

ORIGINAL ARTICLE

The Impact of Media Literacy on the Physical Literacy of Audiences of Sports Programs

Mohammad Hassan Ferdowsi*¹, Seyed Reza Musavi²

1. Assistant Professor, Department of Sports Management, Payame noor University, Tehran, Iran.
2. M.Sc. Student, Sports Management, Payame noor University, Tehran, Iran.

Correspondence:

Mohammad Hassan Ferdowsi
Email: mh.ferdowsi@pnu.ac.ir

Received: 28/Janaury/2023

Accepted: 11/June/2023

How to cite:

Ferdowsi, M; Musavi, R (2024). The Impact of Media Literacy on the Physical Literacy of Audiences of Sports Programs. Communication Management in Sport Media, 11 (4), 153-167. (DOI: [10.30473/jsm.2023.66784.1723](https://doi.org/10.30473/jsm.2023.66784.1723))

ABSTRACT

This research aimed to determine the effect of media literacy on the physical literacy of sports audiences. The study was descriptive in nature, focused on practical applications, and employed a field survey method for data collection. The statistical population included all audiences in Arak city who followed provincial and national sports programs through various media, such as television, magazines, and online platforms. To determine the statistical sample, a non-random convenience sampling method was used, resulting in the distribution of 250 questionnaires. Ultimately, 200 questionnaires were returned and analyzed. Standard questionnaires were used to collect data. Tamman's media literacy questionnaire (1995) with 59 items was utilized to assess media literacy, while the standard physical literacy questionnaire by Sam et al. (2016), which contains 9 items, was employed to measure physical literacy. After verifying the content validity of the research instruments, Cronbach's alpha test was conducted with input from eight sports management professors to determine the reliability of the questionnaires, yielding coefficients above 0.7. To test the research hypotheses, structural equation modeling was employed using SPSS version 24 and PLS version 3 software. The findings indicated that media literacy has a significant effect on physical literacy and its dimensions, which include audience understanding and knowledge, self-perception and self-confidence, as well as self-expression and communication with others. Given their educational role, the media can effectively promote sports and physical activities among audiences, increasing their awareness of physical activities.

KEY WORDS

Audience of sports programs, Media literacy, Physical literacy.



Extended abstract

Introduction

In the new age, the media have also imagined new capacities for sports. For example, one of the new functions is the huge amount of money that is exchanged between sponsors, media, clubs and sports teams, following the broadcasting and coverage of sports events. The focus on this matter has penetrated the thoughts of the rich and the media to such an extent that today, when watching a football game, more than half of the world's people are spectators, and this is despite the fact that most of them may not even play football. In this way, in addition to conveying sports to the audience, the media has made the category of modern sports slowly enter the field of public culture (Khatibi, Heydari-nejad and Imani, 2021). Among the types of media, television and internet can play an important role by having a mass audience. Today, television is the most powerful media and one of the main foundations of mass communication, which acts as a bridge between sports fields and public opinion (Afrozeh, 2011). Based on the three principles of media literacy, the audience believes that a: the media must be used purposefully, b: it can be analyzed and watched critically, and c: attention should be paid to the subtler and deeper aspects of censorship (Taghizadeh and Taghizadeh, 2012), so it requires the audience to be prepared for this. In this context, media literacy is considered as one of the most important phenomena of the information age in order to help the audience in increasing their level of awareness, with an approach beyond habit and entertainment and gaining the necessary insight and knowledge to interpret messages. Through media literacy, it is also possible to evaluate people's beliefs and the influence of media in the formation of public culture (Diergarten et al., 2017). The findings of Mohammadzadeh et al. (2021) showed that physical literacy is the ability and capacity affected by growth in multiple dimensions (cognitive, psychological, physical and behavioral) resulting from having an active lifestyle. The findings also showed that conditions such as gender, disorders, age, and participation in physical activity are grounds for

physical literacy, as well as factors such as education, sports ministry, health ministry, welfare and municipalities, political, economic, social, media and family factors. They affect physical literacy. That the need to have media literacy in today's conditions is essential for all professionals and is considered a kind of competitive advantage and personal brand. On the other hand, considering that the media can follow different approaches such as paying attention to championship and public sports, physical literacy, informing and relieving convulsions, appropriate sports culture, development of ethics and finally the growth and development of sports, the need to address the impact of literacy Sports media among the audience of these media and its creation and promotion seems more necessary and important. Therefore, considering the quantitative increase of sports media as well as the spread of the category of sports in the society and the attraction of a wide audience through these media, the need to institutionalize sports media literacy among the recipients of sports messages based on scientific and theoretical foundations is undeniable in the field of media and sports. . In this way, considering the lack of consistent research on how media literacy affects the physical literacy of the audience of sports programs in the field of sports, it was realized; provide a practical model in this regard. Based on this, the researcher sought to find an answer to the question, what effect does media literacy have on the physical literacy of the audience of sports programs?

Methods

In terms of the purpose, the present research is an applied research, and according to the method of data collection, it is a descriptive research (library studies) survey (based on a questionnaire), and the research method is field type according to the method of implementation. The statistical population of this research included all the audiences of Arak city who followed sports programs, both provincial and national, from various media, including television, magazines, virtual space, etc. In order to determine the statistical sample of the research, the available non-random method was

used and 250 questionnaires were distributed to all contacts, and finally 200 healthy questionnaires with a return rate of 80% were received and analyzed. Valid questionnaires were used to collect data. To check media literacy, we used Tamman's media literacy questionnaire (1995) with 59 items, and to measure physical literacy, we used Sam et al.'s valid physical literacy questionnaire (2016), including 9 items and three dimensions of knowledge and understanding (3 questions) and communication with others (3 questions). Self-confidence (3 questions) was used. Descriptive statistics were used to analyze demographic characteristics, and structural equation modeling

was used in the inferential statistics section to test research hypotheses using SPSS version 24 and PLS version 3 software.

Results

Based on the findings of the research, it was found that 40% of the contacts are women and 60% of them are men. The highest frequency in terms of age was related to the age group of 30 to 50 years (70%) and the lowest frequency was related to the age group above 50 years (5%), also the education of 50% of the respondents was bachelor (25%) and master's degree (25%).

Table 1. Factor Loadings of the Media Literacy Variable

Constructs	question	factor loading	T-statistic	AVE	composite reliability	Rho reliability coefficient	Cronbach's alpha coefficient
media literacy	1 to 59	$R \geq 0.42$	$T \geq 2/460$	0/524	0/926	0/921	0/919

Table 2. Factor Loadings of Physical Literacy Variable

Constructs	question	factor loading	T-statistic	AVE	composite reliability	Rho reliability coefficient	Cronbach's alpha coefficient
Audience understanding and knowledge	1	0/777	20/165	0/632	0/832	0/842	0/839
	2	0/846	45/539				
	3	0/743	20/350				
Self-esteem and self-confidence	4	0/856	36/745	0/751	0/900	0/836	0/835
	5	0/849	32/233				
	6	0/895	55/711				
Self-expression and communication with others	7	0/809	24/101	0/699	0/874	0/921	0/918
	8	0/857	35/791				
	9	0/843	31/671				

As seen in Tables 1 and 2, all factor loadings in the table are at least at the 0.4 level. Therefore, the validity of data convergence is fully confirmed in this part. Also, the value of T-statistic, as can be seen, all the variables have values greater than 1.96, which indicates their influence on the corresponding structure. According to the mentioned tables, the average variance extracted for all variables is higher than 0.05 and is in a suitable range. Therefore, the validity of the convergence of structures is also

confirmed in this part. Also, the composite reliability and Cronbach's alpha coefficient obtained for all the structures show that the internal consistency of the measurement models of the structures is at the optimal level.

Path coefficients and T-statistics were tested and the results are shown in Table 3; the T-statistic values for media literacy paths to physical literacy and physical literacy dimensions are greater than 1.96 and are significant at the error level of 0.05.

Table 3. T-test Results: Test of Research Sub-paths

Variable		(β) path coefficient	T statistic
Independent	Dependent		
Media literacy	physical literacy	0/754	31/049
Media literacy	understanding and knowledge of the audience	0/739	27/029
Media literacy	sense of self and self-confidence	0/500	10/369
Media literacy	self-expression and communication with others	0/513	10/621

Conclusion

Considering the attractiveness and extent of their influence on people's personality, the media can draw valuable and sublime models to convince people's needs that knowing the meanings hidden in sports and the importance of sports in people's lives can help them to Use the abilities of sports to develop moral character as well as moral behavior and detect any unethical act. The media is considered a very effective factor in the formation of social values and can have a significant impact on the progress and improvement of the state of sports in the country. Therefore, sports programs are a stimulating factor in people's attitudes and it can be said that the media through broadcasting programs and through educational networks can cause education, change in behavior, better understanding, familiarity with physical and health-related activities, understanding the benefits of sports and activities. To improve people's health, and one of the behaviors that improves is the skill of self-expression and communication with others. Considering that the results showed that there is a significant influence between the functions of the media and physical literacy, this can be used as a basis for planning physical activity in schools and universities, and through content production, compiling suitable books, and also providing a practical unit with titles in order to pass the course unit, he took the form of an internship.

Considering that one of the institutions that is directly related to the physical health of people; Sports clubs, stadiums, tourism and recreational areas and other departments are under the Ministry of Sports and Youth. It requires the Ministry to constantly monitor the performance and technical knowledge of the coaches of these sports complexes in order to help maintain and develop the physical health of the people from the occurrence of unintended events. can be prevented One of the ways to develop the knowledge of trainers and even trainers is to announce the content pre-designed by the Ministry of Sports and Youth on the Internet, TV and magazines.

KEYWORDS:

Audience of sports programs, Media literacy, Physical literacy.

Ethical Considerations:

Compliance with ethical guidelines

The author has complied with all ethical considerations.

Funding

The authors state no funding involved.

Conflict of Interest

The authors declare that there are no conflicts of interest regarding the publication of this manuscript.

Acknowledgment

We are grateful to all those who helped us in this research.

«مقاله پژوهشی»

تأثیر سواد رسانه‌ای بر سواد بدنی مخاطبان برنامه‌های ورزشی

محمدحسن فردوسی^{۱*}، سید رضا موسوی^۲

چکیده

این پژوهش با هدف تعیین تأثیر سواد رسانه‌ای بر سواد بدنی مخاطبان ورزشی انجام شد. این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی و از نوع پیمایشی بود که به شکل میدانی انجام شد. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه مخاطبان شهر اراک بود که برنامه‌های ورزشی شامل استانی و ملی را از رسانه‌های مختلف اعم از تلویزیون، مجلات، فضای مجازی و غیره دنبال می‌کردند. به منظور تعیین نمونه آماری تحقیق، از روش غیر تصادفی در دسترس استفاده شد و ۲۵۰ پرسشنامه بین تمامی مخاطبین توزیع شد که در نهایت ۲۰۰ پرسشنامه سالم برگشت داده شد و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه‌های استاندارد استفاده شد. برای بررسی سواد رسانه‌ای از پرسشنامه سواد رسانه‌ای تامن (۱۹۹۵) با ۵۹ گویه و برای سنجش سواد بدنی از پرسشنامه استاندارد سواد بدنی سام و همکاران (۲۰۱۶) شامل ۹ گویه استفاده شد. پس از تأیید روایی محتوایی ابزار تحقیق، توسط ۸ تن از اساتید مدیریت ورزشی، به منظور تعیین پایایی پرسشنامه‌ها، آزمون آلفای کرونباخ مورد استفاده قرار گرفت که ضرایب بالای ۰٫۷ به دست آمد. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از آزمون مدل‌سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار اس پی اس نسخه ۲۴ و پی ال اس نسخه ۳ استفاده شد. یافته‌ها نشان داد: سواد رسانه‌ای بر سواد بدنی و ابعاد آن شامل درک و دانش مخاطبان، احساس خود و اعتماد به خود و همچنین خودبیانگری و ارتباط با دیگران تأثیر معنی‌داری دارد. رسانه‌ها با توجه به نقش آموزشی که دارند می‌توانند سبب ترویج فعالیت‌های ورزشی و بدنی در میان مخاطبان شده تا نسبت به فعالیت‌های بدنی آگاهی بیشتری یابند.

واژه‌های کلیدی:

سواد بدنی، سواد رسانه‌ای، مخاطبان برنامه‌های ورزشی

۱. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.
۲. دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

نویسنده مسئول: محمدحسن فردوسی

رایانامه: mh.ferdowsi@pnu.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۱/۰۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۳/۲۱

استناد به این مقاله:

فردوسی، محمدحسن؛ موسوی، سیدرضا؛ (۱۴۰۲). تأثیر سواد رسانه‌ای بر سواد بدنی مخاطبان برنامه‌های ورزشی، فصلنامه علمی مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۱۱ (۴)، ۱۶۷-۱۵۳.
DOI: [10.30473/jsm.2023.66784.1723](https://doi.org/10.30473/jsm.2023.66784.1723)



مقدمه

در عصر ارتباطات و اطلاعات با توجه به رویارویی مخاطبان با حجم گسترده انواع محتوا و پیام‌رسان‌ها، ضرورت برخورداری آنها از دانشی برای انتخاب محتوای مناسب افزایش پیدا کرده است. این دانش باید به مخاطبان کمک کند تا از حالت انفعال و مصرف‌کننده صرف بودن خارج شوند؛ بدین مفهوم که محتوای رسانه‌ها را با توجه به نیازهای اطلاعاتی خود برگزینند. مخاطب فعال رسانه باید نسبت به انتخاب نوع و محتوای رسانه، زمان استفاده از آن و همچنین به تأمین نیازهای اطلاعاتی، هیجانی و تعاملی به سطحی از بینش برسد تا تحلیلی بهنگام و درست، برای مقاومت به عدم پذیرش یا تأثیرپذیری از پیام‌های رسانه‌ای داشته باشد (نظرویی، یکتایار و قاسمی، ۲۰۲۲).

در این بین، رسانه‌ها در عصر جدید ظرفیت‌های تازه‌ای برای ورزش نیز متصور و قائل شده‌اند. به‌طور مثال یکی از کارکردهای جدید، پول‌های هنگفتی است که بین حامیان مالی، رسانه‌ها، باشگاه‌ها و تیم‌های ورزشی، به دنبال پخش و انعکاس رویدادهای ورزشی رد و بدل می‌شود. تمرکز روی این مهم تا حدی در افکار صاحبان ثروت و رسانه رسوخ کرده که امروزه هنگام تماشای یک بازی فوتبال بیش از نیمی از مردم جهان تماشاگرند و این در حالی است که شاید بیشتر آنها حتی فوتبال بازی نکنند. به این ترتیب رسانه‌ها در کنار انتقال ورزش به مخاطبان باعث شده‌اند که مقوله ورزش مدرن به‌آرامی به حوزه فرهنگ عمومی وارد شود (خطیبی، حیدری‌نژاد و ایمانی، ۲۰۲۱). در میان انواع رسانه‌ها، تلویزیون و اینترنت 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 (افروزه، ۲۰۱۱). از آنجایی که مخاطبین بر اساس اصول سه‌گانه سواد رسانه‌ای بر این باور هستند که باید الف: از رسانه به‌صورت هدفمند استفاده نمود، ب: بتوان آن را تحلیل و تماشای انتقادی نمود و ج: به جوانب نامحسوس‌تر و عمیق‌تر ناشی از سانسور توجه نمود (تقی‌زاده و تقی‌زاده، ۲۰۱۲)، لذا ایجاب می‌کند مخاطبان خود را مجهز به این مهم نمایند. در این زمینه سواد رسانه‌ای به‌عنوان یکی از مهم‌ترین پدیده‌های عصر اطلاعات مطرح می‌شود تا به مخاطب در افزایش سطح آگاهی، با رویکردی فراتر از عادت و سرگرمی و کسب بینش و دانش لازم برای تفسیر پیام‌ها کمک کند. از طریق سواد رسانه‌ای همچنین می‌توان به ارزیابی باورهای مردم و تأثیر رسانه در شکل‌گیری فرهنگ عمومی پرداخت (دیرگارتن^۱ و همکاران، ۲۰۱۷).

از آنجایی که دنیای رسانه دستخوش تحولات اساسی شده و در عین حال همچنان تا به امروز روند تکامل خود را طی می‌کند، به طرق مختلف روزانه افراد را بمباران اطلاعات می‌کنند (برون و همکاران^۲،

۲۰۲۰). از این رو می‌توان گفت؛ اطلاعاتی که توسط افراد به دست می‌آید نه تنها بر آگاهی آنان تأثیر دارد؛ بلکه بر روی استاندارد قضاوت، اعتقادات و نگرش آن‌ها از دیدگاه‌های مختلف تأثیر می‌گذارد، بلکه حتی تفکراتشان را در بسیاری زمینه‌ها تغییر می‌دهد. در چنین فضایی، مفاهیم رسانه و سواد ادغام می‌شوند؛ یعنی سواد اطلاعاتی افراد از رسانه‌ها سبب تغییر در نگرش‌ها، دیدگاه و تجزیه و تحلیل آن‌ها از موضوعات رسانه‌ای می‌شود (گروگان^۳، ۲۰۲۱).

در حال حاضر که ورزش نیز به‌عنوان یکی از برجسته‌ترین محصولات رسانه‌های جمعی مطرح است، یکی از کارکردهای مهم رسانه‌ها، پرداختن به موضوعات مختلف ورزشی است که امروزه به‌صورت تخصصی و با تولید محتوا به تناسب ساختار رسانه‌های ورزشی در حال انجام است. رسانه‌ها با ایفای نقش اطلاع‌رسانی، یکی از منابع قابل دسترس و باصرفه، برای پوشش رویدادهای ورزشی با تمام جزئیات و با کیفیتی مطلوب هستند. با این حال، انتشار اخبار کذب و غیرواقعی، همچنین شایعات چالش‌برانگیز می‌تواند باعث آشوب و بی‌نظمی در جامعه و سازمان‌های ورزشی شود (قاسمی و کشاورز، ۲۰۱۶). رسانه‌های ورزشی ظرفیت بالایی برای الگوپذیری جوانان و مخاطبان با ایجاد تصویر مثبت دارند (پونوا، ماکسیمتس و تاپکی^۴، ۲۰۱۹)، همچنین نقش آنها در ایجاد غرور ملی، تأثیر بر سلامت عمومی و امثال آن، در پژوهش‌های مختلف به تأیید رسیده است (قاسمی و کشاورز، ۲۰۱۶).

نکته حائز اهمیت این است که سواد رسانه‌ای ورزشی می‌تواند ابزاری ارزشمند برای گسترش مهارت‌های تفکر انتقادی در حوزه ورزش باشد و همین رویکرد می‌تواند در توسعه ورزش کشور نقش بسزایی ایفا کند. برای تحقق سواد رسانه‌ای در هر حوزه‌ای، نیازمند فرایندی منسجم و مطابق با معیارها و شاخص‌های معتبر علمی، هم در حوزه رسانه و مخاطب و هم در حیطه سواد بدنی هستیم (بلگر و دویسون^۵، ۲۰۱۸).

سواد بدنی یک ساختار جامع و چندبعدی است که شامل تعامل اجزای فیزیکی (مثلاً مهارت‌های حرکتی اساسی) و روانی اجتماعی (مثلاً انگیزه) است که با فعالیت بدنی مرتبط هستند (کارسون و همکاران^۶، ۲۰۲۲). به دنبال اولین تعریف وایتهد^۷ در سال ۱۹۹۳ در خصوص سواد بدنی، این مفهوم مجدداً در وب‌سایت ایپلا^۸ به‌صورت "انگیزه، اعتماد، صلاحیت بدنی، دانش و درک، ارزش‌گذاری جهت مشارکت در فعالیت بدنی در طول زندگی" بیان گردید. در واقع فلسفه سواد بدنی این است که ما انسان‌ها، چندبعدی هستیم و جهت رشد و ارتقاء در یک بُعد باید با بُعدهای دیگر هماهنگ و یکپارچه شویم، از این رو رشد بدنی بدون رشد روانی، دانشی و اجتماعی کامل نخواهد بود (وایتهد، ۲۰۱۳). سه دیدگاه نظری گسترده توسط محققان در مورد رابطه

3. Grogan

4. Pevneva, Maximets and Toupchi

5. Bulger, M. & Davison, P.

6. Carson et al

7. Whitehead

8. Ipla

1. Diergarten

2. Brown et al

شکاف‌های موجود در نتایج ناشی از سواد بدنی، به عواملی از قبیل تحصیلات عالی، درآمد خانوار و پوشش مراقبت‌های بهداشتی بین ساکنان شهری و روستایی بستگی دارد. پس از کنترل یک سری ویژگی‌های جمعیتی، اجتماعی-اقتصادی و فردی، وی پیشنهاد داد؛ دستیابی به تحصیلات عالی می‌تواند به‌طور قابل‌توجهی سواد بدنی و سلامت را هم در بافت شهری و هم روستایی ارتقا دهد.

داواریس و همکاران^{۱۲} (۲۰۲۲) بر این باور بودند که؛ در راستای توسعه سواد بدنی، فن‌آوری‌های دیجیتال امکان ارائه اطلاعات بهداشتی را بدون توجه به دسترسی به مراقبت‌های بهداشتی به همه افراد اعم از بیماران و افراد سالم دارند. به‌طور مثال بسیاری از بیماران با جستجوی ساده اینترنتی قبل از جراحی و یا هرگونه بستری، می‌توانند خود را از لحاظ روانی، تأمین منابع مالی و تجهیزات برای چنین مسئله‌ای آماده نمایند. بهره‌مندی از چنین سواد بدنی و سلامت موجب کاهش تنش‌های روانی بیماران حتی در زمان‌های طولانی شدن فرآیند درمان خواهد شد. از این‌رو محققان پیشنهاد کردند که؛ پزشکان بهتر است یک مداخله سلامت دیجیتال (DHI)^{۱۳} که متناسب با وضعیت بیماران است، تجویز کنند تا به آموزش و آماده‌سازی آنها برای درمان‌های آینده، مانند جراحی و بستری کمک کند. عوامل برشمرده شده برای سواد بدنی، ابعاد روحی و جسمانی انسان را در نظر می‌گیرند و آنها را از هم جدا نمی‌دانند. در میان مدل‌های ارائه شده برای همبسته‌های فعالیت بدنی، تنها سواد بدنی به نقش دانش نظری به‌عنوان همبسته‌ای کلیدی اشاره دارد. علاوه بر این، بعد جسمی شایستگی بدنی و بعد روانی (انگیزش) را نیز مدنظر دارد. نتایج برخی پژوهش‌ها نشان داده که انواع رسانه‌های جمعی بر سواد اخلاقی ورزشکاران حرفه‌ای تأثیرگذار است. با توجه به نقش پررنگ انواع رسانه‌های جمعی بر توسعه سواد اخلاقی ورزشکاران حرفه‌ای، محققان توصیه نمودند که باشگاه‌های فوتبال از رسانه‌ها به‌منظور توسعه سواد اخلاقی بازیکنان فوتبال بیشتر بهره بگیرند (ابراهیمی و همکاران، ۲۰۲۲). هنری (۲۰۲۲) در پژوهشی به بررسی تأثیر کارکردهای رسانه تصویری در توسعه سواد حرکتی دانش‌آموزان پرداخت. وی اذعان داشت که مسئولان، والدین و عوامل مربوط با 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 (هنری، ۲۰۲۲). در همین راستا یافته‌های محمدزاده و همکاران (۲۰۲۱) نشان داد سواد بدنی به مفهوم توانایی و ظرفیت متأثر از رشد در ابعاد چندگانه (شناختی، روان‌شناختی، جسمانی و رفتاری) ناشی از داشتن یک سبک زندگی فعال است. یافته‌ها همچنین نشان داد شرایطی مانند جنسیت، اختلالات، سن، مشارکت در فعالیت بدنی زمینه‌هایی برای بروز

بین سواد رسانه‌ای و سواد بدنی ارائه شده است. اول؛ نظریه علل بنیادی بیان می‌کند که عوامل اجتماعی مانند تحصیلات از طریق منابع مادی و غیرمادی مانند درآمد بالاتر، محیط زندگی امن، یا سبک زندگی سالم‌تر، تعیین‌کننده‌های اساسی سلامت و سواد بدنی هستند (لانگ و همکاران، ۲۰۲۲). دوم؛ نظریه سرمایه انسانی، آموزش را به‌عنوان یک سرمایه‌گذاری که بازدهی را از طریق افزایش کارایی در تولید به ارمغان می‌آورد، مفهوم‌سازی می‌کند. آموزش می‌تواند طیف وسیعی از مهارت‌های شناختی و غیر شناختی، استدلال و خودکارآمدی را توسعه دهد که می‌تواند برای بهبود سلامت و توسعه سواد بدنی مورد استفاده قرار گیرد (زایاکووا، ۲۰۱۸). سوّم؛ دیدگاه تأثیرگذاری یا اعتبارسنجی است، به این مفهوم که کسب اعتبار فرد در زمینه‌های اجتماعی-اقتصادی بستگی به اثرات و پیامدهایی دارد که وی از مهارت‌ها و توانایی‌های خود دریافت می‌کند (زایاکووا، ۲۰۱۸).

از نظر تجربی، مطالعات متعددی یک رابطه آماری معنادار بین تحصیلات و پیامدهای سلامتی مختلف از جمله؛ خودارزیابی از وضعیت سلامت و عوارضی مانند افزایش BMI^{۱۴}، فشار خون بالا و رفتارهای مرتبط با سلامتی مانند سیگار کشیدن و نوشیدن الکل نشان داده‌اند (فورنی، گروت و واندن، ۲۰۰۸، اید و شوالتر، ۲۰۱۱). برخی از تحقیقات به این نتیجه رسیده‌اند که فارغ‌التحصیلان دانشگاهی مبتلا به برخی بیماری‌های زمینه‌ای که از سواد بدنی بهتری برخوردارند می‌توانند از خود انتظار داشته باشند که به‌طور متوسط طولانی‌تر از کسانی که مدرک دانشگاهی ندارند زندگی کنند (هو و یانگ، ۲۰۱۹)، سواد بدنی می‌تواند به‌طور قابل‌توجهی احتمال استعمال دخانیات و مرگ‌ومیر را کاهش دهد (فو و همکاران، ۲۰۲۲) و حتی بر وضعیت سلامتی از طریق افزایش درآمد و بهبود عادات زندگی تأثیر بگذارد (چی و ژانگ، ۲۰۱۸). از طرف دیگر، تعداد قابل‌توجهی از مطالعات نیز نتوانسته‌اند اثر آماری معنی‌داری را تشخیص دهند یا حتی اثرات منفی آموزش بر سلامت را گزارش نموده‌اند (بریکمن، ۲۰۱۱ و کلارک و رویر، ۲۰۱۳). برای مثال، آلبوی و لیکوین^{۱۵} (۲۰۰۹) هیچ تأثیر مثبتی از آموزش بر مرگ‌ومیر پیدا نکردند (آلبوی و لیکوین، ۲۰۰۹). وانگ و وانگ^{۱۱} (۲۰۲۲) اظهار کردند که مردان با تحصیلات بالاتر، نوشیدنی‌های الکلی بیشتری می‌نوشند، کمتر ورزش می‌کنند و عمدتاً مشاغل کم‌تحرک انجام می‌دهند (وانگ و همکاران، ۲۰۲۲). یافته‌های لانگ و همکاران (۲۰۲۲) نشان داد که

1. Long et al
2. Zajacova
3. Body Mass Index
4. Furnee, Groot and Vanden Brink
5. Eide and Showalter
- 6 - Hu, A.N.; Yang, X.Y.
7. Fu et al
8. Braakmann
9. Clark and Royer
10. Albouy and Lequien
11. Wang and Wang

12. Davaris et al

13. Digital health intervention

سواد بدنی هستند، همچنین عواملی مانند آموزش و پرورش، وزارت ورزش، وزارت بهداشت، بهزیستی و شهرداری‌ها، عوامل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، رسانه و خانواده بر سواد بدنی تأثیر می‌گذارند. علاوه بر این آموزش، مداخلات در کودکی و نوجوانی، فراهم کردن امکانات، افراد متخصص و سیاست‌گذاری مناسب می‌تواند به توسعه سواد بدنی کمک کند. یافته‌ها نشان داد پیامد سواد بدنی می‌تواند بهبود سبک زندگی، حفظ سلامت و تندرستی، افزایش مشارکت در فعالیت بدنی و سلامت جامعه باشد (محمدزاده و همکاران، ۲۰۲۱). این در حالی است که لزوم برخورداری از سواد رسانه در شرایط امروز برای تمامی متخصصان، امری ضروری است و نوعی مزیت رقابتی و برند شخصی محسوب می‌شود. از سوی دیگر، با توجه به اینکه رسانه‌ها می‌توانند رویکردهای مختلفی مانند توجه به ورزش‌های قهرمانی و همگانی، سواد بدنی، اطلاع‌رسانی و رفع تشنج، فرهنگ ورزش مناسب، توسعه اخلاق و در نهایت رشد و توسعه ورزش را دنبال کنند، لزوم پرداختن به تأثیر سواد رسانه‌ای ورزشی در میان مخاطبان این رسانه‌ها و ایجاد و ارتقای آن بیش از پیش ضروری و قابل اهمیت به نظر می‌رسد. از این‌رو، با توجه به افزایش کمی رسانه‌های ورزشی و همچنین فراگیری مقوله ورزش در جامعه و جذب مخاطبان گسترده از طریق این رسانه‌ها، لزوم نهادینه کردن سواد رسانه‌ای ورزشی در میان دریافت‌کنندگان پیام‌های ورزشی بر پایه مبانی علمی و نظری، در حوزه رسانه و ورزش امری انکارناپذیر است. به این ترتیب، نظر به فقدان پژوهش‌های منسجم در خصوص چگونگی تأثیر سواد رسانه‌ای بر سواد بدنی مخاطبان برنامه‌های ورزشی در حوزه ورزش، محقق بر آن شد؛ الگویی کاربردی در این خصوص ارائه کند. بر همین اساس، پژوهشگر به دنبال یافتن پاسخ به این پرسش برآمد که سواد رسانه‌ای بر سواد بدنی مخاطبان برنامه‌های ورزشی چه تأثیری دارد؟

روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نظر هدف، یک تحقیق کاربردی و بر حسب نحوه گردآوری داده‌ها یک تحقیق توصیفی (مطالعات کتابخانه‌ای) پیمایشی

(براساس پرسشنامه) بوده، همچنین روش تحقیق بر حسب نحوه اجرا از نوع میدانی است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه مخاطبان شهر اراک بود که برنامه‌های ورزشی اعم از استانی و ملی را از رسانه‌های مختلف اعم از تلویزیون، مجلات، فضای مجازی و غیره دنبال می‌کردند. به‌منظور تعیین نمونه آماری تحقیق، از روش غیر تصادفی در دسترس استفاده شد و ۲۵۰ پرسشنامه بین تمامی مخاطبین توزیع گردید که در نهایت ۲۰۰ پرسشنامه سالم با نرخ بازگشت ۸۰ درصد دریافت شد و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه‌های معتبر استفاده شد. برای بررسی سواد رسانه‌ای از پرسشنامه سواد رسانه‌ای تامن^۱ (۱۹۹۵) با ۵۹ گویه و برای سنجش سواد بدنی از پرسشنامه معتبر سواد بدنی سام و همکاران^۲ (۲۰۱۶) شامل ۹ گویه و سه بُعد دانش و درک (۳ سؤال) ارتباط با دیگران (۳ سؤال) اعتماد به نفس (۳ سؤال) استفاده شد. به منظور تعیین روایی محتوایی ابزار تحقیق، از ۸ تن از اساتید مدیریت ورزشی در این زمینه کمک گرفته شد و سپس به منظور تعیین پایایی پرسشنامه‌ها، آزمون آلفای کرونباخ مورد استفاده قرار گرفت که ضرایب به ترتیب برای سواد رسانه‌ای ($\alpha = 0.78$) و برای سواد بدنی ($\alpha = 0.81$) به دست آمد. از آمار توصیفی برای تحلیل ویژگی‌های جمعیت شناختی و در بخش آمار استنباطی برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از آزمون مدل‌سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار اسپس اس اس^۳ نسخه ۲۴ و پی‌ال‌اس^۴ نسخه ۳ استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

براساس یافته‌های پژوهش مشخص شد که ۴۰ درصد از مخاطبین زن و ۶۰ درصد آنان را مردان تشکیل داده‌اند. بیشترین فراوانی برحسب سن مربوط به رده سنی ۳۰ تا ۵۰ سال (۷۰ درصد) و کمترین فراوانی مربوط به رده سنی بالای ۵۰ سال (۵ درصد) بود، همچنین تحصیلات ۵۰ درصد از مخاطبین، کارشناسی (۲۵ درصد) و کارشناسی ارشد (۲۵ درصد) بود. به منظور بررسی پایایی مدل سنجش از روایی همگرا^۵ و روایی افتراقی^۶ به روش‌های تحلیل عاملی تاییدی و میانگین واریانس استخراج شده (AVE)^۷ استفاده شد که نتایج هر یک از متغیرها به تفکیک در جداول ۱ و ۲ قید شده است.

جدول ۱. بارهای عاملی متغیر سواد رسانه‌ای

Table 1. Factor Loadings of the Media Literacy Variable

سازه‌ها	سوال	بار عاملی	آماره تی	AVE	پایایی ترکیبی	ضریب ضریب کرونباخ
سواد رسانه‌ای	۱ الی ۵۹	$0.520 \leq R$	$T \geq 2/460$	۰/۵۲۴	۰/۹۲۶	۰/۹۱۹

1. Thoman, E.

2. Sum, R. K. W et al.

3. SPSS

4. PLS

5. Convergent Validity

6. Discriminant Validity

7. Average Variance Extracted (AVE)

جدول ۲. بارهای عاملی متغیر سواد بدنی
Table 2. Factor Loadings of Physical Literacy Variable

سازه‌ها	سوال	بار عاملی	آماره تی	AVE	پایایی ترکیبی	ضریب پایایی Rho	ضریب آلفای کرونباخ
درک و دانش مخاطبان	۱	0/777	۲۰/۱۶۵	۰/۶۲۳	۰/۸۳۲	۰/۸۴۲	۰/۸۳۹
	۲	0/846	۴۵/۵۳۹				
	۳	0/743	۲۰/۳۵۰				
احساس خود و اعتماد به خود	۴	۰/۸۵۶	۳۶/۷۴۵	۰/۷۵۱	۰/۹۰۰	۰/۸۳۶	۰/۸۳۵
	۵	۰/۸۴۹	۳۲/۲۳۳				
	۶	۰/۸۹۵	۵۵/۷۱۱				
خود بیانگری و ارتباط با دیگران	۷	۰/۸۰۹	۲۴/۱۰۱	۰/۶۹۹	۰/۸۷۴	۰/۹۲۱	۰/۹۱۸
	۸	۰/۸۵۷	۳۵/۷۹۱				
	۹	۰/۸۴۳	۳۱/۶۷۱				

سازه‌ها در این قسمت نیز تایید می‌شود. همچنین پایایی ترکیبی و ضریب آلفای کرونباخ به دست آمده برای تمامی سازه‌ها نشان می‌دهد که سازگاری درونی مدل‌های سنجش سازه‌ها در حد مطلوب قرار دارد. برای بررسی روایی افتراقی، روش فرنل و لارکر (۱۹۸۱) به کار برده شد. جدول ۳ نتایج آزمون میانگین واریانس بین سازه‌ها (بررسی روایی افتراقی) را نشان می‌دهد. مقادیر قطری، جذر مقادیر AVE هستند.

همان‌طور که در جداول ۱ و ۲ مشاهده می‌شود همه بارهای عاملی در جدول حداقل در سطح ۰/۴ هستند. بنابراین روایی همگرایی داده‌ها در این قسمت به‌طور کامل مورد تأیید قرار می‌گیرد. همچنین مقدار آماره t همان‌گونه که مشاهده می‌گردد تمامی متغیرها مقادیر بیش از ۱/۹۶ را دارا می‌باشند، که بیان‌کننده تأثیرگذار بودن آن‌ها بر سازه متناظر است. بر اساس جداول مزبور میانگین واریانس استخراج شده برای همه متغیرها بالاتر از ۰/۰۵ بوده و در حد مناسبی قرار دارد. بنابراین روایی همگرایی

جدول ۳. میانگین واریانس بین سازه‌ها (بررسی روایی افتراقی)
Table 3. Average Variance between Constructs (Differential Validity Check)

سازه‌ها	۱	۲	۳	۴
سواد رسانه‌ای	۰/۷۲۳			
درک و دانش مخاطبان	۰/۵۱۰	۰/۷۸۹		
احساس خود و اعتماد به خود	۰/۶۷۰	۰/۶۵۴	۰/۸۶۶	
خود بیانگری و ارتباط با دیگران	۰/۵۰۶	۰/۶۹۴	۰/۷۱۳	۰/۸۳۶

در نهایت قابلیت پیش‌بینی مدل نیز با استفاده از آزمون ناپارامتری استون گیسر مورد ارزیابی قرار گرفت. ضرایب تعیین و مقادیر Q^2 ، ضرایب مسیر و مقادیر آماره تی مدل تحقیق به ترتیب در جدول ۴ و نگاره‌های ۱ و ۲ نشان داده شده است.

همان‌گونه که در جدول ۳ مشاهده می‌شود، جذر میانگین واریانس استخراج شده برای تمامی سازه‌ها، بیشتر از همبستگی با سایر سازه‌ها است، به عبارت دیگر معیار فرنل و لارکر (۱۹۸۱) در تمامی سازه‌ها محقق شده است؛ بنابراین روایی افتراقی سازه‌ها تأیید می‌گردد.

جدول ۴. ضرایب تعیین مدل تحقیق
Table 4. Determination Coefficients of the Research Model

سازه‌ها	ضریب تعیین (R^2)	CV.Red	CV.Com
سواد رسانه‌ای	۰/۲۸۶
درک و دانش مخاطبان	۰/۷۵۱	۰/۴۹۸	۰/۴۸۰
احساس خود و اعتماد به خود	۰/۸۱۱	۰/۶۵۵	۰/۳۲۵
خود بیانگری و ارتباط با دیگران	۰/۵۹۵	۰/۲۹۲	۰/۲۴۵

$$\begin{aligned} GOF &= \sqrt{0.623 \times 0.751} = 0.684 \\ GOF &= \sqrt{0.751 \times 0.811} = 0.780 \\ GOF &= \sqrt{0.699 \times 0.595} = 0.645 \end{aligned}$$

ضرایب مسیر و آماره تی مورد آزمون قرار گرفت و نتایج در جدول ۵ نشان می‌دهد؛ مقادیر آماره تی برای مسیرهای سواد رسانه‌ای به سواد بدنی و ابعاد سواد بدنی بزرگ‌تر از ۱/۹۶ بوده و در سطح خطای ۰/۰۵ معنی‌دار است.

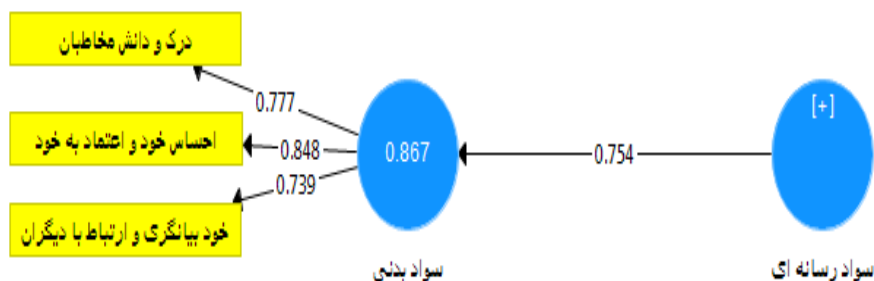
همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌گردد مقادیر ضرایب تعیین برای متغیرهای مکنون مدل، بیان‌کننده میزان تأثیرپذیری متغیرهای وابسته از متغیر مستقل است. در حقیقت از مقادیر جدول فوق استنباط می‌شود که ۷۵/۱ درصد از تغییرات سازه درک و دانش مخاطبان، ۸۱/۱ درصد از تغییرات سازه احساس خود و اعتماد به خود و ۵۹/۵ درصد از تغییرات سازه خودبیانگری و ارتباط با دیگران به‌وسیله سواد رسانه‌ای بیان می‌شود. مقدار GOF برای مدل پژوهش بیشتر از ۰/۳۶ به دست آمد که حاکی از برازش کلی قوی مدل است.

جدول ۵. نتایج آزمون تی: آزمون مسیرهای فرعی تحقیق

Table 5. T-test Results: Test of Research Sub-paths

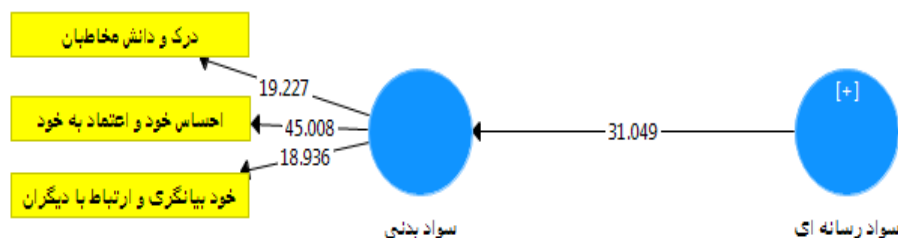
آماره تی	ضریب مسیر (β)	متغیر	
		وابسته	مستقل
۳۱/۰۴۹	۰/۷۵۴	سواد بدنی	سواد رسانه‌ای
۲۷/۰۲۹	۰/۷۳۹	درک و دانش مخاطبان	سواد رسانه‌ای
۱۰/۳۶۹	۰/۵۰۰	احساس خود و اعتماد به خود	سواد رسانه‌ای
۱۰/۶۲۱	۰/۵۱۳	خود بیانگری و ارتباط با دیگران	سواد رسانه‌ای

نگاره‌های ۱ و ۲ ضرایب مسیر فرضیه اصلی (سواد رسانه‌ای و سواد بدنی) را نمایش می‌دهد.



نگاره ۱. ضرایب مسیر مدل فرضیه اصلی

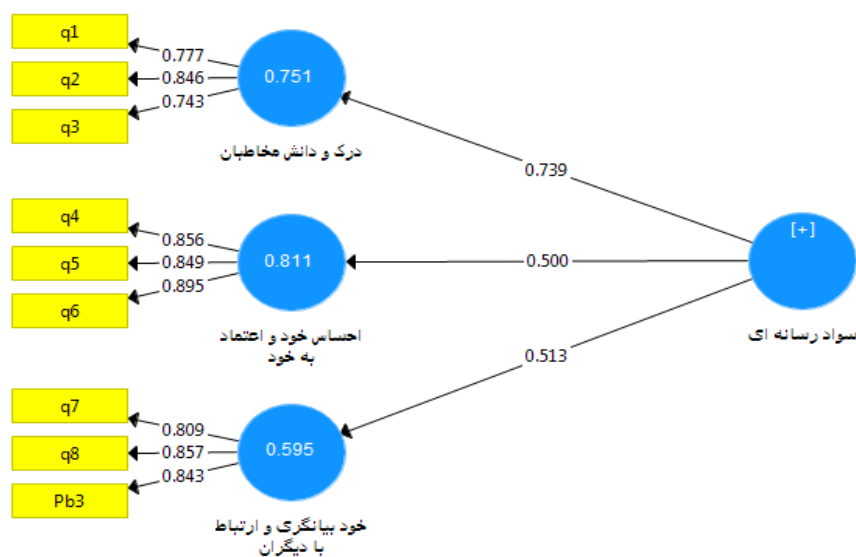
Figure 1. Path coefficients of the main hypothesis model



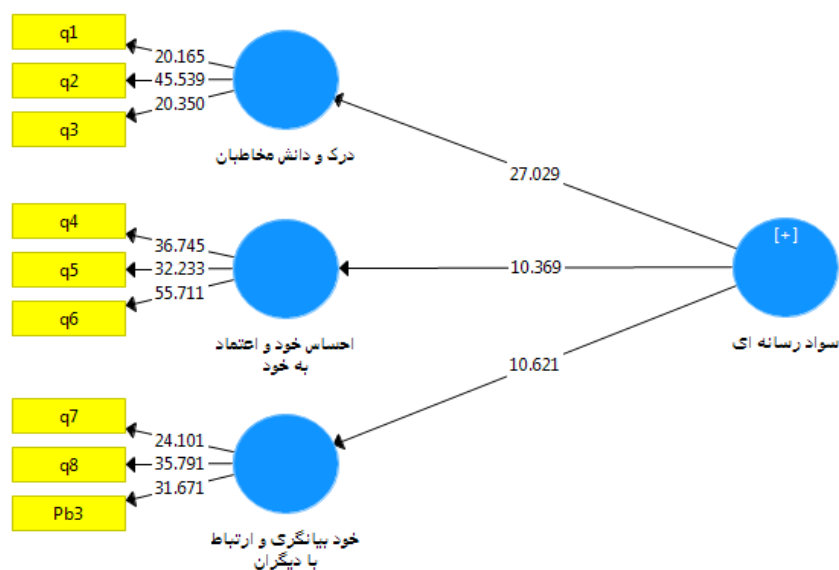
نگاره ۲. مقادیر آماره تی مدل فرضیه اصلی

Figure 2. Statistical Values of the main hypothesis model

نگاره‌های ۳ و ۴ ضرایب مسیر فرضیه‌های فرعی را نمایش می‌دهد.



نگاره ۳. ضرایب مسیر مدل فرضیه‌های فرعی
Figure 3. Path Coefficients of the Sub-hypotheses Model



نگاره ۴. مقادیر آماری مدل فرضیه‌های فرعی
Figure 4. Statistical Values of the Sub-hypotheses Model

همکاران (۲۰۲۰)، پونوا و همکاران (۲۰۱۹)، هو و یانگ (۲۰۱۹)، بلگر و دویسون (۲۰۱۸)، ابراهیمی و همکاران (۲۰۲۲)، هنری (۲۰۲۲)، خطیبی (۲۰۲۱) و محمدزاده و همکاران (۲۰۲۱) همسو است که همگی تأثیر رسانه‌ها و سواد رسانه‌ای را در توسعه ورزش و فعالیت‌های بدنی و سواد بدنی نشان داده‌اند.

در تبیین این یافته می‌توان اظهار داشت که؛ با ظهور وسایل ارتباط جمعی پیشرفته، فرآیند آموزش از انحصار مدرسه و آموزشگاه‌ها خارج شده و جهان پهناور به عرصه آموزش تبدیل گردیده است. رسانه‌ها در عین حال هر یک به نهادی با قواعد و هنجارهای خاص خود تبدیل

همان‌گونه که نگاره ۲ و ۴، آماره تی مدل نمایش می‌دهد؛ مقدار آماره تی برای تمامی مسیرها بزرگ‌تر از ۱/۹۶ است، لذا می‌توان نتیجه گرفت که این مسیرها معنی‌دار بوده و فرضیه مورد نظر در سطح خطای ۰/۰۵ مورد تایید قرار می‌گیرد.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری به وسیله ضرایب مسیر و آماره تی نشان داد که تأثیر سواد رسانه‌ای بر سواد بدنی معنی‌دار است. نتایج به دست آمده با داواریس و همکاران (۲۰۲۲)، کارسون (۲۰۲۲)، لانگ (۲۰۲۲)، فو و همکاران (۲۰۲۲)، گروگان (۲۰۲۱)، برون و

شده‌اند که این نهاد را به جامعه و سایر نهادهای اجتماعی پیوند می‌دهد. پس این نهاد نیز به نوبه خود توسط جامعه تنظیم می‌شود. رسانه‌ها یکی از منابع قدرت هستند، یعنی رسانه‌ها هر جا که رشد می‌کنند دارای قدرت قابل ملاحظه‌ای برای شکل دادن به عقاید و باورها، دگرگون کردن عادات زندگی و ترویج رفتارهایی کمابیش مطابق میل کنترل‌کنندگان رسانه‌ها و محتوای آنها هستند. این دیدگاه نه براساس کاوش‌های علمی بلکه در اثر مشاهده محبوبیت بسیار زیاد مطبوعات و رسانه‌های جدیدی همچون فیلم و رادیو و نفوذ آنها در ابعاد مختلف زندگی فردی و اجتماعی به وجود آمده‌اند. رسانه‌ها در همه ابعاد زندگی افراد تأثیرگذار هستند؛ اما نشان داده شده که هر رسانه‌ای در قالب ساختار موجود روابط اجتماعی و شرایط فرهنگی و اجتماعی معین عمل می‌کند. این عوامل اجتماعی و فرهنگی در شکل دادن به عقاید، نگرش‌ها و رفتار مورد مطالعه نقش درجه اول دارند و انتخاب، توجه و پاسخگویی به رسانه از سوی مخاطبان را تعیین می‌کنند. بدیهی است که به واسطه سواد بدنی افزایش عزت‌نفس، احساس کفایت، توانمندی و ارزشمندی و اعتماد به خود در انسان به وجود می‌آید. وجود احساس کفایت موجب می‌شود تا فرد خود را توانمند بداند و احساس کند از عهده بسیاری از وظایفی که بر عهده‌اش گذاشته می‌شود، برمی‌آید (چوی و همکاران^۱، ۲۰۲۰). بنابراین می‌توان نتیجه گرفت، رسانه‌ها با توجه به نقش آموزشی که دارند می‌توانند سبب ترویج فعالیت‌های ورزشی و بدنی در میان نوجوانان و جوانان شوند و زمانی که نوجوانان به سمت فعالیت بدنی تمایل پیدا کنند نسبت به فعالیت‌های بدنی آگاهی بیشتری پیدا خواهند کرد. زیرا در این زمینه مطالعه خواهند کرد، با افراد ورزشکار بیشتر در ارتباط خواهند بود، بیشتر شبکه‌ها و اخبار مرتبط با ورزش را دنبال خواهند کرد، تغییرات فیزیولوژیکی را در بدن خود احساس می‌کنند در نتیجه احساس خود کارآمدی بیشتری در جامعه خواهند داشت و همچنین فواید و کاربردهای فعالیت بدنی و ورزش را بهتر درک خواهند کرد و از این طریق، سواد بدنی خود را نیز ارتقاء خواهند داد.

در تکمیل این یافته می‌توان بیان نمود که سواد بدنی یک اصل و یک ساختار است که برداشت و فهم ما را از تجربه یادگیری در طیف وسیعی از فعالیت‌های یادگیری و تمامیت فردی سازمان‌دهی می‌کند. این تجارب یادگیری چیزی فراتر از مهارت‌های پایه در انجام حرکات و نیز، دانش در خصوص چگونگی انجام آنها (دانش رویه‌ای) است و سواد رسانه‌ای مجموعه‌ای از مهارت‌های قابل یادگیری است که به توانایی دسترسی، تجزیه و تحلیل و ایجاد انواع پیام‌های رسانه‌ای اشاره دارد، همچنین پرورش مخاطبانی است که توانایی گزینش داشته باشند و نسبت به شکل، قالب و محتوای برنامه‌ها در رسانه‌های جمعی حس انتقادی داشته باشند (علیخانی و کریمی، ۲۰۱۶). لذا سواد رسانه‌ای از طریق افزایش آگاهی مخاطبان در خصوص ورزش و مزایای آن و پیشبرد اهداف آموزشی مؤثر می‌تواند باعث افزایش درک و دانش مخاطبان در خصوص ورزش شده و از این طریق سواد بدنی آنان افزایش یابد.

مطابق با نظر وایتهد (۲۰۱۳) چون هر فردی استعدادی دارد، سواد

بدنی می‌تواند به‌عنوان انگیزه، اعتمادبه‌نفس، شایستگی بدنی، دانش و درک حفظ فعالیت بدنی در کل دوران زندگی و اهمیت آنها توصیف شود. این پرورش ترکیبی از ویژگی‌هایی است که افراد را قادر می‌سازد تا سواد بدنی خود را توسعه دهند. از سویی سواد رسانه‌ای، تأکیدی است بر این مطلب که برخلاف تصور رایج، درک پیام‌های رسانه‌ای و اساساً شیوه رفتار با رسانه، به دانش و مهارت‌های خاصی نیاز دارد و در بیانی دقیق‌تر، عبارت است از مهارت تفکر استدلالی و نقادانه به نحوی که مخاطب بتواند درباره محتوای رسانه قضاوتی مستقل داشته باشد. بنابراین، سواد رسانه‌ای را می‌توان توانایی دسترسی، تحلیل، ارزیابی و برقراری ارتباط با محتوای پیام‌های رسانه‌ای در اشکال مختلف قلمداد کرد. در صورتی که فرد از توانایی کافی سواد رسانه‌ای برخوردار باشد و قادر به فهم و درک مطالب و محتوای ورزشی باشد، انگیزه، اعتماد به نفس، شایستگی جسمانی، رفتارهای حرکتی روزمره و دانش و درک فرد به منظور ادامه فعالیت بدنی و ورزش در سطح مناسبی افزایش می‌یابد و به‌طورکلی برتری و سلامت جسمانی، در شخصیت افراد اثر مثبت داشته و باعث اعتماد به نفس بیشتر برای فرد و محبوبیت بین همسالان می‌شود و همچنین وی را از منزلت اجتماعی ویژه‌ای بهره‌مند می‌سازد و بدین صورت سواد بدنی فرد را افزایش می‌دهد (ترکیان‌تبار و سلیمی، ۲۰۲۱).

در نهایت می‌توان ابراز داشت که؛ رسانه‌ها با توجه به جذابیت و گستره نفوذشان در شخصیت افراد، الگوهای ارزنده و متعالی را به خوبی می‌تواند ترسیم کنند تا نیازهای انسان را اکتاف کنند که شناخت معانی نهفته در ورزش و مهم بودن ورزش در زندگی افراد می‌تواند به آنها کمک کند تا از توانایی‌های ورزش برای ارتقا شخصیت اخلاقی و همچنین رفتار اخلاقی استفاده کرد و هر عمل غیراخلاقی را دریابند. رسانه‌ها عامل بسیار مؤثری در شکل‌گیری ارزش‌های اجتماعی به شمار می‌روند و می‌توانند تأثیر بسزایی در پیشرفت و بهبود وضعیت ورزش کشور داشته باشند. لذا برنامه‌های ورزشی یک عامل تحریک‌کننده در نگرش افراد بوده و می‌توان گفت که رسانه از طریق پخش برنامه و از طریق شبکه‌های آموزشی می‌تواند سبب آموزش، تغییر در رفتار، درک بهتر، آشنایی با فعالیت‌های بدنی و مرتبط با سلامت، درک فواید ورزش و فعالیت‌های بدنی و ارتقای سلامت افراد شود که یکی از رفتارهایی که بهبود می‌یابد مهارت خودبیانگری و ارتباط با دیگران است.

پیشنهاد می‌شود سیاست‌گذاران و نهادهای متولی آموزش و فرهنگ به‌منظور توسعه فرهنگ سواد رسانه‌ای در ورزش نسبت به قرار دادن این مقوله در برنامه‌های سالیانه سازمان مربوط اهتمام بیشتری داشته باشند. با توجه به رسالت آموزش در وزارت علوم و تحقیقات و همچنین آموزش و پرورش و با عنایت به گستره جامعه هدف این دو نهاد پیشنهاد می‌شود. به منظور هم‌افزایی و هماهنگی بیشتر بین این دو وزارتخانه و سازمان صدا و سیما برای تولید محتوای ورزشی متناسب با سن نوجوانان و جوانان جهت نهادینه کردن و ترویج فرهنگ سواد رسانه‌ای، کارگروه و یا دبیرخانه‌ای با همین مضمون در وزارتین مذکور و یا سازمان صدا و سیما طراحی و تشکیل شود.

با توجه به اینکه نتایج نشان داد بین کارکردهای رسانه و سواد بدنی

جوانان در بستر اینترنت، تلویزیون و مجلات است. توسعه و به‌روزرسانی اطلاعات، مستلزم هماهنگی بین بخش‌های مربوط به رسانه و ورزش است که این مهم باید در دبیرخانه مورد اشاره صورت بگیرد. همان‌طور که در تحقیق هم ذکر شد، از کارکردهای سواد رسانه‌ای این است که؛ مخاطبان به دنبال استفاده هدفمند و تحلیل عمقی برنامه‌های ورزشی هستند از این‌رو پیشنهاد می‌گردد؛ الف: برنامه‌های ورزشی پرمخاطب در دستور کار رسانه‌های استانی و ملی قرار گیرد. ب: مجریان، مفسران و کارشناسانی مدیریت برنامه‌های ورزشی را بر عهده بگیرند که ضمن اشراف به دانش فنی برنامه ورزشی مورد نظر، از علوم روز مطلع باشند تا بتوانند به مخاطبان خود بازخوردهای متناسب را ارائه دهند.

تأثیرگذاری معناداری وجود دارد، می‌توان این امر را مبنایی جهت برنامه‌ریزی برای فعالیت بدنی در مدارس و دانشگاه‌ها قرار داد و از طریق تولید محتوا، تدوین کتاب‌های مناسب و همچنین ارائه واحد عملی با عناوین مربوطه جهت گذران واحد درسی به‌صورت کارورزی اقدام نمود. با توجه به اینکه یکی از نهادهایی که به‌طور مستقیم با سلامت بدنی آحاد مردم در ارتباط است؛ باشگاه‌های ورزشی، استادیوم‌ها، مناطق گردشگری و تفریحی و سایر بخش‌های زیرمجموعه وزارت ورزش و جوانان است ایجاب می‌کند این وزارتخانه عملکرد و دانش فنی مربیان این مجموعه‌های ورزشی را دائماً مورد رصد قرار دهد تا ضمن کمک به حفظ و توسعه سلامت جسمی مردم از وقوع پیش‌آمدهای غیر قابل جبران جلوگیری شود. یکی از راهکارهای توسعه دانش مربیان و حتی متریان، اعلان محتواهای از قبل طراحی شده توسط وزارت ورزش و

References

- Afrozeh, Mohammad Sadiq, Hamidi, Mehrzad, Elahi, Alireza, Javanbakht, Khadijah. (2011). Identifying the views of university sports association members regarding the media's approach to sports. *Communication Research*, 19 (69): 55-70. (In Persian)
- Albouy, V.; Lequien, L. (2009) *Does compulsory education lower mortality?* J. Health Econ, 28, 155–168.
- Alikhani, Mohammad Hossein, Karimi, Zohra (2016) Media Literacy Education in Schools, *Development of Technical and Vocational Education*, 12 (3): 47-51. (In Persian)
- Braakmann, N. (2011) the causal relationship between education, health and health related behaviour: Evidence from a natural experiment in England. *J. Health Econ*, 30, 753–763.
- Brown, A., Jauregui, J., Ilgen, J. S., Riddell, J., Schaad, D., Strote, J., & Shandro, J. (2020). Does the medium matter? Evaluating the depth of reflective writing by medical students on social media compared to the traditional private essay using the REFLECT rubric. *Western Journal of Emergency Medicine*, 21 (1):18-32.
- Bulger, M. & Davison, P. (2018). the Promises, Challenges and Futures of Media Literacy, *Journal of Media Literacy Education*, 10 (1): 1 – 21.
- Carson, V., Boyd, M., Potter, M., Rhodes, R., Liu, S., & Naylor, P. J. (2022). Protocol for the PLAYshop randomized controlled trial: examining efficacy of a virtually delivered parent-focused physical literacy intervention for early childhood on child-specific and family-specific outcomes. *BMJ open*, 12 (12), e066962.
- Che, Y.; Zhang, L. (2018) Human Capital, Technology Adoption and Firm Performance: Impacts of China's Higher Education Expansion in the Late 1990s. *Econ. J*, 128, 2282–2320.
- Choi, S. M., Sum, R. K. W., Wallhead, T., Ha, A. S. C., Sit, C. H. P., Shy, D. Y., & Wei, F. M. (2020). Preservice Physical Education Teachers' Perceived Physical Literacy and Teaching Efficacy. *Journal of Teaching in Physical Education*, 40 (1): 146-156.
- Clark, D.; Royer, H. (2013) the Effect of Education on Adult Mortality and Health: Evidence from Britain. *Am. Econ. Rev*, 103, 2087–2120.
- Davaris, M. T., Bunzli, S., Trieu, J., Dowsey, M. M., & Choong, P. F. (2022). the role of digital health interventions to improve health literacy in surgical patients: a narrative review in arthroplasty. *ANZ Journal of Surgery*, 92 (10): 2474-2486.
- Diergarten, A. K.; Möckel, T.; Nieding, G. & Ohler, P. (2017). The Impact of Media Literacy on Children's learning from films and Hypermedia. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 48, 33-41.
- Ebrahimi, R., Ghorbani, S., Nodehi, M., Ahmadi, M., Chahar Baghi, Z. (2022). Develop a model for the role of mass media on the development of moral literacy among professional football players in Iran. *Communication Management in Sport Media*. <https://doi.org/10.30473/jsm.2022.6426.1629>. (In Persian).
- Eide, E.R.; Showalter, M.H. (2011) Estimating the relation between health and education: What do we know and what do we need to know? *Econ. Educ. Rev.*, 30, 778–791.
- Farrey, T., Isard, R. (2015). *Physical literacy in the United States: a model, strategic plan, and call to action*. Washington, DC: The Aspen Institute.
- Fu, H.Q.; Ge, R.; Huang, J.L.; Shi, X.Z. (2022) the effect of education on health and health behaviors: Evidence from the college enrollment expansion in China. *China Econ. Rev*, 72, 101768.
- Furnee, C.A.; Groot, W.; van den Brink, H.M. (2008) the health effects of education: A meta-analysis. *Eur. J. Public Health*, 18, 417–421.
- Ghasemi, Hamid, Keshavarz, Loqman (2016) *Sports and media with a practical approach*. Tehran: Science and Sports. (In Persian)
- Grogan, S. (2021). *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women, and children*, 4th Edition, London, Routledge.
- Honari Habib (2022). The effect of video media functions on the development of movement literacy of secondary school students, *Sport Management*, 13 (2): 703-721. (In Persian)
- Hu, A.N.; Yang, X.Y. (2019) is college education

- an equalizer for social disparities in health literacy? A case study in Shanghai, China. *Glob Health Promote*, 26, 62-70.
- Ilina news agency*. Sports in Iran; Athlete or sports lover. 2018; 630120. (In Persian)
- Keegan, R., Keegan, S., Daley, S., Ordway, C., Edwards, A. (2019). *Getting Australia moving: establishing a physically literate active nation (game plan)*, Australia, University of Canberra.
- Khatibi, Amin, Heidarinejad, Sediqeh, Imanian, Maryam (2021) The effect of media literacy on the expectations of the audience of the sports programs of Sima Khuzestan Center, *Physiology and Management Researches in Sports*, 13 (2): 139-152. (In Persian)
- Long, Y., Jia, C., Luo, X., Sun, Y., Zuo, W., Wu, Y., & Lin, Z. (2022). The Impact of Higher Education on Health Literacy: A Comparative Study between Urban and Rural China. *Sustainability*, 14 (19): 121-142.
- Moghaddas zadeh, Hassan, Safahieh, Hajer (2019) measuring the relationship between media literacy skills and awareness of the harms of social networks; 12 (38): 25-35. (In Persian)
- Mohammadzadeh, Mustafa, Sheikh, Mahmoud, Hominian, Dawood, Bagherzadeh, Fazlullah, Kazemnejad, Anoushirvan. (2021). Presenting a conceptual model of physical literacy development in Iran: applying data base theory. *Research in educational sports*, 9 (25), 195-220. (In Persian)
- Nazarveisi, H., Yektayar, M., & Ghasemi, H. (2022). Fitting the Media Literacy Model in Sports with the Structural Equation Modeling Approach. *Sport Management Journal*, 14 (2), 41-58.
- Parnoun, Hashem (2021) The role of media literacy in the transfer of media audiences in sports in the statistical community of Kermanshah, *International Conference on Economics, Accounting, Management and Social Sciences*. (In Persian)
- Pevneva, M. V. & Maximets, S. V. Toupchi. N. V. (2019). Media as a Means of Developing a Sports Culture of Adolescents. *Media education*, 59 (3): 425-432.
- Soleimani Khaled (2019) *Designing a media literacy model for physical education teachers with an emphasis on the quality of the physical education lesson (mixed approach)*; Master's thesis; University of Kurdistan, Faculty of Humanities and Social Sciences. (In Persian)
- Sum, R. K. W., Ha, A. S. C., Cheng, C. F., Chung, P. K., Yiu, K. T. C., Kuo, C. C., & Wang, F. J. (2016). *Construction and validation of a perceived physical literacy instrument for physical education teachers*. *PLoS One*, 11(5), e0155610.
- Taghizadeh, Abbas, Taghizadeh, Mohaddeh (2012) The role of media literacy in reducing social harms based on the Internet. *National Silent Invasion Conference*. Lorestan (3): 37-52. (In Persian)
- Tahernejad, Afsana (2018) *Identifying the role of media literacy in relation to the amount of use of Instagram and body image in teenage girls*, master's thesis; Ardakan University, Faculty of Psychology and Educational Sciences. (In Persian)
- Thoman, E. (1995). The 3 stages of media literacy. Operational definition of media literacy: Center for Media Literacy.
- Turkian Tabar, Mansour, Salimi, Maryam. (2021). Investigating the relationship between self-confidence and media literacy in students' use of social networks from the perspective of female elementary school teachers in Dorud city. *Knowledge retrieval and semantic systems quarterly*. Publishing. <https://doi.org/10.22054/jks.2021.62915.1464>. (In Persian)
- Wang, C.G.; Wang, H.X. (2022) the effects of education on health and mechanisms: Evidence from China. *Appl. Econ*, 54, 3582-3597.
- Whitehead, M. (2013). Definition of physical literacy and clarification of related issues. *ICSSPE Bulletin*, 65, 1-12.
- Whitehead, M. (2019). *Definition of physical literacy: Developments and issues*. In *Physical literacy across the world*, London, Routledge.
- Zajacova, A. Lawrence, E.M. (2018) The Relationship between Education and Health: Reducing Disparities through a Contextual Approach. *Annul. Rev. Public Health*, 39, 273-289.