



Journal of Early Childhood Health and Education

Autumn 2023, Volume 4, Issue 3, 67-76

Investigating the impact of sports media on children's sports communication

Mostafapour, M.¹, Yektayar, M.^{2*}, Khodamoradpour, M.³ & Allahmoradi, M.⁴

1. Ph.D. Student in Physical Education and Sport Science Department, Sanandaj Branch, Islamic Azad University, Sanandaj, Iran
2. * Associate Professor in Physical Education and Sport Science Department, Sanandaj Branch, Islamic Azad University, Sanandaj, Iran.
3. Assistant Professor in Physical Education and Sport Science Department, Sanandaj Branch, Islamic Azad University, Sanandaj, Iran
4. Assistant Professor in Physical Education and Sport Science Department, Baneh Branch, Islamic Azad University, Baneh, Iran

ARTICLE INFORMATION

Article type

Original research

Pages: 67-76

Corresponding Author's Info

Email:

myektayar@gmail.com

Article history:

Received: 2023-05-30

Revised: 2023-07-02

Accepted: 2023-10-01

Published online: 2023-10-03

Keywords:

Kung Fu Panda animation, confirmatory factor analysis, media, children, martial arts

ABSTRACT

Background and Aim: The aim of this research was to investigate the effectiveness of Kung Fu Panda animation in attracting children to martial arts. As one of the multimedia teaching tools, animation can show events that change over time, such as movement, process, and procedures, and this helps to attract children.

Methods: The statistical population of this research was all the male students of 6th to 8th-grade schools in Miandoab city, the statistical population was 14500 people who were randomly selected in a cluster of 500 people. To collect the data, a research questionnaire was used, the face validity of which was confirmed by the professors. Also, construct validity and reliability (0.87) were also evaluated appropriately. In order to carry out this research, descriptive statistics and confirmatory factor analysis tests, Kolmogorov Smirnov test, binomial test and Friedman test were used. SPSS (22) and AMOS (18) statistical software were used to perform the mentioned tests. **Results:** The findings showed that Kung Fu Panda animation was effective in children's attention to martial arts, in children's interest in martial arts, in children's desire to martial arts, and finally in the performance of martial arts by children. **Conclusion:** So it can be said that Kung Fu Panda animation is effective in Yayir Children's sports behavior and communication has had the necessary impact and the findings of this research were in accordance with the IDA model.



This work is published under CC BY-NC 4.0 licence. © 2022 The Authors.

How to Cite This Article: Mostafapour, M., Yektayar, M., Khodamoradpour, M. & Allahmoradi, M. (2023). The Effect of Sports Media on Children's Sports Communication (Case Study: Kung Fu Panda). *JECHE*, 4(3): 67-76.





بررسی تاثیر رسانه های ورزشی در ارتباطات ورزشی کودکان

مصطفی مصطفی پور^۱، مظفر یکتایار^{۲*}، مژگان خدامرادپور^۳ و میثم الله مرادی^۴

۱. دانشجوی دکتری، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران
۲. دانشیار گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران
۳. استادیار گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران
۴. استادیار گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد بانه، دانشگاه آزاد اسلامی، بانه، ایران

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: علمی - پژوهشی صفحات: ۶۷-۷۶ اطلاعات نویسنده مسئول ایمیل: myektayar@gmail.com	زمینه و هدف: هدف از این تحقیق بررسی اثربخشی انیمیشن پاندای کونگ فوکار در جذب کودکان به ورزش رزمی بود. انیمیشن به‌عنوان یکی از ابزارهای آموزش چندرسانه‌ای می‌تواند رویدادهای در حال تغییر در طول زمان مانند حرکت، فرایند و رویه‌ها را نشان دهد و این امر به جذب کودکان کمک می‌کند. روش پژوهش: جامعه آماری این تحقیق کلیه دانش‌آموزان پسر مدارس پایه ششم تا هشتم شهر میاندوآب بودند جامعه آماری ۱۴۵۰۰ نفر که به شکل تصادفی-خوشه‌ای ۵۰۰ نفر انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه محقق‌ساخته‌ای استفاده شد که روایی صوری آن را استادان تأیید کردند. همچنین روایی سازه و پایایی آن (۰/۸۷) نیز مناسب ارزیابی شد. به‌منظور انجام این تحقیق از آمار توصیفی و آزمون‌های تحلیل عاملی تأییدی، آزمون کولموگروف اسمیرنوف، آزمون باینومینال و آزمون فریدمن استفاده شد. در انجام آزمون‌های مذکور از نرم افزارهای آماری SPSS(22) و AMOS(18) استفاده شد.
سابقه مقاله تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۳/۰۹ تاریخ اصلاح مقاله: ۱۴۰۲/۰۴/۱۱ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۴۰۲/۰۷/۰۹ تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۰۷/۱۱	یافته‌ها: یافته‌ها نشان داد که انیمیشن پاندای کونگ فوکار در توجه کودکان به ورزش رزمی، در علاقه کودکان به ورزش رزمی، در تمایل کودکان به ورزش رزمی و در نهایت در انجام ورزش رزمی توسط کودکان مؤثر بود.
واژگان کلیدی انیمیشن پاندای کونگ فوکار، تحلیل عاملی تأییدی، رسانه، کودکان، ورزش رزمی.	نتیجه‌گیری: بنابراین می‌توان گفت که انیمیشن پاندای کونگ فوکار در تغییر رفتار و ارتباطات ورزشی کودکان اثربخشی لازم را داشته است و یافته‌های این تحقیق منطبق بر مدل آیدا بود.

انتشار این مقاله به‌صورت دسترسی آزاد مطابق با CC BY-NC 4.0 صورت گرفته است.

تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است.



شیوه استناد به این مقاله

مصطفی پور، مصطفی، یکتایار، مظفر، خدامرادپور، مژگان، و الله مرادی، میثم. (۱۴۰۲). بررسی تاثیر رسانه های ورزشی در ارتباطات ورزشی کودکان. فصلنامه سلامت و آموزش در اوان کودکی، ۴(۳): ۶۷-۷۶.

مقدمه

وسایل ارتباط جمعی مهم‌ترین شاخصهٔ دنیای مدرن به‌شمار می‌رود و تلویزیون نسبت به سایر رسانه‌ها برجسته‌تر به‌نظر می‌رسد. این امر آنجا تحقق می‌یابد که کودکان به‌عنوان متقاضیان جدی برنامه‌های تلویزیون مطرح‌اند. امروزه تلویزیون در بیشتر خانه‌ها به یکی از اعضای خانواده بدل شده است (کشکر و همکاران، ۱۳۹۳). تلویزیون از مهم‌ترین و تأثیرگذارترین رسانه‌ها در رفتارهای انسانی و ابزار زمینه‌ساز نگرش‌های اجتماعی است. تلویزیون در گسترش شکل‌های غیرمستقیم ارتباط در عصر حاضر بیش از کتاب، مجله و روزنامه مهم است؛ زیرا با عرضه و تکرار الگوهای زندگی و نمایش جذاب آنها شیوه‌ها و الگوهای افراد را در زندگی اجتماعی شکل می‌دهد، مبنا می‌بخشد، تفسیر می‌کند و به آنها واکنش نشان می‌دهد (ربیعی و همکاران، ۲۰۱۹). تلویزیون به‌عنوان وسیله‌ای برای شکل دادن افکار عمومی، با زیر پوشش قرار دادن معضلات و مشکلات جامعه و همچنین عرضهٔ برنامه‌های تفریحی و نمایشی، نقش دارد (فولادی راد، ۲۰۱۱). تقریباً همهٔ افراد ساعات زیادی از عمرشان را به تماشای تلویزیون می‌گذرانند و در این میان شاید بیشترین لذت دیداری را از دیدن یک نوع برنامه می‌برند که فراتر از سن و سال است و در انحصار یک دوران خاص نیست. این نوع از برنامه‌های تلویزیونی که در اصل، مدیون سینماست یا ریشه در عکاسی دارد، در بین کودکان کارتون خوانده می‌شود که گونه‌ای انیمیشن است (سعید و فراهانی، ۱۳۹۱). انیمیشن به‌عنوان یکی از ابزارهای آموزش چندرسانه‌ای می‌تواند رویدادهای در حال تغییر در طول زمان مانند حرکت، فرایند و رویه‌ها را نشان دهد (به نقل از لین و آتکینسون، ۲۰۱۱) در انیمیشن نشان دادن مفاهیم و اطلاع‌رسانی غیرکلامی کاربرد ویژه‌ای دارد و سعی می‌شود تا حالات عاطفی تا حد برون‌فکنی هیجان یا مخفی کردن آن، سیستم گسترده‌ای از پیامرسانی نمایش داده شود یکی از خصوصیات مهم مطرح در سینمای انیمیشن، مسئلهٔ نمادپردازی یا سمبولیسم است. اسطوره ابزار محکمی است در دست کارگردان انیمیشن و هر کدام از تغییرات و اعمال شخصیت‌های درون یک فیلم انیمیشن می‌توانند معانی عمیقی را در برداشته باشند (آریال، ۲۰۰۵). رسانه‌ها از طریق تبدیل کونگ فو به‌صورت ارزش اجتماعی، در نظام ترجیحات اجتماعی افراد، موجب پذیرش کونگ فو به‌مثابهٔ یک ارزش شدند. سه عامل ساختار اقتصاد سرمایه‌داری، باشگاه‌ها و همچنین رسانه‌ها به کالای تجاری بزرگی تبدیل شده است. رسانه‌ای شدن کونگ فو، نه‌تنها به‌دلیل قدرت رسانه‌ها برای تأثیرگذاری در تمام عرصه‌های زندگی، بلکه به‌دلیل قابلیت‌ها و جذابیت‌های مختلفی که کونگ فو در خود دارد نیز است پاندای کونگ‌فوکار یک پویانمایی رایانه‌ای کم‌دی رزمی آمریکایی محصول سال ۲۰۰۸ است. این فیلم توسط دریم‌ورکس^۳ انیمیشن تولید و توسط پارامونت پیکچرز^۴ توزیع شده است. کارگردانی این فیلم توسط جان استیونسن^۵ و مارک آزرین^۶ و نویسندگی آن توسط جانانان ایل^۷ و گلن برگر^۸ بر پایه داستانی توسط اتان ریف و سایرس ووریس^۹ صورت گرفته است. این فیلم اولین قسمت از مجموعه فیلم‌های پاندای کونگ‌فوکار است. گویندگان این فیلم افرادی چون جک بلک، داستین هافمن، آنجلینا جولی^{۱۰}، ایان مک‌شین^{۱۱}، ست روگن^{۱۲}، لوسی لیو^{۱۳}، دیوید کراس^{۱۴}، رندل دوک کیم^{۱۵}، جیمز هنگک^{۱۶}،

¹ Lane and Atkinson

² Aryal

³ Dreamworks

⁴ Paramount Pikchers

⁵ John Stevenson

⁶ Mark Osborne

⁷ Jonathan Ebel

⁸ Glen Berger

⁹ Ethan Reiff, Cyrus Voris

¹⁰ Jack Black, Dustin Hoffman, Angelina Jolie

¹¹ Ian McShane

¹² Seth Rogen

¹³ Lucy Liu

¹⁴ David Cross

¹⁵ Randall Duke Kim

¹⁶ James Hong

دن فوگلر^۱، مایکل کلارک دانکن^۲ و جکی چان^۳ می‌باشند. داستان این فیلم در چین باستان که حیوانات در آن حضور دارند روایت می‌شود که بر روی یک پاندا به نام پو بلک که به کونگ‌فو علاقه دارد، تمرکز دارد. زمانی که یک پلنگ برفی بدنام به نام تای لانگ (مک‌شین) پیش‌بینی شده‌است که از زندان چور گام فرار می‌کند، پو ناخواسته به‌عنوان «جنگجوی اژدها» نامیده می‌شود. پاندای کونگ‌فوکار در تاریخ ۸ ژوئن ۲۰۰۸ در سینمای ایالات متحده اکران شد. این فیلم با بودجه ۱۳۰ میلیون دلاری، ۷/۶۳۱ میلیون دلار در جهان به فروش رفت و آن را به سومین فیلم پرفروش در ۲۰۰۸ و پرفروش‌ترین فیلم انیمیشن سال تبدیل کرد. این فیلم توسط منتقدان مورد تحسین قرار گرفت و نامزد جایزه اسکار بهترین فیلم پویانمایی و جایزه گلدن گلوب بهترین فیلم پویانمایی شد. اما هردو جایزه را به‌علت موفقیت انیمیشن وال-ئی از دست داد. موفقیت این فیلم باعث ساخته‌شدن چندین دنباله از آن شد که شامل پاندای کونگ‌فوکار ۲ (۲۰۱۱) و پاندای کونگ‌فو کار ۳ (۲۰۱۶) می‌باشند. همچنین چهارمین فیلم به‌طور رسمی در حال ساخت است و در سال ۲۰۲۴ منتشر خواهد شد. در نظرخواهی‌های تلویزیونی در ژاپن هم این مجموعه در ردیف چهل‌م جای گرفت. در عین حال، این مجموعه تأثیر بسیار زیادی بر تعدادی از رزمی کارهای واقعی گذاشت (سپاسگر شهری، ۱۳۸۶). کشکر و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیقی به این نتیجه رسیدند میزان اطلاعاتی که تماشاچیان از طریق تلویزیون کسب می‌کنند و نیز ایجاد جاذبه در نمایش مسابقات فوتبال از طریق تلویزیون در جذب آنها به‌سوی تیم‌ها و ایجاد وفاداری در آنها مؤثر است و بیشترین افرادی که از طریق تلویزیون به وفاداران بدل می‌شوند، از گروه مجردان جامعه هستند (واعظ نیا، ۲۰۱۲). نتایج پژوهش فولادی راد (۱۳۹۱) نشان داد که وقتی شخصیت‌های فیلم برای رسیدن به خواسته خود از خشونت به‌عنوان یک ابزار بهره می‌گیرند، کودکان با مشاهده آنها، ترغیب می‌شوند به اینکه از خشونت به‌منظور نیل به خواسته‌هایشان استفاده کنند. مریان مدارس و مشاوران کلینیکی بر این باورند که کودکانی که مدت زمان بیشتری را صرف تماشای برنامه‌های خشونت‌آمیز تلویزیون می‌کنند، رفتارهای خشونت‌آمیز را منطقی‌تر و معمول‌تر می‌یابند و بیشتر از دیگر کودکان به رفتارهای پرخاشگرانه گرایش می‌یابند. بنابراین انیمیشن‌سازان و برنامه‌سازان تلویزیون کشور ما باید بکوشند تا با تقویت تولیدات داخلی و البته تولیداتی در جهت سالم، تلویزیون ما را از خریداری و پخش چنین محصولاتی بی‌نیاز سازند و دنیایی بهتر را برای کودکان به تصویر بکشند (موتکف، ۲۰۱۲).

ربیعی و همکاران (۱۳۹۰) در تحقیقی بیان کردند، تبلیغات تلویزیونی از اثربخشی لازم برخوردار بوده و بیشترین نقش را در جذب مشتریان داشته است (زندى، ۲۰۱۶). نتایج تحقیق حبیب و سولیمون^۴ (۲۰۱۵) نشان داد که کارتون یکی از عوامل قدرتمندی است که یک فرد در دوران کودکی تحت تأثیر آن قرار می‌گیرد. کارتون سلاحی دلبه است، یعنی می‌تواند کودک را بیش از حد به معرض تباهی بکشاند؛ به‌طور مثال با پخش کارتونهایی با محتوای جنسی. همچنین می‌تواند در رشد روانی کودکان هم مؤثر باشد، کارتون می‌تواند یک کلاس درس باشد و کودک تجربیات زیادی از این طریق به‌دست آورد؛ تجربیاتی که اگر توسط والدین به کودک تذکر داده می‌شد، شاید از طرف آن مقبول نمی‌افتاد. حمید^۵ و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که تبلیغات تلویزیونی تأثیر زیادی در تغییر رفتار کودکان دارد. حسن و دانیل^۶ (۲۰۱۳) در تحقیقی به این نتیجه رسیدند که کودکان نه‌تنها به شخصیت‌های کارتونی علاقه دارند، رفتار آنها را نیز تقلید می‌کنند و والدین خود را مجبور می‌کنند تا لباس و تجهیزاتی را که شخصیت‌های کارتونی استفاده می‌کنند، برایشان تهیه کنند. واقعیت این است که کودکان تحت تأثیر برنامه‌های کارتونی قرار می‌گیرند. کیتینگ^۷ (۲۰۱۱) در تحقیق روی دانش‌آموزان ایرلندی، دریافت که استفاده از رسانه‌های الکترونیکی در میان

¹ Dan Fogler

² Michael Clarke Duncan

³ Jackie Chan

⁴ Habib, KH. Soliman, T

⁵ Hameed, A.

⁶ Hassan, M. Daniyal, M

⁷ Keating, S

دانش‌آموزان در حال افزایش است و این نگرانی‌هایی را برای خانواده‌ها و معلمان در پی داشته است، آنها از این بابت نگرانند که این افزایش بی‌رویه مانع از پیشرفت دانش‌آموزان شود. در این تحقیق تلاش شد تا با استفاده از مدل آیدا^۱ تأثیرپذیری انیمیشن فوتبالیست‌ها بر رفتار کودکان اندازه‌گیری شود. مدل آیدا اولین بار توسط المو و لویز^۲ در سال ۱۸۹۸ طراحی شده. این مدل در ابتدا با نام سلسله‌مراتب تأثیر خوانده می‌شده. در مدل آیدا چهار عامل به‌عنوان تغییر رفتار در نظر گرفته شد؛ ۱. آگاهی بخشی^۳؛ مخاطب در اثر دیدن انیمیشن بتواند متوجه پیام آن شود؛ ۲. علاقه^۴؛ مخاطب پس از تماشای انیمیشن به ورزش رزمی علاقه‌مند شود؛ ۳. تمایل^۵؛ مخاطب پس از دیدن انیمیشن به ورزش رزمی تمایل پیدا کند؛ ۴. عمل^۶؛ مخاطب پس از دیدن انیمیشن به ورزش رزمی روی آورده. همچنین مدل آیدا در سال ۱۹۲۵ به‌عنوان یک مدل رفتاری توسط استرانگ^۷ بیان شد (زیاد، ۲۰۱۲؛ حامد، ۲۰۱۴). با توجه به مواردی که بیان شد، محقق در پی آن است تا دریابد آیا انیمیشن پاندای کونگک فو کار در جذب کودکان به ورزش رزمی تأثیرگذار است؟

روش پژوهش

تحقیق پیش رو از نظر هدف، کاربردی و از نظر گردآوری داده‌ها از نوع توصیفی و از شاخه مطالعات میدانی به‌شمار می‌آید. جامعه آماری تحقیق کلیه دانش‌آموزان پسر پایه ششم تا هشتم مدارس شهر میاندوآب ۱۴۵۰۰ بودند. برای تعیین اندازه نمونه با استفاده از فرمول جامعه محدود کوکران، اندازه نمونه برابر با ۳۷۵ به‌دست آمد که با در نظر گرفتن خطای غیرنمونه‌گیری، اندازه نمونه به ۵۰۰ نفر افزایش یافت و در نهایت ۴۵۵ پرسشنامه استفاده شد. به‌دلیل نبود ابزاری دقیق و معتبر که بتوان به‌وسیله آن اثربخشی انیمیشن‌های ورزشی بر رفتار کودکان را ارزیابی کرد، ساخت و اعتبار چنین پرسشنامه‌ای یکی از اقدام جنبی این تحقیق بود. با این پرسشنامه که براساس مدل آیدا طراحی شده بود، مؤلفه‌های آگاهی، علاقه، تمایل و انجام ورزش رزمی توسط کودکان اندازه‌گیری شد. این سؤالات براساس طیف لیکرت پنج‌گزینه‌ای طراحی شد، به‌جز مؤلفه علاقه که چهار سؤال داشت، بقیه مؤلفه‌ها سه سؤال داشتند. روایی صورتی این پرسشنامه را ده عضو هیأت علمی دانشگاه در زمینه ارتباطات، رسانه و ورزش تأیید کردند و در ادامه روایی سازه آن نیز بررسی شد. پایایی پرسشنامه نیز ۰/۹۱ به‌دست آمد. برای توصیف داده‌ها از آمار توصیفی و برای تحلیل استنباطی داده‌ها به ترتیب از آزمون کولموگروف اسمیرنوف و تعیین برای نرمال بودن داده‌ها از آزمون باینومینال، فریدمن و تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. در انجام آزمون‌های مذکور از نرم افزارهای آماری SPSS(22) و AMOS(18) استفاده شد.

یافته‌ها

بررسی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نشان داد از کل نمونه آماری بیشترین تعداد (۳۳/۳ درصد) آنها ۱۲ ساله بودند. شغل پدر ۵۱/۴ درصد آنها آزاد و مادران ۷۰ درصد آنها خانه‌دار بودند. ۵۱ درصد بچه‌ها روزانه ۱ تا ۲ ساعت به تماشای تلویزیون می‌پردازند. ۷۵ درصد علاقه بسیار زیادی به ورزش دارند. ۳۲ درصد دانش‌آموزان فقط در زنگ ورزش مدرسه، ورزش می‌کردند و ۴۵ درصد علاوه بر زنگ ورزش در مدرسه در کلاس‌های مختلف ورزشی مشغول فعالیت بودند که اولویت اول آنها به تفکیک ۵۱ درصد ورزش فوتبال، ۱۸ درصد والیبال، ۱۱ درصد کشتی و ۲۰ درصد سایر رشته‌های ورزشی و رزمی بود.

¹ Aida

² Elmo and Louise

³ Informative

⁴ Interest

⁵ Inclination

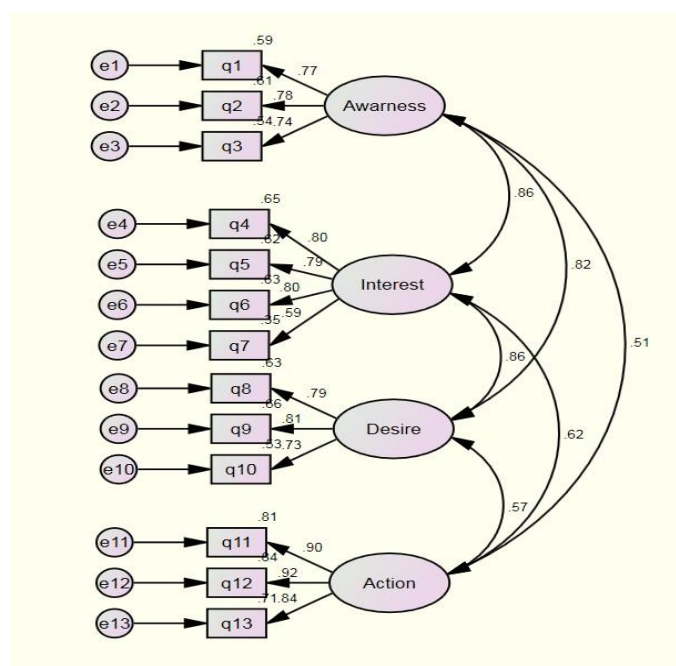
⁶ Action

⁷ Strong

جدول ۱. ابارهای عاملی و ضریب آلفای کرونباخ برای هر مؤلفه

آلفای کرونباخ	CR ^۱	بارهای عاملی	سؤالات	آیدا
۰/۹۲	۱۴/۶۷۷	۰/۸۴۱	Q1	توجه
	۱۵/۱۱۱	۰/۸۱۶	Q2	
	-----	۰/۹۰۰	Q3	
۰/۸۷	۱۲/۱۵۴	۰/۷۸۷	Q4	علاقه
	۱۱/۱۶۰	۰/۶۸۵	Q5	
	۱۲/۱۱۰	۰/۸۱۴	Q6	
	-----	۰/۵۲۱	Q7	
	-----	۰/۶۹۷	Q8	
۰/۸۵	۱۵/۴۱۱	۰/۸۱۰	Q9	تمایل
	۱۵/۲۵۲	۰/۶۹۹	Q10	
	-----	۰/۶۹۹	Q10	
۰/۸۷	۲۴/۷۱۱	۰/۸۷۷	Q11	انجام
	۲۴/۶۳۲	۰/۹۱۲	Q12	
	-----	۰/۸۷۹	Q13	

جدول ۱ پایایی پرسشنامه اثربخشی رسانه های ورزشی بر ارتباطات ورزشی کودکان را در ورزش با استفاده از شاخص ضریب آلفای کرونباخ نشان می دهد. ضریب اعتبار با استفاده از آلفای کرونباخ برای خرده مقیاس های پرسشنامه بین ۰/۸۵ تا ۰/۹۲ است؛ که نشان دهنده پایایی مناسب آزمون است. نتایج مربوط به بارهای عاملی نیز در این جدول گزارش شده است که بارهای عاملی بین ۰/۵۲۱ تا ۰/۹۱۲ و ارزش تی بین ۱۱/۱۶۰ تا ۲۴/۷۱۱ است که با توجه به مقادیر نشان داده شده سؤال ها در دامنه مناسبی قرار دارند. برای تعیین معیارهای نیکویی برازش روی مدل آیدا از تحلیل عاملی تأییدی و نرم افزار (18) amos استفاده شد.



شکل ۱: مدل چهارعاملی آیدا و خرده مقیاس های آن

جدول ۲: شاخص‌های برازش مدل

CMIN	PVALUE	df	RMSEA	CMIN/DF	NFI	GFI	CFI	AGFI
۲۰۳/۶۱۰	۰/۰۰۰	۵۹	۰/۰۶	۳/۳۴۷	۰/۹۴۶	۰/۹۳۱	۰/۹۵۹	۰/۹۱۰

نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد مقدار مجذور خی دو ۲۰۳/۶۱۰ و درجه آزادی ۵۹ است. با توجه به اینکه مهم‌ترین آماره برازش، آماره مجذور خی است، این آماره، میزان تفاوت ماتریس مشاهده شده و برآورد شده را اندازه می‌گیرد. این آماره به حجم نمونه بسیار حساس است، بنابراین مقدار آن بر درجه آزادی تقسیم می‌شود. همان‌طور که در جدول ۲ نشان داده شده است، مقادیر CMIN/DF، GFI، CFI، AGFI و NFI بزرگ‌تر از ۰/۹ بوده و مقدار RMSEA کوچک‌تر از ۰/۰۸ است. همچنین مقدار CMIN/DF از ۵ کمتر است، بنابراین برازش قابل قبولی بین داده‌ها و مدل مشاهده شده وجود دارد. پس می‌توان نتیجه گرفت که ساختار مقیاس ارتباطات ورزشی کودکان چهارعاملی است. پیش از شروع آزمون فرضیه‌ها ابتدا باید از وضعیت نرمال بودن داده‌ها اطمینان حاصل شود که با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف (K-S) می‌توان به این نتیجه دست یافت. با توجه به میزان مشاهده شده در ارتباطات کودکان که کوچک‌تر از سطح معناداری (P≤۰/۰۵) است، نتیجه می‌گیریم که داده‌ها از توزیع نرمالی برخوردار نیستند؛ بنابراین برای بررسی فرضیه‌ها از آزمون‌های ناپارامتریک باینومینال و فریدمن استفاده می‌کنیم.

جدول ۳: نتایج آزمون باینومینال در خصوص تأثیر انیمیشن پاندای کونگ فو کار در توجه به ورزش رزمی

گروه‌ها	تعداد	درصد مشاهده شده	درصد آزمون	میزان معناداری
کوچک‌تر مساوی ۳	۸۷	۰/۱۹	۰/۵	۰/۰۰۰
بزرگ‌تر از ۳	۳۶۸	۰/۸۱		

با توجه به میزان معناداری مشاهده شده (P≤۰/۰۵) می‌توان نتیجه گرفت که انیمیشن پاندای کونگ فو کار در توجه کودکان به رشته رزمی تأثیر معنادار و مثبت دارد.

جدول ۴: نتایج آزمون باینومینال در خصوص تأثیر انیمیشن پاندای کونگ فو کار در علاقه به ورزش رزمی

گروه‌ها	تعداد	درصد مشاهده شده	درصد آزمون	میزان معناداری
کوچک‌تر مساوی ۳	۸۹	۰/۱۹	۰/۵	۰/۰۰۰
بزرگ‌تر از ۳	۳۶۶	۰/۸۱		

با توجه به میزان معناداری مشاهده شده (P≤۰/۰۵) می‌توان نتیجه گرفت که انیمیشن پاندای کونگ فو کار در علاقه کودکان به رشته رزمی تأثیر معنادار و مثبت دارد.

جدول ۵: نتایج آزمون باینومینال در خصوص تأثیر انیمیشن پاندای کونگ فو کار در تمایل به ورزش رزمی

گروه‌ها	تعداد	درصد مشاهده شده	درصد آزمون	میزان معناداری
کوچک‌تر مساوی ۳	۷۷	۰/۱۷	۰/۵	۰/۰۰۰
بزرگ‌تر از ۳	۳۷۸	۰/۸۳		

با توجه به میزان معناداری مشاهده شده (P≤۰/۰۵) می‌توان نتیجه گرفت که انیمیشن پاندای کونگ فو کار در تمایل کودکان به رشته رزمی تأثیر معنادار و مثبت دارد.

جدول ۶. نتایج آزمون باینومینال در خصوص تأثیر انیمیشن پاندای کونگ فو کار در انجام به ورزش رزمی

گروه‌ها	تعداد	درصد مشاهده شده	درصد آزمون	میزان معناداری
علاقه به کوچک تر مساوی ۳	۱۳۲	۰/۲۹	۰/۵	۰/۰۰۰
ورزش رزمی بزرگ تر از ۳	۳۲۳	۰/۷۱		

با توجه به میزان معناداری مشاهده شده ($P \leq 0/05$) می توان نتیجه گرفت که انیمیشن پاندای کونگ فو کار در انجام کودکان به رشته رزمی تأثیر معنادار و مثبت دارد.

به منظور بررسی تساوی یا عدم تساوی میانگین شاخص های به کاررفته در فرضیات از آزمون فریدمن استفاده شد.

جدول ۷. نتایج آزمون فریدمن در خصوص تأثیر انیمیشن پاندای کونگ فو کار در تعیین رتبه مؤلفه های مؤثر در ارتباطات کودکان

مؤلفه	میانگین	انحراف معیار	میانگین رتبه ای	تعداد	خی دو	درجه آزادی	معنی داری
تمایل	۴/۱۲	۱/۰۶	۲/۶۹				
توجه	۳/۸۹	۱/۰۳	۲/۴۴				
انجام	۳/۷۹	۱/۲۳	۲/۴۱	۴۵۵	۳۰/۵۴۴	۳	۰/۰۰۰
علاقه	۴/۱۱	۱/۰۶	۲/۳۱				

با توجه به مقادیر به دست آمده مقدار خی دو ($30/544$) با درجه آزادی (3) و همچنین سطح معناداری آزمون ($P \leq 0/05$)، مشاهده می شود که با توجه به پاسخ آزمودنی ها در میزان تأثیر انیمیشن پاندای کونگ فو کار در ارتباطات کودکان تفاوت وجود دارد و پخش این انیمیشن بر مؤلفه ایجاد تمایل در کودکان برای گرایش به ورزش رزمی دارای بیشترین نقش و بر مؤلفه ایجاد علاقه به رشته رزمی دارای کمترین نقش است.

بحث و نتیجه گیری

هدف از تحقیق حاضر بررسی تأثیر رسانه های ورزشی در ارتباطات ورزشی کودکان بود که انیمیشن پاندای کونگ فو کار به صورت موردی انتخاب شد. یکی از نتایج این تحقیق نشان داد که انیمیشن پاندای کونگ فو کار در توجه کودکان به ورزش فوتبال مؤثر بوده است (جدول ۳) کودک در اثر دیدن انیمیشن پاندای کونگ فو کار به شناخت مناسبی درباره رشته رزمی می رسد و این مسئله می تواند در تحریک کودکان به سمت رزمی مؤثر باشد و اینجاست که اهمیت تأثیرپذیری انیمیشن مشخص می شود. این یافته با نتایج تحقیقات حسینی و همکاران (1388)، ربیعی و همکاران (1390)، حمید و همکاران (2014) و حسن و دانیل (2013) همخوانی دارد و دلیل این همخوانی می تواند به این صورت باشد که تمامی محققان از یک نوع محرک به عنوان شاخصی اثرگذار در رفتار مخاطبان استفاده کردند و این محرک که در اصل برنامه های تلویزیونی است، محتوایی متفاوت دارد، اما توانسته بر مدل چهارگانه آیدا منطبق باشد، یعنی انیمیشن پاندای کونگ فو کار مانند تبلیغات تلویزیونی یا سایر برنامه های دیگر در توجه مخاطبان به موضوعی خاص مؤثر باشد نتایج دیگری که به ترتیب در جداول ۶ و ۴ نشان داده شده است، نشان می دهد که انیمیشن پاندای کونگ فو کار در جذب کودکان به ورزش رزمی اثربخش بوده است. به این صورت که هم باعث علاقه-مندی، تمایل و سپس گرایش آنان به سمت ورزش رزمی می شود. این نتیجه می تواند راهکار مناسبی برای سیاستگذاران ورزش رزمی در کشور باشد. شاید بسیاری از کودکان در نگاه اول روی خوشی به ورزش رزمی نداشته باشند، اما با دیدن انیمیشن هایی به این شکل و با

محتوای نشان داده در این سریال جذب آن شوند و علاقه خود را به سمت این رشته ورزشی سوق دهند. امروزه بسیاری از مدیران ورزش کشور به دنبال راه‌های مختلفی برای استعدادیابی کودکان و نوجوانان به سمت رشته‌های ورزشی‌اند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که ساخت برنامه‌هایی با جذابیت بالا و محتوای مناسب کودکان را به سمت خود جذب می‌کند و آنها را به سمت رشته‌های ورزشی سوق می‌دهد. این یافته با نتایج تحقیقات کشکر و همکاران (۱۳۹۳)، ربیعی و همکاران (۱۳۹۰)، حسینی و همکاران (۱۳۸۸)، حبیب و سولیمون (۲۰۱۵)، حمید و همکاران (۲۰۱۴)، و حسن و دانیل (۲۰۱۳) همسو است. این ناهمسویی ممکن است به دلیل میزان تماشای مخاطب از تلویزیون یا ماهیت محتوایی آن باشد یا اینکه محتوای ارائه شده دارای اثربخشی لازم بوده یا نه؟ در مجموع با توجه به موارد مشخص شده و نتایج به دست آمده می‌توان گفت انیمیشن پاندای کونگ فوکار در ارتباطات کودکان تأثیر داشته و باعث گرایش آنان به ورزش رزمی شده است. نتایج حاصل از آزمون فریدمن هم نشان داد که تمایل به ورزش رزمی در رتبه یک تأثیرپذیری کودکان از انیمیشن پاندای کونگ فوکار قرار دارد. کودکان در اثر دیدن انیمیشن پاندای کونگ فوکار بیشترین تحریک را در بخش تمایل دارند و این مسئله نشان می‌دهد که آنها تمایل دارند تا در این رشته فعالیت کنند. این روزها ورزش رزمی به دلیل هیجانانگیزی از آن و جذابیت‌های زیاد درونی باعث جذب تعداد بی‌شماری از علاقه‌مندان به این رشته ورزشی شده است؛ اما نمی‌توان نقش رسانه‌ها و به‌ویژه تلویزیون را در این زمینه نادیده گرفت. پخش رویدادهای ورزشی و همچنین ساخت برنامه‌های متنوع درباره این رشته در گرایش افراد به آن مؤثر بوده است. می‌توان گفت کارتون پرفردار پاندای کونگ فوکار، به‌عنوان یکی از عوامل مؤثر کونگ فوچین را متحول کرد و به آن شخصیت بخشید.

محدودیت‌ها و پیشنهادات

پخش رویدادهای ورزشی و همچنین ساخت برنامه‌های متنوع درباره این رشته در گرایش افراد به آن مؤثر بوده است. می‌توان گفت کارتون پرفردار پاندای کونگ فوکار، به‌عنوان یکی از عوامل مؤثر کونگ فوچین را متحول کرد و به آن شخصیت بخشید.

پیروی از اصول اخلاق پژوهش: حاصل تحقیق اصیل نویسندگان می‌باشد

حامی مالی: ندارد

نقش هر یک از نویسندگان:

نویسنده اول گردآوری اطلاعات و اعمال نظرات

نویسنده دوم راهنمایی کلی و بازنگری

نویسنده سوم بازنگری و کمک آماری

نویسنده چهارم بازنگری و پیشنهادات

تضاد منافع: هیچ منفعی در این راستا وجود ندارد

تشکر و قدردانی: از تمامی دانش آموزان و معلمان گرامی مدارس شهرستان میانداوب تشکر و قدردانی به عمل می‌آید.

References

- Aryal, B.R. (2005). "AIDA Model Application for TV Commercials in Nepal". The Journal of Nepalese Business Studies. Vol. II No. 1. Pp.65-71.
- Foladirad, Farzad (2011). "Investigating the relationship between television violence and real violence among children", Media Studies, 7th year, Vol. 18, pp. 113-125.
- Habib, KH. Soliman, T. (2015). "Cartoons' Effect in Changing Children Mental Response and Behavior". Journal of Social Sciences, Vol. 3, pp. 248-264.
- Hameed, A. Et all .(2014). "Impact of TV Advertisement on Children Buying Behavior". International Journal of Humanities and Social Science. Vol. 4 No. 2. Pp. 246-261 .
- Hassan, M. Daniyal, M. (2013). "Cartoon Network and its Impact on Behavior of School Going Children: A Case Study of Bahawalpur, Pakistan". International Journal of Management, Economics and Social Sciences. Vol.2(1). Pp.6-11.
- Kashkar, Sara; Ghasemi, Hamid; Nazari, Alireza (2013). "Studying the level of loyalty of football fans and the role of television in strengthening it", Research of sports management and movement behavior, 10th year, 19th year, pp. 111-124
- Keating, S.(2011)." A Study on the impact of Electronic Media, particularly Television and Computer Console, upon Traditional Childhood Play and Certain Aspects of Psychosocial Development amongst Children". International Journal for Cross- Disciplinary Subjects in Education. Vol:2, 1, pp.294-303.
- Mutakif, Shidekht (2012). "Non-verbal communication in animation", library, archive and copy research, Mahe Hanar book, Vol. 59 and 60, pp. 13-62-63.
- Rabi'i, Ali; Mohammadian, Mahmoud; Jamili Brothers, Beta (2019)." Evaluating the effectiveness of Bank Parsian's advertisements and identifying the most important factor in increasing its effectiveness at the level of Tehran city", New Marketing Research Magazine, first year, second issue, pp. 5-17-40.
- Saeed, Zahra; Farahani, Mohsen (1391). "Investigating the influence of the media on the education and growth of children and adolescents", research on advertising education, first year, second issue, pp. 39-62.
- Shahla, Reza (1389) "Child and Media", Psychology, School Counselor Development, vol. 22-pp. 57-54.
- Spasgarshahri, Melihev (1386)." The Effects of Television on Children", Communication Studies, Vol. 51, pp. 106-77
- Vaaznia, Panthea (2012). "Role of Myth in Animation", Library, Archive and Research, Book of Art Month, Vol. 59 and 60, pp. 64-66.
- Waiting, breeze; Talipasand, Siavash; Rezaei, Alimohamed (2012) "Effect of static images and animation on improving learning, the role of visual cues and gender as modifiers", Educational Sciences, Education Studies, pp. 23-46, Learning, 5th session
- Wikipedia, *Kung Fu Panda*
- Zandi, Kiyarash (2016). "What is animation?", Art and Architecture, Art Guide, Vol. 3, p. 10-13
- Ziyari, Kikavos (2012). "Football players; A multi-generational favorite/ 11-year-old Captain Tsubasa soon became a role model for many teenagers", Jam Jam newspaper. Thursday, July 27.