi, M., Nasiri, B., Shiri, T., Soltanifar, M. (2022). *Analysis and presentation of the self-censorship model in cyberspace with a grand theory approach in Iran*, *Iranian Political Sociology*. 5, 14.1. (In Persian)

Shahar, E., Hameiri, B., Bar-Tal, D., & Raviv, A. (2018). *Self-censorship of conflict-related information in the context of intractable conflict*. *Journal of Conflict Resolution*, 62(5), 957–982.

Silveira, C., & Reis, L. (2022). *Sustainability in Information and Communication Technologies*. In *Research Anthology on Measuring and Achieving Sustainable Development Goals* (pp. 771–792). IGI Global.

Spruit, L. (2022). *Censorship, self-censorship, and dissimulation*. In *Encyclopedia of Early Modern Philosophy and the Sciences* (pp. 274–280). Cham: Springer International Publishing.

Tannenberg, M. (2021). *The autocratic bias: self-censorship of regime support*. *Democratization*, 1–20.

Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). *Making sense of Cronbach's alpha*. *International Journal of Medical Education*, 2, 53–55.

Yuen, K. (2025). Social pressure and the dynamics of self-censorship: A study on the perception of isolation and its implications. *Democratization*, 32(4), 712-729.

آماده انتشار