



Original Article

Conceptual Framework for Promoting Physical Literacy and Sports Participation Among Children with a Social Marketing Approach

Arghavan Hassanzadeh¹, Habib Honari^{*2},
Mohsen Bagherian Farahabadi¹, Ali Mohammad Safania¹, Saleh Rafiei³

1. Department of Physical Education and Sports Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

2. Department of Sports Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.

3. Department of Motor Behavior, Sports Sciences Research Institute, Tehran, Iran.

Received: 2024/10/06, **Accepted:** 2025/07/15, **Published:** 22/06/2026

* Corresponding Author: Habib Honari, E-mail: Honari_h@yahoo.com

How to Cite: Hassanzadeh, A., Honari, H., Bagherian Farah Abadi, M., Safania, A. M. and Rafiei, S. (2026). Conceptual Framework for Promoting Physical Literacy and Sports Participation Among Children with a Social Marketing Approach. *Research on Educational Sport*, 14(43), 45-71. <https://doi.org/10.22089/res.2025.17314.2558>

Extended Abstract

Background and Purpose

The growing global concern about physical inactivity among children and adolescents necessitates innovative approaches to promote physical literacy and sports participation. This research aimed to develop a comprehensive conceptual framework utilizing social marketing principles to address this critical public health challenge. The study was grounded in the recognition that traditional methods of promoting physical activity have shown limited success, particularly in sustaining long-term engagement among youth populations. Our framework integrates multidimensional perspectives from public health, sports pedagogy, and behavioral marketing to create a holistic approach. The theoretical foundation draws upon established models of social marketing while incorporating unique cultural and institutional factors specific to children's physical activity contexts. By focusing on social marketing as the central mechanism, this study provides novel insights into how strategic communication, product design, and behavioral incentives can be effectively combined to create sustainable physical activity patterns. The framework was designed to serve multiple stakeholders including policymakers, educators, sports organizations, and public health professionals working at the intersection of youth development and physical activity promotion. Importantly, the study emphasizes the cultural dimensions of physical literacy, recognizing that effective interventions must be contextually relevant to their target populations.



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/>).

Methods

The qualitative research method was chosen with a thematic approach (thematic analysis). The participants of the research included scientific experts (university professors and researchers) and executive experts (managers and organizational experts) of the subject of the research. The number of samples was selected according to the theoretical saturation of 16 people. Sampling was also done in a theoretical (judgmental) way. The research tool was semi-exploratory interview (semi-directed) along with library and document study. The validity of the research tools and results was evaluated and confirmed based on the desirability of the scientific and executive competence of the interviewees, the validity of the content of the interview framework by expert researchers, and the level of agreement between the two coders. Multi-stage conceptual coding method was used to analyze the findings.

Results

The extracted conceptual framework included 5 general themes, 11 main themes, 42 sub-themes and 160 conceptual codes. General themes and their main themes include; The environmental base for the development of physical literacy and basic sports (environmental drivers and boys), the efficiency of the physical education system and recreational sports (institutional and organizational capacity and inter-organizational cooperation), social marketing of physical literacy and children's sports. effectiveness of social marketing processes and mix), capacity building for the development of children's physical literacy and sports (sports opportunities and environments and evolution in physical literacy mechanisms) and sustainable development of children's physical literacy and sports (promotion of physical and movement literacy, growth Sports participation and their functions were comprehensive. Particularly noteworthy findings included the identification of six key social marketing principles uniquely applicable to children's physical activity: peer modeling, incentive structuring, message framing, product bundling, place accessibility, and price sensitivity. The environmental analysis revealed three critical success factors: policy alignment, community infrastructure, and cultural values. Institutional components highlighted the importance of teacher training, curricular integration, and multi-stakeholder partnerships. The capacity building dimension emphasized innovative approaches to programming, facilities design, and family engagement.

Conclusion

This study presents a groundbreaking multidimensional framework that significantly advances theoretical and practical understanding of physical literacy promotion through social marketing. The findings demonstrate that effective implementation requires simultaneous attention to five interdependent dimensions: environmental enablers, institutional readiness, marketing sophistication, capacity development, and sustainability mechanisms. The framework's primary theoretical contribution lies in its integration of social marketing principles with physical literacy development models, creating a novel approach that addresses both individual behaviors change and systemic transformation. Practically, the research provides actionable insights for policymakers, suggesting that successful interventions should: (1) establish supportive policy environments through inter-sectoral collaboration; (2) optimize physical education systems via teacher training and curriculum enhancement; (3) implement targeted social marketing campaigns using child-centric messaging strategies; (4) develop infrastructure and programs that remove participation barriers; and (5) embed monitoring systems to ensure sustained impact. The study identifies three critical pathways for future research: investigation of digital marketing's role in physical literacy promotion, cross-cultural validation of the framework's components, and longitudinal assessment of intervention sustainability. The framework's robustness is evidenced by its alignment with contemporary theories of behavioral

economics, social ecology, and positive youth development, while its practical utility is demonstrated through multiple real-world applications documented during the research process. This study fundamentally reorients physical literacy promotion from an activity-based paradigm to a holistic developmental model that recognizes the complex interplay of individual, social, and environmental factors in creating lasting behavioral change.

Key Words: Physical Literacy, Physical Activity, Children's Sports, Social Marketing.

Article message

This study examines the role of social marketing in promoting physical literacy and increasing children's sports participation through an innovative framework. By integrating environmental, institutional, and social dimensions, the research provides practical strategies for engaging children in physical activities. The findings not only assist policymakers and coaches in designing effective programs but also propose a novel approach - based on social marketing mechanisms - for institutionalizing sports culture among future generations. This framework can serve as a foundation for transforming children's physical education systems and ensuring future community health.

Ethical Considerations

All ethical principles were strictly observed in this research. Participants voluntarily participated with full knowledge of the study's objectives, retaining the right to withdraw at any stage. Complete confidentiality of identities and collected data was maintained, with information used solely for scientific purposes. The study received approval from the relevant research ethics committee.

Authors' Contributions

This article derives from a doctoral dissertation, with research contributions from: the student (principal researcher), primary and secondary supervisors, and first and second advisory professors.

Conflict of Interest

The authors declare no conflicts of interest. All research stages – from design to implementation and analysis – were conducted with scientific impartiality following research standards. The authors confirm no financial or professional relationships that could influence the study's outcomes.

Acknowledgments

The authors sincerely thank all professors, specialists, and experts who contributed through interviews and professional consultations to complete this research. Their dedicated participation was invaluable to this study.



چارچوب مفهومی ترویج سواد بدنی و مشارکت ورزشی کودکان با رویکرد بازاریابی اجتماعی

ارغوان حسن‌زاده^۱ , حبیب هنری^{۲*} , محسن باقریان فرح‌آبادی^۱ , علی‌محمد صفانیا^۱ , صالح رفیعی^۱ 

۱. گروه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
۲. گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.
۳. گروه رفتار حرکتی، پژوهشگاه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، تهران، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۷/۱۵، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۴/۲۴، تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۰۴/۰۱

*نویسنده مسئول: حبیب هنری، E-mail: Honari_h@yahoo.com

How to Cite: Hassanzadeh, A., Honari, H., Bagherian Farah Abadi, M., Safania, A. M. and rafiee, S. (2026). Conceptual Framework for Promoting Physical Literacy and Sports Participation Among Children with a Social Marketing Approach. Research on Educational Sport, 14(43), 45-71. <https://doi.org/10.22089/res.2025.17314.2558>

چکیده

هدف پژوهش حاضر ارائه چارچوب مفهومی ترویج سواد بدنی و مشارکت ورزشی کودکان با رویکرد بازاریابی اجتماعی بود. روش تحقیق از نوع کیفی با رویکرد تحلیل مضمون انتخاب شد. مشارکت‌کنندگان در پژوهش، صاحب‌نظران علمی (اساتید و پژوهشگران دانشگاهی) و صاحب‌نظران اجرایی (مدیران و کارشناسان سازمانی) درباره موضوع پژوهش بودند. تعداد نمونه برحسب دستیابی به اشباع نظری ۱۶ نفر بود و نمونه‌گیری به روش نظری انجام شد. ابزار پژوهش مصاحبه نیمه‌ساختاریافته به همراه مطالعه کتابخانه‌ای بود. روایی پژوهش براساس کنترل جهت‌گیری مصاحبه و میزان توافق بین دو مصحح کدگذاری ارزیابی و تأیید شد. چارچوب مفهومی استخراج‌شده شامل ۵ تم کلی، ۱۱ تم اصلی، ۴۲ تم فرعی و ۱۶۰ کد مفهومی بود. تم‌های کلی و مضامین اصلی آن‌ها شامل بستر محیطی توسعه سواد بدنی و ورزش پایه (پیشران‌ها و پسران‌های محیطی)، کارآمدی سیستم تربیت‌بدنی و ورزش پرورشی (قابلیت نهادی و همکاری بین‌سازمانی)، بازاریابی اجتماعی سواد بدنی و ورزش کودکان (اثربخشی فرایندها و آمیخته بازاریابی اجتماعی)، ظرفیت‌سازی توسعه سواد بدنی و ورزش کودکان (فرصت‌ها، محیط‌ها و تحول در سازوکارها) و توسعه پایدار سواد بدنی و ورزش کودکان (ترویج سواد بدنی، رشد مشارکت و کارکردهای آن‌ها) بود. براساس یافته‌ها می‌توان گفت، ترویج سواد بدنی و مشارکت ورزشی کودکان مبتنی بر بازاریابی اجتماعی، فرایندی چندبعدی و چندسطحی است که باید ابتدا بستر محیطی و سیستم اجرایی آن فراهم شود و سپس از طریق ظرفیت‌سازی و آمیخته بازاریابی اجتماعی به توسعه آن بینجامد.

واژگان کلیدی: سواد بدنی، فعالیت بدنی، ورزش کودکان، بازاریابی اجتماعی.



مقدمه

مهم‌ترین ابزار موردنیاز کودکان برای کسب سلامت و توانمندی جسمانی و سپس موفقیت ورزشی، برخورداری از سطح مناسب سواد بدنی است (ولدی و حمیدی، ۲۰۱۹). نتایج تحقیقات نشان می‌دهد، بدون توسعه سواد بدنی، کودکان در زمان‌های اوقات فراغت از فعالیت‌های بدنی دور می‌شوند و سرگرمی‌های مجازی و بازی‌های بی‌تحرک را انتخاب می‌کنند (ایموندس و همکاران، ۲۰۲۴). هدف اصلی سواد بدنی، ارتقای مهارت بدنی در کودکان برای بهبود قابلیت جسمانی و حرکتی و بهره‌مندی بهتر از مزایای بازی و ورزش است. در سمت مخالف، کودکانی که توانایی و مهارت کمتری دارند، فرصت کمتری برای اصلاح و توسعه مهارت‌های خود دارند و به دلیل موفق نشدن از تلاش خود دست برمی‌دارند و اعتمادبه‌نفس و انگیزه آنان کاهش می‌یابد (کاستلی و همکاران، ۲۰۱۴). سواد بدنی طی سه مرحله اول مسیر ورزشی کسب می‌شود و به نوبه خود به شرکت‌کنندگان کمک می‌کند تا به مراحل بعدی برسند. افراد کم‌توان دو مرحله اضافی را نیز پشت سر می‌گذارند: آگاهی و برخورد اول. آگاهی به کشف فرصت‌های موجود و برخورد اول به تضمین مثبت و معنادار بودن اولین تجربه ورزشکار در یک ورزش به‌خصوص اشاره دارد. سواد بدنی مستلزم اعتقاد به ماهیت کلی فرد از نظر تعامل توانایی‌های جسمانی است. هر فردی استعدادهای بدنی و حرکتی دارد و سواد بدنی به‌عنوان انگیزه، اعتمادبه‌نفس، شایستگی بدنی، دانش و درک حفظ فعالیت بدنی در کل دوران زندگی فرد کاربرد دارد. کلید فهم فعالیت بدنی و سواد بدنی این است که درک کنیم حرکت بخش مهمی از انسان سالم، توانمند و شاداب بودن است. فعال بودن به لحاظ بدنی، حفظ و رشد توانایی حرکت را تسهیل می‌کند سواد بدنی فرایندی همیشگی را شامل می‌شود و ظرفیت فرد برای داشتن زندگی سالم و فعال را نشان می‌دهد؛ از این‌رو سواد بدنی محدود به تربیت بدنی مدرسه نیست. هر فرد در یک مسیر کسب سواد بدنی شخصی طی طریق می‌کند و به علت ساختار ژنتیکی، عوامل اجتماعی-اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و محیطی، فرصت و مجموعه‌ای از سایر عوامل، هیچ دو مسیر یکسان و مشابهی وجود ندارد (ولدی و همکاران، ۲۰۱۸).

در الگوی سواد بدنی تشخیص داده می‌شود که انسان از زمان تولد تا مرگ از مراحل رشد و تکامل عبور می‌کند. در هر مرحله، عوامل جسمانی، روانی، اجتماعی و محیطی مختلفی بر توانایی او برای مشارکت، تمرین و رقابت تأثیر می‌گذارند. مسیر بهینه‌ای را از زمین بازی کودکان به سکوی قهرمانی فراهم می‌آورد و به‌عنوان محرکی برای مشارکت در فعالیت بدنی همیشگی عمل می‌کند (نصر اصفهانی، ۲۰۲۰). افراد مشارکت‌محور از شرکت در یک یا چند ورزش لذت می‌برند که به آن‌ها کمک می‌کند تا برای همیشه فعال باقی بمانند. همچنین این مدل ابزاری است که به افراد کمک می‌کند تا در مسیرهای مشارکت‌محور و عملکردمحور یا جایی بین این دو مسیر به پیشرفت دست یابند. مدیران، مربیان و والدین باید به یاد داشته باشند که پیشرفت از یک مرحله به مرحله دیگر بر مبنای توانایی ورزشکار و نه سن شناسنامه‌ای او انجام می‌گیرد؛ با این حال، سن شناسنامه‌ای به‌عنوان یک راهنما استفاده می‌شود. برخی از مراحل سن رشد را نیز مشخص می‌کنند که به طور کلی به ارتباط میان رشد و بلوغ اشاره دارد. ورزشکاران نوجوان پس از کسب سواد جسمانی در هر سنی می‌توانند وارد این مرحله شوند (ولدی و حمیدی، ۲۰۲۰). اگر کودکان در طول مراحل شروع فعالیت، مهارت‌های پایه و یادگیری برای تمرین به‌درستی با فعالیت و ورزش آشنا شده باشند، مهارت‌های حرکتی و اعتمادبه‌نفس لازم را برای فعالیت همیشگی در هر ورزشی را خواهند داشت (کاشانی‌نیا، ۲۰۲۰). این مراحل برای طیف‌های سنی نیاز به تحلیل و مدل‌سازی تخصصی دارد؛ از این‌رو توسعه فعالیت بدنی

و سواد بدنی نیز همانند هر سیستم دیگری در جامعه نیازمند ساختار، برنامه، منابع، فرایندها و مشارکت همه نهادها و نقش‌های اجتماعی است (دی گریس^۱ و همکاران، ۲۰۱۷). توسعه فعالیت بدنی و سواد بدنی باید به صورت جریانی شامل دگرگونی‌های اساسی در ساخت‌های سبک زندگی شهروندان باشد تا سبب شکل‌گیری نظم‌ی نوین در عادات حرکتی و رفتار بدنی آن‌ها شود (ژانگ^۲ و همکاران، ۲۰۲۳). ورزش همگانی به بخشی مستقیمی از زندگی شهروندی مربوط می‌شود و در معرض ویژگی‌ها، پویایی و پیچیدگی‌های نظام اجتماعی قرار دارد؛ بنابراین در چنین سیستم پیچیده‌ای پیش‌بینی رفتار ورزشی مردم و توسعه ورزش در آینده به‌آسانی ممکن نیست و باید از تجربیات جهانی استفاده کرد.

ترویج و تبلیغ سواد بدنی درباره یافتن افراد دارای بهترین مهارت‌ها و ارائه تعلیمات بیشتر به آن‌ها، امروز با روش‌های سنتی مقدور نیست و نیاز به روش‌های نوین مانند بازاریابی اجتماعی و جامعه یادگیرنده وجود دارد (کارل^۳ و همکاران، ۲۰۲۲). دلیل نیاز به ترویج روش‌های نوین این است که سواد بدنی به‌عنوان هدف تمام فعالیت‌های بدنی، هر فردی را که در بافت‌های مختلف با سرعت‌های مختلف و اغلب در جهات مختلف طی طریق می‌کند، به رسمیت می‌شناسد (محمدي و همکاران، ۲۰۲۱)؛ بنابراین می‌توان گفت که یکی از رویکردهای نوین در توسعه فعالیت بدنی و مشارکت ورزشی، استفاده از تکنیک بازاریابی اجتماعی است. بازاریابی اجتماعی فرایندی است که از اصول و تکنیک‌های بازاریابی برای تغییر رفتار مخاطب اولویت‌دار به نفع جامعه و خود فرد بهره می‌برد. این روش برای کاهش موانع و افزایش تسهیل‌کننده‌ها نسبت به رفتاری است که سطح کیفیت زندگی فردی و اجتماعی را بالا می‌برد (جلایی، ۲۰۱۶). در بازاریابی اجتماعی طراحی، مداخله و کنترل برنامه‌هایی برای افزایش قابلیت پذیرش یک ایده یا عمل اجتماعی در یک گروه مخاطب (مانند خانواده) است. در همین راستا، استفاده از مفاهیم و ابزارهای بازاریابی تجاری برای تأثیر گذاشتن بر رفتارهای فرد به‌منظور ارتقای فعالیت بدنی و سلامتی فرد و جامعه بازاریابی اجتماعی برای ورزش است (اورونبایف^۴، ۲۰۲۳). با توجه به اهمیت نهاد خانواده در توسعه فعالیت بدنی و ورزش همگانی، می‌توان گفت که خانواده‌ها مخاطب اصلی در بازاریابی اجتماعی برای ورزش همگانی هستند و ظرفیت بالقوه و آمادگی خانواده‌ها برای تغییر نگرش و رفتار به سمت ورزش جزو مهم‌ترین عوامل این زمینه هستند (توین بوا^۵ و همکاران، ۲۰۱۹).

پژوهش‌های متعددی اثرهای مفید و پایدار جسمی و روانی ورزش و فعالیت بدنی را در کودکان مختلف نشان داده‌اند و شواهد علمی و تجربی بسیاری درباره منافع شناخته‌شده فعالیت بدنی و مشارکت ورزشی مشاهده شده‌اند (بیل و دنیل^۶، ۲۰۱۸)، اما هنوز گزارش‌های کشوری نشان‌دهنده درصد زیاد افراد غیرفعال است و وضعیت مشارکت ورزشی و فعالیت بدنی مردم کشور هنوز در سطح پایینی است و کالا و خدمات مرتبط با ورزش و تفریحات فعال جایگاه درخور توجهی در سبد خرید و سبک مصرف خانواده‌های ایرانی ندارد (وفایی‌مقدم و همکاران، ۲۰۱۸). معضلاتی مانند چاقی دوران کودکی و افزایش کم‌تحركی در کودکان کشور است که سلامت نسل آینده کشور را تهدید می‌کند. بیماری‌ها و عارضه‌های جسمانی مختلف، سرگرمی‌های مصنوعی و مجازی از جمله چالش‌های اساسی‌اند که ناشی از فقر حرکتی یا نیازمند آن هستند و شهروندان و خانواده‌های

۱. de . Grace

2. Zhang

3. Carl

۴. Orunbayev

۵. Tweneboah

۶. Bell . & . Daniels

ایرانی با آن مواجه‌اند؛ از این رو وضعیت فراغت و سلامت مبتنی بر تحرک، بحران و نیاز ضروری در جامعه کنونی کشور است؛ به طوری که با وجود رشد مشارکت و فعالیت سازمان‌ها و گروه‌های مختلف در زمینه فراهم‌سازی بستر مشارکت ورزشی همگانی و تفریحات فعال، نیاز به انجام مداخلاتی برای تغییر در سبک زندگی مردم و ارتقای خدمات عمومی به آن‌ها، به‌ویژه روش‌های نوین مانند بازاریابی اجتماعی و جامعه‌یادگیرنده به‌شدت احساس می‌شود (اوون^۱ و همکاران، ۲۰۲۲). همان‌طور که بیان شد، اساس این کار وجود سطح مناسبی از فعالیت بدنی و سواد بدنی در رده‌های سنی است.

طبق اعلام سازمان جهانی بهداشت، در سراسر جهان ۲۳ درصد از بزرگسالان و ۸۱ درصد از نوجوانان ۱۱ تا ۱۷ ساله توصیه‌های جهانی در زمینه فعالیت بدنی و تحرک جسمی را به کار نمی‌بندند. با تغییر الگوهای حمل‌ونقل، استفاده از تکنولوژی، شهرنشینی و ارزش‌های فرهنگی، نبود فعالیت در برخی جمعیت‌های بزرگسالان تا ۸۰ درصد شیوع پیدا کرده است. در یک دهه اخیر، هزینه جهانی کم‌تحرکی در مراقبت‌های بهداشتی مستقیم، به طور میانگین حدود ۵۰ میلیارد دلار در سال تخمین زده شد. علاوه بر این، بهره‌وری ازدست‌رفته ۱۴ میلیارد دلار تخمین زده شده است. علاوه بر این، ۱ تا ۳ درصد از هزینه‌های ملی مراقبت بهداشتی صرف کم‌تحرکی و عوارض آن می‌شود. نکته درخور توجه اینکه در این تخمین‌ها، هزینه‌های سلامت روان و مشکلات عضلانی-اسکلتی در نظر گرفته نشده است. در سال ۲۰۱۷، نسبت هزینه‌های ورزشی و تفریحی دولت از کل هزینه‌ها در بین کشورهای عضو اتحادیه اروپا از ۰/۲ درصد در کرواسی، ۰/۴ درصد در ایرلند، مالت، اسلواکی و انگلستان، به ۱/۲ درصد در لوکزامبورگ، ۱/۴ درصد در استونی و ۲/۵ درصد در مجارستان متغیر بوده است؛ از این رو تربیت نسل تندرست نیازمند ترویج سبک زندگی فعال و مبتنی بر ورزش در رده‌های سنی پایه است. در همین راستا، انجمن بین‌المللی ورزش برای همه^۲ (۲۰۲۰) چارچوب توسعه فعالیت بدنی سنین مختلف را در محورهای زیر تعیین کرده است: توسعه و شراکت صلح، برابری جنسیتی، تحصیلات، درگیری اجتماعی، شهرهای فعال، بازی و ادبیات فیزیکی، محیط‌زیست، میراث فرهنگی و تنوع، یکپارچگی رهبران تحت پوشش، داوطلب شدن جامعه، سلامتی و خوشبختی، تأثیر اقتصادی و منابع. سازمان جهانی بهداشت در سند ۲۰۲۰، چارچوب توسعه فعالیت بدنی را شامل چهار منظر اصلی ایجاد محیط‌های فعال (هنجارها و نگرش‌های اجتماعی)، محیط‌های فعال (فضاها و مکان‌ها)، افراد فعال (برنامه‌ها و فرصت‌ها) و سیستم‌های فعال (توانمندسازی‌های حاکمیت و سیاست) دانست. در ایران نیز طرح‌های توسعه سواد بدنی و حرکتی توسط معاونت تربیت بدنی وزارت آموزش و پرورش، فدراسیون ورزش‌های همگانی و وزارت بهداشت ارائه شده است.

علاوه بر رویکردهای ارائه‌شده توسط نهادها، تحقیقات زیادی نیز به بررسی مسائل و ابعاد سواد بدنی و مشارکت ورزشی در رده‌های سنی پرداخته‌اند. مرور مطالعات مختلف نشان می‌دهد که فعالیت بدنی و سواد بدنی یکی از موضوعات پرتولید و مخاطب از لحاظ علمی و پژوهشی است. در مطالعات داخلی، وجدانی و همکاران (۲۰۲۳) مدل بازاریابی هیجانی برای رفتار مصرف‌کنندگان پوشاک ورزشی کودکان را مشتمل بر عوامل چندسطحی (ارزش‌های مصرفی، هنجارها و سایر) ارائه کردند. ارشاد و همکاران (۲۰۲۳) برای توسعه ورزش و فعالیت بدنی کودکان و صادق‌پور و همکاران (۲۰۲۲) برای توسعه سواد بدنی دانش‌آموزان، مدل پارادایمی (علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردی و پیامد) ارائه دادند. در پژوهش محمدی و همکاران (۲۰۲۱)، در طراحی چارچوب شایستگی سواد بدنی دانشجویان، یازده شایستگی سواد بدنی دانشجویان شناسایی شد که در سه مضمون اصلی شایستگی‌های فردی، شایستگی‌های اجتماعی و شایستگی‌های دانشگاهی دسته‌بندی شد. محمدزاده و همکاران (۲۰۲۱)

1. Owen

۲. The . Association . for . International . Sport . for . All

در ارائه مدل مفهومی توسعه سواد بدنی در ایران نشان دادند، سواد بدنی توانایی/ظرفیت متأثر از رشد در ابعاد چندگانه (شناختی، روان‌شناختی، جسمانی و رفتاری) در قالب سبک زندگی فعال است. به باور نصر اصفهانی (۲۰۲۰)، در ارائه مدل توسعه سواد بدنی در دانش‌آموزان، عامل اصلی آموزش و توسعه سواد بدنی دانش‌آموزان، بسترسازی مناسب توسعه سواد بدنی توسط متولیان امر ورزش در جامعه است. کاشانی‌نیا (۲۰۲۰) در بررسی ارتباط برخی زیرسازهای سواد بدنی با کارکردهای اجرایی دانش‌آموزان دوره ابتدایی نشان داد که ارتباط بین آمادگی جسمانی مرتبط با سلامت با کارکردهای اجرایی دانش‌آموزان مدارس ابتدایی تأیید می‌شود. اناری و قاسمی (۲۰۲۰) در نقش مصرف رسانه‌ای در انجام فعالیت بدنی براساس الگوی سلامت و سواد بدنی ادراک‌شده در دانش‌آموزان نشان دادند که مصرف رسانه‌ای بر دانش و درک، ارتباط با دیگران و اعتمادبه‌نفس دانش‌آموزان تأثیر مثبت و معناداری دارد. ولدی و حمیدی (۲۰۲۰) در بررسی سطح سواد بدنی دانش‌آموزان ۸ تا ۱۲ ساله گزارش کردند که سطح سواد بدنی دانش‌آموزان وضعیت ضعیف و ابتدایی دارد. کریمی و همکاران (۲۰۲۰) مدل بازاریابی اجتماعی برای ترویج فعالیت بدنی و ورزش در جامعه سالمندی را مشتمل بر دو مفهوم آمیخته بازاریابی اجتماعی شامل و استراتژی‌های بخش بندی، هدف‌گذاری و موقعیت سازی به‌عنوان راهبردهای توسعه فعالیت بدنی در سالمندان ارائه کردند. رعنائی و همکاران (۱۳۹۹) در بررسی اثربخشی مداخلات مبتنی بر نظریه بازاریابی اجتماعی در ترویج رفتارهای تغذیه‌ای سالم، گزارش کردند که مداخله مبتنی بر بازاریابی اجتماعی معیارهای تعیین هدف رفتاری، گرایش مشتری، مبادله، بخش‌بندی و آمیزه روش‌ها تغییرات مثبت در رفتار تغذیه‌ای سالم دارد. ططری و همکاران (۲۰۱۹) مدل الزامات پیاده‌سازی بازاریابی اجتماعی در ورزش‌های تفریحی کشور را مشتمل بر فرهنگ مشارکت، قابلیت دسترسی به اماکن و فضاهای ورزشی، هزینه مشارکت، ارتباطات بازاریابی اجتماعی (ترویج)، مدیریت و رفتار مطلوب و مزایای آن ارائه کردند. صابری و همکاران (۲۰۱۸) فرایند شکل‌گیری بازاریابی اجتماعی برای توسعه ورزش همگانی کشور را در قالب مدلی ارائه کردند. براساس این مدل، شرایط علی اثرگذار بر پدیده بازاریابی اجتماعی شامل دیدگاه و رویکرد افراد به ورزش، مسائل اجتماعی حاد ناشی از بی‌توجهی به توسعه ورزش، اهمیت ورزش در توسعه پایدار است.

در مطالعات خارجی، ایموندس^۱ و همکاران (۲۰۲۴) توسعه مشارکت ورزش جوانان در اروپا را نیازمند به‌کارگیری روند کلان به خرد (سیاست‌ها به طرح‌های اجرایی) دانستند و برای آن پیامدهای متنوعی گزارش کردند. اورونبایف^۲ (۲۰۲۳) در بررسی تحلیلی کاربرد بازاریابی اجتماعی برای حوزه ورزش گزارش کردند، مواردی مانند کمپین فعالیت بدنی و ورزشی منجر به تغییرات رفتاری مثبت در جامعه به ورزش می‌شود. ژانگ^۳ و همکاران (۲۰۲۳) اثرات مداخله مبتنی بر ادغام برنامه‌های سواد بدنی با آمادگی جسمانی و فعالیت ورزشی را برای اوقات فراغت پیشرفت تحصیلی در کودکان چینی تأیید کردند. کارل^۴ و همکاران (۲۰۲۲) در بررسی مداخلات رفتاری و اجتماعی برای سواد بدنی نشان دادند که این راهبرد نیازمند مفهوم‌سازی نظام‌مند و طراحی و محتوای مداخله است. اوون^۵ و همکاران (۲۰۲۲) در مرور سیستماتیک مطالعات مشارکتی ورزشی و فعالیت بدنی کودکان گزارش کردند که مشارکت ورزشی ارتباط مهمی با سایر ابعاد توسعه فردی کودکان (تحصیلی، اجتماعی

1. Emmonds
۲. Orunbayev
3. Zhang
4. Carl
5. Owen

و سایر) دارد. پوشکرانکو^۱ و همکاران (۲۰۲۱) سطح سواد بدنی در کودکان کم‌توان جسمی را وابسته به میزان کمک و حمایت، محدودیت فعالیت، فرایند یادگیری و... گزارش کردند. جوهان^۲ و همکاران (۲۰۲۱) در بررسی طولی سواد بدنی نشان دادند که لذت یادگیری، کیفیت آموزش، امکانات فیزیکی و فناوری نقش محوری در ترویج آن ایفا می‌کنند. راد^۳ و همکاران (۲۰۲۰) نقش سواد بدنی در غنی‌سازی فردی و پویایی اکولوژیک را وابسته به میزان افزایش فعالیت و عملکرد بدنی متناسب با سن دانستند. توین بوا^۴ و همکاران (۲۰۱۹) تأثیر بازاریابی اجتماعی بر پیش‌بینی رفتار فعالیت بدنی در جوانان را وابسته به قابلیت آمیخته بازاریابی تعریف‌شده و نوع مداخله دانستند. کامی^۵ و همکاران (۲۰۱۹) مدل سواد بدنی را براساس مدل فعالیت بدنی و مؤلفه‌های سلامتی قرار دادند. دوردن^۶ و همکاران (۲۰۱۸) پیامدهای ارتقا سواد بدنی را شامل مبانی و تعریف سواد بدنی، محتوا و رویکردهای آموزش و برنامه‌ریزی و فرایند عملی سواد بدنی گزارش کردند. کامپلو^۷ و کاتز^۸ (۲۰۱۸) ترویج سواد بدنی از طریق رویکردهای فناورانه و خلاق را برای سنین مختلف تأیید کردند که انجام بازی مجازی جزو روش‌های متفاوت و نوین بود. ترمپبلا^۹ (۲۰۱۸) در پژوهشی نشان داد که رابطه درخور توجهی بین نمرات سواد بدنی و پایبندی به فعالیت بدنی کانادا و دستورالعمل‌های رفتار کم‌تحرك وجود دارد. راندل^{۱۰} و همکاران (۲۰۱۸) دستیابی به استانداردهای سواد بدنی را نیازمند هم‌افزایی بین ساختارها و برنامه‌ها در سه بخش ورزش، بهداشت و آموزش دانستند. برا^{۱۱} و همکاران (۲۰۱۶) شبکه‌های اجتماعی را مهم‌ترین عامل اثرگذار بر سطح فعالیت جسمانی نسل آینده گزارش کرده‌اند و برای آن هر دو نوع کارکردهای مثبت و منفی قائل هستند. لینچ و سوکاپ^{۱۲} (۲۰۱۶) گزارش کردند که برای تعریف و تدوین چارچوب سواد بدنی باید مفاهیم و مؤلفه‌های تربیت بدنی، بهداشت بدنی و سواد سلامت در محوریت قرار بگیرند. جورج^{۱۳} و همکاران (۲۰۱۶) تأثیر بازی بر سواد بدنی کودکان شامل مهارت‌های حرکتی، آمادگی جسمانی، رفتارهای فعالیتی و دانشی را قابل توجه ارزیابی کردند. اولیو^{۱۴} و همکاران (۲۰۱۵) توسعه سواد بدنی در جوانان استرالیایی را متأثر از دو عامل اصلی چالش‌های تربیت نسل و پیامدهای روانی و جسمانی دانستند. فوجی هیرا^{۱۵} و همکاران (۲۰۱۵) مداخلات فعالیت بدنی از طریق بازاریابی اجتماعی را وابسته به میزان تغییر رفتار مثبت و منفی گزارش کردند. میرز^{۱۶} (۲۰۱۳) کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات در ترویج

۱. Pushkarenko

۲. John

۳. Rudd

۴. Tweneboah

۵. Cairney

۶. Durden

۷. Campelo . & . Katz

۸. Tremblay

۹. Randle

۱۰. Berra .

۱۱. Lynch& . Soukup

۱۲. George

۱۳. Olive

۱۴. Fujihira

۱۵. Myers

سواد بدنی را ضروری دانستند و نشان دادند که محتوا و نوآوری آموزشی بر ارتقای انگیزه و دانش بدنی تأثیر بسیار زیادی دارد.

در این تحقیقات مفاهیم و روش‌های زیادی به کار گرفته شده‌اند، اما در این میان، تحقیقات مدل‌محور و جامع‌نگر در زمینه تلفیق فعالیت بدنی و سواد بدنی و ترویج آن‌ها از طریق بازاریابی اجتماعی در ابعاد کیفی و کمی کمتر مدنظر قرار گرفته‌اند و نمونه‌های محدودی از این تحقیقات در کشور انجام شده است. مطالعات خارجی نیز شرایط متفاوت با محیط داخلی کشور را بررسی کرده‌اند؛ این در حالی است که مطالعات میان‌فرهنگی می‌توانند به تکامل و تعمیم‌پذیری نظریه‌های فعالیت بدنی و سواد بدنی کمک کنند. درواقع، شناخت روندها و پارادایم‌های جهانی و محیطی به اطمینان بیشتری در برنامه‌ریزی منجر می‌شود. همچنین تحقیقات مبتنی بر تجربیات جهانی می‌توانند در برنامه‌ریزی و اقدامات آتی متناسب با شرایط بحران اقتصادی، سیاسی و اجتماعی ناشی از تحریم در کشور، دامنه اطمینان بیشتری را ایجاد کنند. به طور مشخص، تاکنون در مطالعات داخل کشور، مدل تخصصی و جامعی برای مداخله رفتاری مبتنی بر بازاریابی اجتماعی برای ترویج سواد بدنی و فعالیت بدنی در سنین پایه ارائه نشده است. همچنین عمده تحقیقات قبلی بیشتر به بررسی ابعاد کلی سواد بدنی، فعالیت بدنی و بازاریابی اجتماعی پرداخته‌اند و این جنبه‌ها به صورت تخصصی برای دوره‌های سنی مختلف بررسی نشده است؛ از این رو هدف پژوهش حاضر، طراحی مدل توسعه فعالیت بدنی و سواد حرکتی کودکان مبتنی بر رویکرد بازاریابی اجتماعی بود. سؤال اصلی پژوهش این است که چگونه می‌توان فعالیت بدنی و سواد بدنی در کودکان را از طریق بازاریابی اجتماعی ترویج داد؟ چه عواملی در این زمینه اثرگذار هستند و ترکیب مفهومی آن‌ها چگونه است؟

روش پژوهش

روش تحقیق از نوع مطالعه کیفی با رویکرد تحلیل مضمون (تماتیک) بود. مشارکت‌کنندگان در پژوهش (جامعه آماری)، صاحب‌نظران علمی و اجرایی موضوع پژوهش شامل مدیران و کارشناسان خبره تربیت بدنی و سلامت وزارت آموزش و پرورش و ادارات استانی آن، اساتید و پژوهشگران دانشگاهی (مدیریت ورزشی، رفتار حرکتی)، معلمان تربیت بدنی و دبیران ورزش خبره مدارس، مربیان باشگاه‌های ورزش پایه و کودکان، مدیران و کارشناسان خبره ادارات ورزش و جوانان و هیئت‌های ورزشی بودند. برآورد تعداد قابل کفایت نمونه در این بخش براساس رسیدن یافته‌ها به اشباع نظری انجام شد (۱۶ نفر). نمونه‌گیری به روش نظری (قضاوتی) و بر مبنای معیارهایی مانند تحصیلات بالا، تخصص برجسته و سابقه مناسب انجام گرفت. در این پژوهش، گردآوری داده‌ها تا زمانی ادامه یافت که پژوهشگر اطمینان حاصل کند ادامه اجرای مصاحبه‌ها مطلب تازه‌ای به دانسته‌های او نمی‌افزاید. پس از انجام مصاحبه‌ها طی دوره شش‌ماهه، تحلیل داده‌ها حاکی از اضافه نشدن داده جدید به داده‌های قبلی بود؛ چراکه درصد زیادی از داده‌های مستخرج از مصاحبه‌های آخر تکراری بود؛ بنابراین با رسیدن به حد اشباع نظری (براساس روش مولر و همکاران، ۲۰۰۹)، به اجرای مصاحبه‌ها پایان داده شد.

ابزار پژوهش شامل مصاحبه نیمه‌اکتشافی (نیمه‌هدایت‌شده) برای استخراج مؤلفه‌ها و مفاهیم بود. از مطالعه نظری منابع اطلاعاتی (تحقیقات، اسناد، رسانه) برای تکمیل و کدگذاری یافته‌های مصاحبه استفاده شد. مصاحبه به دو روش حضوری (۹ نفر) و مجازی (۷ نفر) در فاصله چهار ماه انجام گرفت. سپس از طریق روش‌های روایی کدگذاری و توافق مصححان کدگذاری (دو پژوهشگر خبره) بررسی شد (حدود ۷۲ درصد همسویی داشتند). کدگذاری و مدل مفهومی مستخرج، در نهایت توسط یک گروه کانونی پنج‌نفره بررسی، تصحیح و تأیید شد. با ارائه بازخورد به مصاحبه‌شوندگان و قراردادن آن‌ها در مسیر پژوهش،

به طوری که بر نحوه پاسخ‌گویی آن‌ها تأثیر نگذارد، به‌منظور افزایش روایی درونی اقدام شد. پس از انجام هر مصاحبه، الگوی به‌دست‌آمده تا آن مرحله ارائه می‌شد و در صورتی که مصاحبه‌شونده نکاتی درباره الگو مدنظر داشت، ارائه می‌کرد. این کار پس از انجام مصاحبه انجام شد تا مصاحبه خالی از هرگونه پیش‌فرض جهت‌گیری انجام شود.

از روش کدگذاری چند مرحله‌ای برای چارچوب‌بندی مؤلفه‌های استخراجی استفاده شد. کدگذاری در سه مرحله کدگذاری اول (اولیه)، کدگذاری دوم (متمرکز) و کدگذاری سوم (محوری) انجام شد تا مقوله‌ها تبدیل به مؤلفه‌ها و سپس ابعاد شوند و درنهایت، عامل‌های اصلی در شبکه مضامین وارد شوند. به دلیل حجم زیاد مضامین استخراج‌شده، کدگذاری در مرحله چهارم (کدگذاری نظری) ادامه یافت تا مضامین کلی استخراج شوند. کدگذاری با استفاده از مطالعات قبلی و نظر چند پژوهشگر انجام شد. مدل پژوهش نیز براساس روابط شناسایی‌شده به صورت چارچوب مفهومی ترسیم شد. هم‌زمان با گردآوری داده‌ها، تحلیل آن‌ها طی سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی شروع شد. پس از استخراج کدها، آن‌ها طبقه‌بندی شدند و با مقایسه مداوم، تفاوت‌ها و تشابهات بین این کدها آشکار شد. سپس طبقات جدا یا ادغام شدند تا نظریه در روند این فرایند شکل بگیرد. منابع و متون موجود نیز در روند شبکه مضامین و چارچوب مفهومی استفاده شدند.

نتایج

با توجه هدف پژوهش مبنی بر طراحی الگوی ملی توسعه سواد بدنی و ورزش در کودکان (با تأکید بر دوره سنی ۳ تا ۱۲ سال) با رویکرد بازاریابی اجتماعی، ابتدا با استفاده روش تحقیق کیفی از طریق مصاحبه و کدگذاری مفاهیم مستخرج از آن، شبکه مضامین استخراج شد. سپس شبکه مضامین از طریق پنل خبرگی (گروه کانونی) سطح‌بندی مفهومی شد و پس از آن، با تعیین روابط بین متغیرها، مدل ساختاری-مفهومی ترسیم شد. در بخش کمی نظرهای صاحب‌نظران با استفاده پرسشنامه جمع‌آوری شد و سپس مدل ساختاری-مفهومی از طریق مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر نتایج پرسشنامه آزمون و تأیید شد.

توصیف مصاحبه‌شوندگان براساس تحصیلات، جنسیت، تخصص، شغل و سازمان به صورت جدول (۱) است.

جدول ۱- توصیف مصاحبه‌شوندگان پژوهش

Table 1- Description of the study interviewees

ردیف Row	تحصیلات Education	تخصص علمی Academic Specialty	شغل سازمان Organizational Job	جنسیت Gender
1	دکتری مدیریت ورزشی	بازاریابی ورزشی	عضو هیئت‌علمی دانشگاه	مرد
2	دکتری رفتار حرکتی	رشد حرکتی	عضو هیئت‌علمی دانشگاه	زن
3	دکتری مدیریت ورزشی	مدیریت ورزشی	معاونت تربیت‌بدنی وزارت آموزش و پرورش	زن
4	دکتری مدیریت ورزشی	مدیریت ورزشی	کارشناس خبره معاونت ورزش همگانی وزارت ورزش	مرد
5	دکتری مدیریت ورزشی	ورزش همگانی	مدیر اجرایی فدراسیون ورزش‌های همگانی	مرد
6	کارشناسی‌ارشد مدیریت ورزشی	مدیریت ورزشی	مربی، مدرس و کارآفرین بازی و ورزش کودک	مرد
7	دکتری فیزیولوژی ورزشی	مدیریت ورزشی	عضو هیئت‌علمی دانشگاه، مدرس و محقق سواد بدنی	زن
8	کارشناسی‌ارشد رفتار حرکتی	یادگیری حرکتی	مربی، مدرس و کارآفرین بازی و ورزش کودک	مرد
9	دکتری مدیریت ورزشی	توسعه ورزش	عضو هیئت‌علمی دانشگاه	مرد

10	دکتری مدیریت ورزشی	توسعه ورزش	عضو هیئت علمی دانشگاه، محقق حوزه ورزش	زن
11	کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی	مدیریت ورزشی	انجمن بازی و ورزش کودکان هیات ورزش های همگانی	مرد
12	کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی	مدیریت ورزشی	سازمان ورزش شهرداری	مرد
13	دکتری مدیریت ورزشی	بازاریابی ورزشی	تحلیلگر بازار و مشاور بازاریابی ورزشی	مرد
14	دکتری مدیریت ورزشی	مدیریت ورزشی	انجمن بازی و ورزش کودکان فدراسیون ورزش های همگانی	مرد
15	دکتری مدیریت ورزشی	توسعه ورزش	عضو هیئت علمی دانشگاه	مرد
16	دکتری مدیریت ورزشی	بازاریابی ورزشی	تحلیلگر بازار و مشاور بازاریابی ورزشی	زن

یک نمونه کدگذاری پژوهش در جدول (۲) ارائه شده است. برای هر مفهوم محوری فراوانی تکرار مفاهیم کلیدی کد در سایر کدها گزارش شده است.

جدول ۲- نمونه کدگذاری چندمرحله ای پژوهش (تحلیل تماتیک)

Table 2- Sample of coding (Thematic Analysis)

کدگذاری نظری	کدگذاری محوری	کدگذاری متمرکز	کدگذاری اولیه	استخراج محتوای مصاحبه	مصاحبه شونده ها
Theoretical Coding	Axial Coding	Focused Coding	Initial Coding	Interview Content Extraction	Interviewees
تم کلی	تم اصلی	تم فرعی	کدهای مفهومی	مفاهیم متن مصاحبه	
General Theme	Main Theme	Sub-Theme	Conceptual Codes	Interview Text Concepts	
بستر محیطی	پیشران های محیطی	اثرات محیط	پیشرفت های روزافزون بین المللی سواد بدنی، تندرستی و ورزش کودکان به ویژه حوزه دانش و فناوری	به طور دائم اطلاعات علمی، نرم افزار و دستاوردهای مختلفی در حوزه فعالیت بدنی و ورزش کودکان در جهان ارائه می شود که اثرات و دستاورد آن به ایران هم می رسد. ما در ایران باید برای همسویی با پیشرفت های کشورهای دیگر جهان در ورزش پایه دانش و فناوری آن ها را کسب کنیم.	مصاحبه شونده های اول (P1) و پنجم (P5)
توسعه تربیت بدنی و ورزش پایه	سواد بدنی و ورزش کودکان	بین المللی ورزش کودکان	توجه فزاینده به سواد بدنی در برنامه های سازمان های جهانی توسعه سلامت و ورزش	در دو ده اخیر مشاهده کرده ایم که عمده سازمان های جهانی مرجع مانند برنامه ۲۰۳۰ یونسکو، برنامه فعالیت بدنی سازمان بهداشت جهانی و انجمن های بین المللی ورزش همگانی، در اسناد و برنامه های خود بر ترویج سواد بدنی و ورزش کودکان تاکید نموده اند.	مصاحبه شونده های سوم (P3)، چهارم (P4) و نهم (P9)
پاراادایم های علمی فراگیر در زمینه			شاهد یک جریان بین المللی در حوزه ترویج سواد بدنی و مشارکت ورزشی کودکان هستیم؛ به ویژه در اروپا و آمریکای شمالی. درواقع روندهای		مصاحبه شونده های اول (P1) و پنجم (P8)

تربیت بدنی و ورزش کودکان	علمی و کاربردی سبب شده‌اند اهمیت سواد بدنی و ورزش کودکان فراگیر شود.
رشد بازار جهانی تندرستی، ورزش و بازی کودکان برای دسترسی آن ایران	عرضه انواع محصول و محتوای سواد بدنی و ورزش کودکان در بازار بسیار تأثیرگذار است. کسب‌وکارهای زیادی حتی به صورت استارت‌آپی در این بازار رشد کرده‌اند. هرچند تحریم‌ها محدودکننده بوده‌اند، ولی باز هم دسترسی مجازی و بازاری به بسیاری از عرضه بازار جهانی این حوزه وجود دارد.
...	...
...	...

نتایج کدگذاری مراحل اول تا سوم: مطابق جدول (۳)، ۱۶۰ کد مفهومی از کدگذاری اولیه استخراج شد. در کدگذاری سوم به شکل دهی تم‌های اصلی (۱۱ تم) از تم‌های فرعی (۴۲ تم فرعی) اقدام شد.

جدول ۳- نتایج سه مرحله کدگذاری: شکل‌دهی تم‌های اصلی و فرعی از کدهای اولیه

Table 3- The results of three stages of coding: formation of main and sub-themes from primary codes

تم اصلی Main Theme	تم فرعی Sub-Theme	کدهای مفهومی Conceptual Codes
پیشران‌های محیطی توسعه سواد بدنی و ورزش کودکان	اثرات محیط بین‌المللی ورزش کودکان	- پیشرفت‌های روزافزون بین‌المللی سواد بدنی، تندرستی و ورزش کودکان به‌ویژه حوزه دانش و فناوری - توجه فزاینده به سواد بدنی در برنامه‌های سازمان‌های جهانی توسعه سلامت و ورزش - پارادایم‌های علمی فراگیر در زمینه تربیت بدنی و ورزش کودکان - رشد بازار جهانی تندرستی، ورزش و بازی کودکان برای دسترسی آن ایران
	الزامات ملی توسعه سواد بدنی و ورزش پرورشی	- تأکید نهادهای ملی بر ارتقای کاربری سیستم تربیت و پرورش نسل در اسناد و برنامه‌های کشور - وضعیت بحرانی بسیاری از شاخص‌های سلامت عمومی در کشور و ضرورت توجه به تربیت سالم نسل‌های پایه - رشد تمایل به سرگرمی‌های مصنوعی و اینترنتی در جامعه نسل امروز و نیاز به تفریحات فعال برای آن‌ها - رشد زیاد هزینه‌های عمومی درمان، بهداشت و پزشکی در کشور به دلیل کم‌ تحرکی و نیاز به ترویج زندگی فعال
	ظرفیت‌های اکوسیستمی ورزش پرورشی کشور	- رشد گرایش خانواده‌ها به تأمین خدمات و فراهم‌سازی فرصت بازی و ورزش کودکان - رشد بازار مراکز خدمات مربوط به فعالیت حرکتی، بازی و ورزش کودکان - وجود فضاهای عمومی و آموزشی با قابلیت ایجاد کاربری ورزشی برای کودکان - رشد موردی توجه به سواد بدنی و ورزش کودکان در برنامه‌ها و اعتبارات وزارت آموزش و پرورش و وزارت ورزش
	چالش‌های زمینه‌ای جامعه کودک ایران	- تهدید انواع بیماری‌ها و عارضه‌های جسمانی مختلف برای کودکان مانند چاقی و اهمیت توجه به سواد بدنی - چالش‌های اجتماعی و فرهنگی محیط زندگی کودکان ایران

ورزش کودکان	
- ضعف فرهنگ بدنی و حرکتی در خانواده‌ها و نهادینه نشدن آن در کودکان - فقدان شناخت جامعه واقعی و مناسب از اهمیت سواد بدنی و ورزش برای کودکان نسل امروز - رشد گرایش کودکان به تفریحات مجازی و رعایت نشدن ملاحظات آن‌ها - شرایط تحریم و بحران اقتصادی نامناسب و افزایش قیمت‌ها و هزینه‌های خدمات ورزش کودکان - مشکلات خانواده‌ها برای تأمین خدمات تندرستی و ورزش کودکان - کمبود منابع مالی سازمان‌ها برای برنامه‌های توسعه سواد بدنی و ورزش کودکان - کمبود سرانه و توزیع نامناسب امکانات و فضاهای ورزشی برای کودکان - ضعف کاربری و ایمنی فضاهای ورزش و بازی کودکان	محدودیت‌های منابع محیطی توسعه ورزش پایه
- تعریف نشدن مناسب سواد بدنی و ورزش کودکان در برنامه‌های ملی - فعالیت‌های جزیره‌ای و تداخل برنامه‌های مختلف چندسازمانی در زمینه ورزش کودکان - ضعف سیستم اجرایی از پایش تا برنامه‌ریزی، اجرا و پشتیبانی و نظارت برای برنامه‌های ورزش	ضعف کارآمدی ساختاری و مدیریتی ورزش
- مسئولیت وزارت آموزش و پرورش و مراکز تابعه (مدارس) در حوزه تربیت بدنی و سلامت کودکان - نقش وزارت ورزش و جوانان و ادارات استانی آن در توسعه ورزش کودکان - نقش وزارت کشور، استانداری‌ها و تشکیلات شهرداری‌ها در فراهم‌سازی محیط‌های فعال برای کودکان	پرورشی
- مسئولیت وزارت بهداشت و مراکز زیرمجموعه آن در تأمین سلامت کودکان - نقش صداوسیما و شبکه‌های تلویزیونی و رسانه‌های وابسته آن در ترویج سواد بدنی و ورزش کودکان - مسئولیت وزارت تعاون و رفاه اجتماعی و مراکز زیرمجموعه مانند سازمان بهزیستی برای مناطق کم برخوردار - نقش وزارت میراث فرهنگی و گردشگری و مراکز زیرمجموعه برای فراهم‌سازی بستر تفریحات فعال کودکان	کارآمدی نهادی دولتی متولی توسعه ورزش کودکان
- نقش صداوسیما و شبکه‌های تلویزیونی و رسانه‌های وابسته آن در ترویج سواد بدنی و ورزش کودکان - مسئولیت وزارت تعاون و رفاه اجتماعی و مراکز زیرمجموعه مانند سازمان بهزیستی برای مناطق کم برخوردار - نقش وزارت میراث فرهنگی و گردشگری و مراکز زیرمجموعه برای فراهم‌سازی بستر تفریحات فعال کودکان	پشتیبانی نهادهای عمومی از ورزش کودکان
- نقش فدراسیون‌های ورزشی و هیئت‌های استانی آن در ترویج ورزش کودکان - فعالیت مدارس ورزشی، باشگاه‌ها و مراکز تفریحی و ورزشی - حمایت رسانه‌های و صفحات مجازی فعال در حوزه کودکان و ورزش - مشارکت مدارس غیرانتفاعی و مهدکودک‌های خصوصی	مشارکت‌پذیری مراکز غیردولتی ذینفع
- شبکه‌سازی همکاری بین سازمانی حوزه‌های دولتی و غیردولتی ورزش پایه - هم‌افزایی عملکردی در بخش‌های مرتبط مانند ورزش، بهداشت و آموزش - همکاری مراکز محلی مانند باشگاه‌های ورزشی محلی و مدارس - همکاری سازمان‌های مرتبط در پایش و مطالعه مستمر سواد بدنی و مشارکت ورزشی کودکان - اجرا و پشتیبانی فعالیت‌ها و رویدادهای تربیت بدنی و ورزش کودکان - نظارت و کنترل برنامه‌های سواد بدنی و ورزش کودکان	هماهنگی ساختاری و اجرایی توسعه ورزش کودکان
- همسویی سازمان‌ها در تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی توسعه سواد بدنی و ورزش کودکان - همسوسازی برنامه‌های توسعه سواد بدنی و ورزش کودکان در نهادهای مختلف - یکپارچه‌سازی برنامه‌های راهبردی و اجرایی در فعالیت‌های بدنی، بازی و ورزش کودکان - روزآمدی و بین‌المللی‌سازی برنامه ملی سواد بدنی و ورزش کودکان - سیاست‌های ورزشی در ساختارهای سازمانی، برنامه‌ریزی، هماهنگی، کنترل و ارزیابی	همسوسازی سیاستی و برنامه‌ای ورزش پرورشی
- سیستم عدالت و توزیع منابع برای مناطق و اقشار مختلف کشور - توسعه حمایت مالی به‌منظور ارتقای ورزش و بازی کودکان به‌ویژه مدارس - توانمندسازی زنجیره تأمین خدمات از سطح محلی تا ملی	تأمین مشارکتی منابع توسعه
قابلیت نهادی و تشکیلاتی توسعه ورزش پرورشی	
همکاری بین سازمانی توسعه ورزش پایه	

	- سیستم و تأمین منابع به منظور ارائه فرصت مشارکت در ورزش	سواد بدنی و ورزش کودکان	
- نیازسنجی جامعه خانواده‌ها برای بهره‌مندی قابلیت‌ها و مشارکت کودکان و رویکرد ترویج آن - ظرفیت‌سنجی سازمان‌های مرتبط با سواد بدنی و ورزش کودکان برای به‌کارگیری انواع روش‌های بازاریابی اجتماعی - طراحی خلق برنامه‌ها و محیط‌های فعالیت بدنی کودکان در فضاهای تفریحی عمومی مانند پارک‌ها		زمینه‌یابی بازاریابی اجتماعی ورزش کودکان	
	- شبکه‌سازی و همکاری بین مؤسسات و متخصصان بازاریابی اجتماعی با فعالان و متولیان کودکان - همکاری بین‌سازمانی در نظارت و بهبود فعالیت‌های بازاریابی اجتماعی ورزش کودکان	پشتیبانی اجرای طرح‌های بازاریابی اجتماعی سواد بدنی	اثربخشی فرایندهای بازاریابی اجتماعی ورزش کودکان
- فراهم‌سازی بستر همفکری و همکاری خانواده با مربیان و معلمان - بهره‌گیری از انواع مربیان با تخصص‌های مختلف ورزشی، تربیتی و... - انجام فعالیت داوطلبانه و خیرخواهانه توسط اعضای کودکان (ورزشکاران، مربیان، داوران و...) - همراهی و هدایت معلمان بر فعالیت ورزشی بیرون مدرسه کودکان با استفاده از فضای مجازی - ایجاد فضای تعامل و ارتباط پویا و چندطرفه بین معلمان تربیت‌بدنی و دانش‌آموزان و والدین - حضور شخصیت‌های اجتماعی و ورزشی در فضاهای کودکان برای ترغیب افراد به این ورزش		مشارکت‌یابی ذی‌نفعان در توسعه سواد بدنی و ورزش کودکان	
- به‌کارگیری تکنیک‌های نوین برای معرفی ورزش کودکان در شبکه‌های اجتماعی و مجازی مانند تولید محتوای خلاق - استفاده از محتوای مجازی خلاق (ویدئو و کلیپ و...) برای ترغیب کودکان به ورزش - ترغیب مشارکت در توسعه ورزش کودکان از طریق عرضه محتوای جذاب در فضای رسانه‌ای و مجازی (کلیپ و...) - استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای انگیزه فعالیت ورزشی کودکان با توجه به مصرف‌رسانه‌ای و فعالیت مجازی		محتوای مجازی و رسانه‌ای اجتماعی ورزش کودکان	
- شکل‌دهی فضاهای هیجانی و جذاب برای مانند کمپین، فستیوال و... - ارائه وسایل بازی و ورزش در بین کودکان و استعداد‌های این رشته از اقشار و مناطق کم‌برخوردار - ارتقای استانداردهای زیست‌محیطی و توسعه پایدار در امکانات و فعالیت‌های بدنی و ورزشی کودکان		عرضه فرصت‌های اجتماعی ورزش کودکان	آمیخته بازاریابی اجتماعی ورزش کودکان
- به‌کارگیری روش‌های نوآورانه برای تأمین نیازهای اجتماعی از طریق کودکان (مانند فراخوان ایده، کمپین و...) توسط فدراسیون، هیئت‌ها و باشگاه‌های آن - شکل‌گیری جریان نوآوری اجتماعی برای کودکان از طریق همکاری مراکز و فعالان نوآوری ورزشی-اجتماعی - به‌کارگیری روش‌های نوین بازاریابی محیطی (بیل‌بورد هوشمند، تلویزیون شهری و...) برای تبلیغ کودکان در جامعه - به‌کارگیری روش‌های نوین برای استفاده از ورزش کودکان برای توانمندسازی و نشاط اجتماعی (بازی خیریه، معرفی مناطق محروم و...)		نوآوری اجتماعی ورزش کودکان	
- معرفی ورزش‌ها، تفریحات و سرگرمی‌های مفید برای کودکان با استفاده از تبلیغات تصویری و چاپی - جذاب در محیط‌های حضور آن‌ها برای ترغیب به ورزش		ترویج و فرهنگ‌سازی ورزش کودکان	

- مداخله مثبت نگرشی رفتاری در خانواده و کودکان نسبت به سواد بدنی و ورزش از طریق ارائه دستورالعمل‌ها - ارائه اطلاعات سواد بدنی و ورزشی به کودکان و والدین آن‌ها از طریق محیط‌های جمعی، بسته‌های آموزشی - معرفی کارکردهای جسمانی و روانی (تندرستی، هیجان و...) قابل تأمین توسط قابلیت‌های ورزش کودکان (حرکتی، سرگرمی، رقابتی و...)		
- انجام بازی و سرگرمی حرکتی در خانه توسط کودکان - یادگیری سواد بدنی و مهارت ورزشی کودکان همراه با خانواده - گرایش خانواده‌ها به تفریحات و ورزش خانوادگی با تأکید بر فعالیت بدنی کودکان - اهمیت سطح سواد سلامت و سبک زندگی غالب خانواده	محیط فعال خانگی و خانواده- محور کودکان	فرصت‌های ورزشی و محیط فعال کودکان
- یادگیری حرکتی و ورزشی در مدرسه و مهدکودک - فراهم کردن انواع برنامه‌ها و فرصت‌های ورزشی و آموزش فعال برای کودکان - به حداکثر رساندن ساعات فعالیت بدنی و ورزش در محیط‌های آموزشی - دسترسی و امکان انتخاب ورزش‌های مورد علاقه برای کودکان - استقلال استفاده فضای ورزشی مدارس در زمان‌های خالی - برگزاری مسابقات و ایجاد لیگ ورزشی مدرسه	محیط فعال آموزشی و مدرسه محور کودکان	
- یادگیری بازی و حرکت کودکان در فضاهای تفریحی مانند پارک و... - بهبود و بازسازی زیرساخت‌ها و امکانات ورزشی در جوامع و مناطق کم‌برخوردار - بهبود دسترسی و امکانات برای کودکان مناطق با سرانه ورزشی پایین	محیط فعال عمومی محله‌محور کودکان	
- فراهم‌سازی بستر فعالیت و یادگیری در باشگاه‌های ورزش پایه برای کودکان - عضویت در آکادمی‌ها و مدارس رشته‌های ورزشی - رشد عرضه خدمات باشگاه بازی و مرکز تفریحی کودکان	محیط ورزشی و باشگاه‌محور کودکان	
- آموزش همگانی استفاده مفید از گیم و بازی‌های رایانه‌ای توسط کودکان - معرفی نمونه‌های موجود و طراحی نمونه‌های جدید از ورزش‌های الکترونیک برای ترویج آن در بین کودکان - آشناسازی خانواده‌ها و کودکان با ورزش‌های الکترونیک و واقعیت مجازی - حمایت از تولید و انتشار محتوای مفید سواد بدنی و ورزش کودکان توسط فعالان و کسب‌وکارهای مجازی	محیط مجازی و رسانه‌محور کودکان	
- به‌روآوری و نوین‌سازی موضوعات و سرفصل آموزشی تربیت‌بدنی و ورزش مدارس - تنوع و جامعیت موضوعات تربیت‌بدنی و ورزش مدارس - دستورالعمل‌ها و برنامه اجرایی برای سواد بدنی و ورزش کودکان - تمرکز برنامه درسی بر مهارت‌های حرکتی بنیادی و توسعه بلندمدت استعداد‌های ورزشی	روزآمدسازی برنامه‌های سواد بدنی و ورزش کودکان	تحول در سازوکارهای تربیت‌بدنی و ورزش پروورشی
- توانمندسازی و ارتقای شغلی مربیان ورزش پایه و معلمان تربیت‌بدنی پایه از طریق سیستم مدیریت منابع انسانی - دادن آزادی عمل و اختیار به معلم تربیت‌بدنی برای خلاقیت آموزشی - دانش‌افزایی و حرفه‌ای‌سازی مربیان تربیت‌بدنی و ورزش کودکان با مشارکت مراکز علمی و دانشگاهی - افزایش تعداد معلمان تربیت‌بدنی و مربیان مراکز ورزش پایه با بهره‌گیری از تحصیلکرده‌های کارورز و داوطلب	توانمندسازی معلمان و مربیان ورزش پایه	

- توجه به تفاوت رفاه و شرایط مناطق مختلف سکونتی کودکان در توزیع فرصت‌های فعالیت بدنی و ورزشی آن‌ها - توجه به تفاوت‌های میان فردی (جنسیتی و...) ملاحظات فرهنگ بومی آن در فراهم‌سازی محیط‌های فعال - توجه به اقشار خاص مانند معلولان و کم‌توانان در تفکیک محیط‌ها و توزیع فرصت‌های فعالیت بدنی	گونه‌شناسی کودکان برای توزیع فرصت‌های ورزشی
- رشد فعالیت‌های علمی و تحقیقاتی در زمینه سواد بدنی و ورزش کودکان - رشد موضوعات سواد بدنی و ورزش کودکان در نظام آموزشی و تحصیلی دانشگاه‌ها - تهیه فایل‌های آموزشی مناسب برای تربیت‌بدنی و ورزش مدارس - تأمین محتوا و مطالب نوین آموزشی تربیت‌بدنی و ورزش - حمایت از فعالیت‌های نوآوری و فناوری در زمینه سواد بدنی و ورزش کودکان - نگارش برنامه آموزشی و طرح درس با استفاده از روش و ابزار نوین - استفاده ترکیبی از محیط فیزیکی و فضای مجازی برای آموزش تربیت‌بدنی - ارزشیابی تربیت‌بدنی و ورزش کودکان به روش‌های نوین و خلاق - به‌کارگیری رویکردهای نوین تدریس و مربیگری توسط معلمان تربیت‌بدنی کودکان	رشد علمی و دانشی ورزش کودکان
- خدمات تندرستی و بهداشت فعالیت بدنی و ورزشی - خدمات پایش بدنی و ارزیابی حرکتی در مدارس با کمک مراکز خصوصی - عرضه خدمات آموزش و مشاوره فعالیت بدنی و ورزشی کودکان - ثبت اطلاعات فعالیت بدنی و ورزش کودکان در سایت و اپلیکیشن مناسب - استفاده از فناوری‌های نوین آموزشی (ویدئو پروژکتور، تخته وایت‌برد هوشمند و...) - استفاده از وسایل و ابزارهای ورزشی نوین (پوشاک جدید و...) - استفاده از فناوری‌های نوین در محیط ورزش کودکان برای جذب مشارکت‌کننده با همکاری مؤسسات خصوصی - توسعه کاربری فضاهای ورزشی روباز و سرپوشیده برای کودکان - حمایت از زنجیره تأمین و توزیع وسایل و محصولات ورزشی کودکان	خدمات تندرستی و ورزشی کودکان
- بازی فعال و سرگرمی حرکتی در محیطی امن و چالش‌برانگیز برای کودکان - ادغام مهارت‌های گوناگون حرکتی پایه برای تنوع فعالیت‌های بدنی کودکان - تفکیک و ترکیب مناسب بین فعالیت و بازی در فضاهای روباز و سرپوشیده - توسعه ورزشکاران نخبه کودکان با اعزام آن‌ها به مسابقات	هدف‌مندی فعالیت‌ها و رویدادهای ورزش کودکان
- فعالیت‌های متمرکز توسعه مهارت‌های بنیادین حرکتی کودکان - بهبود قابلیت جسمانی و جنبشی کودکان - توانمندسازی کودکان کم‌توان جسمانی از طریق ورزش و بازی	ورزش آموزش‌محور و تربیتی کودکان
- انتخاب سرگرمی‌های مجازی و بازی‌های بی‌تحرك - بهره‌مندی بهتر از مزایای بازی و ورزش تفریحی - فعالیت‌های بدنی در زمان‌های اوقات فراغت	ورزش تفریحی و بازی و سرگرمی کودکان
- تمرکزدهی مشارکت کودکان بر زندگی فعال و عادات حرکتی - توجه به اهداف کسب سلامت و توانمندی جسمانی در فعالیت کودکان - نهادینه‌کردن چشم‌انداز فعالیت بدنی و ورزشی همیشگی	ورزش سلامت‌محور و

رشد فراگیر ورزشی کودکان

تندرستی کودکان		
ورزش	- تمرکز دادن کودکان مستعد بر تمرین و یادگیری مهارت ورزشی	
مهارت محور و رقابتی کودکان	- هدایت کودکان به سمت استعدادیابی و تمرکز در یک رشته ورزشی - پیش بینی هدفمندی برای رقابت و کسب موفقیت ورزشی در مسیر کودکان	
قابلیت جسمانی و حرکتی	- رشد جسمانی و ترکیب بدنی مناسب کودکان - عادت های حرکتی و فعالیت بدنی روزانه در کودکان - یادگیری مهارت بازی و ورزش در کودکان	
ظرفیت شناختی و دانشی	- میزان سواد بدنی و اطلاعات ورزشی کودکان - شناخت کودکان از آناتومی بدن خود - درک نیازهای جسمانی و حرکتی توسط کودکان	ترویج سواد بدنی و حرکتی کودکان
زمینه نگرشی و رفتاری	- انگیزه و هیجان کودکان برای انجام فعالیت بدنی، بازی و ورزش - داشتن تصور و دیدگاه مناسب به قابلیت جسمانی خود - نهادینه شدن فعالیت بدنی به عنوان یکی از بخش های سرگرم کننده روز کودکان	
قابلیت اجتماعی و تعاملی	- رعایت اصول اخلاقی و رفتاری در محیط بازی و ورزش - تعامل با معلم و سایر کودکان در محیط های بازی و ورزش	
بهبود شاخص های توسعه ورزش	- رشد سرانه مشارکت ورزشی و تعداد ورزشکاران سازمان یافته - کمک به رشد تقاضا در بازار برای محصولات و خدمات ورزشی - توسعه ظرفیت استعدادی ورزش قهرمانی و حرفه ای کشور	کارکردهای پایدار سواد بدنی و ورزش کودکان
ارتقای پیامدهای ورزش پایه در جامعه	- کمک به ارتقای شاخص های سلامت و بهداشت عمومی - کمک به بهبود شاخص های نشاط و تندرستی جامعه - کمک به تربیت نسل تندرست و تأمین سلامت نسل آینده کشور - توسعه بهزیستی همه گروه های سنی و به ویژه کودکان و جوانان	

مفاهیم شناسایی شده شامل مضامین اصلی، مضامین فرعی و کدهای مفهومی اولیه به صورت شکل (۱) در چارچوب شبکه مضامین ترسیم شد.



شکل ۱- شبکه مضامین پژوهش

Figure 1- Research thematic system

ادامه کدگذاری برای استخراج مضامین کلی از مضامین اصلی و سطح‌بندی مفهومی (کدگذاری نظری): به دلیل حجم زیاد مضامین اصلی و فرعی، مطابق اصول روش تحقیق تحلیل مضمون به کدگذاری در مرحله چهارم (کدگذاری نظری) ادامه یافت. مطابق شکل (۱)، ۵ تم کلی و ۱۱ تم‌های اصلی زیرمجموعه آن‌ها شامل بستر محیطی توسعه سواد بدنی و ورزش پایه (پیش‌ران‌ها و پس‌ران‌های محیطی)، کارآمدی سیستم تربیت‌بدنی و ورزش پرورشی (قابلیت نهادی و تشکیلاتی و همکاری بین‌سازمانی)، بازاریابی اجتماعی سواد بدنی و ورزش کودکان (اثربخشی فرایندها و آمیخته بازاریابی اجتماعی)، ظرفیت‌سازی

توسعه سواد بدنی و ورزش کودکان (فرصت‌ها و محیط‌های ورزشی و تحول در سازوکارهای سواد بدنی) و توسعه پایدار سواد بدنی و ورزش کودکان (ترویج سواد بدنی و حرکتی، رشد فراگیر مشارکت ورزشی و کارکردهای آن‌ها) بود.

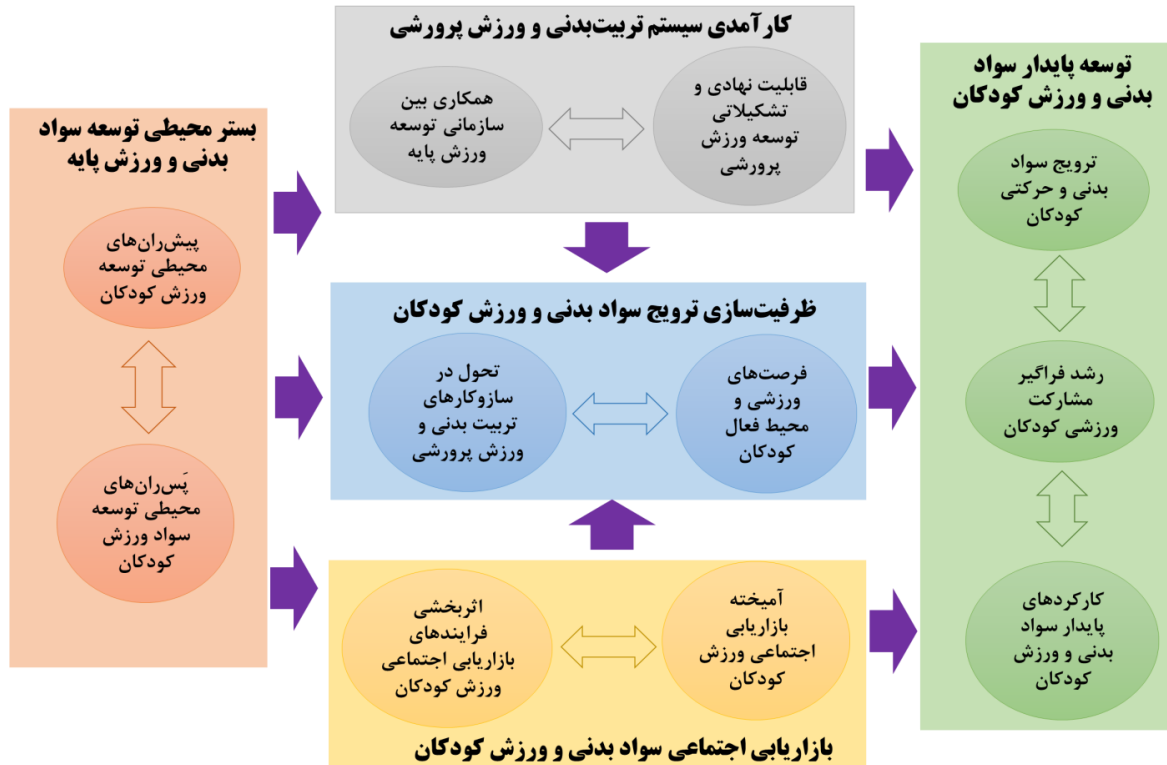
جدول ۴- کدگذاری نظری: ادامه کدگذاری برای استخراج مضامین کلی از مضامین اصلی

Table 4- Theoretical coding, coding to extract general themes from main themes

تم اصلی Main Theme	تم کلی General Theme
پیشران‌های محیطی توسعه سواد بدنی و ورزش کودکان	بستر محیطی توسعه سواد بدنی و ورزش پایه
پسران‌های محیطی توسعه سواد بدنی و ورزش کودکان	
قابلیت نهادی و تشکیلاتی توسعه ورزش پرورشی	کارآمدی سیستم تربیت‌بدنی پایه و ورزش پرورشی
همکاری بین‌سازمانی توسعه ورزش پایه	
اثربخشی فرایندهای بازاریابی اجتماعی ورزش کودکان	بازاریابی اجتماعی سواد بدنی و ورزش کودکان
آمیخته بازاریابی اجتماعی ورزش کودکان	
فرصت‌های ورزشی و محیط فعال کودکان	ظرفیت‌سازی ترویج سواد بدنی و ورزش کودکان
تحول در سازوکارهای سواد بدنی و ورزش پرورشی	
رشد فراگیر مشارکت ورزشی کودکان	توسعه پایدار سواد بدنی و ورزش کودکان
ترویج سواد بدنی و حرکتی کودکان	
کارکردهای سواد بدنی و ورزش کودکان	

سطح‌بندی مفهومی شبکه مضامین برای تدوین چارچوب تحلیل مفهومی: برای تبدیل شبکه مضامین به چارچوب تحلیل مفهومی، تم‌های کلی و اصلی ترسیم‌شده در شبکه مضامین به صورت شکل (۲) سطح‌بندی شدند. سطح‌بندی مفهومی ابتدا براساس تحلیل فرامروری تحقیقات پیشین با هدف شناسایی روابط کلی انجام شد. سپس این سطح‌بندی در در گروه کانونی متشکل از هفت پژوهشگر خبره در حوزه موضوعی پژوهش، تصحیح و تأیید شد. سطح‌بندی مفهومی کلی شامل توالی اثرگذاری-اثرپذیری بین سطوح به‌ترتیب بستر محیطی توسعه سواد بدنی و ورزش پایه، کارآمدی سیستم تربیت‌بدنی و ورزش پرورشی، بازاریابی اجتماعی سواد بدنی و ورزش کودکان، ظرفیت‌سازی توسعه سواد بدنی و ورزش کودکان و توسعه پایدار سواد بدنی و ورزش کودکان تعیین شد.

توسعه سواد بدنی و ورزش کودکان مبتنی بر بازاریابی اجتماعی



شکل ۲- سطح‌بندی مفهومی شبکه مضامین استخراج‌شده

Figure 2- Conceptual leveling of the extracted themes network

بحث و نتیجه‌گیری

چارچوب مفهومی استخراج‌شده شامل ۵ تم کلی، ۱۱ تم اصلی، ۴۲ تم فرعی و ۱۶۰ کد مفهومی بود. در تم بستر محیطی توسعه سواد بدنی و ورزش پایه، مضمون پیش‌ران‌های محیطی توسعه سواد بدنی و ورزش کودکان شامل مضامین فرعی اثرات محیط بین‌المللی ورزش کودکان، الزامات ملی توسعه سواد بدنی و ورزش پرورشی و ظرفیت‌های اکوسیستمی ورزش پرورشی کشور تعیین شد. همچنین مضمون پس‌ران‌های محیطی توسعه سواد بدنی و ورزش کودکان مشتمل بر مضامین فرعی چالش‌های زمینه‌ای جامعه کودک ایران، محدودیت‌های منابع محیطی توسعه ورزش پایه و ضعف کارآمدی ساختاری و مدیریتی ورزش پرورشی بود. بستر محیطی نقش بسیار مهمی در ترویج سواد بدنی دارد؛ زیرا می‌تواند سوق‌دهنده یا بازدارنده باشد. از طرفی محیط‌های فیزیکی امکان انجام فعالیت‌های ورزشی و تندرستی مانند پارک‌ها را فراهم می‌کنند و می‌توانند موجب بروز رفتارهای نابه‌هنجار باشند. همچنین می‌توانند به شکل‌دهی به الگوهای سلامتی و فرهنگ ورزشی افراد کمک کنند. این محیط‌ها می‌توانند فرهنگ مصرف غذای سالم، تغذیه مناسب، و تحریک به فعالیت بدنی را ترویج کنند. اولیو و همکاران (۲۰۱۵) توسعه سواد بدنی در جوانان استرالیایی را متأثر از دو عامل اصلی چالش‌ها و فرصت‌ها می‌دانند. همچنین

محیط اجتماعی مانند حمایت از خانواده، دوستان و جوامع محلی می‌تواند انگیزه و پشتیبانی برای ادامه فعالیت‌های ورزشی و تغذیه سالم فراهم کند. محیط مجازی نیز می‌تواند تبلیغات و اطلاع‌رسانی منطقی و علمی در محیط‌های عمومی و مدارس و نیز وسایل ارتباط جمعی می‌توانند آگاهی و دانش مردم را درباره اهمیت سواد بدنی و سلامت بدنی افزایش دهند. در تبیین اهمیت عوامل محیطی بررسی شده می‌توان گفت، امروزه سیستم توسعه فعالیت بدنی و ورزش پایه از اجزای مختلف و روابط بین آن‌ها و اکوسیستم و محیط بیرونی سیستم تشکیل شده است که در حال کنش و واکنش با یکدیگر هستند؛ بنابراین تحلیل چنین سیستمی پیچیده خواهد بود. شناخت زمینه محیطی پیشران و پسران به تحلیلگران کمک می‌کند که با ساده‌سازی کل سیستم و انطباق آن با محیط به درک بهتری از تمامیت سیستم و سازوکارهای آن دست یابند، مسائل را بهتر طبقه‌بندی کنند و فرصت یافتن پاسخ‌های صحیح را افزایش دهند.

در تم کارآمدی سیستم تربیت بدنی و ورزش پرورشی، مضمون قابلیت نهادی و تشکیلاتی توسعه ورزش پرورشی دربرگیرنده مضامین فرعی کارآمدی نهادی دولتی متولی توسعه ورزش کودکان، پشتیبانی نهادهای عمومی از ورزش کودکان و مشارکت‌پذیری مراکز غیردولتی ذی‌نفع بود. همچنین مضمون همکاری بین سازمانی توسعه ورزش پایه شامل مضامین فرعی هماهنگی ساختاری و اجرایی توسعه ورزش کودکان، همسوسازی سیاستی و برنامه‌ای ورزش پرورشی و تأمین مشارکتی منابع توسعه سواد بدنی و ورزش کودکان تعیین شد. نهاد می‌تواند از طریق سیاست‌ها و برنامه‌های سلامت عمومی، ایجاد فضاهای فیزیکی مناسب برای فعالیت‌های ورزشی و ترویج تغذیه سالم به جامعه کمک کند. محققان دستیابی به استانداردهای سواد بدنی را نیازمند هم‌افزایی بین ساختارها و برنامه‌ها در سه بخش ورزش، بهداشت و آموزش می‌دانند (راندل و همکاران، ۲۰۱۸). نهادها مانند دولت، آموزش و پرورش، ورزش و جوانان، بسیار می‌توانند در ایجاد محیط حمایتی برای ترویج فهم و توانمندی بدنی در جوامع مختلف نقش اساسی ایفا کنند. این نهادها می‌توانند با ایجاد برنامه‌ها و فعالیت‌های مختلف تأثیرگذار، در افزایش آگاهی عمومی و ترویج فهم سواد بدنی و عادات سالم زندگی مؤثر باشند (لینچ و سوکاپ، ۲۰۱۶). همچنین نهادها از طریق تشویق به تولید قوانین و مقررات حامی فعالیت‌های ورزشی و تندرستی، می‌توانند افراد را به فعالیت بدنی و زندگی سالم ترغیب کنند. نهاد آموزش و پرورش نیز می‌تواند با جزوه‌های درسی، برنامه‌های ورزشی مدرسه، و تشویق به شرکت در فعالیت‌های ورزشی، افراد را به شناخت مزایای ترکیب تمرین فیزیکی با تحصیلات شغلی تشویق کند. نهاد ورزش و جوانان نقش مهمی در ایجاد فضاهای ورزشی، ارگانیزه کردن رویدادهای ورزشی و ارائه برنامه‌های آموزشی و ترویجی دارد. این نهادها می‌توانند با سازمان‌دهی رقابت‌ها، دوره‌های آموزشی و تشویق به شرکت در تیم‌ها و باشگاه‌های ورزشی، سواد بدنی را در جوانان و افراد جامعه ترویج دهند. به طور کلی، نهادها با همکاری و هماهنگی در ارائه برنامه‌ها و فعالیت‌های ترویجی ورزشی و تندرستی، می‌توانند نقش بسزایی در فرهنگ‌سازی توانمندی بدنی و ایجاد فرهنگی فعال و سالم در جامعه داشته باشند.

در تم بازاریابی اجتماعی سواد بدنی و ورزش کودکان، مضمون اثربخشی فرایندهای بازاریابی اجتماعی ورزش کودکان مشتمل بر مضامین فرعی زمینه‌یابی و برنامه‌ریزی بازاریابی اجتماعی ورزش کودکان، پشتیبانی اجرای طرح‌های بازاریابی اجتماعی سواد بدنی و مشارکت‌یابی ذی‌نفعان در توسعه سواد بدنی و ورزش کودکان بود. مضمون آمیخته بازاریابی اجتماعی ورزش کودکان دربرگیرنده مضامین فرعی محتوای مجازی و رسانه‌ای اجتماعی ورزش کودکان، عرضه فرصت‌های اجتماعی ورزش کودکان، نوآوری اجتماعی ورزش کودکان و ترویج و فرهنگ‌سازی ورزش کودکان بود. در تبیین این تم و مضامین آن می‌توان گفت، براساس یافته‌ها و شواهد، محتوای بازاریابی اجتماعی برای ورزش کودکان باید فرصت مقایسه اجتماعی بین دانش‌آموزان را کاهش دهد که با کاهش رقابت و تمرکز بر پیشرفت و تلاش افراد حاصل می‌شود. همچنین محتوا و ترویج مبتنی بر بازاریابی

اجتماعی به دانش‌آموزان کمک کند تا به سمت فعالیت بدنی در طول عمر حرکت کنند (اورونبایف، ۲۰۲۳). دانش‌آموزان همچنین با تغییر و بهبود نگرش و سواد بدنی از آمیخته بازاریابی اجتماعی تحت تأثیر قرار می‌گیرند (توین بوا و همکاران، ۲۰۱۹). بازاریابی اجتماعی به دلیل استفاده از اصول و فنون بازاریابی تجاری برای پیشبرد اهداف اجتماعی و حل مشکلات ترویج سواد بدنی و فعالیت ورزشی، می‌تواند در انتقال عقاید، نگرش‌ها و رفتار به جامعه مخاطب بسیار اثربخش باشد (وجدانی و همکاران، ۲۰۲۳). آشنایی مدیران و مربیان فعالان حوزه تربیت بدنی و ورزش با مفاهیم بازاریابی اجتماعی و کسب مهارت استفاده از این مفاهیم، نتایج مطلوبی در جهت ارتقای تحرک و سواد بدنی جامعه به دنبال خواهد داشت؛ از این رو ضرورت دارد به بررسی رویکرد و نقش بازاریابی اجتماعی در حوزه اصلاح رفتار بدنی و مشارکت ورزشی پرداخته شود (کریمی و همکاران، ۲۰۲۰)؛ اما برای کاربرد بازاریابی اجتماعی لازم است ابعاد و رویکرد بازاریابی اجتماعی در حوزه فعالیت بدنی و سواد بدنی، به صورت عملیاتی بررسی شود (فوجی هیرا^۱ و همکاران، ۲۰۱۵). فوجی هیرا و همکاران (۲۰۱۵) مداخلات فعالیت بدنی از طریق بازاریابی اجتماعی را وابسته به میزان تغییر رفتار مثبت و منفی گزارش کرده‌اند.

در تم ظرفیت‌سازی ترویج سواد بدنی و ورزش کودکان، مضمون فرصت‌های ورزشی و محیط فعال کودکان شامل مضامین فرعی محیط فعال خانگی و خانواده‌محور کودکان، محیط فعال آموزشی و مدرسه محور کودکان، محیط فعال عمومی محله‌محور کودکان، محیط ورزشی و باشگاه‌محور کودکان و محیط مجازی و رسانه‌محور کودکان تعیین شد. همچنین مضمون تحول در سازوکارهای تربیت بدنی و ورزش پرورشی دربرگیرنده مضامین فرعی روزآمدسازی برنامه‌های سواد بدنی و ورزش کودکان، توانمندسازی معلمان و مربیان ورزش پایه، گونه‌شناسی کودکان برای توزیع فرصت‌های ورزشی، رشد علمی و دانشی ورزش کودکان، نوین‌سازی روش‌ها و ابزارهای سواد بدنی و ورزش کودکان، خدمات تندرستی و ورزشی کودکان، بهینه‌سازی امکانات ورزش کودکان و هدفمندسازی فعالیت‌ها و رویدادهای ورزش کودکان بود. درواقع، تحول در سیستم توسعه ورزش باید از طریق ساختارها، بسترها و فرایندهایی به مشارکت افراد در ورزش، رشد و بهبود خدمات مرتبط با آن، پویایی و نشاط فرهنگی و اجتماعی محیط‌های ورزشی، ارتقای سلامت و تندرستی عمومی و دستیابی به جایگاه مناسب در عرصه ورزش بین‌الملل منجر شود. فراهم کردن فرصت‌های بیشتر برای فعالیت کودکان مستلزم تلاش جمعی، ملی و محلی در بخش‌ها و رشته‌های مختلف برای اجرای سیاست‌ها و راه‌حل‌های متناسب با محیط فرهنگی و اجتماعی یک کشور به‌منظور ارتقا، فعال کردن و تشویق فعالیت بدنی است (جوهان و همکاران، ۲۰۲۱). هدف سیاست‌های افزایش فعالیت بدنی اطمینان از این است که مراقبت از کودکان، مدارس و مؤسسات آموزش عالی فضاها و امکانات حمایتی و ایمنی را برای همه دانش‌آموزان فراهم کنند تا اوقات فراغت خود را به طور فعال سپری کنند. مدارس ابتدایی و متوسطه آموزش بدنی باکیفیتی را ارائه می‌دهند که از کودکان برای ایجاد الگوهای رفتاری پشتیبانی می‌کند تا آن‌ها را از نظر جسمی در طول زندگی فعال نگه دارد. برنامه‌های مبتنی بر اجتماع و ورزش مدارس فرصت‌های مناسب را برای همه سنین و توانایی‌ها فراهم می‌کند (محمدزاده و همکاران، ۲۰۲۱).

در تم توسعه پایدار سواد بدنی و ورزش کودکان، مضمون رشد فراگیر ورزشی کودکان مشتمل بر مضامین فرعی ورزش آموزش‌محور و تربیتی کودکان، ورزش تفریحی و بازی و سرگرمی کودکان، ورزش سلامت‌محور و تندرستی کودکان و ورزش مهارت‌محور و رقابتی کودکان بود. همچنین مضمون ترویج سواد بدنی و حرکتی کودکان دربرگیرنده مضامین فرعی قابلیت

۱. Fujihira

جسمانی و حرکتی، ظرفیت شناختی و دانشی، زمینه نگرشی و رفتاری و قابلیت اجتماعی و تعاملی بود. مضمون کارکردهای سواد بدنی و ورزش کودکان نیز شامل مضامین فرعی بهبود شاخص‌های توسعه ورزش و ارتقای پیامدهای ورزش پایه در جامعه تعیین شد. سواد بدنی هدف بسیار مهم تربیت‌بدنی و ورزش است و درک آن به درک ارزش ذاتی و خاص ورزش کمک می‌کند. تشویق هر جوان به مشارکت همیشگی در فعالیتهای بدنی و ورزشی و حمایت او در طی مسیر کسب سواد بدنی، مهم‌ترین هدف تربیت‌بدنی و ورزش است (اوون و همکاران، ۲۰۲۲)؛ ازاین‌رو ترویج سواد بدنی و مشارکت ورزشی باید به توسعه مهارت‌های بنیادین حرکتی و ورزشی دلالت دارد و به کودک اجازه می‌دهد تا با انگیزه، اعتمادبه‌نفس و کنترل در طیف وسیعی از فعالیتهای بدنی و ریتمیک و شرایط ورزشی حرکت کند و در قبال شرایط محیطی موجود واکنش مناسب را نشان دهد (سیلورمن و ملیکر، ۲۰۱۵)؛ ازاین‌رو می‌توان گفت، توسعه سواد بدنی و مشارکت ورزشی نقشی مهم در رشد بدنی، شناختی، عملکردی، حسی-حرکتی و روانی-اجتماعی در توسعه بهزیستی همه گروه‌های سنی و به‌ویژه کودکان و جوانان دارد. درواقع، فعالیت حرکتی سرآغازی برای مشارکت در ورزش و فعالیت بدنی در سرتاسر زندگی است. به طور خلاصه، پیامدهای تربیت‌بدنی شامل تعهد، اعتمادبه‌نفس، تمایل به مشارکت، دانش و درک و اکتساب مهارت‌های عمومی و خاص، نگرش مثبت، سبک زندگی فعال و لذت بردن از فعالیت‌ها و... می‌شود. حرکت، هسته اصلی سواد بدنی است.

سطح‌بندی، مفهومی کلی شامل توالی اثرگذاری-اثرپذیری بین سطوح به‌ترتیب بستر محیطی توسعه سواد بدنی و ورزش پایه، کارآمدی سیستم تربیت‌بدنی و ورزش پرورشی، بازاریابی اجتماعی سواد بدنی و ورزش کودکان، ظرفیت‌سازی توسعه سواد بدنی و ورزش کودکان و توسعه پایدار سواد بدنی و ورزش کودکان تعیین شد. کلیات چارچوب مفهومی با مدل‌های ارائه‌شده در تحقیقات داخلی مانند ارشاد و همکاران (۲۰۲۳)، صادقی‌پور و همکاران (۲۰۲۲)، محمدزاده و همکاران (۲۰۲۱)، نصرافهانی (۲۰۲۰) و کریمی و همکاران (۲۰۲۰) همسویی دارد، اما نسبت به آن‌ها دارای جامعیت، تعمیم‌پذیری و قابلیت کاربست بیشتری است. همچنین چارچوب ارائه‌شده نسبت به چارچوب‌های ارائه‌شده در مطالعات خارجی مانند ایموندس و همکاران (۲۰۲۴) و کارل و همکاران (۲۰۲۲) دارای انطباق مفهومی است؛ ازاین‌رو می‌توان گفت، ترویج سواد بدنی و مشارکت ورزشی کودکان مبتنی بر بازاریابی اجتماعی، فرایندی چندبعدی و چندسطحی است که باید ابتدا بستر محیطی و سیستم اجرایی آن فراهم شود و سپس از طریق ظرفیت‌سازی و آمیخته بازاریابی اجتماعی به توسعه آن بینجامد؛ زیرا اطلاعات و داده‌ها در قالب چارچوب و مدل می‌توانند کشف، تبیین و تفسیر شوند. در همین راستا، شایان ذکر است که مدیریت سواد بدنی و ورزش پرورشی کشور برای پیشبرد رسالت خود نیازمند تحلیل نظام‌مند و مبتنی بر مدل است؛ ازاین‌رو نیازمند ابزارها و روش‌های مناسب برای شناسایی اطلاعاتی است که در محیط فعالیت بدنی و ورزشی پایه در کشور وجود دارد تا میزان انطباق بین چگونگی و به‌کارگیری روش‌ها را به‌درستی بسنجد.

به طور مشخص نیاز به دانش، اطلاعات و یافته‌های علمی در زمینه سواد بدنی، فعالیت بدنی و مشارکت ورزشی در سنین پایه، با توجه به شرایط نامناسب اجتماعی و اقتصادی کشور برای سازمان‌های متولی در این زمینه بسیار اساسی است و محققان و دانشگاه‌ها نقش مهمی باید در این باره ایفا کنند؛ به‌ویژه نیاز به مستندات علمی برای تصمیم‌گیری مدیران سازمان‌های ورزشی به‌منظور مدیریت ورزش پرورشی و همگانی بسیار ضروری است.

نتایج پژوهش حاضر می‌تواند در رویکردهای مدیریتی، آموزشی و پژوهشی برای موارد زیر به کار گرفته شود: الف) تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی: مدیران و کارشناسان سازمان‌های متولی توسعه فعالیت بدنی و مشارکت ورزشی کشور و واحدهای عملیاتی آن‌ها مانند معاونت تربیت‌بدنی وزارت آموزش و پرورش، فدراسیون ورزش همگانی و سایر؛ ب) دانش و اطلاعات: اساتید و

محققان، دانشجویان و فارغ التحصیلان مدیریت ورزشی و سایر حوزه‌های مطالعاتی مرتبط؛ ج) ارائه اطلاعات و محتوای کاربردی برای فضای رسانه‌ای و اینترنتی برای دسترسی علاقه‌مندان و متخصصان این حوزه؛ ازاین‌رو پیشنهاد می‌شود، از چارچوب ارائه‌شده در این تحقیق برای ارتقای اطلاعات و سازوکارهای ترویج سواد بدنی و مشارکت ورزشی کودکان استفاده شود. به مدیران حوزه ورزش پایه پیشنهاد می‌شود که به سواد بدنی و مشارکت ورزشی کودکان فراتر از دانش نظری و به‌عنوان یک راهبرد اجرایی توجه کنند. برای مشارکت بهتر پژوهشگران دانشگاهی در این زمینه در آینده پیشنهاد می‌شود، برنامه‌ها و مشوق‌های فعالیت‌های علمی، پژوهشی، نوآوری و آموزشی بین اساتید و پژوهشگران فعال دانشگاه‌های کشور برای مشارکت فعال در مطالعه ادغام توسعه ورزش کودکان توسط نهادها و مراکز مرتبط تدوین و منتشر شود. پیشنهاد می‌شود، اهمیت سواد بدنی و مشارکت ورزشی سنین پایه برای سیاست‌گذاران و مدیران کشور تعریف و تبیین شود تا ورزش کودکان برای آن‌ها و برنامه‌های کلان توسعه در اولویت قرار گیرد. پیشنهاد می‌شود، برای مطالعات آتی، مقررات، قوانین، اسناد و برنامه‌های فعالیت بدنی و ورزش کودکان بازنگری شود و سواد بدنی به‌عنوان بخش مرکزی تعریف و ابلاغ شود. همچنین پیشنهاد می‌شود، چارچوب ارائه‌شده به صورت بخشنامه‌ای سازمانی تدوین و ابلاغ شود تا با محرک‌های رسانه‌ای، مطالبات پژوهشگران و فعالان جریان رسانه‌ای در حوزه ورزش، سواد بدنی گفتمانی در درون و بین نهادهای متولی و ذی‌نفع این حوزه شود.

پیام مقاله

این پژوهش با ارائه چارچوبی نوآورانه، نقش بازاریابی اجتماعی را در ترویج سواد بدنی و افزایش مشارکت ورزشی کودکان بررسی می‌کند. با ترکیب ابعاد محیطی، نهادی و اجتماعی، این مطالعه راهکارهای عملی برای جذب کودکان به فعالیت‌های حرکتی و ورزشی ارائه می‌دهد. یافته‌های این تحقیق نه‌تنها به سیاست‌گذاران و مربیان در طراحی برنامه‌های مؤثر کمک می‌کند، بلکه با تکیه بر سازوکارهای بازاریابی اجتماعی، راهی جدید برای نهادینه‌سازی فرهنگ ورزش در میان نسل آینده پیشنهاد می‌دهد. این چارچوب می‌تواند به‌عنوان پایه‌ای برای تحول در نظام تربیت‌بدنی کودکان و تضمین سلامت آینده جامعه به کار رود.

ملاحظات اخلاقی

در انجام این پژوهش، تمامی اصول اخلاقی رعایت شد. مشارکت‌کنندگان (اعم از صاحب‌نظران علمی و اجرایی) با اطلاع کامل از اهداف پژوهش، به صورت داوطلبانه در مطالعه شرکت کردند و حق انصراف در هر مرحله از تحقیق برای آن‌ها محفوظ بود. محرمانه ماندن هویت افراد و اطلاعات دریافتی کاملاً رعایت شد و داده‌ها صرفاً برای اهداف علمی این پژوهش استفاده شد. همچنین مصاحبه‌ها با رضایت کامل مشارکت‌کنندگان و در محیطی مناسب انجام شد. پژوهشگران متعهد شدند که نتایج را بدون سوگیری و با حفظ صداقت علمی تحلیل و گزارش کنند. همچنین این مطالعه به تأیید کمیته اخلاق در پژوهش‌های مرتبط رسید.

مشارکت نویسندگان

مقاله مستخرج از رساله دکتری بوده و نقش و مشارکت اعضای تحقیق شامل دانشجو، استاد راهنمای اول و دوم، استاد مشاور اول و دوم است.

تعارض منافع

براساس اظهار نویسندگان، این مقاله فاقد هرگونه تعارض منافع است. تمامی مراحل پژوهش، از طراحی تا اجرا و تحلیل نتایج، با رعایت بی طرفی علمی و براساس استانداردهای پژوهشی انجام شد. نویسندگان تأکید می کنند که هیچ گونه رابطه مالی یا حرفه‌ای که بتواند بر قضاوت یا نتایج این تحقیق تأثیر بگذارد، وجود نداشت.

تشکر و قدردانی

نویسندگان بر خود لازم می دانند از همه اساتید، متخصصان و کارشناسانی که با مشارکت دلسوزانه در مصاحبه‌ها و ارائه نظرهای کارشناسی، ما را در تکمیل این تحقیق یاری کردند، صمیمانه سپاس‌گزاری نمایند.

منابع

1. Ershad, E., Aziziani, M., & Mahmoudi, A. (2023). Identifying effective factors in the development of sports and physical activity in children (a contextual model). *Journal of Sports Management*, 15(3), 175-194. <https://doi.org/10.22059/jsm.2022.330967.2821> [In Persian].
2. Anari, G., & Ghasemi, H. (2019). The role of media consumption on physical activity based on the model of perceived health and physical literacy in Iranian students. *Quarterly Journal of Applied Research in Sports Management*, 9(2), 97-114. [In Persian].
3. Raanaei, V., Dadipour, S., Davoudi, H., Aghamollaei, T., & Pilehvar, Z. (2019). The effectiveness of interventions based on social marketing theory in promoting healthy eating behaviors: A systematic review. *Journal of Education and Community Health*, 7(2), 135-143. [In Persian].
4. Saberi, A., Bagheri, G., Khobiri, M., Yazdani, H., & Alidoost Ghahfarkhi, E. (2018). Understanding the process of social marketing formation for the development of public sports. *Research in Educational Sports*, 6(15), 293-316. <https://doi.org/10.22089/res.2018.1374> [In Persian].
5. Sadeghpour, A., Moharramzadeh, M., Imanzadeh, M., & Azizian-Kohan, N. (2018). Developing a paradigmatic model of strategies for developing physical literacy of first-grade primary school boys in Iranian public schools. *Research in Educational Sports*, 10(28), 17-48. <https://doi.org/10.22089/res.2022.13453.2300> [In Persian].
6. Tatari, E., Ehsani, M., Kozechian, H., & Norouzi Seyed Hosseini, R. (2019). Designing a model of the requirements for implementing social marketing in recreational sports in the country using data-based theory. *Sports Management Studies*, 11(53), 33-58. <https://doi.org/10.22089/smrj.2017.4345.1833> [In Persian].
7. Kashaninia, A. (2019). Investigating the relationship between some substructures of physical literacy and the executive functions of elementary school students (Master's thesis). Shahid Rajaee Teacher Training University, Faculty of Sport Sciences. [In Persian].
8. Karimi, H., Saberi, A., & Bagheri, Q. (2019). Strategies for developing physical activity in the elderly in Qom: A social marketing approach. *Research in Educational Sports*, 8(18), 179-204. <https://doi.org/10.22089/res.2019.6313.1523> [In Persian].
9. Mohammadzadeh, M., Sheikh, M., Homenian, D., Bagherzadeh, F., & Kazemnejad, A. (2019). Presenting a conceptual model for developing physical literacy in Iran: Applying grounded theory. *Research in Educational Sports*. <https://doi.org/10.22089/res.2021.9268.1933> [In Persian].

10. Mohammadi, M., Naseri Jahromi, R., Mohammadjafari, K., Nabii, P., Maaref, P., Mirghaffari, F., Naseri Jahromi, R., & Hesampour, Z. (2019). Designing a competency framework for students' physical literacy - a meta-synthesis approach. *Research in Educational Sports*. <https://doi.org/10.22089/res.2020.9253.1932> [In Persian].
11. Nasrasefahani, A. (2019). Presenting a paradigmatic model for developing physical literacy in students (PhD dissertation). Urmia University. [In Persian].
12. Vajdani, S., Nayeibzadeh, S., & Hataminasab, S. H. (2023). Presenting an emotional marketing model that affects the behavior of children's sportswear consumers using structural-interpretive modeling. *Journal of Sports Management*. https://jsm.ut.ac.ir/article_95378.html [In Persian].
13. Valdi, S., & Hamidi, M. (2020). Investigating the level of physical literacy of 8-12 year old students. *Research on Educational Sports*, 8(20), 205-226. <https://doi.org/10.22089/res.2018.5090.1388> [In Persian].
14. Bell, B., & Daniels, J. (2018). Sport development in challenging times: Leverage of sport events for legacy in disadvantaged communities. *Managing Sport and Leisure*, 23(4-6), 369-390. <https://doi.org/10.1080/23750472.2018.1563497>
15. Debra, D. P., Zhang, J. J., Pease, D. G., & Gaa, J. P. (2016). Dimensions of spectator identification associated with women's professional basketball game attendance. *International Journal of Sport Management*, 4(1), 59-91. <https://doi.org/10.1123/ijsm.2015-0031>
16. Cairney, J., Dudley, D., Kwan, M., Bulten, R., & Kriellaars, D. (2019). Physical literacy, physical activity and health: Toward an evidence-informed conceptual model. *Sports Medicine*, 49(3), 371-383. <https://doi.org/10.1007/s40279-019-01063-3>
17. Campelo, A. M., & Katz, L. (2018). Physical literacy promotion in older adults using active video gaming: A sense of presence and attitudes towards exercise. 2018 IEEE Games, Entertainment, Media Conference (GEM), 163-166. <https://doi.org/10.1109/GEM.2018.8516453>
18. Carl, J., Barratt, J., Toepfer, C., Cairney, J., & Pfeifer, K. (2022). How are physical literacy interventions conceptualized? A systematic review on intervention design and content. *Psychology of Sport and Exercise*, 58, 102091. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2021.102091>
19. De Grace, L. A., Knight, C. J., Rodgers, W. M., & Clark, A. M. (2017). Exploring the role of sport in the development of substance addiction. *Psychology of Sport and Exercise*, 28, 46-57. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2016.10.001>
20. Durden-Myers, E. J., Green, N. R., & Whitehead, M. E. (2018). Implications for promoting physical literacy. *Journal of Teaching in Physical Education*, 37(3), 262-271. <https://doi.org/10.1123/jtpe.2018-0131>
21. Emmonds, S., Till, K., Weaving, D., Burton, A., & Lara-Bercial, S. (2024). Youth sport participation trends across Europe: Implications for policy and practice. *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 95(1), 69-80. <https://doi.org/10.1080/02701367.2022.2158802>
22. Fujihira, H., Kubacki, K., Ronto, R., Pang, B., & Rundle-Thiele, S. (2015). Social marketing physical activity interventions among adults 60 years and older: A systematic review. *Social Marketing Quarterly*, 21(4), 214-229. <https://doi.org/10.1177/1524500415603303>
23. George, A. M., Rohr, L. E., & Byrne, J. (2016). Impact of Nintendo Wii games on physical literacy in children: Motor skills, physical fitness, activity behaviors, and knowledge. *Sports*, 4(1), 3. <https://doi.org/10.3390/sports4010003>
24. John, L. S., Dudley, D., & Cairney, J. (2021). A longitudinal examination of enjoyment of physical education in children with developmental coordination disorder through a physical literacy lens. *Prospects*, 50(1), 127-139. <https://doi.org/10.1007/s11125-020-09503-9>
25. Lynch, T., & Soukup, G. J. (2016). "Physical education", "health and physical education", "physical literacy" and "health literacy": Global nomenclature confusion. *Cogent Education*, 3(1), 1217820. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2016.1217820>
26. Myers, E. J. (2013). ICT and Physical Literacy: The use of podcast as an educational tool to promote motivation and raise attainment in development knowledge and understanding in physical education. *ICSSPE*, 65. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.25824.20480>

27. Olive, L., Telford, R., & Byrne, D. (2015). Physical literacy development in Australian youth: A current concern: Psychological consequences of physical literacy in primary school children. *Journal of Science and Medicine in Sport*, 19, e64. <https://doi.org/10.1016/j.jsams.2015.12.152>
28. Orunbayev, A. (2023). Social sports marketing. *American Journal of Social Sciences and Humanity Research*, 3(12), 121-134. <https://doi.org/10.37547/tajsshr/Volume03Issue12-18>
29. Owen, K. B., Foley, B. C., Wilhite, K., Booker, B., Lonsdale, C., & Reece, L. J. (2022). Sport participation and academic performance in children and adolescents: A systematic review and meta-analysis. *Medicine & Science in Sports & Exercise*, 54(2), 299-306. <https://doi.org/10.1249/MSS.0000000000002786>
30. Pushkarenko, K., Dunn, J. C., & Wohlers, B. (2021). Physical literacy and inclusion: A scoping review of the physical literacy literature inclusive of individuals experiencing disability. *Prospects*, 50(1), 107-126. <https://doi.org/10.1007/s11125-020-09504-8>
31. Randle, E., Nicholson, M., O'Halloran, P., Seal, E., & Kingsley, M. (2018). Paper 2: Initial perceptions of the draft ASC physical literacy standard from the sport, health and education sectors. *Journal of Science and Medicine in Sport*, 21, S56. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jsams.2018.09.128>
32. Rudd, J. R., Pesce, C., Strafford, B. W., & Davids, K. (2020). Physical literacy-A journey of individual enrichment: An ecological dynamics rationale for enhancing performance and physical activity in all. *Frontiers in Psychology*, 11, 1904. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01904>
33. Tweneboah-Koduah, E. Y., Adams, M., & Acheampong, G. (2019). The role of theories in social marketing in predicting physical activity behavior among the youth. *Journal of Social Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JSOCM-07-2018-0075>
34. Zhang, D., Shi, L., Zhu, X., Chen, S., & Liu, Y. (2023). Effects of intervention integrating physical literacy into active school recesses on physical fitness and academic achievement in Chinese children. *Journal of Exercise Science & Fitness*, 21(4), 376-384. <https://doi.org/10.1016/j.jesf.2023.09.004>