

Research Paper

The Educational Role of the World's Elite Athletes and Sports Celebrities During the Covid-19 Pandemic

S. Keshkar¹, M. Dadras²

1. Associate Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Allameh Tabataba'i University (Corresponding Author)
2. Assistant Professor in Philosophy of Education, University of Tehran

Received: 2021/12/15

Accepted: 2021/07/08

Abstract

The purpose of this study was to investigate the educational role of elite athletes and sports celebrities on changing people's behavior during the pandemic. A content analysis method was used to collect and analyze data. The study's population (N= 8000), which included world elite athletes and sports celebrities, were selected using ESPN Sports Celebrity Ratings, the Olympic and Paralympic Games and Youth Olympics websites, and the websites of the National Olympic Committees from 205 countries. The sample size included 367 individuals according to Krejcie and Morgan's sample size determination table and thus, to prevent a drop in the number of samples, 400 athletes were randomly selected using the quota sampling method. All athletes' pages on the Instagram were examined using thematic analysis technique. Therefore, 511 pages were reviewed from January 21 to April 19, 2020, and a total of 2315 messages were analyzed. The findings showed that athletes were active in Instagram in five roles including sports coach, lifestyle coach, social skills coach, health coach, and silent observers. By identifying how athletes affect the corona crisis, we can plan for the future strategy of organizations to exploit the athletes' potential to influence the behavior of society.

Keywords: Athlete, Elite, Celebrity, Sports, Coronavirus

1. Email: keshkar@atu.ac.ir

2. Email: Dadras@ut.ac.ir



Extended Abstract

Background and Purpose

The outbreak of Covid-19 virus in China in late 2019 and its sudden and rapid spread to other parts of the world had many health, social, economic, and political consequences (1, 2). Meanwhile, mass media and social networks played a very important role in informing and enriching people's leisure time in home quarantines (3, 4). During this time, many elite athletes and sports celebrities on social networks, and especially Instagram, tried to help people and officials to better manage the situation (2). They sought to actively contribute to crisis management in the individual and social spheres by their presence on social media, not only at national borders, but also globally. Athletes have always had an influential role in society and have been effective in leading and training the attitudes and behavior of individuals (5). In this regard, the study of their different roles in the onset of the Covid-19 crisis is of particular importance.

Materials and Methods

This study used the content analysis and thematic analysis methods in which the content of athletes' messages on Instagram pages were coded and classified by themes. To assess the reliability among the coders, the Krippendorff's alpha coefficient was used for the two coders who coded 25% of the athletes' Instagram posts (6).

To select the research population, in the first step, the most famous international sports celebrities and elite athletes who were to participate in Olympic 2021 were identified through the ESPN Sports Celebrity Rankings, the Olympic and Paralympic Games and Youth Olympics websites, and the websites of the National Olympic Committees from 205 countries (N=8000). The sample size was determined using the Krejcie-Morgan table of 367 people and the quota sampling method was used to select individuals based on the number of athletes sent to the Olympics in each country.

In the next step, all the athletes who had a personal page on Instagram, were identified. This study used the Instagram platform because it enables the global users to have access with minimal restrictions. Thus, 373 elite athletes who had active pages on Instagram, were identified. 511 pages with 2315 posts were reviewed from January 21 to April 19, 2020. This period was chosen because the first wave of Covid-19 occurred at this time in the most countries over the world. Communities experienced a sense of panic in the first wave more than in subsequent waves of virus outbreaks. Therefore, at this time, the athletes' association with the people was more important.



Findings

Analysis of the data, determination of concepts and codes and categorization of themes (Krippendorff's alpha coefficient = 0.815) showed that athletes during the Covid-19 crisis acted as coaches who guided, supported and accompanied people in 5 different roles including sports coach, lifestyle coach, social skills coach, health coach, and silent observer. Fig. 1 shows the thematic map of the main roles and their subcategories in second layers.

The role of silent or indifferent observers is borrowed from the theory of social indifference and represents athletes with characteristics such as "silence and civic withdrawal", "non-participation" in "social issues" and "social events" in pandemic era. Some athletes in spite of their active pages, had no related posts to the Covid-19 and pandemic. Some others stopped posting any messages and were completely silent.

Sports coaches were those athletes who taught sports and physical activity on their personal pages on Instagram to prevent physical injury and improve people's physical fitness. Some of them held live exercise classes in which lots of people around the world participated.

A health coach was an athlete who helped people and taught them how to improve their personal and general health during the outbreak of disease and helped them to develop healthy behavioral habits. Washing hands, social distance, using mask, diseases symptoms and risk of virus were the most important messages athletes as health coach emphasized on.

Lifestyle coaches were athletes who tried to teach people to establish better social and family relationships, choose the right policy in life and make better decisions, make the right changes in life and choose the right goals, and achieve the right attitude and motivation during the virus outbreak.

Social skill coaches Include athletes who taught social skills and improved interpersonal relationships on Instagram and gave tips on maintaining family relationships and how to better interact with family members in quarantine.

Sports celebrities and elite athletes are very popular among the people, and this provides a good platform for them to influence society. They posted valuable messages on their personal Instagram pages. As if they were educators and coaches who played a role in leading people to resist and organize the difficult situation in which they had to stay and tolerate.



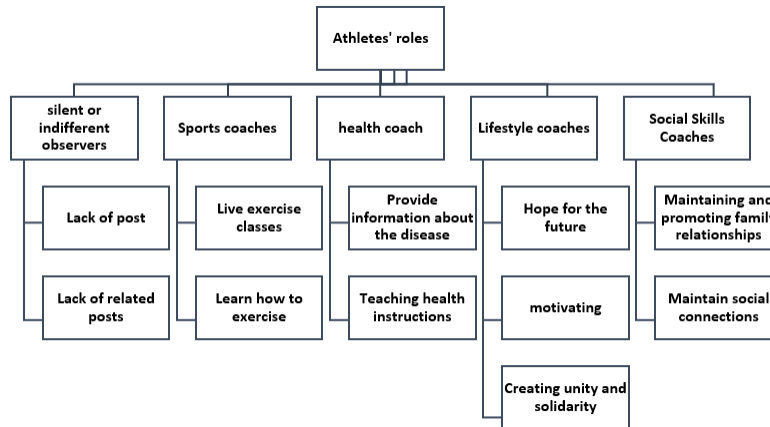


Figure 1- Hierarchical thematic map of athletes' educational roles in Covid-19 pandemic on Instagram

Athletes have significant social influence. This unique characteristic enables them to influence the attitude and behavior of national and global communities. Accordingly, elite athletes are expected to have a strong social presence in crises. The global crisis of the Covid-19 pandemic was a rare and horrific event in which many athletes played a considerable educational role in teaching and managing people's lives.

Conclusion

The Covid-19 was the catastrophe of the present century that caused serious problems to all the people of the world. Nevertheless, the presence of sports stars on social networks and helping people to better manage the unfavorable conditions of the pandemic is very important.

The results showed that the behavior of elite and famous sports athletes in social networks and their communication with the people around the world, can play a valuable role in managing possible future crises. Athletes can be a considerable potential for responsible organizations in crisis management. Therefore, in order to take advantage of the influence of popular athletes in social education, as well as to better manage social life and prepare people to deal with crises, it is necessary to plan and determine an appropriate strategy. In addition, training athletes to feel committed and fulfill social responsibility is a necessity to take advantage of their presence to help people in the community when necessary.

Keywords: Athlete, Elite, Celebrity, Sports, Covid-19 pandemic, Instagram



References

1. Clemente-Suárez, V.J.; Navarro-Jiménez, E.; Jimenez, M.; Hormeño-Holgado, A.; Martínez-Gonzalez, M.B.; Benitez-Agudelo, J.C.; Perez-Palencia, N.; Laborde-Cárdenas, C.C.; Tornero-Aguilera, J.F. (2021). "Impact of COVID-19 Pandemic in Public Mental Health: An Extensive Narrative Review". *Sustainability* 2021, 13, 3221. <https://doi.org/10.3390/su13063221>
2. Keshkar S, Dickson G, Ahonen A, Swart K, Addesa F, Epstein A, et al. (2021). The Effects of Coronavirus Pandemic on the Sports Industry: An Update. *Ann Appl Sport Sci.* 2021; 9 (1). Doi: 10.29252/aassjournal.964. URL: <http://aassjournal.com/article-1-964-en.html>
3. Sahni H, Sharma H. (2020). "Role of social media during the COVID-19 pandemic: Beneficial, destructive, or reconstructive?" *Int J Acad Med* 2020; 6:70-5. <https://www.ijam-web.org/article.asp?issn=2455-5568;year=2020;volume=6;issue=2;spage=70;epage=75;aulast=Sahni>
4. Naeem, M. (2020), "The role of social media to generate social proof as engaged society for stockpiling behaviour of customers during Covid-19 pandemic", *Qualitative Market Research*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/QMR-04-2020-0050>.
5. Ericsson, L. and Hakansson, E. (2005), "Athletes as celebrity endorsers", Master's thesis, Lulea university of technology.
6. Krippendorff, k. (2004). *Content Analysis – An Introduction to its Methodology* (2nd ed.). Thousand Oaks. Sage. https://www.daneshnamehicsa.ir/userfiles/files/1/9%20Content%20Analysis_%20An%20Introduction%20to%20Its%20Methodology.pdf



نقش تربیتی ورزشکاران نخبه و چهره‌های معروف ورزش جهان در دوران عالم گیری کرونا در اینستاگرام

سارا کشر^۱، محمد دادرس^۲

۱. دانشیار مدیریت ورزشی دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه علامه طباطبائی (نویسنده مسئول)
۲. استادیار گروه فلسفه تعلیم و تربیت، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۹/۲۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۴/۱۷

چکیده

هدف از انجام این تحقیق، مطالعه نقش تربیتی ورزشکاران نخبه و چهره‌های معروف ورزش بر تغییر رفتار مردم در دوران عالم‌گیری کرونا بود. برای انجام این تحقیق از روش تحلیل محتوا استفاده شد. انتخاب جامعه تحقیق که عبارت بودند از ورزشکاران نخبه جهان و چهره‌های معروف ورزش با استفاده از رتبه‌بندی مشاهیر ورزشی ای‌اس‌پی‌ان، و همچنین وبسایت بازی‌های المپیک و پارالمپیک، و المپیک جوانان و همچنین وبسایت‌های کمیته‌های ملی المپیک ۲۰۵ کشور استفاده گردید ($N=8000$). حجم جامعه نمونه مطابق جدول تعیین حجم نمونه کرجسای - مورگان ۳۶۷ نفر بود و برای پیشگیری از ریزش تعداد نمونه، ۴۰۰ ورزشکار با استفاده از روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای متناسب با جمعیت ورزشکاران هر کشور به‌طور تصادفی انتخاب شدند. تمام صفحات ورزشکاران در شبکه اجتماعی اینستاگرام، با استفاده از تکنیک تحلیل تماتیک بررسی شد. به این ترتیب ۵۱۱ صفحه طی ۲۱ ژانویه تا ۱۹ آوریل ۲۰۲۰ بررسی شد و در کل، ۲۳۱۵ پیام مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. یافته‌های تحقیق نشان دهنده نقش‌های پنجگانه ورزشکاران در شبکه اجتماعی اینستاگرام در قالب مربی ورزش، مربی سبک زندگی، مربی مهارت‌های اجتماعی، مربی بهداشت و ناظران ساکت و بی‌تفاوت بود. با شناخت نحوه اثرگذاری ورزشکاران در بحران کرونا می‌توان در برنامه‌ریزی آتی سازمان‌ها برای بهره‌برداری از پتانسیل ورزشکاران در تأثیرگذاری بر رفتار جامعه اقدام کرد.

واژگان کلیدی: ورزشکار، نخبه، چهره‌های معروف، ورزش، کرونا

1. Email: keshkar@atu.ac.ir

2. Email: Dadras@ut.ac.ir



مقدمه

ظهور ویروس کووید-۱۹ در اواخر سال ۱۳۹۸ در کشور چین و شیوع ناگهانی و سریع آن به سایر کشورهای جهان با تبعات بهداشتی، اجتماعی، اقتصادی، و سیاسی بسیاری همراه بود (کلمنته سوارز^۱ و همکاران، ۲۰۲۱؛ کشکر و همکاران، ۲۰۲۱). علاوه بر این، شیوع کرونا منجر به ماندن افراد در قرنطینه‌های خانگی شد و این موضوع، احتمال بروز مشکلات فردی و اجتماعی را در جوامع مختلف افزایش داد (شهید و محمدی، ۲۰۲۰؛ الیاسی، ۲۰۲۰، نعیمی‌کیا و همکاران، ۲۰۲۰).

در این میان رسانه‌های جمعی و شبکه‌های اجتماعی که محتوای آنها توسط افراد حقیقی یا حقوقی تهیه می‌شد، در اطلاع‌رسانی و غنی‌سازی اوقات افراد خانه‌نشین نقش بسیار مهمی داشتند (ساهنی^۲ و همکاران، ۲۰۲۰؛ نعیم^۳، ۲۰۲۰). در بین افراد حقیقی که در شبکه‌های اجتماعی نقش آفرین بودند، می‌توان به ورزشکاران نخبه و سلبریتی‌های ورزشی اشاره کرد که در کنار سایر چهره‌های معروف، به وضوح نمایان بودند. در دوران شیوع کرونا، ورزشکاران تلاش کردند تا با حضور خود در شبکه‌های اجتماعی در محدوده مرزهای ملی و بین‌المللی فعالانه به مدیریت بحران کمک کنند.

در این جا لازم به توضیح است که طبق فرهنگنامه کمبریج^۵ و وبستر^۶، سلبریتی‌ها به معنای افراد معروفی هستند که نه تنها در حوزه تخصصی و مهارتی خود شناخته شده‌اند، بلکه در حوزه تبلیغات و کسب و کارهای حوزه سرگرمی فعالند و سبک زندگی آنها برای مردم آن‌قدر مهم است که اتفاقات زندگی آنها را تعقیب می‌کنند. اما از آن جا که تا کنون معادل فارسی کلمه سلبریتی در فرهنگستان زبان و ادب فارسی که تنها مرجع معتبر معادل سازی واژه‌های بیگانه است، ارائه نشده است، به اجبار در این مقاله به منظور پاسداشت زبان فارسی، از «چهره‌های معروف ورزشی» به جای «سلبریتی ورزشی» استفاده شد.

-
1. Clemente-Suárez
 2. Sahní
 3. Naeem
 4. Celebrity
 5. Cambridge
 6. Webster



از آن جا که استفاده از چهره‌های معروف و فوق ستاره‌ها^۱ در تبلیغات تجاری باعث موفقیت تبلیغات و جلب توجه بسیاری از مردم می‌شود (اریکسون و هکنسون^۲، ۲۰۰۵؛ برندز^۳ و همکاران، ۲۰۰۸؛ هوگل و همکاران، ۲۰۱۴؛ وارد^۴ و همکاران، ۲۰۱۹؛ هوگل^۵ و همکاران، ۲۰۱۹؛ لیر و همکاران، ۲۰۰۹؛ ناز و همکاران، ۲۰۱۲) لذا حضور آنها در تبلیغات اجتماعی نیز می‌تواند بر نگرش و تغییر رفتار مردم اثرگذار باشد. بر این اساس، تحقیقات نشان می‌دهند که ورزشکاران در موضوعات مهم اجتماعی و فرهنگی تأثیرگذار هستند. ورزشکاران حرفه‌ای این توانایی را دارند که از سکوه‌های مختلف رسانه‌های اجتماعی مانند فیس بوک، اینستاگرام و توئیتر برای جذب مخاطبان بیشتر استفاده کنند (کوترز^۶، ۲۰۱۶). ورزشکاران می‌توانند تأثیرگذار اجتماعی باشند و حتی می‌توانند رفتار افراد را هدایت و یا به عبارت بهتر، می‌توانند به آموزش و تربیت رفتاری جامعه کمک کنند (اریکسون و هکنسون^۷، ۲۰۰۵). تربیت یا آموزش به دلایل مختلف از جمله دشواری و پیچیدگی مفهوم آن، با دیدگاه‌ها و تعاریف متعدد همراه بوده است. برخی از تعاریف بر جنبه اجتماعی تربیت تاکید می‌ورزند. از جمله دورکیم^۸ (۱۹۵۶) تربیت را این‌چنین تعریف کرده است: "تربیت عملی است که نسل‌های بزرگسال بر نسل‌هایی که هنوز برای زندگانی اجتماعی پخته نیستند، انجام می‌دهند".

برخی دیگر از صاحب‌نظران، علاوه بر نقش اجتماعی تربیت، بر جنبه رشد و ارتقاء فردی آن نیز تاکید دارند که از آن جمله می‌توان به برجسته‌ترین فیلسوف تربیت، یعنی جان دیویی^۹ اشاره کرد. از نظر دیویی (۲۰۰۹، ۵۷، ۶۹، ۷۱) تربیت جریانی است متضمن نوسازی یا تنظیم مجدد تجارب که پیوسته تجارب فرد را غنی‌تر و عمیق‌تر می‌کند و او را در هدایت تجربه‌های بعدی تواناتر می‌سازد. او معتقد است، تربیت امری اجتماعی است که اهداف آن در هر جامعه‌ای با اهداف آن جامعه تنظیم می‌شود (همان، ۸۱).

شکوهی (۲۰۱۹) با بررسی دیدگاه‌های مختلف تربیتی، خصوصیات مشترک تعاریف و دیدگاه‌های مختلف تربیتی را چنین معرفی کرده است: "تربیت منحصر به نوع بشر است و از فردی بر فرد دیگر

1. Super Star
2. Ericsson and Hakansson
3. Brandes
4. Ward
5. Högele
6. Kutzer
7. Ericsson and Hakansson
8. David Émile Durkheim
9. Dewey



اعمال می‌شود. تربیت، فعالیتی عمدی و هدفدار است. هدف تربیت، بیشتر کسب آمادگی‌هایی است که موجب تسهیل جذب و تحصیل سرمایه فرهنگی شود".

لذا تربیت به‌طور کلی پدید آوردن آگاهانه دگرگونی به وسیله انسانی بر انسان دیگر است که هدف آن رشد و کمال فردی و اجتماعی تربیت شونده است و در این امر ورزشکاران محبوب، در طول تاریخ تأثیرات قابل توجهی بر تغییر رفتار اجتماعی داشته‌اند. یا به عبارتی بهتر، با آموزش و تربیت رفتارهای اجتماعی در حوزه‌های مختلف زندگی مردم اثرگذار بوده‌اند (اریکسون و هکنسون، ۲۰۰۵). آنها با آموزش رفتارهای مطلوب انسانی، انتقال پیام‌های دوستی، آموزش اخلاق و نوع‌دوستی، مراقبت و حمایت از هموعان، در کنار ترویج محصولات تجاری نقش مهمی در بهبود سبک زندگی مردم جوامع مختلف داشته‌اند (همان). به این لحاظ بهره‌برداری از حضور آنها در بحران‌ها از جمله بحران کرونا، برای آموزش نحوه رفتار مطلوب و یا به عبارتی بهتر، مربیگری رفتار جامعه با هدف کمک به مدیریت بحران بسیار مهم است.

شواهد نشان می‌دهند که مردم به قهرمانان ورزشی اعتماد دارند (بزرگمهر، ۲۰۱۷). بر این اساس، حضور آنها در صحنه مدیریت بحران‌ها می‌تواند به بهبود شرایط زندگی مردم کمک کند. در این خصوص، می‌توان از نقش اثرگذار علی‌دایی در جمع‌آوری کمک‌های مردمی در زلزله بم (بزرگمهر، ۲۰۱۷) و لوبرن جیمز و کایری ایروینگ در حمایت از حقوق سیاهپوستان آمریکا با پوشیدن تی-شرت‌هایی با طرح "من نمی‌توانم نفس بکشم" یاد کرد (اشتراوس و اسکات، ۲۰۱۴). در این رابطه، آنتونوچی^۱ و همکاران (۲۰۱۹) نشان دادند که ارزش و تأثیرگذاری ورزشکاران نخبه در شبکه‌های اجتماعی وابسته به داستان‌هایی است که روایت می‌کنند. برای نمونه می‌توان به تلاش رسول خادم، کمیل قاسمی و حسن رحیمی از قهرمانان کشتی کشور یاد کرد که با شیوع بیماری کرونا به تأمین نیازهای مردم آسیب دیده از عوارض عالم‌گیری^۳ کرونا و همچنین تأمین تجهیزات پزشکی و بهداشتی مورد نیاز مراکز درمانی پرداختند و اقدامات خود را در صفحات شخصی خویش در شبکه‌های اجتماعی تشریح کردند. این رفتار انسان‌دوستانه آنها در روزهای سخت شیوع کرونا مورد توجه مردم و جامعه ورزش قرار گرفت. به‌طوری که اتحادیه جهانی کشتی نیز از اقدام ورزشکاران مذکور تقدیر کرد (ایرنا، ۲۰۱۹).

1. Strauss and Scott
2. Antonoucci
3. Pandemic



نقش اثرگذار ورزشکاران محبوب بر اندیشه و رفتار جامعه آن‌قدر مهم است که آلپرت^۱ (۲۰۱۹) این دسته از ورزشکاران را که از موقعیت‌های اجتماعی مثبت و نفوذ بسیار برخوردارند، به عنوان پیام آوران^۲ زمان خود می‌خواند! در این رابطه، بنسیک^۳ و همکاران (۲۰۲۰) در تحقیقات خود نشان دادند که ورزشکاران نخبه به عنوان الگو برای اهداف توسعه و صلح نقش مهمی ایفا می‌کنند. در این خصوص می‌توان از نقش بی‌نظیر دیدیه دروگبا^۴ بازیکن فوتبال ساحل عاج یاد کرد که با حضورش موجب پایان یافتن جنگ داخلی و اختلاف میان گروه‌های متخاصم در کشورش گردید. او حتی به دلیل همکاری‌های ارزشمندی که برای توسعه فعالیت بدنی و سلامت با سازمان بهداشت جهانی داشت، به عنوان سفیر حسن نیت و سلامت از طرف این سازمان انتخاب شد (ایرنا، ۲۰۲۱).

علی‌رغم تلاش‌های انسان دوستانه ورزشکاران نخبه و مشهور، اما رسانه‌های اجتماعی نقش بسزایی در تبدیل آنها به چهره‌های معروف ورزشی دارند. نوری (۲۰۱۸) در تحقیق خود نشان داد که شبکه‌های اجتماعی در دوران حاضر فرصت منحصر به فردی هستند که چهره‌های معروف و نخبگان ورزش مشهور از آن برای ارتباط با جامعه و اثرگذاری بر آنها استفاده می‌کنند و این در حالیکه ورزشکاران مشهور در گذشته از این امتیاز برخوردار نبودند و ارتباط آنها با مردم جامعه یا از طریق حضور آنها در میادین ورزش صورت می‌گرفت و یا از طریق رسانه‌های جمعی که مسلماً به اندازه شبکه‌های اجتماعی در دسترس مردم جامعه قرار نداشت. به همین دلیل امروزه، افراد مشهور ورزشی می‌توانند از طریق سکوی رسانه‌های اجتماعی بر جامعه تأثیر بگذارند. این افراد با توجه به این‌که طرفداران زیادی دارند، می‌توانند با جلب توجه مردم به یک محصول جدید، در روند صحنه‌گذاری آن موفق باشند. حضور افراد مشهور در رسانه‌ها می‌تواند با جلب مخاطبان بسیاری همراه باشد و محبوبیت آنها را به برندهای تجاری منتقل کند (فونگ و یزدانی فرد، ۲۰۱۴).

سلطانی‌فر و همکاران (۲۰۲۰) در مطالعه خود نشان دادند که چهره‌های معروف نه تنها در بخش تجاری اثرگذارند، بلکه در سیاست‌گذاری در جامعه هم نقش مؤثری دارند و حضور آنها در فضای تبلیغات سیاسی در شبکه اجتماعی اینستاگرام موجب برانگیختن اعتماد مردم و تبعیت از سیاست‌ها و قوانین می‌شود. همچنین نتایج تحقیق دیگری از سلطانی‌فر و همکاران (۲۰۲۰ب) در خصوص نقش

1. Alpert
2. Proffit
3. Bencsik
4. Didier Yves Drogba Tébély



چهره‌های معروف بر آموزش مردم در دوران بحران کرونا نشان داد که تلاش چهره‌های معروف در شبکه اجتماعی اینستاگرام فقط موجب تغییر نگرش مردم می‌شود و بر تغییر رفتار آنها اثر ندارد. هر چند همان‌طور که پیشتر اشاره شد، اثرگذاری چهره‌های معروف و نخبگان ورزش به عنوان الگوهای نقش در زندگی مردم و خصوصاً قشر جوان جامعه در تحقیقات مختلف نشان داده شده است، اما نتیجه تحقیق سلطانی‌فر و همکاران (۲۰۲۰ب) مغایر با یافته‌های تحقیقات پیشین است. شاید بتوان علت آن را به انتخاب جامعه آماری و همچنین تعیین نقش از پیش تعیین شده در پرسش‌نامه‌های محقق ساخته نسبت داد. در این تحقیق مشخص نیست چهره‌های معروف چه کسانی هستند، آیا چهره‌های معروف ورزشی مورد توجه محقق بوده‌اند و یا هنرمندان، هنرپیشگان و یا سایر چهره‌های معروف و اثرگذار جامعه. همچنین این تحقیق نشان نمی‌دهد که آیا هر یک از چهره‌های معروف مورد نظر چه نقشی در شبکه‌های اجتماعی بر عهده داشته‌اند و هر یک چگونه و تا چه میزان بر جامعه نقش دارند؟ لذا بدون مشخص بودن ماهیت و مشخصات چهره‌های معروف و نقش‌های مختلف آنها سئوالاتی کلی از کاربران شبکه اجتماعی پرسیده شده است که به صورت آنلاین به پرسش‌نامه بسته پاسخ، واکنش نشان داده‌اند و نهایتاً این نتیجه حاصل شده است که چهره‌های معروف بر نگرش مردم اثر دارند و نه بر رفتار آنها!

همان‌طور که قبلاً ذکر شد چهره‌های معروف و محبوب ورزش از اثرگذاری بالایی در بین اقشار مختلف جامعه برخوردارند و به این لحاظ بررسی نقش‌های مختلف آنها در دوره شروع بحران کرونا از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. زیرا با شناخت نقش‌های مختلف آنها در رویارویی با جامعه شاید بتوان در آینده از این ظرفیت برای بهبود ارتباط با مردم و کمک به آنها در بحران‌های آتی بهره جست. از طرفی شناخت ظرفیت‌های تربیتی ورزشکاران ملی و بین‌المللی در کمک به مدیریت بحران‌ها موضوع تازه‌ای است که با بروز کرونا در دنیا قابل تأمل و دارای ارزش تحقیقاتی شده است. زیرا نفوذ ورزشکاران بر مردم جامعه ظرفیتی است که به عنوان یک فرصت برای اثرگذاری بر رفتار جامعه و هدایت مؤثر آنها در بحران‌های آتی قابل بهره برداری است و به این لحاظ پژوهش برای شناخت ابعاد عملکرد ورزشکاران در شبکه‌های اجتماعی از جمله اینستاگرام ضرورت دارد.

لذا انجام پژوهش حاضر به دلیل تلاش در شناسایی نقش‌های مختلفی که چهره‌های معروف و نخبه‌های ورزش می‌توانند در شبکه‌های اجتماعی که در سال‌های اخیر برای اکثر مردم سهل‌الوصول شده است، داشته باشند و بهره برداری از این نقش‌ها در آینده از وجوه تفاوت تحقیق حاضر با تحقیقات قبلی و همچنین وجه اهمیت و ضرورت آن است. با توجه به مطالبی که در فوق ذکر شد، چهره‌های



معروف ورزش نه تنها در مرزهای ملی کشورهای خود، بلکه در عرصه جهانی مورد توجه مردم هستند و اثرگذاری پیام‌های آنها در ابعاد جهانی قابل توجه است و در نتیجه پیام‌های آنها در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند با اثرگذاری جهانی در وجوه تربیتی مطابق با تعریف تربیت که بیشتر مورد اشاره قرار گرفت، همراه باشد. لذا، پاسخ به این مسئله که نقش تربیتی ورزشکاران نخبه و چهره‌های معروف ورزشی ملی و بین‌المللی در شبکه اجتماعی اینستاگرام در دوران بروز بحران کرونا چیست؟ مورد توجه محققان قرار داشت و یافته‌های تحقیق می‌تواند نقش مهمی در مدیریت بحران‌های آتی با همکاری جامعه نخبگان ورزش داشته باشد.

روش پژوهش

روش انجام این تحقیق، تحلیل محتوا بود و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از تحلیل تماتیک بهره برداری شد. برای این منظور ابتدا لازم بود مشهورترین چهره‌های ورزشی بین‌المللی شناسایی شوند. بنابراین از رتبه‌بندی مشاهیر ورزشی ای‌اس‌پی‌ان^۱، برای شناسایی ۱۰۰ ورزشکار مشهور که به عنوان چهره‌های معروف در سطح جهان شناخته شده‌اند، استفاده شد؛ و همچنین وب‌سایت بازی‌های المپیک (۲۰۲۰)، پارالمپیک، و المپیک جوانان و همچنین وب‌سایت‌های کمیته‌های ملی المپیک به تعداد ۲۰۵ کشور برای شناسایی ورزشکاران نخبه اعزامی به المپیک ۲۰۲۰ ژاپن که بعداً به سال ۲۰۲۱ موکول شد، استفاده گردید. جدول ۱ نشان دهنده نام کشورها و تعداد ورزشکاران اعزامی به المپیک ۲۰۲۱ ژاپن است. لازم به ذکر است امکان شناسایی ورزشکاران همه کشورها به دلیل این‌که اسامی ورزشکاران بر روی سایت کمیته‌های ملی المپیک کشورهای مربوطه ذکر نشده بود، وجود نداشت. در نهایت ورزشکاران ۵۲ کشور که اسامی آنها در جدول ۱ درج شده است، مورد توجه قرار گرفتند ($N=8000$). حجم جامعه نمونه مطابق جدول کرجسای-مورگان ۳۶۷ نفر بود و برای پیشگیری از ریزش تعداد نمونه، ۴۰۰ ورزشکار با استفاده از روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای متناسب با جمعیت ورزشکاران هر کشور به‌طور تصادفی انتخاب شدند. لازم به ذکر است، همان‌طور که پیشتر توضیح داده شد، ملاک انتخاب ورزشکاران شهرت و نخبگی آنها بود.

1. ESPN



در مرحله بعد، تمام ورزشکارانی که در شبکه اینستاگرام دارای صفحه شخصی بودند، شناسایی شدند. به این ترتیب تعداد ۳۷۳ ورزشکار نخبه جهان که دارای صفحات قابل بررسی در اینستاگرام بودند، شناسایی شدند. تعداد ورزشکاران فعال در شبکه اینستاگرام احتمالاً خیلی بیشتر از این تعداد بود؛ ولی به دلایل مختلف امکان دستیابی به صفحات آنها وجود نداشت. این دلایل عبارت بودند از: بسیاری از ورزشکاران با نام‌های مستعار در اینستاگرام حضور دارند، بسیاری از ورزشکاران دارای صفحات خصوصی هستند، بسیاری از ورزشکاران دارای اسامی مشابه هستند، برخی از صفحات دروغین است و توسط افراد متفرقه ساخته شده است، برخی از ورزشکاران دارای صفحات با زبانی ناشناخته‌اند که گوگل امکان ترجمه آن را ندارد، بسیاری از ورزشکاران علاقه‌ای به شبکه‌های اجتماعی ندارند و در اینستاگرام فعال نیستند و صفحه شخصی ندارند.

بر این اساس، ورزشکارانی که امکان دستیابی به صفحاتشان وجود نداشت به این شرح از حوزه توجه تحقیق حاضر خارج شدند: ۹۱ ورزشکار دارای صفحات شخصی و بیش از ۱۰۰۰ نفر دنبال‌کننده^۱ بودند. ولی در صفحاتشان هیچ پستی وجود نداشت. ۱۶۰ ورزشکار دارای صفحات مرتبط با رشته ورزشی و پست‌های زیاد بودند. ۲۲ ورزشکار دارای صفحات ورزشی بدون هیچ توضیحی بودند. ۱۱ ورزشکار دارای صفحات غیرمرتبط با رشته ورزشی، نظیر عکاسی از طبیعت، جملات ادبی، تصاویر کودکان، ... بودند. ۳۲ ورزشکار فقط تصاویر مسابقات خود را منتشر کرده بودند و ۱۹ ورزشکار نوشتن پست‌ها از زبانی استفاده کرده بودند که گوگل امکان ترجمه آن را نداشت و نهایتاً، ۳۸ ورزشکار فقط به معرفی کسب و کار تجاری خود در صفحات شخصی خود پرداخته بودند. تمام صفحات ورزشکاران در شبکه اجتماعی اینستاگرام، مورد مطالعه و تحلیل قرار گرفت. برای تحلیل داده‌های متنی، تصویری و شنیداری این ورزشکاران که در پست‌های آنها در اینستاگرام قابل دستیابی بود، از روش تحلیل محتوا با استفاده از تکنیک تحلیل تماتیک استفاده شد. به این ترتیب ۵۱۱ صفحه طی ۲۱ ژانویه تا ۱۹ آوریل ۲۰۲۰ (معادل ۲ بهمن ۱۳۹۸ تا ۳۱ فروردین ماه ۱۳۹۹) بررسی شد.

این دوره زمانی از آن جهت انتخاب شد که اولین موج کووید-۱۹ در این زمان در بیشتر کشورهای جهان اتفاق افتاد. همچنین این دوره زمانی روند ویژه‌ای از شیوع جهانی کووید-۱۹ بود. زیرا در موج اول، حداقل یک پنجم بشریت در قرنطینه بودند و بیش از یک میلیون نفر دارای تست مثبت ابتلا به ویروس و میلیون‌ها نفر دیگر بیمار بودند. این امر با تعطیل شدن کارخانه‌ها، رستوران‌ها، مکان‌های عمومی، مدارس و دانشگاه‌ها همراه بود و علاوه بر این موجب کساد وضع اقتصاد ملی و جهانی

1. Follower



کشورها شده بود. هیچ کشوری کاملاً از این شرایط نابسامان در امان نبود و کشورها اغلب برای مدیریت شرایط اضطراری رویکردهای بسیار متفاوتی را در پیش گرفتند. بنابراین جوامع در موج اول بیش از موج دوم یا سوم احساس وحشت را تجربه کردند (ونتریگیو^۱ و همکاران، ۲۰۲۰). به همین دلیل ورزشکاران می‌توانستند نقش خوبی در کنترل هراس اجتماعی در این زمان داشته باشند و به همین دلیل اولین موج شیوع ویروس کرونا، برای مطالعه در این تحقیق انتخاب شد. در کل، ۲۳۱۵ پیام از صفحات ۳۷۳ ورزشکار، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. اینستاگرام به این دلیل انتخاب شد که از میان خانواده برنامه‌های فیس بوک (فیس بوک، اینستاگرام و واتس اپ) که در بیشتر کشورها هنگام شیوع ویروس کرونا (پروتکل^۲، ۲۰۲۰) استفاده می‌شد، اینستاگرام این قابلیت را داشت که توسط کاربران جهانی با حداقل محدودیت استفاده شود.

جدول ۱- اسامی کشورها و تعداد ورزشکاران نخبه هر کشور

نام کشور	تعداد ورزشکار	نام کشور	تعداد ورزشکار	نام کشور	تعداد ورزشکار	نام کشور	تعداد ورزشکار
هند	120	آرژانتین	212	پرتغال	92	کروواسی	86
ایران	62	استرالیا	405	روسیه	278	کوبا	115
ایرلند	77	اتریش	66	صربستان	104	دومینیک	27
ایتالیا	294	آذربایجان	55	اسلوواکی	62	اکوادور	37
جامائیکا	59	باهاما	32	کره (ج)	203	مصر	117
ژاپن	339	بنگلادش	7	اسپانیا	301	فرانسه	393
مکزیک	126	بلژیک	106	سوئد	152	آلمان	420
قزاقستان	103	برزیل	464	سوئیس	101	بریتانیا	366
نیوزیلند	199	کانادا	309	تایلند	55	یونان	94
پاناما	10	شیلی	41	اوکراین	198	گواتمالا	21
پرو	29	چین	398	آمریکا	550	هایتی	10
فیلیپین	12	کلمبیا	144	اروگوئه	17	هنگکنگ	38
لهستان	242	کاستاریکا	10	ونزوئلا	86	مجارستان	156
جمع کل: 8000 نفر							

1. Ventriglio

2. Protocol



Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International Public License

یافته‌ها

از آن جا که صفحات اینستاگرامی تعداد زیادی از ورزشکاران خالی از پست بود و یا پیام‌های مرتبط با شیوع کرونا نداشت، لذا به منظور صرفه‌جویی در فضای مقاله، جدول ۲ با ارائه مشخصات ورزشکارانی که پست‌های آنها حاوی پیام‌های مرتبط با شرایط بحران شیوع بیماری کرونا بود، ارائه شده است. همان طور که پیشتر اشاره شد، ورزشکاران با استفاده از روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای بر حسب جمعیت ورزشکاران هر یک از کشورهای شرکت کننده در المپیک ۲۰۲۰ انتخاب شدند.

بر این اساس، یافته‌ها نشان داد که (۲۱٪) صفحات ورزشکاران مورد توجه تحقیق، مربوط به زنان ورزشکار و ۷۹٪ بقیه مربوط به مردان است. ۹۰ صفحه مربوط به ورزشکاران با ۱ تا ۲۱۸ میلیون دنبال‌کننده و بقیه کمتر از یک میلیون دنبال‌کننده داشتند. ۴۱ ورزشکار فوتبالیست و ۹ تنیسور و ۱۰ کریکت باز و ۱۳ بسکتبالیست و سایر ورزشکاران در سایر ورزش‌ها فعال بودند.

جدول ۲- مشخصات ورزشکاران مورد بررسی در تحقیق

Athletes Name	Nom. followers	Identity	Athletes Name	Nom. followers	Identity
Toby Alderweireld	479k	فوتبال	Carmello Anthony	7.1m	بسکتبال
Kylian Mbappé	22k	فوتبال	Mehdi Mahdavia	1.2m	فوتبال
Cristiano Ronaldo	218 m	فوتبال	Gerard pique	18.1m	فوتبال
Lionel Messi	150m	فوتبال	Valentino Rossi	129k	موتورسواری
paulpogba	40.9m	فوتبال	Canelo Alvarez	6.7m	بوکس
Mohamed Salah	38.3m	فوتبال	Zahra Kiani	160k	ووشو
Raheem Sterling	6.9m	فوتبال	Stan wawrinka	1.2m	تنیس
Beatrice Vio	818k	شمشیربازی	Chris paul	9.8m	بسکتبال
Chris Froome	1m	دوچرخه سواری	Drew Breez	1.6m	فوتبال
Simone Biles	3.8m	ژیمناستیک	Alexis Sanchez	10.4m	فوتبال
Jérémy Leroux	11.2k	دوومیدانی	Tony Kroos	24.2m	فوتبال
Jess O'Connell	4.894k	دوومیدانی	Harbhajan singh	4m	کریکت



ادامه جدول ۲- مشخصات ورزشکاران مورد بررسی در تحقیق

Athletes Name	Nom. followers	Identity	Athletes Name	Nom. followers	Identity
Dong-Gook	533k	فوتبال	Andy Murray	1.7m	تنیس
Guham, CHO	3.943k	جودو	Gennady Golovkin	5.830k	بوکس
Son Yeonjae	161k	ژیمناستیک	Manny pacquiao	5.7m	بوکس
Alex Boisvert	1270k	اسکیت	Yi Jianlian	75	بسکتبال
Seongryong Jung	26.7k	فوتبال	Giannis Antetokou	7.8m	بسکتبال
Sebastien Toutant	323k	اسکی	Sareh Javanmardi	12.7k	تیراندازی
Serena williams	12.3m	تنیس	Sania Mirza	6.3m	تنیس
Roger Federer	7.6m	تنیس	Moshfiqur Rahim	1.1m	کرکت
rafael nadal	9.3m	تنیس	Gianluigi Buffon	9.1m	فوتبال
Novak Djokovic	7.2m	تنیس	Lewandowski	16.9m	فوتبال
Tiger woods	2.2m	گلف	Ali Karimi	5.7 m	فوتبال
Kevin Durant	27.7k	بسکتبال	Shikhar Dhawan	5.9m	کرکت
Le bron james	64.1m	بسکتبال	Carson Wentz	1.1m	فوتبال
Conor Mcgregor	36.5m	رزمی	Shakib Al Hasan	1.6m	کرکت
Virat Kohli	57.8m	کرکت	Jerome Boateng	6.2m	فوتبال
Wardell Curry	30.4m	بسکتبال	Fanny smith	27.5k	اسکی
M S Dhoni	23.1m	کرکت	Nestor Abad	25.2	ژیمناستیک
Kylian Mbappé	40.6m	فوتبال	Ai Ueda	3.463k	دوومیدانی
Nurmagomedov	20m	رزمی	sindhu pv	1.6m	بدمینتون
Antoine Griezmann	30.2m	فوتبال	Martin Molinari	289k	ژیمناستیک
yuvraj_singh	8.8m	کرکت	Alise Willoughby	68.3k	موتورسواری
Lewis Hamilton	15.6m	اتومبیلرانی	Lori Susan	531k	دوومیدانی
Najmeh Khedmati	70.7k	تیراندازی	Ali Daei	5.2m	فوتبال
Suresh Raina	10.4 m.	کرکت	Aki Yazawa	1148k	قایقرانی
Thomas Müller	7.3 m.	فوتبال	Thomas Röhler	82.7k	دوومیدانی
Neymar	138m	فوتبال	Romashina	36.7k	شنا



ادامهٔ جدول ۲- مشخصات ورزشکاران مورد بررسی در تحقیق

Athletes Name	Nom. followers	Identity	Athletes Name	Nom. followers	Identity
Mesut ozil	21.9m	فوتبال	Caroline Vonn	2m	اسکی
Shaun white	1.4m	اسکی	DARIA BILODID	277k	جودو
Rory Mcilroy	1.9m	گلف	Sébastien Toutant	323k	اسکی
Phil Mickelson	773k	گلف	Beiranvand	2.6m	فوتبال
Andres Iniesta	33.8m	فوتبال	Saeid Marouf	1.8m	والیبال
Kei Nishikori	540k	تنیس	Sardar azmoun	3.3m	فوتبال
Tom Brady	7.5m	فوتبال	Jackie chan	3.3m	رزمی
Zlatan Ibrahimović	42.5m	فوتبال	Schwarzenegger	20.7m	بدنسازی
Gareth Bale	43m	فوتبال	Van Damme	5m	رزمی
Luis Suarez	37.8m	فوتبال	Martyn Ford	2.6m	بدنسازی
Maria Sharapova	4m	تنیس	Dwayne Johnson	184m	فوتبال
Sergio Ramos	38.4m	فوتبال	Jason Statham	25m	رزمی
Tyson Fury	3.7m	بوکس	Dolph Lundgren	2m	رزمی
Zahra Nemati	44.7k	تیروکمان	Michael Phelps	3.3m	شنا
Wayne Rooney	15m	فوتبال	Ariarne Titmus	21.9k	شنا
Ashwin	1,049	کریکت	Duncan Scott	38k	شنا
Sun Yang	10.9k	شنا	Teddy Riner	492k	جودو
Marcelo Vieira	44.3m	فوتبال	Naomi Osaka	1.1m	تنیس
Russell Westbrook	15.1m	بسکتبال	Shaunae Mille	113k	دوومیدانی
Rohit Sharma	13.1m	کریکت	Kylie Masse	14k	شنا
Yousef Karami	34.9k	تکواندو	Pat McCormack	27.7k	بوکس
Kyrie Eleison	14m	بسکتبال	Eliza McCartney	87.7k	دوومیدانی
Radamel falcao	13.1m	فوتبال	Mariya Lasitskene	42.8k	دوومیدانی
James Harden	73.5k	بسکتبال	Laura Kenny	168k	دوچرخه سواری
Dwyane wade	16.5m	بسکتبال	Nyjah Huston	4m	اسکیت
Odell bekhham	14.1m	بسکتبال	Stephanie Gilmore	661k	موج سواری



ادامه جدول ۲- مشخصات ورزشکاران مورد بررسی در تحقیق

Athletes Name	Nom. followers	Identity	Athletes Name	Nom. followers	Identity
Sergio aguero	12.8m	فوتبال	Janja Garnbret	196k	کوهنوردی
David De gea	11m	فوتبال	Caeleb Dressel	258k	شنا
Derrick rose	1.2m	بسکتبال	Rohan Dennis	87.5k	دوچرخه سواری
Paulo Dybala	38.2m	فوتبال	Christian Coleman	160 k	دوومیدانی
Behdad Salimi	155k	وزنه برداری	Sky Brown	547k	اسکیت
Dani Alves	30.9m	فوتبال	Kelsey-Lee Barber	9,220k	دوومیدانی
Colin Kaerpernick	3.4m	فوتبال	Dina Asher-Smith	234 k	دوومیدانی
Karim Benzema	33.6m	فوتبال	Lois Toulson	15.8 k	شیرجه
Eden Hazard	26.8m	فوتبال	Michael Andrew	138k	شنا
Luka Modric	18.3m	فوتبال	Regan Smith	38.4k	شنا
Philippe coutinho	22.3m	فوتبال	Morgan Hurd	137k	ژیمناستیک
Kimia Alizadeh	419k	تکواندو	Noah Lyles	129k	دوومیدانی
David Luiz	19.4m	فوتبال	McLaughlin	484k	دوومیدانی
Anthony Joshua	11.2m	بوکس	Kolesnikov	21.3k	شنا
Leyla Rajabi	404k	تیراندازی	Kristof Milak	45.6k	شنا
Yuzuru hanyu	50.7k	اسکیت	Beatrice Vio	842k	شمشیربازی

برای ارزیابی قابلیت اطمینان در بین کدگذاران، از ضریب آلفای کریپندورف^۱ برای دو کدگذار که کدگذاری ۲۵٪ از پست‌های اینستاگرام ورزشکاران را انجام دادند، استفاده شد. ضریب آلفای کریپندورف ابزاری کارآمد برای ارزیابی قابلیت اطمینان در بین ارزیابان است. ضریب آلفای کریپندورف تنها شاخص در بین شاخص‌های قابلیت اطمینان بین ارزیابان است که توافق بین آنها را محاسبه می‌کند (کریپندورف، ۲۰۰۴).

به طور معمول، برای آزمایش قابلیت اطمینان بین کدگذاران، یک نمونه فرعی از داده‌ها برای کدگذاری (به طور مستقل)، ضروری است (سورت^۲، ۲۰۱۲). بسته به اندازه مجموعه داده‌ها، بین ۲۵-۱۰ درصد

1. Krippendorff
2. Swert



از واحدهای تحلیل مورد بررسی قرار می‌گیرند (اوکانرا و همکاران، ۲۰۲۰). بنابراین ۲۵ درصد از پست‌های اینستاگرام به طور تصادفی انتخاب شده و توسط دو کدگذار مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. مقدار آلفای کریپندورف از ۰ تا ۱ است. صفر جایی است که اختلاف نظر کامل و ۱ توافق کامل است (کریپندورف، ۲۰۰۴). نتایج نشان داد که پایایی ضریب آلفای (α) کریپندورف برابر با ۰/۸۱۵ است که نشانگر قابلیت اطمینان مطلوب است.

تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی معمولاً دشوار به نظر می‌رسد. چون اساساً چارچوب فنی مشخصی ندارد (بسیت^۲، ۲۰۰۳). از آنجا که تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی یک فرآیند شهودی و استقرایی است، بیشتر محققان، خودشان داده‌های کیفی حاصل از تحقیق خود را تجزیه و تحلیل و کدگذاری می‌کنند. تجزیه و تحلیل داده‌ها یک فرآیند پویا و خلاق است. در طول تجزیه و تحلیل، محققان تلاش می‌کنند درک عمیق‌تری از آنچه که مورد مطالعه قرار داده‌اند، به دست آورند و به طور مستمر تفسیرهای خود را اصلاح کنند (تیلور و بوگدان^۳، ۱۹۹۸، ۱۶۹). کدگذاری یا دسته‌بندی داده‌ها نقش مهمی در تجزیه و تحلیل دارد (بسیت، ۲۰۰۳). این امر شامل طبقه‌بندی داده‌ها و همچنین اختصاص دسته‌ها به آنها است (دی^۴، ۱۹۹۳).

بنابراین، بسیاری از محققان ترجیح می‌دهند از کدگذاری دستی برای تجزیه و تحلیل عمیق داده‌ها و تفکر عمیق در مورد رابطه بین آنها استفاده کنند. انتخاب بین کدگذاری الکترونیکی یا دستی داده‌ها بستگی به اندازه پروژه، بودجه و زمان موجود و تمایل و تخصص محقق دارد (بسیت، ۲۰۰۳). در این تحقیق، از کدگذاری دستی برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد و دلیل آن این بود که منابع مختلف داده‌ای از جمله متنی، دیداری و شنیداری وجود داشت که مفاهیم مشابه آنها باید تجزیه و تحلیل می‌شد. به این منظور از کدگذاری استقرایی استفاده شد.

بنابراین، محتوای پیام‌های متنی، شنیداری و تصویری در همه پست‌ها به صورت دستی تجزیه و تحلیل و طبقه‌بندی شدند. به این ترتیب که برای پیام‌های متنی (نوشتاری) متناسب با محتوای آن کدی تعیین شد و در جداول کدگذاری درج شد و تمام پیام‌های مشابه با این کد مشخص گردید و در طبقه مشابه قرار گرفت. در خصوص پیام‌های تصویری (دیداری)، فعالیت ورزشکاران مورد مشاهده

1. O'Connor
2. Basit
3. Taylor and Bogdan
4. Dey



قرار گرفت و برای هر رفتار یک کد مشخص تعیین شد و مانند کدگذاری پیام‌های متنی در جدول کدگذاری قرار گرفت و سایر رفتارهای مشابه و مشاهده شده در طبقات مشابه تحت کدهای مشخص دسته‌بندی شدند.

پیام‌های شنیداری (کلامی) عبارت بودند از پیام‌های صوتی و صحبت‌های ورزشکاران با مخاطبان‌شان. این دسته از پیام‌ها پس از پیاده‌سازی و تبدیل آنها به پیام‌های نوشتاری، مانند سایر پیام‌های متنی، تحلیل محتوا گردید و پس از تعیین کدها و قرار دادن آنها در جداول کدگذاری، دسته‌بندی شدند. به این ترتیب در نهایت، تمام کدهای حاصله از سه دسته پیام‌های متنی، شنیداری و تصویری در کدهای مشترک تلفیق شد و مورد تحلیل قرار گرفتند. به این ترتیب، پنج نقش تربیتی مشخص شد که در نقشه تماتیک شماره ۱ درج شده است و در ادامه به توضیح آنها پرداخته شده است.

مقوله‌های شناسایی شده با استفاده از نقشه تماتیک سلسله مراتبی برای نقش ورزشکاران نشان داده شده است. نقشه‌های سلسله مراتبی به سازماندهی مقوله‌ها بر اساس چگونگی ارتباط آنها با یکدیگر کمک می‌کنند. پس از ایجاد کدها و مقوله‌ها، لازم است که آنها را در یک نقشه یا قاب قرار دهید که به آن نقشه تماتیک گفته می‌شود. یک نقشه تماتیک بیانگر روابط و ساختار مضامین یا مقوله‌های موجود در تحقیق است. همان‌طور که در نقشه تماتیک نشان داده شده است (شکل ۱) نقش تربیتی افراد مشهور ورزشی در شبکه‌های اجتماعی در طی همه‌گیر شدن ویروس کرونا در ۵ نقش دسته‌بندی شده است: ناظر ساکت و بی‌تفاوت، مربی ورزش، مربی بهداشت، مربی سبک زندگی، مربی روابط اجتماعی.

عنوان مربی بر اساس تعریف وایت مور^۱ از واژه مربی در تربیت وام گرفته شد. به عقیده او مربی فردی است که مخاطبان خود را حمایت می‌کند تا خوب یاد بگیرد و درست فکر کند تا رفتار مطلوب داشته باشد. به عقیده او مربیان به افراد کمک می‌کنند که بهتر یاد بگیرند نه این‌که به آنها درس بدهند. آنها به مردم کمک می‌کنند تا ظرفیت‌های وجودی خودشان را بهتر بشناسند و بتوانند با استفاده از آن عملکردهای خودشان را بهبود بخشند (وایت مور، ۲۰۰۹) و همچنین نیووربرگ^۲ و همکاران (۲۰۱۶) از مربی به عنوان راهنما یاد می‌کنند.

بر این اساس، ورزشکاران به عنوان مربیانی عمل کردند که در حوزه‌های مختلف در دوران کرونا مردم را راهنمایی، حمایت و همراهی کردند. هر یک از نقش‌های مشخص شده برای آنها در این تحقیق، دارای زیرمجموعه‌هایی هستند. یافته‌ها نشان دادند که ورزشکاران کشورهای مختلف به یک شکل در

1. Whitmore
2. Van Nieuwerburgh



صفحات اینستاگرام ظاهر نمی‌شوند. نتیجه مطالعات نشان داد که نحوه ظاهر شدن ورزشکاران در پیام‌هایشان می‌تواند به تفاوت‌های فرهنگی (مک لین ۱، ۲۰۰۴) و ویژگی‌های جمعیت شناختی بستگی داشته باشد (سیلی و سینگ ۲، ۲۰۱۰).

به همین دلیل، ورزشکاران مشهور و نخبه در دوران عالم گیری، نقش‌های مختلفی را در شبکه اینستاگرام بر عهده داشتند. در ادامه هر نقش و زیرمجموعه‌های آن در قالب تحلیل ولکات به صورت تفسیر لایه‌ای الگوی تماتیک (شکل ۱) تحلیل می‌شوند و برای این امر از روش تحلیل تفسیری استفاده شده است.



شکل ۱- نقشه تماتیک سلسله مراتبی نقش‌های تربیتی ورزشکاران در عالم گیری کرونا در اینستاگرام

تفسیر لایه اول: در لایه اول الگوی تماتیک یافته‌های تحقیق، نقش‌های تربیتی ورزشکاران در شبکه اینستاگرام در قالب «مربی» نمایش داده شده است. هر یک از نقش‌های مربیگری به آموزش و تربیت بخشی از ابعاد زندگی افراد توسط ورزشکاران در دوران عالم گیری اشاره دارد. در جدول ۳ مصداق‌های هر یک از نقش‌های تربیتی ورزشکاران در دوران عالم گیری ارائه شده است. برای نمونه در خصوص نام‌گذاری و ویژگی‌های هر یک از نقش‌های لایه اول، توضیحاتی به شرح زیر ارائه شده است:

1. McLean
2. Sealy & Singh



جدول ۳- مصداق هایی از نقش های تربیتی برخی از ورزشکاران نخبه و چهره های معروف ورزش در دوران عالم گیری کرونا

نقش	مقوله های محوری	نام ورزشکار	رشته	ملیت	مصداق
ناظران ساکت یا بی تفاوت	فقدان پست	نائومی اوزاکا نیمار الهه	تنیس فوتبال	ژاپن برزیل	پستی وجود نداشت
	فقدان پست مرتبط	احمدی دونی	تیرانداز کریکت	ایران هند	پست مرتبط وجود نداشت
مربی ورزش	آموزش نحوه ورزش کردن	تونی کروس، لیلا رجیبی	فوتبال پرتاب وزنه	آلمان ایران	معرفی تمرینات ورزشی و نحوه انجام آن در خانه آموزش حرکات ورزشی در خانه
	برگزاری ورزش در زمان مشخص	سرنا ویلیامز	تنیس	آمریکا	برگزاری کلاس های ورزش در خانه برای عموم مردم جهان
مربی بهداشت	ارائه اطلاعات در مورد بیماری	لوئیس همیلتون	اتومبیلرانی	انگلیس	شستن دست مهم ترین کاری است که می توانید برای محافظت از خود و دیگران در برابر ویروس کرونا انجام دهید
	آموزش پروتکل - های بهداشتی	کریستیانو رونالدو	فوتبال	پرتغال	مهم است که همه ما از توصیه های سازمان بهداشت جهانی و نهادهای حاکم در مورد چگونگی کنترل وضعیت کنونی پیروی کنیم



ادامهٔ جدول ۳- مصداق‌هایی از نقش‌های تربیتی برخی از ورزشکاران نخبه و چهره‌های معروف ورزش در دوران عالم‌گیری کرونا

نقش	مقوله‌های محوری	نام ورزشکار	رشته	ملیت	مصداق
	امیدبخشی در مورد آینده	لوئیس همیلتون	اتومبیلرانی	انگلیس	خود را دوباره تقویت کنیم، تناسب اندام، سلامتی و تمرکز بیشتری داشته باشیم اما مهم‌تر از همه، مهربان‌تر، سخاوتمندانه‌تر و بخشنده‌تر و مراقب دنیای خود و مردم در آن باشیم
مربی سبک زندگی	ایجاد انگیزه	توماس مولر	فوتبال	آلمان	بیایید با شناخت بهتر از جهان خود، تغییر انتخاب‌های شخصی و عادات خود، از این ما به عنوان یک مای جدید بیرون بیاییم، خود را دوباره تقویت کنیم لذت بردن از زمان آزاد زیادی که همیشه در دسترس‌تان نیست (و حالا در شرایط کرونا نصیب‌تان شده است)، بسیار عالی است پس از آن به بهترین شکل استفاده کنید
	ایجاد اتحاد و همبستگی	لوبرون جیمز سورش راین	بسکتبال کریکت	آمریکا هند	برای شکست کرونا نیاز به اتحاد و همبستگی است ما با هم و به کمک یکدیگر و با اتحاد کرونا را شکست خواهیم داد
مربی مهارت‌های اجتماعی	حفظ و ارتقای روابط خانوادگی	لئو مسی نوواک چوکوویچ	فوتبال تنیس	آرژانتین صربستان	این بهترین زمان برای توجه و مراقبت از اعضای خانواده است وقت گذرانی، شوخی و انجام امور منزل همراه با اعضای خانواده
	حفظ ارتباطات اجتماعی	کریس رونالدو	فوتبال	پرتغال	قرنطینه فرصت خوبی برای توجه به دوستان و اقوام است. با آنها تماس بگیرید و ارتباط خود را حفظ کنید حتی در قرنطینه



نقش ناظران ساکت یا بی تفاوت: این عنوان از نظریه بی تفاوتی اجتماعی وام گرفته شده است. بی تفاوتی اجتماعی با شاخص‌هایی مانند کناره‌گیری مدنی و سهمیم نشدن در مسائل و موضوعات زندگی اجتماعی، دل‌سردی، تفکیک عامدانه منافع شخصی از خواسته‌های عمومی و عام‌المنفعه، بی‌اعتنایی نسبت به رخدادهای اجتماعی، سیاسی و فرهنگی تعریف می‌شود (عنبری و همکاران، ۲۰۱۶). از طرفی، برخی از صاحب نظران معتقدند سکوت، خود زبانی جهانی است که در تمام دنیا قابل فهم است. سکوت، زبانی است که بدون استفاده از واژه‌ها، پیام مورد نظر را به مخاطب منتقل می‌کند (الجهدحامی^۱، ۲۰۱۸).

همان‌طور که قبلاً نیز اشاره شد، صفحه اینستاگرامی برخی از ورزشکاران معروف جهان خالی از پست بود و تنها تصویر آنها به همراه نام و هویت ورزشی آنها به همراه تعداد قابل توجهی از دنبال‌کننده‌ها در صفحه آنها دیده می‌شد و همچنین، بسیاری دیگر از چهره‌های معروف ورزشی در دوران شیوع کرونا سکوت اختیار کردند و تنها به انتشار پست‌هایی از طبیعت، تصاویر خودشان در ورزش و امثال این پرداختند و هیچ پیامی در خصوص دوران عالم‌گیری کرونا منتشر نکردند. بر این اساس، این گروه از ورزشکاران در تحقیق حاضر به عنوان ناظران ساکت یا بی تفاوت نامیده شدند. چون همان‌طور که توضیح داده شد، این افراد هیچ پستی مرتبط با ظهور و بروز بحران کرونا منتشر نکردند. از جمله این افراد می‌توان به نائومی اوزاکا^۲ تنیسور ژاپنی، الهه احمدی تیرانداز ایرانی، تدی رایبر جودوکار فرانسوی، حسن یزدانی کشتی‌گیر ایرانی، کایل مس^۳ شناگر کانادایی اشاره کرد که در بازه زمانی مورد نظر این تحقیق و در دوران پراضطراب شروع عالم‌گیری کرونا، هیچ پستی در شبکه اجتماعی اینستاگرام در رابطه با عالم‌گیری ویروس کرونا منتشر نکردند.

مربی ورزش: مربی ورزش فردی است که برای جلوگیری از آسیب جسمی و افزایش آمادگی بدنی افراد به آنها آموزش ورزش و فعالیت بدنی ارائه می‌کند. مربیان ورزشی تیم‌ها یا افراد را با نحوه بهبود عملکرد در مهارت‌های مختلف آموزش می‌دهند. آنها با مشاهده نحوه عملکرد فرد یا تیم، سطح آموزش مورد نیاز را تعیین می‌کنند و تمرینات مختلف ورزشی ارائه می‌دهند (جونز^۴ و همکاران، ۲۰۰۳). بسیاری از ورزشکاران نخبه جهان در دوران عالم‌گیری در دو نقش مشخص در شبکه‌های اجتماعی در قالب مربی ورزش ظاهر شدند. بسیاری از آنها نحوه درست ورزش کردن در منزل و در دوران

1. Al-Jahdhami
2. Naomi Osaka
3. Kylie Masse
4. Jones



قرنطینه را به مردم آموزش می‌دادند و این آموزش را در بخش‌های مختلف و در ساعات مختلف روز و یا در روزهای مشخصی از هفته به مردم ارائه می‌کردند و به پرسش‌های آنها پاسخ می‌دادند. برخی دیگر علاوه بر این که کلیپ‌های ضبط شده از خود را در حالت انجام ورزش بر روی صفحه خود قرار می‌دادند، حتی برخی از آنها در ساعات مشخصی از روز با برگزاری جلسات لایو درست مانند یک کلاس ورزش به عنوان مربی ورزش، کلاس آنلاین برگزار می‌کردند. در این خصوص می‌توان از تونی کروس، سرنا ویلیامز و لیلیا رجبی نام برد.

مربی بهداشت: مربی بهداشت فردی است که به مردم کمک می‌کند و به آنها آموزش می‌دهد که چطور سلامت فردی و عمومی خود را ارتقاء دهند و به آنها کمک می‌کند تا عادات رفتاری سالمی داشته باشند (روزنبرگ^۱، ۲۰۱۹). برخی از ورزشکاران با ارائه اطلاعاتی در خصوص ویروس و نحوه بروز بیماری به مردم اطلاعات ارزشمندی ارائه می‌کردند و برخی دیگر در مورد نحوه رعایت پروتکل-های بهداشتی راهنمایی و آموزش‌های مطلوبی در پست‌های خود منتشر کردند. لوئیس همیلتون، ورزشکار رشته اتومبیلرانی انگلیس، در صفحه اینستاگرام خود نوشت: "من می‌دانم که ویروس کرونا می‌تواند افراد را عصبی کند، اما می‌خواهم به همه شما توصیه کنم که آرام باشید، وحشت نکنید و به یاد داشته باشید که با دیگران مهربانی کنید و از افرادی که نیاز به کمک دارند مراقبت کنید". وی در پیام خود بر تأثیرات منفی ویروس کرونا در سلامت روان‌شناختی افراد و جامعه تأکید دارد. کریستیانو رونالدو، بازیکن فوتبال پرتغالی نوشت: "جهان لحظه بسیار سختی را پشت سر می‌گذارد که نهایت دقت و توجه همه ما را می‌طلبد ... مهم است که همه ما از توصیه‌های سازمان بهداشت جهانی و نهادهای حاکم در مورد چگونگی کنترل وضعیت کنونی پیروی کنیم!". لوئیس و رونالدو می‌خواهند به مردم در مورد اهمیت وجدی بودن وضعیت موجود و تلاش برای نجات جان مردم هشدار دهند.

لئو مسی، فوتبالیست حرفه‌ای آرژانتینی با ۱۴۹ میلیون پیرو در صفحه خود نوشت: "... بیایید خود را در جای کسانی قرار دهیم که بدترین وضعیت را دارند، یا به جای آن کسانی که مستقیماً خانواده و دوستان‌شان دچار بیماری شده‌اند، یا این که در خط مقدم برای مقابله با بیماری در بیمارستان‌ها و مراکز بهداشتی کار می‌کنند "

1. Rosenberg



مسی به شرایط سختی که بیماران می‌توانند برای خود و دیگران ایجاد کنند اشاره می‌کند و از این طریق به مردم هشدار می‌دهد که نسبت به شرایط جدی باشند. در این میان بسیاری از ورزشکاران با نمایش نحوه ماسک زدن و یا نحوه شستشوی دست‌های خود به مردم در رعایت پروتکل‌های بهداشتی آموزش دادند.

یکی از ورزشکاران در صفحه خود نوشته بود: "فراموش نکنید که شستن دست مهم‌ترین کاری است که می‌توانید برای محافظت از خود و دیگران در برابر ویروس کرونا انجام دهید ...". این ورزشکار افراد را راهنمایی می‌کند که چگونه از خود در مقابل ویروس کرونا محافظت کنند.

مربی سبک زندگی: فردی است که به افراد کمک می‌کند تا با برقراری روابط اجتماعی و خانوادگی بهتر، انتخاب خط‌مشی مطلوب در زندگی و اخذ تصمیمات بهتر، ایجاد تغییرات مناسب در زندگی و انتخاب اهداف مطلوب و دستیابی به نگرش مناسب و انگیزه بخشی، به شرایط بهتری در زندگی دست یابند (وانگ^۱، ۲۰۲۰). بسیاری از ورزشکاران در دوران شیوع کرونا نقش مربیان سبک زندگی را داشتند. برخی از آنها با نوید بخشی و ایجاد امید به آمدن روزهای بهتر و از بین رفتن ویروس کرونا سعی در کمک به رفع ناامیدی مردم می‌کردند و برخی دیگر به مردم انگیزه مقاومت و تلاش برای تحمل بهتر شرایط را می‌دادند و برخی دیگر مردم را به اتحاد و همبستگی و کمک به یکدیگر دعوت می‌کردند. یکی از ورزشکاران در یکی از پست‌هایش ذکر کرد:

"در حال حاضر، همه ما در دنیا وقت داریم که در زندگی، تصمیمات، اهداف خود، افرادی که در اطراف خود داریم، شغل خود تأمل کنیم ...، بیایید با شناخت بهتر از جهان خود، تغییر انتخاب‌های شخصی و عادات خود، از این ما به عنوان یک مای جدید بیرون بیاییم، خود را دوباره تقویت کنیم، تناسب اندام، سلامتی و تمرکز بیشتری داشته باشیم؛ اما مهم‌تر از همه، مهربان‌تر، سخاوتمندانه‌تر و بخشنده‌تر و مراقب دنیای خود و مردم در آن باشیم. امیدوارم همه ما این کار را بکنیم."

با این پیام، او سعی کرد در مورد آینده بهتری صحبت کند که در آن همه با دانش بیشتر و همچنین با مردم و طبیعت مهربان‌تر باشند. سخنان وی امید زیادی به روزهای بهتر برای کل جهان را نشان می‌دهد.

همچنین در مطلب یکی دیگر از ورزشکاران پیام مشابه دیده می‌شود: "همچنین لذت بردن از زمان آزاد زیادی که همیشه در دست‌رسان نیست (و حالا در شرایط کرونا نصیب‌تان شده است)، بسیار عالی است". او معتقد است که ماندن در قرنطینه و ویروس کرونا می‌تواند فرصت خوبی برای مراقبت از اعضای

1. Wong



Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International Public License

خانواده باشد و او اصرار دارد که این زمان دشوار را به عنوان یک فرصت مناسب برای لذت بردن از وقت در کنار بستگان خود استفاده کنیم.

مربی مهارت‌های اجتماعی: آموزش مهارت‌های اجتماعی یک رویکرد درمانی است که از آن برای بهبود روابط بین فردی استفاده می‌شود و بر رفتارهای کلامی و غیرکلامی متداول در روابط اجتماعی تمرکز دارد (کولاکوسکی^۱، ۲۰۱۱). بسیاری از ورزشکاران در دوره عالم‌گیری کرونا در صفحات اینستاگرام خود در نقش مربی مهارت‌های اجتماعی ظاهر شدند و برخی از آنها بر حفظ روابط خانوادگی و نحوه تعامل بهتر با اعضای خانواده در قرنطینه رهنمودهایی دادند و برخی دیگر روش‌ها و راهنمایی‌هایی برای حفظ روابط اجتماعی علی‌رغم حضور در قرنطینه ارائه می‌کردند و بیشتر این راهنمایی‌های بر حفظ مکالمات صوتی و تصویری در فضای مجازی با دوستان و همکاران متمرکز بود. **تفسیر لایه دوم:** در لایه دوم الگوی تماتیک مصداق‌ها و انواع فعالیت‌های هر یک از نقش‌های مربیگری، نمایش داده شده است. در واقع لایه دوم نشان می‌دهد که هر یک از ورزشکاران در نقشی که بر عهده گرفته‌اند، چگونه مفاهیم آموزشی و تربیتی را به مخاطبان و هواداران خود منتقل می‌کنند. ورزشکارانی که در نقش ناظران بی‌تفاوت در شبکه اینستاگرام مورد بررسی قرار گرفتند، سکوت و بی‌تفاوتی خود را به وضعیت نامطلوب عالم‌گیری، به دو صورت فقدان پست و یا فقدان پست‌های مرتبط نشان دادند.

ورزشکاران محبوبی که در این طبقه قرار داشتند، علی‌رغم برخوردار بودن از تعداد زیادی از هواداران ولی صفحه آنها خالی از هر مطلبی بود! و دسته دیگری از ورزشکاران در این طبقه علی‌رغم این که تعداد پست‌های آنها زیاد و قابل توجه بود، ولی در بین پست‌های آنها مطلبی مرتبط با شیوع کرونا وجود نداشت.

برخی از این ورزشکاران فقط عکس‌های خود را در وضعیت‌های مختلف اعم از میدان ورزش یا حریم خصوصی روابط خانواده و دوستان به نمایش گذارده بودند و برخی دیگر عکس‌های سفر یا طبیعت و امثال این را منتشر کرده بودند. این دسته از ورزشکاران علی‌رغم سکوتی که نسبت به وضعیت موجود در پیش گرفته بودند، اما ظاهراً پیام مهمی حاوی بی‌تفاوتی نسبت به وضعیت مردم در شرایط عالم‌گیری را در پست‌های خود منتقل می‌کردند که مسلماً از قهرمانان ورزش به دور از انتظار است.

1. Kolakowsky



ورزشکارانی که در طبقه مربیان ورزش قرار گرفته‌اند، به دو صورت مردم را به سمت شرکت در ورزش دعوت می‌کردند. اول این‌که برخی از آنها در ساعت مشخصی از روز خودشان به عنوان مربی ورزش در مقابل دوربین قرار می‌گرفتند و با پخش زنده در شبکه اینستاگرام، به مردم امکان حضور در کلاس ورزش مجازی و همراهی با او را فراهم می‌ساختند. برای نمونه در هر بار لایو ورزش سرنا ویلیامز حداقل بیش از ۵ میلیون نفر از مردم سراسر دنیا حضور داشتند.

دومین نوع عملکرد ورزشکاران در نقش مربیان ورزش، راهنمایی مردم برای انجام صحیح ورزش در خانه بود. این آموزش شامل ورزش‌های مختلف از جمله اسکواش، تنیس، سنگنوردی، بدنسازی، فیتنس، ... بود. ورزشکارانی که مجبور به ماندن در قرنطینه خانگی بودند و امکان حضور یافتن در باشگاه‌ها را نداشتند، با استفاده از رهنمودهای ورزشکاران معروف، امکان انجام برخی از تمرینات ابداعی در منزل را کسب کردند. این کار نه تنها به بهبود شرایط روحی آنها در قرنطینه کمک می‌کرد، بلکه امکان حفظ و تقویت آمادگی جسمانی و مهارت‌های ورزشی آنها را فراهم می‌ساخت.

ورزشکارانی که در نقش مربیان بهداشت طبقه بندی شدند، به دو صورت آموزش‌های بهداشتی را به مردم منتقل کردند. اول این‌که اطلاعات مفیدی در خصوص بیماری و نحوه عمل ویروس و خطرات آن به مردم ارائه می‌کردند (که مسلماً این اطلاعات را از منابع مطمئن کسب کرده بودند و برخی از آنها به منبع موثق اشاره می‌کردند) و دیگر این‌که برخی از ورزشکاران خود به نمایش نحوه رعایت پروتکل‌های بهداشتی پرداختند و به مردم در این خصوص آموزش‌های مفیدی ارائه کردند. برخی از آنها نحوه شستشوی دست‌ها را آموزش دادند، برخی نحوه استفاده درست از ماسک و رعایت فاصله اجتماعی را آموزش دادند. آموزش این‌گونه موارد توسط ورزشکاران محبوب می‌تواند با اثربخشی بسیاری همراه باشد، هر چند برای اطمینان از میزان اثربخشی پیام‌های ورزشکاران نیاز به تحقیقات مکمل است.

ورزشکارانی که در طبقه مربیان سبک زندگی قرار گرفتند، با عملکرد سه‌گانه‌ای شامل امید بخشی به آینده، ایجاد انگیزه و ایجاد اتحاد و همبستگی به بهبود سبک زندگی مردم در قرنطینه کمک کردند. مردمی که در قرنطینه خانگی مانده بودند و نگران آینده مبهمی بودند که ویروس ناشناخته آن را رقم زده بود، نیاز به امید داشتند. ورزشکاران در مورد آینده روشن و اتمام دوران سیاه کرونا به مردم نوید می‌دادند و به آنها از ظهور روزهای روشن اطمینان می‌دادند و آنها را دعوت به صبر می‌کردند.



برخی دیگر از ورزشکاران این طبقه برای تحمل وضعیت و مقاومت در مقابل شرایط سخت بوجود آمده، انگیزه می‌دادند و در آنها شور و حرارت ایستادگی در برابر سختی را بوجود می‌آوردند و در این خصوص از شعارهای زیبایی استفاده می‌کردند؛ نظیر این که "ما کرونا را شکست می‌دهیم".

گروهی دیگر از ورزشکاران مردم را به همبستگی و همیاری و اتحاد دعوت می‌کردند و از آنها می‌خواستند با همکاری همگانی در ماندن در قرنطینه و کمک به یکدیگر به مدیریت بهتر وضعیت یاری رسانی کنند. نهایتاً آن دسته از ورزشکارانی که در طبقه مربیان مهارت‌های اجتماعی مشخص شده‌اند، بر حفظ روابط اجتماعی و ارتقا و بهبود روابط خانوادگی تأکید داشتند. آنها در خصوص حفظ روابط اجتماعی مردم را به تماس تلفنی و یا تماس تصویری با دوستان، اقوام و آشنایان دعوت می‌کردند و به آنها تأکید می‌کردند که ماندن در خانه نباید منجر به انزوای اجتماعی آنها شود و از آنها می‌خواستند که هر روز با آشنایان در ارتباط باشند و از وضعیت یکدیگر باخبر باشند.

از طرفی، برخی از ورزشکاران به مردم توصیه می‌کردند که ماندن در قرنطینه تهدیدی است که می‌توان آن را تبدیل به فرصت کرد و از آن برای وقت‌گذرانی با افراد خانواده و توجه بیشتر به آنها صرف کرد و حتی بسیاری از امور خانه و خانواده که قبلاً به دلیل کمبود وقت و اشتغالات بیرون از منزل امکان انجامش نبود، در دوران قرنطینه خانگی قابل اجرا بود و حتی برخی از ورزشکاران به آموزش نحوه بازی و وقت‌گذرانی با فرزندان و سایر اعضای خانواده پرداخته و تصاویر آنها را در صفحه اینستاگرام خود منتشر کردند. به‌طور مثال، نادال قهرمان تنیس جهان، آموزش پخت غذا با کمک اعضای خانواده را منتشر کرد، رونالدو انواع بازی با فرزندان خود را به نمایش گذارد و حتی چالش‌های ورزشی در قرنطینه را ترویج کرد و بیرانوند فوتبالیست ایرانی و همین‌طور سردار آزمون انواع سرگرمی و بازی‌ها را برای همراهی با خانواده در این مدت آموزش دادند.

بحث و نتیجه‌گیری

ورزشکاران مشهور و نخبه‌های ورزشی نزد مردم بسیار محبوب هستند و این موضوع بستر مناسبی برای نفوذ و تأثیر آنها بر جامعه را فراهم می‌کند. به همین دلیل است که از ورزشکاران به عنوان چهره‌های معروف در تبلیغات و بازاریابی محصولات استفاده می‌شود. مردم آنها را دوست دارند و به آنها اعتماد دارند و حتی آنها الگوی جوانان هستند و جوانان از سبک زندگی و رفتارهای آنها تقلید می‌کنند و سعی می‌کنند در انتخاب لباس، مدل مو، فیگورها و ژست‌های بدن و رفتارهای اجتماعی مشابه چهره‌های معروف و ورزشکاران نخبه در جامعه ظاهر شوند. به طور خلاصه، جوانان از ورزشکاران



مورد علاقه خود تقلید می‌کنند و بزرگسالان به دلیل اعتمادی که به آنها دارند، خواسته‌های آنها را دنبال می‌کنند.

بنابراین، ورزشکاران جایگاه ویژه و مهمی در همه جوامع دارند. این ویژگی منحصر به فرد ورزشکاران به آنها قدرت تأثیرگذاری در افکار و رفتار جوامع ملی و جهانی را می‌دهد. در این راستا انتظار می‌رود که ورزشکاران نخبه حضور پررنگی در بحران‌ها داشته باشند. بحران جهانی بیماری همه‌گیر کرونا یک اتفاق نادر و وحشتناک بود که انتظار می‌رفت ورزشکاران در مدیریت بهتر زندگی مردم نقش داشته باشند.

بررسی پیام‌های نخبگان ورزشکار و مشاهیر ورزشی در شبکه‌های اجتماعی به ویژه اینستاگرام، تلاش صادقانه و دلسوزانه اکثریت ورزشکاران مشهور جهان را نشان داد. نتایج تحقیق نشان داد که اکثریت ورزشکاران نخبه و چهره‌های معروف نسبت به وضع مردم و شیوع جهانی کرونا بی‌تفاوت نبودند و هر کدام به نوعی به بازاریابی اجتماعی در حوزه رفتارهای مناسب در دوران ظهور عالم‌گیری پرداختند. این یافته با نتایج تحقیق اریکسون و هکنسون (۲۰۰۵) از این نظر که حضور چهره‌های معروف در تلاش‌های تبلیغاتی نقش مهمی بر تغییر رفتار افراد جامعه دارد، همسو است؛ همچنین یافته حاضر با نتایج تحقیق هوگل^۱ و همکاران (۲۰۱۹)، لیر و همکاران (۲۰۰۹) که نشان دادند حضور مؤثر چهره‌های معروف در تبلیغات موجب جلب توجه مردم به پیام‌های ارسالی می‌گردد، همخوانی دارد. زیرا تعداد قابل توجه دنبال‌کننده‌های ورزشکاران نخبه و چهره‌های معروف ورزشی نشان از توجه جمع کثیری از جامعه ملی و بین‌المللی به پست‌ها و پیام‌های درج شده در پست‌های این چهره‌های محبوب دارد. چهره‌های معروف و ورزشکاران نخبه، پیام‌های مختلفی را در صفحات شخصی اینستاگرام خود منتشر کردند که نشان دهنده پیام‌های ارزشمندی است که آنها در نقش‌های مختلفی به مردم منتقل کرده‌اند. آنها به منزله مربیانی بودند که در ابعاد مختلف زندگی افراد جامعه نقش آفرینی کردند و بر این اساس، به مربیگری ابعاد مختلف زندگی مردم جهان پرداختند. این یافته با نتایج تحقیق اریکسون و هکنسون (۲۰۰۵) از این نظر که آنها نشان دادند که ورزشکاران می‌توانند تأثیرگذار اجتماعی باشند و رفتار افراد را هدایت کنند و یا به آموزش و تربیت رفتاری افراد جامعه کمک کنند، همخوانی دارد. در واقع، از نظر ایشان ورزشکاران توانایی اثرگذاری بر مردم در قالب نقش مربیان محبوب را دارند و این موضوع در نتایج تحقیق حاضر نیز نمود یافت.

1. Högele



برخی از آنها پیام‌های خود را در نقش مربیان ورزش، با آموزش نحوه ورزش کردن در خانه و یا برگزاری کلاس‌های ورزشی در ساعات مشخصی از روز به بهبود سلامت جسمانی و روانی مردم کمک کردند. برخی دیگر در نقش مربیان سبک زندگی به مردم جامعه و مخاطبان خود انگیزه بخشی و امیدواری و اتحاد و همبستگی را آموزش دادند و بر انجام آن تأکید کردند؛ و برخی دیگر در نقش مربیان مهارت‌های اجتماعی در مورد نحوه ارتباط مؤثر و مطلوب با اعضای خانواده و دوستان و همکاران توصیه‌هایی را ارائه کردند؛ و برخی دیگر در نقش مربیان بهداشت نحوه رعایت پروتکل‌های بهداشتی و عوارض بیماری را یادآوری و آموزش دادند و گروه آخر گروهی از ورزشکاران بودند که به عنوان ناظران ساکت یا بی‌تفاوت، هیچ پیامی در مورد مدیریت سلامت مردم در حین قرنطینه ارسال نکردند.

هر چند در خصوص نقش‌های مختلفی که ورزشکاران بر عهده داشتند و نتایج این تحقیق به ارائه آنها پرداخت، تحقیقات مشابهی یافت نشد، اما نتایج تحقیق سلطانی فر و همکاران (۲۰۲۰) از بعضی جهات به‌طور غیرمستقیم با نتایج تحقیق حاضر همخوانی دارد. زیرا نتایج تحقیق ایشان نشان داد که چهره‌های معروف نه تنها در بخش تجاری اثرگذارند، بلکه در سیاست‌گذاری در جامعه هم نقش مؤثری دارند و از آن‌جا که دوران ظهور عالم‌گیری کرونا مردم جهان را در شرایط پر اضطراب و گاه بلا تکلیف قرار داده بود، پیام‌های ورزشکاران زندگی انسان‌ها را در چارچوب‌های مشخصی قرار می‌داد؛ به‌طوری که بسیاری از مردم زندگی روزانه خود را در قرنطینه مطابق با برنامه‌های ورزشی و سرگرمی ورزشکاران محبوب برنامه‌ریزی و سپری می‌کردند.

لذا به نظر می‌رسد ورزشکاران به‌طور خودجوش زندگی مردم را برنامه‌ریزی کردند و به همین لحاظ نتایج تحقیق سلطانی فر و همکاران (۲۰۲۰) با یافته‌های تحقیق حاضر همخوانی دارد. علاوه بر این، نتایج تحقیق سلطانی فر و همکارانش (۲۰۲۰) نشان داد که چهره‌های معروف در دوران شیوع کرونا نقش آموزش و تلاش در تغییر نگرش مردم داشتند و از این نظر نتایج این تحقیق با یافته‌های تحقیق حاضر در خصوص بر عهده داشتن نقش مربی برای آموزش و تربیت مردم در بهبود ابعاد مختلف زندگی فردی و اجتماعی آنها در محدوده جامعه ملی و بین‌المللی که تحقیق حاضر به آن دست یافت، همخوانی دارد. از طرفی یافته‌های تحقیق حاضر مؤید یافته‌های نظری آلپرت (۲۰۱۹) است که ورزشکاران را پیام‌آوران زمان خواند. چون نتایج تحقیق او نشان داد که ورزشکاران در بحران‌ها مانند پیام‌آوران به آموزش و هدایت مردم می‌پردازند و آن‌چنان در ذهن مردم نفوذ دارند که می‌توانند بر نگرش و رفتار آنها اثر بگذارند.



نقش‌های مختلف ورزشکاران در اینستاگرام در دوران شیوع کرونا می‌تواند به دلیل ویژگی‌های فردی و فرهنگ متفاوت ورزشکاران باشد. اما برای اطمینان از آن نیاز به تحقیقات بیشتری است. در این رابطه اشاره می‌شود که در بین چهره‌های ورزشی جهان رفتار ورزشکاران ایرانی تعجب‌آور بود. زیرا در دوران بحران، ورزشکاران ایرانی حضور کم‌رنگی در شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های جمعی برای کمک به مردم از طریق انتقال پیام به منظور راهنمایی و هدایت مردم در مدیریت سلامت جسمی و ذهنی آنها داشتند تا جایی که معاون وزیر بهداشت کشورمان آقای دکتر حریرچی در فروردین ماه ۱۴۰۰ نیز نسبت به سکوت ورزشکاران ایرانی و عدم کمک آنها به مدیریت رفتار جامعه انتقاد کرد. بسیاری از ورزشکاران در سطح جهان از جمله ایران در نقش ناظران ساکت ظاهر شدند و علی‌رغم نفوذی که بر جامعه دارند، اما اقدام مطلوبی برای مدیریت زندگی مردم جامعه جهانی و ملی انجام ندادند. این یافته خود گویای واقعیت مهم و قابل تأملی است. در واقع این یافته مؤید دستاوردهای تحقیق الجهدحامی (۲۰۱۸) است. زیرا او نشان داد که سکوت، خود زبانی است که بدون استفاده از واژه، پیام‌های مهمی را به مخاطبان منتقل می‌کند. ورزشکارانی که اقدام به راه‌اندازی صفحات شخصی در شبکه‌های اجتماعی می‌کنند به این معناست که می‌خواهند با مردم ارتباط داشته باشند و مردم پیام‌های آنها را ببینند. ولی این که چرا این گروه از ورزشکاران در خصوص بحران کرونا سکوت می‌کنند و هیچ پیامی در صفحات‌شان منتشر نمی‌کنند، می‌تواند مفاهیم مختلفی از جمله ویژگی‌های فردی، مختصات فرهنگی، نگرانی‌های محیطی و ... را برای مخاطب به همراه داشته باشد. یعنی سکوت آنها حاوی پیامی است که توسط مخاطبان مختلف به شکل‌های متفاوت تفسیر می‌شود. اما به هر حال برای درک دلایل سکوت این گروه از ورزشکاران نیاز به تحقیقات بیشتر است تا بتوان تحلیل و قضاوت مناسبی ارائه داد.

ویروس کرونا فاجعه قرن حاضر بود که باعث شد همه مردم جهان در هر کشور و هر نژادی دچار مشکلات جبران‌ناپذیری شوند. علاوه بر مشکلات زیادی که کرونا برای مردم جهان ایجاد کرده است، وجود چهره‌های ورزشی که می‌توانند به مردم کمک کنند تا با مدیریت فردی و اجتماعی وضعیت نامطلوب عالم‌گیری کرونا را بهتر تحمل کنند، و با کنترل بیماری و توانمندسازی افراد نقش مهمی در کاستن از مشکلات داشته باشند، قابل تأمل است. بررسی رفتار رسانه‌ای ورزشکاران نخبه و چهره‌های معروف ورزشی در سطح جهان نشان داد که در آینده برای بهره‌برداری از نفوذ ورزشکاران محبوب در آموزش و تربیت و همچنین مدیریت بهتر زندگی اجتماعی و آموزش و تربیت افراد جامعه در مقابله با بحران‌ها، نیاز به برنامه‌ریزی و تعیین استراتژی است و علاوه بر این فرهنگ‌سازی و آموزش ورزشکاران در خصوص احساس تعهد و انجام مسئولیت اجتماعی یک ضرورت است تا در مواقع لزوم



از حضور ورزشکاران برای کمک به مردم جامعه بهره‌برداری مطلوب گردد. بر این اساس، لازم است در برنامه‌های آتی سازمان‌های ورزشی بر امر آموزش ورزشکاران در خصوص نحوه انجام مسئولیت‌های اجتماعی و نقش تربیتی آنها در جامعه و همچنین نحوه بهره‌برداری از ورزشکاران در آموزش اجتماعی و ترویج رفتارهای مطلوب اجتماعی توجه و تأکید بیشتری شود.

تشکر و قدردانی

این مقاله حاصل انجام طرح پژوهشی است که تحت حمایت دانشگاه علامه طباطبائی انجام شده است. لذا در پایان لازم می‌دانیم از همکاران محترم معاونت پژوهشی دانشگاه علامه طباطبائی که با حمایت و همکاری خود، ما را در انجام این پروژه یاری کردند تشکر و قدردانی کنیم. همچنین از پروفیسور اریک شوارز برای راهنمایی‌های ارزنده‌شان در بهبود محتوای این تحقیق تشکر می‌کنیم.

References

1. AL-Jahdhami. S. (2018). Revisiting the Perception of Silence in Linguistics. *Journal of advances in linguistics*, 9: 1471-1477. Doi: 10.24297/jal.v9i0.7899.
2. Alpert R. (2019). Correction to: Who Is the Prophet? Jackie Robinson, Branch Rickey, and the Integration of Baseball. In: Shoemaker T. (Eds) *The Prophetic Dimension of Sport*. Springer Briefs in Religious Studies. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-02293-8_7.
3. Anbari. M. Gholamian. S. (2016). Sociological explanation of the factors associated with Social apathy. *Journal of Social Problems of Iran*, 7(2): 133-159. Doi: 10.22059/ijsp.2016.63794. https://ijsp.ut.ac.ir/article_63794.html?lang=en (Persian)
4. Antonucci. G. Della Porta, A. and Venditti, M. (2019). The Value of the Elite Athlete as Influencer in the Era of Social Media. In *ECIIC 2019 10th European Conference on Intangibles and Intellectual Capital* (p. 25). Academic Conferences and publishing limited. <https://www.proquest.com/openview/b288fd59d109c3e31a1d89155f744123/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1796416>
5. Basit T. N. (2003). Manual or electronic? The role of coding in qualitative data analysis. *Educational Research*, 45(2): 143-154. <https://doi.org/10.1080/0013188032000133548>
6. Bencsik. M. B. Begović, M. and Dóczy T. (2019). Star athlete ambassadors of sport for development and peace. *Celebrity Studies*. Published online: 04 Jul 2019. 1-28. DOI: 10.1080/19392397.2019.1639525. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/19392397.2019.1639525?journalCode=rce120>



7. Bozorgmeh N. (2017). Footballers, film stars lead Iran's rush to help quake victims. Financial times. available at: <https://www.ft.com/content/57cb71b6-cf6f-11e7-b781-794ce08b24dc> (retrieved 23 November 2017). (Persian)
8. Brandes. L. Franck. E. and Nüesch. S. (2008). Local Heroes and Superstars: An Empirical Analysis of Star Attraction in German Soccer. *Journal of Sports Economics*. 9 (3): 266-286. Doi: 10.1177/1527002507302026.
9. Cambridge Dictionary (nd.). *Celebrity*. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/celebrity>
10. Clemente-Suárez. V.J. Navarro-Jiménez. E. Jimenez. M. Hormeño-Holgado. A. Martinez-Gonzalez. M.B. Benitez-Agudelo. J.C. Perez-Palencia. N. Laborde-Cárdenas. C.C. Tornero-Aguilera. J.F. (2021). Impact of COVID-19 Pandemic in Public Mental Health: An Extensive Narrative Review. *Sustainability* 2021, 13, 3221. <https://doi.org/10.3390/su13063221>
11. Dewey. J. (2009). Democracy and education: an introduction to the philosophy of education. California: CreateSpace. <https://s3.amazonaws.com/arena-attachments/190319/2a5836b93124f200790476e08ecc4232.pdf>
12. Dey. I. (1993). *Qualitative Data Analysis: a User-Friendly Guide for Social Scientists*. London: Routledge. https://www.fsnnetwork.org/sites/default/files/qualitative_data_analysis.pdf
13. Durkheim E. (1956). *Education and Sociology*. Translated in Persian by Ali kardan (1997). Simon and Schuster Pub. <https://open.oregonstate.edu/sociologicaltheory/chapter/education-and-society/http://women.gov.ir/fa/news/13331>.
14. Ericsson. L. and Hakansson. E. (2005) .Athletes as celebrity endorsers. Master's thesis, Lulea University of technology.
15. Foong. L.S. and Yazdanifard. R. (2014). Celebrity endorsement as a marketing tool. *Global Journal of Management and Business Research: E Marketing*, 14 (4):36-40. https://www.researchgate.net/publication/264705958_Celebrity_Endorsement_as_a_Marketing_Tool
16. Hoegle. D. Schmidt. S. L. and Torgler. B. (2014). Superstars and disloyal football fans: factors influencing attraction to competition. No. 4, p. 298-316. <https://doi.org/10.1108/sbm-12-2013-0047>. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/SBM-12-2013-0047/full/html>
17. Högele. D. Schmidt S.L. and Torgler. B. (2012). The Influence of Superstars on Organizational Identification of External Stakeholders: Empirical Findings from Professional Soccer. CREMA Working Paper Series 2012-18, Center for Research in Economics, Management and the Arts (CREMA). <https://ideas.repec.org/p/cra/wpaper/2012-18.html>
18. IRNA (2020) *One year of coronavirus and its global effects*. News ID: 84145124 25 December 2020. <https://www.irna.ir/news/84145124>. (Persian)



19. Jones. R. Armour. K. Potrac P. (2003). constructing expert knowledge: a case study of a top-level professional soccer coach. *Sport Educ Soc*, 8(2):213–229.
DOI: 10.1080/13573320309254
20. Keshkar. S. Dickson. G. Ahonen. A. Swart. K. Addesa. F. Epstein. A. et al. (2021). The Effects of Coronavirus Pandemic on the Sports Industry: An Update. *Ann Appl Sport Sci*, 9 (1). Doi: 10.29252/aassjournal.964. URL: <http://aassjournal.com/article-1-964-en.html>
21. Krippendorff. k. (2004). Content Analysis – An Introduction to its Methodology (2nd Ed.). Thousands oak. Sage.
https://www.daneshnamehicsa.ir/userfiles/files/1/9%20Content%20Analysis_%20An%20Introduction%20to%20Its%20Methodology.pdf
22. Kutzer. M. (2016). Professional Athletes Role in Society via Social Media. *Emerging Media* 360, Loyola University. <https://www.loyola.edu/academics/emerging-media/blog/2016/professional-athletes-social-media> (retrieved 23 November 2020).
23. Kolakowsky-Hayner. S.A. (2011). *Social Skills Training*. In: Kreutzer. J.S. DeLuca J. Caplan. B. (Eds) *Encyclopedia of Clinical Neuropsychology*. New York: Springer. https://doi.org/10.1007/978-0-387-79948-3_2058
24. Lear. K.E. Runyan. R. and Whitaker. W.H. (2009). Sports celebrity endorsements and retailing: can athletes provide a competitive advantage?. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 37 (4): 308-321. <https://doi.org/10.1108/09590550910948547>.
25. McLean. M. (2004). Is culture important in the choice of role models? Experiences from a culturally diverse medical school. *Medical Teacher*, 26(2):142-9. DOI: 10.1080/01421590310001653964
26. Naeem. M. (2020). The role of social media to generate social proof as engaged society for stockpiling behaviour of customers during Covid-19 pandemic. *Qualitative Market Research*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/QMR-04-2020-0050>.
27. Naimikia. M. Gholami. A. (2020). The effect of physical activity on perceived stress during home quarantine due to coronavirus outbreak. *Journal of Rehabilitation Medicine*, 9(3): 217-224. http://medrehab.sbmu.ac.ir/article_1101156_en.html (Persian)
28. National athletic trainer association (NATA) (nd.) What is athletic training? <https://www.nata.org/about/athletic-training>
29. Naz. F. and Siddiqui. K. (2012). Impact of sports celebrity endorsements on the purchase intentions of Pakistani youth. *Journal of Independent Studies and Research*. 10(1):1-21.
https://www.researchgate.net/publication/256492868_Impact_of_Sports_Celebrity_Endorsements_on_the_Purchase_Intentions_of_Pakistani_Youth



30. Nouri. M. (2018). The power of influence: Traditional celebrity vs social media influencer. *Advanced Writing: Pop Culture Intersections*. 32, https://scholarcommons.scu.edu/engl_176/32
31. O'Connor, C., & Joffe, H. (2020). Intercoder Reliability in Qualitative Research: Debates and Practical Guidelines. *International Journal of Qualitative Methods*. 19. <https://doi.org/10.1177/1609406919899220>
32. Protocol (2020). Inside WhatsApp, Instagram and TikTok, a race to build COVID-19 tools. Hayden Field and Issie Lapowsky. March 28, 2020. <https://www.protocol.com/coronavirus-instagram-tiktok-whatsapp-response>
33. Rosenberg. Mc. D. (2019). What Does a Health Educator Do? *Careers*. <https://www.thebalancecareers.com/health-educator-525670>
34. Sahni. H. Sharma. H. (2020). Role of social media during the COVID-19 pandemic: Beneficial, destructive, or reconstructive?. *Int J Acad Med*. 6:70-5. <https://www.ijam-web.org/article.asp?issn=2455-5568;year=2020;volume=6;issue=2;spage=70;epage=75;aulast=Sahni>
35. Sealy. R. H. V. Singh. V. (2010). The Importance of Role Models and Demographic Context for Senior Women's Work Identity Development. *International journal of management review*. 12(3): 284-300. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00262.x>
36. Shahyad. S. Mohammadi. M. T. (2020). Psychological Impacts of Covid-19 Outbreak on Mental Health Status of Society Individuals: A Narrative Review. *J Mil Med*. 22 (2):184-192
URL: <http://militarymedj.ir/article-1-2479-fa.html> (Persian)
37. Shokouhi. Gh. (2019). *Education and its phases*. Tehran: Beh Nashr. 29th edition. (Persian)
38. Soltanifar. M. Granmayehpour. A. Hashemi. Sh. (2020a). Creativity of celebrities on Instagram on the public policy process. *Innovation and creativity in the humanities*. 9(4): 217-24. http://journal.bpj.ir/article_673803_en.html (Persian)
39. Soltanifar. M. Granmayehpour. A. Hashemi. Sh. (2020b). A case study between education and social participation of individuals using the Instagram pages of celebrities in the Corona crisis. *Educational Psychology*. 16(55): 69-94. https://jep.atu.ac.ir/article_11175.html (Persian)
40. Strauss. C. and Scott. N. (2014). Le Bron James Wears 'I Can't Breathe' Shirt before Cavs Game. USA Today. available at: <https://www.usatoday.com/story/sports/basketball/2014/12/08/lebron-james-cant-breathe-t-shirt/20119047/>
41. Swert. K. D. (2012). Calculating inter-coder reliability in media content analysis using Krippendorff's Alpha. University of Amsterdam. <https://www.polcomm.org/wp-content/uploads/ICR01022012.pdf>
42. Taylor. S. J. and Bogdan. R. (1998). *Introduction to Qualitative Research Methods*. New York: John Wiley.



43. Van Nieuwerburgh. C. and Barr. M. (2016). Coaching in Education, in Tatiana Bachkirova, Gordon Spence and David Drake (Eds.) the SAGE Handbook of Coaching. Sage. <https://au.sagepub.com/en-gb/oc/the-sage-handbook-of-coaching/book245418> and <https://psycnet.apa.org/record/2012-17261-001>
44. Ventriglio. A. Watson C. Bhugra. D. (2020). Pandemics, panic and prevention: Stages in the life of COVID-19 pandemic. *International Journal of Social Psychiatry* 66(8): 733-734. <https://doi.org/10.1177/0020764020924449>
45. Ward. M.R. and Harmon. A.D. (2019). Esport superstars. *Journal of Sports Economics*. 20(8):987-1013. Doi: 10.1177/1527002519859417.
46. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1527002519859417?journalCode=jsea>
47. Whitmore. J. (2009). Coaching for Performance: Growing Human Potential and Purpose—the Principles and Practice of Coaching and Leadership. 4th Edition, Nicholas Brealey Publishing. London. [https://www.scirp.org/\(S\(351jmbntvnsjtl1aadkozje\)\)/reference/ReferencesPers.aspx?ReferenceID=1715462](https://www.scirp.org/(S(351jmbntvnsjtl1aadkozje))/reference/ReferencesPers.aspx?ReferenceID=1715462)
48. Wong. C. (2020). What Is a Life Coach? <https://www.verywellmind.com/what-is-a-life-coach-4129726>

ارجاع دهی

کشکر، سارا؛ دادرس، محمد. (۱۴۰۱). نقش تربیتی ورزشکاران نخبه و چهره‌های معروف ورزش جهان در دوران عالم گیری کرونا در اینستاگرام. پژوهش در ورزش تربیتی، ۱۰ (۲۸): ۸۶-۴۹. شناسه دیجیتال: 10.22089/RES.2021.10885.2121

Keshkar, S; Dadras, M. (2022). The Educational Role of the World's Elite Athletes and Sports Celebrities During the Covid-19 Pandemic. *Research on Educational Sport*, 10 (28): 49-86. (Persian). DOI: 10.22089/RES.2021.10885.2121

