



Compare the active lifestyle components of Semirrom city based on the amount of use of sports media

Javad Adabi Firouzjah¹  , Hossein Alimohammadi² , Ali Pirmoradian³ 

- 1- Corresponding author, Associate Professor of Sports Management, Department of Sports Sciences, University of Qom, Qom, Iran. Email: j.adabi@qom.ac.ir
- 2- Associate Professor of Sports Management, Department of Sports Sciences, University of Qom, Qom, Iran. halimohammadi@qom.ac.ir
- 3- MSc in Sport Management, Department of Sport Sciences, University of Qom, Qom, Iran. ali.pirmoradian7361@gmail.com

Article Info

Article type:
Research Article

Article history:

Received 10 January 2025
Received in revised form 21 April 2025
Accepted 12 January 2025
Available online 12 January 2025

Keywords:

active lifestyle,
sports media,
television, radio,
newspaper.

ABSTRACT

Objective: The present study aimed to compare the components of active lifestyle of citizens of Semirrom city based on the amount of use of various sports media.

Method: The research method was causal-comparative and its statistical population included all citizens of Semirrom (26,942 people), from whom 338 people were selected as a sample according to the Morgan table and by available random method. The research tools included the active lifestyle questionnaire of Beck et al. (1982) and the use of sports media of Shojie (2015). In order to assess the validity of the research tool, the questionnaires were provided to experts and professors related to the research topic to express their opinions and suggestions on how to write the questions, the number of questions, the content of the questions, the relationship of the questions with the options, and the coordination of the questions with the research objectives. After the questionnaires were reviewed by experts and professors and their results were announced, it was determined that all questionnaires had face and content validity and were approved by the professors. Also, Cronbach's alpha test was used to measure the reliability of the research questionnaires, and the results obtained from the Cronbach's alpha test confirmed the reliability of the research questionnaires. Descriptive statistics (mean and standard deviation) and inferential statistics (Kolmogrov-Smirnov test and one-way analysis of variance test and Scheffe and Games Hall post hoc tests) were used to analyze the data.

Results: The results of the present study showed that there is a significant difference in all three components related to lifestyle (work-exercise-leisure) based on the amount of use of visual, auditory and printed media.

Conclusions: According to the research results, the importance of printed, visual, and written media in improving active lifestyle indicators is highlighted.

Cite this article: Adabi Firouzjah, J., Alimohammadi, H., & Pirmoradian, A. (2024). compare the active lifestyle components of Semirrom city based on the amount of use of sports media. *Information Technology and Sport*, 1(1), 68-81. <https://doi.org/10.22091/its.2025.12097.1009>

© The Author(s) retain the copyright.

Publisher: University of Qom Press.



DOI: <https://doi.org/10.22091/its.2025.12097.1009>

Introduction

Today, with the role of the media becoming more prominent than in the past, the media has become influential in many cultural, political and social levels of human life; in such a way that in today's world, the media is the most important and influential tool of human life and is one of the inseparable factors of daily life. Since different media can play a role in different activities of people's lives, it can be claimed that the media can influence people's lifestyles, so the question facing the researchers of this study will be to what extent the active lifestyle will be affected by the type of sports media used by citizens? And is there a clear difference between the active lifestyles of different groups using different types of sports media?

Research Question(s)

To what extent will the active lifestyle be affected by the type of sports media used by citizens? And is there a clear difference between the active lifestyles of different groups using different types of sports media?

Method

The present research method was causal-comparative and its statistical population consisted of all citizens living in Semirom city in 1401, which according to the 1395 census was 26,942 people, and among them, 370 people were selected through the available and voluntary sampling method. The criteria for entering the research included informed consent, residing in Semirom city, reading literacy, and the ability to work with mobile phones, as well as unwillingness to continue the research and incomplete completion of the questionnaires were the criteria for exiting the research. The data collection tools were two physical activity questionnaires by Beck et al. (1982) and the Shajie media consumption questionnaire (2015). The present study was conducted using two field and electronic methods. In the field section, after obtaining the necessary permits from the university, the city, green spaces, and parks of Semirom city were visited and citizens who met the conditions for entering the research were asked to answer the questions. In this section, 200 questionnaires were distributed, of which 180 healthy questionnaires were returned. In the electronic section, after obtaining the necessary permits from the university, the comprehensive health service centers of Semirom were referred to, and after obtaining permission from the heads of the centers, the electronic link to the questionnaires was provided to the administrators of the community health centers so that these links could be placed in the groups related to the centers. Among the returned questionnaires, 199 questionnaires were healthy and could be examined, and a total of 379 healthy questionnaires were analyzed using two methods. Descriptive (mean and standard deviation) and inferential (one-way analysis of variance and Scheffe and Games Hole post hoc tests) statistical methods were used on SPSS-24 software at an alpha level of 0.05.

Results

224 (59.1%) of the participants were male and 155 (40.9%) of the participants were female. The age of 19 (5.0%) of the participants was under 20 years, 79 (20.8%) of the participants were 21 to 30 years, 129 (34.0%) of the participants were 31 to 40 years, 106 (28.0%) of the participants were 41 to 50 years, 39 (10.4%) of the participants were 51 to 60 years, and 7

(1.8%) of the participants were over 60 years. The level of education was 28 (7.4%) of the participants with a cycle, 149 (39.3%) of the participants with a 2-diploma degree, 66 (17.4%) of the participants with a post-diploma degree, 89 (23.5%) of the participants with a bachelor's degree, and 47 (12.4%) of the participants with a master's degree or higher. 258 (68.1%) of the participants use visual sports media, 82 (21.6%) of the participants use audio sports media, and 39 (10.3%) of the participants use print sports media. The results showed that there was a significant difference between the work index ($\eta = 0.177$, $P = 0.001$, $F = 40.51$), exercise ($\eta = 0.145$, $P = 0.001$, $F = 31.82$), and leisure time physical activity ($\eta = 0.153$, $P = 0.001$, $F = 33.97$) based on the amount of use of different sports media. The results of the Scheffe post hoc test showed that participants using visual media had a significantly higher physical activity work index compared to participants using print media with a mean difference of 0.89 units ($p < 0.01$). Also, participants using visual media had a significantly higher physical activity work index compared to participants using audio media with a mean difference of 0.43 units ($p < 0.01$). In addition, participants using audio media had a significantly higher physical activity work index compared to participants using print media with a mean difference of 0.46 units ($p < 0.01$). Also, participants using visual media had a significantly higher physical activity exercise index compared to participants using print media with a mean difference of 0.99 units ($p < 0.01$). Also, participants using visual media had a significantly higher physical activity index compared to participants using auditory media with a mean difference of 0.31 units ($p < 0.01$). In addition, participants using auditory media had a significantly higher physical activity index compared to participants using print media with a mean difference of 0.67 units ($p < 0.01$). And finally, the Games Hole post-test showed that participants using visual media had a significantly higher leisure time physical activity index compared to participants using print media with a mean difference of 0.83 units ($p < 0.01$). Also, participants using visual media had a significantly higher leisure time physical activity index compared to participants using auditory media with a mean difference of 0.44 units ($p < 0.01$). In addition, participants using audio media had a significantly higher leisure time physical activity index compared to participants using print media with a mean difference of 0.38 units ($p < 0.01$).

Discussion

According to the results of the research, the importance of printed, visual and written media in improving active lifestyle indicators is highlighted. Also, based on theoretical foundations, in the form of the planting theory, referring to the strong and complete presence of the media in the lives of individuals in society, Gerbner believes that the media, by becoming a main member of the family, values the guidelines and lifestyles and, with its pervasive influence among family members, tries to plant worldviews, roles and common values in their minds. According to Gerbner's argument, there is a direct relationship between the level of exposure and use of the media and the content of the media and their perception of reality in life. In other words, long hours of exposure to the media cause changes in attitudes and perspectives and, in fact, cultivate beliefs about social realities. He also believes that media audiences are aware of what they do and why they do it, and they direct their actions in life based on their choice between different media and media content; therefore, it can be said that media can play a pivotal role in changing people's lifestyles and improving their activity and increasing their sports participation.

Conclusions

According to the research results, the importance of printed, visual, and written media in improving active lifestyle indicators is highlighted. According to the research results, the importance of printed, visual, and written media in improving active lifestyle indicators is highlighted.

Funding

This research did not receive any specific grant from funding agencies in the public, commercial, or not-for-profit sectors.

CRediT authorship contribution statement

All authors contributed equally to the conceptualization of the article and writing of the original and subsequent drafts.

Conflict of interest

The authors declared no conflict of interest.

Ethical considerations

The authors avoided data fabrication, falsification, and plagiarism, and any form of misconduct.

Acknowledgements

The authors would like to thank all participants of the present study



مقایسه مولفه‌های سبک زندگی فعال شهروندان شهرستان سمیرم بر اساس میزان استفاده از انواع رسانه‌های ورزشی

جواد ادبی فیروزجاه^۱✉، حسین علی محمدی^۲، علی پیرمردیان^۳ ID

۱- نویسنده مسئول، دانشیار مدیریت ورزشی، گروه علوم ورزشی، دانشگاه قم، قم، ایران. رایانامه: j.adabi@qom.ac.ir

۲- دانشیار مدیریت ورزشی، گروه علوم ورزشی، دانشگاه قم، قم، ایران. halimohammadi@qom.ac.ir

۳- کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، گروه علوم ورزشی، دانشگاه قم، قم، ایران. ali.pirmoradian7361@gmail.com

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع مقاله:	مقاله پژوهشی
تاریخچه مقاله:	
تاریخ دریافت:	۱۴۰۳/۰۸/۲۱
تاریخ بازنگری:	۱۴۰۴/۰۹/۰۱
تاریخ پذیرش:	۱۴۰۴/۱۰/۲۳
تاریخ انتشار:	۱۴۰۴/۱۰/۲۳
کلیدواژه‌ها:	سبک زندگی فعال، رسانه‌های ورزشی، تلویزیون، رادیو، روزنامه.
هدف:	پژوهش حاضر با هدف مقایسه مولفه‌های سبک زندگی فعال شهروندان شهرستان سمیرم براساس میزان استفاده از انواع رسانه‌های ورزشی انجام شد.
روش پژوهش:	روش پژوهش، علی-مقایسه‌ای و جامعه آماری آن شامل تمامی شهروندان سمیرم بود (۲۶۹۴۲ نفر) که از بین آنها با توجه به جدول مورگان و به روش تصادفی در دسترس ۳۳۸ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار پژوهش شامل پرسشنامه سبک زندگی فعال بک و همکاران (۱۹۸۲) و استفاده از رسانه‌های ورزشی شجاع (۱۳۹۴) بود. جهت سنجش روایی ابزار تحقیق پرسشنامه‌ها در اختیار متخصصان و اساتید مرتبط با موضوع تحقیق قرار گرفت تا نظرها و پیشنهادات تخصصی خود را در مورد چگونگی نگارش سؤالات، تعداد سؤالات، محتوای پرسش‌ها، ارتباط سؤالات با گزینه‌ها و هماهنگی سؤالات با اهداف پژوهش اعلام کنند. پس از بررسی پرسشنامه‌ها توسط متخصصان و اساتید و اعلام نتایج آنها مشخص گردید که تمامی پرسشنامه‌ها دارای روایی صوری و محتوایی هستند و مورد تایید اساتید قرار گرفته است، همچنین جهت سنجش پایایی پرسشنامه‌های تحقیق از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد که نتایج به دست آمده از آزمون آلفای کرونباخ پایایی پرسشنامه‌های تحقیق را مورد تایید قرار داد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی (میانگین و انحراف استاندارد) و استنباطی (آزمون کولموگروف - اسمیرنوف و آزمون تحلیل واریانس یک راهه و آزمون‌های تعقیبی شفه و گیمز هول) استفاده شد.
یافته‌ها:	نتایج پژوهش حاضر نشان داد که تفاوت معنی داری در هر سه مولفه مربوط به سبک زندگی (کار-ورزش - اوقات فراغت) براساس میزان استفاده از رسانه‌های دیداری، شنیداری و چاپی وجود دارد.
نتیجه‌گیری:	بر اساس نتایج تحقیق، اهمیت رسانه‌های چاپی، تصویری و نوشتاری در بهبود شاخص‌های سبک زندگی فعال برجسته می‌شود.

استناد: ادبی فیروزجاه، جواد، علی محمدی، حسین، & پیرمردیان، علی. (۱۴۰۳). مقایسه مولفه‌های سبک زندگی فعال شهروندان شهرستان سمیرم بر اساس میزان

<https://doi.org/10.22091/its.2025.12097.1009>

استفاده از انواع رسانه‌های ورزشی. *فناوری اطلاعات و ورزش*، ۱(۱)، ۶۸-۸۱



مقدمه

امروزه با برجسته‌تر شدن نقش رسانه‌ها نسبت به گذشته باعث شده‌اند که رسانه‌ها در بسیاری از سطوح فرهنگی، سیاسی و اجتماعی زندگی بشری تأثیرگذار باشند (گلابی، ۱۴۰۱)؛ به نحوی که در جهان امروزه، رسانه‌ها مهم‌ترین و تأثیرگذارترین ابزار زندگی بشری و از جمله عوامل تفکیک‌نشده از زندگی روزمره هستند. امروزه، رسانه‌ها با توجه به در دسترس بودن در سراسر جهان، به عنوان منبع فرهنگی قدرتمند و قویترین ابزار برای طرح و رواج اندیشه‌ها و کارآمدترین وسایل برای نفوذ فرهنگ‌ها و نگرش‌ها به قلب جوامع هستند. رسانه‌ها به صورت تدریجی بر ذهن عموم تأثیر گذاشته و حساسیت‌ها و برداشت‌های تازه‌ای را نسبت به تمام جنبه‌های زندگی ایجاد می‌کنند (جهانگیری و همکاران، ۱۳۹۲)؛ بنابراین می‌توان گفت که بدون شک یکی از عوامل مهم تأثیرگذار بر سبک زندگی سلامت محور، رسانه‌ها می‌باشند (گلابی، ۱۴۰۱).

رسانه‌های گروهی نقشی مؤثر در تغییر نگرش افراد جامعه نسبت به ورزش دارند و هر چه این نقش با توجه به ملاحظات چگونگی شناخت نیازها، روش‌های مؤثر ارتباطی و رویکردهای روانشناختی صورت پذیرد، اثرگذارتر خواهند بود (خالدیان و همکاران، ۱۳۹۲). خالدیان و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان نقش رسانه‌های جمعی در توسعه ورزش نشان دادند که رسانه‌های جمعی به مثابه بزرگراه راه‌های اطلاعاتی و پل ارتباطی تأثیرگذار بر افکار عمومی نقش مهمی در فرایند اطلاع‌رسانی، گفتمان‌سازی، آموزش، مشارکت اجتماعی و فرهنگ‌سازی ورزش در جامعه و اعتلای ورزش کشور و توسعه و فراگیر نمودن آن بر عهده دارند. از دیدگاه دوید باکینگهام (۲۰۱۰) رسانه وسیله یا کانالی است که از طریق آن تأثیرها یا اطلاعات انتقال یافته یا حمل می‌شوند. در تعریفی دیگر به هر وسیله ارتباطی (رادیو، مطبوعات، تلویزیون، اینترنت و ...) که اطلاعاتی را برای عموم فراهم می‌آورد رسانه گفته می‌شود. رسانه‌ها در دوران کنونی بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی مردم شده است و مردم بخش عظیمی از فرهنگ، ارزش‌ها و هنجارهای جامعه خود و دیگر جوامع را از رسانه‌ها دریافت می‌کنند. بدان اندازه که در دوران معاصر که به عصر اطلاعات و جامعه اطلاعاتی و ارتباطی معروف است (سورین و تانکارد) رسانه‌ها با فراهم کردن محتوا و افزایش قدرت شناخت مخاطب درباره مسائلی که خارج از تجربه شخصی فرد هستند اثرگذاری مستقیم دارند. روزنامه‌ها، نشریات ادواری، مجلات و به ویژه تلویزیون و اشکال ارتباطی نوین ماهواره‌های الکترونیکی و دیجیتالی هر روزه مورد مصرف وسیع گروه‌های مختلف اجتماعی قرار می‌گیرند و محتواهای اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، آموزشی و سرگرمی آنها نگرش و عقاید مخاطبان را تحت تأثیر قرار می‌دهند (علیخواه و رستمی، ۱۳۹۰). رسانه‌ها می‌توانند نقش مهمی در توسعه ورزش و تفکر ورزشی داشته باشند. رسانه‌ها با پخش خبرهای صحیح و واقع‌گرایانه و ارائه راهکارهای مناسب در بین مردم می‌توانند نقش راهبردی برای ورزش داشته باشند و به همه فعالان ورزش یاری رسانند. رسانه‌های گروهی که از عوامل مهم فرهنگی هستند، باید انعکاس و بازتاب وسیعی از فعالیت و ورزش در سطح ملی و بین‌المللی ارائه دهند و در تغییر نگرش‌ها کوشا باشند. از میان انواع رسانه‌ها، تمرکز بر مطبوعات، رادیو و تلویزیون ضروری است. زیرا این نهادها در مقایسه با سینما، انتشار کتاب و ... در تماس آنی و مستمر با اکثریت افراد جامعه فعالیت می‌کنند (مرادی، ۱۳۸۹).

در جهت تبیین مساله پژوهشی به مرور تحقیقات قبلی پرداخته شد. به طوری که گلابی (۱۴۰۱) پژوهشی با عنوان رسانه و سبک زندگی سلامت محور نشان داد که ارتباط معناداری بین سبک زندگی سلامت محور با متغیرهای میزان استفاده از رسانه‌های نوشتاری (به شکل مثبت)، رسانه‌های مجازی (به شکل منفی)، استفاده هدفمند از رسانه‌ها (به شکل مثبت)، سن (به شکل مثبت) و جنس (به نفع مردان) وجود دارد؛ اما رابطه میان سبک زندگی سلامت محور با میزان استفاده از رسانه‌های تصویری و صوتی معنادار نمی‌باشد. کارگر و همکاران (۱۴۰۱) در مطالعه‌ای با هدف تبیین عوامل تأثیرگذار سلامت محور بر نهادینه‌سازی ورزش در خانواده‌های ایرانی ۱۶۵ کد اولیه استخراجی در قالب ۴۱ مقوله فرعی و ۱۱ مقوله اصلی شامل سیاست در ورزش، حمایت مالی، عوامل زیرساختی، پیشگیری و سلامت، توسعه ورزش بانوان، جریان‌ات مدنی ورزش، توسعه ورزش تربیتی، نگرش فرهنگ‌ساز، فناوری سلامت‌جو، وضع قوانین حمایتی و تشویقی، مدیریت و برنامه‌ریزی دسته‌بندی شدند. همچنین عباسی مقدم و همکاران

(۱۴۰۱) در پژوهشی با هدف ارائه مدل اثر سواد رسانه‌ای، سبک زندگی بر تغییرات هویت اجتماعی نشان دادند که سواد رسانه و سبک زندگی فعال بر هویت اجتماعی افراد مؤثر و موجب تغییرات اجتماعی در آن‌ها می‌شود.

هوم (۲۰۰۵) در پژوهشی با عنوان ورزش و رسانه‌های جمعی در ژاپن دریافت که به منظور تهیه محتوا برای جذب بیشتر مخاطب، رسانه‌های جمعی بیشتر به ورزش روی آورده‌اند. رسانه‌های جمعی به عنوان شکل‌های فرهنگی و فناوری‌ها، کانون تهیه و انتشار مفاهیم اجتماعی - فرهنگی ورزش و فرهنگ‌های فراغت در جوامع آسیایی معاصر شده بود. همچنین در مطالعات خارجی بالارد و همکاران (۲۰۰۹) در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که استفاده از رسانه‌های گروهی، سطوحی از هدایت فعالیت‌های ورزشی را بر عهده دارند. در حقیقت، استفاده و تماشای مرتب رسانه (تلویزیون) بهترین هدایت‌کننده فعالیت‌های ورزشی محسوب می‌شوند. گرین وود و همکاران (۲۰۱۰) نشان دادند که در نشریات و تلویزیون استرالیا به مردان بیش از زنان پرداخته می‌شود و میزان تمرکز بر موفقیت‌ها و قابلیت‌های زنان از دستیابی به موفقیت در مسابقات، قرار گرفتن عکس و خبر آنها بر جلد نشریات است، در حالی که مردان بدون توجه به نتیجه مسابقات خود همواره تمایل دارند که بر جلد نشریات قرار گیرند. ایویه (۲۰۱۶) که با مرور تحقیقات انجام شده تا سال ۲۰۱۲ در زمینه تأثیر کمپین‌های رسانه‌ای در بهبود فعالیت بدنی در بزرگسالان نشان داد رسانه‌های جمعی اثر مشهودی بر ترویج پیاده روی داشتند، اما تأثیر کمی در دستیابی شرکت‌کنندگان به سطح رضایت بخش از فعالیت بدنی داشته است. همچنین رسانه‌ها در کاهش بی‌تحرکی در افراد مؤثر بودند. نرینی (۲۰۱۵) نشان داد که اثر رسانه‌ای به عنوان پیش‌بینی‌کننده مهم نارضایتی بدن و سلامتی برای هر دو گروه رقصنده‌های بالت غیر حرفه‌ای و دختران غیرفعال می‌باشد، اگرچه تصور یک بدن ایده‌آل ورزشی برای رقصندگان باله مهمتر بود. این یافته‌ها قابل توجه است زیرا برخی نشانه‌ها را برای برنامه‌های مداخله‌ای احتمالی با هدف ارتقا تصور سالم بدن در رقصندگان و غیر رقصنده‌های باله و گسترش ادبیات موجود در مورد نارضایتی از بدن و سلامتی ارائه می‌دهد.

با توجه به مبانی نظری موجود همچنین بررسی‌های صورت گرفته از تحقیقات گذشته مشاهده شد که رسانه‌های مختلف می‌توانند در فعالیت‌های مختلف زندگی افراد متاثر از آن رسانه نقش داشته باشند به نوعی می‌توان ادعا نمود که رسانه‌ها می‌توانند در سبک زندگی افراد تأثیرگذار باشند، از این‌رو سوالی که پیش روی محققان این مطالعه خواهد بود این است که سبک زندگی فعال تا چه اندازه متاثر از نوع رسانه‌های ورزشی مورد استفاده توسط شهروندان خواهد بود؟ و آیا تفاوت مشخصی بین سبک زندگی فعال گروه‌های مختلف استفاده‌کننده از انواع رسانه‌های ورزشی وجود دارد؟

روش‌شناسی

روش پژوهش حاضر علی-مقایسه‌ای بود و جامعه آماری آن را کلیه شهروندان ساکن شهر سمیرم در سال ۱۴۰۱ تشکیل دادند که با توجه به سرشماری سال ۱۳۹۵ تعداد ۲۶۹۴۲ نفر بودند و از این میان ۳۷۰ نفر به روش نمونه‌گیری در دسترس و داوطلبانه انتخاب شدند. معیارهای ورود به پژوهش شامل رضایت آگاهانه، سکونت در شهر سمیرم، سواد خواندن و توانایی کار با گوشی‌های همراه بود، و همچنین عدم تمایل به ادامه پژوهش و تکمیل ناقص پرسشنامه‌ها از ملاک‌های خروج از پژوهش بود. در این پژوهش اخلاق پژوهش، کاملاً رعایت و به شرکت‌کنندگان در این پژوهش، در زمینه محرمانه ماندن اطلاعات، اطمینان خاطر داده شد و شرکت‌کنندگان با رضایت کامل و بدون ذکر نام، پرسشنامه‌ها را تکمیل کردند. همچنین این پژوهش مطابق با استانداردهای کمیته تحقیقات ملی و بیانیه هلسینکی ۱۹۶۴ بود. علاوه بر این، کدهای رایج اخلاق در پژوهش‌های پزشکی شامل ۱۳، ۱۴، ۲ (منافع حاصل از یافته‌ها در جهت پیشرفت دانش بشری)، کد ۲۰ (هماهنگی پژوهش با موازین دینی و فرهنگی) و کدهای ۱، ۳، ۲۴ (رضایت شرکت‌کنندگان و نماینده قانونی او) در این پژوهش رعایت شد. ابزار جمع‌آوری اطلاعات دو پرسشنامه فعالیت‌بدنی بک و همکاران (۱۹۸۲) و پرسشنامه مصرف رسانه‌ای شجیع (۱۳۹۴) بود.

برای سنجش سبک زندگی فعال در این پژوهش از پرسشنامه فعالیت‌بدنی بک (۱۹۸۲) که شامل ۱۶ سوال می‌باشد. این پرسشنامه دارای سه بخش است که بخش اول شامل هشت سوال بوده و هر سوال شامل پنج گزینه است که به ترتیب از ۱ تا ۵ امتیازگذاری می‌شود و مربوط به وضعیت‌های مختلف بدنی است که در هنگام کار کردن وجود دارد. امتیازات با هم جمع شده و تقسیم بر هشت می‌شود. بخش دوم سوالات که از سوال ۹ تا ۱۲ را شامل می‌شود و مربوط به افرادی است که به ورزش اول و دوم می‌پردازند که مجموع امتیازات تقسیم بر چهار می‌شود. بخش سوم سوالاتی است که مربوط به فعالیت‌بدنی در اوقات فراغت است و از سوال ۱۳ تا ۱۶ را شامل می‌شود و هر سوال پنج گزینه دارد که به ترتیب از ۱ تا ۵ امتیازگذاری می‌شود و جمع امتیازات تقسیم بر چهار می‌شود. اعتبار ابزار در مطالعات متعدد مورد تایید قرار گرفته است. بک و همکاران (۱۹۸۲) پایایی این پرسشنامه را با روش آلفای کرونباخ ۰/۷۳ گزارش کردند. ثنایی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهش خود پایایی این پرسشنامه را ۰/۷۸ گزارش کردند. در پژوهش حاضر آلفای کرونباخ کل پرسشنامه ۰/۷۵ به دست آمد و پایایی خرده مقیاس‌های شاخص کار، شاخص ورزش و شاخص اوقات فراغت به ترتیب ۰/۷۳، ۰/۷۰ و ۰/۷۱ به دست آمد.

همچنین برای بررسی میزان استفاده از رسانه ورزشی از پرسشنامه مصرف رسانه‌ای شجیع (۱۳۹۴) استفاده گردید. این پرسشنامه شامل دو بخش می‌باشد که بخش اول پرسش نامه سوالی است در مورد اینکه بیشتر از چه نوع رسانه ای ورزشی (دیداری، شنیداری، چاپی) استفاده می‌کنند و بخش دوم شامل ۱۶ سوال در مورد میزان استفاده از رسانه‌های ورزشی می‌باشد. طیف اندازه‌گیری این بخش ۶ لیکرت (۱: اصلاً یا به ندرت، ۲: ماهیانه یک یا دو بار، ۳: هفته‌ای یک بار، ۴: هفته‌ای دو یا سه بار، ۵: کمتر از یک ساعت در روز، ۶: بیشتر از یک ساعت در روز) می‌باشد (کاشف و همکاران، ۱۳۹۶). در پژوهش حاضر روایی با استفاده از روایی صوری و محتوایی با نظرخواهی از اساتید و متخصصان حوزه مدیریت ورزشی و رسانه تایید شد. پایایی پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ بررسی گردید که پایایی کل ۰/۷۹ و پایایی عوامل چاپی، دیداری و شنیداری به ترتیب ۰/۷۰، ۰/۷۶ و ۰/۷۲ به دست آمد.

مطالعه حاضر به دو روش میدانی و الکترونیکی انجام گرفت. در بخش میدانی، بعد از گرفتن مجوزهای لازم از دانشگاه، به سطح شهر و فضاهای سبز و پارک‌های شهر سمیرم مراجعه و از شهروندانی که شرایط ورود به پژوهش را داشتند، خواسته شد تا به سوالات پاسخ دهند. مدت زمان تکمیل پرسشنامه آزمودنی‌ها ۱۵ دقیقه در نظر گرفته شد. شیوه جمع‌آوری اطلاعات به صورت مداد-کاغذی بود و در بین پاسخگویی به سوالات، زمانی برای استراحت آزمودنی‌ها قرار داده می‌شد. قبل از اجرای آزمون هدف از پژوهش و نحوه پاسخدهی به سوالات به افراد توضیح داده می‌شد. به آزمودنی‌ها این اطمینان داده می‌شد که پاسخ‌ها و اطلاعات آنها محرمانه مانده و به صورت کلی تحلیل می‌شوند و از آنها خواسته می‌شد تا با کمال صداقت و همکاری به سوالات پاسخ دهند. در این بخش ۲۰۰ پرسشنامه توزیع گردید که ۱۸۰ پرسشنامه سالم عودت گردید. در بخش الکترونیکی، بعد از گرفتن مجوزهای لازم از دانشگاه به مراکز جامع خدمات سلامت شهر سمیرم مراجعه شد و بعد از گرفتن مجوز از روسای مراکز، لینک الکترونیکی مربوط به پرسشنامه‌ها در اختیار ادمین‌های مراکز جامعه سلامت قرار گرفت تا این لینک‌ها در گروه‌های مربوط به مراکز قرار گیرد. از بین پرسشنامه‌های عودت شده ۱۹۹ پرسشنامه سالم و قابل بررسی بود که در مجموع دو روش ۳۷۹ پرسشنامه سالم مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی (میانگین و انحراف استاندارد) و استنباطی (تحلیل واریانس یک‌راهه و آزمون‌های تعقیبی شفه و گیمز هول) بر روی نرم‌افزار SPSS-24 و در سطح آلفای ۰/۰۵ استفاده شده است.

یافته‌ها

۲۲۴ نفر (۵۹/۱ درصد) از شرکت‌کنندگان مرد و ۱۵۵ نفر (۴۰/۹ درصد) از شرکت‌کنندگان زن بودند. سن ۱۹ نفر (۵/۰ درصد) از شرکت‌کنندگان زیر ۲۰ سال، ۷۹ نفر (۲۰/۸ درصد) از شرکت‌کنندگان ۲۱ تا ۳۰ سال، ۱۲۹ نفر (۳۴/۰ درصد) از شرکت‌کنندگان ۳۱ تا ۴۰ سال، ۱۰۶ نفر (۲۸/۰ درصد) از شرکت‌کنندگان ۴۱ تا ۵۰ سال، ۳۹ نفر (۱۰/۴ درصد) از شرکت‌کنندگان ۵۱ تا ۶۰ سال و ۷ نفر (۱/۸ درصد) از شرکت‌کنندگان بالای ۶۰ سال بود. سطح تحصیلات ۲۸ نفر (۷/۴ درصد) از شرکت‌کنندگان سیکل، ۱۴۹ نفر (۳۹/۳ درصد) از شرکت‌کنندگان ۲ دیپلم، ۶۶ نفر (۱۷/۴ درصد) از شرکت‌کنندگان فوق دیپلم، ۸۹ نفر (۲۳/۵ درصد) از شرکت‌کنندگان کارشناسی و ۴۷ نفر (۱۲/۴ درصد) از شرکت‌کنندگان فوق لیسانس و بالاتر بود. ۲۵۸ نفر (۶۸/۱ درصد) از شرکت‌کنندگان

از رسانه‌های ورزشی دیداری، ۸۲ نفر (۲۱/۶ درصد) از شرکت‌کنندگان از رسانه‌های ورزشی شنیداری و ۳۹ نفر (۱۰/۳ درصد) از شرکت‌کنندگان از رسانه‌های ورزشی چاپی استفاده می‌کنند.

جدول ۱. میانگین و انحراف معیار شاخص‌های فعالیت‌بدنی در هر یک از رسانه‌های ورزشی

متغیر	شاخص کار	شاخص ورزش	شاخص اوقات فراغت
رسانه دیداری	۲/۶۸±۰/۶۶	۲/۵۳±۰/۷۴	۲/۳۶±۰/۷۰
رسانه چاپی	۱/۷۸±۰/۵۶	۱/۵۴±۰/۶۰	۱/۵۱±۰/۴۷
رسانه شنیداری	۲/۲۵±۰/۵۹	۲/۲۲±۰/۸۱	۱/۹۱±۰/۶۲

جدول ۲. آزمون کجی، کشیدگی و لوین برای تعیین توزیع نرمال بودن متغیرهای تحقیق

معناداری	مقدار F	DF2	DF1	کشیدگی	کجی	متغیر
۰/۲۱۵	۱/۵۴	۳۷۶	۲	-۰/۳۳۸	۰/۱۰۵	شاخص کار
۰/۱۲۹	۲/۰۵	۳۷۶	۲	-۰/۵۲۷	۰/۰۷۵	شاخص ورزش
۰/۰۲۲	۳/۸۴	۳۷۶	۲	-۰/۷۶۴	۰/۰۷۳	شاخص اوقات فراغت

طبق نتایج جدول ۲، توزیع تمامی متغیرهای تحقیق نرمال می‌باشد. همچنین سطح معنی‌داری متغیرهای شاخص کار فعالیت-بدنی و شاخص ورزش فعالیت‌بدنی بالاتر از ۰/۰۵ می‌باشد، بنابراین واریانس داده‌های این دو متغیر برابر می‌باشد. اما سطح معنی‌داری شاخص اوقات فراغت فعالیت‌بدنی کوچکتر از ۰/۰۵ می‌باشد بنابراین واریانس داده‌های این متغیر برابر نمی‌باشد و برای مقایسه چون واریانس‌ها برابر نمی‌باشند از آزمون تعقیبی گیمز هول استفاده می‌گردد.

جدول ۳. نتایج تحلیل واریانس یکراهه برای مقایسه شاخص‌های فعالیت‌بدنی براساس میزان استفاده از رسانه‌های ورزشی مختلف

منبع تغییرات	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	مقدار	سطح معنی‌داری	مجذور اتا
شاخص کار	بین گروهی	۲	۱۶/۸۲	۴۰/۵۱	۰/۰۰۱	۰/۱۷۷
	درون گروهی	۳۷۶	۰/۴۱			
	کل	۳۷۸	۱۸۹/۷۸			
شاخص ورزش	بین گروهی	۲	۱۷/۷۲	۳۱/۸۲	۰/۰۰۱	۰/۱۴۵
	درون گروهی	۳۷۶	۰/۵۵			
	کل	۳۷۸	۲۴۴/۸۹			
شاخص اوقات فراغت	بین گروهی	۲	۱۵/۳۰	۳۳/۹۷	۰/۰۰۱	۰/۱۵۳
	درون گروهی	۳۷۶	۰/۴۵			
	کل	۳۷۸	۲۰۰/۰۰			

همانطور که در جدول ۳، مشاهده می‌شود بین شاخص کار ($F=۴۰/۵۱$ ، $P=۰/۰۰۱$ ، $\eta^2=۰/۱۷۷$)، ورزش ($F=۳۱/۸۲$ ، $P=۰/۰۰۱$ ، $\eta^2=۰/۱۴۵$) و اوقات فراغت فعالیت‌بدنی ($F=۳۳/۹۷$ ، $P=۰/۰۰۱$ ، $\eta^2=۰/۱۵۳$) براساس میزان استفاده از رسانه‌های ورزشی مختلف، تفاوت معناداری وجود دارد. در ادامه برای مقایسه شاخص کار و ورزش فعالیت‌بدنی براساس میزان استفاده

از رسانه‌های ورزشی مختلف، از آزمون تعقیبی شفه و برای مقایسه شاخص اوقات فراغت فعالیت‌بدنی براساس میزان استفاده از رسانه‌های ورزشی مختلف به دلیل عدم برابری واریانس‌ها، از آزمون تعقیبی گیمز هول استفاده گردید که نتایج آن در جدول ۴.۴ ارائه شده است.

جدول ۴.۴. نتایج آزمون تعقیبی شفه و گیمز هول برای مقایسه شاخص‌های فعالیت‌بدنی

رسانه	رسانه	اختلاف میانگین	خطای استاندارد	سطح معنی داری
دیداری	چاپی	۰/۸۹	۰/۱۱	۰/۰۰۱
شاخص کار	شنیداری	۰/۴۳	۰/۰۸	۰/۰۰۱
چاپی	شنیداری	-۰/۴۶	۰/۱۲	۰/۰۰۱
دیداری	چاپی	۰/۹۹	۰/۱۲	۰/۰۰۱
شاخص ورزش	شنیداری	۰/۳۱	۰/۰۹	۰/۰۰۵
چاپی	شنیداری	-۰/۶۷	۰/۱۴	۰/۰۰۱
شاخص اوقات فراغت	چاپی	۰/۸۳	۰/۰۸	۰/۰۰۱
دیداری	شنیداری	۰/۴۴	۰/۰۸	۰/۰۰۱
چاپی	شنیداری	-۰/۳۸	۰/۱۰	۰/۰۰۱

همانطور که در جدول ۴.۴ مشاهده می‌شود شرکت‌کنندگان استفاده‌کننده از رسانه دیداری در مقایسه با شرکت‌کنندگان استفاده‌کننده از رسانه چاپی با اختلاف میانگین ۰/۸۹ واحد به طور معناداری شاخص کار فعالیت‌بدنی بالاتری داشتند ($p < 0/01$). همچنین شرکت‌کنندگان استفاده‌کننده از رسانه دیداری در مقایسه با شرکت‌کنندگان استفاده‌کننده از رسانه شنیداری با اختلاف میانگین ۰/۴۳ واحد به طور معناداری شاخص کار فعالیت‌بدنی بالاتری داشتند ($p < 0/01$). علاوه بر این، شرکت‌کنندگان استفاده‌کننده از رسانه شنیداری در مقایسه با شرکت‌کنندگان استفاده‌کننده از رسانه چاپی با اختلاف میانگین ۰/۴۶ واحد به طور معناداری شاخص کار فعالیت‌بدنی بالاتری داشتند ($p < 0/01$).

همچنین شرکت‌کنندگان استفاده‌کننده از رسانه دیداری در مقایسه با شرکت‌کنندگان استفاده‌کننده از رسانه چاپی با اختلاف میانگین ۰/۹۹ واحد به طور معناداری شاخص ورزش فعالیت‌بدنی بالاتری داشتند ($p < 0/01$). همچنین شرکت‌کنندگان استفاده‌کننده از رسانه دیداری در مقایسه با شرکت‌کنندگان استفاده‌کننده از رسانه شنیداری با اختلاف میانگین ۰/۳۱ واحد به طور معناداری شاخص ورزش فعالیت‌بدنی بالاتری داشتند ($p < 0/01$). علاوه بر این، شرکت‌کنندگان استفاده‌کننده از رسانه شنیداری در مقایسه با شرکت‌کنندگان استفاده‌کننده از رسانه چاپی با اختلاف میانگین ۰/۶۷ واحد به طور معناداری شاخص ورزش فعالیت‌بدنی بالاتری داشتند ($p < 0/01$).

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف مقایسه مولفه‌های سبک زندگی فعال شهروندان شهرستان سمیرم بر اساس میزان استفاده از انواع رسانه‌های ورزشی انجام شد. نتایج نشان داد که بین مولفه شاخص کار سبک زندگی فعال شهروندان سمیرم براساس میزان استفاده از رسانه‌های ورزشی (چاپی - دیداری و شنیداری) تفاوت وجود دارد، و شرکت‌کنندگان استفاده‌کننده از رسانه دیداری در مقایسه با شرکت‌کنندگان استفاده‌کننده از رسانه چاپی به طور معناداری شاخص کار فعالیت‌بدنی بالاتری داشتند. با توجه به این یافته می‌توان گفت که اثرگذاری رسانه‌های ورزشی در جهت بهبود شاخص کار سبک زندگی فعال می‌تواند از طریق رسانه‌های دیداری بیشتر باشد. بنابراین اهمیت رسانه‌های دیداری در جهت شاخص کار سبک زندگی برجسته می‌شود. این یافته می‌

تواند تأکیدی بر استفاده بیشتر افراد از رسانه های دیداری باشد. این یافته با نتایج تحقیقات مهدی زاده و خاشعی (۱۳۹۷) و مورلی و همکاران (۲۰۱۹) در یک راستا بود، اما با نتایج تحقیق گلابی (۱۴۰۱) همراستا نبود. به نظر می رسد این عدم همخوانی در نتایج به خاطر تفاوت در جامعه آماری و همچنین سطح تحصیلات و نسبت شرکت کنندگان زن و مرد در تحقیق باشد. در این زمینه مهدی زاده و خاشعی (۱۳۹۷) در پژوهشی نشان دادند که بین مصرف رسانه ای افراد و سبک زندگی سلامت محور آن ها، همچنین بین سبک زندگی سلامت محور افراد و پایگاه اجتماعی و اقتصادی آن ها، ارتباط معناداری وجود دارد.

نتایج نشان داد که بین مولفه شاخص ورزش سبک زندگی فعال شهروندان سمیرم براساس میزان استفاده از رسانه های ورزشی (چاپی - دیداری و شنیداری) تفاوت وجود دارد. همچون مشخص شد که رسانه چاپی به طور معناداری شاخص ورزش فعالیت بدنی بالاتری داشتند. همچنین شرکت کنندگان استفاده کننده از رسانه دیداری در مقایسه با شرکت کنندگان استفاده کننده از رسانه شنیداری به طور معناداری شاخص ورزش فعالیت بدنی بالاتری داشتند. در تبیین این نوع یافته، باید اذعان داشت که دو رسانه (چاپی و دیداری) با توجه به در دسترس بودنشان و استفاده راحت تر، تأثیر بیشتری نسبت به رسانه شنیداری بر شاخص ورزش سبک زندگی فعال دارند. این یافته در راستای نتایج تحقیقات درنواز و گریز (۲۰۱۹)، گیتزن و همکاران (۲۰۱۷) و عباسی مقدم و همکاران (۱۴۰۱) بود. می توان گفت به احتمال زیاد در صورتی که سواد رسانه ای در میان افراد در سطح بالایی قرار گرفته باشد، می تواند باعث بهبود شاخص ورزش سبک زندگی فعال گردد و افراد را به سمت افزایش در مشارکت ورزشی سوق دهند. به طوری که در این زمینه گیتزن و همکاران (۲۰۱۷) در مطالعه ای مقطعی و به روش آمیخته به تصویر کشیدن مشارکت شخصیت های تلویزیونی در سلامتی نشان داد که رسانه جمعی (تلویزیون) در بهبود مشارکت ورزشی و ارتقا سلامتی می تواند موثر باشد.

نتایج نشان داد که بین شاخص اوقات فراغت فعالیت بدنی براساس میزان استفاده از رسانه های ورزشی مختلف، تفاوت معناداری وجود دارد. همچنین مشاهده می شود شرکت کنندگان استفاده کننده از رسانه دیداری در مقایسه با شرکت کنندگان استفاده کننده از رسانه شنیداری به طور معناداری شاخص اوقات فراغت فعالیت بدنی بالاتری داشتند. همچنین شرکت کنندگان استفاده کننده از رسانه شنیداری در مقایسه با شرکت کنندگان استفاده کننده از رسانه شنیداری به طور معناداری شاخص اوقات فراغت فعالیت بدنی بالاتری داشتند. علاوه بر این، شرکت کنندگان استفاده کننده از رسانه شنیداری در مقایسه با شرکت کنندگان استفاده کننده از رسانه چاپی به طور معناداری شاخص اوقات فراغت فعالیت بدنی بالاتری داشتند. این یافته احتمالاً می تواند تأکیدی بر اهمیت مصرف رسانه ای در بهبود اوقات فراغت شهروندان شهر سمیرم باشد، همانطور که گفته شد عوامل زیادی می توانند بر سبک زندگی فعال در بین افراد تأثیرگذار باشند که با توجه به نتایج تحقیق مشاهده شد که هر سه نوع رسانه چاپی، دیداری و شنیداری از اهمیت بالای برخوردار هستند. با توجه به استفاده بیشتر شهروندان از این رسانه ها بدیهی است که این رسانه ها تأثیر بیشتری بر بهبود شاخص اوقات فراغت سبک زندگی افراد دارد، پس از بررسی نتایج تحقیق و مقایسه آن با نتایج تحقیقات گذشته می توان عنوان نمود که نتایج تحقیقات حاضر با نتایج تحقیقات پیلار و همکاران (۲۰۱۹)، خانمرادی و همکاران (۱۴۰۰) و کارگر و همکاران (۱۴۰۱) در یک راستا بود. در این زمینه خانمرادی و همکاران (۱۴۰۰) در نتایج تحقیق خود عنوان نمودند که اثر معناداری بین رسانه های ورزشی و مشارکت ورزشی ورزشکاران وجود دارد.

با توجه به نتایج تحقیق اهمیت رسانه های چاپی، دیداری و نوشتاری در بهبود شاخص های سبک زندگی فعال برجسته می شود. همچنین براساس مبانی نظری، گرینر در قالب نظریه کاشت، با اشاره به حضور پررنگ و تمام و کمال رسانه ها در زندگی افراد جامعه، معتقد است که رسانه ها با تبدیل شدن به یک عضو اصلی از خانواده دستورالعمل ها و شیوه های زندگی را ارج می دهد و با نفوذ فراگیر در بین افراد خانواده ها، به کاشت جهان بینی ها، نقش ها و ارزش های رایج در ذهن آن ها مبادرت می کند. بر اساس بحث گرینر، بین میزان مواجهه و استفاده از رسانه و محتوای رسانه ها و واقعیت پنداری آن ها در زندگی رابطه مستقیم وجود دارد. به عبارت بهتر، ساعت های متمادی مواجهه با رسانه ها باعث ایجاد تغییر در نگرش ها و دیدگاه ها می شوند و در واقع، باورها را درباره واقعیت های اجتماعی پرورش می دهند. وی هم چنین معتقد است که مخاطبین رسانه ها از آنچه انجام می دهند و اینکه چرا انجام

می دهند آگاه هستند و بر اساس انتخاب خود میان رسانه‌ها و محتواهای مختلف رسانه ای اعمال خود را در زندگی جهت می دهند؛ بنابراین می توان گفت که رسانه های می توانند نقش محوری در تغییر سبک زندگی مردم و بهبود فعالیت و افزایش مشارکت ورزشی آنان داشته باشد.

از محدودیتهای پژوهش حاضر این بود که با توجه به شرایط کرونا ارتباط گرفتن با آزمودنی‌ها به راحتی میسر نبود. بنابراین در بخشی از پژوهش از پرسشنامه الکترونیک استفاده گردید. زمان بر بودن ارتباط با تمامی نمونه‌های تحقیق و جمع‌آوری داده‌ها، عدم علاقه و همکاری کامل تعدادی از آزمودنی‌ها جهت پاسخگویی به تعدادی از سوالات، عدم همکاری برخی از شهروندان مربوطه جهت هماهنگی در راستای انجام تحقیق و وجود پیش‌فرض‌های منفی در بین بعضی از شهروندان در خصوص اظهار نظر و پاسخ به برخی سوالات از دیگر محدودیتهای پژوهش حاضر بود. لذا پیشنهاد میشود در تحقیقات آینده به سایر عوامل موثر بر سبک زندگی فعال نیز توجه شود و از سایر روش‌های جمع‌آوری اطلاعات نظیر مصاحبه برای شناخت و درک عمیق تر نسبت به موضوع استفاده شود.

با توجه به نتایج به دست آمده از پژوهش که بیانگر رابطه مثبت میان رسانه های جمعی با سبک زندگی فعال بود نتایج این تحقیق می تواند برای رسانه های ورزشی در جذب مخاطب و تغییر سبک زندگی آنها بسیار موثر باشد بنابراین: با توجه به مشکلات عدم تحرک کافی در بین شهروندان و عدم توجه به سبک زندگی فعال پیشنهاد می‌شود که نهادها و سازمان های موثر در این مقوله برای گرایش مردم به سمت ورزش و یک زندگی فعال از تمامی امکانات و روش‌ها مخصوصا از رسانه‌های جمعی استفاده کنند. همچنین توجه ویژه به رسانه هایی که تاثیرات بیشتری بر سبک زندگی مردم دارد، داشته باشند. توجه به رسانه‌های نوظهور با توجه به وسعت و تغییرات زیاد مانند رسانه های الکترونیک، توجه و همراه شدن با رسانه ها و استفاده از این رسانه ها در رسیدن به اهداف مخصوصا نهادهینه کردن سبک زندگی فعال در بین شهروندان با کمک این رسانه‌ها و با توجه به نتایج تحقیق مبنی بر اثرگذاری بهتر رسانه‌های دیداری در مقایسه با رسانه های شنیداری و چاپی به ورزشکاران توصیه می‌شود از محتوای رسانه‌های دیداری بیشتر استفاده کنند.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

این مطالعه با اهداف کاربردی و با رعایت کلیه دستورالعملهای پژوهشی و اصول اخلاقی در رابطه با شرکت‌کنندگان، از جمله رضایت آگاهانه، داوطلبانه، حق کناره‌گیری از پژوهش در صورت تمایل، و حفاظت از اطلاعات محرمانه آزمودنی‌ها، انجام پذیرفته است.

مشارکت نویسندگان

نویسندگان این پژوهش در کلیه مراحل اجرای پروژه مشارکت یکسانی داشته‌اند.

حامی مالی

در طول این پژوهش هیچگونه کمک مالی از منابع تأمین مالی در بخش عمومی، تجاری، و غیردولتی دریافت نشد.

تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان این مقاله، تعارض منافع وجود نداشته است.

سپاسگزاری

از کلیه شرکت‌کنندگان که در اجرای این پژوهش همکاری داشته‌اند، تشکر و قدردانی می‌گردد.

References

- Abioye, A. I., Hajifathalian, K., & Danaei, G. (2013). Do mass media campaigns improve physical activity? a systematic review and meta-analysis. *Archives of Public Health*, 71, 1-10. <https://doi.org/10.1186/0778-7367-71-20>
- Alikhah, F., Rostami, E. (2011). Media Consumption and Lifestyle (A Study Among Citizens of Tonekabon City), *Socio-Cultural Changes*, 7(1), 1-19. (Persian) https://journals.iau.ir/article/527891_0.html?lang=en
- Abbasi-Moghaddam, H., Esa'ili, M., Zargar, T. (2022). Presenting a model of the effect of media literacy, lifestyle on social identity changes (Case study: sports organizations in the country). *Socio-cultural changes*, 72(19), 55-73. (Persian) <https://journals.iau.ir/article/693355.html>
- Ballard, M., Gray, M., Reilly, J., & Noggle, M. (2009). Correlates of video game screen time among males: body mass, physical activity, and other media use. *Eating behaviors*, 10(3), 161-167. <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2009.05.001>
- Buckingham, D., & Roshani, M. (2010). *Media education, learning, media literacy, and contemporary culture*. <https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as>
- Baecke, J. A., Burema, J., & Frijters, J. E. (1982). A short questionnaire for the measurement of habitual physical activity in epidemiological studies. *The American journal of clinical nutrition*, 36(5), 936-942. <https://doi.org/10.1093/ajcn/36.5.936>
- Drenowatz, C., & Greier, K. (2019). Cross-sectional and longitudinal association of sports participation, media consumption and motor competence in youth. *Scandinavian journal of medicine & science in sports*, 29(6), 854-861. <https://doi.org/10.1111/sms.13400>
- Greenwood, K., Caple, H., & Lumby, C. (2010). *Towards a level playing field: sport and gender in Australian media*. Australian Sports Commission. <https://researchers.mq.edu.au/en/publications/towards-a-level-playing-field-sport-and-gender-in-australian-media>
- Golabi, F. (2022). Media and health-oriented lifestyle (Study of citizens' health-oriented lifestyle in East Azerbaijan province), *Journal of Iranian Social Development Studies*, 54(14), 65-80. (Persian) <https://doi.org/10.30495/jisds.2022.67830.11746>
- Gietzen, M. S., Gollust, S. E., Linde, J. A., Neumark-Sztainer, D., & Eisenberg, M. E. (2017). A content analysis of physical activity in TV shows popular among adolescents. *Research quarterly for exercise and sport*, 88(1), 72-82. <https://doi.org/10.1080/02701367.2016.1266459>
- Horne, J. (2005). Sport and the mass media in Japan. *Sociology of sport journal*, 22(4), 415-432. <https://doi.org/10.1123/ssj.22.4.415>
- Jahangiri, J., Tabeian, H., Zaravar, F., Zohri, M. (2013). *Media consumption and leisure time as a fundamental component of lifestyle (case study of female athletes)*. National Congress of Leisure and Youth Lifestyle. (Persian) <https://www.sid.ir/paper/840161/fa>
- Khaledian, M. , Mostafaei, F. , Samadi, M. and Kia, F. (2013). The role of mass media in the development of sport. *Communication Management in Sport Media*, 1(2), 48-55. (Persian) <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.23455578.1392.1.2.6.4>
- Kashef, M., Seyedi Silabi, A. (2017). The relationship between media consumption and decision-making styles of sports goods consumers, a case study of Urmia city, Third National Conference of Sport Sciences and Physical Education of Iran, Tehran. (Persian) <https://civilica.com/doc/654095/>
- Khanmradi, S., Zardashtian, Sh., Fattahi, Sh., Dixon, J. (2021). Media and Sports Participation with an Emphasis on Socio-Economic Factors: An Econometric Model with a Simultaneous Equations Approach. *Interdisciplinary Journal of Management Studies*, 3 (14), 565-583. (Persian) <https://www.sid.ir/paper/370376/fa>
- Kargar sharifabad, A., Nazari, R., Salimi, M. (2022). Explaining the Health-Related Factors Affecting the Institutionalization of Sports in Iranian Families. *The Journal of Toloo-e-behdasht*, 21 (1) :43-56. (Persian) <http://dx.doi.org/10.18502/tbj.v21i1.9936>
- Mahdizadeh, S. and Khashei, R. (2018). The Role of the Media in Choosing Healthy Life Styles; with Emphasise on Media Consumption of Citizens in Tehran. *Communication Research*, 25(94), 51-78. (Persian) <http://dx.doi.org/10.22082/cr.2018.68751.1406>
- Morley, B., Niven, P., Dixon, H., Swanson, M., Szybiak, M., Shilton, T., ... & Wakefield, M. (2019). Association of the LiveLighter mass media campaign with consumption of sugar-sweetened

- beverages: Cohort study. *Health Promotion Journal of Australia*, 30, 34-42. <https://doi.org/10.1002/hpja.244>
- Nerini, A. (2015). Media influence and body dissatisfaction in preadolescent ballet dancers and non-physically active girls. *Psychology of Sport and Exercise*, 20, 76-83. <http://dx.doi.org/10.1016/j.psychsport.2015.04.011>
- Pilar, P. M., Rafael, M. C., Félix, Z. O., & Gabriel, G. V. (2019). Impact of sports mass media on the behavior and health of society. A systematic review. *International journal of environmental research and public health*, 16(3), 486. <https://doi.org/10.3390/ijerph16030486>
- Sanaei, M., Zardashtian, Sh., Norouzi Seyed Hosseini, R. (2013). The effect of physical activities on quality of life and life expectancy in the elderly of Mazandaran province. *Sports Management Studies*, 17(10), 137-158. (Persian) <https://www.noormags.ir/view/en/articlepage/1078155>