

حرکت

شماره ۱۶ - ص ص : ۷۸ - ۵۷

تاریخ دریافت : ۸۱/۱۲/۱۱

تاریخ تصویب : ۸۲/۰۴/۱۲

مطالعه و بررسی نگرش متخصصان تربیت بدنی به نقش رسانه‌های جمعی (راديو، تلویزیون و نشریات) در گرایش مردم به ورزش قهرمانی و همگانی

فرزاد غفوری^۱ - دکتر حسین رحمان سرشت - دکتر هاشم کوزه‌چیان - دکتر محمد احسانی
دانش‌آموخته مقطع دکتری دانشگاه تربیت مدرس - استاد دانشگاه علامه طباطبایی
دانشیار دانشگاه تربیت مدرس - استادیار دانشگاه تربیت مدرس

چکیده

رسانه‌ها و به‌ویژه تلویزیون، نقش زیادی در امر ورزش دارند، اما این اثر با نیازهای جامعه هماهنگ نیست. رسانه‌های جمعی به دلیل صرفه اقتصادی ورزش قهرمانی، به آن گرایش بیشتری دارند. از طرف دیگر، در سال‌های اخیر مردم به دنبال فعالیت‌های تفریحی‌اند. هدف از این تحقیق، مطالعه اثر رسانه‌ها بر ورزش همگانی و قهرمانی و نیز یافتن رابطه میان رسانه‌ها و ورزش بود. به این منظور پرسشنامه‌هایی برای اعضای هیأت علمی تربیت بدنی دانشگاه‌های سراسر کشور ارسال شده این پرسشنامه‌ها قبلاً توسط ۳۴ تن از نمونه‌ها تکمیل و اعتبار آنها با آلفای کرونباخ ۰.۸۹ تأیید شده بود. ۹۷ پرسشنامه تکمیل شده مورد تجزیه و تحلیل آماری قرار گرفت. نتایج پژوهش نشان داد رسانه‌های جمعی اثر معنی‌داری روی تغییر نگرش و رفتار مردم نسبت به ورزش کردن دارند. البته این اثر در مورد گرایش‌ها (صرفاً اعتقاد به فعالیت بدنی) بیشتر بود. رسانه‌های جمعی به‌طور کلی ترجیح می‌دهند به ترویج و نشر ورزش قهرمانی بپردازند. دلیل این مسئله سود اقتصادی حاصل از این بخش از ورزش است. تحلیل عاملی اطلاعات نشان داد مهمترین عامل مؤثر در ورزش همگانی و قهرمانی، تأکید همزمان روی هر دو آنهاست. رابطه کم (۲۰ درصد) اما معنی‌داری ($P \leq 0.01$) بین توسعه ورزش همگانی و قهرمانی و رسانه‌ها وجود دارد. این یافته‌ها با پژوهش‌های قبلی همخوانی دارد. ۲۰٪ تغییرات در ورزش همگانی و قهرمانی مربوط به رسانه‌هاست و ۸۰ درصد باقیمانده به عوامل دیگری مربوط می‌شود.

واژه‌های کلیدی

تلویزیون، رادیو، نشریات، رسانه‌های جمعی، ورزش همگانی، ورزش قهرمانی و حرفه‌ای گرای.

مقدمه

رسانه‌ها شکلی از ارتباط جمعی^۱ اند و معمولاً شامل نشریات، تلویزیون و رادیو می‌شوند. با وجود این، سینما را نیز می‌توان در این تعریف گنجانده. رسانه‌ها اثر مستقیمی روی ارزش‌ها و هنجارهای جامعه دارند، زیرا دامنه آن تعداد بی‌شماری از جمعیت را در بر می‌گیرد (۱۶). شیوع و استفاده گسترده از رسانه‌های جدید، تلویزیون کابلی، ماهواره، اینترنت، وب جهانی و بازی‌های پیشرفته خانگی، آنها را به اعضای دائمی و هر روزه زندگی انسان تبدیل کرده است. یادگیری و حتی شکل بازی انسان را دچار تحول کرده‌اند. رسانه‌های پیشرفته اینک از محل‌های عمومی به داخل منازل راه یافته‌اند. تنوع رسانه‌ها، فعال بودن، انتخابی بودن و جنبه سرگرمی آنها، منجر به پذیرش و افزایش مصرف آنها در جامعه شده است (۴۹). ورزش نیز پدیده سازمان یافته اواخر قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم است. اهمیت کنونی این پدیده به نقش چند جانبه آن در حوزه‌های اجتماعی، اقتصادی، فناوری و فرهنگی مربوط می‌شود. ورزش در ایالات متحده آمریکا در سال ۱۹۹۵ میلادی بالغ بر ۹۳/۸ میلیارد دلار ارزش افزوده ایجاد کرده و یازدهمین صنعت بزرگ به حساب می‌آید (۱۵). سهم صنعت ورزش در تجارت جهانی، ۲/۵ درصد است. البته عمر تجارت زندگی ورزش چندان نسبت به رسانه‌ها به‌ویژه تلویزیون بیشتر نیست (۲۵)، به‌رحال رسانه‌ها در دهه نود میلادی بیشترین تأثیر را روی ورزش داشته‌اند. این رابطه از اواخر قرن نوزدهم با روزنامه آغاز شد و در قرن بیستم به رادیو و تلویزیون گسترش یافت. در دهه پنجاه میلادی، تلویزیون انواع ورزش‌ها را در چرخه تبلیغات قرار داد و در دهه نود ماهواره بعد دیگری به ورزش افزود و آن را در سطح جهان گسترش داد (۱۶).

در حال حاضر، رسانه غالب، بدون شک تلویزیون است که می‌تواند بیش از هر رسانه

دیگری، در جهانی کردن ورزش نقش داشته باشد. ورزش نیز به طور موفقیت آمیزی به عنوان راهبرد جذب مخاطب توسط تهیه کنندگان رسانه‌های مختلف مورد استفاده قرار گرفته است. با وجود این، نمی‌توان رابطه بین ورزش و رسانه‌ها را همیشه مفید تلقی کرد یا آن را دو طرفه دانست. ورزش می‌تواند در جلب مخاطب به رسانه‌ها کمک شایانی بکند، اما اینکه رسانه‌ها به همان اندازه در جهت اشاعه ورزش درست و ترویج فرهنگ ورزش فعالیت می‌کنند یا نه، جای تردید دارد. ورزش به دلیل اینکه دارای زبان جهانی است، به اندازه رسانه‌ها و حتی بیشتر از آنها روی تجارت جهانی اثر می‌گذارد (۵۰). رسانه‌ها نیز فرهنگ خود را ایجاد می‌کنند و ممکن است ارزش‌ها را دستکاری کنند؛ به‌ویژه قادرند روش‌های جدید زندگی را فراهم سازند (۱۶). هر چند توسعه فناوری رسانه‌ای رابطه معکوسی با کیفیت زندگی دارد (۴۹)، اما رسانه‌ها خود را با دیدگاه عمومی همگام می‌کنند. علاوه بر ارزش‌ها، رسانه‌ها می‌توانند در آگاهی و تغییر رفتار جامعه نقش داشته باشند. میزان این اثرگذاری ثابت نیست. جکسون^۱ (۱۹۹۱) اعلام کرد ارتباطات جمعی به میزان ۸۷ درصد روی افزایش آگاهی مردم تأثیر دارند. در مورد تغییر رفتار و گرایش مردم به فعالیت بدنی، این میزان به ۳/۳ درصد می‌رسد (۱۹). آمارهای بهداشتی نیز چنین وضعیتی را تایید می‌کنند. دست‌اندرکاران بهداشت عمومی اینک به نیاز مردم به افزایش فعالیت بدنی تأکید دارند و کم‌تحرکی را یکی از عوامل خطرزای بیماری‌ها اعلام کرده‌اند. یک دوم تا دو سوم جمعیت کشورهای صنعتی پیشرفته فعالیت بدنی کافی ندارند، اما بخش قابل توجهی از مردم برای پیشه کردن یک زندگی فعال اظهار علاقه می‌کنند (۲). می‌توان ادعا کرد گرایش رسانه‌ها به ورزش‌های حرفه‌ای و قهرمانی و سعی در جذب مخاطب به هر قیمتی، به علاقه‌مند شدن و نه شرکت در فعالیت بدنی منجر شده است. گفته می‌شود تماشای تلویزیون سبب می‌شود مردم فرصت پرداختن به ورزش را نداشته باشند (۱۶). اما شماری از تحقیقات نشان می‌دهند هرچند تلویزیون یک رسانه تفریحی است (۲۵ درصد زمان فراغت به تماشای تلویزیون اختصاص داده می‌شود) اما رابطه بین تماشای تلویزیون و شرکت در ورزش، ضعیف، یا بی‌ارتباط ارزیابی شده است.

در مقایسه‌ای که در مورد گرایش مردم به تماشای تلویزیون بین سال‌های ۱۹۸۷، ۱۹۹۳ و ۱۹۹۸ در کشور دانمارک به عمل آمده معلوم شد علایق مردم تغییر کرده است؛ تعداد معدودی از افراد بالای ۱۵ سال دانمارکی به ورزش رقابتی، چه به صورت شرکت کردن و چه به شکل تماشای آن از تلویزیون علاقه نشان می‌دهند. در حقیقت انگیزه مردم از شرکت در فعالیت ورزشی، رسیدن به درجات بالا و شعار سریع‌تر، بالاتر و قوی‌تر نیست. این مطالعه نشان داد مردم به دنبال تندرستی، نشاط و روابط اجتماعی‌اند. مسابقه و برد و باخت کمترین نقش را در تمایل آنان به ورزش ایفا می‌کند. در مورد تماشای تلویزیون، علی‌رغم اینکه یک نوع تفریح تلقی می‌شود، در سال‌های اخیر این علاقه کم شده، به طوری که درصد مردم علاقه‌مند به تماشای ورزش از تلویزیون از ۲۸ درصد در سال ۱۹۸۷ به ۲۶ درصد در سال ۱۹۹۸ کاهش یافته است (۲۳). دلیل این تحول را در دو عامل وابسته به هم باید جست و جو کرد: تجارت‌گرایی ورزش و گرایش رسانه‌ها به سمت ورزش قهرمانی. در حقیقت، رسانه‌ها برای جذب مخاطبان بیشتر به دنبال بازی جذاب‌اند. بازی جذاب به ورزشکار ماهر و ورزشکار ماهر به حمایت مالی نیاز دارد. بدین ترتیب چرخه معیوبی که مثلث طلایی ورزش نام گرفته، موجب می‌شود رسانه‌ها، ورزش و حمایت کنندگان مالی با زنجیری به نام سود (پول) به یکدیگر متصل شوند (۱۶). معنی و نتیجه این چرخه، وابستگی هر چه بیشتر این عوامل به یکدیگر و فراموش شدن انگیزه مردم و سرانجام دور شدن مخاطبان خواهد بود. البته تلاش‌هایی برای رفع این مشکل صورت گرفته است. برای مثال اتحادیه اروپا، یک شبکه سخن‌پراکنی جداگانه برای ایجاد موازنه و نزدیکی بین برنامه‌های رسانه‌ها و نیازهای مردم ایجاد کرده، هر چند هنوز اقدام قابل توجهی از این شبکه مشاهده نشده است (۴۸). دولت‌ها می‌توانند نقش مؤثری ایفا کنند. در کانادا کمیسیون رادیو، تلویزیون و فناوری ارتباطات، مسئول تمام سیاست‌ها و تأسیس شبکه‌های جدید، برنامه‌ها و حتی نرخ‌های تبلیغاتی است. این کمیسیون در اوایل سال‌های ۱۹۷۰ تا ۱۹۸۰ میلادی، تصمیم گرفت نوع برنامه‌ها را تحت کنترل خود درآورد. کمیسیون فوق حتی به تبلیغات محصولات ویژه‌ای (مانند مشروبات الکلی) نظارت می‌کند. در یک مورد حتی به شبکه تبلیغاتی نسبت به رواج و عرضه بیش از حد مجاز این محصولات هشدار داده است (۳۸).

نخستین کتاب رسمی سیاست‌گذاری رسانه‌ها در کانادا، در سال ۱۹۷۰ میلادی به چاپ

رسید. در این کتاب بر گسترش و تبلیغ فعالیت‌های ورزشی تفریحی و قهرمانی به‌طور یکسان تاکید شده است (۸).

در دهه ۹۰ میلادی، ورزش قهرمانی (آماتور) جزو تماشایی‌ترین رویدادهای ورزشی بود و سود کلانی را عاید رسانه‌هایی کرد که اقدام به نشر این رویدادها کرده بودند. پوشش خبری وسیع رویدادهای ورزشی، با هدف تجاری - حرفه‌ای انجام می‌شود (۸). اما به نظر می‌رسد علاقه‌مندان به ورزش‌های رقابتی در آینده رو به کاهش بیشتری بگذارند. این به معنای وضعیت فوق‌العاده نیست. علی‌رغم این کاهش، ورزش‌های رقابتی هنوز هم تعداد زیادی از افراد جامعه را در بر می‌گیرند. در دانمارک، نصف جمعیت بزرگسال (۲۳) در ورزش قهرمانی فعالیت می‌کنند. در سوئد، دولت با سرمایه‌گذاری در ورزش قهرمانی که حدود ۷۰۰۰ نفر در آن فعالند، به توسعه ورزش همگانی کمک می‌کند (۲۶).

علی‌رغم شمار زیاد شرکت‌کنندگان در ورزش قهرمانی کشور دانمارک، این میزان رشدی نداشته است. در سال ۱۹۸۷، ۱۷ درصد و در سال ۱۹۹۸، ۱۴ درصد از مردم این کشور در ورزش قهرمانی درگیر بودند. تأکید مردم از فعالیت‌های رقابتی به سمت ورزش‌های آزاد تغییر کرده است. این رویکرد در کشورهای دیگر نیز به چشم می‌خورد (۲۳). رویکرد اخیر به معنی قبول یک بخش و رد دیگری نیست، بلکه میزان تقاضای اجتماعی را مدنظر دارد. ورزش همگانی و قهرمانی با هم درآمیخته‌اند، اما در دو جهت مختلف توسعه می‌یابند. از یک طرف، ورزش‌های جدید، به‌ویژه در ۲۵ سال آخر قرن بیستم با اهداف متفاوت از ورزش‌های رایج سنتی ظهور کرده‌اند. در این ورزش‌ها تندرستی، آمادگی جسمانی، هیجان و اجتماعی شدن در اولویت قرار دارند و جنبه مسابقه و برتری‌جویی در آنها کم‌رنگ شده است. ساختارهای جدیدی نیز بر این ورزش‌ها به‌وجود آمده‌اند که به‌صورت رسمی یا غیررسمی در کنار باشگاه‌ها، مدارس و دانشگاه‌ها فعالیت می‌کنند. از سوی دیگر، ورزش قهرمانی بیش از پیش با ماهیت ماشینی توسعه یافته که در حقیقت، نشأت گرفته از ورزش همگانی است، اما راه خود را به سمت تخصصی و تجاری شدن و حرفه‌ای‌گرایی جدا کرده است (۴۳). مخالفان حرفه‌ای‌گرایی ورزش قهرمانی ادعا می‌کنند حرفه‌ای‌گرایی این بخش از ورزش، پیامدهای منفی برای رابطه و پیوستگی آن با ورزش همگانی دارد. بیم آن می‌رود که توجه بیش از حد بر

تعدادی از ورزش‌ها برای تبدیل آنان به بازیگران صنعت ماشین ورزشی به آرمان‌های آن لطمه بزند. نتیجه این توجه بیش از حد، دورکردن شرکت‌کنندگان با مهارت کمتر و کسانی است که شانس پیوستن به جریان حرفه‌ای‌گرایی را ندارند. بدین ترتیب از شمار افرادی که می‌توانند در فعالیت‌های ورزشی شرکت کنند، کاسته می‌شود (۲۳).

در دو دهه اخیر، دانشگاه فریج^۱ بروکسل، با اجرای دو طرح "ورزش همگانی" و "ورزش قهرمانی و مطالعه" با هدف ترکیب دانش و ورزش قهرمانی در میان دانشجویان ورزشکار خود، سعی در ایجاد پیوند میان دو بخش کرده‌است (۵۱). پژوهش‌های انجام‌شده نشان می‌دهند موفقیت چنین طرح‌های تعاملی، وابسته به کیفیت مدیریت آنهاست (۹). زمانی که در دهه شصت میلادی دموکراسی، نوگرایی، مشارکت و تکثرگرایی مدنظر قرار گرفته بود، ورزش همگانی، نهالی بیش نبود. ورزش همگانی با هدف افزایش مشارکت تمام گروه‌های اجتماعی و فراهم کردن تکثرگرایی ورزشی، تقویت ورزش قهرمانی، ورزش رقابتی، تفریحات سالم و ورزش تفریحی پایه‌گذاری شد. متأسفانه به زودی این دو (همگانی و قهرمانی) در مقابل هم قرار گرفتند. مشاهده‌گرایی‌های جدید در فرایند جهانی‌سازی ورزش قهرمانی، چنین به ذهن القا می‌کند که این ورزش به بخش مستقلی از تجارت تبدیل شده و در نقش یک کالا ظهور کرده‌است. افراطی‌گری و حذف واژه‌های خاص، نتیجه فلسفه حاکم قرون ۱۹ و ۲۰ یعنی "پیشرفت به هر قیمتی" است؛ این فلسفه، مبنای ورزش جدید قرار گرفته‌است (۳۱). از سوی دیگر، در قرن ۲۱، ورزش یک ویژگی داوطلبانه خواهد داشت. بنابراین جوانان، سطح آمادگی جسمانی خود را صرفاً زمانی که بخواهند و اراده کنند، افزایش خواهد داد. اینکه تا چه حد به فعالیت علاقه‌مند شوند، بستگی به ماهیت لذت‌بخش بودن آن فعالیت خاص دارد. این ویژگی، بستگی به نوع فعالیت، همخوانی آن با نیازهای جوانان و هنجارهای اجتماعی دارد، هنجارهایی که با فلسفه قرن پیشین متفاوت است (۲۹). رسانه‌های جمعی و صنعت ورزش در هر شکل، برای ادامه حیات خود راهی جز پذیرش تقاضای اجتماعی و تمکین به هنجارهای جدید آن در پیش روی ندارند.

این پژوهش به دنبال یافتن پاسخ برای پرسش‌های زیر است :

- ۱- آیا رسانه‌های جمعی (تلویزیون، رادیو و نشریات)، موجب تغییر نگرش مردم نسبت به ورزش می‌شوند؟
- ۲- آیا رسانه‌های جمعی، بر تغییر رفتار مردم نسبت به ورزش مؤثرند؟
- ۳- رسانه‌های جمعی به ورزش قهرمانی توجه دارند یا همگانی و آیا روند کنونی با هدف‌های تربیت بدنی و ورزش همسویی دارد؟
- ۴- آیا رسانه‌های جمعی از راهبرد منسجم و هماهنگ در توسعه ورزش پیروی می‌کنند؟
- ۵- رسانه‌های جمعی تا چه حد در جهت تقاضای اجتماعی برای ورزش همگانی و قهرمانی حرکت می‌کنند؟

روش تحقیق

هدف از انجام پژوهش حاضر، تعیین میزان تأثیر رسانه‌های جمعی بر گرایش مردم به ورزش همگانی - قهرمانی بود. برای دستیابی به این هدف، اهداف ویژه‌ای تعیین شد :

- ۱- میزان اثر و وزن هر کدام از عوامل مربوط به رسانه‌ها روی ورزش همگانی و قهرمانی
- ۲- رابطه میان رسانه‌ها و ورزش همگانی و قهرمانی
- ۳- بررسی اینکه رسانه‌های جمعی تا چه حد از راهبرد منسجم و هماهنگ در توسعه ورزش پیروی می‌کنند.

۲۰۰ پرسشنامه که برای ارزیابی اهداف و فرضیه‌های پژوهش طراحی شده و قبلاً در یک مطالعه مقدماتی^۱ اعتباریابی شده بود، برای تکمیل توسط اعضای هیأت علمی رشته تربیت بدنی، به دانشگاه‌های کشور ارسال شد. نمونه‌های تحقیق، دانش آموختگان مقطع کارشناسی ارشد و بالاتر رشته تربیت بدنی عضو هیأت علمی دانشگاه‌ها بودند. تعداد ۹۷ مورد از پرسشنامه‌ها دریافت و تجزیه و تحلیل آماری روی آنها انجام شد. دلیل عدم برگشت تعداد بیشتر این بود که اعضای هیأت علمی دارای مدرک پایین‌تر از کارشناسی ارشد، جزء نمونه‌های

تحقیق به شمار نمی آمدند و در نتیجه آن را تکمیل و ارسال نکرده بودند.

جداول ۱ و ۲ ویژگی های آزمودنی ها را نشان می دهند.

جدول ۱- سن و جنس آزمودنی های پژوهش

جنس آزمودنی ها			سن آزمودنی ها		تعداد کل
درصد	تعداد	جنس	انحراف معیار	میانگین	
۷۳/۲	۷۱	مرد	۱۴/۱۴	۳۸/۱	۹۵
۲۴/۷	۲۴	زن			
۲/۱	۲	بدون پاسخ			
۱۰۰	۹۷	جمع			

جدول ۲- میزان تحصیلات و رتبه دانشگاهی آزمودنی ها

رتبه دانشگاهی			میزان تحصیلات		
درصد	فراوانی	رتبه	درصد	فراوانی	مدرک تحصیلی
۶۴/۹	۶۳	مربی	۴۰/۰	۳۹	کارشناسی ارشد
۱۹/۶	۱۹	استادیار	۲۱/۶	۲۱	دانشجوی دکتری
۴/۱	۴	دانشیار	۲۳/۷	۲۳	دکتری
۱۱/۳	۱۱	بدون جواب	۱۴/۴	۱۴	بدون جواب
۱۰۰	۹۷	جمع	۱۰۰	۹۷	جمع

در این پژوهش روش های آماری زیر مورد استفاده قرار گرفت:

- مجذور کای (χ^2) برای بررسی اختلاف بین پاسخ به هر سؤال در پرسشنامه.

- تحلیل عاملی برای بررسی عوامل مؤثر بر هر خرده مقیاس^۱.

- همبستگی پیرسون برای تعیین ارتباط بین خرده مقیاس های تحقیق.

نتایج و یافته‌های تحقیق

پرسشنامه‌های تحقیق برای تمام دانشگاه‌هایی که دارای گروه تربیت‌بدنی بودند، در سراسر کشور ارسال شد. اطلاعات مندرج در جداول ۱ و ۲ براساس اطلاعات تکمیل شده توسط نمونه‌های تحقیق تنظیم شده‌است. دو خرده مقیاس اصلی عبارت بودند از: ۱- رسانه‌های جمعی و ۲- ورزش همگانی و قهرمانی. جدول ۳ تعداد پاسخ‌های مربوط به هر گزینه در سؤالات مربوط به خرده مقیاس رسانه‌های جمعی را نشان می‌دهد. ملاحظه می‌شود که تمام پاسخ‌ها در بالاترین سطح معنی دارند. ۹۵ نفر از نمونه‌های پژوهش، روی اثر رسانه‌ها بر تغییر نگرش مردم نسبت به ورزش و ۸۹ نفر روی تغییر رفتار اتفاق نظر دارند. در سؤال سوم، پاسخ‌دهندگان اظهار کرده‌اند که رسانه‌های جمعی به دلیل کسب سود بیشتر، درصدد تبلیغ ورزش قهرمانی‌اند تا همگانی و در سؤال هفتم روی تغییر این روند تأکید شده‌است. در سؤال چهارم روی پخش و چاپ مطالب علمی در رسانه‌ها تأکید شده‌است. ۶۲ نفر از نمونه‌ها فعالیت نشریات ورزشی را همسو با هدف‌های تربیت‌بدنی ندانسته‌اند. در سؤال ششم، ۷۳ نفر از نمونه‌های تحقیق، روی وجود یک کمیته تخصصی برای تعیین راهبردهای حاکم بر رسانه‌ها تأکید کرده‌اند. سرانجام، بیشتر نمونه‌ها معتقدند رسانه‌های جمعی از یک راهبرد منسجم و هماهنگ در توسعه ورزش پیروی نمی‌کنند. جدول ۴ تعداد پاسخ‌های مربوط به هر گزینه در سؤالات مربوط به خرده مقیاس ورزش همگانی و قهرمانی را نشان می‌دهد. در سؤال نخست از این بخش، به توسعه ورزش همگانی نظر داده شده و در عین حال در سؤال بعدی گسترش ورزش قهرمانی مورد تأکید قرار گرفته‌است. اما آزمودنی‌ها در سؤال‌های ۳ و ۴ نسبت به نقش ورزش قهرمانی در ایجاد سلامتی جسمی و روانی برای همه افراد جامعه ابراز تردید کرده و با قاطعیت نسبت به اثر ورزش همگانی بر سلامتی جسمی و روانی همه افراد جامعه رأی موافق داده‌اند. در عین حال، نمونه‌های پژوهش در سؤال‌های ۵ و ۶ بر توسعه همزمان ورزش همگانی و قهرمانی رأی داده‌اند. در سؤال هفتم و در تایید پاسخ خود به سؤال دوم، تمرکز سرمایه‌گذاری را روی ورزش همگانی پذیرفته‌اند. در سؤال هشتم، اظهار شده ورزش قهرمانی سبب افزایش اعتماد به نفس افراد جامعه و تشویق آنان به ورزش خواهد شد. تفاوت بین پاسخ‌ها در هر دو بخش به‌طور کامل معنی‌دار است.

جدول ۳- فراوانی پاسخ‌های آزمودنی‌ها به همراه مجذور کای و سطح معنی‌داری پاسخ‌های هر پرسش در بخش رسانه‌ها

P	χ^2	کاملاً مخالفم	مخالقم	ندارم نظری	موافقم	کاملاً موافقم	گزینه‌ها	پرسش‌ها
۰/۰۰۰	۴۵/۳	-	۲	-	۴۱	۵۴	کاملاً موافقم	رسانه‌های جمعی (تلویزیون، رادیو و نشریات) موجب تغییر نگرش مردم (افزایش آگاهی) نسبت به ورزش می‌شوند
۰/۰۰۰	۷۵/۲	-	۳	۳	۵۴	۳۵	کاملاً موافقم	رسانه‌های جمعی (تلویزیون، رادیو و نشریات) سبب تغییر رفتار مردم (شرکت در فعالیت بدنی) نسبت به ورزش می‌شوند
۰/۰۰۰	۴۶/۵	-	۲	۱۳	۴۰	۴۱	کاملاً موافقم	رسانه‌های جمعی به دلیل جاذبه‌های اقتصادی و کسب سود بیشتر، به ورزش قهرمانی توجه دارند تا همگانی
۰/۰۰۰	۶۰	-	-	۴	۲۹	۶۵	کاملاً موافقم	نشریات ورزشی باید علاوه بر انتشار اخبار ورزشی، مقالات علمی قابل فهم در جهت آگاهی خوانندگان به چاپ برسانند
۰/۰۰۰	۴۳	۱۱	۵۱	۳۳	۱۲	-	کاملاً موافقم	روند فعالیت نشریات ورزشی، با هدف‌های تربیت بدنی و ورزش همسو و هم جهت است
۰/۰۰۰	۵۸	۳	۱۱	۱۱	۲۹	۴۴	کاملاً موافقم	برنامه‌های ورزشی رادیو و تلویزیون توسط یک کمیته تخصصی کشوری و هماهنگ با سایر راهبردها تنظیم و پخش شوند
۰/۰۰۰	۱۳۳	۱	۷	۳	۲۷	۵۹	کاملاً موافقم	گسترش ورزش همگانی و فعالیت‌هایی که با بهداشت و تندرستی اکثریت مردم ارتباط دارند، یکی از محورهای برنامه‌های ورزشی، رادیو و تلویزیون باشد
۰/۰۰۰	۱۰۹	۷	۶۰	۱۶	۹	۵	کاملاً موافقم	رسانه‌های جمعی (تلویزیون، رادیو و نشریات) تقریباً از راهبرد مسجّم و هماهنگ در توسعه ورزش پیروی می‌کنند

جدول ۴- فراوانی پاسخ‌های آزمودنی‌ها به همراه مجذور کای و سطح معنی‌داری پاسخ‌های هر پرسش در بخش ورزش همگانی و قهرمانی

P	χ^2	کاملاً مخالفم	مخالفم	ندارم نظری	موافقم	کاملاً موافقم	گزینه‌ها	پرسش‌ها
۰/۰۰۰	۷۳	-	۳	۴	۴۰	۵۰	کاملاً موافقم	ورزش همگانی و تفریحات سالم به دلیل تقاضای اجتماعی و نقش آن در سلامت جامعه محور برنامه‌ریزی‌های کلان ورزش کشور باشد
۰/۰۰۰	۵۶/۵	-	۴	۹	۴۹	۳۵	کاملاً موافقم	گسترش ورزش قهرمانی به دلیل کسب افتخار و موفقیت جهانی برای کشور و شکوفایی استعداد نخبگان ورزش، یکی از محورهای برنامه‌ریزی‌های کلان ورزشی باشد
۰/۰۰۰	۴۹	۱۴	۲۶	۱۵	۱۷	۵	کاملاً موافقم	گسترش ورزش همگانی سبب سلامت جسمی و روانی همه افراد جامعه خواهد شد
۰/۰۰۰	۱۳۹	۳	۲	۲	۲۹	۶۱	کاملاً موافقم	گسترش ورزش همگانی سبب سلامت جسمی و روانی همه افراد جامعه خواهد شد
۰/۰۰۰	۱۲۸	۲	۱	۲۲	۲۲	۵۱	کاملاً موافقم	توسعه ورزش همگانی می‌تواند به پیشرفت ورزش قهرمانی منجر شود
۰/۰۰۰	۷۱	۲	۸	۳۸	۳۸	۴۱	کاملاً موافقم	گسترش ورزش قهرمانی و همگانی به‌طور همزمان و همگام مورد توجه قرارگیرد
۰/۰۰۰	۵۱	-	۷	۹	۵۰	۳۱	کاملاً موافقم	با توجه به فراگیر بودن قابل اجرا بودن ورزش همگانی برای اکثریت جامعه، سرمایه‌گذاری‌های بخش ورزش، بیشتر روی ورزش همگانی متمرکز شود
۰/۰۰۰	۸۰/۶	۱	۷	۱۳	۵۱	۲۵	کاملاً موافقم	ورزش قهرمانی موجب افزایش اعتماد به نفس جامعه و تشویق آنان به ورزش خواهد شد

در بخش بعدی، عوامل مؤثر بر رسانه‌ها و وزن هر کدام مورد ارزیابی قرار گرفته است. برای این منظور، با استفاده از تحلیل عاملی، به وزن هر کدام از عوامل در خرده مقیاس اصلی پرداخته شده است. جدول ۵ مقدار اثر هر یک از عوامل را روی خرده مقیاس رسانه‌های جمعی نشان می‌دهد.

جدول ۵- نتایج تحلیل عاملی تأییدی در مورد خرده مقیاس رسانه‌های جمعی و تعیین وزن هر

عامل در مجموع اثر رسانه‌ها

سؤالات	بار عاملی
۱	۰/۷۹۲
۲	۰/۶۲۹
۳	-۰/۴۱۲
۴	۰/۲۴۴
۵	۰/۴۳۶
۶	۰/۶۶۷
۷	۰/۵۸۹
۸	۰/۳۰۰

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

ملاحظه می‌شود بیشترین وزن مربوط به سؤال یک، یعنی اثر قوی رسانه‌ها بر نگرش مردم است. پس از آن، بیشترین اثر، مربوط به تشکیل کمیته تخصصی کشوری برای کنترل و هدایت راهبردهای رسانه‌هاست. کمترین اثر مربوط به نقش چاپ مطالب علمی در نشریات، جهت آگاهی خوانندگان است.

جدول ۶، مقدار اثر هر کدام از عوامل را روی خرده مقیاس ورزش همگانی و قهرمانی نشان می‌دهد. در این بخش آزمودنی‌ها، توجه همزمان به ورزش همگانی و قهرمانی را مورد تأکید قرار داده‌اند. پس از آن، بیشترین وزن و اثر مربوط به افزایش اعتماد به نفس مردم در نتیجه تقویت ورزش قهرمانی است. بار عاملی بالای سؤال ۷ به معنی اهمیت سرمایه‌گذاری روی ورزش همگانی است. همچنین از بار عاملی بالای سؤال ۵ می‌توان دریافت که پاسخ‌دهندگان

معتقدند، گسترش ورزش قهرمانی در نتیجه توسعه ورزش همگانی ممکن می‌شود.

جدول ۶- نتایج تحلیل عاملی تأییدی در مورد خرده مقیاس ورزش همگانی و قهرمانی و تعیین وزن هر عامل در مجموع اهمیت توجه به ورزش همگانی و قهرمانی

سؤالات	بار عاملی
۱	۰/۳۳۶
۲	۰/۴۹۰
۳	۰/۵۰۹
۴	-۰/۲۰۳
۵	۰/۴۵۵
۶	۰/۶۴۷
۷	۰/۵۳۴
۸	۰/۶۳۵

بحث و نتیجه‌گیری

اثر رسانه‌های جمعی روی همه جنبه‌های زندگی انسان، برکسی پوشیده نیست. این رسانه‌ها که در اشکال گوناگون ظهور کرده‌اند (۴۹)، شکل جدیدی از زندگی را برای انسان فراهم ساخته‌اند (۱۶). مردم نیز با پذیرش فناوری جدید به منبع اصلی درآمد شبکه‌های تجاری رسانه‌ای تبدیل شده‌اند (۳۸). در ورزش نیز اثر رسانه‌ها قابل مشاهده است. در حقیقت، در دهه ۹۰ میلادی، رسانه‌ها بیشترین تأثیر را روی ورزش داشته‌اند. ریشه این اثر به اواخر قرن نوزده و به ظهور روزنامه‌ها برمی‌گردد. در قرن بیستم رادیو و تلویزیون بر سرعت این روند افزودند (۱۶). در این پژوهش، نقش رسانه‌ها روی نگرش مردم نسبت به فعالیت بدنی با درصد اطمینان بسیار بالا به اثبات رسید، اما همین اثر روی گرایش مردم به فعالیت بدنی (اقدام به فعالیت بدنی) کمتر بود. نتیجه تحلیل عاملی هم نشان می‌دهد این عامل، بیشترین وزن را در

عملکرد رسانه‌ها دارد (جدول ۵). جکسون^۱ (۱۹۹۱) قبلاً میزان اثر رسانه‌های جمعی روی افزایش آگاهی و نگرش مردم نسبت به فعالیت بدنی را ۸۷ درصد و روی تغییر رفتار و گرایش (اقدام) به فعالیت بدنی ۳۰ درصد اعلام کرده بود (۱۹). پژوهشگران دیگر نقش رسانه‌ها را بر تغییر نگرش شهروندان استرالیایی بررسی کردند. این گروه نتیجه گرفتند رابطه معنی داری بین تبلیغ رسانه‌ها و شرکت در ورزش دیده نشد، اما بین تبلیغ رسانه‌ها و تغییر نگرش نسبت به فعالیت بدنی رابطه معنی داری به دست آمد (۲). بدین ترتیب، نقش رسانه‌ها در کیفیت زندگی با تردید روبه‌رو می‌شود، چون قبول یک موضوع با عمل به آن فاصله زیادی دارد. البته حتی بین تماشای تلویزیون (که مؤثرترین رسانه است) (۱۶) و کیفیت زندگی رابطه معکوسی وجود دارد. سرانجام اینکه بین تماشای تلویزیون و فعالیت بدنی رابطه وجود ندارد (۳۳) یا بی‌ارتباط است (۴۲). البته دلیل این مسئله، شاید نپرداختن رسانه‌ها به موضوعاتی باشد که مورد درخواست مردم است. در پژوهش حاضر، آزمودنی‌ها اعتقاد داشتند که رسانه‌ها به دلیل جاذبه‌های اقتصادی، به ورزش قهرمانی، بیشتر از همگانی توجه دارند. اصولاً ورود تلویزیون به عنوان یک رسانه عمده به عرصه ورزش، با ورزش قهرمانی آغاز شد (۸) و از نظر تجارت‌زدگی هم، ورزش و رسانه‌ها هر دو تقریباً در یک وضعیت قرار دارند (۲۵ و ۵۰). دلیل کاهش علاقه مردم به تماشای ورزش قهرمانی از تلویزیون هم، به تجارت‌زدگی این دو بر می‌گردد (۲۳). بنابراین پژوهش‌های قبلی با یافته‌های تحقیق حاضر همخوانی دارند. آزمودنی‌های این تحقیق، همگام با سایر پژوهشگران (۲۳ و ۴۲) گسترش ورزش همگانی را برای سلامت جامعه ضروری دانسته‌اند. همچنین با قاطعیت بر محوریت ورزش همگانی در برنامه‌ریزی‌های کشور تأکید کرده‌اند، ضمن اینکه توجه به ورزش قهرمانی را برای کسب افتخار و پرورش استعداد نخبگان فراموش نکرده‌اند. چنین تأکیدی در برنامه‌ریزی‌های ورزش کشورهای روسیه (۳۹)، امریکا (۴۲)، سوئد (۲۶) و فرانسه (۱۶) وجود دارد. ضرورت چنین تأکیدی در کشورهای در حال توسعه نیز مورد توجه پژوهشگران است. به نظر می‌رسد علی‌رغم اینکه علاقه‌مندان ورزش رقابتی رو به کاهش گذاشته است، اما تعدادی از افراد جامعه هنوز به آن علاقه‌مندند (۲۳). یکی

از دلایل قوی حمایت بیش از حد از ورزش قهرمانی، وزنه‌های تبلیغاتی است (۲۴). به‌رحال شاید بهترین گزینه، توجه به هر دو بخش ورزش همگانی و قهرمانی (چنانچه در این پژوهش نیز مورد تأکید قرار گرفته) باشد. این یافته پژوهش حاضر، تا اندازه‌ای با پژوهش‌های قبلی مغایرت دارد. لارسن^۱ (۲۰۰۲) ادعا می‌کند توجه همزمان به ورزش قهرمانی و همگانی، به دلیل منافع مالی و جاذبه‌های ورزش قهرمانی، در نهایت به ضرر ورزش همگانی تمام می‌شود (۲۳). دولت سوئد با سرمایه‌گذاری در ورزش قهرمانی، از سود آن برای تقویت ورزش همگانی استفاده می‌کند (۲۶). در ایرلند شمالی در برنامه‌ای که برای سال‌های ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۷ تنظیم شده است، در بودجه ورزش همگانی، نسبت به سایر بخش‌ها افزایش بیشتری دیده می‌شود (۳۷). در این پژوهش نیز آزمودنی‌ها افزایش سرمایه‌گذاری در ورزش همگانی را مورد تأکید قرار داده‌اند. دلیل این مسئله تأثیر ورزش همگانی بر سلامت تعداد بیشتری از افراد جامعه است. در ورزش همگانی، عقیده بر این است که سرمایه‌گذاری دولت، موجب بهبود چند برابر در سلامت و بهداشت جامعه خواهد شد (۲۴). آزمودنی‌های پژوهش حاضر، روی نقش ورزش همگانی و توسعه آن در پیشرفت ورزش قهرمانی تأکید کرده‌اند. در عین حال به اهمیت همزمان هر دو بخش اعتقاد دارند. عامل اخیر، بر اساس آزمون تحلیل عاملی، از نظر آزمودنی‌ها، بیشترین وزن را در بخش ورزش همگانی و قهرمانی داشته است (جدول ۶). به عبارت دیگر، تقویت همزمان ورزش همگانی و قهرمانی، بیشترین تأثیر را در گسترش آنها خواهد داشت. مول و همکاران^۲ (۱۹۹۲) قبلاً به اثر ورزش همگانی و قهرمانی اشاره کرده بودند، اما این اثر، بیشتر از طرف ورزش همگانی بود. این پژوهشگران در مدل معروف اوقات فراغت خود، ورزش آموزشی و همگانی را پایه توسعه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای دانسته‌اند (۲۸).

در روسیه، مشابه چنین مدلی طراحی شده که پیوندی میان ورزش همگانی و قهرمانی ایجاد کرده است. برنامه هر می^۳ شامل یک پایه در قاعده (ورزش همگانی) و رأس (ورزش قهرمانی)

1- Larsen

2- Mull et al

3- Pyramid

است. هر چه پایه وسیع تر باشد، رأس هرم غنی تر خواهد بود (۳۹). با وجود این، برخی پژوهشگران ادعا می‌کنند علی‌رغم توسعه همگام ورزش قهرمانی و همگانی، این دو در نهایت از یکدیگر فاصله می‌گیرند؛ یکی به سمت تندرستی و دیگری به سمت تجارت‌گرایی (۴۳). به‌رحال رسانه‌ها باید خود را با چنین روندی سازگار کنند و در جهت نیازهای عمومی گام بردارند. برای رسیدن به این هدف، دو راه وجود دارد: کنترل رسانه‌ها، ایجاد راهبرد منسجم و هماهنگ برای تعیین سیاست‌ها و الیت‌ها در عملکرد آنها. در پژوهش حاضر، کنترل رسانه‌ها توسط یک کمیته تخصصی، از نظر قدرت تأثیر بر عملکرد رسانه‌ها، دومین عامل شناخته شده است (جدول ۵). در کانادا کمیسیونی به نام "رادیو، تلویزیون و فناوری ارتباطات"، مسئول سیاست‌گذاری، تأسیس شبکه‌های جدید و حتی نحوه تبلیغات رسانه‌هاست (۳۸). در اغلب کشورهای جهان، چنین کمیسیونی که نماینده افکار عمومی است، بر عملکرد رسانه‌ها نظارت می‌کند (۱۲ و ۲۰). البته این روش گاهی منجر به نفوذ سیاست و ایدئولوژی در کنترل رسانه‌ها می‌شود. در کشور ما علی‌رغم وجود کمیسیون سیاست‌گذاری در صدا و سیما، ترکیب آن چندان تخصصی به نظر نمی‌رسد.

ورزش مانند پدیده‌های دیگر، در هزاره سوم دچار تحول شگرف و عمیق‌تری خواهد شد. اگر جهانی شدن را برای ورزش بپذیریم (۱۷)، باید همین فرایند را برای رسانه‌ها نیز تصور کنیم. پس می‌توان رابطه متقابلی را برای رسانه‌ها و ورزش تصور کرد که دارای جنبه مثبت و منفی است. مثبت از این نظر که فناوری رسانه‌ای سبب گسترش ورزش و انتقال فرهنگ‌ها در جهان می‌شود. ورزش نیز خود می‌تواند منشأ آثار مفیدی برای رسانه‌ها باشد؛ جنبه منفی آن از همین نکته برمی‌خیزد؛ بدان معنی که رسانه‌ها به دنبال تنها بخشی از ورزش که سودآورتر است باشند و نیازهای واقعی مردم از ورزش در هیاهوی تبلیغات رسانه‌ها به فراموشی سپرده شود.

منابع و مآخذ

- 1- Amin A.N. Thrift (eds) Globalization, Institutions and Regional Development in Europe - Oxford University Press. 1994.
- 2- Bauman Adrian E., Bill Bellew, Neville Owen, Philip Vita "Impact of an

Australian mass media campaign targeting physical activity in 1998".
Am.J.Prev. Med 2001, 21(1).

3- Beyer P. "Religion and Globalization", London : Sage.1994.

4- Boer Bert. "Sport for all promotion and elite sports: an interesting and challenging mix on television". Paper presented in the 9th world sport for all congress - the Netherlands.2002.

5- Boit Michael. "Using Sports in National Development". Sport Intelligence Unit, Vingsted, Denmark .2001, www.play-the-game.org/.

6- Boulton John, "Expert for sport for all and elite sports ? Professional coaching and management". Paper presented in the 9th world sport for all congress - the Netherlands.2002.

7- Cohen L.P. "Exercise decline tasks out of some stocks", the wall street Journal ,1993 Jul. 15, C.1-2.

8- Cavanagh Richard P. "The development of Canadian Sports Broadcasting 1920-78". Canadian Journal of Communication,1992, 17(3).

9- Debnath Subir, Pintu Modak. "A ray of hope to face the future challenges of sport for all and elite sport". Paper presented in the 9th world sport for all congress - the Netherlands.2002.

10- Dishman RK.B. Oldenburg, H.O'Neal, RJ.Shephard. "Worksite physical activity interventions". Am.J.Prev. Med 1998, 15, PP: 344-61.

11- Fishman Devorah K. "The impact of Globalization on the determination and management of ethical choices in the health arena".Elsevier science Ltd.1996.

12- Fit for the Future (FFF) "Strategy for Sport in Calderdale". England. 2002.

- 13- Frankish C.James, C.Dawne Milligan and colleen Reid."A review of relationships between active living and determinats of health". Soc.Sci.Med 1998,Vol. 47 No .3 PP: 287-301.
- 14- Hall S. "The Local and Global :Globalization and Ethnicity. In A.D.King (Ed)". Culture Globalization and the World System Basingstoke. U.K.Mac Milan.1990 ,PP:19-40.
- 15- Harverson P. "The business of sport Finance time".1997, 33(253) :14(14th March).
- 16- Honeybourne John, Michael Hill, Hellen Moors. "Physical Education and Sport". Stanly Thones2nd Ed.2000.
- 17- Houlihan, Barrie."Homogenization, Americanization, and Creolization of Sport :Varieties of Globalization". Sociology of Sport Journal 1994. 11(4), PP:356-375.
- 18- Jakicic JM, Wing R.R, Butler BA, Jeffery R."The relationship between presence of exercise equipment in the home and physical activity level. Am".J.Health promotion,1997, 11: PP: 363-5.
- 19- Jackson J.J. "Mass participation in Physical Recreation". A15-year study in Saskatoon, recreation Canada, 1991, 49(3), PP: 33-38.
- 20- Jackson.J.J."Communication and "Sport for all" in historical perspective". Paper presented at the international Congress on the History of sport, Berlin, 1-4, July.1993.
- 21- Kidne Fekrou. "Sports in Development Countries"- "Who in Charge?".Sport Intelligence Unit , Vingsted, Denmark 2001.www.play-the-game.org/.
- 22- L'Aoustet Oliver , Jean Griffet."The experience of Teenagers of

Marseilles' Skate park-Emergence and Evaluation of an Urban Sports Site".Elsevier Science Ltd.2001.

23- Larsen Knud."Effects of professionalisation and commercialization of elite sport on sport for all and sport consumption in Denmark".Parper presented in the 9th world sport for all congress. The Netherlands.2002.

24- Lundy Kate."Community vs elite sport-the elusive balance".Minsitry for information technology and sport-Australia.1999.

25- Meenaghan T.O'Sullivan P."Playpower-Sports meets marketing".Eur.J.Mark; 1999, 33(3/4) :PP:241-9.

26- Messing, Ulrica. "A sport Policy for the Twenty-first century".Ministry of Industry, Employment and communication. Sweden. 1999.

27- Mulder Egbert, C.Vanloon."Effects of elite sport facilities on recreation sport; Innovations in top sport facilities are usually beneficial for recreational sport".Paper presented in the 9th world sport for all congress. The Netherlands.2002.

28- Mull Richard, F.Kathryn, G. Bayless, Craig M.Ross. Lynn M.Jamieson. "Recreational Sport Management". Human Kinetics-3nd Ed.1997.

29- Promoting Better Health for Young People Through Physical Activity and sport."A Report to the president from the Secretary of Health and Human Services (SHHS) and the Secretary of Education (SE)".
[http://www.cdc.gov/nccdphp/dash/presphysactrpt\(2000\).](http://www.cdc.gov/nccdphp/dash/presphysactrpt(2000).)2000

30- Qin Chun-lin. "Relationship of Chinese sport for all and elite sport". Paper presented in the 9th world sport for all congress-the Netherlands.2002.

31- Renson Roland. "Inclusion or excusion? Possibilities and limitations for interaction between sport for all and elite sport".Paper presented in the 9th

world sport for all congress-the Netherlands.2002.

32- Roberts Kevin, Mike pratt Ed. Weymes and Clive Gilson."Peack performing organizations long Rang planning".1998, 31(6), PP: 894-899.

33- Robinson TN, Hammer LD, Killen JD.et al. "Does television viewing increase obesity and reduce physical activity? Cross".Sectional and Longitudinal analyses among adolescent girls. Pediatrics;1993, 91: PP:273-80.

34- Sallis JF.,Hovell MF, Hofstetter CR.,et al. "A multivariate study of deteminants of vigorous exercise in a community sample". Prev.Med, 1989. 18:PP: 20-34.

35- Sallis JF.,Johnson MF., Calfos KJ, Caparosa S., Nichols J.,"Assessing perceived physical enviroment variables that may influence physical activity". Res. Q.Exerc.Sport;1997, 68, PP:345-351.

36- Salter Michael A."Traditional Leisure-time activities in developing societies : Functional considerations". JCPES, 1997,Vol. 19. PP:65-71.

37- Saunders Eric ."Strategic Plan 2002-2007 Draft". Sports Council Northern Irland.2001.

38- Sparks Robert, "Delivering the Male". Sports, Canadian Television, and the making of TSN", Canadian Journal of Communications; 1992, 17.(3).

39- Tchernishev Michael, A.I.Orekhov, S.N. Litvenenko. "Municipal policy in development of sport for all and elite sport".Paper presented in the 9th world sport for all congress-the Netherlands. 2002.

40- Tomlinson J. "Cultural Imperialism". A Critical Introduction London : Pinter.1991.

41- Toropainen Erja, Marjo Rinne."What are groups all about? Basic principles of group work for health related physical activity". Patient

Education and Counseling, 1998, 33, PP: s 105-109.

42- United States Department of Health and Human Services. "Physical activity and Health". A report of Surgeon General. Atlanta, Georgia: U.S. Department of Health and Human Services, Center for Disease Control and Prevention. 1996.

43- Van-Bottenburg, Maarten. "Changing organizational structures in sport and the consequences for sport for all and elite sport". Paper presented in the 9th world sport for all congress. The Netherlands. 2002.

44- Van beek Wouter E.A. "Sport in Arrica : Towards viable development". Paper presented in the 9th world sport for all congress-the Netherlands. 2002.

45- Vescio Johanna, J. Crosswhite, K. Wilde. "Sport for all and elite sport: Partners through elite athletes as role models?" Paper presented in the 9th world sport for all congress-the Netherlands. 2002.

46- Vinther Per. "No Money No Sport". Olympic Message. 2001.

47- Voros Eszter, Peter Cziraki. "Fulfillment on the screen : anti-heros, anti-legends". Paper presented in the 9th world sport for all congress - the Netherlands. 2002.

48- Wagner, E.A. "Sport in Asia and Arica : Americanization or Mundialization?" Sociology of Sport Journal , 1990, 7, PP: 399-402.

49- Wei Ran, Louis Leung. "Owning and using new media technology as predictors of quality of life". TELEMATICS and INFORMTICS . 1998, 15. PP: 237-251.

50- Wolfe Rosita, Tony Meenaghan, Paul O; Sullivan. "The sport network :insight into the shifting balance of power". Journal of Business Research;

2002, 55 :PP: 611-622.

51- Wylleman Paul , Paul De Knop, Nele Schouterden."Combining sport for all and elite sport in higher education : a case study". Paper presented in the 9th world sport for all congress- the Netherlands.2002.

52- Yeo Steven. "Goals of sport for all in relation to elite sport in Singapore". paper presented in the 9th world sport for all congress - the Netherlands.2002.

