

Media Literacy Education on the attitude of the athletes about sports supplements (Case Study of Kermanshah fitness clubs)

ABSTRACT

Background and objective: The main purpose of this study is to study the education of media literacy on the attitude of athletes about the use of supplements.

Methods: The statistical population of this study was all the athletes using fitness clubs in Kermanshah (N = 20000). The sample was 376 people using the Cochran formula. To collect data, a researcher-made questionnaire on Attitude about the use of supplementary exercise was used and the media literacy questionnaire was used by Solhi et al. (1394) and their reliability was obtained in a preliminary study (0.78, 0.76), respectively. Data were analyzed using SPSS software.

Results: The results of this study showed that media literacy and its components included knowledge of media management; critical thinking and media analysis have a positive and significant relationship with the attitude toward sport supplementation.

Conclusion: The findings of this study indicate the importance of the correct information role for correct use of supplements and preventing the arbitrary use of supplements. Therefore, the high level of media literacy in a society can promote the health, vitality and vitality of the community.

Paper Type: research article

Keywords: media literacy, athletes' attitude, sports supplement, media management

► **Citation:** Bahrami Sh. Media Literacy Education on the attitude of the athletes about sports supplements (Case Study of Kermanshah fitness clubs). *Journal of Health Literacy*. Summer 2018; 3(2): 104 -112 .

Shahab Bahrami

Assistant Professor, Department of Sport Management, Kermanshah Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran. (Corresponding Author) E-mail: bahramishahab@yahoo.com

Received: 2017/10/27

Accepted: 2018/03/17

Doi: 10.22038/jhl.2018.33554.1007

آموزش سواد رسانه‌ای بر نگرش ورزشکاران درباره مصرف مکمل‌های ورزشی (مطالعه موردی باشگاه‌های بدنسازی شهر کرمانشاه)

چکیده

زمینه و هدف: هدف اصلی پژوهش حاضر مطالعه آموزش سواد رسانه‌ای بر نگرش ورزشکاران درباره مصرف مکمل‌های ورزشی می‌باشد.

مواد و روش‌ها: جامعه آماری این پژوهش را کلیه ورزشکاران استفاده کننده از باشگاه‌های بدنسازی شهر کرمانشاه تشکیل دادند (۲۰۰۰ نفر) که نمونه آماری با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۳۷۶ نفر انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامه محقق ساخته نگرش درباره مصرف مکمل ورزشی و پرسشنامه سواد رسانه‌ای صلحی و همکاران (۱۳۹۴) استفاده شد و پایایی آنها در یک مطالعه مقدماتی به ترتیب (۰/۷۸، ۰/۷۶) به دست آمد. داده‌ها به کمک نرم‌افزار SPSS تحلیل شدند.

یافته‌ها: یافته‌های پژوهش بیانگر این بود که آموزش سواد رسانه‌ای بر نگرش ورزشکاران اثر مستقیم و معنی داری دارد. لذا بالا بودن سواد رسانه‌ای یک جامعه می‌تواند باعث ارتقای سلامتی، شادابی و نشاط در جامعه شود.

نتیجه‌گیری: نتایج این مطالعه نشان داد که سواد رسانه‌ای و مؤلفه‌های آن شامل آگاهی مدیریت رسانه‌ای، تفکر انتقادی و تجزیه و تحلیل رسانه‌ای ارتباط مثبت و معناداری با نگرش درباره مصرف مکمل ورزشی دارند.

نوع مطالعه: مطالعه پژوهشی

کلید واژه‌ها: سواد رسانه‌ای، نگرش ورزشکاران، مکمل ورزشی، مدیریت رسانه‌ای

شهاب بهرامی

استادیار گروه مدیریت ورزشی، واحد کرمانشاه،

دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: bahramishahab@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۸/۰۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۱۲/۲۶

◀ **استناد:** بهرامی ش. آموزش سواد رسانه‌ای بر نگرش ورزشکاران درباره مصرف مکمل‌های ورزشی (مطالعه موردی باشگاه‌های بدنسازی شهر کرمانشاه). *فصلنامه سواد سلامت*. تابستان ۱۳۹۷: ۳(۲): ۱۰۴-۱۱۲.

مقدمه

امروزه ورزش بخش مهمی از زندگی تعداد زیادی از مردم را تشکیل می‌دهد. عده ای آن را به صورت تفریحی و عده ای هم به صورت حرفه ای انجام می‌دهند. توجه روزافزون افراد به این پدیده باعث شده تا ورزش به عنوان یک صنعت پایه بین المللی در سراسر جهان مطرح گردد (۱). از زمانی که بشر در فعالیت های ورزشی مشارکت نمود، موضوع تغذیه همواره در ذهن ورزشکاران وجود داشته است (۲). با پیشرفت علوم فیزیولوژی ورزشی، متابولیسم و تغذیه، این موضوع ثابت شده است که رژیم غذایی و دریافت های تغذیه ای بر کارکرد ورزشکاران تأثیر دارد (۳).

تغذیه نقش مهمی در موفقیت ورزشکاران و برگشت به حالت اولیه بعد از فعالیت های ورزشی ایفا می‌کند و از آنجایی که دریافت انرژی بیشتر، نسبت به افراد عادی شاخص مهم و عمومی در بین تمام ورزشکاران به شمار می‌رود (۴)، لذا توجه به تغذیه ورزشی به ویژه توجه به بخش استفاده از مکمل ها در بین ورزشکاران در حال افزایش است (۵). در چند سال اخیر و با پیشرفت علوم مختلف ورزشی، رشد چشمگیری در صنعت مکمل های ورزشی به وجود آمده است و به دنبال آن انگیزه استفاده از این مکمل ها به منظور بهبود سلامتی و ارتقای سطح عملکرد ورزشی افزایش یافته است. مکمل ها در یک تعریف ساده ابزاری برای افزایش توانایی بدن از جمله ماهیچه ها هستند که می‌توان آنها را در انواع ویتامین، مواد معدنی، گیاهان دارویی، اسیدهای آمینه، آنزیم ها، متابولیت ها، استروئیدها، چربی سوزها و مواد محرک دسته بندی نمود (۶، ۷) و یا به موادی اطلاق می‌شود که با هدف رفع کمبود های غذایی ورزشکاران (به طور مثال کمبود آهن) و یا افزایش کارکرد ورزشی آنان (به طور مثال کراتین) از سوی ورزشکاران مورد استفاده قرار می‌گیرند. لذا در عمل می‌توان گفت مکمل های غذایی، ترکیباتی هستند که به طور معمول در رژیم غذایی یافت شده و خاصیت نیرو زایی ندارند (۲).

بسیاری از ورزشکاران به علل گوناگون از مکمل های

ورزشی استفاده می‌نمایند و ارقام موجود در کشورهای پیشرفته حاکی از آن است که روند مصرف مکمل ها در جامعه ورزشکاران رو به افزایش است (۸). با توجه به اینکه احتیاجات غذایی ورزشکاران بیشتر از افراد عادی است و با افزایش مدت و شدت فعالیت های بدنی، این نیازها نیز افزایش می‌یابند. جبران کردن نیازهای متابولیکی ورزشکاران در حین ورزش یا ریکاوری پس از آن، به منظور آمادگی بدن در وعده های تمرینی بعدی، نیازمند مصرف بیشتر مواد مغذی است (۹). در برخی موارد، تأمین نیاز به انرژی ورزشکاران که گاهی بیش از ۹۰۰۰ کیلو کالری در روز می‌رسد، از طریق تغذیه معمولی به دلیل حجم زیاد غذای مصرفی و یا فاصله کوتاه بین وعده های تمرین، در این گونه ورزشکاران مشکل است. مصرف مکمل های غذایی در این موارد به دلیل داشتن مواد مغذی مورد نیاز ورزشکاران در حجم کمتر، می‌تواند مفید باشد (۱۰).

از طرفی سود مندی برخی مکمل ها مثل مکمل های دارای آنتی اکسیدان برای جلوگیری از تخریب اکسایشی عضلات و یا کراتین به منظور افزایش قدرت و توده عضلانی و یا بیکربنات سدیم برای به تعویق انداختن خستگی به اثبات رسیده است که برخی از این مواد در مقادیر مورد نیاز افرادی که شدت تمرینات ورزشی شان زیاد است، به دلیل مقدار کم آنها در مواد غذایی، به سختی تأمین می‌شود (۱۱). بنابراین مصرف مکمل های غذایی برای ورزشکارانی سودمند است که در سطوح بالای تمرینی، به فعالیت بدنی می‌پردازند و این در حالی است که تأمین نیازهای غذایی در ورزشکاران عادی با رعایت اصول صحیح تغذیه امکان پذیر است (۹، ۱۲). اگرچه فعالیت ورزشی و تمرین در برخی از ورزشکاران باعث افزایش احتیاجات تغذیه ای آنها می‌شود، اما رژیم غذایی با کالری کافی، مواد مغذی لازم را برای آنها فراهم می‌سازد (۱۳) ولی مصرف بی رویه انواع مکمل های غذایی در بین ورزشکارانی که نیازی به مصرف اینگونه مواد ندارند مشاهده می‌شود. اثربخشی برخی از مکمل ها برخلاف ادعاهای کارخانه های سازنده آنها، هنوز به اثبات نرسیده است و یا مصرف زیاد آنها

و خبری و همچنین به لحاظ پر کردن اوقات فراغت مردم مطرح است. رفتارهای تغذیه‌ای در بین ورزشکاران با دانش و اطلاعات آنها با مصرف مواد غذایی و مکمل‌ها ارتباط دارد (۱۷)، لذا اکثر افرادی که از مکمل‌ها استفاده می‌کنند، اطلاعات خود را از رسانه‌ها، روزنامه‌ها و مریبان خود کسب کرده‌اند (۵).

تحقیقات انجام شده در خصوص مکمل‌های مجاز و غیر مجاز ورزشی روی ورزشکاران تیم‌های دانشگاهی نشان داد که ۹۸/۶ درصد افراد تیم‌ها از مکمل‌های ورزشی استفاده می‌کردند (۱۸). نتایج حاصل از پژوهش Rodek و همکاران نشان داد، شیوع مکمل‌های رژیمی در حدود ۷۷ درصدی می‌باشد، به طوری که ۳۸ درصد از مصرف‌کنندگان به طور منظم به مصرف مکمل‌ها مبادرت می‌کردند (۱۹). همچنین در تحقیقی که توسط کارگر فرد و همکاران بر روی ورزشکاران رشته‌های مختلف در هر دو جنس صورت پذیرفت، مشخص شد که بیش از ۳۲ درصد از ورزشکاران حداقل یک بار از مکمل‌های ورزشی استفاده کرده‌اند (۲۰). نتایج Sobal و همکاران نشان داد که میزان مصرف مکمل‌های ویتامینی و مواد معدنی رایج، در میان مردان ۴۷ درصد و در میان زنان ۵۷ درصد بوده است (۲۱).

محبی و همکاران نیز در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که بین نگرش و میزان مصرف مکمل‌ها همبستگی متوسطی برقرار است اما بین دانش تغذیه‌ای با نگرش و میزان مصرف مکمل‌ها رابطه‌ی معناداری وجود ندارد (۵). مداخله سواد رسانه‌ای در پژوهش Lucidi و همکاران در کاهش نگرش مثبت دانشجویان نوجوان نسبت به استفاده از مواد نیروزا و کاهش استفاده از مکمل‌های ورزشی قانونی، مؤثر بوده است (۲۲). اصلی‌ترین منبع پیشنهاد دهنده در بین ورزشکاران المپیک ایران برای مصرف مکمل، متخصص تغذیه و سپس مجله، کتاب، اینترنت و در نهایت ورزشکاران هم تیمی بوده است. هم‌چنین مهمترین دلایل مصرف مکمل از دیدگاه ورزشکاران افزایش سرعت و چابکی و افزایش قدرت و توان گزارش شده است (۲۳). در تحقیق Braun و همکاران و در پژوهش Tian رسانه‌ها و

عوارضی مثل نقرس، کم‌آبی بدن و کاهش توده استخوانی را به دنبال دارد (۲، ۹، ۱۲).

از جمله دلایل مصرف مکمل‌ها در کشور، افزایش شهرنشینی، کم‌ تحرکی در نتیجه زندگی صنعتی، پیر شدن جمعیت که باعث شده است مصرف مکمل‌ها ضروری تر جلوه کند. وجود چنین باورهای غلط و همچنین تبلیغات گسترده‌ای که در مورد فواید و تأثیرات داروها و مکمل‌های گوناگون مبنی بر افزایش طول عمر، کاهش وزن، بهبود تناسب اندام، افزایش ساخت عضله و افزایش قدرت، باعث گردیده تا عده‌ی زیادی از جوانان و نوجوانان، برای دستیابی به اهداف مورد نظر خود (ظاهر جسمانی و تصویر بدن)، اقدام به مصرف موادی نمایند که هیچگونه تضمینی برای سلامت آنها از سوی هیچ سازمانی وجود ندارد (۱۴). در چنین شرایطی نیاز هست توجه افراد جامعه را از طریق افزایش سواد رسانه‌ای به این زمینه جلب نمود، سواد رسانه‌ای یعنی توانایی و قدرت دسترسی، تحلیل، ارزیابی و انتقال اطلاعات و پیام‌های رسانه‌ای که می‌توان در چارچوب‌های مختلف چاپی و غیر چاپی عرضه نمود. سواد رسانه‌ای به عنوان یکی از مهم‌ترین پدیده‌های عصر اطلاعات است تا به مخاطب کمک کند تا سطح اطلاعات و دانش خود را بالا ببرد و سعی کند از سر عادت و صرفاً برای تفریح از رسانه‌ها استفاده نکند، بلکه با بینش و آگاهی لازم به تولید و تفسیر پیام‌ها بپردازد (۱۵).

سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی کمک می‌کند در روزگاری که مخاطب با حجم زیاد اطلاعات درست و نادرست بمباران می‌شود، او بتواند مطالب درست و نادرست و بی‌طرف و هدفمند را تا حد امکان از یکدیگر تفکیک کرده و بر اساس سلیقه و خواست واقعی خود، آنها را انتخاب، دریافت و تحلیل نماید (۱۶). سواد رسانه‌ای به عنوان ابزار ارزشمندی در جهت پیشرفت توسعه انسانی و در نهایت توسعه پایدار جوامع محسوب می‌شود. در پژوهش زارعی پور به نقش رسانه‌های گروهی در ارتقای سواد سلامتی در جامعه اشاره شده است. این نقش با توجه به کارکرد رسانه‌های گروهی، به لحاظ آموزشی و هم به لحاظ آگاهی بخشی

اینترنت عمده‌ترین منابع کسب اطلاعات بودند (۲۴، ۲۵)؛ همچنین نتایج مطالعه Braun نشان دادند که اکثر ورزشکاران فاقد دانش تغذیه‌ای هستند. پیامد چنین امری ممکن است باعث به خطر افتادن سلامت و عملکرد ورزشکار گردد (۲۴). صلحی و همکاران در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که نگرش و ابعاد سواد رسانه‌ای (آگاهی، تفکر انتقادی و تجزیه تحلیل رسانه‌ای) دانشجویان مورد بررسی در پژوهش در سطح متوسط قرار دارد. امروزه، سواد رسانه‌ای به عنوان شاخص مهم برای شناسایی وضعیت کلی سلامت جامعه مورد توجه و ارزیابی صاحب نظران قرار گرفته است. آموزش سلامت با هدف بالا بردن سطح سواد رسانه‌ای مردم، به آنها کمک می‌کند تا در مورد سلامت خود و خانواده و جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنند، قادر به تصمیم‌گیری باشند تا رفتارهای بهداشتی را اتخاذ نمایند. نتیجه این کار ارتقای سلامت جامعه را به دنبال دارد (۲۶). همچنین تحقیقات متعددی به بررسی شیوع داروها، مکمل‌های افزایش دهنده عملکرد و بررسی آگاهی ورزشکاران درباره آثار این مواد پرداختند، که همگی شیوع مصرف بالای این داروها و آگاهی‌های بسیار کم ورزشکاران و غیر ورزشکاران را نشان دادند. مصرف برخی از این مواد همچون استروئیدهای آنابولیک، علاوه بر عارضه‌های جانبی خطرناکی که برای سلامتی فرد دارند، می‌توانند زمینه‌ساز یا مقدمه‌ای برای مصرف مواد دیگری همچون مواد مخدر و نوشیدنی‌های الکلی به شمار روند (۲۷-۳۰). لذا آموزش صحیح و درست از مصرف این مکمل‌ها در ورزشکارانی که به طور مداوم در معرض مصرف مکمل‌های گوناگون قرار دارند ضروریست. با توجه به اهمیت موضوع، محقق بر آن است که به بررسی تعیین تأثیر آموزش سواد رسانه‌ای بر نگرش ورزشکاران نسبت به مصرف مکمل‌های ورزشی بپردازد تا بر اساس نتایج حاصل، نقاط ضعف و قوت موجود را شناسایی کند و با پیشنهاد راهکارهای اساسی به منظور بهبود و رفع موانع و مشکلات موجود، جهت ارتقای نگرش ورزشکاران درباره مصرف مکمل‌های ورزشی، گامی هر چند کوچک برای پیشگیری از

آسیب به ورزشکاران کشور بردارد.

مواد و روش‌ها

این مطالعه مقطعی از نوع توصیفی تحلیلی با هدف تعیین تأثیر آموزش سواد رسانه‌ای بر نگرش ورزشکاران درباره مصرف مکمل‌های ورزشی در باشگاه‌های بدنسازی شهر کرمانشاه می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش کلیه ورزشکاران استفاده‌کننده از باشگاه‌های بدنسازی شهر کرمانشاه به تعداد ۲۰۰۰۰ هزار نفر می‌باشند. حجم نمونه در این مطالعه بر اساس فرمول کوکران برابر با ۳۷۶ نفر محاسبه شد. روش نمونه‌گیری تصادفی بود. ابزار گردآوری اطلاعات در این مطالعه دو پرسشنامه بود:

پرسشنامه محقق ساخته نگرش درباره مصرف مکمل ورزشی (مطالعه موردی باشگاه‌های بدنسازی شهر کرمانشاه) شامل ۱۱ سؤال مربوط به نگرش درباره پیشگیری از مصرف مکمل‌های ورزشی با مقیاس لیکرت بود. جهت سنجش اعتبار پرسشنامه پژوهش حاضر، از روش اعتبار محتوی استفاده گردید. بدین صورت که پرسشنامه در اختیار ۱۰ نفر از متخصصان آموزش بهداشت قرار داده شد و تغییرات و اصلاحات لازم طبق نظر آنان انجام شد. همچنین پیشنهادات متخصصان در خصوص اعتبار صوری برای کوتاه کردن یا واضح کردن برخی سؤالات اعمال شد. شاخص روایی (CVI) به دست آمده همه سؤالات این بخش از ۰/۷۵ بیشتر بود و نسبت روایی (CVR) به دست آمده همه سؤالات این بخش حداقل ۰/۶۲ به دست آمد که طبق جدول لاوشه (برای ده نفر) مناسب بود. برای تعیین پایایی پرسشنامه نگرش سنجی، این پرسشنامه دو بار توسط ۱۰ دانشجوی خارج از نمونه، به فاصله ده روز تکمیل گردید و ضریب به دست آمده آزمون آلفا کرونباخ برای سؤالات $I = 0/78$ و ضریب همبستگی نمرات نگرش بر اساس آزمون مجدد $I = 0/87$ به دست آمد.

پرسشنامه استاندارد سواد رسانه‌ای صلحی و همکاران در قالب سه بخش آگاهی مدیریت رسانه‌ای، تفکر انتقادی و تجزیه و تحلیل رسانه‌ای درباره مصرف خود سرانه مکمل‌های ورزشی

جدول ۱. پایایی پرسشنامه‌ها بر اساس آلفا کرونباخ

متغیر	آلفا کرونباخ
آگاهی مدیریت رسانه ای	۰/۷۳
تفکر انتقادی	۰/۷۷
تجزیه و تحلیل رسانه ای	۰/۷۵
سواد رسانه ای	۰/۸۷
نگرش درباره مصرف مکمل ورزشی	۰/۷۱

یافته‌ها

بر اساس جدول ۲ بیشتر آزمودنی‌ها (۳۶ درصد) در رده سنی ۲۱ تا ۲۵ سال بودند و آزمودنی‌ها با سنین ۱۵-۲۰ سال (۲۸ درصد)، ۲۶-۳۰ سال (۲۵ درصد) و ۳۰ سال به بالا (۱۱ درصد) در رده‌های بعدی قرار داشتند. همچنین ۶۸ درصد آزمودنی‌ها مجرد و ۳۲ درصد باقی مانده متأهل بودند. آزمودنی‌ها با مدرک تحصیلی دیپلم و پایین‌تر (۳۸ درصد) و کارشناسی (۳۰ درصد)، دارای بیشترین تعداد و آزمودنی‌های با مدرک کارشناسی ارشد و بالاتر (۱۴ درصد) و کاردانی (۱۸ درصد) دارای کمترین تعداد بودند.

جدول ۲. متغیرهای جمعیت شناختی

متغیر جمعیت شناختی	دسته	فراوانی	درصد فراوانی
سن	۱۵-۲۰ سال	۱۰۴	۲۸
	۲۱-۲۵ سال	۱۳۸	۳۶
	۲۶-۳۰ سال	۹۳	۲۵
	۳۰ سال به بالا	۴۱	۱۱
وضعیت تاهل	مجرد	۲۵۷	۶۸
	متأهل	۱۱۹	۳۲
وضعیت تحصیلات	دیپلم و پایین‌تر	۱۴۳	۳۸
	کاردانی	۶۷	۱۸
	کارشناسی	۱۱۵	۳۰
	کارشناسی ارشد و بالاتر	۵۱	۱۴

نتایج جدول ۳ با استفاده از ضریب همبستگی اسپیرمن نشان می‌دهد که سواد رسانه ای ($P < ۰/۰۰۱$ ، $r = ۰/۵۸۰$) و مؤلفه‌های آن شامل آگاهی مدیریت رسانه ای ($P < ۰/۰۰۱$)،

در نظر گرفته شد. سؤالات آگاهی مدیریت رسانه ای در این پرسشنامه شامل ۴۱ سؤال با مقیاس چند گزینه ای که نمره بیشتر مربوط به مناسب ترین جواب بود. جهت سنجش اعتبار پرسشنامه سواد رسانه ای از روش اعتبار محتوی استفاده گردید، بدین صورت که پرسشنامه در اختیار ۱۰ نفر از متخصصان آموزش بهداشت قرار داده شد و تغییرات و اصلاحات لازم طبق نظر آنان انجام شد. شاخص روایی (CVI) کسب شده همه سؤالات این پرسشنامه از ۰/۷۹ بیشتر بود. نسبت روایی (CVR) سؤالات این پرسشنامه حداقل ۰/۶۲ به دست آمد که طبق جدول لاوشه (برای ۱۰ نفر) مناسب بود. همچنین پیشنهادات متخصصان در خصوص اعتبار صوری برای کوتاه کردن یا واضح کردن برخی سؤالات اعمال شد. برای تعیین پایایی پرسشنامه سواد رسانه ای، پرسشنامه دو بار توسط ۱۰ ورزشکار خارج از نمونه به فاصله ده روز تکمیل گردید و ضریب به دست آمده بر اساس آزمون آلفا کرونباخ در همه سؤالات بیشتر از ۰/۷۶ بود، همچنین ضریب به دست آمده در آزمون مجدد در بخش آگاهی و درک رسانه $r = ۰/۶۴$ ، در قسمت تفکر انتقادی $r = ۰/۷۸$ و در بخش تجزیه و تحلیل $r = ۰/۸۴$ به دست آمد. همچنین مشخصات فردی شامل سن، وضعیت تأهل، رشته تحصیلی، مقطع تحصیلی، وضعیت تاهل و شاخص توده بدنی نیز از ورزشکاران مورد مطالعه کسب شد. داده‌ها در نرم افزار SPSS نسخه ۱۶ با استفاده از آزمون‌های توصیفی (تعداد، درصد، میانگین و انحراف معیار) و آزمون‌های مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

جهت رعایت ملاحظات اخلاقی با مکاتبات اداری و هماهنگی‌های لازم با مسئولان این باشگاه‌ها انجام شد. رضایت نامه کتبی از ورزشکاران شرکت کننده در مطالعه اخذ شد و به آنها درباره محرمانه بودن اطلاعات اطمینان داده شد. همچنین ورزشکاران شرکت کننده در مطالعه درباره شرکت داوطلبانه و خروج از مطالعه در هر زمان و چگونگی تکمیل پرسشنامه‌ها توجیه شدند.

و تحلیل رسانه ای ($r=0/638, P<0/001$) ارتباط مثبت و تفکر انتقادی ($r=0/475, P<0/001$) و تجزیه و معناداری با نگرش درباره مصرف مکمل ورزشی دارند.

جدول ۳. ضریب همبستگی بین سواد رسانه ای و مؤلفه‌های آن با نگرش درباره مصرف مکمل ورزشی

متغیر	آگاهی مدیریت رسانه ای	تفکر انتقادی	تجزیه و تحلیل رسانه ای	سواد رسانه ای	نگرش درباره مصرف مکمل ورزشی
آگاهی مدیریت رسانه ای	*	*	*	*	*
تفکر انتقادی	*0/417	*	*	*	*
تجزیه و تحلیل رسانه ای	*0/538	*0/473	*	*	*
سواد رسانه ای	*0/792	*0/801	*0/772	*	*
نگرش درباره مصرف مکمل ورزشی	*0/475	*0/282	*0/638	*0/580	*

جدول ۴. آزمون معناداری معادله رگرسیون بین دو متغیر سواد رسانه ای و نگرش درباره مصرف مکمل ورزشی

متغیر	مجموع مجزورات	درجه آزادی	میانگین مجزورات	F	سطح معناداری
رگرسیون	4818/605	1	4818/605	142/352	<0/001
باقیمانده	12659/863	374	33/850		<0/001
کل	17478/468	375		<0/001

جدول ۵. متغیرهای معنادار در رگرسیون

متغیر	ضرایب غیر استاندارد		t	سطح معناداری
	خطای استاندارد	ضریب استاندارد		
سواد رسانه ای	0/213	0/18	11/931	<0/001
	بتا (B)	خطای استاندارد	بتا (Beta)	ضریب استاندارد
	0/213	0/18	11/931	0/525

با توجه به جدول ۵، در آزمون معناداری معادله رگرسیون سطح معناداری کمتر از $P < 0/05$ به دست آمد که نشان دهنده این موضوع است که رابطه ی خطی بین دو متغیر سواد رسانه ای و نگرش درباره مصرف خود سرانه مکمل ورزشی (در سطح $P < 0/01$ و $F = 20/401$) معنادار است.

بحث و نتیجه گیری

اکثر مکمل های ورزشی اغلب در قالب عناوینی چون افزایش دهنده قدرت، کاهش دهنده وزن، انرژی زا و ریکاوری مطرح می شوند و همچنین یکی از دلایل اصلی استفاده از مکمل ها، ارتقای سطح عملکرد ورزشی است که ورزشکاران جوان و نخبه را به مصرف مکمل های غذایی خطرناک ترغیب می کند. اگر چه تعیین میزان دقیق مصرف مکمل های غذایی مشکل است، اما آنچه مشخص است این است که مصرف این گونه مواد به افزایش است. تحقیقات نشان می دهند ورزشکاران جوان و بزرگسال احتمالاً در مقایسه با همسالان غیر ورزشکار خود مکمل های غذایی بیشتری مصرف می کنند (۲۳). ویتامین ها و مواد معدنی به عنوان مکمل های غذایی در نظر گرفته می شوند.

حیاتی است و سیستمی مفید است که اثرات جانبی و سایر مشکلات مرتبط با مکمل‌ها را مورد تجزیه و تحلیل قرار دهد و به متخصصان سلامت در آگاهی بخشی و حمایت ورزشکاران در برابر خطرات احتمالی کمک کند. یکی از محدودیت‌های این پژوهش، مطالعه روی ورزشکاران باشگاه‌های بدنسازی شهر کرمانشاه بود، پیشنهاد می‌شود مطالعات مشابه روی ورزشکاران رشته‌های ورزشی دیگر نیز انجام شود. همچنین تعداد نمونه و خود گزارش دهی و مطالعه کمی از محدودیت‌های دیگر این مطالعه بود. انجام این مطالعه در نمونه بیشتر، استفاده از روش مصاحبه و انجام مطالعه به روش کیفی پیشنهاد می‌شود.

نتیجه‌گیری: نتایج این مطالعه نشان داد که سواد رسانه‌ای و مؤلفه‌های آن شامل آگاهی مدیریت رسانه‌ای، تفکر انتقادی و تجزیه و تحلیل رسانه‌ای ارتباط مثبت و معناداری با نگرش درباره مصرف مکمل ورزشی دارند. لذا بهبود ابعاد سواد رسانه‌ای می‌تواند روی ارتقای نگرش آنها تأثیرگذار باشد و این ارتقای آگاهی، می‌تواند درباره پیشگیری از مصرف مکمل‌های ورزشی در اولویت باشد. ضمناً پیشنهاد می‌گردد تا مطالعات گسترده‌تری در زمینه شناسایی عوامل مرتبط با مصرف مکمل‌های ورزشی در میان جامعه و به ویژه قشر جوان انجام گیرد.

سپاسگزاری

با کمال احترام از تمامی افراد شرکت کننده در این مطالعه سپاسگزاری می‌کنم که من را در انجام این تحقیق یاری نمودند.

References:

1. Peyman N, Rezai-Rad M, Tehrani H, Gholian-Aval M, Vahedian-Shahroodi M, Miri HH. Digital Media-based Health Intervention on the promotion of Women's physical activity: a quasi-experimental study. BMC public health. 2018;18(1):134.
2. Molinero O, Márquez S. Use of nutritional supplements in sports: risks, knowledge, and behavioural-related factors. Nutrición Hospitalaria. 2009;24(2).
3. McDowall JA. Supplement use by young athletes. Journal of sports science & medicine. 2007;6(3):337.
4. Nikbakht h, Ebrahimi e, Namazizadeh m, Amirtash AM, Salami f, Rajabi h, et al. Nutritional status and energy

با توجه به گسترش مصرف مکمل‌های غذایی بین ورزشکاران و منابع متعددی که آنها برای کسب اطلاعات در زمینه استفاده از مکمل‌ها به آنها مراجعه می‌کنند (مربی، پزشک، کارشناس تغذیه و ...)، باید از پاسخ مطلق، مبنی بر منع مصرف اجتناب کرد و با پاسخ‌های علمی در این زمینه آموزش‌های لازم را ارائه داد، چرا که برخی از این منابع ممکن است اطلاعاتی در مورد مکمل‌های غذایی داشته باشند، ولی اطلاعات آنها مبنای علمی لازم را برای آگاهی بخشی به مراجعین نداشته باشد (۱۱، ۱۲).

به طور کلی اطلاعات کنونی در رابطه با مصرف مکمل‌های غذایی و ورزشی ناکافی هستند و در نتیجه اطلاع رسانی برای مصرف صحیح مکمل‌ها و پیشگیری از مصرف خود سرانه مکمل‌ها ضرورت پیدا می‌کند تا از پیدایش عوارض جانبی و غیر مؤثر شدن آنها در درمان جلوگیری شود. بنابراین بالا بودن سواد رسانه‌ای یک جامعه، می‌تواند مانعی برای بسیاری از مشکلات بهداشتی، سلامتی و بیماری‌های واگیر و غیر واگیر باشد. رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی، قادر هستند با آموزش راهکارهای پیشگیری از مصرف خود سرانه مکمل‌های ورزشی، سلامت جامعه و قشر جوانان را ارتقای دهند. آموزش سلامت با هدف بالا بردن سواد رسانه‌ای مردم، به آنها کمک می‌کند تا درباره سلامت خود و خانواده و جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنند، قادر به تصمیم‌گیری و اتخاذ رفتارهای بهداشتی باشند. نتیجه این کار ارتقای سلامتی، شادابی و نشاط در جامعه می‌باشد، در نتیجه با توجه به تأثیر رسانه‌ها، پیشنهاد می‌گردد تا برنامه‌های آموزشی مناسب، توسط افراد متخصص و آگاه در زمینه مصرف مکمل‌های ورزشی طراحی گردد تا با اشاعه فرهنگ صحیح مصرف مکمل‌ها و آگاهی دادن نسبت به عوارض احتمالی آنها، استفاده از این محصولات متناسب با نیاز افراد باشد و بدین وسیله از سوء مصرف یا استفاده نادرست این محصولات به وسیله تجویز و توزیع افراد سود جو و نا آگاه جلوگیری گردد.

لذا اتخاذ یک رویکرد منظم برای بررسی مصرف مکمل‌های ورزشی در میان ورزشکاران رده‌های سنی مختلف، امری

- expenditure in the Iranian elite judo players during training camp 2004 Athens Olympics. *Olympic Journal*. 2006;14(3):23-36.
5. Mohebbi h, Jourbonyan a, Younesi s, Masoumi Rad r. Evaluation of national athletes' attitude to vitamin/mineral supplements. *Journal of Physiology of Exercise and Physical Activity*. 2009;4:279-86.
 6. Ayotte C, Lévesque J-F, Cléroux M, Lajeunesse A, Goudreault D, Fakirian A. Sport nutritional supplements: quality and doping controls. *Canadian journal of applied physiology*. 2001;26(S1):S120-S9.
 7. Little JP, Phillips SM. Resistance exercise and nutrition to counteract muscle wasting. *Applied Physiology, Nutrition, and Metabolism*. 2009;34(5):817-28.
 8. Dascombe B, Karunaratna M, Cartoon J, Fergie B, Goodman C. Nutritional supplementation habits and perceptions of elite athletes within a state-based sporting institute. *Journal of Science and Medicine in Sport*. 2010;13(2):274-80.
 9. Maughan RJ, Depiesse F, Geyer H. The use of dietary supplements by athletes. *Journal of sports sciences*. 2007;25(S1):S103-S13.
 10. Jeukendrup AE. Carbohydrate feeding during exercise. *European Journal of Sport Science*. 2008;8(2):77-86.
 11. Lattavo A, Kopperud A, Rogers PD. Creatine and other supplements. *Pediatric Clinics*. 2007;54(4):735-60.
 12. Goston JL, Correia MITD. Intake of nutritional supplements among people exercising in gyms and influencing factors. *Nutrition*. 2010;26(6):604-11.
 13. Maughan RJ, King DS, Lea T. Dietary supplements. *Journal of sports sciences*. 2004;22(1):95-113.
 14. Estroff TW. Routes of abuse and specific drugs. *Manual of adolescent substance abuse treatment* Washington, DC: American Psychiatric Publishing. 2001.
 15. Jorm AF, Barney LJ, Christensen H, Highet NJ, Kelly CM, Kitchener BA. Research on mental health literacy: what we know and what we still need to know. *Australian & New Zealand Journal of Psychiatry*. 2006;40(1):3-5.
 16. Tehrani H. Media Health Literacy. *Journal of Health Literacy*. 2016;1(3):141-6.
 17. Massad SJ, Shier NW, Koceja DM, Ellis NT. High school athletes and nutritional supplements: a study of knowledge and use. *International Journal of Sport Nutrition*. 1995;5(3):232-45.
 18. Kristiansen M, Levy-Milne R, Barr S, Flint A. Dietary supplement use by varsity athletes at a Canadian university. *International Journal of Sport Nutrition and Exercise Metabolism*. 2005;15(2):195-210.
 19. Rodek J, Sekulic D, Kondric M. Dietary supplementation and doping-related factors in high-level sailing. *Journal of the International Society of Sports Nutrition*. 2012;9(1):51.
 20. KargarFard m, Kashi a, Sarlak z. The prevalence of doping agents and level of awareness of their effects and side effects in sports people in Lorestan province. *Principles of Mental Health*. 2009;11(2):123-34.
 21. Sobal J, Marquart LF. Vitamin/mineral supplement use among athletes: a review of the literature. *International journal of sport nutrition*. 1994;4(4):320-34.
 22. Lucidi F, Mallia L, Alivernini F, Chirico A, Manganelli S, Galli F, et al. The Effectiveness of a New School-Based Media Literacy Intervention on Adolescents' Doping Attitudes and Supplements Use. *Frontiers in psychology*. 2017;8:749.
 23. Amirsasan r. The amount, kind and causes of dietary supplements consumption in Iranian athletes participating in the London 2012 Olympic Games based on a theory of planned behavior. *Sport Physiology*. 2014;1(21):43-60.
 24. Braun H, Koehler K, Geyer H, Kleinert J, Mester J, Schänzer W. Dietary supplement use among elite young German athletes. *International journal of sport nutrition and exercise metabolism*. 2009;19(1):97-109.
 25. Tian H, Ong W, Tan C. Nutritional supplement use among university athletes in Singapore. *Singapore Medical Journal*. 2009;50(2):165.
 26. Solhi M, Jormand H, Gohari M. Media Literacy and Attitudes Towards Weight Loss Supplements in Students of Iran University of Medical Sciences, Iran. *Military Caring Sciences*. 2016;2(4):221-8.
 27. Nilsson S, Baigi A, Marklund B, Fridlund B. The prevalence of the use of androgenic anabolic steroids by adolescents in a county of Sweden. *The European Journal of Public Health*. 2001;11(2):195-7.
 28. Miller KE, Barnes GM, Sabo DF, Melnick MJ, Farrell MP. Anabolic-androgenic steroid use and other adolescent problem behaviors: Rethinking the male athlete assumption. *Sociological Perspectives*. 2002;45(4):467-89.
 29. Randall R, Wroble M, Michael Gray JA, Rodrigo B. Anabolic steroids and pre-adolescent athletes: Prevalence. Knowledge And Attitudes *The Sport Journal*. 2002;5(3).
 30. Kanayama G, Cohane GH, Weiss RD, Pope HG. Past anabolic-androgenic steroid use among men admitted for substance abuse treatment: an underrecognized problem? *The Journal of clinical psychiatry*. 2003;64(2):156-60.