

## The Role of Media Consumption on Physical Activity Based on Health Pattern in Iranian Students by Pender's Model

### ABSTRACT

**Background and Objective:** This study investigated the role of media consumption on physical activity based on health pattern in Iranian. The method of this research was descriptive correlation with Structural Equation Method.

**Materials and Methods:** The statistical population of this study consisted of all students aged 11-19 years in the whole country that 384 students were selected as statistical sample by cluster random sampling method. Two media consumption and physical activity based on health pattern Pender Were used to collect the research data. The formal and content validity of the questionnaires were confirmed and their reliability was obtained using Cronbach's alpha method 0.934 and 0.834, respectively. For data analyzing by SPSS software and Amos software of Kolmogorov-Smirnov test, Pearson correlation coefficient and structural equation modeling were used.

**Results:** The results showed that media consumption had a positive and significant effect ( $P = 0.001$ ) on Physical Activity behaviour (Beta = 0.82), Exercise Benefits (Beta = 0.80) and Exercise self-efficacy (Beta = 0.74) and Exercise Barriers (Beta = -0.61).

**Conclusion:** Therefore, it can be said that media consumption improves the level of physical activity based on students' health patterns. So, it is recommended that the media, especially sports media, pay special attention to children in their programs.

**Keywords:** Media consumption, physical activity based on health pattern, Students, Iran

**Paper Type:** Research Article.

► **Citation (Vancouver):** Anari Gh, Ghasemi H, Farahani A. The Role of Media Consumption on Physical Activity Based on Health Pattern in Iranian Students by Pender's Model. *Iran J Health Educ Health Promot. Spring 2020*;8(2): 172-186. [Persian]x

► **Citation (APA):** Anari Gh., Ghasemi H., Farahani A. The Role of Media Consumption on Physical Activity Based on Health Pattern in Iranian Students by Pender's Model. (Summer 2020). Conc... *Iranian Journal of Health Education & Health Promotion.*, 8(2), 172-186 . [Persian]

### Gholam Rezaa Anari

PhD student in sports marketing management, Payame Noor University, Department of Physical Education and Sports Science, Tehran, Iran.

### Hamid Ghasemi

\* Associate Professor of Sport Management, Payame Noor University, Department of Physical Education and Sports Science, Tehran, Iran (Corresponding Author):

ghasemione@yahoo.com

### Abolfazl Farahani

Professor of Sport Management, Payame Noor University. Department of Physical Education and Sports Science, Tehran, Iran.

Received: 27 December 2019

Accepted: 17 March 2020

Doi: 10.29252/ijhehp.8.2.172

## نقش مصرف رسانه‌ای بر انجام فعالیت بدنی براساس الگوی پندر در دانش آموزان ایران با ارائه الگوی کاربردی

### چکیده

**زمینه و هدف:** هدف این مطالعه بررسی نقش مصرف رسانه‌ای بر انجام فعالیت بدنی براساس الگوی پندر در دانش آموزان ایران بود.

**مواد و روش‌ها:** روش این تحقیق توصیفی همبستگی به روش معادلات ساختاری بود. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه دانش آموزان ۱۱ تا ۱۹ ساله کل کشور بود که با استفاده روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای تعداد ۳۸۴ نفر به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌های تحقیق از دو پرسشنامه مصرف رسانه‌ای و فعالیت بدنی براساس الگوی پندر استفاده شد. روایی صوری و محتوی پرسشنامه‌ها مورد تأیید و پایایی آن‌ها با استفاده از روش آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۹۳۴ و ۰/۸۳۴ به دست آمد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای آماری نسخه ۱۹ و نرم‌افزار Amos نسخه ۱۸ انجام و از آمار توصیفی و از آزمون کلمو گروف اسمیرنوف، ضریب همبستگی پیرسون و مدلیابی معادلات ساختاری استفاده شد. **یافته‌ها:** نتایج نشان داد که مصرف رسانه‌ای بر تغییر رفتار ( $Beta = ۰/۸۲$ )، فواید درک شده ( $Beta = ۰/۸۰$ )، خودکارآمدی دانش آموزان ( $Beta = ۰/۷۴$ )، موانع درک شده دانش آموزان ( $Beta = -۰/۶۱$ )، تأثیر معناداری دارد ( $p = ۰/۰۰۱$ )

**نتیجه گیری:** مصرف رسانه‌ها سبب ارتقاء سطح فعالیت بدنی براساس الگوی سلامت پندر در میان دانش آموزان می‌شود. لذا پیشنهاد می‌شود رسانه‌ها بخصوص رسانه‌های ورزشی در برنامه‌های خود به برنامه‌های ورزشی مبتنی بر فعالیت‌های بدنی کودکان توجه ویژه‌ای داشته باشند.

**کلید واژه:** مصرف رسانه، الگوی فعالیت بدنی، دانش آموزان، ایران

**نوع مقاله:** مطالعه پژوهشی.

### غلامرضا اناری

دانشجوی دکتری مدیریت بازاریابی ورزشی، دانشگاه

پیام نور، تهران، ایران

### حمید قاسمی

\* دانشیار مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، تهران،

ایران (نویسنده مسئول)

Email ghasemione@yahoo.com

### ابولفضل فراهانی

استاد مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۰/۰۶

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۱۲/۲۷

◀ **استناد (ونکوور):** اناری غ، قاسمی ح، فراهانی ا. نقش مصرف رسانه‌ای بر انجام فعالیت بدنی براساس الگوی پندر در دانش آموزان ایران با ارائه الگوی کاربردی. *فصلنامه آموزش بهداشت و ارتقاء سلامت*. تابستان ۱۳۹۹؛ ۸(۲): ۱۷۲-۱۸۶.

◀ **استناد (APA):** اناری، غلامرضا؛ قاسمی، حمید؛ فراهانی، ابولفضل. (تابستان ۱۳۹۹). نقش مصرف رسانه‌ای بر انجام فعالیت بدنی براساس الگوی پندر در دانش آموزان ایران با ارائه الگوی کاربردی. *فصلنامه آموزش بهداشت و ارتقاء سلامت*. ۸(۲): ۱۷۲-۱۸۶.

## مقدمه

فعالیت بدنی منظم به عنوان یکی از شاخص‌های سلامت جوامع، باعث تعدیل عوامل خطر بیماری‌های قلبی عروقی شده و باعث سلامت روان و عزت نفس می‌گردد (۱-۲). تخمین زده می‌شود که فعالیت بدنی ناکافی مسئول حدود ۳۰ درصد از بار بیماری‌های ایسکمی قلبی، ۲۱-۳۵ درصد از سرطان سینه و کولون و ۲۷ درصد از دیابت باشد (۳). طبق گزارش سازمان بهداشت جهانی فعالیت بدنی ناکافی چهارمین علت مرگ و میر در جهان می‌باشد (۳). بنابراین فعالیت بدنی منظم برای بهبود سلامت عمومی و به طور غیرمستقیم جهت کاهش بار بیماری و هزینه‌های پزشکی در جوامع توصیه می‌شود (۴). علیرغم فواید فعالیت بدنی برای سلامت جوانان، مطالعات متعدد، شیوع کم تحرکی را در کودکان و نوجوانان نشان می‌دهد (۵). شواهدی مبنی بر کاهش سطح فعالیت بدنی و شیوع چاقی در کودکان و نوجوانان ایرانی ارائه شده است (۶) پیش بینی می‌شود که بیش از ۷۰ درصد نوجوانان چاق به بزرگسالان چاق تبدیل می‌شوند (۷). همچنین وضعیت‌هایی مانند دیابت نوع دو، افزایش کلسترول و فشارخون که قبلاً در بزرگسالان دیده می‌شد، امروزه به دلیل افزایش شیوع چاقی در کودکان و نوجوانان بیشتر رایج شده است (۸). عادات و الگوی فعالیت بدنی در کودکی و نوجوانی شکل گرفته و به احتمال زیاد تا سال‌های بعدی عمر باقی می‌ماند (۹)، پس کودکی و نوجوانی فرصتی برای مداخله و تشویق به انجام رفتارهای سالم و مثبت مانند فعالیت بدنی می‌باشد (۱۰). جهت طراحی و اجرای مداخله در راستای افزایش فعالیت بدنی در نوجوانان، به تعیین فاکتورهای مؤثر بر انجام فعالیت بدنی که باعث ارتقاء سبک زندگی فعال و پیشگیری از بی تحرکی در این گروه سنی می‌شود، نیاز است (۱۱). یکی از الگوهای جامع و پیشگویی کننده رفتارهای ارتقا دهنده سلامت که چارچوب نظری جهت کشف فاکتورها و عوامل مؤثر بر رفتارهای ارتقاء سلامت ایجاد می‌نماید، الگوی ارتقاء سلامت پروفیسور پندر می‌باشد (۱۲). رفتار فعالیت بدنی رفتار پیچیده‌ای است که در انجام آن عوامل متعددی نقش بازی می‌کنند (۱۳) و از آنجایی که این الگو جهت ایجاد تغییر

رفتار رویکرد اکولوژیکال داشته که فاکتورهای درون فردی، بین فردی، سازمانی و اجتماعی را در نظر می‌گیرد، به نظر می‌رسد در شناسایی عوامل مؤثر در ایجاد و حفظ این رفتار کمک کننده باشد (۷). این الگو شامل سه گروه از مفاهیم شامل تجربیات و خصوصیات فردی، احساسات و شناخت‌های اختصاصی رفتار و رفتارهای فوری محتمل الوقوع می‌باشد (۱۴). تجربیات و خصوصیات فردی در برگیرنده دو سازه رفتارهای مرتبط قلبی و فاکتورهای شخصی بوده و به صورت مستقیم و غیرمستقیم از طریق احساسات و شناخت‌ها، رفتار را تحت تأثیر قرار می‌دهند (۱۵). احساسات و شناخت‌ها شامل سازه‌های فواید درک شده، موانع درک شده عمل، خودکارآمدی درک شده، احساس مرتبط با رفتار، تأثیرگذارنده‌های بین فردی و تأثیرگذارنده‌های موقعیتی می‌باشد (۷، ۱۶).

یکی از روش‌های آموزش فعالیت‌های ورزشی و بالا بردن انگیزه مشارکت در فعالیت‌های ورزشی، بالاخص برای دانش‌آموزان کمک گرفتن از رسانه‌های تصویری نظیر سینما و تلویزیون و به ویژه نمایش فیلم‌های آموزشی است که یکی از روش‌های مؤثر در تشویق و ترغیب افراد جامعه و گروه‌های هدف به گرایش هر چه بیشتر به سمت فعالیت‌های ورزشی و فاصله گرفتن از بی تحرکی می‌باشد (۱۷). در تحقیق انجام گرفته توسط al et Aly نشان داده شده که به کارگیری رسانه‌های تصویری نظیر نمایش فیلم در آموزش مخاطبان و بیماران بسیار مفید بوده است (۱۸). منوچهری نژاد و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیقی با عنوان شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر نهادینه سازی فرهنگ ورزش در کودکان و نوجوانان از دیدگاه معلمان تربیت بدنی نشان دادند که فعالیت‌های خانواده و گروه‌های همسالان، فعالیت سازمان‌های غیر دولتی (بخش خصوصی و سازمان‌های مردم نهاد، فعالیت نهادهای دولتی (سازمان‌های ورزشی، مدرسه و رسانه) بر نهادینه سازی فرهنگ ورزش کودکان و نوجوانان نقش دارد (۱۹). عرب نرمی (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان تلویزیون و ورزش در زندگی روزمره عنوان داشت که شرایط موجود تلویزیون نقش چندانی در تعریف و شکل دادن به زندگی افراد در بعد مشارکت و فعالیت بدنی ندارد، اما احتمالاً روی آوردن

القول هستند. در این میان نیاز ضدونقیصی به دست آمده وی هیچکدام از تحقیقات به الگو رفتار فعالیت بدنی بر اساس الگوی ارتقای سلامت پرداخته نشده است.

مطالعات حاکی از آن است که محیطی که امروزه افراد در آن به سر می‌برند، عمدتاً محیطی است که تحت تأثیر عملکرد رسانه‌ها شکل گرفته است (۲۶). به دلیل همین قدرت و نفوذ رسانه‌ها، می‌توان گفت که رسانه‌ها نقش هدایت‌گری و راهنمایی افراد را در تصمیم‌گیری‌ها نیز ایفا می‌کنند. افکار عمومی زمانی شکل می‌گیرد که جمعیتی به موضوعی خاص از طریق رسانه (نظام ارتباطی) توجه کنند. رسانه با نقش آگاه‌کننده و هوشیارسازی که دارد مردم را نسبت به موضوعاتی که در اطرافشان می‌گذرد، آگاه می‌سازد. کار رسانه، هدایت افراد به سمت موضوعات مورد توجهشان و معطوف نمودن جامعه به مسائل مهم است. در عصر حاضر (که آن را عصر اطلاعات می‌دانند)، بهره‌گیری از منابع گوناگون اطلاعاتی به عنوان منابع مختلف تغذیه فکری بشر مورد توجه قرار گرفته است. جوامع اطلاعاتی برای آن که شهروندانی فرهیخته و با سواد داشته باشند، باید اطلاعات مناسب و لازم برای آنان را از طرق مختلف در اختیارشان قرار دهند. این امر سبب می‌شود افراد در ابعاد گوناگون رشد یابند و علاوه بر داشتن تخصص‌های مورد نیاز جامعه، از بینش و دانشی که برای هر شهروند و همچنین برای گذران یک زندگی متفکرانه لازم است، برخوردار شوند. رسانه‌های جمعی و خصوصاً تلویزیون نقش بی‌بدیلی در اثرگذاری بر افکار، ادراکات، نگرش‌ها و نیز رفتارهای افراد جامعه دارند (۲۷). رسانه‌های گروهی به عنوان یکی از عوامل بسیار مهم اجتماعی کردن مطرح هستند (۲۸). رسانه‌ها دارای اثرات وسیع و گوناگونی هستند. این تأثیرات روانی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی هستند که بر عقاید، ارزش‌ها، مهارت‌ها و سلیقه‌ها اثر می‌گذارند. رسانه‌ها، فراهم آورنده دانش و شکل‌دهنده ارزش‌ها هستند و مردم همواره از آن‌ها تأثیر می‌پذیرند و می‌آموزند (۲۹). اهمیت وظیفه آموزشی وسایل ارتباطی در جوامع معاصر، به حدی است که بعضی از جامعه‌شناسان برای مطبوعات و رادیو و تلویزیون و سینما نقش "آموزش موازی" یا "آموزش دایمی"

مخاطبان در شکل دهی و زمان بندی برنامه‌های ورزشی تلویزیون و پخش موجود نقش دارد (۲۰). شعبانی و رضایی صوفی (۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان بررسی تأثیر رسانه‌ها بر ورزش همگانی و تفریحی نشان دادند که اختصاص ورزش صبحگاهی به عنوان یکی از برنامه‌های رادیو و تلویزیون و وجود برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی برای آموزش و ترویج ورزش همگانی از عوامل مهم و تأثیرگذار بر فرهنگ مردم برای بالا بردن میزان فعالیت بدنی مؤثر می‌باشد (۲۱). ظهیری نیا و همکاران (۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان بررسی تأثیر خانواده و رسانه‌های گروهی بر مشارکت دانشجویان دختر در فعالیت‌های ورزشی دانشجویان دختر دانشگاه هرمزگان نشان دادند که بین خانواده و رسانه‌های گروهی با مشارکت دختران در فعالیت‌های ورزشی رابطه‌ای مستقیم و معنی‌دار وجود دارد (۲۲). et al Geraee در تحقیقی با عنوان تأثیر آموزش سواد رسانه‌ای بر دانش و قصد رفتاری نوجوانان در برخورد با پیام‌های رسانه‌ای با توجه به مراحل تغییر عنوان کردند که آموزش برنامه ریزی شده برنامه‌ها تأثیر معناداری بر قصد رفتاری دانش‌آموزان در برخورد با پیام‌های رسانه‌های جمعی دارد (۲۳). et al Tavakolli در پژوهش خود مبنی بر نقش رسانه‌های اجتماعی در توسعه ورزش نشان دادند که رسانه‌های گروهی تا آنجایی که متغیرها به ورزش مربوط می‌شدند، بیشتر تمرکز رسانه‌ها بر ورزش قهرمانی و حرفه‌ای به تعداد محدودی از رشته‌ها به خصوص فوتبال می‌باشد و توجه کافی به ورزش‌های تفریحی و همگانی از طریق رسانه‌های جمعی دریافت نمی‌شود (۲۴). Thomas et al در فرا تحلیلی با عنوان بررسی تأثیر کمپانی‌های رسانه‌های جمعی بر فعالیت‌های فیزیکی در مقایسه با گروه‌های اجتماعی و اقتصادی بالا مقالات منتشر شده از سال ۱۹۹۰ تا ۲۰۱۶ را بررسی کردند نتایج این فراجتحلیل مبین این بود که نقش رسانه‌های جمعی اثرات ناآدولانه‌ای بر اقشار مختلف با درآمد بالا و پایین جامعه داشته است و عمدتاً این تأثیر بر افراد با وضعیت اقتصادی اجتماعی پایین نسبت به افراد با درآمد بالا کمتر بود (۲۵). همانگونه نتایج این تحقیقات نشان می‌دهد تمامی محققان بر اهمیت و نقش رسانه‌ها بر زندگی افراد متفق

قائل هستند (۳۰). جامعه شناسان معتقدند که وسایل ارتباطی با پخش اطلاعات و معلومات جدید، به موازات کوشش معلمان و اساتید، وظیفه آموزشی انجام داده و دانستنی‌های عملی، فرهنگی و اجتماعی دانش آموزان و دانشجویان را تکمیل می‌کنند (۳۱). در طول طراحی پیام‌های آموزشی، تعیین کانال‌های ارتباطی و رسانه‌هایی که بیشترین اثربخشی را در گروه هدف دارند، ضروری است (۳۲). با توجه به گستردگی حوزه‌های مطالعاتی ورزش در جامعه، همواره نگرش‌های مختلفی (قوت و ضعف) بر شکل‌گیری فعالیت‌ها یا رفتارهای ورزشی افراد جامعه تأثیرگذار بوده است. یکی از مهم‌ترین نگرش‌ها در حوزه مطالعات ورزشی، که نقش مهمی در شکل‌گیری رفتارهای ورزشی افراد جامعه دارد نگرش ورزشی می‌باشد. اما این حوزه نیز تحت تأثیر تجربیات، محیط، ویژگی‌ها و سایر عوامل است که پرداختن به آن خارج از حوصله این پژوهش است. اما آنچه در کنار سایر عوامل تأثیرگذار بر نگرش ورزشی، از اهمیت بالایی برخوردار است، موضوع و مبحث رسانه‌ها می‌باشد. رسانه‌ها افزون بر اطلاعاتی که در اختیار مخاطبان قرار می‌دهند، تفسیر و تحلیل‌هایی ارائه می‌کنند که به تدریج بخشی از نظام معرفتی (شناختی) افراد را تشکیل می‌دهد. رسانه‌ها در عصر ارتباطات و اطلاعات، یکی از مهم‌ترین ابزارهای دسترسی به اهداف تلقی می‌شوند و مصرف و کاربرد انواع آن‌ها از جهات گوناگون و در میان گروه‌های مختلف اجتماعی مورد توجه قرار گرفته است (۳۳). به عبارت دیگر، گروه‌های مختلف اجتماعی بنا بر متغیرهای مختلف اجتماعی فرهنگی به گونه‌ای با رسانه‌ها پیوند خورده‌اند (۳۴). بنابراین 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. بنابراین با توجه به نقش و اهمیت رسانه بر افراد بالخص کودکان و با توجه به جدی‌تر شدن مسأله بی‌حرکی و اهمیت فعالیت‌های آگاهی‌دهنده و آموزشی در حیطه فعالیت بدنی و سلامت جسمی در دانش‌آموزان و با وجود تفاوت‌هایی در

زمینه‌های مختلف بین گروه‌های اجتماعی جامعه ما دیگر جوامع، بر آن شدیم تا با انجام این تحقیق به بررسی نقش مصرف رسانه‌ای بر انجام فعالیت بدنی براساس الگوی سلامت در دانش‌آموزان ایران پرداخته و با ارائه الگوی کاربردی راهکارهای جهت بهبود سواد حرکتی و فعالیت‌های بدنی بیشتر ارائه شود.

### مواد و روش‌ها

بر مبنای نظریه پیازه فرایند پژوهش (۳۵)، روش این تحقیق از لحاظ ماهیت پژوهش (تبیین و پیش‌بینی)؛ نحوه انجام تحقیق (رویکرد کمی)؛ پارادایم حاکم بر تحقیق (اثبات‌گرایی)؛ رویکرد پژوهش (قیاسی)؛ استراتژی تحقیق (کاربردی)؛ منبع گردآوری داده‌های تحقیق (مطالعات کتابخانه‌ای، میدانی)؛ روش تجزیه و تحلیل داده‌ها تحقیق (روش یابی معادلات ساختاری) بود. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه دانش‌آموزان ۱۱ تا ۱۹ ساله کل کشور بود. چنانچه حجم جمعیت از ۱۰۰ هزار نفر تا ۳۰۰ میلیون نفر باشد، حجم نمونه بر اساس جدول مورگان برابر با ۳۸۴ نفر است (۳۶). لذا برای انتخاب نمونه آماری در این تحقیق به دلیل حجم بالای جامعه آماری تحقیق تعداد ۳۸۴ نفر را با استفاده از جدول مورگان انتخاب و پرسشنامه در اختیار آنها قرار گرفت روش نمونه‌گیری در این تحقیق به دلیل گستردگی و پراکندگی جامع آماری بر اساس روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای بود. به این صورت که ابتدا کشور ایران را به پنج قسمت (شمال، جنوب، شرق، غرب و مرکز) تقسیم از هر قسمت یک استان به صورت تصادفی انتخاب شد در مجموع ۵ استان (تهران، قم، کرمانشاه، مشهد، آذربایجان غربی) انتخاب خواهند شد. از هر استان دو شهر (۱۰ شهر) به صورت تصادفی انتخاب و از هر شهر ۲ مدرسه پسرانه و دخترانه (در مجموع ۲۰ مدرسه دخترانه و پسرانه) انتخاب و پرسشنامه‌ها را در اختیار آنها قرار داده شد. پرسشنامه‌های مورد استفاده در این تحقیق شامل یک پرسشنامه جمعیت شناختی و دو پرسشنامه می‌باشد به شرح ذیل می‌باشد:

**مصرف رسانه‌ای:** برای سنجش مصرف رسانه‌ای دو بعد مصرف رسانه‌های داخلی و مصرف رسانه‌های خارجی در نظر گرفته شد.

یک (خیلی کم) تا پنج (خیلی زیاد) شماره گذاری شده است. حداقل نمره خودکارآمدی نسبت به ورزش ۸ و حداکثر آن ۴۰ است. نمره بالاتر خودکارآمدی بیشتر را نشان می‌دهد. روایی و پایایی این پرسشنامه نیز در مطالعات پیشین تأیید شده است (۳۹). تجزیه و تحلیل نتایج حاصل از این پژوهش با استفاده از نرم افزار آماری نسخه ۱۹ و نرم افزار Amos نسخه ۱۸ در دو سطح توصیفی و استنباطی انجام گرفت. در سطح آمار توصیفی از آماره‌هایی نظیر فراوانی، درصد، میانگین و انحراف استاندارد استفاده گردید. در سطح آمار استنباطی از آزمون کلمو گروف اسمیرنوف برای تعیین نرمال بودن داده‌ها، ضریب همبستگی پیرسون و مدلیابی معادلات ساختاری استفاده شد. کد اخلاق اختصاص یافته به این پژوهش از طرف دانشگاه پیام نور تهران IR.PNU.REC.1398.183 می‌باشد.

نتایج جدول ۱ نشان داد که ۵۰ درصد نمونه مورد مطالعه دختر و ۵۰ درصد نمونه پسر بود. ۶/۸ درصد از پدران دانش آموزان بی‌سواد ۱۵/۹ درصد تحصیل ابتدایی، ۲۹/۴ درصد دیپلم، ۳۰/۵ درصد فوق دیپلم، ۱۷/۴ درصد لیسانس و بالاتر داشتند. ۶ درصد از مادران دانش آموزان بی‌سواد ۲۲/۴ درصد تحصیل ابتدایی، ۳۲/۶ درصد دیپلم، ۲۸/۴ درصد فوق دیپلم، ۱۰/۴ درصد لیسانس و بالاتر داشتند. ۳/۹ درصد از نمونه مورد مطالعه ۱۰ تا ۱۱ سال، ۱۱/۲ درصد ۱۱ تا ۱۲ سال، ۹/۱ درصد ۱۲ تا ۱۳ سال، ۶/۸ درصد ۱۳ تا ۱۴ سال، ۶/۸ درصد ۱۴ تا ۱۵ سال، ۱۳/۳ درصد ۱۵ تا ۱۶ سال، ۱۷/۴ درصد ۱۶ تا ۱۷ سال، و ۲۰/۶ درصد ۱۷ تا ۱۸ سال و ۱۰/۹ درصد ۱۸ تا ۱۹ سال سن داشتند. ۵۸/۱ درصد از شغل پدران دانش آموزان آزاد، ۳۶/۵ درصد کارمند و ۵/۲ درصد از آنها نیز بیکار بودند. ۷۳/۷ درصد از شغل مادران دانش آموزان خانه دار، ۲۶/۳ درصد شاغل بودند. وضعیت اقتصادی ۱۳ درصد از خانواده دانش آموزان ضعیف، ۴۴/۵ درصد متوسط، ۳۲/۳ درصد خوب و ۱۰/۳ درصد وضعیت اقتصادی بسیار خوب داشتند. ۳۳/۶ درصد از مصرف رسانه‌ای دانش آموزان رادیو و تلویزیون بود، ۳۴/۴ درصد اینترنت، ۱۰/۷ درصد ماهواره، ۱۰/۲ درصد فیلم ۴/۴ درصد کتاب، ۶/۸ درصد روزنامه و نشریه‌های علمی بود

در هر یک از این ابعاد از افراد خواسته شده تا میزان مصرف و نوع برنامه مورد استفاده خود را ذکر نمایند.

### پرسشنامه فعالیت بدنی براساس الگوی ارتقای سلامت

جهت بررسی فعالیت بدنی بر اساس الگوی ارتقای سلامت از پرسشنامه چند وجهی به شرح ذیل استفاده شد: سؤالات مربوط به مراحل تغییر رفتار فعالیت جسمی که از پرسشنامه (Physical Activity Staging) استفاده شد. بر اساس این پرسشنامه افراد در مراحل مختلف تغییر فعالیت فیزیکی که شامل مرحله پیش تفکر، تفکر، آمادگی، عمل و حفظ و نگهداری است طبقه بندی می‌شوند. این پرسشنامه شامل ۴ سؤال دو گزینه‌ای (بلی و خیر) می‌باشد و با توجه به پاسخ این بخش از سؤالات افراد مورد مطالعه در هر یک از مراحل تغییر رفتار فعالیت جسمی طبقه بندی می‌شوند. روایی و پایایی پرسشنامه بین المللی فعالیت فیزیکی در مطالعه بشیری موسوی و همکاران با ضریب همبستگی ۰/۸۶ به دست آمده است که نشانگر پایایی مطلوب پرسشنامه بود (۳۷-۳۸). بخش دوم سؤالات مربوط به فواید درک شده و موانع درک شده نسبت به ورزش و فعالیت جسمی بود که از پرسشنامه (Exercise Benefits/Barriers Scale) استفاده شد. این پرسشنامه شامل ۴۳ سؤال چهارگزینه‌ای براساس طیف لیکرت (از کاملاً موافق تا کاملاً مخالف) می‌باشد ۱۴ سؤال آن مربوط به موانع درک شده و ۲۹ سؤال مربوط به فواید درک شده نسبت به ورزش و فعالیت جسمی است. حداقل نمره منافع درک شده نسبت به ورزش ۲۹ و حداکثر آن ۱۱۶ است. همچنین در مورد موانع درک شده نسبت به ورزش حداقل نمره آن ۱۴ و حداکثر آن ۵۶ است. هرچه که این نمرات بالاتر باشند منافع و موانع درک شده نسبت به ورزش بیشتر است. ضریب آلفای کرونباخ مقیاس فواید درک شده ۰/۸۹ و موانع درک شده بوده است (اسچریت<sup>۱</sup> و همکاران، ۱۹۸۷). بخش سوم سؤالات مربوط به خودکارآمدی بود. برای تعیین خودکارآمدی از پرسشنامه ۸ سؤالی (Exercise self-efficacy scale) استفاده شد. مقیاس پاسخگویی به پرسشنامه بر اساس طیف لیکرت ۵ درجه‌ای بود که از



جدول ۱: مشخصات دموگرافیک جمعیت مورد مطالعه (۳۸۴ نفر)

متغیر	فراوانی	درصد	متغیر	فراوانی	درصد	
جنسیت	دختر	۱۹۲	۵۰٪	آزاد	۲۲۳	۵۸/۱
	پسر	۱۹۲	۵۰٪	کارمند	۱۴۰	۳۶/۵
	بی سواد	۲۶	۶/۸٪	بیکار	۲۰	۵/۲٪
تحصیلات پدر	ابتدایی	۶۱	۱۵/۹٪	خانه دار	۲۸۳	۷۳/۷٪
	دیپلم	۱۱۳	۲۹/۴٪	شاغل	۱۰۱	۲۶/۳٪
	فوق دیپلم	۱۱۷	۳۰/۵٪	ضعیف	۵۰	۱۳٪
	لیسانس و بالاتر	۶۷	۱۷/۴٪	متوسط	۱۷۱	۴۴/۵٪
	بی سواد	۲۳	۶٪	خوب	۱۲۴	۳۲/۳٪
تحصیلات مادر	ابتدایی	۸۶	۲۲/۴٪	بسیار خوب	۳۹	۱۰/۲٪
	دیپلم	۱۲۵	۳۲/۶٪	۱۳ تا ۱۴ سال	۲۶	۶/۸٪
	فوق دیپلم	۱۰۹	۲۸/۴٪	۱۴ تا ۱۵ سال	۲۶	۶/۸٪
	لیسانس و بالاتر	۴۰	۱۰/۴٪	۱۵ تا ۱۶ سال	۵۱	۱۳/۳٪
	۱۰ تا ۱۱ سال	۱۵	۳/۹٪	۱۶ تا ۱۷ سال	۶۷	۱۷/۴٪
سن	۱۱ تا ۱۲ سال	۴۳	۱۱/۲٪	۱۷ تا ۱۸ سال	۷۹	۲۰/۶٪
	۱۲ تا ۱۳ سال	۳۵	۹/۱٪	۱۸ تا ۱۹ سال	۴۲	۱۰/۹٪
رسانه مصرفی	رادیو و تلویزیون	۱۲۹	۳۳/۶٪	فیلم	۳۹	۱۰/۲٪
	اینترنت	۱۳۲	۳۴/۴٪	کتاب	۱۷	۴/۴٪
	ماهواره	۴۱	۱۰/۷٪	روزنامه-نشریه	۲۶	۶/۸٪

ساختارهای گشتاوری<sup>۱</sup> (AMOS.v.18) و بسته‌ی آماری برای علوم اجتماعی<sup>۲</sup> (SPSS v.19) صورت گرفت. با توجه به اینکه ضریب آزمون KMO همواره بین صفر و یک در نوسان است، در صورتی که مقدار آن کمتر از ۰/۰۵ باشد داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب نخواهند بود و اگر مقدار آن بین ۰/۰۵ تا ۰/۶۹ باشد می‌توان با احتیاط بیشتر به تحلیل عاملی پرداخت. اما در صورتی که مقدار آن بزرگتر از ۰/۷۰ باشد همبستگی موجود در بین داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب خواهند بود. از آنجایی که مقدار شاخص KMO برابر با ۰/۸۶۶ است تعداد نمونه برای تحلیل عاملی کافی است. همچنین مقدار sig آزمون بارتلت کوچکتر از ۰/۰۵ است که نشان می‌دهد تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار مدل عاملی مناسب است و فرض شناخته شده بودن ماتریس همبستگی رد می‌شود. نتیجه آزمون کفایت

روایی سازه‌ای پرسش‌نامه با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی تأییدی با استفاده از نرم افزار AMOS مورد ارزیابی قرار گرفت و معناداری با رد شدن گویه‌های مربوطه به سازه‌های مورد نظر، مورد تأیید قرار گرفت. نتایج تحلیل عاملی تأییدی در جدول ۲ آورده شده است. همچنین انسجام درونی ابزارهای مورد استفاده نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ارزیابی شد که در جدول شماره ۳ گزارش شده است. همانطور که مشاهده می‌گردد تمامی مقادیر بالای ۰/۷ می‌باشد که می‌توان نتیجه گرفت ابزار از پایایی لازم برخوردار است.

به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها روش‌های مختلف تحلیل آماری، نظیر تحلیل همبستگی پیرسون برای محاسبه‌ی ضرایب همبستگی مرتبه‌ی صفر، مدل‌یابی معادله‌ی ساختاری برای بررسی برازش الگوی معادله‌ی ساختاری با داده‌های -جمع‌آوری شده مورد استفاده قرار گرفت. تحلیل‌های مورد نظر با استفاده از نرم‌افزارهای تحلیل

1. Analysis of Moment Structures-AMOS

2. Statistical Package for Social Sciences-SPSS

داده‌ها برای تحلیل عاملی در جدول ۲ آورده شده است.

جدول ۲: نتایج تحلیل عاملی تأییدی (CFA) برای سؤالات تحقیق

متغیر	گویه	وزن رگرسیونی (بار عاملی)	معناداری	نتیجه	متغیر	گویه	وزن رگرسیونی (بار عاملی)	معناداری	نتیجه
مصرف رسانه	q1	۰/۶۵	۰/۰۰۰	معنادار	انجام فعالیت بدنی	q32	۰/۵۷	۰/۰۰۰	معنادار
	q2	۰/۷۰	۰/۰۰۰	معنادار		q33	۰/۶۷	۰/۰۰۰	معنادار
	q3	۰/۷۰	۰/۰۰۰	معنادار		q34	۰/۶۶	۰/۰۰۰	معنادار
	q4	۰/۵۴	۰/۰۰۰	معنادار		q35	۰/۵۳	۰/۰۰۰	معنادار
	q5	۰/۷۹	۰/۰۰۰	معنادار		q36	۰/۶۴	۰/۰۰۰	معنادار
	q6	۰/۸۵	۰/۰۰۰	معنادار		q37	۰/۶۵	۰/۰۰۰	معنادار
	q7	۰/۷۱	۰/۰۰۰	معنادار		q38	۰/۶۶	۰/۰۰۰	معنادار
	q8	۰/۷۳	۰/۰۰۰	معنادار		q39	۰/۵۵	۰/۰۰۰	معنادار
	q9	۰/۸۵	۰/۰۰۰	معنادار		q40	۰/۴۸	۰/۰۰۰	معنادار
	q10	۰/۸۸	۰/۰۰۰	معنادار		q41	۰/۵۳	۰/۰۰۰	معنادار
	q11	۰/۳۶	۰/۰۰۰	معنادار		q42	۰/۵۶	۰/۰۰۰	معنادار
	q12	۰/۶۲	۰/۰۰۰	معنادار		q43	۰/۶۶	۰/۰۰۰	معنادار
	q13	۵۷	۰/۰۰۰	معنادار		q44	۰/۵۹	۰/۰۰۰	معنادار
	q14	۰/۶۲	۰/۰۰۰	معنادار		q45	۰/۵۲	۰/۰۰۰	معنادار
	q15	۰/۶۳	۰/۰۰۰	معنادار		q46	۰/۵۶	۰/۰۰۰	معنادار
انجام فعالیت بدنی	q16	۰/۶۸	۰/۰۰۰	معنادار		q47	۰/۵۸	۰/۰۰۰	معنادار
	q17	۰/۶۵	۰/۰۰۰	معنادار		q48	۰/۵۰	۰/۰۰۰	معنادار
	q18	۰/۶۲	۰/۰۰۰	معنادار		q49	۰/۶۸	۰/۰۰۰	معنادار
	q19	۰/۶۱	۰/۰۰۰	معنادار		q50	۰/۶۵	۰/۰۰۰	معنادار
	q20	۰/۵۸	۰/۰۰۰	معنادار		q51	۰/۶۲	۰/۰۰۰	معنادار
	q21	۰/۶۱	۰/۰۰۰	معنادار		q52	۰/۶۱	۰/۰۰۰	معنادار
	q22	۰/۵۸	۰/۰۰۰	معنادار		q53	۰/۶۵	۰/۰۰۰	معنادار
	q23	۰/۴۳	۰/۰۰۰	معنادار		q54	۰/۵۵	۰/۰۰۰	معنادار
	q24	۰/۶۷	۰/۰۰۰	معنادار		q55	۰/۶۰	۰/۰۰۰	معنادار
	q25	۰/۶۶	۰/۰۰۰	معنادار		q56	۰/۶۳	۰/۰۰۰	معنادار
	q26	۰/۶۲	۰/۰۰۰	معنادار		q57	۰/۶۰	۰/۰۰۰	معنادار
	q27	۰/۶۵	۰/۰۰۰	معنادار		q58	۰/۵۷	۰/۰۰۰	معنادار
	q28	۰/۴۹	۰/۰۰۰	معنادار		q59	۰/۶۹	۰/۰۰۰	معنادار
	q29	۰/۶۲	۰/۰۰۰	معنادار		q60	۰/۷۱	۰/۰۰۰	معنادار
	q30	۰/۷۱	۰/۰۰۰	معنادار		q61	۰/۶۳	۰/۰۰۰	معنادار
	q31	۰/۷۲	۰/۰۰۰	معنادار					



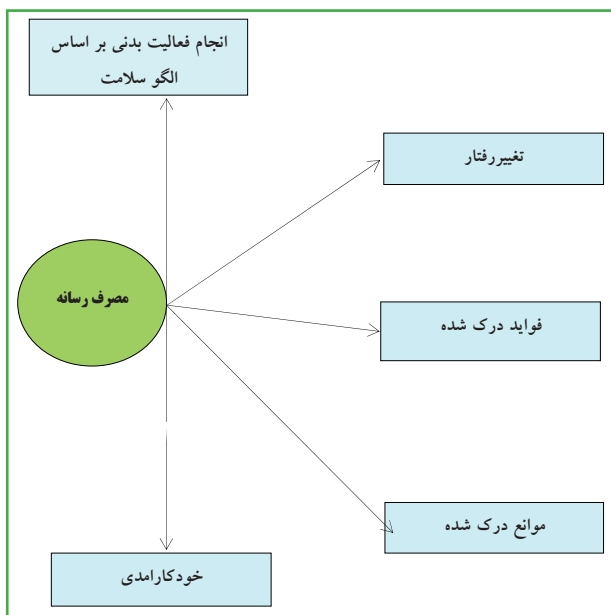
## جدول ۴: آزمون کفایت داده‌ها

آزمون کفایت حجم نمونه کیزر-می-یر-اکلین (KMO)	۰/۸۶۶
آزمون کروییت بارتلت و تقریب کای اسکونر	۵۹۲۶/۸۶۰
درجه آزادی	۱۹۰
Sig	۰/۰۰۰

نتایج جدول ۴ نشان داد که مقدار شاخص KMO برابر با ۰/۸۶۶ است تعداد نمونه برای تحلیل عاملی کافی است. همچنین مقدار سطح معناداری آزمون بارتلت کوچک‌تر از ۰/۰۵ است که نشان می‌دهد تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار مدل عاملی مناسب است و فرض شناخته شده بودن ماتریس همبستگی رد می‌شود. نتیجه آزمون کفایت داده‌ها برای تحلیل عاملی در جدول ۴ آورده شده است. که نشان دهنده آن است که حجم نمونه از کفایت لازم برخوردار می‌باشد.

## جدول ۵: شاخص‌های برازش مدل

Chi-square /df	RMSEA	RMR	CFI	TLI	GFI	NFI
۲/۷۴۳	۰/۰۷۴	۰/۰۶۵	۰/۹۲۸	۰/۹۳۴	۰/۹۲۵	۰/۹۰۲
مقادیر قابل قبول	کمتر از ۰/۰۸۵	کمتر از ۰/۰۸۵	بزرگ‌تر از ۰/۹	بزرگ‌تر از ۰/۹	بزرگ‌تر از ۰/۹	بزرگ‌تر از ۰/۹



شکل ۱. الگوی معادله‌ی ساختاری [مدل ساختاری و مدل‌های اندازه‌گیری]

نتایج جدول ۲ (تحلیل عاملی تأیید) نشان داد که، تمام گویه‌های پرسش‌نامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج تحلیل عاملی تأییدی برای گویه‌های معنادار به همراه شاخص‌های برازش مدل تحلیل عاملی تأییدی در جدول شماره ۵، ارائه شده است. این شاخص‌ها نشان از برازش مطلوب مدل‌های اندازه‌گیری داشته و معناداری دار شدن هر متغیر مشاهده‌شده به متغیر مکنون مربوطه مورد تأیید قرار گرفت.

## یافته‌های استنباطی

از آنجا که یکی از پیش‌شرط‌های به کارگیری رویکرد متغیرهای مکنون در الگوی مدل‌یابی معادله‌ی ساختاری وجود همبستگی میان متغیرهای پژوهش است، بدین منظور تحلیل همبستگی پیرسون به انجام رسید. در جدول شماره ۳، میزان همبستگی هر متغیر با سایر متغیرها، آلفای کرونباخ هر متغیر و نیز آماره‌های توصیفی آن‌ها شامل میانگین و انحراف معیار، ارائه شده است.

## جدول ۳: نتایج میانگین، انحراف معیار، پایایی و همبستگی پیرسون

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	۱	۲
مصرف رسانه	۲/۳۷۲	۰/۹۵۱	(۰/۹۳۴)	-
انجام فعالیت بدنی	۲/۶۹۸	۰/۹۸۱	۰/۷۲۷	(۰/۸۴۵)

توضیح: مقادیر درون پرانتز نشانگر ضریب آلفای کرونباخ می‌باشند.

همانطور که در جدول شماره ۳ مشاهده می‌گردد ضریب آلفای کرونباخ تمامی مقادیر بالای ۰/۷ می‌باشد که می‌توان نتیجه گرفت پرسشنامه از پایایی لازم برخوردار است. همچنین به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها روش‌های مختلف تحلیل آماری، نظیر تحلیل همبستگی پیرسون برای محاسبه‌ی ضرایب همبستگی مرتبه‌ی صفر، مدل‌یابی معادله‌ی ساختاری برای بررسی برازش الگوی معادله‌ی ساختاری با داده‌های جمع‌آوری‌شده مورد استفاده قرار گرفت که نتایج آن نشان بین مصرف رسانه و انجام فعالیت بدنی براساس الگوی سلامت ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.

آموزشی، رسانه‌ها سهم و نقش قابل ملاحظه‌ای در انتقال میراث فرهنگی و فکری بشری در میان ملل و انسان‌ها دارا هستند. در واقع با ظهور وسایل ارتباط جمعی پیشرفته، فرایند آموزش از انحصار مدرسه و آموزش گاه‌ها خارج شده و جهان پهناور به عرصه‌ی آموزش تبدیل گردیده است. رسانه‌ها در عین حال خود به نهادی تبدیل شده‌اند با قواعد و هنجارهای خاص خود 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 ابزاری هستند برای کنترل مدیریت و نوآوری در جامعه. اغلب جایگاه بروز تحول در فرهنگ‌اند چه به معنی هنر و اشکال نمادین، و چه در معنای مدها، خلق و خواها، شیوه‌های زندگی و هنجارها. 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 بر اساس 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 می‌توانند آثار مضر نیز از لحاظ بزهکاری، تعصب و پرخاشگری و... داشته باشند. رسانه‌ها در همه ابعاد زندگی افراد تاثیر گذار 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. Brinol & Petty همسو با این نتیجه بخش از تحقیق عنوان می‌دارد که نگرش افراد زمانی که در معرض تلویزیون قرار می‌گیرند، تغییر می‌کند (۴۱). Singh نیز در همسویی با نتایج این بخش از تحقیق در پژوهش خود، تأثیر برنامه‌های ترسناک بر روان، رفتار و نگرش کودکان بیان کرد (۴۲) و Khan & Sheheryar نیز در جهت تایید این یافته‌ها با مطالعه‌ای در خصوص تأثیر تبلیغات

در مدل برازش یافته اثرات مستقیم به لحاظ آماری معنادار بوده ( $P < 0.05$  و  $t < 1/64$ ) و بنابراین فرضیه‌های پژوهش مورد تأیید قرار گرفتند و همچنین در این مدل ضعیف‌ترین ضریب اثر، مربوط به ضریب اثر مصرف رسانه‌ای به موانع درک شده و به میزان  $\beta = -0.61$  است و قوی‌ترین ضریب نیز به ضریب اثر مصرف رسانه‌ای به تغییر رفتار مربوط می‌شود ( $\beta = 0.82$ ). نتیجه‌ی آزمون فرضیه‌های پژوهش، به‌طور خلاصه در جدول شماره ۵، نشان داده شده است.

### بحث

هدف این تحقیق بررسی تأثیر مصرف رسانه بر انجام فعالیت بدنی براساس الگوی سلامت در دانش‌آموزان ایران با ارائه الگوی کاربردی بود. نتایج نشان داد مصرف رسانه بر تغییر رفتار دانش‌آموزان، خودکارآمدی، فواید درک شده تأثیر مثبت و معناداری داشت اما بر موانع درک شده تأثیر منفی داشت.

بخشی از نتایج این تحقیق نشان داد که رسانه مصرفی می‌تواند بر تغییر رفتار فعالیت‌های بدنی دانش‌آموزان تأثیر مثبت داشته باشند. در تفسیر این نتیجه می‌توان عنوان داشت که رسانه‌ها به ارائه دیدگاه‌های هم‌شکل و کم و بیش یکسان از واقعیت اجتماعی تمایل دارند و مخاطبان آنها نیز بر اساس چنین سازوکاری فرهنگ‌پذیر می‌شوند. Gerbner معتقد است که رسانه‌ها، به‌ویژه تلویزیون، به دلیل نظم و هماهنگی در ارائه پیام در طول یک زمان مشخص، از قدرت تأثیرگذاری فراوانی برخوردارند، به طوری که باید آنها را شکل‌دهنده جامعه دانست. همسو با نظریه کاشت Gerbner، نتایج مطالعاتی که درباره همبستگی بین مدت زمان تماشای آگهی‌های تلویزیون با رفتارها و نگرش‌های مخاطبان انجام شده است، نشان می‌دهد بینندگان دائمی آگهی‌های تلویزیونی در مقایسه با سایر بینندگان، غذاهایی را که در آگهی‌ها تبلیغ شده است، بیشتر دوست دارند و بیشتر از دیگران شیرینی‌ها و مواد غذایی تبلیغ شده را درخواست می‌کنند (۴۰). امروزه در عصر انفجار اطلاعات دیگر این حقیقت به خوبی اثبات شده است که از نظر کارکردهای

تلویزیونی بر نگرش کودکان، منفی تأکید کردند که کودکان نسبت به جنبه‌های خوب و بد تبلیغات آگاهی بیشتری دارند و به همین دلیل، باید قبل از تهیه تبلیغات، کودکان را در نظر گرفت (۴۳). QiongTao & Kim Hahn، در جهت همسویی با یافته‌های این بخش از تحقیق حاضر تحقیق در پژوهشی با عنوان خودکنترلی و استفاده از انواع رسانه‌ها و تأثیر آن بر سبک‌های تصمیم‌گیری نشان دادند که ارتباط معنی‌داری بین استفاده از شبکه یوتیوب و سبک کمال‌گرا وجود دارد. و استفاده از فیسبوک و سبک آگاهانه از مد وجود دارد. و همچنین استفاده از اینستاگرام با سبک وفاداری وجود دارد (۴۴)..

درخصوص تأثیر مثبت مصرف رسانه‌ای بر خودکارآمدی و درک فواید فعالیت بدنی باید گفت آموزش نقش بسیاری مهمی در ارتقا خودکارآمدی افراد در زمینه‌های مختلفی دارد. از سویی دیگر از آنجایی که فعالیت‌های بدنی باعث ایجاد خودکارآمدی در میان افراد می‌شود و باعث می‌شود کودکان و نوجوانان بیشتر احساس اعتماد به نفس و عزت نفس کنند. Sharifi (۲۰۱۵) بیان می‌کند که بدیهی است که با افزایش عزت نفس، احساس کفایت، توانمندی و ارزشمندی در انسان به وجود می‌آید و وجود احساس کفایت موجب می‌شود تا فرد خود را توانمند بداند و احساس کند از عهده بسیاری از وظایفی که بر عهده اش گذاشته می‌شود، بر می‌آید (۴۵). بنابر این می‌توان نتیجه گرفته که رسانه‌ای با توجه به نقش آموزشی دارند می‌توانند سبب ترویج فعالیت‌های بدنی در میان نوجوانان و جوانان شود 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 هستند، بیشتر شبکه‌ها و اخبار مرتب با ورزش را دنبال خواهند کرد، تغییرات فیزیولوژیکی را در بدن خود احساس می‌کند در نتیجه احساس خودکارآمدی بیشتر در جامعه خواهند داشت و همچنین فواید و کاربردهای فعالیت بدنی و ورزش را بهتر درک خواهند کرد. این نتیجه با نتیجه تحقیق Littlefield (۲۰۰۵) که نقش رسانه‌های تصویری

را در افزایش آگاهی مخاطبان و پیشبرد اهداف آموزشی موثر می‌دانند مطابقت دارد (۴۶). با نتیجه تحقیق Rajaian و همکاران (۱۳۹۰) که بیان کردند که تمرینات فعالیت بدنی بر رشد اجتماعی دانش‌آموزان تأثیر مثبتی دارد و به طور کلی 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 مطابقت دارد (۴۷). همچنین با نتیجه تحقیقات روشندل اربطانی در مورد نقش رسانه در نهادینه کردن ورزش همگانی که بیان نمود رسانه اثرات شناختی (باورها)، هنجاری ارزشها و تنظیمی (قوانین و مقررات در نهادینه سازی ورزش همگانی بر عهده دارد (۴۸) و قاسمی و همکاران بیان می‌کنند که عنوان می‌داد تلویزیون در بخشهای مختلف ورزش از قبیل منابع مالی، انسانی، فرهنگی، اجتماعی، آموزش و پژوهش نقش مهمی ایفا می‌نماید (۴۹) و مرادی و همکاران که در بررسی نقش‌های چهارگانه رسانه‌های ورزشی در توسعه ورزش همگانی که بیان نمودند که به ترتیب رسانه‌ها نقش اطلاع رسانی، مشارکت اجتماعی، آموزشی و فرهنگ سازی را در حوزه ورزش بر عهده دارد (۵۰) مطابقت دارد موارد ذکر شده نقش مهم و غیر قابل انکار رسانه را در توسعه فعالیت‌های بدنی و درک فواید و مزایای آن در کودکان و نوجوانان بیان می‌کند که باید مورد توجه مدیران حوزه سلامت و خانواده‌ها قرار گیرد تا تحرک و پویایی به جامعه کودک و نوجوان برگردد.

از سوی دیگر موفقیت انسان، احتیاج به پشتکار، تعهد و کاردانی دارد که این موارد از طریق خودکارآمدی حاصل خواهد شد افرادی که دارای خودکارآمدی بیشتری باشند، اهداف بالاتری را در نظر گرفته و متعهدتر گشته و در نتیجه رفتار آنها مطلوب تر می‌شود. در حالی که افرادی که خودکارآمدی پایینی دارند، نتیجه رفتار آنها مناسب نیست. خودکارآمدی مشخص می‌کند، افراد چگونه موانع را بررسی می‌کنند. افرادی که خودکارآمدی پایینی دارند، به آسانی در روبه‌رو شدن با مشکلات متقاعد می‌شوند که، رفتار آنها بی‌فایده است و سریع دست از تلاش بر می‌دارند. در حالی

رسانه در فدراسیون‌های ورزشی، تربیت بدنی آموزش و پرورش به توسعه فرهنگی این ورزش کمک کنند و مسئولان رسانه‌ای نیز باید زمان و مکان مورد نیاز برای اطلاع رسانی فعالیت‌های بدنی در نزد آحاد مختلف جامعه را مهیا کرده و در این راستا نقش خود را به درستی ایفا کنند. بی‌شک اگر کارشناسان رسانه‌ای در زمینه موضوعات و مسائل روز فعالیت‌های بدنی دانش و شناخت کافی داشته باشند، می‌توانند نقش مثبتی را در اشاعه فرهنگ ورزش بر عهده داشته باشند. کارشناسان رسانه‌ای و ورزشی در قدمی دیگر می‌توانند با نوآوری در برنامه‌های خود و ایجاد انگیزه، سطح مهارت و عملکرد ورزشی آحاد مختلف مردم بالخص دانش‌آموان و کودکان را بهبود بخشند. در قدمی دیگر، آن‌ها باید با علم و آشنایی به واژه عام فرهنگ، به طراحی برنامه‌هایی در راستای فرهنگ‌سازی ورزش بپردازند. رسانه‌ها در عصر ارتباطات به چنان قدرتی دست یافته‌اند که خواسته یا ناخواسته بر افکار عمومی تأثیر می‌گذارند، بنابراین آگاهی از چنین موضوعی توسط کارشناسان رسانه‌ای می‌تواند به فرهنگ‌سازی فعالیت‌های بدنی کمک شایانی کند. در این راستا رسانه‌ها علاوه بر نگاه ملی و فرهنگی که به مقوله ورزش دارند، باید به مقوله اخلاق که شامل ترویج و تبلیغ ارزش‌های اصیل و فضایل اخلاقی است، توجه ویژه‌ای داشته باشند. فرهنگ‌سازی در ورزش نیازمند همکاری همه جانبه نهادهای متولی ورزش و فرهنگ اعم از آموزش و پرورش، دانشگاه‌ها، سازمان تربیت بدنی، فرهنگ و ارشاد اسلامی، شهرداری و ... است که با همدلی و همفکری، فرهنگ ورزش را در جامعه توسعه بخشند.

**نتیجه‌گیری:** براساس سازه‌های نظری مدل پندر، افرادی می‌توانند فعالیت بدنی داشته باشند که منافع انجام آن را بدانند، موانع انجام فعالیت بدنی را که می‌تواند آنان را از انجام فعالیت بدنی باز دارد، درک کنند. بررسی‌های به عمل آمده نشان داده‌اند که یکی از عوامل تعیین‌کننده در انجام فعالیت فیزیکی، موانعی است که فرد برای انجام این رفتارها دارد و در مقابل آن، توانایی‌ها برای غلبه بر موانع انجام فعالیت فیزیکی، ارتباط مثبت و معنی‌داری با افزایش فعالیت فیزیکی دارد. یکی دیگر از سازه‌های مدل

که افرادی که خودکارآمدی بالایی دارند، موانع را به وسیله بهبود مهارت‌های خودمدیریتی و پشتکار برداشته و در برابر مشکلات ایستادگی (۵۱) و بر امورکنترل بیشتری دارند و عدم اطمینان کمتری را تجربه میکنند (۵۲). از این رو درک خودکارآمدی می‌تواند باعث حفظ و نگهداری رفتارهای ارتقا دهنده سلامت شود (۵۳). رسانه‌ها با توجه به جذابیت و گستره نفوذشان در شخصیت نوجوانان و جوانان، الگوهای ارزنده و متعالی را به خوبی می‌تواند ترسیم کنند تا نیاز این نسل را اکتان 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 (۵۰)؛ انسان‌ها در معرض نهادهای رسانه‌ای متولد می‌شوند، می‌اندیشند و دنیا را می‌نگرند، به همین دلیل نیز رفتارهای خود را بر اساس الگوهای برگرفته از رسانه‌های گروهی سامان می‌دهند (۵۴). با جایگاهی که رسانه‌ها و وسایل ارتباطی از تولد تا مرگ در زندگی امروزی بشر پیدا کرده‌اند، می‌توان آنها را در زمره نهادهای اجتماعی و یکی از عوامل عمده مؤثر بر فرایند پذیرش هنجارها و ارزش‌های اجتماعی دانست (۵۵). برنامه‌های ورزشی به عنوان یک عامل تحریک‌کننده در نگرش افراد به ورزش تأثیر گذارند (۵۶). طبق نتایج این بخش از تحقیق می‌توان گفت که رسانه از طریق پخش برنامه و از طریق شبکه‌های آموزشی می‌تواند سبب آموزش، تغییر در رفتار، درک بهتر، آشنا با فعالیت‌های بدنی و مرتبط با سلامت، درک فواید ورزش و فعالیت‌های بدنی و ارتقای سلامت نوجوانان شود.

در پایان می‌توان گفت که مشارکت اجتماعی، آموزشی و فرهنگ‌سازی از کارکردهای مهم رسانه‌های جمعی هستند و در توسعه فعالیت بدنی دانش‌آموزان کشور نقش به سزایی دارند. مسئولان ورزشی و رسانه‌ای باید به نقش مهم ورزش در بسترسازی فضای سلامت و نشاط عمومی جامعه واقف باشند و با تشکیل کمیته

based Health Intervention on the promotion of Women's physical activity: a quasi-experimental study. BMC public health. 2018;18(1):1-7. <https://doi.org/10.1186/s12889-018-5025-5> PMID:29334970 PMCID:PMC5769504

5. Mohammadpour-Ahranjani B. The epidemiology and prevention of childhood obesity in Tehran, Iran [dissertation]. Birmingham: University of Birmingham. 2011: 54-59.
6. Taymoori P, Falhahi A, Esmailnasab N. Application of the Health Promotion Model in studying physical activity behavior of students in Sanandaj, Iran. Sci J Public Health. 2011; 9(1):35-46
7. Pender NJ, Murdaugh C, Parsons MA. Health promotion in nursing practice. (4th ed). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall Health Inc. 2002, PP. 58-100.
8. Ma WF, Lane HY, Laffrey SC. A model testing factors that influence physical activity for Taiwanese adults with anxiety. Res Nurs Health. 2008; 31:476-89. <https://doi.org/10.1002/nur.20279> PMID:18393350
9. Kelishadi R, Khavarian N, Ghatreh-Samani SH, Beyzaee M, Pursafa P, Ramdan R. Effect of different methods of physical activity training for overweight children and adolescents. Knowl Health. 2010; 5(2-3):25-29
10. Levy S.S, Cardinal BJ. Factors Associated with transitional shifts in college students physical activity behavior. Res Q Exerc sport. 2006; 77(4):476-485 <https://doi.org/10.1080/02701367.2006.10599382> PMID:17243222
11. Sabzmakan L, Asghari Jafarabadi M, Nikpajouh A, Bakhtari F. Determinants of Physical Activity among Patients with Cardiovascular Metabolic Risk Factors based on the Educational Factors of PRECEDE Model: A Mixed Method Study. Iranian Journal of Health Education and Health Promotion. 2016;4(1):5-19. <https://doi.org/10.18869/acadpub.ihepsaj.4.1.5>
12. Wu TY, Pender N. Determinants of physical activity among Taiwanese adolescents: an application of the health promotion model. Res Nurs Health. 2002;25:25-36. <https://doi.org/10.1002/nur.10021> PMID:11807917
13. Yamaguchi Y, Miura S, Urata H, Himeshima Y, Yamatsu K, Otsuka N, et al. The effectiveness of a multicomponent program for nutrition and physical activity change in clinical setting: Short-term effects of PACE+ Japan. Int J Sport Health Sci. 2003; 1(2): 229-237. <https://doi.org/10.5432/ijshs.1.229>

پندر احساس خودکارآمدی است؛ خودکارآمدی عامل پیش بینی کننده‌ای در تغییر رفتارهای مربوط به سلامتی است. بنابر این و بنابر نتایج این تحقیق می‌توان عنوان کرد مصرف رسانه‌های می‌توانند در ارتقای فعالیت بدنی دانش آموزان تاثیر گذار باشد، چرا الگوی سلامت پندر سازه‌های الگوی ارتقای سلامت را به عنوان تعیین کننده‌های مهم رفتار فعالیت جسمانی معرفی کرده است با توجه به یافته‌های پژوهشی می‌توان نتیجه گرفت برای رسیدن به اهداف توسعه سلامت و فعالیت‌های بدنی دانش آموزان تحت تاثیر برنامه‌های رسانه‌ها، برنامه سازان و دست اندرکاران تولیدات برنامه‌های تلویزیونی، رادیویی، روزنامه‌ها بخصوص روزنامه‌های ورزشی و دیگر رسانه‌ها گروهی باید به نیازهای و اولویت‌های ورزشی دانش آموزان توجه کنند

**سپاسگزاری:** این پژوهش از رساله دکترای تخصصی رشته تربیت بدنی گرفته شده است و در معاونت پژوهش دانشگاه پیام نور تهران تصویب شده است بدین وسیله از معاونت پژوهش ادارات کل آموزش و پرورش کشور و تمام دانش آموزان و مدیران مدارس که در اجرای این تحقیق همکاری داشتند، قدردانی می‌شود.

**تعارض در منافع:** سهم تمامی نویسندگان در این مطالعه یکسان است و هیچ گونه تعارض در منافع وجود ندارد.

## References

1. Farrar AR, Khani M, Jaber moghadam AA, Farrokhi A, Sadri K. Levels of physical activity in field-dependent and field independent students. Dev Motor Learn. 2012; 4(9):93-110
2. Izadirad H, Zareban I, Masoudy G. The prevalence of low back pain and its relationship with BMI, age, level of education and ergonomic principles education among rural women. Journal of Health Literacy. 2017;1(4):265-72. <https://doi.org/10.22038/jhl.2017.10960>
3. Chan Sun M, Azmutally KB. Leisure-time physical activity among university students in Mauritius. Am J Health Res. 2013; 1(1): 1-8. <https://doi.org/10.11648/j.ajhr.20130101.11>
4. Peyman N, Rezai-Rad M, Tehrani H, Gholian-Aval M, Vahedian-Shahroodi M, Miri HH. Digital Media-

- role of mass media in sport development. *Adv. Appl. Sci. Res*, 2013; 4(4):49-54
25. Thomas M. M; Phongsavan.p; McGill B; J O'Hara Adrian E Bauman,B. A review of the impact of physical activity mass media campaigns on low compared to high socioeconomic groups, *Health Education Research*.2018; 33(5): 429-446, <https://doi.org/10.1093/her/cyy032> PMID:30203025
  26. Manz K, Schlack R, Poethko-Muller C, Mensink G, Finger J, Lampert T: Physical activity and electronic media use in children and adolescents: results of the KiGGS study: first follow-up (KiGGS wave 1). *Bundesgesundheitsbl Gesundheitsforsch Gesundheitsschutz*. 2014;57:840-848 <https://doi.org/10.1007/s00103-014-1986-4> PMID:24950833
  27. Cummins R, Gong Z. Mediated intra-audience effects in the appreciation of broadcast sports. *Commun. Sport*. 2017; 5: 27-48. <https://doi.org/10.1177/2167479515593418>
  28. Roshandel Arabtani T, Amiri A. reviewing students media exposure pattern and their impressionability from media aiming at planning for police training programs. *Journal societal security studies*. 2011; (25): 83 - 105
  29. Yanping J. Research on the influence of sports, information, dissemination on public lifetime sports consciousness in the new media inveronment. *Adv. Soc. Sci. Educ. Hum. Res*. 2015; 35, 295
  30. Abbots E, Attala L. It's not what you eat but how and that you eat: Social media, counter-discourses and disciplined ingestion among amateur competitive eaters. *Geoforum*, 2017; 84: 188-197 <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2014.11.004>
  31. Moetamed nejhad, K. Mass media. Volume One, Tehran: Allameh Tabataba'i Publications.2012
  32. Shahbazi T, Shobeiri S.M, Zandi B..The role of mass media in environmental education from the perspective of secondary-school teachers of Sar-polezahab City. *Journal of Environmental Science and Technology*.2015; 17(2): 95-104
  33. Fortes L, Paes, S, Neves, C, Meireles J, Ferreira M. A comparison of the media-ideal and athletic internalization between young female gymnasts and track and field sprinters. *J. Clin. Sport Psychol*. 2015; 9: 282-291. <https://doi.org/10.1123/jcsp.2014-0024>
  34. Khalil, Ahmad. Media Consumption?. *Alternate Solutions Institute, Pakistan*.2011; 12: 41-50
  35. Saunders M, Lewis, P, Thornhill, A. Research methods for business students. Fifth edition. Harlow: Pearson
  14. Mansourizadeh M, Anoosheh M, KazemNejad A. The Effect of Physical Activity Program Based on Pender Health Promotion Model on Type 2 Diabetic Middle-Aged Women's Mental Health. *Iranian Journal of Health Education and Health Promotion*. 2018;6(2):159-67. <https://doi.org/10.30699/acadpub.ijhehp.6.2.159>
  15. Sousa P, Gaspar P, Fonseca H, Hendricks C, & Murdaugh C. Health promoting behaviours in adolescence: Psychometric properties of the Adolescent Lifestyle Profile PT Version. *J Pediatr (Rio J)*. 2015;91(4):358-65.. <https://doi.org/10.1016/j.jped.2014.09.005> PMID:25727027
  16. Raj S, Senjam SS, Singh A. Assessment of health-promoting behavior and lifestyle of adolescents of a North Indian city. *Int J Prev Med*. 2013; 4(10): 1189-1193.
  17. Ahmad H, AlghadirSami A. Gabr,Zaheen A. IqbalEffects of sitting time associated with media consumption on physical activity patterns and daily energy expenditure of Saudi school students. *J Phys Ther Sci*. 2015; 27(9). <https://doi.org/10.1589/jpts.27.2807> PMID:26504298 PMCID:PMC4616099
  18. Aly M.Elen J Willems G. Instructional multimedia program versus sandard lecture. *Eur J Dent*.2004; 8 (1): 43-6. <https://doi.org/10.1111/j.1600-0579.2004.00315.x> PMID:14717690
  19. Manouchehri Nejad M, Hemmati Nejad M,Rahmati M, Sharifian I. (2018). Identification and Analysis effective factors of institutionalize sport culture in children and adolescence in view of physical education teachers. *J of Sport Management*.2018; 10(1): 163-179. (Persian).
  20. Arabnarmi, B. (2016). TV and Sport in Daily Life (An Analysis of Linking Media and Sport in Iran). *Sport Management*.2016; 8(4): 589-603.
  21. Shabani A, rezaei M. The effect of media on public sport and recreation. *Communication Management in Sports Media*. 2015; 3(1) - S. N 9: 24-29
  22. Zahiri Nia M, Nikkhah H, Shafi'i N. The Effect of Family and Mass Media on Female Students' Participation in Sport Activities (Case Study: Hormozgan University Students) *Journal of Participation and Social Development*.2016;1(1):61-41
  23. Geraee N, Hossen Kaveh M, Shojaeizadeh D; Tabatabaee H. Impact of media literacy education on knowledge and behavioral intention of adolescents in dealing with media messages according to Stages of Change. *Journal of Advances in Medical Education & Professionalism*.2017; 3(1): 9-14.
  24. Tavakolli M, Najafi A, and Nobakht Ramezani, Z. Studying



47. Rajaian A, Zahedi H. Effect of 8 weeks physical activity on physical fitness and social development of 4th and 5th grade elementary school students of district of Tehran. Sixth National Conference of Physical Education Students in Iran; 2012 Des 15- 16; Tehran, Iran. Tehran: civilica; 2012
48. Roushandel Arbatani T. The explanation of mass media status in institutionalization of public sports in Iran. Quarterly Harakat 2007; (33): 165-77.
49. Ghasemi H, Mozafari SA, Amirtash AM. Development of sports by TV in Iran. Quarterly Research on Sport Science 2007; 5(17): 131-48.
50. Moradi M, Honari H, Ahmadi A. A survey of fourfold role of sport media in development of sport for all culture. Sport Management 2011; 9: 167-80
51. Baheiraei A, Mirghafourvand M, Mohammadi E, Charandabi SM. The Experiences of Women of Reproductive Age Regarding Health-Promoting Behaviours: A Qualitative Study. BMC Public Health. 2012; 12(1):573. <https://doi.org/10.1186/1471-2458-12-573> PMID:22846587 PMCID:PMC3490730
52. Samiei Siboni F, Alimoradi Z, Sadegi T. Impact of Corrective Life Style Education Program on Controlling Stress Anxiety, and Depression in Hypertensive. Journal of Birjand University of Medical Sciences. 2013; 19(6):1-9.
53. Mirghafourvand M, Sehhati F, Rahimi M. Health-Promoting Lifestyle and Its Demographic Predictors in Infertile Couples Referred to Infertility Clinic of Tabriz Al-Zahra Hospital, 2013. Journal of Caring Sciences. 2014; 3(3):175-184.
54. Irajpour A, Mojarad N, Dabbagh Rezaieh, F. Investigating the Role of Mass Media in Cultural Development of Iran Amateur and Professional Sports. Journal of Sport Management and Development. 2017; 5(2): 36-52
55. Khaledian M, Mostafaei F, Samadi M, Kia F. The role of mass media in the development of sport. Communication Management in Sports Media. 2014; 1 (2):48-55
56. Pyun D. Y. The Proposed Model of Attitude toward Advertising through Sport, Electronic Theses, Treatises and Dissertations. 2006; P. 637.
- Education. 2009
36. Hafiz Nina M. R. An introduction to the research method in the Humanities. Tehran: Samt Publications. 2009.
37. Bashiri Moosavi F, Farmanbar R, Taghdisi MH, Atrkar Roshan Z. [Level of physical activity among girl high school students in Tarom county and relevant factors]. Iran J Health Educ Health Prom. 2015; 3(2):133-40.
38. Ronis DL, Hong O, Lusk SL. Comparison of the original and revised structures of the Health Promotion Model in predicting construction workers' use of hearing protection. Res Nurs Health. 2006; 29(1):3-17. <https://doi.org/10.1002/nur.20111> PMID:16404731
39. Aghamolaei T, Zare F, Ghanbarnejad A, Haji-Alizadeh K. Relationship of Exercise Benefits/Barriers and self efficacy with stages of change for physical activity in Abu Musa Island employees, Iran. jpm. 2014; 1 (1):31-38
40. Golabi F, Agayari Hir T, Saei M. (1395) Study of the Media's Role in Feeding Behavior and Its Social Context (Case Study: Citizens Over 15 Years in Tabriz). Journal of Applied Sociology. 2016; 27(1): 27-42
41. Brinol P, Petty R.E. Elaboration and Validation Processes: Implications for Media Attitude Change, Media Psychology. 2015; 18: 267-291. <https://doi.org/10.1080/15213269.2015.1008103>
42. Singh D. Impacts of Scary Television Programs on Children Psychology, Attitude and Behavior. New Media and Mass Communication. 2014; 23: 5 - 7.
43. Kamal Khan S, Sheheryar S. Impact of TV Advertisement on Children Attitude in Karachi. Journal of Business and Management. 2014; 16: 40-46. <https://doi.org/10.9790/487X-16934046>
44. Tao Q, Hahn, K. Self-Construals, Types of Social Media Usage, and Consumer Decision-Making Styles -- A Study of Young Asian Americans, International Textile and Apparel Association, 2016 ITAA Annual Conference Proceedings. [https://doi.org/10.31274/itaa\\_proceedings-180814-1362](https://doi.org/10.31274/itaa_proceedings-180814-1362)
45. Sharifi KH. Designing and Evaluation of psychometric properties of a mental Health Instrument for Middle-aged Women [dissertation]. Iran, Tehran: Univ. Tarbait Modares; 2015.
46. Littlefield JH, Damps EL, Keiser K., Chatterjeel, Yuan CH, Keiser KM. A multimedia patient stimulation for teaching and assessing endodontic diagnosis. J Dent Educ; 2003: 67 (6): 669-77. <https://doi.org/10.1002/j.0022-0337.2003.67.6.tb03667.x> PMID:12856967