

نقش رسانه‌های گروهی در گرایش مردم به ورزش همگانی با تأکید بر آمادگی جسمانی (مطالعه موردی: شهر بابلسر)

دکتر سید محمد حسین رضوی^۱، دکتر مرتضی دوستی^۲، مجتبی قاسمی سیانی^{۳*}

تاریخ پذیرش: ۹۳/۰۹/۲۶

تاریخ دریافت: ۹۳/۰۳/۲۲

چکیده

هدف از تحقیق حاضر بررسی نقش رسانه‌های گروهی (تلویزیون، رادیو و روزنامه) در گرایش مردم به ورزش همگانی با تأکید بر آمادگی جسمانی در شهر بابلسر می باشد. روش تحقیق توصیفی و روش اجرا پیمایشی بود. جامعه آماری تحقیق را کلیه افرادی که به طور منظم و دائم در ایستگاه‌های ورزش همگانی شهر بابلسر فعالیت می کردند، تشکیل می دادند که به طور تقریبی تعداد ۲۰۰۰ نفر تخمین زده شد و حجم نمونه با روش نمونه گیری خوشه‌ای ۲۲۰ نفر انتخاب شد. ابزار اندازه گیری پرسش‌نامه محقق ساخته‌ای بود که روایی آن را ۰/۶ تن از اساتید مدیریت ورزشی تأیید کردند و پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ (۰/۸۸) به دست آمد که نشان از پایا بودن پرسش‌نامه است. از آمار توصیفی و استنباطی (آزمون‌های کالموگراف اسمیرنوف، t تک نمونه‌ای، دو جمله‌ای و t مستقل) استفاده شد و فرضیه‌های تحقیق در سطح معناداری ۰/۰۵ مورد آزمون قرار گرفتند. نتایج تحقیق نشان داد رسانه‌های گروهی در گرایش مردم به ورزش همگانی تأثیر دارد ولی این تأثیر در حد مطلوب نمی باشد. به طوری که در بیشتر متغیرها میانگین پاسخ‌های افراد پایین‌تر از حد متوسط بود. همچنین نتایج نشان داد که میزان این تأثیر در زنان و مردان متفاوت است به گونه‌ای که نقش رسانه‌ها در گرایش زنان به ورزش همگانی بیشتر بوده است. با توجه به ظرفیت بالای رسانه‌ها در کشور می توان با برنامه‌ریزی درست در تلویزیون، رادیو و روزنامه‌ها گرایش مردم به ورزش همگانی را در کشور افزایش داد که در نهایت به سلامتی بیشتر عموم مردم منجر شود.

واژگان کلیدی

آمادگی جسمانی، بابلسر، رسانه‌های گروهی، ورزش همگانی.

۱. دانشیار مدیریت ورزشی دانشگاه مازندران

۲. استادیار مدیریت ورزشی دانشگاه مازندران

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه مازندران، (نویسنده مسؤول)

مقدمه

عبارت ورزش همگانی^۱، اولین بار توسط شورای اروپا، در سال ۱۹۶۶ مطرح شد. از دیدگاه شورای ورزش همگانی اروپا، ورزش همگانی عبارتست 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 نبوده بلکه هدف اصلی از پرداختن به چنین ورزش‌هایی، تفریح، توسعه و بهسازی انسان‌ها می‌باشد (جوادی پور، ۱۳۹۲). از طرفی در تعریف ورزش گفته شده است که ورزش یک نمایش عمومی از نظم و ترتیب فیزیکی و ذهنی مربوط به ارزش‌های اجتماعی مرتبط است که عنصر رقابت را نیز شامل می‌شود (تورسن، ۲۰۱۳). در تحقیقی آزمودنی‌ها بر نقش ورزش همگانی در پیشرفت ورزش قهرمانی تأکید کرده و آن را پشتوانه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای قلمداد کردند (رولند، ۲۰۰۲). جای دادن ورزش در اوقات فراغت افراد، بی‌نظمی‌ها را کاهش و به شخصیت آنها به صورت فزاینده‌ای ثبات می‌دهد (سیراکی، ۲۰۰۸).

قرن ۲۰ به قرن ورزش‌های المپیک معروف بود ولی قرن ۲۱ به ورزش‌های همگانی معروف شده است (ریزد، ۲۰۰۱). فواید آشکار مشارکت در فعالیت‌های بدنی را می‌توان در سه بعد برشمرد. از جمله فواید جسمانی مشارکت در فعالیت‌های بدنی، می‌توان به مواردی اشاره کرد مانند: افزایش سطح سلامت، افزایش آمادگی جسمانی، کاهش وزن، افزایش قدرت بدنی. از کارکردهای روان‌شناختی یا فردی ورزش افزایش بهزیستی روان‌شناختی، کسب شادی و طراوت، لذت و تفریح را می‌توان نام برد. همچنین از جمله کارکردهای اجتماعی آن، گسترش شبکه روابط اجتماعی و کسب پاداش‌های اجتماعی است (گودرزی، ۱۳۹۲). طبق تحقیقات شیلدز و همکاران^۲ (۲۰۱۰) شاخص توده بدن با افزایش سن، زیاد

می‌شود. از طرفی در مطالعه‌ای نشان داده شد که شرکت در فعالیت‌های ورزشی تأثیر مثبتی بر آمادگی بدنی و شناختی بزرگسالان دارد و شاخص توده بدن با انجام ورزش همگانی در اوقات فراغت بهبود می‌یابد (رویز، ۲۰۱۰).

آمادگی جسمانی عبارت است از توانایی انجام کارهای روزمره، با برخورداری از انرژی کافی، بدون احساس خستگی و داشتن انرژی ذخیره برای تفریح و آمادگی برای مقابله با حوادث پیش‌بینی نشده. ایجاد و حفظ سطح مناسبی از زیر مجموعه آمادگی جسمانی مانند استقامت قلبی عروقی، قدرت و استقامت عضلانی، ترکیب بدنی و انعطاف پذیری که آمادگی جسمانی مرتبط با سلامتی را شامل می‌شود، در کاهش خطر امراض قلبی، چاقی و ناراحتی‌های روانی به ویژه افسردگی و اضطراب و تحلیل‌رفتگی مؤثر است. دسته دیگر آمادگی جسمانی، آمادگی جسمانی مرتبط با مهارت است که ویژه ورزشکاران می‌باشد (عنبری، ۱۳۹۱). در تحقیقی که بت توماس در سال ۲۰۰۲ انجام داد، مشخص شد که استفاده از برنامه‌های آمادگی جسمانی و بدن‌سازی برای کارکنان، به ویژه کسانی که در معرض کارهای پرخطر هستند، سبب می‌شود که آسیب‌ها و جراحات در آنها کاهش یابد (توماس، ۲۰۰۲). همچنین نتیجه تحقیقی در دانشگاه هامبورگ آلمان نشان داد که گرایش مردان و زنان به برنامه‌های آمادگی جسمانی نسبت به دیگر رشته‌های ورزشی افزایش یافته است (کیلیپاتریچ، ۲۰۰۵). آمادگی جسمانی یک مفهوم عام برای تعیین توانایی انجام کارهای مختلف توسط عامه مردم است. بنابراین تمامی افراد خواه در یک رشته ورزشی فعالیت بکنند یا خیر، برای حفظ سلامتی، حفظ توانایی تا سنین بالا و لذت بردن از جنبه‌های مختلف زندگی نیاز دارند تا این کیفیت را کسب نمایند (عنبری، ۱۳۹۱).

امروزه در شهرها، عدم تناسب اندام از کودکان شروع شده و شعاع آن حتی افراد مسن را هم در بر گرفته است. به نظر می‌رسد ورزش به عنوان راه حل راهبردی و ورزش همگانی

1. sport for all
2. shields and et all

این مسئله در گسترش و توسعه ورزش پی برد و به آن اشاره کرد (ایتنگ، ۲۰۰۶). به کارگیری موثر رسانه‌ها این امکان را می‌دهد که بتوان پیامی را در مدت کوتاهی با هزینه اندک حتی در مناطق دور افتاده انتشار داد و میزان قابل توجهی از وقت و منابع مالی خود را ذخیره کرد (رحیمی ۱۳۸۶). تأثیر رسانه‌ها بر ورزش اواخر قرن نوزدهم با روزنامه‌ها شروع و در قرن بیستم به رادیو و تلویزیون گسترش یافت (هانی بون، ۲۰۰۲).

بالارد و همکاران^۴ (۲۰۰۹) در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که استفاده از رسانه‌های گروهی، سطوحی از هدایت کردن تمرینات را بر عهده دارند. در حقیقت، استفاده و تماشای مرتب رسانه (تلویزیون و دی وی دی) بهترین هدایت کننده برای تمرین به شمار می‌روند. نتایج تحقیق ابویه^۵ (۲۰۱۳) که با مرور تحقیقات انجام شده تا سال ۲۰۱۲ در زمینه تأثیر رسانه‌ها در بهبود فعالیت بدنی در بزرگسالان انجام گرفت نشان داد که رسانه‌های جمعی اثر روشنی بر ترویج پیاده روی داشتند. همچنین رسانه‌ها در کاهش بی‌حرکی در افراد مؤثر بوده‌اند. قره و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیقی به این نتیجه رسیدند که رسانه‌ها در آگاهی دادن به مردم در خصوص فواید ورزش همگانی تأثیر مطلوب، ولی اطلاع‌رسانی رسانه در مورد مکان‌های مناسب، همایش‌های ورزش همگانی، ایجاد نگرش مثبت و تغییر مثبت رفتار نسبت به ورزش همگانی تأثیر نامطلوبی داشته است. صادقیان (۱۳۹۰) در تحقیق خود که در شهروندان همدانی که حداقل یک‌بار در هفته در ایستگاه‌های ورزش همگانی شهر همدان ورزش می‌کردند، انجام گرفت نشان داد که انواع رسانه‌های جمعی (تصویری، صوتی و چاپی) بر گرایش مردم شهر همدان به ورزش همگانی تأثیر دارند و در گرایش مردم شهر همدان به ورزش همگانی، مهم‌ترین نقش رسانه‌ها، آگاه سازی مردم از فواید ورزش همگانی و کمترین نقش

به عنوان وسیله‌ای ارزان قیمت و فرح بخش می‌تواند مشکل تناسب اندام و از طرف دیگر، مشکل سلامت را در زندگی شهری به نحو مطلوبی بهبود بخشد (معین الدینی، ۱۳۹۱). تحقیقات انجام شده در قاره اروپا نشان می‌دهد که رویکرد اصلی در این کشورها ورزش همگانی است از این رو در جهت گسترش و رشد آن تلاش مضاعفی کرده‌اند (هالزوه، ۲۰۰۲). از نظر ساساکاوا^۱، انگیزه مردم ژاپن، کسب تندرستی است (مالتبی، ۲۰۰۱). از دیدگاه کولت^۲ و همکاران (۲۰۰۴) گرایش مردم دانمارک به ورزش همگانی، از ورزش قهرمانی و حتی تماشای مسابقات قهرمانی بیشتر است. با وجود ارزش و جایگاه ورزش و آمادگی جسمانی در توسعه سلامتی و تندرستی، در کشور ما هنوز اهمیت و ضرورت ورزش در بین اقشار مختلف جامعه شناخته شده نیست (صادقی آرانی، ۱۳۸۸). براساس تحقیقاتی، درصد شرکت کنندگان در ورزش همگانی ایران از قاره آفریقا بیشتر و نسبت به سایر قاره‌ها کمتر بوده است. آمار رسمی وزارت بهداشت و درمان حاکی از آن است که ۴۱/۲۵ درصد از علل مرگ و میر در ایران مربوط به بیماری‌هایی مانند انواع بیماری‌های قلبی و بیماری‌های عروق مغزی ناشی از کم تحرکی است (رضوی، ۱۳۸۹). فوایدی که از ورزش کردن حاصل می‌گردد مسئولان را به این سمت سوق می‌دهد که به بررسی روش‌هایی بپردازند که سبب افزایش تعداد شرکت کنندگان در ورزش همگانی گردد (آفرینش خاکی، ۱۳۸۴). به نظر می‌رسد رسانه‌ها به عنوان رکن چهارم دموکراسی، می‌توانند نقش مهمی در روشنگری مردم به ویژه نوجوانان و جوانان داشته باشند و در صورت عملکرد صحیح، مانع سوگیری آن‌ها به سوی تفریحات ناسالم شوند (کردی، ۱۳۸۶). در تحقیقی تامیلنسون^۳ به بررسی زمینه‌های موجود در گستره امور فرهنگی ورزش پرداخت و پوشش ماهواره‌ای فعالیت‌های ورزشی را بررسی کرد، وی به تأثیر

۱. Sasakava, 2001

۲. kolt

۳. Tomolnson

۴. Ballard et all

5. Abioye, A

بین این مناطق یک منطقه (پارکینگ‌ها) به طور تصادفی انتخاب شد و در نهایت در ۴ ایستگاه ورزش همگانی در این منطقه به طور تصادفی پرسش‌نامه توزیع و میزان نمونه ۲۲۰ نفر انتخاب شد.

تحقیق حاضر با استفاده از پرسش‌نامه محقق ساخته‌ای که برگرفته از پایان‌نامه صادقان (۱۳۹۰) بود (و با اعمال نظر استادان مدیریت ورزشی چند سؤال آن حذف و سؤالاتی نیز به آن افزوده شد) انجام گرفته است. این پرسش‌نامه شامل ۲ بخش سؤال بود که قسمت اول مشخصات فردی نمونه‌ها را بررسی می‌کرد که شامل ۶ سؤال بود و قسمت دوم، سؤالات پرسش‌نامه بود که ۵۱ سؤال را شامل می‌شد. این ۵۱ سؤال نقش رسانه‌ها (تلویزیون، رادیو و روزنامه) را در آشنایی مردم با اصطلاح آمادگی جسمانی و فاکتورهای آن، آگاهی مردم از فواید تک‌تک فاکتورهای آمادگی جسمانی، آگاهی مردم از فواید ورزش همگانی، آموزش مردم به ورزش همگانی و ایجاد نگرش مثبت در مردم از ورزش همگانی را مورد بررسی قرار می‌داد. پرسش‌نامه در مقیاس ۵ ارزشی لیکرت با دامنه بسیار زیاد (۵ نمره) تا بسیار کم (۱ نمره) تنظیم شده بود که برای تعیین روایی صوری پرسش‌نامه از دیدگاه تخصصی ۶ تن از اساتید مدیریت ورزشی استفاده شد و همچنین برای تعیین پایایی پرسش‌نامه از آزمون آلفای کرونباخ، اعتبار یا ثبات درونی ابزار $r = 0/88$ برآورد و پایایی پرسش‌نامه تایید شد. پرسش‌نامه تحقیق در ایستگاه‌های منطقه منتخب با حضور محقق توزیع شد و پس از پرکردن پرسش‌نامه توسط آزمودنی‌ها جمع‌آوری گردید.

اطلاعات تحقیق با استفاده از نرم افزار آماری SPSS، تجزیه و تحلیل شد. علاوه بر استفاده از آمار توصیفی، از آزمون‌های کالموگراف اسمیرنوف برای مشخص کردن نرمال یا غیرنرمال بودن داده‌ها و از t تک نمونه‌ای، دو جمله‌ای و t مستقل برای آزمون فرضیه‌های تحقیق استفاده شد.

رسانه‌ها، تبلیغ و اطلاع‌رسانی در مورد ورزش همگانی و همایش‌های آن بود. در تحقیق مرادی و همکاران (۱۳۹۰) صاحب‌نظران حوزه ورزش و رسانه اظهار داشتند که با وجود تأثیر رسانه‌های ورزشی بر توسعه ورزش همگانی، رسانه‌های ورزشی توجه مناسب و مطلوبی به این مسئله نداشته‌اند. محقق (۱۳۸۸) در پژوهشی دریافت که رسانه‌های ورزشی در توسعه رشته‌های ورزشی نقش به‌سزایی ایفا می‌کنند، ولی بین وضعیت موجود و مطلوب تفاوت معناداری وجود دارد. همچنین در تحقیقی قیامی راد (۱۳۸۷) به این نتیجه رسید که عملکرد رسانه‌های گروهی در بخش ورزش همگانی با اهداف تربیت بدنی همسو نبوده، اما در بخش ورزش قهرمانی همسو است.

هدف محقق در این تحقیق این است تا اثر رسانه‌ها (تلویزیون، رادیو و روزنامه) را در گرایش مردم به ورزش همگانی با تأکید بر آمادگی جسمانی در شهر بابل بررسی کند. از آنجا که یکی از عوامل مهم شرکت کردن مردم در ورزش‌های همگانی بعد جسمانی آن است و اگر مردم با فواید فاکتورهای آمادگی جسمانی آشنا شوند احتمالاً گرایش آنها به ورزش همگانی بیشتر می‌شود و از آنجا که در زمینه نقش رسانه‌های گروهی در آگاهی دادن به مردم در خصوص آمادگی جسمانی و فاکتورهای آن تحقیقی صورت نگرفته ضرورت انجام این تحقیق احساس می‌شود.

روش پژوهش

پژوهش حاضر توصیفی از نوع پیمایشی و روش اجرا به صورت میدانی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق را کلیه افرادی که به طور منظم و دائم در ایستگاه‌های ورزش همگانی شهر بابل فعالیت می‌کردند، تشکیل می‌دادند که با پرس و جو از هیأت ورزش همگانی شهرستان بابل نزدیک به ۲۰۰۰ نفر تخمین زده شد. برای تعیین اعضای نمونه از بین جامعه مورد پژوهش از طریق روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای ابتدا شهر به ۸ منطقه تقسیم شد، سپس از

نتایج و یافته‌های تحقیق

بحث و نتیجه گیری

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، بی تردید، می‌توان گفت که یکی از عوامل اصلی در این توسعه فرهنگی، رسانه‌های گروهی هستند (افروزه، ۱۳۹۱). هدف محقق در این تحقیق این است تا نقش رسانه‌های گروهی (تلویزیون، رادیو و روزنامه) را در گرایش مردم به ورزش همگانی با تأکید بر آمادگی جسمانی در شهر بابلسر مورد بررسی قرار دهد.

با توجه به هدف کلی این تحقیق نتایج نشان داد که رسانه‌های گروهی در گرایش مردم به ورزش همگانی تأثیر دارند ولی این تأثیر در حد نامطلوب می‌باشد. که این نتیجه با نتایج تحقیقات صادقیان (۱۳۹۰)، مرادی (۱۳۹۰)، قیامی راد (۱۳۸۷) و محقق (۱۳۸۸) هم راستا است ولی با تحقیق ایوبیه (۲۰۱۳) همسو نیست. همچنین در ارتباط با این فرضیه نتایج نشان داد که نقش رسانه‌های گروهی در گرایش مردم به ورزش همگانی در بین مردان و زنان متفاوت است و میزان این تأثیر در زنان بیشتر است. در ارتباط با دیگر فرضیات که در این تحقیق مورد بررسی قرار گرفت نتایج نشان داد که رسانه‌های گروهی در آشنایی مردم با اصطلاح آمادگی جسمانی و فاکتورهای آن تأثیر دارد ولی این تأثیر در حد نامطلوب است. همچنین رسانه‌های گروهی در آگاهی مردم از فواید فاکتورهای آمادگی جسمانی تأثیر دارند که این تأثیر نیز در حد نامطلوب می‌باشد. با توجه به این دو فرضیه ملاحظه می‌شود که با وجود تأثیری که رسانه‌ها در این متغیرها دارند، این تأثیر در حد بسیار نامطلوبی قرار دارد. از آنجا که انگیزه بسیاری از مردم برای انجام ورزش‌های همگانی، بعد جسمی و سلامت ناشی از آن است، و از آن جا که با ارتقای سطح فاکتورهای آمادگی جسمانی عمومی (استقامت قلبی عروقی، قدرت و

استقامت عضلانی، ترکیب بدنی و انعطاف پذیری) در فرد، سلامت عمومی و قوای جسمی فرد نیز افزایش پیدا می‌کند، می‌توان با آگاهی دادن به مردم در مورد این فاکتورها و فواید ناشی از افزایش فاکتورهای آمادگی جسمانی و همچنین راه‌های کسب آن‌ها از طریق رسانه‌های گروهی، شاهد حضور بیشتر مردم در ایستگاه‌های ورزش همگانی باشیم. ولی با توجه به نتایج حاصل از این دو فرضیه محقق پی به این نتیجه برد که رسانه‌ها در آگاه کردن مردم در مورد این فاکتورها کوتاهی کرده‌اند و برنامه‌ریزی درستی در این زمینه وجود ندارد. و اگر هم برنامه‌هایی در مورد آمادگی جسمانی در تلویزیون و رادیو پخش شده و یا مطالبی در روزنامه به چاپ رسیده است، این برنامه‌ها و مطالب خیلی کم و به صورت کلی و گذرا بیان شده است. در تحقیقات گذشته نیز بیشتر فواید ناشی از ورزش همگانی سنجیده شده است به طوری که بیان این فواید جسمی و روحی ناشی از ورزش همگانی به طور کلی بوده و به طور ریشه‌ای بحث آمادگی جسمانی و سلامت را بررسی نکرده‌اند ولی به نظر می‌رسد اگر مردم به طور پایه‌ای و اصولی بحث آمادگی جسمانی و فواید ناشی از کسب آمادگی جسمانی و سلامتی را نیاوزند، گرایش و رغبت آن‌ها برای حضور در فعالیت‌های ورزشی کاهش می‌یابد. از آنجا که تحقیقی در رابطه با این دو فرضیه یافت نشد نمیتوان نتایج این تحقیق را با تحقیقات دیگر مقایسه کرد.

در فرضیه سوم، نتایج نشان داد رسانه‌های گروهی در آموزش مردم به ورزش همگانی تأثیر دارد ولی این تأثیر در حد نامطلوب می‌باشد. نتیجه این تحقیق با تحقیق بالارد و همکاران (۲۰۰۹) همسو نیست که می‌توان علت این عدم همسویی را توجه نکردن رسانه‌ها به آموزش مردم به ورزش همگانی نسبت به بسیاری از کشورهای دیگر دانست. از آنجا که بسیاری از مردم در مورد ورزش متناسب با سنشان، نحوه‌ی انجام درست تمرینات کششی، ورزش‌های هوازی مفید برای آنها، آسیب‌های ناشی از انجام ورزش و راه‌های

دهند تا نگرش مثبتی از ورزش همگانی در قشرهای مختلف مردم ایجاد شود. پیشنهاد می شود از طریق تلویزیون و در ساعات شب که بینندگان بیشتری برنامه های تلویزیون را تماشا می کنند قبل از پخش سریال ها و برنامه های طرفدار، برنامه هایی ساخته شود که پزشکان و متخصصین چند دقیقه ای در رابطه با فواید آمادگی جسمانی و نحوه انجام صحیح حرکات صحبت کنند. همچنین از طریق رادیو و در برنامه های طرفدار می توان دقایقی را به این امر اختصاص داد که متخصصان تربیت بدنی در زمینه آمادگی جسمانی و ورزش همگانی بحث کنند. پیشنهاد می شود با پیگیری هیأت های ورزش همگانی استان ها، روزنامه های ورزشی استانی و کشوری علاوه بر توجه به ورزش قهرمانی صفحاتی را نیز به چاپ مطالب مربوط به ورزش همگانی و آمادگی جسمانی عمومی اختصاص دهند. همچنین صدا و سیما می تواند از طریق شبکه تلویزیونی ورزش در کنار پخش مسابقات قهرمانی در رشته های مختلف برنامه هایی را در ساعات مشخص و خاص در رابطه با نحوه انجام ورزش مرتبط با جنسیت و سنین مختلف، نحوه درمان آسیب دیدگی ها، نحوه ارتقای فاکتورهای آمادگی جسمانی در افراد با سنین مختلف و پخش کند.

پیشگیری از آسیب اطلاعات کمی دارند بهتر است اطلاعات لازم در این زمینه به مردم داده شود. یکی از علل پایین بودن گرایش مردم به ورزش همگانی در کشور می تواند پایین بودن اطلاعات مردم در این زمینه باشد که علاقه مردم را به ورزش کاهش و در مقابل ترس ناشی از آسیب دیدگی را در آنها افزایش می دهد. همچنین ممکن است بسیاری از مردم به خصوص سالمندان بخاطر عدم آگاهی با انجام نادرست ورزش و تمرین های کششی دچار آسیب های جزئی شوند، این آسیب ها می تواند به مرور گرایش آنها را به ورزش کاهش دهد. در فرضیه چهارم، نتایج بیانگر این بود که رسانه های گروهی در ایجاد نگرش مثبت از ورزش همگانی در مردم تأثیر ندارند. که نتیجه این نتیجه با تحقیق قره و همکاران (۱۳۹۲) همسو نیست. همچنین با توجه به فرضیه پنجم، نتایج نشان داد رسانه های گروهی در آگاه کردن مردم از فواید ورزش همگانی تأثیر دارد و این تأثیر در حد مطلوب می باشد که نتیجه این تحقیق با تحقیقات قره و همکاران (۱۳۹۲) و صادقیان (۱۳۹۰) همسو است. از نتیجه این فرضیه می توان فهمید که توجه بیشتر رسانه ها بر این است تا به طور کلی فواید جسمی و روحی ورزش همگانی را بیان کنند.

از آنجا که به طور کلی نتایج تحقیق نشان داد رسانه های گروهی در گرایش مردم به ورزش همگانی تأثیر دارد ولی این تأثیر در حد نامطلوب می باشد. به نظر می رسد می توان با برگزاری نشست هایی در مورد ورزش همگانی و آمادگی جسمانی با حضور متخصصان تربیت بدنی و پخش این نشست ها از صدا و سیما بر آگاهی مردم از ورزش همگانی و آمادگی جسمانی افزود. همچنین نهادهای متولی ورزش همگانی می توانند به توسعه زیرساخت های این ورزش در آموزش و پرورش، دانشگاه ها، شهرداری ها، نیروهای مسلح توجه کنند و این فعالیت ها را از طریق رسانه ها انعکاس

جدول ۱: توزیع فراوانی نمونه بر اساس سن، جنسیت و تحصیلات

تعداد	درصد	سن					جنسیت		تحصیلات				
		کمتر از ۲۰ سال	۲۱ تا ۳۰ سال	۳۱ تا ۴۰ سال	۴۱ تا ۵۰ سال	بالای ۵۰ سال	مرد	زن	زیر دیپلم	دیپلم	لیسانس	فوق لیسانس	دکتری
۲۷	۱۲/۲	۰/۳۰	۰/۳۰	۲۶/۸	۲۰/۵	۲۳	۴۵	۲۳	۴۵	۵۹	۶۶	۲۷	۲/۳
۱۳۳	۶۰/۵	۳۹/۵	۱۲/۷	۳۹/۵	۶۰/۵	۱۳۳	۳۹/۵	۶۰/۵	۱۲/۷	۳۹/۵	۶۰/۵	۱۳۳	۲/۳

مطابق جدول ۱ مشاهده می‌شود که بیشترین حجم نمونه در دامنه سنی ۲۱ تا ۳۰ سال حضور دارند. از نظر جنسیت، از تعداد کل نمونه، ۶۰/۵ مرد و ۳۹/۵ زن بودند. همچنین از نظر تحصیلات بالاترین درصد متعلق به مدرک دیپلم بود.

جدول ۲: نتایج حاصل از آزمون کالموگراف - اسمیرنوف برای داده‌های تحقیق

۱- آشنایی مردم با اصطلاح آمادگی جسمانی و فاکتورهای آن	۲- آگاهی مردم از فواید فاکتورهای جسمانی آمادگی جسمانی	۳- آموزش ورزش همگانی به مردم	۴- ایجاد نگرش مثبت از ورزش همگانی در مردم	۵- آگاهی مردم از فواید ورزش همگانی	۶- گرایش مردم به ورزش همگانی
Kolmogorov smirnov Z	۱/۴۱۵	۱/۵۹۹	۱/۵۷۱	۱/۵۱۲	۰/۹۳۵
سطح معنی داری (sig)	۰/۰۳۶	۰/۰۱۲	۰/۰۱۴	۰/۰۲۱	۰/۳۴۷

با توجه به جدول ۲ ملاحظه می‌شود که سطح معنی داری در فرضیات اول، دوم، سوم و چهارم کمتر از ۰/۰۵ است، بنابراین این متغیرها دارای توزیع غیرنرمال هستند ولی سطح معنی داری در فرضیات پنجم و ششم بیشتر از ۰/۰۵ است و توزیع این متغیرها نرمال است.

جدول ۳: نتایج فرضیات اول، دوم، سوم و چهارم (نتایج حاصل از آزمون دو جمله ای)

متغیر	گروه‌ها	تعداد	نسبت مشاهده شده	میانگین	انحراف معیار	نسبت آزمون	معنی داری (sig)
آشنایی مردم با اصطلاح	$P \leq .50$	۱۸۰	۰/۸۲				

۰/۰۰۰۱	۰/۵۰	۰/۷۲	۲/۴۳	۰/۱۸	۴۰	$P \leq .50$	آمادگی جسمانی و فاکتورهای آن
۰/۰۰۰۱	۰/۵۰	۰/۸۵	۲/۳۲	۰/۸۲	۱۸۱	$P \leq .50$	آگاهی مردم از فواید فاکتورهای آمادگی جسمانی
				۰/۱۸	۳۹	$P \leq .50$	
۰/۰۰۰۱	۰/۵۰	۰/۸۵	۲/۸۱	۰/۶۹	۱۵۲	$P \leq .50$	آموزش ورزش همگانی به مردم
				۰/۳۱	۶۸	$P \leq .50$	
۰/۷۳۶	۰/۵۰	۱/۰۳	۳/۱۵	۰/۵۱	۱۱۳	$P \leq .50$	ایجاد نگرش مثبت از ورزش همگانی در مردم
				۰/۴۹	۱۰۷	$P \leq .50$	

در سطح ۰/۰۵ معنی دار می باشد.

مطابق با جدول ۳ مشاهده می شود که سطح معنی داری در فرضیه های اول، دوم و سوم کمتر از ۰/۰۵ است در نتیجه فرض صفر رد و فرض تحقیق تأیید می شود بنابراین رسانه های گروهی در فرضیه های اول، دوم و سوم تأثیر معنی دار دارند ولی با توجه به نسبت های مشاهده شده و میانگین مشاهده می شود که این تأثیر به صورت نامطلوب می باشد. ولی در فرضیه چهارم سطح معنی داری بیشتر از ۰/۰۵ است که در این صورت فرض صفر تأیید و فرض تحقیق رد می شود بنابراین رسانه های گروهی در ایجاد نگرش مثبت از ورزش همگانی در مردم تأثیر نداشته اند.

جدول ۴: نتایج فرضیات پنجم و ششم (نتایج حاصل از آزمون t تک نمونه ای)

میانة نظری: ۳					میانگین	متغیر
انحراف معیار	تفاوت میانگین	معنی داری	درجه آزادی	T		
۰/۸۶۳	۰/۱۸۱	۰/۰۰۲	۲۱۹	۳/۱۱	۳/۱۸	آگاهی مردم از فواید ورزش همگانی
۰/۷۰۵	-۰/۲۱۵	۰/۰۰۰۱	۲۱۹	-۴/۵۳	۲/۷۸	گرایش مردم به ورزش همگانی

در سطح ۰/۰۵ معنی دار می باشد.

با توجه به جدول ۴ و در ارتباط با نقش رسانه های گروهی در آگاهی مردم از فواید ورزش همگانی مشاهده می شود که میانگین ۳/۱۸ و بیشتر از میانگین نظری است، تفاوت میانگین به صورت مثبت و مقدار آن ۰/۱۸۱ است و سطح معنی داری مشاهده شده ۰/۰۰۲ که کمتر از ۰/۰۵ است و فرض صفر رد می شود. بنابراین رسانه های گروهی در آگاه کردن مردم از فواید ورزش همگانی تأثیر مثبت و معنی داری دارد.

همچنین از جدول مشاهده می شود که در ارتباط با نقش رسانه های گروهی در گرایش مردم به ورزش همگانی، میانگین ۲/۷۸، سطح معنی داری ۰/۰۰۰۱ و تفاوت میانگین ها ۰/۲۱۵- است. که این اعداد نشان دهنده این است که سطح معنی داری مشاهده شده معنادار است. پس رسانه های گروهی در گرایش مردم به ورزش همگانی تأثیر دارند. ولی با توجه به این که میانگین مشاهده شده پایین تر از میانگین نظری است، این تأثیر به صورت نامطلوب می باشد.

جدول ۵: مقایسه میانگین پاسخ‌های مردان و زنان در نقش رسانه‌های گروهی در گرایش آنها به ورزش همگانی با تأکید بر آمادگی جسمانی

متغیر	گروه	تعداد	میانگین	انحراف معیار
گرایش به ورزش همگانی	مرد	۱۳۳	۲/۶۹	۰/۸۰
	زن	۸۷	۲/۹۱	۰/۵۰

جدول ۶: نتایج آزمون تی مستقل و لوین

متغیر	تساوی واریانس‌ها	آزمون لوین		آزمون تی		
		F	سطح معناداری	آماره تی	درجه آزادی	سطح معناداری
گرایش به ورزش همگانی	تساوی واریانس‌ها	۲۰,۶۷۹	۰/۰۰۰۱	-۲/۲۸۲	۲۱۸	۰/۰۲۳
	عدم تساوی واریانس‌ها			-۲/۵۰۰	۲۱۷/۶۸	۰/۰۱۳

در سطح ۰/۰۵ معنی دار می باشد.

با توجه به جداول ۵ و ۶ و با توجه به سطح معناداری آزمون لوین که کمتر از ۰/۰۵ است متوجه می‌شویم که واریانس‌ها در دو گروه آقایان و خانم‌ها برابر نیست، با مراجعه به سطح معنی داری آزمون تی (۰/۰۱۳) که کمتر از ۰/۰۵ است نتیجه می‌گیریم که تأثیر رسانه‌ها در گرایش مردم به ورزش همگانی در دو گروه مردان و زنان تفاوت معناداری دارد. و با توجه به میانگین دو گروه پی می‌بریم که تأثیر رسانه‌ها در گرایش زنان به ورزش همگانی بیشتر بوده است.

منابع

۱. جواد پور، محمد. سمیع نیا، مونا (۱۳۹۲). "تبیین موقعیت راهبردی و ارائه استراتژی توسعه ورزش همگانی در ایران"، پژوهش‌های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی، ۳(۵)، ۲۸-۱۵.
۲. گودرزی، محمود. نصیرزاده، عبدالمهدی. فراهانی، ابوالفضل. وطن دوست، مریم (۱۳۹۲). "طراحی و تدوین راهبرد توسعه ورزش همگانی استان کرمان"، مدیریت ورزشی، (۱۷)، ۱۷۲-۱۴۹.
۳. عنبری، شاپور. مقدسی، مهرزاد. ترکفر، احمد. رحیمی زاده، اسماعیل. خادمی، یونس (۱۳۹۱). "تأثیر هشت هفته الگوی ورزش همگانی بر آمادگی جسمانی و سلامت عمومی کارمندان مرد"، ارمان دانش، مجله علمی پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی یاسوج، (۱)۱۷.
۴. معین الدینی، جواد. صنعت خواه، علیرضا (۱۳۹۱). "عوامل اجتماعی- فرهنگی موثر بر گرایش شهروندان به ورزش همگانی (مطالعه موردی: شهر کرمان)"، مطالعات شهری، ۲(۳)، ۱۷۸-۱۴۹.
۵. رضوی، محمدحسین. میردار، شادمهر. اشکوه طاهری، رضا. (۱۳۸۹). "بررسی وضعیت ورزش همگانی استان مازندران". طرح تحقیق، دانشگاه مازندران.
۶. صادقی آرانی، زهرا. میرغفوری، سید حبیب الله (۱۳۸۸). "تجزیه و تحلیل وضعیت توسعه یافتگی ورزشی استان‌های ایران طی سال‌های ۸۵-۱۳۸۴". نشریه پژوهش در علوم ورزشی، شماره ۲۴، صص ۱۲۰-۱۰۳.
۷. آفرینش خاکی، اکبر. تند نویس، فریدون. مظفری، سید امیر احمد (۱۳۸۴). "مقایسه ی دیدگاه‌های اعضای هیئت علمی، مربیان، ورزشکاران و مدیران در مورد چگونگی توسعه ورزش همگانی"، نشریه علوم حرکتی و ورزش، جلد اول، شماره ۵، صص ۲۲-۱.
۸. کردی، محمدرضا (۱۳۸۶). "بررسی نقش مطبوعات و رسانه‌های گروهی در ورزش ایران". طرح پژوهشی، پژوهشکده ی تربیت بدنی و علوم

ورزشی.

۹. رحیمی، فاطمه. خان کلابی، مهری. (۱۳۸۶). "استفاده از اینترنت در بیماران مبتلا به آسیب های نخاعی"، فصل نامه پژوهش و سنجش، سال چهاردهم، شماره ۵۰، مرکز تحقیقات صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، صص ۱۳۳-۱۱۲
۱۰. قره، محمدعلی. قلی پور، نگار. آنت، زینب (۱۳۹۲). "بررسی نقش رسانه های جمعی در گرایش دانشجویان دانشگاه الزهرا به ورزش همگانی"، مدیریت ارتباطات در رسانه های ورزشی، شماره ۲، صص ۴۴-۳۹.
۱۱. صادقیان، زهرا (۱۳۹۰). "بررسی نقش رسانه های گروهی در گرایش مردم به ورزش همگانی". پایان نامه کارشناسی ارشد تربیت بدنی. دانشگاه مازندران
۱۲. مرادی، مهدی. هنری، حبیب. احمدی، عبدالحمید. (۱۳۹۰). "بررسی نقش چهارگانه ی رسانه های ورزشی در توسعه ی فرهنگ ورزش همگانی". نشریه ی مدیریت ورزشی، شماره ۹، صص ۱۸۰-۱۶۷.
۱۳. مرادی، مهدی. (۱۳۸۸). "بررسی نقش رسانه های گروهی ورزشی کشور در توسعه ی رشته های ورزشی". مقاله ی نخستین همایش ملی تربیت بدنی و علوم ورزشی، شیراز، دی ماه.
۱۴. قیامی راد، امیر. (۱۳۸۷). "بررسی همسویی عملکرد رسانه های گروهی کشور با اهداف تربیت بدنی". مقاله ی همایش ملی مدیریت ورزشی با تاکید بر سند چشم انداز ۲۰ ساله ی کشور، آکادمی ملی المپیک، اسفند ماه
۱۵. افروزه، محمدصادق. حمیدی، مهرزاد. الهی، علیرضا (۱۳۹۱). "شناسایی دیدگاه اعضای انجمن های ورزشی دانشگاهها در خصوص رویکرد رسانه ها به ورزش"، فصلنامه ی پژوهش های ارتباطی، ۱۹ (۱) ۷۰-۵۵

16. Torsson M. (2013). "Cyborg athlets – A European history of gender, technology and virtue in sports". Linköping University, Faculty of Arts and Sciences. Student thesis.
17. Renson, R. (2002). "inclusion or exclusion? Possibilities and limitations for interaction between sport for all and elite sport", paper presented in the 9 world sport for all congress- the Netherlands.
18. Sieracki, J. H. S. Leone, S. Miller, A. Lyons, J. S. (2008). "Individual and Provider Effects on Mental Health Outcomes in Child Welfare: A Three Level Growth Cure", Approach Children and Youth Services Review, 30.
19. Raised, Y. p. (2001). "quality of life experience", journal of cancer nursing". 24(4): PP: 225-263
20. Shields, M. Tremblay, MS. Laviolette, M. craig, cl. Janssen, I. Gorber, sc. (2010). fitness of Canadian adults. results from the 2007-2009. canadian Health Measures survey. Health Rep; 21(1): 21-35.
21. Ruiz, JR. Ortega, FB. Castillo, R. (2010) physical activity/fitness/weight status/and cognitive performance in adolescents. *J pediatr* , ; 157(6) : 917-922
22. Thomas. B. (2002). Women's work experiences and health in a male dominated industry. 38(7)663-672
23. Kilpatrick, KM. Herbert, E. & Bartholomew J. (2005). "College students motivation for physical activity L: differentiating men's and women's motives for sport participation and exercise," J Am Coll Health, Sep-Oct, 54(2): PP:87-94
24. Holzwehr, F (2002). "Sport for all as a social chang and fitness development. Institute of sport science. Vienna university, Austria.
25. Maltby J & Day. (2001). "The relationship between exercise motives & psychological well being". Journal of Psychology, No, 135, PP:651-660
26. Kolt. G.S.; Driver, R.P. & Giles, L.C. (2004). Why Older Australians Participate in Exercise and Sport, J Aging Phys Act, Apr, 12 (2), Pp.185-198.
27. Etang, J. (2006). "Public relations and sport in promotional culture". Public relations review. Vol. 32, PP: 386-394
28. Honey bourne, j. hill, m. moors, h. (2002). Physical education and sport study. stanleythornes 2th ed.
29. Ballaard, M. Gray, M. Reilly, J. Noggle, M. (2009). "Correlates of video game screen time among males: body, physical activity and other media use". Eating behaviors 10, PP: 161-167.
30. Abioye, A. Hajifathalian, K. & Danaei, G. (2013). Do mass media campaigns improve physical activity? A systematic review and meta-analysis. Archives of Public Health. 1-10

The Role of Mass Media on People's Attitude towards sport for all with a Focus on Physical Fitness (a Case Study: Babolsar City)

Seyed Mohammad Hossein Razavi¹, Morteza Dousti², Mojtaba Ghasemi Siani^{3*}

(Received: 12 June 2014 Accepted: 17 Desember 2014)

Abstract

The purpose of the present research was to determine the role of mass media (television, radio and newspapers) on people's attitude towards sport for all with a focus on physical fitness in the city of Babolsar. The research had a survey design and enjoyed a descriptive method. The population of this research is all the people who regularly and constantly worked in the sport Babolsar stations and estimated the number 2000, with the use of cluster sampling, 220 people were randomly selected as the sample size. The instrument used in this research was a researcher-made questionnaire which had survived the six sports professors' review for its face validity. Using Cronbach's alpha, its reliability was found to be $r=0.88$, showing the questionnaire's reliability. used It is inferential and descriptive statistic (the Kolmogorov-Smirnov, the single sample binominal t-tests and independent-samples t-test) and the research hypotheses were tested at the level of 0.05. The results unveiled that mass media impacted on people's attitude towards sport for all. the impact was not desirable in which the mean of people's responses was lower than average level ($p \leq .50$) in most variables. The results showed the extent of this effect is different in men and women and the role of mass media was more in the women's tendency to the sport for all. Considering the high capacity of media in Iran, people's attitude towards sport for all can be enhanced by proper planning in television, radio, and newspapers, which will ultimately lead to greater public health.

Keywords:

physical fitness, Babolsar, mass media, sport for all

1. Assistant Professor of Mazandaran University
2. Assistant Professor of Mazandaran University
3. M.A. Student in Sport Management

E-mail: ghasemi_m89@yahoo.com