



## Research on Educational Sport

Journal homepage: <https://res.ssric.ac.ir>



### Original Article

## Identifying Effective Factors in Designing the Mascot for Iranian Student Sports

Qazal Qolipoor<sup>1</sup>, Morteza Azim Zadeh<sup>2</sup>, Mehdi Rasooli<sup>3</sup>, Zahra Sadat Mirzazadeh<sup>4</sup>

1. MA graduated Ferdowsi University
2. Sport Management Assistant Professor, Ferdowsi University
3. Assistant professor of sport marketing and commercialization, sport sciences research institute.
4. Assistant professor, faculty of sport sciences, Ferdowsi University of Mashhad

**Received:** 16/01/2024, **Revised:** 13/04/2024, **Accepted:** 13/05/2024

\* Corresponding Author: Qazal Qolipoor, E-mail: [m\\_rasouli@ssric.ac.ir](mailto:m_rasouli@ssric.ac.ir)

**How to Cite:** Qolipoor, Q; Azim Zadeh, M; Rasooli, M; Mirzazadeh, Z. S. (2024). Identifying Effective Factors in Designing the Mascot for Iranian Student Sports. *Research on Educational Sport*, 12(35), 17-40. In Persian.

### Extended Abstract

#### Background and Purpose

The practice of assigning homework in physical education (PE) has been a subject of scholarly discourse for several decades, with numerous authorities positing that homework constitutes a suitable and effective strategy for cultivating cognitive, affective, and psychomotor learning within the domain of physical education. Furthermore, SHAPE America – Society of Health and Physical Educators identifies the incorporation of out-of-school assignments, commonly referred to as homework, as an indicator of a high-quality physical education program. A particularly promising approach for enhancing physical education curricula is the strategic integration of active homework. By incorporating homework assignments, educators are afforded the opportunity to place greater emphasis on the cognitive domain, an area that is often comparatively neglected, while simultaneously reinforcing skills and concepts initially presented in the classroom—a particularly salient consideration given the constraints of instructional time. Promoting physically active lifestyles beyond the structured school day is essential for instilling enduring healthy habits among students. Active homework, defined as physical activity-related tasks assigned by teachers to be completed outside of the school setting, presents a viable and promising strategy for realizing this vital objective. Physical education teachers are uniquely positioned to influence and augment adolescent physical activity both within and beyond the conventional classroom environment, specifically through the judicious implementation of homework assignments. Active homework not only elevates students' levels of physical activity but also contributes to enhanced skill development and the mitigation of sedentary behaviors. Despite its acknowledged potential, the deliberate and strategic use of homework in physical education has garnered comparatively limited scholarly



**Copyright:** © 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

attention in contrast to other pedagogical methodologies. The present study endeavors to delineate the essential components of active homework in physical education and to propose a comprehensive model for its effective integration into school curricula, thereby promoting lifelong engagement in physical activity and the adoption of healthy lifestyles.

## Methods

This inquiry was conducted utilizing a rigorous qualitative research methodology, employing grounded theory in accordance with the established approach of Glaser. The research population comprised a diverse cohort of stakeholders, including physical education teachers, assistant personnel within the Department of Education and Training, physical education experts affiliated with the Department of Education and Training, faculty members specializing in physical education at Farhangian University, and school principals. Semi-structured and in-depth qualitative interviews were conducted with twelve experts, purposefully selected on the basis of their demonstrated familiarity with the research topic and their capacity to provide informed insights. Interviews, each spanning a duration of between forty-five and seventy minutes, were conducted iteratively until the point of theoretical saturation was achieved, signifying that no novel or salient themes were emerging from subsequent interviews. To ensure the robust validity of the study and the trustworthiness of its findings, the established criteria of transferability, verifiability, and credibility were rigorously applied throughout the research process. Reliability was systematically assessed through the intra-subject agreement method, involving the independent coding of interview transcripts by two trained and experienced coders. To further confirm the acceptability and rigor of the findings, consultations were undertaken with two recognized experts in the field of school physical education, and purposeful efforts were made to ensure diversity in the selection of interview participants, thereby mitigating potential biases. Transferability was demonstrably enhanced through the continuous and iterative review of interview data, as well as the extraction of maximum and non-repetitive codes, ensuring a comprehensive representation of the perspectives and experiences of participants. Confirmability was rigorously established by providing a transparent and detailed account of all stages of the research process, thereby enabling external auditors to assess the validity and reliability of the findings. Throughout the entirety of the research process, meticulous and comprehensive records were diligently maintained to ensure transparency, accountability, and the overall reliability of the study. Despite inherent constraints, such as limitations in available time and accessibility to participants, the research team diligently endeavored to maximize collaborative involvement and engagement at every stage of the research process. Data analysis was systematically conducted through the established techniques of open, axial, and selective coding, which ultimately culminated in the identification of 109 distinct open codes, 17 nuanced sub-categories, and 7 overarching principal categories that effectively encapsulated the core dimensions of the phenomenon under investigation.

## Findings

The synthesized results of the study substantially underscore the premise that promoting physical activity beyond the structured school day through strategically designed active homework affords students a valuable opportunity to engage in increased levels of physical activity, thereby facilitating the development of activity-specific motor skills and concomitantly experiencing the myriad health benefits that are unequivocally associated with regular participation in physical activity. The overarching and preeminent aim of the study was to systematically identify the constituent

components of active homework and, predicated upon this empirically derived understanding, to design a comprehensive model for its effective and sustainable implementation within the context of school physical education curricula. In direct alignment with this overarching objective, seven discrete yet interconnected core components of active homework were rigorously delineated, each contributing uniquely to the overarching goal of promoting physical activity and skill development. These components encompassed the strategic enhancement of the physical education program, the judicious use of learning tools to facilitate engagement and understanding, the provision of comprehensive information and readily accessible resources, the deliberate cultivation of personal responsibility among students, the fostering of a positive and intrinsically motivating attitude toward physical activity, the proactive encouragement of active participation from both family members and the broader community, and the rigorous development and implementation of robust and reliable evaluation tools to assess the impact and effectiveness of active homework interventions. Key sub-categories emerging from the meticulously analyzed data included the targeted promotion of active lifestyles that extend beyond the school setting, the provision of sustained professional development opportunities for teachers to enhance their capacity to design and implement effective active homework assignments, the provision of clear and readily understandable instructions to ensure student comprehension and adherence, the proactive engagement of parents in supporting and reinforcing active homework activities, and the establishment of equitable and transparent grading systems to provide meaningful feedback and incentivize participation. The collective findings of the study underscore the critical necessity of designing active homework assignments that are meticulously congruent with the established objectives of the physical education curriculum, that provide students with access to essential resources necessary for successful completion, and that actively promote both student responsibility and sustained family engagement to maximize the potential for long-term behavioral change and improved health outcomes.

**Table 1. Summary of Core Themes and Components**

| Main Theme          | Subcategories                                      | Sample Concepts                                                       |
|---------------------|----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| Physical Appearance | Color, Entity, Clothing, Symbols, Tools, Body Form | Vibrant colors, hybrid creatures, national symbols, sporty appearance |
| Personality         | Ethical, Behavioral, Psychological Traits          | Heroism, humor, empathy, vulnerability                                |
| Demographic         | Age, Gender, Social Class                          | Student-age range, gender-neutral design, middle-class alignment      |

## Conclusion

The judicious assignment of homework within the domain of physical education can serve as a highly effective and versatile pedagogical strategy, affording educators a valuable means of extending learning beyond the confines of the traditional classroom setting and reinforcing key concepts and skills. Strategically designed homework assignments offer a distinct avenue for developing students' comprehensive understanding of the multifaceted benefits associated with regular physical activity and for fostering sustained engagement in out-of-school physical activities, thereby facilitating the acquisition of essential skills and promoting lifelong healthy habits. With thoughtful planning, creativity, and a steadfast commitment to providing meaningful and enriching learning opportunities, physical educators can successfully integrate homework into their established instructional practices, transforming what might otherwise be perceived as a burdensome task into a dynamic and engaging

extension of the curriculum. Assigning active homework represents a viable and demonstrably effective means of promoting physically active lifestyles that extend beyond the structured confines of the traditional school environment. Through the implementation of such assignments, physical education teachers are uniquely positioned to comprehensively assess students across all relevant learning domains—encompassing the psychomotor, cognitive, and affective dimensions—thereby enhancing the credibility and perceived value of physical education as a legitimate and integral academic discipline. While some educators may express hesitancy regarding the assignment of homework, often citing concerns related to grading workload and time constraints, it is essential to recognize that effective planning and the implementation of streamlined assessment strategies can substantially mitigate these perceived challenges. Promoting physical activity beyond the school day through carefully designed active assignments not only demonstrably increases students' levels of physical activity and facilitates skill development but also delivers substantial and well-documented health benefits that extend far beyond the immediate context of the school environment. Although the initial implementation of active assignments may, at first glance, appear daunting, it is an entirely achievable goal that can be effectively realized through careful planning, incremental implementation, and a sustained commitment to ongoing assessment and refinement. Active assignments enable teachers to reinforce skills and concepts with greater efficacy and to communicate the significance of adopting and maintaining an active lifestyle with increased clarity and lasting impact. When students are systematically equipped with the requisite knowledge, essential skills, and consistent support to engage in regular physical activity, they are demonstrably more likely to sustain these beneficial behaviors throughout their lives, ultimately leading to healthier and more fulfilling lives—an outcome that aligns directly and unequivocally with the fundamental and overarching objectives of physical education. Active homework in physical education should be meticulously and thoughtfully designed to correspond directly with the established goals and objectives of the curriculum, to present students with appropriate levels of challenge and engagement, and to actively involve both parents and the broader community in supporting and reinforcing students' efforts. Teachers must proactively ensure that homework assignments are perceived as meaningful and relevant, that they are fully accessible to all students regardless of background or ability, and that they are seamlessly integrated into the established processes of student assessment and feedback. Parental involvement should be actively encouraged, as parents can play a vital role in participating in active homework assignments alongside their children, modeling active lifestyles through their own behaviors, and offering consistent and positive reinforcement to support students' efforts. These comprehensive and multifaceted strategies have the demonstrable potential to substantially enhance students' levels of physical activity, facilitate skill acquisition, and improve overall well-being, ultimately contributing to the creation of a healthier and more vibrant society as a whole. Policymakers and educational leaders within the education sector can effectively utilize the factors, concepts, and categories identified within this study in their strategic planning endeavors related to the widespread implementation of active homework in school physical education, thereby substantially increasing physical activity among students and promoting improved health outcomes across the population.

**Keywords:** Active Homework; Learning Tool; School Physical Education; School Sport; Activity-Friendly Schools.

**Article Message**

One of the defining characteristics of truly physically active schools is the deliberate and systematic implementation of active assignments for students in a manner that effectively encourages and supports physical activity in both physical education classes and across the broader spectrum of non-physical education academic domains.



## شناسایی عوامل مؤثر در طراحی نماد (مسکات) ورزش دانش آموزی ایران

غزال قلی‌پور<sup>۱</sup>، مرتضی عظیم زاده<sup>۲</sup>، مهدی رسولی<sup>۳</sup>، زهرا سادات میرزازاده<sup>۴</sup>

۱. دانش آموخته کارشناسی ارشد دانشگاه فردوسی

۲. استادیار مدیریت ورزشی دانشگاه فردوسی

۳. استادیار گروه بازاریابی و تجاری سازی ورزشی، پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی

۴. استادیار دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه فردوسی مشهد

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۰/۲۶، تاریخ اصلاح: ۱۴۰۳/۰۱/۲۵، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۲/۲۴

\* Corresponding Author: Qazal Qolipoor, E-mail: [m\\_rassouli@ssric.ac.ir](mailto:m_rassouli@ssric.ac.ir)

**How to Cite:** Qolipoor, Q; Azim Zadeh, M; Rasooli, M; Mirzazadeh, Z. S. (2024). Identifying Effective Factors in Designing the Mascot for Iranian Student Sports. *Research on Educational Sport*, 12(35), 17-40. In Persian.

### چکیده

هدف این تحقیق شناسایی عوامل مؤثر در طراحی نماد (مسکات) ورزش دانش آموزی ایران بود. در این پژوهش کیفی که با استفاده از تحلیل محتوای کیفی صورت پذیرفت، شرکت کنندگان در مصاحبه، اساتید مدیریت بازاریابی ورزشی، روان شناسی و جامعه شناسی و همچنین کارشناسان حوزه هنر، فرهنگ و بازی و ورزش کودکان و متخصصان حوزه اجرایی در وزارت آموزش و پرورش بودند. روش نمونه گیری، هدفمند بود و طی اجرای مصاحبه های نیمه ساختاریافته داده ها جمع آوری شد. به منظور دستیابی به پاسخ سؤالات پژوهش با روش تحلیل محتوای کیفی، سه مرحله کدگذاری صورت گرفت. یافته های تحقیق نشان داد که در اولین مرحله کدگذاری ۶۲۰ نشان شناسایی شد که با توجه به تکرار نشان ها و همچنین قرابت موضوعی به سه مقوله دسته بندی شدند. این سه مقوله شامل ویژگی های ظاهری، شخصیتی و دموگرافیک نماد بود. ویژگی های ظاهری در طراحی نماد با هفت مؤلفه رنگ، موجودیت، پوشش، طرح و نماد، ابزار، ویژگی های بدنی و ویژگی های ورزشی مشخص شد. ویژگی های شخصیتی با سه مؤلفه ویژگی های اخلاقی، رفتاری و روان شناختی و ویژگی های دموگرافیک با چهار مؤلفه سن، جنس، خانواده و طبقه اجتماعی استخراج شد. بهره گیری از یافته های به دست آمده با توجه به جزئیات ارائه شده برای طراحی نماد ورزش دانش آموزی می تواند به موفقیت این پژوهش کمک کند و قابلیت ارتباط برقرار کردن آن را با جامعه مخاطب افزایش دهد و در نتیجه اثرات فرهنگی، اخلاقی و آموزشی مدنظر ساخت نماد را ارتقا بخشد.

**واژگان کلیدی:** مسکات، ورزش دانش آموزی، ورزش ایران، آموزش و پرورش.



### مقدمه

امروزه ورزش به یکی از مهم‌ترین و تأثیرگذارترین ساختارهای جامعه تبدیل شده است. ورزش در دنیای جدید چنان بااهمیت و فراگیر شده است که همه‌جا هست، چاشنی فرهنگ ملی ماست و در زوایای گوناگون زندگی اجتماعی روزمره ما جای گرفته است. از این منظر، هیچ موضوع دیگری در علوم اجتماعی وجود ندارد که بیش از ورزش شایان توجه باشد (رحمتی و عباس‌زاده، ۲۰۱۵). فعالیت‌های ورزشی تأثیر روزافزونی بر جنبه‌های گوناگون زندگی انسان، از جمله جنبه‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی دارند؛ به‌طوری‌که ورزش حتی تا عمق نهادهای گوناگون اعم از خانواده، مدرسه و... رسوخ کرده است (جلالی فراهانی و علیدوست، ۲۰۱۷). علاوه بر این، سرمایه‌گذاری در حوزه ورزش موجب کاهش هزینه‌ها در بخش‌های بهداشت، درمان و مراکز مبارزه با مفاسد اجتماعی و پایین آوردن سطح ناهنجاری‌های فردی و اجتماعی می‌شود (حیدری‌فرد، ۲۰۱۷).

ورزش عرصه‌ای است که به طور بالقوه آموزش را در دوران نوجوانی و جوانی تسهیل می‌کند و مشارکت ورزشی می‌تواند بر پیشرفت جوانان تأثیر مثبت داشته باشد؛ مانند روابط مثبت بین گروهی که زمینه مفید و مطلوبی را برای جامعه فراهم می‌کند (مورلا<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۹). از طرفی ورزش و تفریح عامل مهمی در تأمین سلامت جسم و روان، غنی‌سازی اوقات فراغت، گسترش روابط اجتماعی، دور شدن از زندگی ماشینی و بازگشت به طبیعت است (هومفریز<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۴)؛ بنابراین می‌توان اذعان داشت با توجه به مزایای فعالیت‌های بدنی و ورزش، درک و ارتقای مشارکت در ورزش برای کودکان و نوجوانان آینده‌ساز جامعه از اهمیت بسزایی برخوردار است؛ با وجود این، لازم است برای دستیابی به این مهم، آموزش این مفاهیم را از اولین کانال‌های آموزشی کودکان و نوجوانان که عبارت است از خانواده و مدرسه آغاز کنیم؛ از این‌رو توجه به توسعه و گسترش ورزش دانش‌آموزی نقش مهمی در افزایش مشارکت دانش‌آموزان در ورزش، توسعه استعدادهای ورزشی و ترویج سبک زندگی سالم و فعال دارد (حمیدی و سجادی، ۲۰۲۰).

واضح است که بسیاری از استعدادهای ورزشی کشور از طرح‌های استعدادیابی در مدارس شناسایی می‌شوند و رشد می‌یابند؛ به عبارتی مسیر توسعه ورزش در جوامع، به طور حتم از ورزش در آموزش و پرورش می‌گذرد و برای توسعه و گسترش ورزش در تمامی ابعاد نیازمند توجه ویژه به ورزش در آموزش و پرورش است (رنجبری و همکاران، ۲۰۱۹)؛ بنابراین توجه به توسعه ورزش دانش‌آموزی امری بسیار مهم هم برای دانش‌آموزان و هم برای ورزش کشور است.

در ورزش دانش‌آموزی، جامعه هدف ما کودکان و نوجوانانی هستند که ویژگی‌های خاصی در بعد روانی و جسمانی دارند؛ به عنوان مثال، ویژگی‌های سنی، جنسیتی، رشدی، شناختی و... با مطالعه این ویژگی‌ها می‌توان دریافت که بهترین زمان برای تعلیم و تربیت در همه ابعاد اعم از زندگی فردی، اجتماعی و... است؛ زیرا در این دوران کودکان و نوجوانان بیشترین میزان تربیت و الگوپذیری را دارند؛ همان‌طور که اطمینانی در مقاله خود اذعان می‌دارد: بخش مهمی از آنچه فرد یاد می‌گیرد از طریق الگوپذیری است. مدل‌سازی یا الگوپذیری راهی جدید برای شکل‌دهی رفتار و تفکر تعریف شده است. از آنجاکه الگوها قدرت زیادی در تغییر نگرش‌ها و رفتار افراد به‌خصوص در دوره کودکی و نوجوانی دارند، دقت در انتخاب الگوها و توجه به ویژگی‌های آن‌ها بسیار حائز اهمیت است (قربانی و جومنیا، ۲۰۱۸).

1. Morla  
2. Homfise

از دیگر ویژگی‌های افراد در دوران کودکی و نوجوانی این است که آن‌ها در حال ساختن شخصیت و هویت خود هستند؛ از این‌رو می‌توان از ورزش برای دستیابی به این اهداف کمک گرفت؛ زیرا ورزش یکی از عناصری است که هم می‌تواند بر شکل‌گیری هویت ملی مؤثر باشد و هم از آن تأثیر پذیرد و با ظرفیت نمادینی که دارد می‌تواند ملتی کوچک (سرزمینی، تاریخی و...) را بزرگ و پراهمیت جلوه دهد و غرور و هویت ملی آن را ارتقا دهد (فاضلی، ۲۰۱۴).

از دید جامعه‌شناسان، هویت‌یابی فرایندی است که مدام در حال بازسازی است و عوامل این بازسازی به لحاظ اجتماعی، تاریخی و فرهنگی متفاوت‌اند (رفعت‌جاء، ۲۰۰۴). در این میان رسانه‌ها یکی از منابعی هستند که تجربه‌های خودسازی را در همه جوامع و برای همه افراد فراهم آورده‌اند (آپادوریا<sup>۱</sup>، به نقل از آزاد ارامکی، ۲۰۰۷). کودکان و نوجوانان با توجه به اینکه در سال‌هایی از زندگی هستند که برای ساخت هویت به دنبال منابع مختلفی می‌گردند، از رسانه‌ها تأثیر می‌پذیرند. در کنار منابع رسمی مثل خانواده و نهادهای آموزشی، رسانه‌ها نیز نقش مؤثری در ارائه الگو و تعریف هویت برای کودکان و نوجوانان ایفا می‌کنند؛ به عنوان مثال می‌توان به فیلم‌های دیزنی و جذابیت‌ها و محبوبیت آن‌ها در میان کودکان و نوجوانان اشاره کرد (ژیروکس<sup>۲</sup>، ۱۹۹۹). معتقد است که کارکرد فیلم‌های دیزنی فقط به سرگرم کردن کودکان محدود نمی‌شود. او تأکید می‌کند که این فیلم‌ها نقش‌های متفاوتی در زندگی کودکان دارند؛ اما یکی از اصلی‌ترین نقش‌های آن‌ها استفاده به‌عنوان «ماشین‌های آموزش» جدید است.

از جمله چالش‌هایی که امروزه با آن روبه‌رو هستیم، این است که در کشور ما به‌رغم وجود الگوها و شخصیت‌های ملی و فرهنگی بسیار که ظرفیت استفاده از آن‌ها در کارتون‌ها و انیمیشن‌های کودکان وجود دارد، از تولید محتوایی با استفاده از این شخصیت‌ها غفلت شده است و از طرفی دریای بی‌کرانی از انیمیشن‌های بیگانه و غربی وجود دارد. امروزه در جامعه ما انیمیشن‌های دوبله‌شده مقبولیتی عام یافته است و مخاطبان بسیاری دارد؛ غافل از اینکه محتوای انیمیشن‌های غربی می‌تواند روند تربیتی فرزندان ما را دگرگون کند. این محتواها که برخاسته از مکاتب فلسفی غربی همچون اومانیسم، هندوئیسم و پست‌مدرنیسم است، جهان‌بینی و گرایش‌های کودکان را به سمت مکاتب الحادی غربی سوق می‌دهد (باقری‌نژاد، ۲۰۱۲).

علاوه بر لزوم توجه به نمادسازی در حوزه رسانه، یکی از عرصه‌هایی که می‌توانیم در آن به نمادسازی و شخصیت‌پردازی براساس تاریخ، فرهنگ و آموزه‌های دینی خود بپردازیم و از طریق آن بر کودکان و نوجوانان خود تأثیر بگذاریم، نمادسازی در حوزه ورزش و آموزش است. همان‌طور که می‌دانیم، در حال حاضر نمادها (مسکات‌ها) جزو جدایی‌ناپذیر رویدادهای ورزشی هستند و در بسیاری از باشگاه‌های ورزشی دنیا نیز استقبال زیادی از آن‌ها شده است (رسولی و همکاران، ۲۰۱۵). امروزه براساس حیطه استفاده، نمادها (مسکات‌ها) را می‌توان به پنج گروه دسته‌بندی کرد: ورزشی، آموزشی، تجاری، نظامی و ملی (میرکریمی، ۲۰۰۸).

نمادهای ورزشی نمادهایی هستند که برای تیم‌ها و مسابقات ورزشی بزرگ مانند المپیک‌ها، پارالمپیک‌ها، مسابقات جهانی، قاره‌ای و ملی طراحی می‌شوند. در مسابقات ورزشی بزرگ، نمادها نقش پررنگی ایفا می‌کنند (میرکریمی، ۲۰۰۸). مسکات‌های آموزشی نمادهایی هستند که مدارس، دانشکده‌ها و دانشگاه‌ها در اختیار می‌گیرند. از این نمادها در مراسم رسمی و وقایع ورزشی برای معرفی این نهادهای آموزشی استفاده می‌شود. در حال حاضر، تقریباً هر مدرسه، دانشکده یا دانشگاه در آمریکا و کانادا یک نماد دارد (میرکریمی، ۲۰۰۸). سال‌ها است که سازمان‌های زیادی نمادها را در برنامه‌های آموزشی خود گنجانده‌اند

1. Apaduria  
2. Zhiroux

تا کودکان و بزرگسالان را مجذوب خود کنند. در طول سال‌ها شاهد بودیم که نمادهایی مشغول آموزش مسائل مهمی چون قوانین جاده، ایمنی در برابر آتش، آگاهی از محیط‌زیست، طبیعت، بازیافت و حتی چاقی هستند. المر فیل یک نماد (مسکات) ایمنی است که توسط شورای ایمنی کانادا ایجاد شده است و در سال ۱۹۴۷ متولد شد. بسیاری از سازمان‌های زیست‌محیطی نمادها را نیز در برنامه کودک خود قرار می‌دهند ([www.sugarsmascotcostumes.com](http://www.sugarsmascotcostumes.com)).

از دیگر مزایایی که محققان برای نمادها برشمرده‌اند، می‌توان به نتایج مقالاتی که بیان می‌شود اشاره کرد؛ مسکات، نماد برند، کاراکتر برند و یا شخصیت تبلیغاتی یک شخص، حیوان یا شیئی است که بر این باور بودند شانس می‌آورد و برای نشان دادن یک گروه با هویت مشترک استفاده می‌شود و البته ابزار ارتباط سازمان با اجتماع نیز است (میرکریمی، ۲۰۰۸). نمادها بخشی از برند سازمان هستند و مزایای بسیاری دارند که می‌توان به این موارد اشاره کرد: پایروا و ارونراجیس<sup>۱</sup> (۲۰۱۶) نشان دادند استفاده از نماد منجر به ایجاد نگرش مثبت مصرف‌کنندگان به محصولات می‌شود و احتمال خرید را افزایش می‌دهد. برون و پونسابی<sup>۲</sup> (۲۰۱۹) بیان کردند که برند نماد شامل بخش بزرگی از هویت محصول می‌شود.

تولید الگوها و شخصیت‌های داخلی منطبق با فرهنگ و ارزش‌های دینی جامعه برای کودکان از مسائل اساسی است که باید به آن توجه شایانی شود. همچنین ایجاد این الگوها در فضاهای آموزشی و ورزشی برای آموزش باید منطبق با نیازهای دانش‌آموزان باشد و پرداختن به آن بسیار حائز اهمیت است.

با توجه به فواید و مزایای ذکرشده درباره نمادها، تحقیق حاضر قصد دارد با شناسایی عوامل مؤثر در طراحی نماد ورزش دانش‌آموزی ایران و دسته‌بندی این عوامل و تبیین این مسئله که این نماد باید دارای چه ویژگی‌هایی باشد و چگونه طراحی شود، در راستای خلق این نماد براساس آموزه‌های فرهنگی، تاریخی و مذهبی گام بردارد؛ زیرا با استفاده از این نماد در رویدادهای ورزشی دانش‌آموزی و مدارس بتوان از مزایای آن در حوزه‌های تربیتی و بازاریابی بهره برد؛ از این‌رو با توجه به مرور تحقیقات در زمینه نمادهای ورزشی، سؤال تحقیق حاضر این است که ویژگی‌های مسکات ورزش دانش‌آموزی ایران چیست؟

### روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نوع پژوهش‌های کیفی بود که از نظر هدف کاربردی و به لحاظ روش، تحلیل محتوای کیفی با رویکرد عرفی بود. داده‌های تحقیق از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته به دست آمد. برای فرایند جمع‌آوری اطلاعات از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با صاحب‌نظران استفاده شد. مصاحبه به روش‌های مختلف مانند یادداشت‌برداری و ضبط جریان مصاحبه روی نوار صوتی یا تصویری اطلاعات، ثبت شد. بلافاصله پس از اتمام مصاحبه، یادداشت‌های مشروحی درباره جریان مصاحبه تهیه شد. در پژوهش حاضر، از روش نمونه‌گیری هدفمند و گلوله‌برفی در این مرحله استفاده شد. در این راستا، ابتدا از جامعه هدف به صورت هدفمند شش متخصص انتخاب شد؛ به شکلی که تمامی حوزه‌های پیش‌بینی شده مرتبط با موضوع (بازاریابی، آموزشی، فرهنگی و هنری، حوزه کودک، روانشناسی و جامعه‌شناسی) را پوشش دهد. در ادامه با توجه به معرفی افراد جدید توسط شرکت‌کنندگان در مطالعه، جمع‌آوری داده‌ها به صورت گلوله‌برفی پیش رفت. در این تحقیق محقق در مصاحبه ۲۱ به اشباع نظری رسید.

1. Piroa & Aronrajisd

2. Bron & Ponsaby

برای محاسبه پایایی از روش باز آزمایی برای ارزیابی ثبات کدگذاری پژوهشگر (شاخص ثبات) استفاده شد (خواستار، ۲۰۰۹).

$$\text{درصد پایایی} = \frac{\text{تعداد توافقات} \times 2}{\text{تعداد کل کدها}} \times 100\%$$

با توجه به پژوهش خواستار (۲۰۰۹)، در پژوهش کنونی برای محاسبه پایایی بازآزمون، از بین مصاحبه‌های انجام گرفته، به صورت تصادفی سه مصاحبه انتخاب شد و هر کدام از آن‌ها دو بار در فاصله زمانی ۳۰ روزه (یک ماه) توسط پژوهشگر کدگذاری شدند. استملر<sup>۱</sup> (۲۰۰۱) میزان پایایی بیشتر از ۰/۶۰ را تأیید کرد و قابل قبول دانست. نتایج حاصل از این کدگذاری‌ها در جدول (۱) آمده است.

جدول ۱- محاسبه پایایی مصاحبه‌ها به روش بازآزمون

Table 1- Calculating the reliability of interviews using the retest method

| ردیف | عنوان مصاحبه | تعداد کل کدها | تعداد توافقات | تعداد عدم توافقات | پایایی بازآزمون (درصد) |
|------|--------------|---------------|---------------|-------------------|------------------------|
| 1    | P2           | 34            | 16            | 6                 | 94                     |
| 2    | P5           | 31            | 14            | 5                 | 90                     |
| 3    | P12          | 32            | 12            | 4                 | 75                     |
|      | کل           | 97            | 42            | 15                | 86                     |

همان‌طور که در جدول (۱) مشاهده می‌شود، ضریب توافق (ثبات) کدگذار در روش بازآزمون در هر سه مصاحبه انتخاب شده بیشتر از ۰/۶۰ بود و پایایی تأیید شد.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها: در فرایند تحلیل محتوای کیفی، از رویکرد تحلیل محتوای عرفی یا قراردادی برای کدگذاری مصاحبه‌ها استفاده شد. تحلیل محتوای عرفی معمولاً در طرحی مطالعاتی به کار می‌رود که هدف آن شرح یک پدیده است. این نوع طرح، اغلب هنگامی مناسب است که نظریه‌های موجود یا ادبیات تحقیق درباره موضوع مورد مطالعه محدود باشد (ایمان و نوشادی، ۲۰۱۱). فرایند کدگذاری‌ها شامل سه گام کدگذاری باز<sup>۲</sup>، کدگذاری انتخابی<sup>۳</sup> و کدگذاری نظری<sup>۴</sup> است. این روش بارها تکرار شد تا پس از تصفیه‌های مکرر، در نهایت ۳۱ مفهوم و ۳ مقوله (تم اصلی) شناسایی شد.

## نتایج

اطلاعات مشارکت‌کنندگان در پژوهش در جدول (۲) آمده است.

1. Stemler
2. Open coding
3. Selective coding
4. Theoretical coding

جدول ۲- اطلاعات مشارکت‌کنندگان در تحقیق

Table 2- Statistical participants' data

| مدرک تحصیلی<br>EDUCATION LEVEL |               |          | جنسیت<br>GENDER |    | تعداد<br>NUMBER | عنوان<br>TITLE                         |
|--------------------------------|---------------|----------|-----------------|----|-----------------|----------------------------------------|
| دکتری                          | کارشناسی ارشد | کارشناسی | مرد             | زن |                 |                                        |
| 7                              | 0             | 0        | 5               | 2  | 7               | اساتید دانشگاهی حوزه بازاریابی         |
| 3                              | 0             | 0        | 2               | 1  | 3               | اساتید دانشگاهی حوزه روان‌شناسی        |
| 2                              | 0             | 0        | 2               | 0  | 2               | اساتید دانشگاهی حوزه جامعه‌شناسی       |
| 1                              | 2             | 0        | 3               | 1  | 4               | متخصصان حوزه اجرایی                    |
| 0                              | 1             | 1        | 1               | 1  | 2               | متخصصان حوزه بازی و ورزش کودک و نوجوان |
| 0                              | 1             | 0        | 1               | 0  | 1               | کارشناس حوزه فرهنگی                    |
| 0                              | 2             | 0        | 2               | 0  | 2               | کارشناسان هنری                         |
| 13                             | 6             | 1        | 16              | 5  | 21              | مجموع                                  |

با توجه به هدف پژوهش که تعیین عوامل مؤثر در طراحی مسکات ورزش دانش‌آموزی ایران بود، پس از شناسایی کدهای اولیه و در نظر گرفتن کدهای مشابه، ۱۲ کد مفهومی استخراج شد و در مرحله بعد با بررسی کدها و طبقه‌بندی آن‌ها، سه مقوله محوری استخراج شد.

جدول ۳- کدهای نهایی، مؤلفه‌ها، مقوله و ابعاد

Table 3- Final codes, components, categories and dimensions

| مقوله اصلی<br>Main Category | مقوله فرعی<br>Subcategory | مفهوم<br>Concept                     | تکرار<br>Frequency | نمونه اشاره شده در مصاحبه<br>Example Mentioned in Interviews                   |
|-----------------------------|---------------------------|--------------------------------------|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| ویژگی‌های<br>ظاهری          | رنگ                       | ماهیت رنگ                            | 4                  | از رنگ‌هایی که مخاطب نسبت به آن آرشو ذهنی دارد، مثلاً قرمز و آبی استفاده نشود. |
|                             |                           |                                      | 5                  | رنگ‌های شاد و پر انرژی                                                         |
|                             | موجودیت                   | حیوانی<br>انسانی<br>اساطیری<br>گیاهی | 4                  | اینکه هر رنگ نشانه و معنی خاصی داشته باشد، به فرهنگ وابسته است.                |
|                             |                           |                                      | 10                 | حیوانات بومی کشور مانند یوز ایرانی، گوزن زرد و گربه (پالاس)                    |
|                             |                           |                                      | 5                  | پهلوان تختی، پوریای ولی، علی دایی                                              |
|                             |                           |                                      | 6                  | رستم و سهراب، آرش کمانگیر، ققنوس                                               |
|                             |                           |                                      | 2                  | سرو                                                                            |

جدول ۳- کدهای نهایی، مؤلفه‌ها، مقوله و ابعاد

Table 3- Final codes, components, categories and dimensions

| مقوله اصلی<br>Main Category | مقوله فرعی<br>Subcategory | مفهوم<br>Concept           | تکرار<br>Frequency | نمونه اشاره شده در مصاحبه<br>Example Mentioned in Interviews                                        |
|-----------------------------|---------------------------|----------------------------|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                             | پوشش                      | فانتزی و ترکیبی            | 8                  | باید بسیار خلاقانه و جذاب باشد تا مخاطب با آن ارتباط برقرار کند.                                    |
|                             |                           | ورزشی                      | 6                  | شلوار و گرم‌کن ورزشی                                                                                |
|                             |                           | لباس معمولی                | 4                  | فرم مدرسه                                                                                           |
|                             |                           | متناسب با شخصیت و موجودیت  | 4                  | مثلاً اگر موجودیت حیوانی است و شخصیت دارای طنازی و پر جنب و جوش است، لباس متناسب با این اوصاف باشد. |
|                             |                           | نمادهای فرهنگی و ملی، نشان | 7                  | درخت سرو، گل نیلوفر، گل محمدی و گل لاله                                                             |
|                             | ابزار                     | ابزار ورزشی                | 9                  | لوازم ورزشی                                                                                         |
|                             |                           | ابزار علمی و آموزشی        | 3                  | مداد بزرگ و کیف                                                                                     |
|                             | ویژگی‌های بدنی            | فیت و مناسب                | 9                  | عضلاتی بودن، ورزشی بودن                                                                             |
|                             |                           | قد و وزن                   | 8                  | متناسب با میانگین جامعه، تناسب قد و وزن                                                             |
|                             |                           | صورت                       | 5                  | توجه به جنبه‌های زیبایی‌شناختی و جذابیت                                                             |
| ویژگی‌های شخصیتی            | ویژگی‌های اخلاقی          | ویژگی‌های پهلوانی          | 8                  | دلیر و شجاع، حامی، قابل اعتماد، دارای اخلاق نیکو، متواضع و...                                       |
|                             |                           | ویژگی‌های قهرمانی          | 6                  | ریسک‌پذیر، تلاشگر، شکست‌ناپذیر، با اعتماد به نفس و...                                               |
|                             |                           | نام‌گذاری                  | 3                  | انتخاب نام نیکو، ایرانی و با توجه به شخصیت                                                          |

جدول ۳- کدهای نهایی، مؤلفه‌ها، مقوله و ابعاد

Table 3- Final codes, components, categories and dimensions

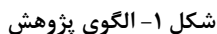
| مقوله اصلی<br>Main Category | مقوله فرعی<br>Subcategory            | مفهوم<br>Concept                     | تکرار<br>Frequency | نمونه اشاره شده در مصاحبه<br>Example Mentioned in Interviews                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                             |                                      | استفاده از<br>عنصر طنز               |                    | داشتن ویژگی شوخ طبعی و نفوذ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                             |                                      | اخلاق مدار                           |                    | احترام به بزرگ‌ترها، احترام به حقوق یکدیگر، میهن پرستی، حفظ نظم و ...                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                             |                                      | کامل و بودن<br>عیب نبودن<br>(معمولی) | 8                  | بانشاط، پرانرژی، قوی، باهوش، نمادی از تندرستی هیجان و سلامتی، دانا، خلاق، بانگیزه، تلاشگر، شجاعت، صداقت، احترام، خودباوری، عزت نفس، همکاری، مسئولیت پذیری، قانون گرایی، نماد رسیدن به هدف. نمادی از روابط اجتماعی و همبستگی و ویژگی‌های منفی هم داشته باشد؛ مثلاً گاهی اشتباهاتی هم داشته باشد یا ویژگی‌های اخلاقی منفی مثل لجبازی را بروز دهد. |
|                             |                                      |                                      | 3                  | دانای کل نباشد و همراه با مخاطب به کشف و جستجوی مسائل و اطلاعات بپردازد.                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                             |                                      |                                      | 4                  | شخصیت باید طوری باشد که هر دو جنس را در بر بگیرد و نشانگر جنسیت خاصی نباشد.                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                             |                                      | متناسب با هر<br>رده                  | 3                  | برای سنین بیشتر، شخصیت جدی و برای سنین کمتر، شوخ طبع تر باشد.                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                             |                                      | صفت برتر و<br>منحصر به فرد           | 3                  | مثلاً دارای مهارت‌های خاص ورزشی باشد.                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                             | ویژگی‌های<br>رفتاری و<br>روان‌شناختی | توانمندی ویژه                        | 7                  | توانایی‌های خارق‌العاده برای جذاب کردن نماد توانمندی‌های ورزشی ویژه                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                             |                                      | زبان بدن                             | 6                  | استفاده از زبان بدن برای ارتباط بهتر و جذابیت بیشتر                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                             |                                      |                                      | 15                 | هر گروه سنی نماد مخصوص به خود را داشته باشد.                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| ویژگی‌های<br>دموگرافیک      | سن                                   | متناسب با هر<br>رده                  | 5                  | سن نماد نزدیک به سن بچه‌ها باشد.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                             |                                      | سن<br>دانش‌آموزی                     | 4                  | سنی متوسط داشته باشد                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

جدول ۳- کدهای نهایی، مؤلفه‌ها، مقوله و ابعاد

Table 3- Final codes, components, categories and dimensions

| مقوله اصلی<br>Main Category | مقوله فرعی<br>Subcategory | مفهوم<br>Concept | تکرار<br>Frequency | نمونه اشاره شده در مصاحبه<br>Example Mentioned in Interviews                                  |
|-----------------------------|---------------------------|------------------|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
|                             | جنس                       | بدون جنسیت       | 6                  | جنسیت در نظر گرفته نشود؛ مثلاً مانند شخصیت زیزی گولو و یا نماد اندروید که جنسیت مشخصی ندارند. |
|                             |                           |                  | 4                  | دو نماد دختر و پسر                                                                            |
|                             |                           | هر دو جنس        | 5                  | جنس در نظر گرفته شود، اما کلیشه‌های جنسیتی حذف شود و بیشتر بر اشتراکات دو جنس اشاره شود.      |
|                             |                           |                  | 4                  | خانواده نداشته باشد.                                                                          |
|                             | خانواده و طبقه اجتماعی    | بدون خانواده     | 4                  | در ابتدا برای طراحی شخصیت خانواده مهم نیست و به این موضوع بعدها در سناریوها پرداخته شود.      |
|                             |                           | اقشار متوسط      | 12                 | خانواده معمولی و متوسط داشته باشد.                                                            |

نتایج پژوهش نشان داد که برای طراحی یک نماد که موجودی با ویژگی‌ها و شخصیت‌پردازی انسانی است، باید سه مقوله مهم ویژگی‌های ظاهری، شخصیتی و دموگرافیک را در نظر گرفت. در بخش ویژگی‌های ظاهری مؤلفه‌های مهمی از جمله رنگ، موجودیت، پوشش، طرح و نماد، ابزار، ویژگی‌های بدنی و ویژگی‌های ورزشی مدنظر قرار گیرد. در بخش ویژگی‌های شخصیتی، مؤلفه‌های ویژگی‌های اخلاقی، رفتاری و روان‌شناختی باید مدنظر باشد و در بخش ویژگی‌های دموگرافیک، چهار مؤلفه سن، جنس، خانواده و طبقه اجتماعی بسیار حائز اهمیت است. همچنین طراحی این نماد باید براساس یک سری ملاحظات کلی از قبیل ویژگی‌های فرهنگی، اجتماعی، تاریخی و ملی، با توجه به سند تحول وزارت آموزش و پرورش و براساس نیازها، ویژگی‌ها و علاقه‌مندی‌های مخاطب باشد. به علاوه طراحی مسکات باید بسیار خلاقانه و مبتکرانه و همراه با اغراق و طنز باشد تا برای مخاطب جذابیت داشته باشد.



**Figure 1- Research model**

## ویژگی‌های ظاهری

پژوهش در ورزش تربیتی، تابستان ۱۴۰۳، دوره ۱۲، شماره ۳۵

همچنین به دلیل اینکه مخاطبان ما در سنینی قرار دارند که الگوپذیری بسیاری دارند، می توان از طریق ویژگی های ظاهری که به کار گرفته می شود از جمله پوشش، رنگ ها و ویژگی های بدنی بر سلیقه مخاطب تأثیر بسزایی گذاشت و نماد را به الگوی داخلی در زمینه مد و فشن تبدیل کرد. علاوه بر این، با استفاده از طرح و نمادهای ملی در ظاهر نماد می توان مخاطب را با این طرح و نمادها آشنا کرد. اهمیت مقوله ویژگی های ظاهری با نتایج تحقیق رسولی و همکاران (۲۰۲۰) هم راستا است.

یکی از مؤلفه های مهم در ظاهر شخصیت، رنگ است. در همین راستا، تحقیق صالحی و همکاران (۲۰۱۶) ذکر کرده است که رنگ مشخصه هر شیء طبیعی است؛ چنانکه یک گل قرمز به دلیل رنگش از دور جلب توجه می کند و ممکن است رنگ بازدارنده هم باشد. صرف وقت در انتخاب رنگ باعث می شود مسکات خوشایند و در عین حال بادوام باشد. رنگ ها احساسات را تحت تأثیر قرار می دهند و در جلب توجه و دقت نقش کلیدی دارند. به گفته بولوگ<sup>۱</sup>، «ارتباط درک ما از زیبایی با رنگ بسیار ساده و فوری است». اگر شناخت تئوری درباره رنگ نداشته باشیم، به طور ذاتی در موقعیتی قرار می گیریم که رنگ به راحتی در ما نفوذ می کند و عمق، گرما و تونالیت آن یعنی کیفیت عینی آن را احساس می کنیم.

رنگ در مسکات های عروسکی بیشتر حائز اهمیت است؛ مثلاً رنگ سفید خیلی زود کثیف می شود، رنگ قرمز جلب توجه می کند و خیره کننده است، رنگ آبی آرامش بخش است و کثیفی را می پوشاند و رنگ های گرم انرژی بیشتری دارند. نتایج تحقیق نجم الدین و جوکار (۲۰۱۹) نیز نشان می دهد که استفاده از رنگ های نسبتاً گرم مانند زرد، نارنجی و حتی سبز در مسکات باعث جلب توجه مخاطب می شود.

در مورد اهمیت توجه به رنگ، در تحقیق کبرایی و همکاران (۲۰۱۸) بیان شده است که رنگ های متنوعی در مسکات ها به کار برده می شوند. گاهی رنگ ها به صورت اغراق آمیزی در مسکات ها استفاده می شوند؛ مثلاً ممکن است برای جلب توجه بیشتر، رنگ یک حیوان، برخلاف رنگ واقعی آن به کار برده شود. گاهی نیز ممکن است رنگ های به کار برده شده در مسکات مطابق با فرهنگ آن جامعه باشد؛ مثلاً در لباس های رنگی متناسب با فرهنگ آن جامعه در به کارگیری رنگ، الهام گرفته شده باشد. در انتخاب رنگ، عواملی مثل رنگ محصول، نوع خدمات، رنگ غالب در هویت بصری شرکت، سن و جنس مخاطب و همچنین رنگ زمینه و فضای تبلیغاتی برای استفاده در مسکات ها در نظر گرفته می شود.

در تحقیق ابراهیمی و همکاران (۲۰۱۹) اشاره شده است که رنگ بر احساسات تأثیر می گذارد و باعث جلب توجه می شود؛ به همین دلیل استفاده از رنگ های شاد و زنده انتخاب خوبی است؛ زیرا رنگ در تصویر مسکات می تواند ما را به هیجان آورد. رنگ مسکات وسیله ای قدرتمند برای نشان دادن حالات عمیق درونی مسکات است. می توان به کمک رنگ ها خصوصیات یک مسکات را تغییر دهیم؛ مثلاً رنگ های گرم حالت تهاجمی و هیجانی دارند و رنگ های سرد حالت آسودگی و آرامش را القا می کنند. نکته مهم در مؤلفه رنگ این است که رنگ ها در فرهنگ های مختلف معانی متفاوتی دارند که تحقیقات ابراهیمی و همکاران (۲۰۱۹) و روستا و همکاران (۲۰۱۵) این یافته را تصدیق می کنند.

در مورد تعداد رنگ های استفاده شده در مسکات، در تحقیق فخریان لنگرودی (۲۰۲۰) بیان شده است که تعدد رنگی باعث سردرگمی و گیجی مخاطب می شود و استفاده از حداکثر سه رنگ پیشنهاد شده است؛ اما در تحقیق کبرایی و همکاران (۲۰۱۸) نتایج نشان می دهد که ابتدا بیشتر از چهار رنگ، چهار رنگ و سپس سه رنگ استفاده شده و ذکر شده است که استفاده از رنگ های متنوع باعث جلب توجه مخاطب می شود.

1. Bolog

مؤلفه مهم دیگر، موجودیت مسکات است. موجودیت مسکات شاکله اصلی آن را در بردارد؛ بنابراین نیازمند دقت و تمرکز زیادی در انتخاب آن است. براساس نتایج تحقیق به ترتیب موجودیت حیوانی، فانتزی و ترکیبی، اساطیری پیشنهاد شده است که از بین حیوانات به استفاده از حیوانات ملی و بومی و حیوانات در حال انقراض اشاره شده است. در تحقیق نورالهدی و یوسفی (۲۰۱۳) بیان شده است که در طراحی مسکات بیشتر موجودیت حیوانی به کار برده شده است و استفاده از حیوانات در حال انقراض مدنظر است. نتایج تحقیق کبریایی و همکاران (۲۰۱۸) نیز استفاده بیشتر از حیوانات را نشان می‌دهد. تحقیق آقاجانی و همکاران (۲۰۲۳) نشان می‌دهد که بیشتر شخصیت‌های تبلیغاتی از نوع حیوانی و گیاهی بوده‌اند. نتایج تحقیق حمیدی و علیپور (۲۰۲۱) بیانگر این است که در طراحی مسکات‌ها از نمادهای بومی و ملی استفاده شده است. همچنین نتایج تحقیق فتحعلیان و همکاران (۲۰۰۹) نشان می‌دهد که جامعه ایرانی ارتباط زیادی با نوع مسکات موجودات خیالی برقرار می‌کند.

مؤلفه مهم دیگر، پوشش مسکات است. پوشش یک شخصیت می‌تواند نشانگر نوع شخصیت و کارکرد آن باشد. نتایج تحقیق حاضر حاکی از آن است که پوشش مسکات ورزش دانش‌آموزی بهتر است از نوع ورزشی باشد. پوشش ورزشی این مسکات باعث می‌شود که مخاطب با دیدن آن به ورزشی بودنش پی ببرد و نمادهای ورزشی در ذهنش نمایان شود. همچنین سادگی و بافت لباس بسیار مهم است (روستا و همکاران، ۲۰۱۵). نتایج تحقیق کبریایی و همکاران (۲۰۱۸) نشان می‌دهد که ۸۰ درصد مسکات‌های بررسی شده در این تحقیق دارای پوشش بودند که نشان از اهمیت پوشش در طراحی مسکات دارد. همچنین نوع لباس همسو با نوع محصول طراحی شود (آقاجانی و همکاران، ۲۰۲۲).

استفاده از طرح و نماد، یکی دیگر از مؤلفه‌های مهم در ویژگی‌های ظاهری است. طرح و نمادها هم می‌توانند از مؤلفه‌های مهم در بیشتر کردن جذابیت مسکات باشند. نتایج تحقیق حاضر نشانگر این است که استفاده از طرح و نمادهای ملی توصیه می‌شود که نتایج تحقیقات حمیدی و علیپور (۲۰۲۱) و نجم‌الدین (۲۰۱۸) با این یافته همسوست.

یک مسکات می‌تواند دارای ابزار، وسایل یا اکسسوری باشد. ابزار و وسایل یکی از عواملی است که باید با توجه به نوع و کارکرد محصول انتخاب شود تا وقتی که مخاطب آن‌ها را مشاهده کرد، کارکرد و هدف محصول در ذهنش تداعی شود و با هدف مسکات ارتباط ذهنی برقرار کند و در تخیل خود با آن درگیر شود. نتایج تحقیق حاضر نشان می‌دهد که توصیه شده است از ابزار ورزشی که کاملاً مرتبط و همسو با هدف و کارکرد مسکات ورزش دانش‌آموزی است، استفاده شود. در نتایج تحقیق‌های اثنی عشری (۲۰۱۹) و آقاجانی و همکاران (۲۰۲۲) نیز به استفاده از ابزار و اکسسوری در طراحی مسکات اشاره شده است. آخرین مؤلفه مرتبط با ویژگی‌های ظاهری، ویژگی‌های بدنی مسکات است. اندازه‌ها و فرم بدن مسکات بسیار مهم است و باید به‌گونه‌ای باشد که مخاطب از آن نترسد یا آنقدر کوچک نباشد که در مراسم مختلف قابل مشاهده نباشد. نتایج تحقیق حاضر نشان می‌دهد که این مسکات باید ظاهری متناسب، ورزشی و عضلانی داشته باشد؛ درحالی‌که آقاجانی و همکاران (۲۰۲۲) در نتایج تحقیق خود ذکر کردند که مسکات‌های تبلیغاتی از سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۹ بزرگ‌تر و تنومندتر شده‌اند و فرم بدن کشیده‌تر، بدن‌ها لاغرتر اما عضلانی‌تر شده است. صالحی و همکاران (۲۰۱۶) اغراق در برخی اعضا را پیشنهاد کرده است. در تحقیق کبریایی و همکاران (۲۰۱۸) ذکر شده است که در بیشتر مسکات‌های تبلیغاتی مورد مطالعه‌اش، تناسبات غیرواقعی با هدف جلب توجه بیشتر، استفاده شده است. تایکندی (۲۰۱۷) در تحقیق خود ذکر کرده است که اغراق در بخش خاصی از آناتومی مسکات به توصیف ویژگی‌های بارز مسکات و ماندگاری آن در ذهن مخاطب کمک می‌کند. همچنین فخریان لنگرودی (۲۰۱۹) در تحقیق خود به سر بزرگ مسکات نسبت به تناسب بدن، به‌عنوان یکی از معیارهای زیبایی‌شناسانه اشاره کرده

است. کبریاپی و همکاران (۲۰۱۸) بزرگ‌نمایی چشم را سعی در برقراری رابطه‌ای دوستانه با مخاطب و ایجاد صمیمیت بیشتر برمی‌شمرد.

در تحقیق حاضر، در ارتباط با مؤلفه ویژگی‌های بدنی به صورت مسکات که باید در آن به ویژگی‌های زیبایی‌شناسانه و جذابیت توجه شود، نیز اشاره شده است. باید این نکته را افزود که در یک مسکات موفق پیامی که قصد بیان آن را دارد، با نوع طراحی مسکات لازم و ملزوم یکدیگرند (ابراهیمی و همکاران، ۲۰۱۹).

### ویژگی‌های شخصیتی

این مقوله با سه مؤلفه ویژگی‌های اخلاقی، رفتاری و روان‌شناختی همراه است. براساس آنچه گفته شد، برقراری ارتباط در مراحل اولیه به صورت غیرکلامی است که بیشتر آمیخته با ویژگی‌های ظاهری است. در قدم بعدی به صورت‌های کلامی و غیرکلامی است که با ویژگی‌های شخصیتی و خلق‌و‌خو عجین می‌شود؛ به همین دلیل انتخاب ویژگی‌های شخصیتی نماد، توجه و تمرکز ویژه‌ای را می‌طلبد. در طراحی یک مسکات که فراتر از یک لوگو و آرم بی‌جان است، آن‌تروپومورفیسم انجام می‌گیرد. این قسمت از مهم‌ترین بخش‌های طراحی یک مسکات موفق است؛ زیرا هر چه شخصیت بهتر و مقبول‌تر باشد، پذیرش آن نزد مخاطب بیشتر می‌شود و به طبع با نماد ارتباط بهتری برقرار می‌کنند. روشن است که تأثیرگذاری نماد ابتدا مستلزم برقراری ارتباط مؤثر و عمیق با مخاطب است و این ارتباط مطلوب زمانی صورت می‌گیرد که علاوه بر ظاهر نماد، ویژگی‌های شخصیتی او مخاطب را مجذوب خود کند. می‌توان گفت ویژگی‌های ظاهری و شخصیتی مکمل یکدیگرند؛ بدین صورت که اگر هرکدام به خوبی طراحی نشود و نظر مخاطب را جلب نکند، دیگری هم مدنظر قرار نمی‌گیرد. مخاطب ما در این دوره بیشتر متمایل به گروه همسالان خود بود و تأثیر این گروه بیشتر از تأثیر خانواده و بزرگسالان بود؛ بنابراین باید سعی شود نماد را از هر لحاظ تا حد ممکن شبیه به مخاطب طراحی کنیم تا رابطه‌ای دوستانه با یکدیگر برقرار کنند و در نهایت با وجود همه این عوامل، تأثیرگذاری نماد بر مخاطب بیشتر می‌شود؛ به این ترتیب، ویژگی‌های شخصیتی از مقوله‌های کلیدی در طراحی نماد است. از تحقیقات مطالعه‌شده نکات مهمی راجع به ویژگی‌های شخصیتی استخراج شد که در ادامه ذکر می‌شود. پردازش شخصیت در مسکات آن را از حالت تک‌بعدی، تک‌شکلی و قامت خشک یک نشانه بیرون می‌آورد و با ویژگی‌های انسانی عجین می‌کند (روستا و همکاران، ۲۰۱۵). ماهیت مسکات، دادن وجهه انسانی به اشکال، اجسام، حیوانات و نباتات است (فخریان لنگرودی، ۲۰۱۹). تفاوت اصلی مسکات با سایر نمادها، شخصیت‌پردازی آن است (خدای و همکاران، ۲۰۰۹). بهترین طرح شخصیت آن است که شخصیت منش داشته باشد، از صفحه بیرون آید و زنده باشد (روستا و همکاران، ۲۰۱۵).

در این بخش سه مؤلفه ویژگی‌های اخلاقی، رفتاری و روان‌شناختی استخراج شده است. ویژگی‌های اخلاقی شامل ویژگی‌های پهلوانی، قهرمانی، اخلاق‌مداری، کامل و بی‌عیب و نقص نبودن، معمولی و شبیه مخاطب بودن، دانای کل نبودن، توانمندی ویژه از خرده‌عوامل آن‌ها است. همچنین خرده‌عوامل متمایز بودن و دارای صفت برتر و منحصر به فرد بودن عنصر طنز و زبان بدن از منابع استخراج شده است (روستا و همکاران، ۲۰۱۵؛ نورالهدی و یوسفی، ۲۰۱۳).

تعیین صفت اصلی شخصیت و خلق مسکات با توجه به آن، بهترین راه برای پیاده‌سازی و طراحی مسکات است. ویژگی‌های درونی و بیرونی تا ویژگی‌های صورت، ژست و لوازم تزئینی و مرتبط با آن باید بررسی شود. هر مسکات دارای ویژگی‌های منحصر به فردی است که آن را از سایر چیزهای مشابه با آن متمایز می‌کند. با استفاده از اشکال متمایز و منحصر به فرد، مسکات در مخاطبان به طور ویژه‌ای مثبت می‌شود. شیوه بیان اغراق‌آمیز، طنزگونه، سبک و تکنیک طراحی از ویژگی‌های متمایزکننده

است (فخریان لنگرودی، ۲۰۱۹). به علاوه علیزاده و قرشی (۲۰۲۱) در نتایج تحقیق خود به ساختار شکنی و نا آشناگری به عنوان عواملی برای ایجاد خلاقیت و متمایز شدن مسکات اشاره کردند. نورالهدی و یوسفی (۲۰۱۳) استفاده از خلاقیت، خصوصیات منحصربه‌فرد و تکراری نبودن مسکات را جزو عوامل مهم در طراحی مسکات دانستند. براساس منابع موجود، طنز یکی دیگر از عوامل مهم در طراحی شخصیت مسکات است؛ زیرا طنز باعث شکل‌گیری خنده در مخاطب می‌شود و به راحتی در او نفوذ می‌کند و احساساتش را تسخیر می‌کند. تعامل بین طنز و مسکات متعالی و سازنده است. طنز از عناصر مهم در جذابیت و کشش و ایجاد محبوبیت بین مخاطب و مسکات و محصول است (خلجی، ۲۰۱۱). یکی از نکات مهم در طراحی مسکات، انتقال پیام نشاط‌آور و حس مثبت برند به مخاطب است. طنز نقش اساسی در ایجاد ارتباط سازنده با مخاطب دارد (فخریان لنگرودی و همکاران، ۲۰۱۹). همچنین استفاده از عنصر طنز در نتایج تحقیق اثنی‌عشری (۲۰۱۹) بیان شده است. زبان بدن یکی از عوامل مهم در شخصیت است که از منابع استخراج شد. مسکات با استفاده از زبان بدن می‌تواند با مخاطب ارتباط غیرکلامی برقرار کند و بر احساسات وی تأثیر گذارد.

ساختار درونی یک شخصیت تعیین می‌کند که نحوه حرکت او چگونه باشد. حرکت مفاصل مشخص‌کننده آزادی عمل و تحرک در شخصیت است. روند شخصیتی که خوب بسط داده شود، بهتر توسط بیننده دنبال می‌شود. حالت‌های صورت، زبان بدن، حالات دست و ریتیم راه رفتن در این روند دخیل هستند. معمولاً این موارد به شناخت شخصیت مسکات کمک می‌کند؛ چون می‌بینیم که او چگونه فکر می‌کند و حرکات او را پیش‌بینی می‌کنیم (رضوی، ۲۰۱۹). نگاه و ارتباط چشمی از مؤثرترین انواع ارتباط و ارتباط مستقیم چشمی می‌تواند رابطه‌ای عمیق‌تر و صمیمانه‌تری ایجاد کند (کبریایی و همکاران، ۲۰۱۸). استفاده از حالت‌های بدنی می‌تواند در انعکاس حالت‌های درونی مسکات مؤثر باشد. در مسکات‌های ورزشی بحث حرکت از عمده‌ترین مسائل به حساب می‌آید؛ زیرا مسکات ورزشی با انرژی که به مخاطب ارسال می‌کند، وی را به هیجان و اشتیاق در جهت حرکت‌های ورزشی وادار می‌کند (ابراهیمی و همکاران، ۲۰۱۹). بدن‌هایی نسبتاً منطبق با پیکربندی انسانی و وضعیت‌های نسبتاً باز بدن با نمایش دستان نسبتاً اغراق شده حس همدلی و مهربانی خوبی را پدید خواهد آورد (نجم‌الدین و جوکار، ۲۰۱۸).

مسکات‌های تجاری وقتی بهتر کار می‌کنند که کودکان را هدف قرار دهند یا صدای سرگرم‌کننده و شاداب داشته باشند. همچنین ارتباط چشمی مناسب یکی از مصداق‌های بارز زبان بدن است (فخریان لنگرودی، ۲۰۱۹). ارتباط مسکات با مخاطب نیازمند عوامل بسیاری است؛ از جمله به حرکت‌های دست و پا و آسانی سر و گردن و کل بدن شخصیت اشاره دارد. حالت‌های بدنی می‌تواند در انعکاس حالت‌های درونی مسکات مؤثر باشد (صالحی و همکاران، ۲۰۱۶). همچنین اهمیت مقوله ویژگی‌های شخصیتی با نتایج تحقیق رسولی و همکاران (۲۰۲۰) هم‌راستا است.

### ویژگی‌های دموگرافیک

در این مقوله چهار مؤلفه سن، جنس، خانواده و طبقه اجتماعی استخراج شد. از آنجاکه انسان‌ها با افرادی که شباهت بیشتری به آن‌ها دارند، ارتباط بهتری برقرار می‌کنند و همزادپنداری بیشتری دارند، انتخاب ویژگی‌های دموگرافیک متناسب با ویژگی‌های مخاطب بسیار مهم است. اگر این ویژگی‌ها در نماد و اکثر افراد مخاطب ما نزدیک به هم باشد، باعث می‌شود مخاطب نماد را جزو افرادی بداند که سبک زندگی مشابهی با او دارد و همدلی و همزادپنداری بیشتری با او داشته باشد. انتخاب این ویژگی‌ها به‌طوری‌که برای هیچ‌کدام از مخاطبان ما، چه دختر و چه پسر، حساسیت ایجاد نکند و جهت‌گیری منفی به نماد نداشته باشند، بسیار مهم است. همان‌طور که اشاره شد، مخاطب ما به‌گونه‌ای است که تأثیرپذیری زیادی از

همسالان خود دارد؛ پس بهتر است سن نماد نزدیک به سن مخاطب باشد که نتایج تحقیق نیز با این موضوع هم‌راستا است. همچنین تحقیق رحیمیان (۲۰۱۴) با این موضوع همسوست. طراحی مسکات امری کلیدی است. مسکات با دارا بودن قابلیت‌های ویژه، ایده متمایزی برای تبلیغ است. در ذهن مخاطبان، مسکات موجود زنده‌ای است که در طول حیات برند به زندگی خود ادامه می‌دهد و دارای گذشته، خاطرات و حتی خانواده می‌شود.

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که بهتر است هر گروه سنی نماد مخصوص خود را داشته باشد که نتایج تحقیق صالحی و همکاران (۲۰۱۶) در تضاد با این موضوع است و بیان می‌کند نماد باید طوری طراحی شود که برای هر گروه سنی جذاب باشد. همچنین در تحقیق کبریایی و همکاران (۲۰۱۸) بیان شده است که مسکات‌ها (تبلیغاتی) به دلیل قابلیت انتقال سریع‌تر و بهتر پیام، گسترده بودن مخاطبان و همچنین به دلیل شکل ظاهری، دارای جذابیت‌اند و موردپسند هر مخاطبی با هر سنی هستند و خواه یا ناخواه گروه انبوهی از مخاطبان را به خود جذب می‌کنند و تحت‌تأثیر خود قرار می‌دهند؛ بنابراین می‌توان استنباط کرد که برای همه گروه‌های سنی یک نماد را در نظر گرفته است و تفکیک گروه‌های سنی را لازم نمی‌داند.

علاوه‌بر نتایج مذکور، از یافته‌های این پژوهش، در نظر گرفتن ملاحظات کلی در طراحی نماد است؛ ازجمله توجه به این موضوع که طراحی این نماد باید براساس ویژگی‌های فرهنگی، اجتماعی، تاریخی و ملی باشد؛ همان‌طور که در تحقیق صالحی و همکاران (۲۰۱۶) بیان شده است که نخستین مسئله مهم در طراحی مسکات، انتخاب خود مسکات است و در درجه اول، نقد و بحث در ارتباط با مسکات، به انتخاب آن برمی‌گردد. انتخاب شخصیتی نامربوط و ناآشنا با فرهنگ و جامعه کشور میزبان، نه تنها باعث فقدان استقبال ملی در این خصوص می‌شود، بلکه نمی‌تواند در اشاعه، ارتباط و انتقال مفاهیم و نمادهای بومی میزبان به دیگر کشورها نیز موفق عمل کند. یافته پژوهش با مطالعات صدقیان و اثنی‌عشری (۲۰۱۹)، امینی و همکاران (۲۰۱۵)، رحیمیان (۲۰۱۴) و حمیدی و علیپور (۲۰۲۱) هم‌راستا است. همچنین باید با توجه به سند تحول وزارت آموزش و پرورش، براساس نیازها، ویژگی‌ها و علاقه‌مندی‌های مخاطب باشد. موضوع توجه به نیازها، ویژگی‌ها و علاقه‌مندی‌های مخاطب در طراحی مسکات، با تحقیقات پراپاونگ و همکاران (۲۰۲۰)، لوپز و نارتویچ (۲۰۱۹)، میرکریمی (۲۰۰۸)، کبریایی و همکاران (۲۰۱۸) و اثنی‌عشری (۲۰۱۹) هم‌راستا است.

همچنین نتایج نشان می‌دهد که طراحی مسکات باید بسیار خلاقانه و مبتکرانه باشد تا برای مخاطب جذابیت داشته باشد. علیزاده و قرشی (۲۰۲۱) بیان کردند که ساختارشکنی و ناآشناگری باعث خلاقیت و متمایز شدن مسکات می‌شود. همچنین میرکریمی (۲۰۰۸) بیان کرد که اگر مسکات با استفاده از طرحی مبتکرانه و خلاق با بهترین مواد و به دست افراد متبحر ساخته شود و اجرای نمایشی مبتکرانه نیز داشته باشد، از مهم‌ترین عوامل محبوبیت و آوازه شرکت یا هر جای دیگر خواهد بود. به‌علاوه در نتایج تحقیق اثنی‌عشری (۲۰۱۹) به لزوم استفاده از خلاقیت در طراحی مسکات اشاره شده است. فخریان و لنگرودی (۲۰۱۹) این نکته را بیان کردند که با استفاده از اشکال متمایز و منحصربه‌فرد، مسکات در ذهن مخاطبان به‌طور ویژه‌ای مثبت می‌شود. همچنین استفاده از اغراق در ابعاد مختلف طراحی مسکات ازجمله ظاهر و شخصیت می‌تواند مسکات را جذاب‌تر کند و بیشتر در ذهن مخاطب ماندگار شود. استفاده از اغراق در نتایج تحقیقات روستا و همکاران (۲۰۱۵)، ابراهیمی و همکاران (۲۰۱۹)، اثنی‌عشری (۲۰۱۹)، کبریایی و همکاران (۲۰۱۸) و تایکندی (۲۰۱۷) بیان شده است.

نتایج این تحقیق نشان داد، طراحی نماد ورزش دانش‌آموزی ابعاد مختلفی دارد که به‌منظور افزایش بهره‌وری و ارتباط مؤثرتر نماد با قشر مخاطب باید در ساخت و برندسازی آن به‌طور جدی مدنظر قرار گیرد. ابتدایی‌ترین موضوعی که در طراحی این نماد جلب توجه می‌کند، شکل ظاهری است که باید از نظر موجودیت، رنگ، پوشش متناسب با سلیقه دانش‌آموزان باشد

و جاذبه بصری کافی ایجاد کند. همچنین در این مرحله ویژگی‌های جمعیت‌شناسی نماد که دربرگیرنده جنسیت، سن و طبقه اجتماعی است، برای مخاطب جلوه می‌کند و در جذب او مؤثر است. هنگامی که نماد موجودیت زنده به خود می‌گیرد و به شکل انیمیشن، کتاب داستان و تن‌پوش در محیط ظاهر می‌شود، ویژگی‌های شخصیتی آن به صورت عمیق‌تر در جذب مخاطبان مؤثر خواهد بود.

### پیام مقاله

این مقاله با هدف شناسایی عوامل مؤثر در طراحی نماد (مسکات) ورزش دانش‌آموزی ایران، تلاش کرد تا چارچوبی جامع و بومی برای خلق یک نماد مؤثر، جذاب و منطبق با ارزش‌ها و ویژگی‌های فرهنگی، روان‌شناختی و آموزشی جامعه دانش‌آموزی ارائه دهد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهند که طراحی یک مسکات موفق، تنها به جنبه‌های ظاهری محدود نمی‌شود، بلکه باید ویژگی‌های شخصیتی و جمعیت‌شناختی را نیز در بر گیرد تا نماد بتواند به عنوان الگویی الهام‌بخش، نقش تربیتی، فرهنگی و تبلیغاتی مؤثری ایفا کند. با توجه به اهمیت الگوپذیری کودکان و نوجوانان، این تحقیق نقش مسکات را فراتر از یک تصویر بصری دانسته و آن را به مثابه ابزاری برای تقویت هویت ملی، ترویج سبک زندگی سالم و توسعه مشارکت ورزشی در مدارس معرفی می‌کند. این مقاله می‌تواند مبنایی علمی برای طراحی نمادهای ورزشی در سایر سطوح آموزشی نیز فراهم کند.

### تأمین مالی

این پژوهش از هیچ منبع مالی بیرونی حمایت نشده و برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد انجام‌شده در دانشگاه فردوسی مشهد است.

### مشارکت نویسندگان

همه نویسندگان به‌طور برابر در توسعه این پژوهش مشارکت داشته‌اند. دانشجو وظیفه انجام مصاحبه‌ها، جمع‌آوری داده‌ها و تحلیل اولیه را بر عهده داشته و این فرآیند تحت راهنمایی اساتید راهنما صورت گرفته است که در طراحی، روش‌شناسی و نگارش مقاله نقش مؤثری ایفا کرده‌اند.

### تعارض منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند که در ارتباط با انتشار این مقاله هیچ‌گونه تعارض منافی وجود ندارد.

### تشکر و قدردانی

نویسندگان بدین‌وسیله از تمامی متخصصان و کارشناسانی که در مصاحبه‌ها شرکت کردند و با سخاوت، وقت و تجربیات خود را در اختیار این پژوهش قرار دادند، قدردانی می‌شود؛ مشارکت آنان نقش بسزایی در غنای یافته‌های این مطالعه داشته است.

## منابع

1. Aghajani Golsefid, F., Chirani, E., Delafrooz, N., & Azadehdal, M. R. (2022). Designing a model to explain the factors affecting the attitude and intention of consumers to buy Iranian products with emphasis on the policies of the resistance economy. *Basij Strategic Studies*, 25(95), 75-121.
2. Aghajani, J., Milasi, A., & Malurdi, N. (2023). Analyzing anatomical changes in the design of mascots in Iranian television advertisements (Master's thesis). Yazd Art and Science University.
3. Asnaashari, Sh., & Sadighian Hakak, N (2020). Examining the methods of character creation for Muscat with the approach of Iranian identity. *Ormazd Research Journal*, 47, 114-13.
4. Bron, S., & Ponaby, A. (2019). *Brand mascots*. New York, USA: Routledge.
5. Ebrahimi, S., Charei, A., & Iqbali, P. (2009). Studying fictional illustration in mascot design; Narrative illustration of a mascot to present sports products (including swimming, climbing, cycling, badminton, etc.) (Master's thesis). (Persian)
6. Fakhrian Langroodi, E., & Azam Kasiri, A (2020). Investigating the role of muskrats in the recognition of biological species (a case study of 26 plant and animal species in Iran). Paper presented at the 4th International Congress of Agricultural Development, Natural Resources, Environment and Tourism. Tabriz.
7. Fallahzadeh, H., Golestan, M., Rezvanian, T., & Ghasemian, Z. (2009). Breast-feeding history and overweight in 13-year-old children in Iran. *World Journal of Pediatrics*, 5(1), 36-41. (Persian)
8. Fazeli, H. (2014). *Sport & National identity*. Tehran: Tamadon Irani. (Persian)
9. Feria-Galicia, J. (2011). Mascot politics, public pedagogy, and social movements: alternative Media as a context for critical media literacy. *Policy Futures in Education*, 9(6), 706-714.
10. Ghorbani, A., & Jomenia, S. J. (2018). The role of social factors (family, school, peer group) in socialization of students in Golestan Province. *Journal of Applied Sociology*, 29(2), 113-128. (Persian)
11. Humphreys, B. R., McLeod, L., & Ruseski, J. E. (2014). Physical activity and health outcomes: evidence from Canada. *Health economics*, 23(1), 33-54.
12. Iman, N., & Noushadi, M. (2011). Qualitative content analysis. *Pazhuhesh*, 3(2), 1-20. (Persian)
13. Jalali Farahani, M., & Alidoost Ghahfarokhi, E. (2017). *Management of sport events & camps*. Tehran: Tehran university. (Persian)
14. Khastar, H. (2009). A method for calculating coding reliability in qualitative research interviews. *Methodology of Social Sciences and Humanities*, 15(58), 161-174. (Persian)
15. Kebriyae, M., & Afshar Mohajer, K. (2018). Visual inspection of the mascots used in the advertisements of European countries (Master's thesis). (Persian)
16. Khodami, B., Afzal Tousi, E., & Faramarzian, A. (2009). Investigating the cultural and social aspects of mascot (Master's thesis). (Persian)
17. Mirkarimi, T. (2008). *Mascot*. Tehran: Marlik. (Persian)
18. Morela, E., Elbe, A. M., Theodorakis, Y., & Hatzigeorgiadis, A. (2019). Sport participation and acculturative stress of young migrants in Greece: The role of sport motivational environment. *International Journal of Intercultural Relations*, 71, 24-30.
19. Najmodin, J. (2019). The place of Babylon in Iranian mythological beliefs and its expression in Persian literature. *Research Journal of Epic Literature*, 25, 109-125.
20. Pairoa, I., & Arunrangsiwed, P. (2016). The Effect of brand mascots on consumers' purchasing behaviors. *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*, 10(5), 1702-1706.
21. Rahmati, M. M., & Abaszadeh, M. (2015). Capability of rural sport; local development & social participation (case study: Gilehmardi Wrestling). *Community Development (Rural and Urban Communities)*, 7(1), 59-78. (Persian)

22. Ranjbari, S., Fallah, Z., & Shojaei, V. (2019). Study of factor effecting on development in sport schools with using the structural modeling interpretative model. *Technology of Education Journal (TEJ)*, 2, 1-4. (Persian)
23. Rasooli, M., Zareian, H., Smaeili, M., & Reghbati, A. (2021). Determining Iran's national sport mascot traits. *Sport Management Studies*, 13(65), 109-130. (Persian)
24. Roosta, N., Esadi, M., & Charei, A. (2015). Investigating the characterizing of mascot in food packaging in Iran (Master's thesis). (Persian)
25. Salehi, H., Karimi Moghadam, A., & Guderzparori, P. (2016). The position of visual and written elements of mascots with focus International cultural and artistic festivals (Master's thesis). (Persian)