

مدیریت ورزشی - تابستان ۱۴۰۰
دوره ۱۳، شماره ۲، ص: ۷۲۱-۷۰۳
تاریخ دریافت: ۹۹ / ۰۱ / ۰۵
تاریخ پذیرش: ۹۹ / ۰۳ / ۱۰

تأثیر کارکردهای رسانه تصویری در توسعه سواد حرکتی دانش‌آموزان دوره متوسطه

حبیب هنری *

دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

چکیده

هدف از پژوهش حاضر، تبیین کارکردهای رسانه تصویری در توسعه سواد حرکتی دانش‌آموزان دوره متوسطه بود. جامعه آماری پژوهش براساس ماهیت اجرایی آن و مشخص نبودن تعداد دقیق افراد با استفاده از جدول مورگان ۳۸۴ نفر از دانش‌آموزان دوره متوسطه شهر تهران تعیین شد. برای گردآوری داده‌ها از دو پرسشنامه نقش رسانه‌های تصویری در توسعه ورزش و سلامتی برگرفته از تحقیقات نیکنام (۱۳۹۲) و راندال (۱۳۸۲) و پرسشنامه استاندارد سواد حرکتی (وحدانی، ۱۳۹۴) استفاده شد. همچنین، روایی پرسشنامه‌ها با نظر متخصصان مدیریت ورزشی و حیطه رسانه و پایایی آنها نیز با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ تأیید شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که بین میانگین نمره کارکرد رسانه و سواد حرکتی و تمامی مؤلفه‌های آنها با میانگین فرضی تفاوت معناداری وجود دارد. همچنین مشخص شد که بین کارکرد رسانه و مؤلفه‌های آن با سواد حرکتی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و مؤلفه‌های کارکرد رسانه، توانایی پیش‌بینی ۴۴ درصد از تغییرات سواد حرکتی را دارند. در نهایت، مشخص شد که مدل ساختاری رابطه دو متغیر اصلی پژوهش از برآزش معناداری برخوردار است. با توجه به یافته‌ها می‌توان گفت که مسئولان، والدین و عوامل مربوط به تمرکز بر کارکرد رسانه‌های تصویری در حیطه ورزش، می‌توانند موجبات رشد و توسعه سواد حرکتی دانش‌آموزان و نوجوانان را فراهم آورند و بدین ترتیب فرهنگ ارائه محتوای مناسب را در جامعه گسترش دهند تا والدین بتوانند با بهره‌گیری از این محتوا برنامه‌ریزی مناسبی برای فرزندان خود و آینده آنها داشته باشند.

واژه‌های کلیدی

سواد حرکتی، دانش‌آموزان، فرهنگ‌سازی، کارکردهای رسانه، مشارکت اجتماعی.

مقدمه

امروزه، توسعه در ابعاد مختلف در دستور کار تمامی کشورهای دنیا قرار دارد. توسعه یک کشور مفهومی کلی است که با توسعه در محورهای مختلف معنا می‌یابد. ایران نیازمند تلاش برای توسعه در ابعاد مختلف است. توسعه تربیت بدنی و ورزش به‌عنوان زمینه‌ساز تأمین و تربیت نیروی انسانی سالم و تندرست، بخشی از برنامه‌های توسعه ملی است. به‌طوری‌که شمول ورزش در برنامه‌های ملی، مستلزم رعایت همه جوانب، آثار و کارکردهای این پدیده در جامعه است (۱).

ورزش به‌عنوان پدیده اجتماعی فراگیر، بهترین سازوکار تأمین سلامت اجتماعی و بهداشت روانی محسوب می‌شود و از این رو، سرمایه‌گذاری در آن به کاهش هزینه‌ها در بخش‌های بهداشت و درمان و مراکز مبارزه با مفسدات اجتماعی می‌انجامد و موجب پایین آمدن سطح ناهنجاری‌های فردی و اجتماعی می‌شود (۱). پژوهش‌ها نشان داده‌اند که پرداختن به سطوح پایه ورزش، با احساس مشارکت و انگیزه عمل همراه است که این امر به توسعه ورزش و افزایش سلامت اجتماع منجر می‌شود و زمینه افزایش حضور مردم در فضاهای ورزشی، آگاهی آنها از فرایندهای ورزشی، ارتقای سلامت و تداوم رفتارهای فعال‌تر را مهیا می‌سازد (۲). به دلیل وجود رویکردهای مختلف در مورد میزان و نحوه پرداختن به فعالیت بدنی، آمار دقیق و قطعی از میزان مشارکت در ورزش در کشور وجود ندارد، اما تمامی اطلاعات موجود، میزان مشارکت را ناکافی نشان می‌دهند و تأکید مسئولان ورزشی بر این است که ورزش تا جایی توسعه پیدا کند که در کنار فعالیت‌های روزمره، به‌عنوان بخشی از سبب زندگی مردم قرار گیرد؛ ارزان بودن و سهولت دسترسی مردم به امکانات و تجهیزات ورزشی، از دستورالعمل‌های مدیریتی در کشورهای پیشرفته است (۳). از جمله موضوعات بسیار مهم در مقوله رشد و گسترش ورزش که منظور همان ورزش همگانی است و باید به‌صورت دقیق ارزیابی شود، عوامل تأثیرگذار بر گرایش مردم به سوی فعالیت‌های ورزشی است (۴). از دیدگاه شورای ورزش همگانی اروپا، ورزش همگانی عبارت است از فعالیت‌های بدنی آزاد، داوطلبانه و اختیاری که در اوقات فراغت به انجام می‌رسد، امکان پرداختن به آن برای همگان وجود دارد و هدف آن رقابت و پیروزی نیست، بلکه هدف اصلی از پرداختن به چنین ورزش‌هایی، تفریح، توسعه و بهسازی انسان است (۵). با توجه به اهمیت ورزش همگانی که اشاره شد، مهم‌ترین هدف رسانه‌های گروهی در راستای اهداف ملی هر کشور می‌تواند توسعه ورزش باشد (۶). تأثیر شگرف رسانه‌ها، به‌ویژه رسانه‌های تصویری^۱

1. Visual Media

(همچون شبکه ورزش سیما) بر افراد جامعه انکارناپذیر است. از این رو، نقش رسانه‌ها در آگاهی دادن به جامعه و تشویق آحاد مردم به منظور جلب و علاقه‌مند ساختن آنها و تقویت گرایش به فعالیت‌های ورزشی به‌طور اخص و تعمیم و گسترش ورزش همگانی بسیار حائز اهمیت است (۷). رسانه‌های تصویری از ابزارهای اساسی برای بررسی مسائل اجتماعی، اطلاع‌رسانی و آموزش هستند و عامل بسیار مؤثری در شکل‌گیری ارزش‌های اجتماعی به‌شمار می‌روند (۸). رسانه‌های تصویری به معنای آن است که جریان اطلاعات از طرف یک منبع روابط عمومی می‌تواند به‌سرعت و به شکلی کارا به میلیون‌ها نفر برسد (۹). در میان انواع رسانه‌ها، تلویزیون با داشتن مخاطبانی انبوه، می‌تواند ایفاگر نقشی مهم باشد. امروزه، تلویزیون قدرتمندترین رسانه و از پایه‌های اصلی وسایل ارتباط جمعی است که به‌منزله پلی ارتباطی میان میدان‌های ورزشی و افکار عمومی عمل می‌کند (۱۰). بنا به گفته فرهنگ‌نامه تلویزیون، برنامه‌سازی ورزشی در تلویزیون توانسته است مخاطبان بی‌شماری را از همان ابتدا به این رسانه جذب کند. هرچند، نمی‌توان مدعی شد که ورزش تنها دلیل فراگیر و پذیرفته شدن تلویزیون در بین عموم است، ولی به‌جرات می‌توان گفت که ورزش از دلایل اصلی آن بود که تا سال ۱۹۵۰ شمار دستگاه‌های تلویزیونی در منازل مردم ایالات متحده به حدود ۱۰ میلیون و ۵۰۰ هزار دستگاه برسد (۱۱).

تلویزیون خصوصیات و ویژگی‌های مهمی دارد؛ برای مثال قادر است اخبار داغ را با سرعت نور به اطلاع بینندگان برساند و همزمان تعداد کثیری بیننده را تحت پوشش قرار دهد. یک برنامه تلویزیونی برای رسیدن به نظر مخاطب نیازی به واسطه ندارد. تلویزیون به‌علت ارتباط مستقیم و موازی با بیننده و نشان دادن رویدادها به‌هنگام وقوع، رسانه‌ای است قابل رقابت (۱۲).

از آغاز نیمه دوم قرن بیستم و اوایل قرن بیست‌ویکم ارتباط بین دو صنعت ورزش و رسانه به اندازه‌ای پیچیده و نزدیک شده است که نمی‌توان تشخیص داد که کدام یک نقطه شروع و کدام یک نقطه پایان است. سازمان‌های ورزشی برای بقا به توجه رسانه‌ها و پوشش خبری آنها نیاز دارند. خبر رسانه‌ای، مشاور رسانه‌ای و راهنمای رسانه‌ای ابزارهایی مهم در این زمینه هستند (۱۳). تحقیقات انجام‌گرفته در قاره اروپا نشان می‌دهد که رویکرد اصلی در این کشورها ورزش همگانی است، از این رو، به‌منظور گسترش و رشد آن تلاش مضاعفی کرده‌اند (۲۰۰۲).

در زمینه رسانه و ورزش و نقش رسانه در توسعه و ترویج ورزش و فعالیت بدنی پژوهش‌های بسیاری صورت گرفته است، کما اینکه دولت‌خواه و همکاران (۱۳۹۶) با تحلیل نقش رسانه‌های جمعی در مشارکت ورزشی بانوان دریافتند که فرهنگ‌سازی، آگاهی‌سازی، اطلاع‌رسانی، آموزش، مشارکت اجتماعی، ایجاد

نگرش و تغییر رفتار از نقش‌های بسیار مهم رسانه‌ها در مشارکت ورزشی بانوان است و با ایجاد و نهادینه ساختن وضعیت مطلوب در رسانه‌های جمعی می‌توان موجب اثرگذاری مثبت و ارزشمند آنها بر مشارکت ورزشی بانوان شد. همچنین، اسمیت و بونفینگلیولی (۲۰۱۵) با بررسی فعالیت بدنی در رسانه‌های تصویری نشان دادند که تجدیدنظر در محتوا و تلاش هماهنگ، مورد نیاز است تا رسانه‌های تصویری در استرالیا مخاطبان را با افزایش آگاهی و درک اهمیت فعالیت بدنی و تأثیرات منفی رفتارهای کم‌تحرک درگیر کنند. عرب نرمی (۱۳۹۵)، نیز در پژوهشی با عنوان «تلویزیون و ورزش در زندگی روزمره (تحلیلی در پیوند رسانه و ورزش در ایران)»، اظهار داشت که رسانه‌ها به‌شدت در چگونگی درک معنای ورزش نقش دارند و در نتیجه می‌توانند نقش مهمی را در تغییر درک از ورزش ایفا کنند. نتایج تحقیق ابیویه (۲۰۱۳) نیز که با مرور تحقیقات انجام‌گرفته تا سال ۲۰۱۲ در زمینه تأثیر رسانه‌ها در بهبود فعالیت بدنی در بزرگسالان انجام گرفت، نشان داد که رسانه‌های جمعی اثر روشنی بر ترویج پیاده‌روی داشتند، همچنین رسانه‌ها در کاهش بی‌تحرکی در افراد مؤثر بوده‌اند. در همین زمینه، قلی‌زاده و سید صالحی (۱۳۹۴) با بررسی نقش برنامه‌های شبکه ورزش در ارتقای فرهنگ ورزشی زنان خانه‌دار منطقه پنج تهران به این نتیجه رسیدند که پخش برنامه‌های زنده و تولیدی شبکه ورزش از پارک‌ها و دامنه کوهستان‌ها، در ارتقای ارزش‌های فرهنگی زنان خانه‌دار در ورزش مؤثر بوده است. هم‌آ و همکاران (۲۰۱۴)، نیز در پژوهشی با عنوان «مشاهده ورزش در تلویزیون، فعالیت بدنی و خطر چاقی در سالمندان» بیان داشتند که همتایان و همسالان به‌عنوان الگو گردانندگان کلیدی در جذب فعالیت بدنی همسالان خود هستند و مشاهده ورزشکاران نخبه احتمالاً نقشی در ارتقای فعالیت بدنی افراد مسن ندارد. همچنین، شعبانی و رضایی صوفی (۱۳۹۴) با بررسی تأثیر رسانه بر ورزش همگانی و تفریحی دریافتند که اختصاص ورزش صبحگاهی به‌عنوان یکی از برنامه‌های رادیو و تلویزیون و وجود برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی برای آموزش و ترویج ورزش همگانی از عوامل مهم و تأثیرگذار بر فرهنگ مردم برای بالا بردن فعالیت بدنی مؤثر است و عدم تبلیغات مؤثر در رسانه‌ها و ضعف در بهره‌گیری از فناوری روزآمد برای آموزش، اثر منفی بر توسعه ورزش همگانی دارد.

در این زمینه، یکی از عواملی که در سال‌های اخیر مطرح و مطالعه شده و پرداختن به فعالیت‌های ورزشی و مانور شبکه‌های ورزشی همچون شبکه ورزش می‌تواند تأثیر احتمالی بسزایی بر توسعه و رشد

-
1. Abioye
 2. Hammer

این مقوله بگذارد، سواد حرکتی است. در این زمینه، سیلورمن و مرسیر^۱ (۲۰۱۵)، بیان می‌دارند که برای ایجاد جامعه سالم و فعال برای همه کودکان، نیازمند آگاهی از اصول دقیق مهارت‌های ورزشی و حرکتی هستیم که این اصول، سواد حرکتی نام دارد. سواد حرکتی، توسعه مهارت‌های بنیادین حرکتی و ورزشی است که به کودک اجازه می‌دهد تا با انگیزه، اعتماد به نفس و کنترل در دامنه وسیعی از فعالیت‌های بدنی و ریتمیک و شرایط ورزشی حرکت کند و در قبال شرایط محیطی موجود، واکنش مناسبی از خود نشان دهد. یادگیری و تمرین مهارت‌های حرکتی بنیادین، مبنای توسعه سواد حرکتی‌اند. سواد حرکتی، ابزار مورد نیاز را برای کودکان در جهت توسعه موفقیت‌های ورزشی و دستیابی به سبک زندگی سالم‌تر فراهم می‌کند. نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که بدون توسعه سواد حرکتی، کودکان و نوجوانان در زمان‌های اوقات فراغت از فعالیت‌های بدنی دور می‌شوند و سرگرمی‌ها و بازی‌های غیرفعال را انتخاب می‌کنند (۲۱). اغلب بچه‌ها به معلمان می‌گویند که نداشتن مهارت برای بازی، دلیل اصلی اجتناب آنان از ورزش و فعالیت بدنی است. کودکانی که از نظر مهارتی و جسمانی اغلب ماهرند، از بازی لذت بیشتری می‌برند، این در حالی است که در سمت مخالف، کودکانی که توانایی و مهارت کمتری دارند، فرصت کمتری برای توسعه مهارت‌های خود داشته و به سبب شکست و عدم موفقیت از تلاش خود دست برمی‌دارند و اعتماد به نفس و انگیزه آنان کاهش می‌یابد. برای جلوگیری از این مشکل، به توسعه و ارتقای سطح سواد حرکتی در دانش‌آموزان نیاز است (۲۲).

کودکان و نوجوانان بخش چشمگیری از روز را در مدرسه سپری می‌کنند. مداخله‌های مبتنی بر مدرسه با استفاده از یک راهبرد مطلوب، قابل اجراترین راه برای مقابله با سطح فعالیت بدنی کم است (۲۳). ایرادی که به روش سنتی در تربیت بدنی می‌توان گرفت، گستردگی اهداف و موضوع‌هاست که در صورت استفاده از مدلی مناسب می‌توان بر محدودیت‌های سنتی در تربیت بدنی از طریق تعریف دقیق اهداف، انتخاب راهبردها و موضوع‌های مناسب غلبه کرد. همچنین استفاده از مدلی مناسب می‌تواند از پراکندگی و تشتت در اهداف معلمان تربیت بدنی جلوگیری کند و برنامه‌ریزی برای فعالیت بدنی در سنین مختلف را منظم‌تر سازد. مدل‌های مختلف، عوامل و همبسته‌های متفاوتی را با توجه به شرایط فرهنگی هر جامعه برای فعالیت بدنی ارائه می‌دهند؛ بنابراین، لازم است در انتخاب و استفاده از مدل‌های معتبر،

1 . Motor Literacy
2 . Silverman & Mercier

شاخص‌ها و مقتضیات فرهنگی و اجتماعی جامعه هدف نیز مورد توجه قرار گیرند (۲۴). کول و هابس^۱ (۱۹۹۸)، عوامل تعیین‌کننده یا همبسته‌های بالقوه فعالیت بدنی را در سه حوزه مختلف فیزیولوژیک/رشدی، محیطی، روان‌شناختی، اجتماعی و جمعیت‌شناختی دسته‌بندی کردند. سالیس و همکاران (۲۰۰۱) خلاصه مطالعات انجام‌گرفته در زمینه فعالیت بدنی در کودکان را تا پیش از سال ۱۹۹۹ منتشر کردند. مطابق این مطالعه، همبسته‌ها به پنج متغیر جمعیت‌شناختی (سن، اضافه‌وزن و والدین)، روانی، شناختی و عاطفی (اعتمادبه‌نفس، نگرش و فواید درک‌شده)، ویژگی‌های رفتاری و مهارت (فعالیت بدنی پیشین و در حال حاضر و کم‌حرکی)، ویژگی‌های اجتماعی و فرهنگی (تشویق والدین) و محیط فیزیکی (دسترسی به امکانات) تقسیم شدند (۲۶).

یکی از مدل‌های ارائه‌شده برای فعالیت بدنی، مدل سواد بدنی است. سواد بدنی، انگیزش، اعتمادبه‌نفس، شایستگی بدنی و دانش و فهم برای نگهداری فعالیت بدنی در طول عمر است (۲۷). عوامل برشمرده‌شده برای سواد بدنی، ابعاد روحی و جسمانی انسان را در نظر می‌گیرند و آنها را از هم جدا نمی‌دانند. در میان مدل‌های ارائه‌شده برای همبسته‌های فعالیت بدنی، تنها سواد بدنی به نقش دانش نظری به‌عنوان همبسته‌ای کلیدی اشاره دارد. علاوه بر این، بُعد جسمی (شایستگی بدنی) و بُعد روانی (انگیزش) را نیز مدنظر دارد. با توجه به اینکه همه این عوامل و همبسته‌ها به‌صورت مدل و روی کاغذ و بدون بررسی میدانی در محیط طبیعی کودکان ارائه شده‌اند، شایسته است ارتباط این عوامل در محیط واقعی کودکان سنجیده شود تا بهتر بتوان درباره عوامل مؤثر در فعالیت بدنی و مبنا قرار دادن آنها برای برنامه‌ریزی در فعالیت بدنی تکیه کرد (۲۸).

مؤسسه ارزیابی سواد بدنی کانادا، برای اندازه‌گیری سواد بدنی، عوامل مؤثر بر آن را در یک مدل ارائه داده است. در این مدل، شایستگی بدنی، انگیزش و درک و دانش حوزه‌های همپوشان، در مرکز مدل هستند و فعالیت بدنی به‌عنوان مفهومی کلی‌تر در تعامل با دیگر ابعاد و متأثر از آنهاست (۲۹). در این مدل، شایستگی مهارت حرکتی، آمادگی جسمانی مرتبط با سلامت، انگیزش، دانش نظری و فعالیت بدنی سنجیده می‌شود و برای ارزیابی هر فرد چندین نمره به‌دست می‌آید. به‌نظر می‌رسد یکی دیگر از مزایای مدل سواد بدنی این است که برای سنجش درس تربیت بدنی به‌جای استفاده از یک نمره از چندین ملاک ارزشیابی استفاده می‌شود.

1. Kohl & Hobbs
- 2 . Canadian Assessment Physical Literacy (CAPL)

توسعه سواد حرکتی، مستلزم همکاری همه افراد از جمله اولیا، مدیران و کارکنان مدارس، انجمن‌های ورزشی، معلمان تربیت بدنی، مدیران باشگاه و تمامی افراد درگیر در سیستم ورزش است (۳۰). در این زمینه، وحدانی و رضاسلطانی (۱۳۹۴)، با بررسی توسعه سواد حرکتی دانش‌آموزان، هفت راهکار را برای توسعه سواد حرکتی دانش‌آموزان معرفی کردند که عبارت‌اند از: ۱. فعالیت در برخی رشته‌های پایه؛ ۲. فعالیت‌های ماجراجویانه؛ ۳. فعالیت‌های رقابتی؛ ۴. ورزش صبحگاهی؛ ۵. بازی برای یادگیری؛ ۶. فعالیت در فضای باز؛ و ۷. طرح حیاط پویا. میرعالی و همکاران (۱۳۹۸)، با ساختاریابی مدل سواد بدنی در دختران ۱۰ ساله شهر اهواز، به این نتیجه رسیدند که عوامل سواد بدنی، انگیزش و شایستگی بدنی با میزان فعالیت بدنی ارتباط معناداری نداشتند و فقط دانش نظری قابلیت پیشگویی مناسبی برای فعالیت بدنی شرکت‌کنندگان داشت. همچنین بیان کردند که برای افزایش میزان فعالیت بدنی دانش‌آموزان دختر در مدارس ابتدایی، به همان اندازه که بر فعالیت بدنی تأکید می‌شود، به دانش نظری نیز باید توجه شود. رابینسون (۲۰۱۱) نیز نشان داد که بین ادراک شایستگی و مهارت‌های بنیادی در کودکان همبستگی متوسطی وجود دارد. ولدی و همکاران (۱۳۹۹)، با بررسی رابطه سطح سواد بدنی فرزندان خانواده‌های نظامی با ویژگی‌های شغلی پدرانشان، دریافتند که سواد بدنی فرزندان که ماهیت شغلی پدرانشان ستادی است، بیشتر از آنانی است که ماهیت شغلی پدرانشان صفی است. همچنین سواد بدنی گروهی از فرزندان که رسته شغلی پدرانشان آموزشی است، بیشتر از گروهی است که رسته شغلی پدرانشان عملیاتی است. لونیزا و اوویلا و همکاران (۲۰۱۹) نیز در تحقیقی با هدف تحلیل و سنجش تأثیر برنامه آزمایشی ویژه در سواد حرکتی و رژیم غذایی که در مدارس ایتالیایی انجام گرفت، نشان دادند که سواد حرکتی می‌تواند در جلوگیری از عدم تحرک بدنی و پدیده رژیم غذایی ضعیف، تأثیر مثبتی داشته باشد و سنگ بنایی برای ارتقای سبک‌های زندگی سالم باشد. آزکور (۲۰۲۰) با تحلیل توسعه حرکتی و سواد حرکتی کودکان پیش‌دبستانی، به این نتیجه رسید که بیشتر افراد (۶۸ درصد) شرکت‌کننده در این پژوهش از سطح نامناسبی در سواد حرکتی برخوردار بودند. نتایج آزمون همبستگی نشان داد که رابطه مثبت و معناداری بین نمرات توسعه حرکتی و سواد حرکتی وجود دارد. باتاگلیا و همکاران (۲۰۱۹) نیز با بررسی توسعه مهارت‌های حرکتی و سواد حرکتی از طریق برنامه تربیت بدنی در کودکان پیش‌دبستانی،

1. Robinson
2. Luisa Vavilla
3. Özkür
4. Battaglia

دریافتند که رابطه معناداری بین این دو متغیر در کودکان برقرار است. برمر^۱ و همکاران (۲۰۲۰) با بررسی نتایج و امکان انجام یک مداخله ۱۲ هفته‌ای با سواد بدنی برای کودکان در یک برنامه بعد از مدرسه، دریافتند که تفاوت گروهی در تغییر توانایی حرکتی، خودکارآمدی یا انگیزه کودکان از ابتدا به بعد از مداخله مشاهده نشد. با این حال، افزایش شایان توجهی در میان شرکت‌کنندگان گروه آزمایش مشاهده شد. نونو^۲ و همکاران (۲۰۱۵) نیز با بررسی تأثیر سواد بدنی و برنامه یادگیری افتراقی در مهارت‌های حرکتی، تکنیکی و تاکتیکی بسکتبال، به این نتیجه رسیدند که گروه آزمایش نسبت به گروه کنترل از نظر چابکی پیشرفت چشمگیری داشته است. همچنین مشخص شد که دانش‌آموزان این گروه اقدامات ناموفق انجام‌گرفته در طول بازی را کاهش می‌دهند.

در نهایت، با بررسی پژوهش‌های انجام‌گرفته در این حیطه مشخص می‌شود که بیشتر این پژوهش‌ها در سنین کودکی و پایه صورت گرفته‌اند و از این‌رو در این پژوهش سعی شد تا مقوله سواد حرکتی در دانش‌آموزان سنین بالاتر و دوره متوسطه بررسی شود.

همان‌طور که اشاره شد، تحقیقات متعددی در زمینه رسانه‌های تصویری و ورزش انجام گرفته است و بیشتر تحقیقات به تأثیر رسانه تصویری بر توسعه ورزش تأکید دارند. اما، با توجه به اینکه رسانه تصویری بر ترویج ورزش اثر می‌گذارد، با این حال تاکنون در ایران این رویکرد جنبه کارکردی به خود نگرفته است و طبق آمارها تنها ۱۰ درصد مردم کشور به ورزش می‌پردازند. از این‌رو می‌توان با نگاهی انتقادی و کارکردگرایانه ضمن تبیین شرایط به‌وجودآمده در ادوار گذشته به تحلیل نقش رسانه‌های تصویری در فضای منتهی به توسعه ورزش کشور و مهم‌تر از آن توسعه سواد حرکتی دانش‌آموزان و نوجوانان پرداخت، زیرا یکی از چالش‌هایی که امروزه تربیت بدنی با آن مواجه است، توجه صرف به بُعد جسمی در سنجش و ارزیابی است؛ در حالی که بُعد روانی از جنبه‌های مهم انسان است و تحت تأثیر تربیت بدنی قرار می‌گیرد. برای سنجش سواد بدنی با توجه به مفهوم چندبعدی در تعریف سواد بدنی، ارزیابی آن نیز چندبعدی و مشکل خواهد بود و در ادامه به بیان پیشنهاد‌های کارکردگرایانه در ترویج نقش رسانه‌های تصویری در توسعه سواد حرکتی دانش‌آموزان پرداخته می‌شود. امید است تا نتایج پژوهش ضمن معرفی جنبه‌های کارکردی رسانه‌های تصویری در فضای ورزش و توسعه سواد حرکتی دانش‌آموزان، به بیان راهنمای پیشنهادی در راستای مدیریت مطلوب وضعیت موجود این رسانه‌ها بپردازد. از این‌رو در پژوهش حاضر این

1 . Bremer

2 . Nuno

سؤال بررسی شد که آیا تمرکز و توسعه کارکردهای رسانه تصویری می‌تواند بر سواد حرکتی دانش‌آموزان مقطع متوسطه تأثیر بگذارد و تغییرات آن را تبیین کند یا خیر.

روش‌شناسی تحقیق

پژوهش حاضر برحسب هدف کاربردی و از حیث نوع جزء مطالعات توصیفی-همبستگی با رویکرد مدل معادلات ساختاری^۱ بود که اطلاعات آن به صورت میدانی، جمع‌آوری شده است. جامعه آماری پژوهش براساس ماهیت اجرایی آن و مشخص نبودن تعداد دقیق افراد با استفاده از جدول مورگان^۲ ۳۸۴ نفر از دانش‌آموزان دوره متوسطه شهر تهران تعیین شد که بر این اساس ۴۰۰ پرسشنامه به صورت حضوری و اینترنتی توزیع شد و در نهایت پس از جمع‌آوری آنها و حذف پرسشنامه‌های مخدوش و ناقص، ۳۶۸ مورد از آنها انتخاب و به منظور تجزیه و تحلیل وارد نرم‌افزار اس پی اس اس نسخه ۲۳ شدند.

برای گردآوری داده‌ها از دو پرسشنامه نقش رسانه‌های تصویری در توسعه ورزش و سلامتی برگرفته از تحقیقات (۳۸ و ۳۹) و پرسشنامه استاندارد سواد حرکتی (۴۰) استفاده شد. پرسشنامه اول شامل ۱۴ گویه و چهار مؤلفه اطلاع‌رسانی (گویه‌های ۱ تا ۴)، مشارکت اجتماعی (گویه‌های ۵ تا ۷)، آموزشی (گویه‌های ۸ تا ۱۰) و فرهنگ‌سازی (گویه‌های ۱۱ تا ۱۴) است که براساس طیف ۵ ارزشی لیکرت ارزیابی شد. پرسشنامه دوم شامل ۲۲ گویه و سه مؤلفه عوامل شناختی (گویه‌های ۱ تا ۹)، عوامل عاطفی (گویه‌های ۱۰ تا ۱۸) و عوامل رفتاری (گویه‌های ۱۹ تا ۲۲) است که براساس طیف ۵ ارزشی لیکرت^۴ تنظیم شده است. در این زمینه، به منظور تعیین روایی محتوایی^۵ ابزار تحقیق، از ۱۲ تن از استادان صاحب‌نظر در این زمینه کمک گرفته شد و سپس به منظور تعیین پایایی پرسشنامه‌ها، مطالعه مقدماتی^۶ (تکمیل پرسشنامه توسط ۳۰ نفر) انجام گرفت و ضریب پایایی^۷ آنها با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ^۸ به ترتیب برای کارکردهای رسانه (۰/۷۱) و برای پرسشنامه سواد حرکتی (۰/۷۹) به دست آمد.

1. Structural Equation Modeling
2. Morgan table
3. Statistical package for social science (SPSS)
4. Likert
5. Content validity
6. Pilot Study
7. Reliability coefficient
8. Cronbach's alpha test

برای توصیف داده‌ها از آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار، فراوانی و درصد فراوانی) و برای تحلیل استنباطی داده‌ها از آزمون چولگی و کشیدگی (برای تعیین نرمال بودن توزیع داده‌ها)، آزمون‌های تی تک‌نمونه‌ای برای تعیین میزان اهمیت متغیرها و مؤلفه‌ها، آزمون همبستگی پیرسون برای تعیین رابطه بین متغیرها، آزمون رگرسیون همزمان و در نهایت، مدلسازی معادلات ساختاری رابطه بین دو متغیر اصلی پژوهش و مؤلفه‌های آنها استفاده شد. تجزیه و تحلیل آماری داده‌ها نیز با استفاده از نرم‌افزار اسپاس اس نسخه ۲۳ و لیزرل نسخه ۸/۸ انجام گرفته است.

نتایج و یافته‌های تحقیق

براساس یافته‌های پژوهش مشخص شد که بیشترین فراوانی برحسب سن مربوط به رده سنی ۱۵ تا ۱۶ سال (۳۸ درصد) و کمترین فراوانی مربوط به رده سنی ۱۱ تا ۱۲ سال (۱۲/۸ درصد) بود، همچنین براساس شغل پدر دانش‌آموزان نیز بیشترین فراوانی مربوط به شغل آزاد (۶۵/۸ درصد) و کمترین فراوانی مربوط به گزینه بازنشسته (۷/۱ درصد) و براساس شغل مادر، بیشترین فراوانی مربوط به شغل خانه‌دار (۶۹/۳ درصد) و کمترین فراوانی مربوط به گزینه بازنشسته (۴/۶ درصد) بود. براساس تعداد برادر و خواهر نیز مشخص شد که بیشترین فراوانی (۴۴ درصد) مربوط به گزینه یک خواهر یا برادر دارم و کمترین فراوانی (۱۴/۱ درصد) مربوط به گزینه خواهر و برادر ندارم است. در نهایت، براساس میزان پرداختن به فعالیت بدنی، بیشترین فراوانی مربوط به گزینه بیش از ۵ سال (۳۰/۴ درصد) و کمترین فراوانی مربوط به گزینه زیر یک سال (۱۲ درصد) بود.

با توجه به نتایج جدول ۱، نمره میانگین کارکرد رسانه و تمامی مؤلفه‌های آن و نمره میانگین سواد حرکتی و تمامی مؤلفه‌های آن (عدد ۳ به‌عنوان میانه طیف ۵ ارزشی لیکرت به‌عنوان میانگین فرضی و ملاک در این آزمون انتخاب می‌شود) از دید نمونه مورد بررسی از اهمیت مناسبی برخوردارند، کما اینکه میانگین تمامی آنها بالاتر از عدد ۳ به‌دست آمده است. همچنین با توجه به سطوح معناداری، می‌توان گفت که بین میانگین تمامی متغیرها با میانگین فرضی در سطح ۰/۰۱، تفاوت معناداری وجود دارد.

1. linear structural relations (Lisrel)

جدول ۱. آزمون تی تک نمونه‌ای برای تعیین نقش نمره کارکرد رسانه و سواد حرکتی

متغیر	میانگین	آماره t	سطح معناداری	متغیر	میانگین	آماره t	سطح معناداری
اطلاع‌رسانی	۳/۴۹	۱۱/۲۹	۰/۰۰۱	عوامل شناختی	۳/۶۴	۱۰/۴۲	۰/۰۰۱
مشارکت اجتماعی	۳/۵۵	۱۸/۱۶	۰/۰۰۱	عوامل عاطفی	۳/۸۲	۱۰/۶۷	۰/۰۰۱
آموزشی	۳/۶۹	۱۷/۱۵	۰/۰۰۱	عوامل رفتاری	۳/۹۱	۸/۹۲	۰/۰۰۱
فرهنگ‌سازی	۳/۸۹	۲۳/۱۴	۰/۰۰۱	سواد حرکتی	۳/۸۶	۹/۸۹	۰/۰۰۱
کارکرد رسانه	۳/۴۸	۳۵/۰۹	۰/۰۰۱				

جدول ۲. آزمون همبستگی بین کارکردهای رسانه و مؤلفه‌های آن با سواد حرکتی

ردیف	متغیر	همبستگی پیرسون	سطح معناداری
۱	اطلاع‌رسانی و سواد حرکتی	۰/۶۵	۰/۰۰۲
۲	مشارکت اجتماعی و سواد حرکتی	۰/۴۷	۰/۰۰۱
۳	آموزشی و سواد حرکتی	۰/۷۲	۰/۰۱
۴	فرهنگ‌سازی و سواد حرکتی	۰/۵۴	۰/۰۴
۵	کارکرد رسانه و سواد حرکتی	۰/۶۳	۰/۰۰۱

با توجه به نتایج جدول ۲، بین کارکردهای رسانه و تمامی مؤلفه‌های آن با سواد حرکتی، رابطه مثبت و معناداری ($P < ۰/۰۵$) در سطح مطلوب برقرار است.

در ادامه، با استفاده از آزمون رگرسیون همزمان، به پیش‌بینی تغییرات سواد حرکتی براساس مؤلفه‌های کارکرد رسانه پرداخته شده است.

جدول ۳. آزمون رگرسیون

R	R ²	تعدیل شده R ²	خطای معیار ضریب تبیین	آماره دوربین واتسون	سطح معنی‌داری
۰/۶۵	۰/۴۵	۰/۴۴	۰/۴۶۴۱۵	۱/۸۳	۰/۰۰۱

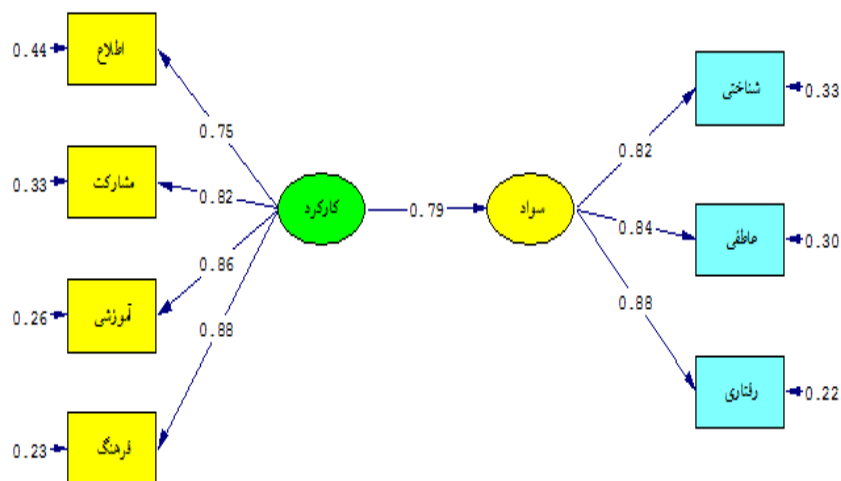
با توجه به نتایج جدول ۳، مقدار آماره دوربین واتسون که باید عددی بین ۱/۵ تا ۲/۵ باشد، ۱/۸۳ به دست آمد. همچنین میزان ضریب همبستگی و ضریب تبیین بین نمره مؤلفه‌های کارکرد رسانه و سواد حرکتی مشخص شده است که در آن چون ضریب همبستگی برابر با ۰/۶۵ و ضریب تبیین برابر با ۰/۴۴ است، می‌توان گفت که ۴۴ درصد از تغییرات سواد حرکتی مربوط به مؤلفه‌های کارکرد رسانه است. در ادامه آزمون رگرسیون تحلیل می‌شود.

جدول ۴. ضرایب مدل

sig	t	ضرایب		
		استاندارد شده	استاندارد نشده	
		Beta	SE B	
۰/۰۰۱	۷/۶۷۶		۰/۳۱۲	ثابت
۰/۰۴	۳/۰۸۸	۰/۲۳۰	۰/۰۸۰	اطلاع‌رسانی
۰/۰۶۲	۴/۲۳۹	۰/۰۶۵	۰/۰۷۶	مشارکت اجتماعی
۰/۰۰۱	۴/۶۴۲	۰/۲۴۵	۰/۰۷۹	آموزشی
۰/۰۰۱	۳/۶۱۷	۰/۲۶۵	۰/۰۶۰	فرهنگ‌سازی

جدول ۴، به‌منظور نوشتن فرمول معادله رگرسیونی استفاده می‌شود. با توجه به این جدول، فرمول محاسبه سواد حرکتی به این صورت است:

سواد حرکتی = $۲/۷۰۳ + ۰/۲۳۰ \times (\text{اطلاع‌رسانی}) + ۰/۲۴۵ \times (\text{آموزشی}) + ۰/۲۶۵ \times (\text{فرهنگ‌سازی})$
 در ادامه و با استفاده از نرم‌افزار لیزرل، مدل ساختاری ارتباط بین متغیرهای پژوهش و نتایج و شاخص‌های آن ارائه شده است.



شکل ۱. مدل معادلات ساختاری رابطه بین کارکردهای رسانه و سواد حرکتی در حالت استاندارد

جدول ۵. آزمون‌ها و شاخص‌های مدل ساختاری کارکرد رسانه و سواد حرکتی

P-Value	RMSEA	GFI	NFI	CFI	X ² /df
۰/۰۰۱	۰/۰۶۵	۰/۹۵	۰/۹۲	۰/۹۶	۱/۸۷

با توجه به نتایج جدول ۵، نسبت χ^2/df دو به درجه آزادی که باید عددی بین ۱ تا ۳ باشد، ۱/۸۷ به دست آمد. همچنین شاخص‌های CFI، NFI و GFI که باید عددی بین ۰/۰۹ تا ۱ باشند، به ترتیب ۰/۹۶، ۰/۹۲ و ۰/۹۵ به دست آمدند. شاخص RMSEA نیز که باید کمتر از ۰/۰۸ باشد، ۰/۰۶۵ به دست آمد. بنابراین، با توجه به اعداد و شاخص‌های مدل، مشخص می‌شود که مدل ساختاری رابطه بین کارکرد رسانه و سواد حرکتی از برازش مطلوب و مناسبی برخوردار است.

بحث و نتیجه‌گیری

هر گاه توسعه را به عنوان فرایندی برای بهتر شدن بر مبنای اهدافی مشخص بپذیریم و فرهنگ را به عنوان هنجارها و ارزش‌هایی که رفتار اجتماعی را قوام می‌دهد در نظر بگیریم، بی‌تردید می‌توان گفت که یکی از عوامل اصلی در این توسعه فرهنگی، رسانه‌های تصویری هستند (۱۰). هدف پژوهشگران در این پژوهش، تبیین کارکردهای رسانه تصویری در توسعه سواد حرکتی دانش‌آموزان دوره متوسطه بود که با شناسایی عوامل مؤثر با تأکید بر چهار عامل آموزشی، مشارکت اجتماعی، فرهنگ‌سازی و اطلاع‌رسانی و تأثیر این

عوامل بر توسعه سواد حرکتی دانش‌آموزان انجام پذیرفت. در این بخش به بحث و نتیجه‌گیری از یافته‌های پژوهش می‌پردازیم.

با توجه به نتایج تحقیق حاضر و تحقیقات گذشته به نظر می‌رسد نقش‌های اطلاع‌رسانی، مشارکت اجتماعی، آموزشی و فرهنگ‌سازی از کارکردهای مهم رسانه‌ها محسوب می‌شوند که در توسعه سواد حرکتی نیز می‌توانند نقش بسزایی ایفا کنند.

بررسی یافته‌ها نشان می‌دهد که کارکرد رسانه‌های تصویری و هر چهار مؤلفه آن از دید دانش‌آموزان اهمیت دارد و بین میانگین آنها با میانگین فرضی تفاوت معناداری مشاهده شد که این یافته با یافته‌های دولت‌خواه و همکاران (۱۳۹۶)، اسمیت و بونفیکلیولی (۲۰۱۵)، عرب نرمی (۱۳۹۵)، ابویه (۲۰۱۳)، قلی‌زاده و سید صالحی (۱۳۹۴)، همر و همکاران (۲۰۱۴) و شعبانی و رضایی صوفی (۱۳۹۴) همسوست. در این زمینه دولت‌خواه و همکاران (۱۳۹۶) با تحلیل نقش رسانه‌های جمعی در مشارکت ورزشی بانوان دریافتند که فرهنگ‌سازی، آگاهی‌سازی، اطلاع‌رسانی، آموزش، مشارکت اجتماعی، ایجاد نگرش و تغییر رفتار از نقش‌های بسیار مهم رسانه‌ها در مشارکت ورزشی بانوان است و با ایجاد و نهادینه ساختن وضعیت مطلوب در رسانه‌های جمعی می‌توان موجب اثرگذاری مثبت و ارزشمند آنها بر مشارکت ورزشی بانوان شد. همچنین اسمیت و بونفیکلیولی (۲۰۱۵) با بررسی فعالیت بدنی در رسانه‌های تصویری نشان دادند که تجدیدنظر در محتوا و تلاش هماهنگ، مورد نیاز است تا رسانه‌های تصویری در استرالیا مخاطبان را با افزایش آگاهی و درک اهمیت فعالیت بدنی و تأثیرات منفی رفتارهای کم‌تحرک درگیر کنند. با توجه به یافته‌های پژوهش و نتایج سایر پژوهش‌ها، می‌توان گفت که با توجه ویژه و متمرکز بر نقش کارکردهای رسانه تصویری، می‌توان نسبت به اطلاع‌رسانی و آگاه ساختن عموم مردم، دعوت آنان به مشارکت اجتماعی در امور ورزش، ارائه آموزش‌های مناسب در راستای جذب و علاقه‌مند ساختن مردم به فعالیت‌های ورزشی و در نهایت ایجاد فرهنگ پرداختن منظم به فعالیت بدنی و پایبندی به آن، اقدام کرد و انتظار داشت که در آینده‌ای نزدیک و با استفاده از راهکارها و برنامه‌های مناسب، درصد زیادی از افراد جامعه از تمامی رده‌های سنی را به ورزش و انجام فعالیت بدنی جذب کرد.

نتایج نشان داد که سواد حرکتی و هر سه مؤلفه آن از دید نمونه مورد بررسی اهمیت بسزایی دارند که این یافته با یافته‌های وحدانی و رضاسلطانی (۱۳۹۴)، میرعالی و همکاران (۱۳۹۸)، رابینسون (۲۰۱۱)، ولدی و همکاران (۱۳۹۹) و لوئیزا واولا و همکاران (۲۰۱۹) همسوست. در این خصوص، وحدانی و همکاران (۱۳۹۴)، با بررسی توسعه سواد حرکتی دانش‌آموزان، هفت راهکار زیر را برای توسعه سواد

حرکتی دانش آموزان معرفی کردند: ۱. فعالیت در برخی رشته‌های پایه؛ ۲. فعالیت‌های ماجراجویانه؛ ۳. فعالیت‌های رقابتی؛ ۴. ورزش صبحگاهی؛ ۵. بازی برای یادگیری؛ ۶. فعالیت در فضای باز؛ و ۷. طرح حیاط پویا. ولدی و همکاران (۱۳۹۹) با بررسی رابطه سطح سواد بدنی فرزندان خانواده‌های نظامی با ویژگی‌های شغلی پدرانشان، دریافتند که سواد بدنی فرزندان که ماهیت شغلی پدرانشان ستادی است، بیشتر از آنانی است که ماهیت شغلی پدرانشان صفی است. همچنین سواد بدنی گروهی از فرزندان که رسته شغلی پدرانشان آموزشی است، بیشتر از گروهی است که رسته شغلی پدرانشان عملیاتی است. لونیزا و اوویلا و همکاران (۲۰۱۹) نیز در تحقیقی با هدف تحلیل و سنجش تأثیر برنامه آزمایشی ویژه در سواد حرکتی و رژیم غذایی که در مدارس ایتالیایی انجام گرفت، نشان دادند که سواد حرکتی می‌تواند در جلوگیری از بی‌حرکی و پدیده رژیم غذایی ضعیف، تأثیر مثبتی داشته باشد و سنگ بنایی برای ارتقای سبک‌های زندگی سالم باشد. با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر و نتایج سایر پژوهش‌ها، می‌توان گفت که طراحی، تنظیم و برنامه‌ریزی و اجرای برنامه‌های مناسب در زمینه سواد حرکتی افراد به‌ویژه دانش آموزان به‌عنوان ارکان اصلی و آینده‌سازان جامعه می‌تواند موجب رشد و توسعه این مهم در این افراد شود و آنها را در تمامی ابعاد شناختی، عاطفی و رفتاری یاری کند.

یافته‌های پژوهش نشان داد که بین کارکرد رسانه تصویری و تمامی مؤلفه‌های آن با سواد حرکتی، رابطه مثبت و معناداری برقرار است. همچنین مؤلفه‌های کارکرد رسانه توانایی پیش‌بینی تغییرات سواد حرکتی را به میزان ۴۴ درصد داراست و مدل ساختاری رابطه دو متغیر نیز از برازش معناداری برخوردار است که این یافته با نتایج پژوهش‌های عرب نرمی (۱۳۹۵)، ابیویه (۲۰۱۳)، قلی‌زاده و سید صالحی (۱۳۹۴)، همر و همکاران (۲۰۱۴) و شعبانی و رضایی صوفی (۱۳۹۴) همسوست.

در این زمینه عرب نرمی (۱۳۹۵)، در پژوهشی با عنوان «تلویزیون و ورزش در زندگی روزمره (تحلیلی در پیوند رسانه و ورزش در ایران)»، اظهار داشت که رسانه‌ها به‌شدت در چگونگی درک معنای ورزش نقش دارند و در نتیجه می‌توانند نقش مهمی در تغییر درک از ورزش ایفا کنند. نتایج تحقیق ابیویه (۲۰۱۳) نیز که با مرور تحقیقات انجام‌گرفته تا سال ۲۰۱۲ در زمینه تأثیر رسانه‌ها در بهبود فعالیت بدنی در بزرگسالان انجام گرفت، نشان داد که رسانه‌های جمعی اثر روشنی بر ترویج پیاده‌روی داشتند، همچنین رسانه‌ها در کاهش بی‌حرکی در افراد مؤثر بودند. در همین زمینه، قلی‌زاده و سید صالحی (۱۳۹۴) با بررسی نقش برنامه‌های شبکه ورزش در ارتقای فرهنگ ورزشی زنان خانه‌دار به این نتیجه رسیدند که پخش برنامه‌های زنده و تولیدی شبکه ورزش از پارک‌ها و دامنه کوهستان‌ها، در ارتقای ارزش‌های فرهنگی

زنان خانه‌دار در ورزش مؤثر بوده است. شعبانی و رضایی صوفی (۱۳۹۴) نیز با بررسی تأثیر رسانه بر ورزش همگانی و تفریحی دریافتند که اختصاص ورزش صبحگاهی به‌عنوان یکی از برنامه‌های رادیو و تلویزیون و وجود برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی برای آموزش و ترویج ورزش همگانی از عوامل مهم و تأثیرگذار بر فرهنگ مردم برای بالا بردن فعالیت بدنی است و عدم تبلیغات مؤثر در رسانه‌ها و ضعف در بهره‌گیری از فناوری روزآمد برای آموزش، اثر منفی بر توسعه ورزش همگانی دارد. با توجه به یافته پژوهش و نتایج سایر پژوهش‌ها، می‌توان گفت که استفاده مؤثر از کارکردهای رسانه به‌ویژه رسانه تصویری شبکه ورزش که رسالت آن توسعه و ترویج ورزش در تمامی احاد جامعه است و ارائه آموزش و فرهنگ‌سازی در خصوص نقش و تأثیر آگاهی از سواد حرکتی در زندگی نوجوانان و دانش‌آموزان، می‌تواند به استفاده بهینه از فرصت‌ها و آموزش مناسب کودکان در آن سنین منجر شود تا در سنین بالاتر با مشکلات خاص حرکتی مواجه نشوند و بتوانند با دانش و آگاهی مناسب از این متغیر، به افرادی مفید و مؤثر برای آینده کشور تبدیل شوند.

از جمله محدودیت‌های پژوهش حاضر، محدودیت‌های اعمال‌شده از سوی دولت در خصوص بیماری کووید ۱۹ و تعطیلی مدارس بود که کار پژوهشگران برای توزیع و جمع‌آوری پرسشنامه‌ها را دشوار ساخت، البته تعدادی از آنها همان‌طور که اشاره شد، به‌صورت اینترنتی تکمیل و جمع‌آوری شدند. همچنین مبحث سواد حرکتی در کشور ما به‌تازگی مطرح شده و بدین ترتیب درک درست و دقیق سؤالات و گویه‌های پرسشنامه می‌تواند برای دانش‌آموزان به‌ویژه سنین پایین‌تر مشکلاتی را ایجاد کند.

در انتها، پیشنهاد می‌شود تا به‌منظور تقویت میزان فعالیت بدنی در دانش‌آموزان، کتاب‌هایی مناسب برای آنها طراحی و در مدارس به آنها آموزش داده شود. با توجه به اینکه نتایج نشان داد بین کارکردهای رسانه و سواد حرکتی رابطه معناداری برقرار است، می‌توان این امر را مبنایی برای برنامه‌ریزی برای فعالیت بدنی در مدارس قرار داد. همچنین مختصات فرهنگی و اجتماعی جامعه تأثیر بسزایی در تعیین نگرش، انگیزش و در نتیجه، میزان سواد حرکتی افراد دارند؛ بنابراین باید تعمیم یافته‌ها به جامعه‌های دیگر با احتیاط و با در نظر داشتن مختصات موردنظر انجام گیرد. همچنین برای تعیین دقیق‌تر همبسته‌ها در بسترهای فرهنگی و اجتماعی دیگر، به انجام مطالعات بیشتری در این زمینه نیاز است. در نهایت، می‌توان با مقایسه سواد بدنی دختران و پسران به شکلی دقیق به بهینه‌سازی برنامه‌ریزی آموزشی برای درس تربیت بدنی دانش‌آموزان، کمک چشمگیری کرد.

منابع و مأخذ

1. Physical Education Organization of the Islamic Republic of Iran. "Strategic document of the comprehensive system of development of physical education and sports of the country, approved by the meeting dated 9/6/1382 of the esteemed Council of Ministers". 2003. [In Persian].
2. Ilhan, L., Genser, E. "The media as the factor of tending to sport in children: A study after a TV competition program named as "Ice dancing". Journal of Physical Education and Sport Sciences, 2012, 6 (1), 85-93.
3. Ghasemi, H., Tojari, F., Boroujerdi Alavi, M., Emami, H., Amiri, M. "Content analysis of the views of the heads of the physical education organization on the components of sports (1978-2009)". Sports Management, 2012, 3 (13), 52-137. [In Persian].
4. Razavi, M, H., Doosti, M., Ghasemi Siani, M. "The role of mass media in the tendency of people to international sports with emphasis on physical fitness". 2014, No. 1, 71-80. [In Persian].
5. Smith, B, J., Bonfiglioli, C, M, F. "Physical activity in the mass media: an audience". Health education research, 2014, 30 (2), 359-369.
6. Ghasemi, H., Mozaffari, S, A, A., Amir Tash, A, M. "Development of sports through television in Iran". Journal of Research in Sports Science, 2007, No. 17, 131-148. [In Persian].
7. Seyed Ameri, M, H., Qurban Bardi, M, A. "Explain the strategies to attract and increase citizen participation in public and recreational sports programs". Sports Management and Motor Science Research, 2012, Second Year, No. 4, 23-34. [In Persian].
8. Zarifi, M., Davoodi, K. "National media and the development of mass sports". Journal of Communication Research, 2014, Volume 19, Number 1, pp. 119-134. [In Persian].
9. Holzwahr, F. "Sport for all as a social change and fitness development". Institute of sport science. Vienna University, Austria, 2002
10. Afrozeh, M., Hamidi, M., Elahi, A. "Identifying the attitudes of members of university sports associations according to the media approach to sports". Journal of Communication Research, 2012, No. 14, 85-99. [In Persian].
11. Mousavi Nasab, M, H. "Sports channel. Tehran, Radio and Television Organization". Department of Comparative Studies of Research Management, 2012, No. 14, 25-36. [In Persian].
12. Biryukov, N, S. "Television and its Doctrine in the West". Translated by Mohammad Hafezi, Tehran: Center for Media Studies and Research, 1993
13. Asadi, H., Keshavarz, L. "The connection between media and sports". 2014, 17. [In Persian].
14. Dolatlhah, Dori., Bijestani Moghadam, S., Saatchian, V. "An Analysis of the Role of Mass Media in Women's Sports Participation". First National Conference on Women's Sports, Tehran, Al-Zahra University, 2017. [In Persian].

15. Arab Nermi, B. "Television and sports in everyday life (an analysis of the relationship between media and sports in Iran)". *Sports Management*, 2016, Volume 8, Number 4, 589-603. [In Persian].
16. Abioye, A., Hajifathalian, K., Danaei, G. "Do mass media campaigns improve physical activity? A systematic review and meta-analysis". *Archives of Public Health*, 2013, 1-10
17. Shabani, A., Rezaei Sufi, M. "Investigating the effect of media on sports and entertainment". 2015, No. 9, pp. 24-29. [In Persian].
18. Silverman, S., Mercier, K. "Teaching for physical literacy: Implications to instructional design and PETE". *Journal of Sport and Health Science*, 2015.
19. Erwin, H. E., Beighle, A., Morgan, C. F., Noland, M. "August. Effect of a lowcost, teacher-directed classroom intervention on elementary students' physical activity". *J. Sch. Health*, 2011, 81 (8), 455-461.
20. Castelli, D. M., Centeio, E. E., Beighle, A. E., Carson, R. L., & Nicksic, H. M. "Physical literacy and comprehensive school physical activity programs". *Preventive medicine*, 2014, 66, 95-100.
21. Koreza, T. "Adolescent idiopathic scoliosis: Activity level, physical literacy, participation and psychosocial functioning". Available at: <http://is4ls.org/wpcontent/uploads/2013/04/Kozera-2.pdf>. (Accessed), 2013.
22. Kirk, D. "Educational value and models-based practice in physical education". *Educational Philosophy and Theory*, 2013, 45(9), 973-986.
23. Van der Horst, K., Paw, M. J., Twisk, J. W., & Van Mechelen, W. "A brief review on correlates of physical activity and sedentariness in youth". *Medicine and Science in Sports and Exercise*, 2007, 39(8), 12-41.
24. Whitehead, M. "Physical literacy: Throughout the lifecourse". New York: Routledge, 2012.
25. Longmuir, P. "Understanding the physical literacy journey of children: The Canadian Assessment of Physical Literacy". *ICSSPE BULLETIN-J Sport Sci Phys Educ*, 2013, 65, 52-62.
26. Whitehead, M. "The concept of physical literacy". *Eur. J. Phys. Educ*, 2001, 6 (2), 127-138.
27. Vahdani, M., Reza Soltani, N. "Development of students' motor literacy". *Proceedings of the Eighth Congress of Pioneers of Progress*, 2015, 1431-1437. [In Persian].
28. Mir Ali, M., Bahram, A., Ghadiri, F. "Structuring the physical literacy model in 10-year-old girls in district one of Ahvaz city". *Sports Psychology Studies*, 2019, No. 28, 1-12. [In Persian].
29. Robinson, L. E. "The relationship between perceived physical competence and fundamental motor skills in preschool children". *Child: Care, Health and Development*, 2011, 37(4), 589-596.
30. Valadi, S., Vaez Mousavi, M. K., Naji, M. "Relationship between physical education level of children of military families and job characteristics of fathers". *Journal of Military Surveillance Sciences*, 2020, Year 7, Issue 2, 127-138. [In Persian].

31. Özkür, F. "Analyzing Motor Development and Emergent Literacy Skills of Preschool Children". *International Education Studies*, 2020, Vol. 13, No. 4, 94-99
32. Battaglia, G., Alesi, M., Tabacchi, G., Palma, A., Bellafiore, M. "The Development of Motor and Pre-literacy Skills by a Physical Education Program in Preschool Children: A Non-randomized Pilot Trial". *Front. Psychol*, 2019, 9:2694. doi: 10.3389/fpsyg.2018.02694.
33. Bremer, E., Graham, J. D., Cairney, J. "Outcomes and Feasibility of a 12-Week Physical Literacy Intervention for Children in an Afterschool Program". *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2020, 1-19.
34. Mateus, N., Santos, S., Vaz, L., Gomes, I., Leite, N. "The effect of a physical literacy and differential learning program in motor, technical and tactical basketball skills". *Revista de Psicología del Deporte*, 2015, Vol. 24, No. 1, 73-76.

The effect of visual media functions on the development of motor literacy of high school students

Habib Honari*

Associate Professor, Department of Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

(Received: 2020/03/24; Accepted: 2020/05/30)

Abstract

The purpose of this study was to explain the functions of video media in the development of high school students' motor literacy. The statistical population of the study was determined based on its executive nature and the exact number of people was not known using Morgan table of 384 high school students in Tehran. To collect data, two questionnaires were used on the role of visual media in the development of sports and health taken from research (Niknam, 1392 and Randall, 1382) and the standard questionnaire of motor literacy (Vahdani, 1394). Also, the validity of the questionnaires was confirmed by sports management and media experts and their reliability was confirmed using Cronbach's alpha test. Findings showed that there is a significant difference between the mean score of media performance and motor literacy and all their components with the hypothetical mean. Also, it was found that there is a positive and significant relationship between media function and its components with motor literacy and media function components have the ability to predict 44% of changes in motor literacy. Finally, it is clear that the structural model of the relationship between the two main variables of the research has a significant fit. According to the findings, it can be said that officials, parents and related persons by focusing on the function of visual media in the field of sports, can promote the growth and development of motor literacy of students and adolescents and thus expand the culture of providing appropriate content in society, So that parents can use this content to have a good plan for their children and their future.

Keywords

Media functions, motor literacy, students, social participation, culture building.

* Corresponding Author: Email: Honari_h@yahoo.com ; Tel:+989121395680