

تصميم نموذج لتوجه النساء نحو الرياضة العامة مع التركيز على دور وسائل الإعلام الجماهيرية

زهرة محمدي^١، افسانه توسلي^{٢*}، مظفرالدين شهبازي^٣

١. طالبة دكتوراه، قسم علم الاجتماع، فرع طهران المركزي، جامعة آزاد إسلامي، طهران، إيران
٢. أستاذة مشاركة، قسم دراسات المرأة والأسرة، كلية العلوم الاجتماعية والاقتصادية، جامعة الزهراء، طهران، إيران
٣. أستاذ مساعد، قسم علم الاجتماع، فرع زنجان، جامعة آزاد إسلامي، زنجان، إيران.

تاريخ القبول: ١٤٤١/١٢/٦

تاريخ الوصول: ١٤٤١/١٠/٢٥

الملخص

نظراً إلى تأثير الرياضة في أبعاد الحياة المختلفة؛ الفردية منها والاجتماعية؛ بالإضافة إلى أهميتها على المستوى الوطني فإن هذا البحث يسعى لدراسة دور وسائل الإعلام الجماهيرية (الإذاعة، التلفزيون، المجالات والإنترنت) في توجه النساء في مدينة طهران نحو الرياضة العامة. يعتمد البحث الراهن على المنهج المسحي، وأما طريقتنا في جمع المعلومات والبيانات فهي طريقة الاستمارة. اخترنا ٣٨٤ امرأة كعينة ممثلة لمجتمع البحث وذلك وفق طريقة أخذ العينات العنقودية المتعددة المراحل. وقد حصلنا على أفراد عينة البحث خلال جولات في الحدائق العامة والأندية الرياضية في المناطق المختلفة من العاصمة "طهران". إنَّ منهجنا الأساسي في تحليل البيانات هو الاعتماد على معامل بيرسون، وأما طريقة إنشاء المعادلة في الإطار النظري للبحث فسنستفيد من نظريات غيدنز وجان بودريار ونظرية ترتيب الأولويات. أظهرت نتائج البحث عن وجود علاقة بين متغيرات السن ومستوى تنمية المنطقة السكنية والدخل المعيشي وبين توجه النساء نحو الرياضة العامة. ولكن لم يجد البحث علاقة بين متغيرات مثل المستوى الدراسي وتوفر المرافق والمعدات الرياضية وبين توجه النساء نحو الرياضة العامة. كما أظهرت النتائج وجود علاقة مباشرة ودالة بين أبعاد أداء وسائل الإعلام (التعليم، والإعلان والدعاية، والإدارة الشخصية للجسم) وبين التوجه نحو الرياضة. وقد كان "الإعلام والدعاية" أكثر معامل الارتباط حضوراً من بين هذه الأبعاد وذلك بنسبة (٠/٤٧١) فيما كانت الإدارة الشخصية على الجسم من أقل معامل الارتباط حضوراً في هذا الصدد وذلك بنسبة (٠/١٧٧).

الكلمات الرئيسية: الرياضة العامة، النساء، وسائل الإعلام الجماهيرية، الإدارة الذاتية على الجسم، الإعلام والدعاية.

١ - المقدمة

يعدّ الإنسان السليم عنصراً أساسياً في التنمية المستدامة. إنَّ المجتمع السليم يحتاج إلى أناس أصحاء؛ لأنَّ امتلاك الموارد

البشرية الصحية والمجتمع الذي يعيش فيه معظم الناس حياة طويلة صحية؛ يعدّ مؤشراً مهماً في التطور البشري والثقافي في مجال التنمية. (أغاچاني ونادري نجاد، ۱۳۹۰ش: ۱۶۱) مع تقدم التكنولوجيا والتوسع في المرافق والخدمات الترفيهية، نشهد اليوم اعتماداً كبيراً على الأجهزة الآلية في الحياة، وتقليصاً متزايداً للنشاط البدني وأنشطة المجتمع المستقرة (عادل خاني وزملاؤه، ۲۰۱۲م، ۸). قدّمت منظمة الصحة العالمية - في إجراء شامل - ثلاثة مؤشرات لقياس الصحة والرفاهية بين الدول المختلفة: ۱. الأمراض ۲. معدلات الولادة والوفيات ۳. السعادة. من هذا المنطلق، تحاول دول العالم الوصول إلى المستوى المطلوب في هذه المؤشرات الثلاثة بالاعتماد على إجراءات مناسبة. إحدى هذه الإجراءات هي إدراج الرياضة العامة كجزء من السياسة الصحية الوطنية على جدول أعمال الحكومات (كائيني، ۲۰۰۸م، ۱۱). وعلى ضوء النتائج العلمية فإنّ متوسط عدد الأشخاص الذين يمارسون الرياضة تحت إشراف الوفود الرياضية العامة يبلغ ۵/۹۲٪ من سكان البلاد، وتحتل إيران المرتبة الأخيرة بين ۲۰ دولة مختارة في العالم. في بعض محافظات البلاد تم الحدّ من هذا العدد إلى ۰.۰۰۷ نسمة؛ يظهر لنا من خلال هذه الإحصائيات والنتائج، مستوى الحياة الراكدة وغير النشطة لغالبية الإيرانيين (مظفري وقره، ۲۰۰۷م، ۱۷۱-۱۵۱).

تعدّ المرأة - في أي مجتمع - شريحة ضخمة يتوقف عليها عبء تربية الأسرة وتكوينها واستمرار الحياة الأسرية. لذلك إذا لم تتمتع النساء باللياقة البدنية - مما يتسبب بعدم الكفاءة العقلية -؛ فيمكن بعد ذلك أن نشاهد أثره السلبي في الأسرة والمجتمع.

كما قد تؤثر ممارسة الأنشطة البدنية والرياضية وخاصة الرياضة العامة بشكل إيجابي على المرأة جسدياً وعقلياً (مهديان ومشهديان، ۱۳۹۱ش، ۳۹-۵۱) وبناء على ما ذكره مركز الإحصاء الإيراني، فقد بلغ عدد الإناث في طهران ۶۵۹۳۹۶۵ نسمة في عام ۲۰۱۶م. وبناء على عدد الرياضيين المنتظمين في طهران، فإنّ هناك ما يقارب ۴۲۳۲۲ شخصاً يختصرون نشاطهم على الرياضة العامة، وهذه إحصائية تمّت بين ما يقارب ۶.۵ مليون شخص في طهران. (الإحصاء السنوي لبلدية طهران، شتاء ۱۳۹۶). ومع ذلك فإنّ الرياضة العامة هي الرياضة الوحيدة التي تتطلب معدات رياضية أقل ويمكن ممارستها بأبسط الوسائل والأدوات.

تتأثر الثقافة السائدة لدى الناس بعوامل اجتماعية مختلفة ويمكن أن تؤثر هذه العوامل على معتقداتهم ومواقفهم وممارساتهم. وفي الوقت نفسه فإنّ وسائل الإعلام هي إحدى الأدوات الأساسية لدراسة القضايا الاجتماعية والمعلومات والتعليم وتعدّ عاملاً فاعلاً في تكوين القيم الاجتماعية. (شعباني ورضائي، ۱۳۹۴ش، ۲۹-۲۴). ونظراً إلى تأثير الرياضة العامة على مختلف جوانب الحياة الفردية والاجتماعية وأهمية تطويرها وانتشارها على المستوى الوطني ودور الإعلام في هذا المجال، فإنّه من الضروري تحديد دور الإعلام في تطوير الرياضة العامة وإعداد البرامج المناسبة في هذا المجال؛ وبالتالي إنّ هذا البحث يسعى للإجابة عن التساؤل المطروح حول دور وسائل الإعلام (الإذاعة والتلفزيون والمجلات والإنترنت) في توجه النساء في طهران إلى الرياضة العامة؟

٢- خلفية البحث والإطار النظري

ناقش صادقان (١٣٩٠ش) في بحث له يحمل عنوان "دراسة دور وسائل الإعلام الجماهيرية في توجه الناس في همدان إلى الرياضة العامة" تأثير هذه الوسائل على ممارسة الرياضة من جانب الناس وقد أجرى دراسة ميدانية على ٣٥٠ شخصاً من المواطنين في المناطق الأربعة في مدينة همدان ممن يمارس الرياضة يوماً واحداً في كل أسبوع ويحضر إلى المرافق الرياضية العامة. وتوصل الباحث إلى أنّ وسائل الإعلام الجماهيرية (المريّة والصوتية والورقية) لها تأثير ملحوظ على رغبة الناس في ممارسة الرياضة في همدان، وكانت وسائل الإعلام هذه تلعب دوراً هاماً في التوعية وتعريف الناس بفوائد الرياضة العامة فيما مثلت الدعاية والإعلان دوراً ضئيلاً في الحثّ على الرياضة العامة وتجمعاتها.

أما الباحث منظمي (١٣٩٠ش) فاستنتج في بحث له بعنوان "تحديد العوامل المؤثرة على تطوير الرياضة البدنية ورياضة النساء في إيران" إلى أنّ اعتماد وسائل الإعلام الجماعية؛ لا سيّما الإذاعة والتلفزيون -من بين العوامل الثقافية والاجتماعية الستة عشر- من أكثر العوامل المؤثرة في تشجيع النساء للمشاركة والانخراط في الممارسات الرياضية. وأظهرت لنا النتائج في مقال الباحثين "أميني ومبيني كشه" (١٣٩٣ش) الذي حمل عنوان "؛ بأنّ هناك علاقة دالة بين التعليم عبر وسائل الإعلام المرئية وبين نموّ مستوى الوعي البدني والجسمي ومشاركة النساء في الفعاليات والنشاطات الرياضية. أمّا نتائج دراسة رضوي ودوستي وقاسمي سياني (١٣٩٤ش) في بحث بعنوان دور وسائل الإعلام الجماعية في توجه الناس إلى الرياضة العامة بالتأكيد على الاستعداد البدني"، فأظهرت أنّ وسائل الإعلام الجماهيرية تؤثر في توجه الناس نحو ممارسة الرياضة العامة لكن لم يظهر هذا التأثير على نحو مطلوب. فقد أظهرت أنّ معدّل معظم المتغيرات كان أقل من الحد الوسط في إجابات الأفراد الذين شكلوا عينة البحث. كما أظهرت النتائج أنّ نسبة هذا التأثير كانت مختلفة بين الرجال والنساء، فقد كان هذا التأثير أقلّ نسبة عند النساء مقارنة مع النساء. وبحث آخر بعنوان "تأثير وسائل الإعلام الجماهيرية على إدارة الجسم" لفرامرزياني وغفاري آذري (١٣٩٦ش) توصلوا فيه إلى وجود علاقة دالة -إحصائياً- بين نسبة متابعة الإعلام الجماهيرية مع الإدارة البدنية والجسمية عند الشباب. أما نوروزي وزملاؤه (١٣٩٧ش) في بحثهم المعنون بـ "دراسة دور عرض الجسم وإدارة الجسم على ممارسة النساء للرياضة في إيلام": توصلوا إلى أنّ نصف النساء إما لا تمارسن الرياضة أو أنّهنّ تمارسن الرياضة كسلبية وبشكل غير منتظم. كان ١٧٪ منهن تمارسن الرياضة بهدف الحصول على الصحة الجسمية فيما كان ثلث عينة البحث تمارس الرياضة بشكل منتظم واحترافي. إنّ نتائج تحليل واختبار نموذج البحث في هذه الدراسة أظهرت أنّ متغير عرض الجسم وإدارة الجسم ومؤلفاتهما أظهرتا بشكل مجتمعة ٥٦٪ بالمتة من تباين المشاركة الرياضية للنساء. أمّا البحاه وزملاؤه (٢٠١١م) فناقشوا في بحث لهم بعنوان "دور وسائل الإعلام في التنشئة الاجتماعية للرياضة" موضوع دور وسائل الإعلام الجماعية في تقبل المجتمعات لموضوع الرياضة وخلصوا إلى أنّ معدل تأثر النساء بالإذاعة والصحف أقلّ

مقارنة مع الرجال. وتوصل فارزاليبور¹ (٢٠١٢م) في بحث له حمل عنوان " دور وسائل الإعلام الجماهيرية في رياضة النساء " إلى أن وسائل الإعلام الحالية لها دور ضئيل في توجه النساء نحو الرياضة العامة . أما ليسك^٢ (٢٠١٢م) فناقش في دراسة له بعنوان "عدم المساواة الجنسية في الألفية الجديدة" تهميش وإقصاء رغبات النساء وطاقتهن الرياضية ورأى أنّ هذا الأمر تمّ نتيجة للمضمون الذي تنشره الأخبار ووسائل الإعلام الجماهيرية. ودرس بويزي^٣ وزملاؤه (٢٠١٣) في بحثهم بعنوان "المسرحية الجنسية" العودة إلى الفروق الجنسية التي يسمح للنساء -بدرجات أقل مقارنة مع الرجال- للظهور في الميادين والمجالات الرياضية. وتطرق ابويوه^٤ وزملاؤه (٢٠١٣) في بحث بعنوان " دور النشاط الإعلامي على تحسين النشاطات البدنية" ، وتوصلوا إلى أنّ وسائل الإعلام الجماهيرية أدت دوراً إيجابياً في مجال ترويج الرياضة لدى كبار السن لكن وسائل الإعلام هذه لم تساهم بشكل فاعل في خلق وتوفير مناخات رياضية مناسبة للممارسة الرياضة البدنية. لكن -في مجملها- كان لها دور مؤثر في رفع مستوى النشاط بين أفراد المجتمع. وناقش كلم^٥ (٢٠١٦) في البحث الذي حمل عنوان "دور وسائل الإعلام الجماهيرية في العلاقات الرياضية" وأظهرت الدراسة أنّ وسائل الإعلام تلعب دوراً مهماً ومؤثراً لاسيما فيما يتعلق بالمعلومات الجديدة وتكوين وجهات نظر جديدة لدى الجماهير وخلق فعاليات رياضية حية وما شابه ذلك. واخيراً ناقش سابو^٦ (٢٠١٨) في بحث يحمل عنوان "رياضة الشباب في أمريكا" وخلص إلى أنّ الأسر التي تشارك أبنائها، الممارسات الرياضية تحقق نسب عالية من الشعور بالرضا والسعادة.

إضافة إلى هذه الدراسات التي مررنا على ذكرها فهناك بحوث ودراسات قام بها باحثون في الداخل والخارج وقد درست دور الإعلام في تشجيع الناس على الرياضة وقد توصلت معظم هذه الدراسات إلى أنّ تأثير وسائل الإعلام على الرجال أكثر من تأثيرها على النساء، واحتلّ الجانب التوعوي وتبيين فوائد الرياضة ودورها في صحّة الإنسان، الجانب الأكبر في وسائل الإعلام من حيث التأثير. كما أشارت هذه الدراسات إلى تراجع نشاط رياضة النساء بسبب المضامين التي تنشره وسائل الإعلام والأخبار. في دراستنا الراهنة نحاول معرفة تأثير الإعلام -من حيث الجانب الإخباري والإعلامي والتعليمي- على المسائل التالية: الإدارة الشخصية للنساء على أحسامهن وكذلك نسبة تنمية المنطقة التي تقيم فيها النساء ونسبة اشتغالها على الإمكانيات والمرافق الرياضية للمساعدة على النشاط الرياضي كوجود حدائق وفضاءات، محطات وأندية رياضية... ودور ذلك على توجه النساء في مدينة طهران نحو الرياضة العامة.

نظراً إلى طبيعة بحثنا الراهن ومتغيراته يمكن لنا أن نستفيد من عدة نظريات لرسم الإطار النظري . إنّ مفهوم أسلوب

1. Farzalipour
2. lisece
3. Boise
4. Abioye
5. Gulam
6. Sabo .D & Veliza

الحياة الرياضية في التعريف الذي نقصده هنا، يختلف عن الرياضة الاحترافية، فهذا الأسلوب يشير إلى ميل المواطنين ورغبتهم إلى الرياضة العامة من أجل الحفاظ على صحتهم. في هذا التعريف لا تعتبر الرياضة مهنة بل يتم تعريفها على أساس أنها حاجة وضرورة في الحياة وذلك من أجل رفع معدل سلامة المواطنين وصحتهم. كما أنّ الناس يختارون أنماط حياتهم في التفاعل مع الآخرين وفي نهج تفسيري للمكانة والموقع الذي يتسم به الفرد. وعلى ضوء آراء غيدنز، إنّ الأحكام والتوقعات - في مسيرة تكامل المجتمعات وانضمامها إلى قافلة العولمة - تؤثر بشكل ملحوظ على المواطنين في المجتمعات المختلفة؛ لأن العولمة تؤثر على الأفكار والمعتقدات وبشكل عام على ثقافة الناس في المجتمعات، علاوة على ما تترك من أثر في عالم السياسة والاقتصاد والعلاقات الاجتماعية. إنّ هذا الكمّ من المعلومات والتطور الهائل واليومي في عالم التكنولوجيا سوف يقتحم حدودنا شئنا ذلك أم أبينا، وهذه المعلومات والمعرفة سوف تكون مقدمة لبعض الحاجات التي يمكن أن تتجلى في كيفية الإدارة السليمة للأفراد على أحسادهم. إنّ اهتمام الناس في الدول المتقدمة والدعاية الإعلامية التي تنشرها وسائل إعلامهم حول اللياقة البدنية والرياضة على صورة أفلام ومسلسلات ستنتقل إلى الدول النامية عبر وسائل الإعلام الجماهيرية وهي ستقوم أول ما تقوم بتوعية الطبقة الراقية وتزرع لديهم الشعور والاحساس المتميز بالنسبة للرياضة ثم بعد ذلك ينتقل هذا الاهتمام إلى الطبقات الثانوية في المجتمع.

يعتقد بودريلا: إنّ وسائل الاتصال الجماهيرية تؤثر على صناعة واقع المجتمع وذلك خلال المفاهيم التي تروجها في الحياة اليومية للناس. إنّ أساليب الحياة الجديدة التي تتمحور حول الإعلام تحل محل واقع الحياة عبر خلق صور ونماذج من الواقع الجديد وتكون بذلك تجربة بشرية. هذه الوسائل الإعلام تعكس جانباً من نماذج الواقع فقط، وبذلك تعمل على تكوين وحلق عقلية لدى أفراد المجتمع. إنّ وسائل الإعلام الجماهيرية تعدّ ضمن إحدى المراكز الهامة والمؤثرة في الثقافة وعلى هذا الأساس فإنّ وسائل الإعلام الرياضية أو الرياضة في الإعلام تؤثر بشكل محوري على المعتقدات والقيم والعادات والأدوات الرياضية، لاسيما أنّ رواج الرياضة اليوم أصبح يتأثر بظهور التلفاز وانتشاره على نطاق واسع في الحياة المعاصرة، مع ذلك هناك وسائل إعلام أخرى بجانب التلفاز، تؤثر هي الأخرى أيضاً في المجال الرياضي، مثل: المواقع الرياضية في الإنترنت والأفلام والمجلات والصحف (هانيراون، ٢٠٠٠: ٤٥).

إنّ ترتيب الأولويات وتسيط الضوء على شيء ما، يعدّ ضمن أحد جوانب التأثير القوي في وسائل الإعلام، بعبارة أخرى فإنّ وسائل الإعلام لها القدرة على أن تحدد لنا ماهية الأشياء الهامة. إنّ نظرية ترتيب الأولويات هي نظرية هامة لفهم دور الإعلام وفاعليته في الحياة المعاصرة. إنّ رفع عدد المتابعين وحلق الحماس والنشاط الاجتماعي أثناء القيام بالمباريات الرياضية الهامة على الصعيد الوطني والدولي، وكذلك تضخيم وبلورة فوائد الرياضة وأثارها الإيجابية على الفرد والجماعة في المجتمع وتغطية الأخبار والأحداث الرياضية وحثّ عامة الناس إليها وجعل الرياضة ظاهرة عامة في الحياة

1. Giddens
2. Boudrillard

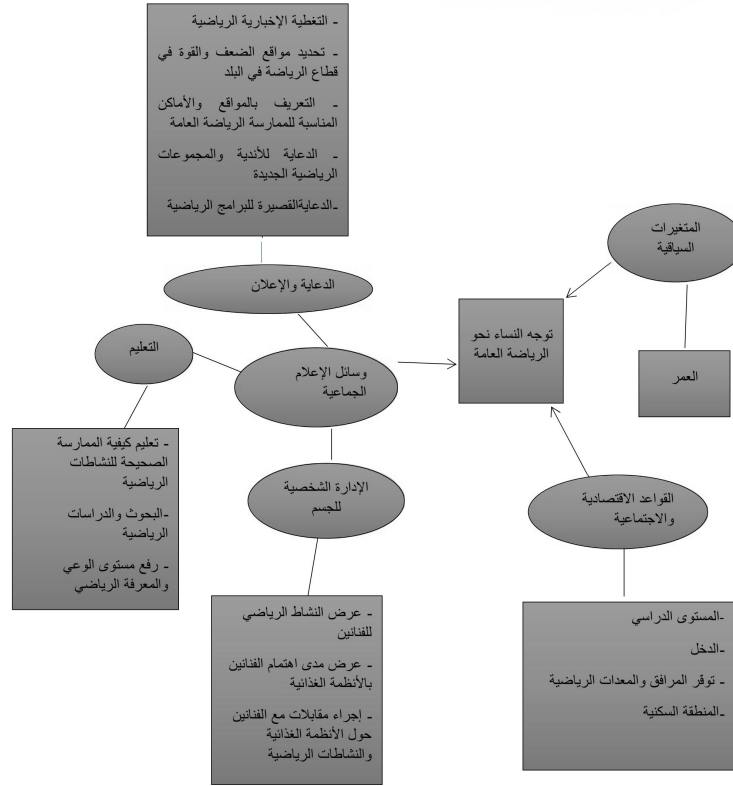
اليومية؛ هي من القضايا التي تجدر الإشارة إليها عند الحديث عن علاقة الإعلام والرياضة. إنَّ الدور الآخر لوسائل الإعلام الجماهيرية في مجال الرياضة هو بيان المشاكل المتعلقة بقطاع الرياضة والرياضيين وذلك من خلال إنتاج محتوى نقدي يضمّ تحليل المشاكل ويسلِّط الضوء عليها من خلال المنابر الإعلامية وتقديم حلول أساسية، وهي أمور يمكن لها أن تثير حساسية الرأي العام بالنسبة للرياضة وتنمية هذا القطاع (قره خانلو، ١٣٨٤ش: ٤٥)

الجدول رقم ١: الإطار النظري

النظرية	مفهوم النظرية	الفرضية
غيدنز	ستكون العولمة وموجات المعلومات بمساعدة التكنولوجيا أساس الاحتياجات التي يمكن أن تتجلى في اتجاه الإدارة السليمة للأشخاص على أجسادهم.	هناك علاقة بين الإعلام والإعلام الرياضي في وسائل الإعلام وميل المرأة نحو الرياضة العامة.
ترتيب الأولويات	تدل على جانب من التأثير القومي لوسائل الإعلام. هذه النظرية تبرز فوائد الرياضة والآثار الإيجابية لها في المجتمع سواء على الفرد أو المجتمع كما تغطي الأخبار والأحداث الرياضية	هناك علاقة بين عرض الإدارة الشخصية للجسم في وسائل الإعلام وميل المرأة وتوجهها نحو ممارسة الرياضة العامة.
بودريلار	إن أساليب الحياة الجديدة التي تتمحور حول الإعلام تحل محل واقع الحياة عبر خلق صور ونماذج من الواقع الجديد وتكون بذلك تجربة بشرية. وسائل الإعلام تعكس جانباً واحداً من نماذج الواقع وبهذه الصورة تعمل على تكوين وخلق العقلية لدى أفراد المجتمع. وعلى هذا الأساس تؤثر وسائل الإعلام بشكل أساسي على تعليم وتثقيف المجتمع	هناك علاقة بين برامج التربية الرياضية في وسائل الإعلام وميل المرأة نحو الرياضة العامة.

٣-فرضيات البحث

- هناك علاقة بين المتغيرات السياقية للعمر وميل المرأة نحو الرياضة العامة.
- توجد علاقة بين متغيرات الوضع الاقتصادي والاجتماعي (التعليم، الدخل، توفر المرافق الرياضية ونوع المنطقة السكنية) وميل المرأة إلى الرياضة العامة.
- هناك علاقة بين نسبة متابعة وسائل الإعلام وميل المرأة للرياضة العامة.
- توجد علاقة بين الإعلان الإعلامي والإعلان الرياضي في وسائل الإعلام وميل المرأة إلى ممارسة الرياضة.
- توجد علاقة بين برامج التثقيف الرياضي في وسائل الإعلام وميل المرأة للرياضة العامة.
- هناك علاقة بين عرض الإدارة الشخصية للجسم في وسائل الإعلام وميل المرأة وتوجهها نحو ممارسة الرياضة العامة.



الرسم البياني رقم ١: نموذج توجه النساء نحو الرياضة العامة

٤- المنهج

٤-١- منهج البحث والمجتمع الإحصائي وعينة البحث: اعتمدنا في البحث الحالي على المنهج المسحي لجمع البيانات والمعلومات اللازمة. وكانت أداتنا في هذا السبيل هي الاستمارة. يتشكل مجتمع البحث من نساء طهران اللواتي تنشط في ممارسة الرياضة في الحدائق والأندية الرياضية في عموم المدينة. نظراً إلى أن الباحثة تسعى إلى القيام ببحث معمق ونظراً إلى سعة مجتمع بحثنا الراهن قمنا باختيار عينة من النساء لتكون ممثلة لمجتمع البحث. بعد تقسيم مناطق طهران إلى خمس مناطق عبر نظام أخذ العينات العنقودي حددنا لكل منطقة (شمال، جنوب، شرق، غرب، وسط) ٧٧ امرأة. من أحياء الشمال اخترنا منطقة ١ و ٣ (حديقة ملت و نادي حديقة نياوران الرياضي)، ومن الغرب منطقة ٥ و ٢٢ (حديقة بحيرة جيتكر و نادي خادام الرياضي)، ومن الشرق منطقة ٨ و ١٣ (حديقة فدك و نادي الزهراء الرياضي)، ومن المركز منطقة ٦ و ١١ (حديقة لاله و نادي فاطمة الزهراء الرياضي)، ومن الجنوب منطقة ١٩ و ١٥ (حديقة ولايت و نادي الزهراء ٤٠). شكل مجتمع البحث ٦٥٩٣٩٦٥ شخصاً

وذلك وفق إحصائيات المركز الإيراني للإحصاء عام ١٣٩٥ش واخترنا عبر طريقة كوكران لأخذ العينات ٣٨٤ امرأة لتكون عينة البحث. ومن كل منطقة من المناطق الخمسة من العاصمة طهران اخترنا ٧٧ امرأة.

٢-٤- تقييم الأداة (الصدق والثبات)

مؤشر الصدق (validity)

اعتمدنا في هذه الدراسة اختبار معامل ألفاي كرونباخ وذلك من أجل دراسة صدق أداة الاختبار، ويمكن ملاحظة النتائج في الجدول رقم ١.

جدول رقم ٢: نسبة معامل ألفاي كرونباخ للمتغيرات

ألفاي كرونباخ	المؤشر ٢	المؤشر ١	المتغيرات
٠.٨٧٢	<ul style="list-style-type: none"> عدد الحدائق التي تتمتع بوجود مرافق رياضية عدد الأندية الرياضية جودة الأدوات الرياضية مستوى الأمن للمرافق والمعدات الرياضية 	<ul style="list-style-type: none"> الحدائق والأندية 	المرافق والمعدات الرياضية
٠.٨٧٣	<ul style="list-style-type: none"> نشر أخبار رياضية بيان مواقع الضعف والقوة في رياضة البلد الدعاية قصيرة المدى في البرامج الرياضية التعريف بالحدائق والمرافق الرياضية في المناطق المختلفة الدعاية للأندية والمجموعات الرياضية الجديدة التغطية الإعلامية للأحداث الرياضية 	<ul style="list-style-type: none"> الدعاية والإعلام 	
٠.٨٨١	<ul style="list-style-type: none"> رفع مستوى الوعي والمعرفة العامة بالرياضة زيادة البحوث والدراسات في مجال الرياضة نشر الأفلام والصور الرياضية تعليم كيفية ممارسة الأنشطة الرياضية بالشكل الصحيح زيادة مستويات المهارة وتحسين الأداء الرياضي 	<ul style="list-style-type: none"> التعليم 	الإعلام
٠.٧٩٩	<ul style="list-style-type: none"> الأنشطة الرياضية للفنانين في الأفلام الأنشطة الرياضية للفنانين في الأندية والحدائق إجراء مقابلات مع الفنانين حول أنشطتهم الرياضية اهتمام الفنانين بالنظام الغذائي في الأفلام والمسلسلات 	<ul style="list-style-type: none"> الإدارة الشخصية للجسم 	

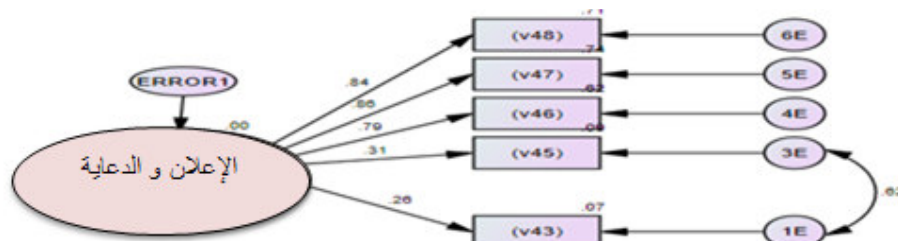
كما يظهر الجدول رقم ٢ فإنّ معامل ألفاي كرونباخ لموضوع امتلاك المرافق والمعدات الرياضية بلغت 0.782 . وكانت جميع أبعاد الإعلام أكثر من 0.7 . وعلى هذا الأساس يمكن أن نستنتج بأنّ استمارة الأسئلة تتمتع باعتبار مقبول. ومن أجل دراسة قيمة أداة (الصدقية التقاربية) القياس أي الاستمارة اعتمدنا طريقة التحليل العملي. كما تمت توزيع الاستمارة بطريقة $test^1$ -pre بين ٣٠ شخصاً من بين أفراد عينة البحث وحاولنا تعديل بعض الأسئلة الغامضة. وعلى هذا الأساس يمكننا القول إنّ الاستمارة تتمتع بقيمة وصدق صوري أيضاً. درسنا في المقاوم الأول عامل التأكيد وقياس العلاقة من الدرجة الأولى لعامل أو عوامل (المتغيرات المخفية) مع العناصر (المتغيرات التي يمكن ملاحظتها). هذه الطريقة لا تفحص أي علاقة بين المتغيرات الكامنة، ولا تُخدم سوى معرفة القياس وذلك من أجل التأكيد من صحة قياس المتغيرات المخفية.

يمكن دراسة علاقة العامل بالعناصر المتعددة أو العوامل المتعددة مع العناصر المتعددة في تحليل عامل التأكيد من الدرجة الأولى:

- دراسة الصلاحية التركيبية بعد الدعاية والإعلان

لم يكن النموذج الأصلي يشتمل على مؤشرات ملائمة مقبولة، لذلك قمنا بتعديل النموذج اعتماداً على modification، وبعد حذف العنصر ٤٤ الفاقد لاعتبار عامل كبير (على الرغم من أن العنصر ٤٣ أقل من 0.3 في الصورة، لكننا افترضنا مخرجات اموس كبيرة لذلك تمت إزالته نظراً لقربه من 0.3)، وصل إصدار خطأ بعض العناصر (التي يمكن رؤيتها في الصورة) للنموذج إلى مؤشرات توفيق مقبولة.

الرسم البياني رقم ٢: النموذج المعدل بعد الإعلان والدعاية



1.Test-pre

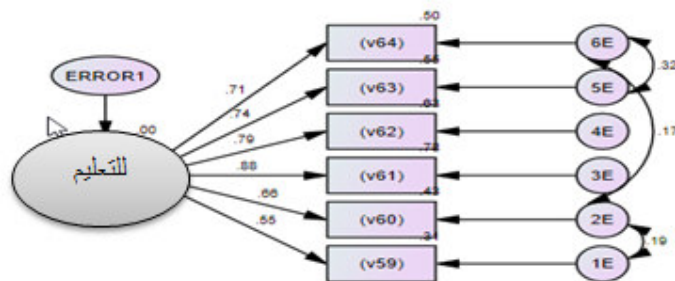
جدول الرقم ٣: المؤشرات المعدلة بعد الإعلان والدعاية

المؤشرات	النطاق المقبول	التقدير
مربع كايالنسي	CMIN/DF	١ إلى ٥
مؤشر الملاءمة الطبيعي	NFI	٠/٩٠ إلى ١
مؤشر الملاءمة التطبيقي	CFI	٠/٩٩ إلى ١
الجذر التربيعي لخطأ التقدير	RMSEA	أقل من ٠/٩ أو ٠/٥٦

- دراسة الصلاحية التركيبية بعد التدريب

لم يكن مؤشر التعليم في النموذج الأصلي يحتوي على مؤشرات ملائمة مقبولة، لذلك قمنا بتعديل النموذج اعتماداً على modification، وبعد تحرير الخطأ في بعض العناصر (يمكن مشاهدته في الصورة) وصل النموذج إلى نسبة مقبولة من الملائمة والتوفيق.

الرسم البياني رقم ٣: النموذج المعدل للتعليم

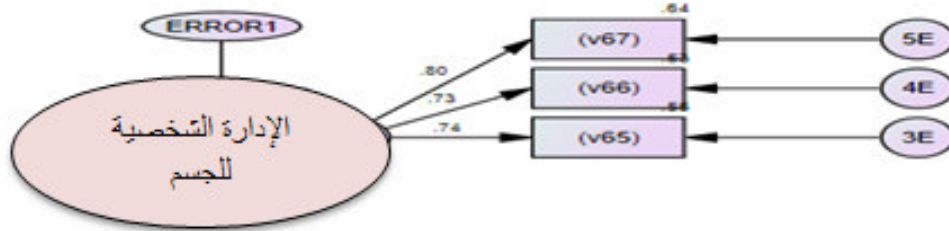


الجدول رقم ٤: المؤشرات المعدلة للتعليم

المؤشرات	النطاق المقبول	التقدير
مربع كاي النسبي	CMIN/DF	١ إلى ٥
مؤشر الملاءمة الطبيعي	NFI	٠/٩٠ إلى ١
مؤشر الملاءمة التطبيقي	CFI	٠/٩٨ إلى ١
الجذر التربيعي لخطأ التقدير	RMSEA	أقل من ٠/٩ أو ٠/٨١

- دراسة الصلاحية التركيبية بعد الإدارة الشخصية للجسم

الرسم البياني رقم ٤: النموذج بعد الإدارة الشخصية للجسم



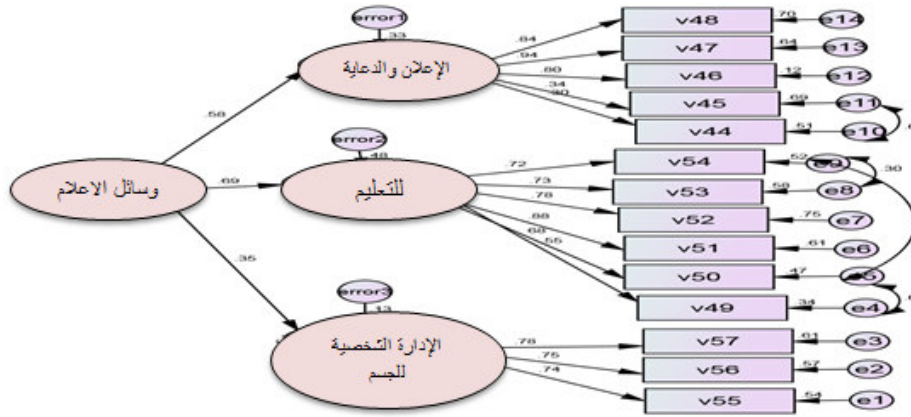
الجدول رقم ٥: مؤشرات الملائمة والتوفيق بعد الإدارة الشخصية للجسم

المؤشرات	النطاق المقبول	التقدير
مربع كاي النسبي	CMIN/DF	١ إلى ٥
مؤشر الملاءمة الطبيعي	NFI	١ إلى ٠/٩٠
مؤشر الملاءمة التطبيقي	CFI	١ إلى ٠/٩٠
الجذر التربيعي لخطأ التقدير	RMSEA	أقل من ٩٠ أو ٠/٩٠

في نموذج الإدارة الشخصية للجسم حصلت مؤشرات التوفيق والملائمة على نسبة مقبولة من التأيد

تحليل العامل التأكيدي في الدرجة الثانية:

عندما تتكون بنية كبيرة من عدة متغيرات كامنة، يتم استخدام تحليل عامل التأكيد من الدرجة الثانية. في تحليل عامل التأكيد من الدرجة الثانية، بالإضافة إلى دراسة العلاقة بين المتغيرات التي يمكن ملاحظتها والمتغيرات الخفية، وكذلك يتم دراسة العلاقة بين المتغيرات المخفية مع البنية الرئيسية. في هذه الدراسة استخدمنا تحليل العامل التأكيدي من الدرجة الثانية لاستقصاء ودراسة العلاقة بين أبعاد وسائل الإعلام وأدائها الوظيفي.



الرسم البياني رقم ٥: مخرجات الرسم البياني "إيموس" لتحليل العامل التأكيدي لأبعاد أداء وسائل الإعلام

الجدول رقم ٦: مؤشرات التوفيق والملائمة لأبعاد أداء وسائل الإعلام

التقدير		النطاق المقبول	المتغيرات
٣/٦	١ إلى ٥	CMIN/DF	مربع كاي النسبي
٠/٨٦	١ إلى ٠/٩٠	CFI	مؤشر الملاءمة التطبيقي
٠/٨٦	١ إلى ٠/٩٠	NFI	مؤشر الملاءمة الطبيعي
٠/٠٨٢	٠ إلى ٠/٠٩	RMSEA	الجذر التربيعي لخطأ التقدير

تظهر نتائج لرسم البياني إيموس لتحليل عامل التأكيد لأبعاد أداء وسائل الإعلام في النموذج، إنَّ النموذج قد حقق مؤشرات توفيق مقبولة وأنَّ جميع الأبعاد والعناصر في النموذج النهائي لها دلالة إحصائية أعلى من ٠/٣.

٥- نتائج البحث

أما متغير الأعمار لأفراد عينة البحث فكانت الأعمار تتراوح بين ١٨ عام و ٦٩ عاماً. فيما يتعلق بمستوى تطوير المنطقة السكنية، يعيش ٤٢.١٪ من المستطلعة آراؤهم في مستوى متطور و ٢٠٪ منهم يعيشون في المستوى النامي. تمت دراسة مستوى تنمية المناطق من حيث العوامل الاقتصادية والثقافية والاجتماعية (عدد المحطات الرياضية والمراكز الثقافية ومساحة الفرد من الحدائق والمساحات التعليمية والصحية)، وتم تحديد تنمية كل منطقة من هذه المناطق التي اختارتها منها أفراد عينة

البحث ظهرت الوفرة التراكمية لعينة البحث القائمة على التعليم أن ما يقارب نصف الأفراد الحاصلون على درجة البكالوريوس. ومتوسط دخل الأفراد-في المجتمع الإحصائي- أكثر من ثلاثة ملايين إلى أربعة ملايين. بلغ متوسط مؤشر الوصول إلى المرافق والمعدات الرياضية بين أفراد عينة البحث ٥٤.٣٪، مما يشير إلى أنّ الوصول إلى المرافق والمعدات الرياضية بلغ درجة "مرتفع إلى حد ما" بين أفراد عينة البحث.

الجدول الرقم ٧: توزيع النسبة المئوية للمتغيرات السياقية والقاعدة الاقتصادية - الاجتماعية

المتغيرات	الصف	الكثرة	النسبة المئوية
الفئة العمرية	١٨-٢٥	٨٨	٢٢/٩
	٢٦-٣٣	٧٩	٢٠/٥
	٣٤-٤١	٧٥	١٩/٥
	٤٢-٤٩	٦٣	١٦/٤
	٥٠-٥٨	٣٩	١٠/١
	٥٩-٦٩	٢٦	٦/٨
المنطقة السكنية	نامية نحو الأسفل	٧٧	٢٠
	متوسطة من حيث التنمية	٧١	١٨/٤
	نامية	٧٥	١٩/٥
	نامية نحو الأعلى	١٦٢	٤٢/١
المرحلة الدراسية	أقل من الدبلوم	٢٦	٦/٢
	الدبلوم	٣٨	٩/٩
	الدبلوم	٣٩	١٠/١
	بكالوريوس	٢١٩	٥٦/٩
	ماجستير	٤٧	١٢/٢
	دكتوراه	٨	١/٢
الدخل	أقل من ١/٢٠٠٠٠٠٠	١٤	٣/٦
	٢/٠٠٠٠٠٠ إلى ١/٢٠٠٠٠٠٠	٤٢	١٠/٩
	٣/٠٠٠٠٠٠ إلى ٢/٠٠٠٠٠٠	٧٥	١٩/٥
	٤/٠٠٠٠٠٠ إلى ٣/٠٠٠٠٠٠	١٠٥	٢٧/٣
	٥/٠٠٠٠٠٠ إلى ٤/٠٠٠٠٠٠	٧٠	١٨/٢
	٦/٠٠٠٠٠٠ إلى ٥/٠٠٠٠٠٠	٢٦	٦/٨
	٧/٠٠٠٠٠٠ إلى ٦/٠٠٠٠٠٠	٢٧	٧

المتغيرات	الصفة	الكثرة	النسبة المئوية
الوصول إلى المرافق والمعدات الرياضية	أكثر من ٧/٠٠٠٠٠٠٠٠	٢٦	٦/٨
	قليل	٢	٠/٥
	قليل إلى حد ما	١٩	٤/٩
	متوسط	١١٠	٢٨/٦
	كثير إلى حد ما	٢٠٩	٥٤/٣
	كثير	٤٤	١١/٤

أظهرت نتائج الاستطلاع في الجدول رقم (٨) حول نسبة اعتماد أفراد عينة البحث من وسائل الإعلام الجماهيرية أنّ ٣٥/٨ بالمئة منهم يتابعون التلفاز في المستوى المتوسط و٤٨/٦ % منهم لا يتابعون الإذاعة أبداً، و٣٤/٨ % يتابعون الصحف والمجلات في المستوى المتوسط، و٣١/٤ % يعتمدون -غالباً- المواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي وذلك للاطلاع على الأخبار ومستجدات الأحداث الرياضية.

الجدول رقم ٨: توزيع النسبة المئوية لاستهلاك وسائل الإعلام الجماعية

نوع وسيلة الإعلام	نسبة اعتماد وسيلة الإعلام	مستوى التواتر	النسبة المئوية
التلفاز	دائماً	٥٢	١٣/٥
	في معظم الأوقات	٨٨	٢٢/٩
	في بعض الأحيان	١٣٨	٣٥/٨
	قلما	٨٣	٥١/٦
	كلا	٢٠	٥/٢
الإذاعة	دائماً	٣	٠/٨
	في معظم الأوقات	١١	٢/٩
	في بعض الأحيان	٤١	١٠/٦
	قلما	١٣١	٣٤
	لا	١٨٧	٤٨/٦
الصحف والمجلات	دائماً	١٥	٣/٩
	في معظم الأوقات	٣٣	٨/٦
	في بعض الأحيان	١٣٤	٣٤/٨
	قلما	١٠٩	٢٨/٣

نوع وسيلة الإعلام	نسبة اعتماد وسيلة الإعلام	مستوى التواتر	النسبة المئوية
الإنترنت والعالم الافتراضي	لا	٨٣	٢١/٦
	دائما	١١٤	٢٩/٦
	في معظم الأوقات	١٢١	٣١/٤
	في بعض الأحيان	٨٦	٢٢/٣
	قلما	٢٦	٦/٨
	لا	٣٥	٩/١

الجدول رقم (٩): يبلغ مؤشر الرغبة إلى الرياضة العامة نحو ٥٠% من أفراد عينة البحث؛ فإتّهم يمارسون الرياضة العامة على مستوى "ضئيل".

الجدول رقم ٩: توزيع النسبة المئوية للميل نحو الرياضة العامة

المتغير	الصف	الكثرة	النسبة المئوية
الميل نحو الرياضة العامة	قليل	١٩٦	٥٠/٩
	قليل إلى حد ما	١٠٣	٢٦/٨
	متوسط	٢٥	٦/٥
	كثير إلى حد ما	٦	١/٦
	كثير	٠	٠

يظهر الجدول رقم ١٠ حول أبعاد أداء وسائل التواصل الاجتماعي، أنّ متوسط العينة بعد الدعاية والإعلان قد بلغ نسبة ٣٧/١% وهذا يدلّ على أنّ النسبة قد بلغت إلى مستوى المتوسط بعد الدعاية والإعلان بين أفراد المجتمع الإحصائي. كما أنّ متوسط البعد التعليمي لوسائل الإعلام بين أفراد عينة البحث قد بلغ ٣٩/٥% وهو أيضاً يظهر أنّ النسبة بلغت المستوى المتوسط. أمّا متوسط الإدارة الشخصية للجسم بين أفراد عينة البحث فقد بلغ ٤٠/٥٨٣ بالمئة وهو يظهر أنّ الإدارة الشخصية للجسم بين أفراد عينة البحث كانت في مستوى "كثير إلى حد ما".

الجدول رقم ١٠: توزيع النسبة المئوية لمتغيرات أبعاد أداء وسائل الإعلام

أبعاد وسيلة الإعلام	التصنيف	الكثرة	النسبة المئوية
	قليل	٥٣	١٣/٨
	قليل إلى حد ما	١٣٦	٣٥/٣

٣٧/١	١٤٣	متوسط	الأخبار والدعاية الرياضية
١٢/٢	٤٧	كثير إلى حد ما	
١/٣	٥	كثير	
١٦/٩	٦٥	قليل	البرامج التعليمية والرياضية
٣١/٤	١٢١	قليل إلى حد ما	
٣٩/٥	١٥٢	متوسط	
١٠/٤	٤٠	كثير إلى حد ما	عرض الإدارة الشخصية للجسم
١/٨	٧	كثير	
٢/١	٨	قليل	
٤/٤	١٧	قليل إلى حد ما	
٢٥/٢	٩٧	متوسط	
٤٠/٣	١٥٥	كثير إلى حد ما	
٢٨/١	١٠٨	كثير	

نتائج تقييم الفرضيات

هناك علاقة بين متغيرات (العمر، والمنطقة السكنية، والمستوى الدراسي، والدخل، وتوفر المرافق الرياضية)

وميل المرأة إلى الرياضة العامة.

يظهر الجدول رقم ١١ أننا وبسبب مستوى فواصل المتغير التابع والمستقل للعمر، اعتمدنا اختبار "بيرسون" وأظهرت النتائج أنه ونظراً إلى أن المستوى الدال (٠.٠٠٠٠) كان أقل من ٥% فيلاحظ وجود علاقة إحصائية دالة بين متغير الرغبة والميل نحو الرياضة وبين العمر وذلك بنسبة معامل ٠/٢٤١ وكان اتجاه العلاقة سلبياً أي كلما ازداد العمر كلما قلت الرغبة بممارسة الرياضة. وقد اعتمدنا اختبار التضامن لرواسبين من أجل دراسة متغير المستوى الدراسي مع متغير الميل والرغبة بالنشاطات الرياضية. أظهرت نتائج هذا الاختبار أنه لا توجد علاقة دالة بين متغير الميل نحو الرياضة وبين متغير المستوى الدراسي. واستناداً إلى النتائج المتحصلة وبسبب المستوى الدلالة الإحصائية (٥%) وجدنا علاقة دالة بين متغير الدخل ومتغير الميل نحو الرياضة، فقد بلغت معامل الارتباط ٠/٢٣٨ وذلك بمستوى ضعيف، لكن عندما يكون الراتب مرتفعاً تزداد الرغبة بممارسة الرياضة أيضاً. كما لاحظنا وجود علاقة بين المنطقة السكنية وبين ميل ورغبة الأفراد إلى ممارسة الرياضة العامة، وقد كانت هذه النسبة من معامل الارتباط ٠/٢٣٤، وعندما تكون جودة ونسبة تقدم المنطقة السكنية عالية يزداد الميل نحو ممارسة الرياضة أيضاً. وكما نلاحظ في الجدول التالي فإن اختبار بيرسون للارتباط لا يؤكد وجود علاقة دالة بين نسبة توفر المرافق والمعدات الرياضية وبين الميل نحو الرياضة. واستناداً إلى النتائج التي حصلنا عليها ومستوى الدال الذي بلغ فوق ٥%، فإن لا توجد علاقة دالة إحصائية بين متغيري توفر المرافق والمعدات الرياضية وبين الرغبة والميل نحو الرياضة.

الجدول رقم ١١: اختبار الارتباط لبيرسون بين متغير السياق ومتغيرات القاعدة الاقتصادية - الاجتماعية وبين ميل النساء نحو الرياضة العامة

الميل نحو الرياضة العامة	معامل الارتباط لبيرسون متغير السياق ومتغيرات القاعدة الاقتصادية - الاجتماعية	
-٠/٢٤١	معامل الارتباط	الفئة العمرية
٠/٠٠٠	المستوى الدال للطرفين	
٣٨٥	العدد	
٠/٢٣٤	معامل الارتباط	المنطقة السكنية
٠/٠٠٠	المستوى الدال للطرفين	
٣٨٥	العدد	
٠/٠٥٠	معامل الارتباط	المستوى الدراسي
٠/١٩٥	المستوى الدال للطرفين	
٣٨٥	العدد	
٠/٢٣٨	معامل الارتباط	الدخل
٠/٠٠٠	المستوى الدال للطرفين	
٣٨٥	العدد	
٠/٠٣٥	معامل الارتباط	الوصول إلى المرافق والمعدات الرياضية
٠/٥٤٧	المستوى الدال للطرفين	
٣٨٥	العدد	

هناك علاقة بين نسبة المتابعة ومشاهدة وسائل الإعلام وبين ميل النساء إلى الرياضة العامة كما يظهر في الجدول رقم ١٢: من أجل تقييم العلاقة بين نسبة مشاهدة وسائل الإعلام وبين ميل النساء نحو الرياضة العامة اعتمدنا اختبار الارتباط "لبيرسون" وأظهرت نتائج هذا الاختبار -ونظراً إلى أن المستوى الدال هو ٥٠% - علاقة بين نسبة المتابعة ومشاهدة وسائل الإعلام وبين ميل النساء نحو الرياضة العامة، وقد بلغت معامل الارتباط في هذا الخصوص ٠/٣٦٧ وكلما ازدادت المتابعة كلما ازداد الميل نحو ممارسة الرياضة العامة.

الجدول رقم ١٢: اختبار ارتباط بيرسون للعلاقة بين مشاهدة وسائل الإعلام وميل النساء إلى الرياضة العامة

الميل نحو الرياضة العامة	الارتباط		ارتباط بيرسون
	معامل الارتباط	نسبة مشاهدة الإعلام	
٠/٥٢١	المستوى الدال للطرفين	٣٦٧	
٠/٠٠٠	العدد		
٣٦٧			

هناك علاقة دالة بين أبعاد أداء وسائل الإعلام وبين ميل النساء نحو الرياضة العامة

من أجل تقييم العلاقة بين أبعاد أداء وسائل الإعلام وبين ميل النساء إلى الرياضة العامة اعتمدنا اختبار الارتباط لبيرسون وأظهرت النتائج أنّ هناك علاقة إيجابية بين كافة أبعاد أداء وسائل الإعلام وبين ميل النساء إلى الرياضة العامة. وفي هذا الخصوص كانت أعلى معامل الارتباط هي بعد الدعاية والإعلان حيث بلغت ٠/٤٦١. أمّا أقلّ معامل الارتباط فهي التي جاءت بعد الإدارة الشخصية على الجسم حيث بلغت ٠/١٧٧.

الجدول رقم ١٣: اختبار ارتباط العلاقة بين أبعاد أداء وسائل الإعلام وميل النساء للرياضة العامة

الميل نحو الرياضة العامة	ارتباط بيرسون		أبعاد أداء وسائل الإعلام
	معامل الارتباط	المستوى الدال للطرفين	
٠/٤٦١	المستوى الدال للطرفين	٣٨٥	الدعاية والإعلان
٠/٠٠٠	العدد		
٣٨٥			
٠/١٧٧	المستوى الدال للطرفين	٣٨٥	الإدارة الشخصية على الجسم
٠/٠٠١	العدد		
٣٨٥			
٠/٣٣٤	المستوى الدال للطرفين	٣٨٥	التعليم
٠/٠٠٠	العدد		
٣٨٥			

نموذج التوفيق بين العوامل المحددة للرغبة في ممارسة الرياضة

من أجل تقييم النموذج المحدد لمتغيرات الميل نحو الرياضة اعتمدنا نموذج تحليل الارتباط المتزامن^١. في هذا النوع من التحليل تدخل كافة المتغيرات بشكل مستقل ومتزامن إلى النموذج لكي يعرف تأثير جميع المتغيرات الهامة وغير الهامة على المتغير التابع. وهنا تدخل هذه المتغيرات كلها في مرحلة واحدة وحسب ترتيب الحد الأدنى من درجة التفاوت إلى التحليل. في نموذج الانحدار أو تحليل الارتباط لهذه الدراسة، تم عكس جميع المتغيرات المستقلة المأخوذة من الأسس النظرية والتجريبية وإدخالها في النموذج.

الجدول رقم ١٤: معامل الارتباط لجميع التباينات الموضحة وإحصائيات كاميرا واتسون لنموذج الانحدار للمتغير للميل نحو الرياضة

النموذج	R	معامل التبيين	معامل التبيين المعدلة	خطأ المعيار	كاميرا واتسون
١	٠/٧٢٩	٠/٥٣١	٠/٥٠٢	٧/٤٢٠	١/٨٧

يظهر لنا من خلال الجدول رقم ١٤ بأنّ المعامل الأخيرة لنموذج الارتباط المتعدد الجهات يعادل نسبة ٠/٧٢٩. $M.R=$ و يكون مجذوره أي معامل التبيين يعادل ٠/٥٣١ و معامل التبيين المعدل يعادل ٠/٥٠٢. إنّ مستوى معامل التبيين أو التباين المحدد من قبل المتغيرات المستقلة في النموذج تجاه متغير الميل نحو الرياضة بلغ ٠/٥٣ و هذه النتيجة تظهر لنا أنّ مجموع المتغيرات المستقلة المتبقية في النموذج، استطاعت أن تشرح نصف تباين متغير الميل نحو الرياضة.

الجدول رقم ١٥: نتائج اختبار f للدلالة على نموذج الارتباط للمتغير الميل نحو الرياضة

النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F	المستوى الدال
١	٢٠٢١٧/٢٠٠	١١	٢٠٢١/٧٢٠	٣٤/٧٦	٠/٠٠٠
	١٦٦٣٢/٢٥٧	٢٨٦	٥٨/١٥٥		
المجموع	٣٦٨٤٩/٤٥٧	٢٩٦			

إنّ الإحصائيات الموضوعة في الجدول رقم ١٥ تظهر أنّ المتغيرات المحددة تستطيع بشكل دال أن تتوقع تغييرات المتغير التابع. إنّ مستوى الدال لكمية F يظهر أن احتمالية أن تكون هذه العلاقة قد ظهرت عن طريق الصدفة تبقى احتمالية

1. Enter Method

ضعيفة؛ أي أن العلاقة بين المتغيرات التابعة والمتغيرات المستقلة لا يمكن أن تكون عشوائية.

الجدول رقم ١٦: الإحصائيات المتعلقة بالمتغيرات المستقلة التي دخلت إلى النموذج وبقيت فيه

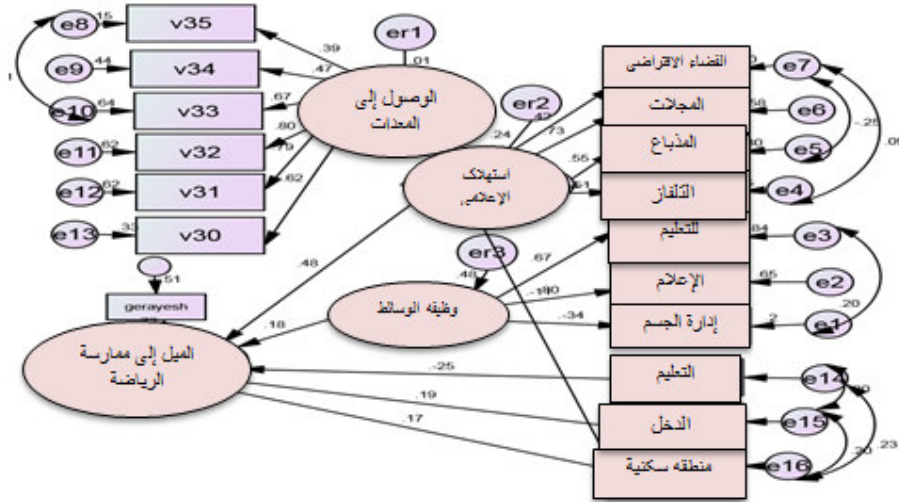
Sig.	T	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model
		Beta	Std. Error	B	
٠/٠١	٢/٥٩٦		٨/٠٤٦	٢٠/٨٩٢	نقطة التقاطع
٠/٩٣٣	-٠/٠٨٥	-٠/٠٠٧	٠/٠٧٣	-٠/٠٠٦	العمر
٠/٠٠٧	-٢/٧١٩	-٠/١٤٨	٠/٧١٢	-١/٩٣٧	المستوى الدراسي
٠/٠٢٧	٢/٢٣٦	٠/١٢٥	٠/٣٠٩	٠/٦٩	الدخل
٠/٠٧٩	١/٧٦٥	٠/٠٩٨	٠/٥٢٥	٠/٩٢٧	المنطقة السكنية
٠/٩٨١	-٠/٠٢٤	-٠/٠٠١	٠/١٥٩	-٠/٠٠٤	توفر المرافق والمعدات الرياضية
٠/٠٥٥	١/٩٣٣	٠/١٢٣	٠/٢٢٧	٠/٤٣٨	حجم مشاهدة الإعلام
٠/٠٠١	٣/٥٠١	٠/٢٣٣	٠/٢١٣	٠/٧٤٥	أداء وسائل الإعلام

كشف الجدول رقم ١٦ بأن الإحصائيات المتعلقة بالمتغيرات المستقلة التي دخلت في النموذج ولم تخرج، بأن متغيرات أداء وسائل الإعلام مع معيار بيتا ٠/٢٣٣ له تأثير سلبي دال على متغير الميل إلى الرياضة، لكن متغير الدخل مع معيار بيتا ٠/١٤٨ وتأثير سلبي دال على متغير الميل نحو الرياضة. كما كان متغير الدخل مع معيار بيتا ٠/١٢٥ له تأثير سلبي دال على متغير الميل نحو الرياضة (أي كلما زاد الدخل درجة يؤثر في متغير الميل نحو الرياضة بنسبة ١٢% في نموذج البحث الحالي)، ومتغير حجم مشاهدة وسائل الإعلام مع معيار بيتا ٠/١٢٣ له تأثير سلبي دال على متغير الميل نحو الرياضة (أي كلما زاد متغير حجم مشاهدة وسائل الإعلام درجة يؤثر على متغير الميل نحو الرياضة بنسبة ١٢% في نموذج البحث الحالي).

نموذج المعادلة الهيكلية

الغرض من نمذجة المعادلة الهيكلية هو توفير اختبار كمي لنموذج نظري افتراضي. يسمح هذا النموذج للباحث بالنمذجة الإحصائية واختبار الظواهر المعقدة (قاسمي، ١٣٩٢، ٢٣-٣٠). ولفهم المؤشرات الملائمة سنقوم برسم نموذج معادلة بنوية باستخدام برنامج AMOS.

الرسم البياني رقم ٦: النموذج النهائي للبحث



الجدول رقم ١٧: المؤشرات الأخيرة لتوفيق نموذج البحث

المؤشرات	النطاق المقبول	التقدير
مربع كاي النسبي	CMIN/DF	١ إلى ٥
مؤشر الملاءمة الطبيعي	NFI	٠.٩٠ إلى ١
مؤشر الملاءمة التطبيقي	CFI	٠.٩٠ إلى ١
الجذر التربيعي لخطأ التقدير	RMSEA	أقل من ٠.٩ أو ٠.٠٩

في الشكل رقم ٦ أوردنا عدداً من أهم معايير التوفيق وتفسيرها وبيان حجمها في نموذج البحث المفترض. بشكل عام يمكن لنا القول إن معظم مؤشرات التوفيق في النموذج هي مقبولة، وعلى هذا الأساس فإن النموذج المرسوم هو نموذج يمكن من خلاله تطبيق بياناتنا النظرية، بعبارة أخرى فإن بياناتنا التجريبية يمكن دعمها بالنظريات في هذا المجال.

٦- مناقشة النتائج

إن الإذاعة والتلفزيون هي أهم وسائل الاتصال التي لها قدرة كبيرة بين شرائح المجتمع. وإن مكانة التلفزيون وتأثيره في عالم اليوم واضح، ولا يمكن إنكار دوره في تثقيف وتوجيه وتقوية الرأي العام ولا سيما توجهات النساء واهتماماتهن. إن وسائل الإعلام -عموماً- لها وظائف سياسية واجتماعية وثقافية مختلفة، كما أنّ تطور وسائل الإعلام أصبح كبيراً للغاية بحيث

يمكن اعتبار رجل اليوم هو رجل إعلامي والثقافة الجديدة هي حصيلة الدعاية الإعلامية. ومن جانب آخر تتمتع الرياضة كإحدى القضايا الثقافية والاجتماعية العامة بأهمية خاصة في المجتمعات المختلفة. تلعب وسائل الإعلام دوراً مهماً في انتشار الرياضة وتنميتها.

أما من حيث متغير العمر فإنّ متوسط عمر الأفراد الذين تمّ استطلاع آرائهم ضمن هذه الدراسة فكانت تتراوح بين ١٨ و ٦٩ سنة، ومتوسط عمر الأفراد ٣٦.٨٥ سنة. أظهر التوزيع التكراري التراكمي للعينة على أساس التعليم أن ما يقارب نصف أفراد العينة حاصلون على درجة البكالوريوس. ويبلغ متوسط دخل هؤلاء الأفراد أكثر من ثلاثة ملايين إلى أربعة ملايين.

فيما يتعلق بمستوى تطوير المنطقة السكنية، يعيش ٢٠٪ من المستطلعين على المستوى النامي المائل نحو الأدنى و ١٨/٤٪ منهم يعيشون في المستوى النامي، و ١٩/٥٪ والمستوى النامي و ٤١/١٪ في المستوى النامي و ٣٠٪ يعيشون في المستوى الثقافي المتطور.

إنّ تحليل إحدى المتغيرات على مؤشر حجم مشاهدة وسائل الإعلام يظهر أن متوسط هذا المتغير في النموذج الإحصائي قد بلغ ٤٣/٥٤ أي أن نسبة مشاهدة أنواع وسائل الإعلام بين أفراد عينة البحث كانت في المستوى المتوسط. ومتوسط هذا المتغير في النموذج الإحصائي قد بلغ ٢٨/٧٣ وهذا يظهر أنّ الميل نحو الرياضة بين أفراد عينة البحث كانت في مستوى " قليل إلى حد ما". ومتوسط هذا المتغير في النموذج الإحصائي للبحث بلغ ٦٥/٨٣ وهو يدلّ على أنّ متوسط توفّر أفراد عينة البحث للمرافق والمعدات الرياضية كانت في مستوى "كثير إلى حد ما". أمّا متوسط متغير الدعاية والإعلان لوسائل الإعلام بين أفراد عينة البحث بلغ ٤٠/٥٧ وهو يشير إلى أنّ متوسط الدعاية والإعلان بين أفراد عينة البحث ظهر في المستوى المتوسط. وكان متوسط المتغير التعليمي في النموذج الإحصائي للبحث بلغ ٤٠/٦٨ وهو يشير إلى أنّه كان البعد التعليمي للإعلام لأفراد عينة البحث في المستوى المتوسط. وأخيراً متوسط متغير الإدارة الشخصية على الجسم بلغ في النموذج الإحصائي للبحث ٧٠/٥٨ ويظهر أنّ مستوى السلطة للنساء بين أفراد عينة البحث كانت في خانة "كثير إلى حد ما".

في كل بحث وعلى الرغم من أن محاولات التأكد من صحة الفرضيات والعلاقة بين المتغيرات تعد من أهم أقسام البحث إلا أنّ أدلة إثبات أو رد الفرضيات في النموذج الإحصائي يتمتع بنفس الأهمية -أو أهم- بالنسبة إلى المحاولات الرامية إلى التأكد من صحّة الفرضية أو عدمها.

توصل بالارد وزملاؤه ١٤ (٢٠٠٩م) في بحث لهم إلى أنّ اعتماد وسائل الاتصال الجماهيرية تتحمل مستويات من هداية وإرشادات التدريبات. في الواقع إنّ المتابعة والمشاهدة المنتظمة لوسائل الإعلام تعد أفضل أداة إرشادية للتدريب. أمّا البحث الذي قام به هنري وزملاؤه (١٣٩١) فإنّهم قدموا أربع آليات لوسائل الإعلام الجماهيرية في مجال البطولات الرياضية وهي البعد الإعلاني والدعائي؛ كل ذلك بعد المشاركة الاجتماعية والتعليم والتثقيف. أظهرت نتائج هذا البحث

بأنّ عوامل التغطية الإخبارية المطلوبة للمباريات والبطولات والأحداث الرياضية لها أن تترك تأثيراً ملحوظاً على حضور الرياضيين في المباريات الداخلية وخلق دافع لرفع مستوى المهارات وتحسين أداء الرياضيين وامتلاك رؤية وطنية وتجنب القضايا التي تعارض مع المصالح الوطنية لقطاع الرياضة في البلاد، وهذه المسائل لها معدلات عالية وتتأثر حسب الترتيب بأداء الدعاية الإعلانية والمشاركة الاجتماعية والتعليم والتنقيف. وفي بحث لصادقيان (١٣٩٠ش) أظهرت النتائج أن وسائل الإعلام الجماهيرية تؤثر على ميل الناس وتوجههم نحو الرياضة العامة في همدان والتوعية وتعريف الناس بفوائد الرياضة العامة من أهم الأدوار التي تلعبها وسائل الإعلام، فيما كان أقل دور لوسائل الإعلام هو الدعاية ونقل المعلومة حول الرياضة العامة والمؤتمرات التي تجري في هذا الخصوص. أما يميني فيروز وزملاؤه فناقشوا في بحث (١٣٩٢ش) لهم بعنوان "دور وسائل الإعلام الجماعية في التنمية الرياضية العامة"، تأثير الدعاية الإعلانية والتعليم الإعلامي وأكدوا على أهمية هذا الجانب في حثّ الناس على الرياضة العامة.

أظهرت النتائج في هذه الدراسة أنّ هناك علاقة إيجابية دالة بين معظم أبعاد مهام وسائل الإعلام والميل إلى ممارسة الرياضة بكثافة متوسطة. وكان البعد الإعلاني والدعائي يمتلك أكثر نسبة من معامل الارتباط فيما كانت الإدارة الشخصية على الجسم أقل نسبة في معامل الارتباط. وأظهرت نتائج المعادلات الهيكلية أنّ فاعلية الإعلام تفسر حوالي ٤٦.٠٪ من تباين الميل والتوجه نحو الرياضة.

أما هنري وزملاؤه (١٣٨٩ش) فأجروا بحثاً بعنوان "دور اختيار المكان والفضاءات الرياضية في التوزيع العادل للمراكز الرياضية والتنمية المستدامة للمدينة والرياضة" وخلصوا فيه إلى أنه بالنظر إلى دور الرياضة وأهميتها في نشاط المجتمع وحيويته، يعد التوزيع العادل للمرافق الرياضية له أهمية خاصة. وقامت مدرسة هونغ كونغ للتربية البدنية وعلوم الرياضة (٢٠٠٨م) في دراسة بفحص أنماط مشاركة سكان هونغ كونغ في الأنشطة البدنية، وكشفت النتائج أنّ معظم عينات البحث تظهر أنّ تعزيز الإعلان الإعلامي وزيادة المرافق الرياضية في المجتمع وتشكيل المزيد من الفصول التعليمية وتعزيز اللياقة البدنية في المدارس هي طرق لتعزيز الرياضة العامة.

لكن في هذه الدراسة لم يتم تأكيد العلاقة بين متغير توفّر المرافق والأدوات الرياضية والرغبة إلى الرياضة.

وتوصل نوروزي وزملاؤه (١٣٩٧ش) في بحثهم الذي حمل عنوان "دراسة تأثير العرض الجسمي وإدارة الجسم على مشاركة نساء إيلاام في الفعاليات الرياضية"، إلى أن متغيري عرض الجسم وإدارة الجسم ومؤلفاتهما قد فسرا بشكل إجمالي تباين المشاركة الرياضية للنساء في مستوى 56/0 الدال إحصائياً. في البحث الراهن قد بلغت الإدارة الشخصية على الجسم لمعامل الارتباط مع الميل إلى الرياضة نسبة ١٧٧/٠.

أما كوكولاكيس وهالام (٢٠١١م): فقارنوا في بحث بعنوان "تحليل العوامل المؤثرة على المشاركة في الفعاليات الرياضية في إسبانيا وبريطانيا" أدوار المتغيرات الاجتماعية والسكانية والاقتصادية والتعليمية على المشاركة في الفعاليات والنشاطات الرياضية في هذين البلدين الأوروبيين. أظهرت نتائج البحث بأنّ مستوى الدراسة العالية والوظيفة الاحترافية وعامل الشباب

وعامل الجنس (أن يكون الشخص ذكراً) لها علاقة مع زيادة النشاط الرياضي. أما أمبوفر (٢٠٠٣) فدرس في بحث يحمل عنوان "تأثير العوامل الديمغرافية كالسن والمستوى الدراسي والجنس والوظيفة والحالة الاجتماعية والدخل والعرق على نسبة الوعي في ماليزيا. كما ناقش البحث تأثير هذه العوامل على المشاركة في الرياضة الترفيهية. وكانت نتائج البحث كما يلي:

أ) واجه الرجال بشكل ملحوظ عوائق أكثر مقارنة مع النساء خلال النشاط الرياضي

ب) الفئات العمرية فوق ٢٦ سنة واجهت مشاكل أكثر.

ج) المتزوجون واجهوا مشاكل أكثر مقارنة مع العزاب.

د) الأشخاص ذوي الشهادات الصغيرة مقارنة مع الحائزين على الشهادات العليا واجهوا مشاكل وعراقيل أكثر كما أنّ الأشخاص الذين يعملون في المشاغل الحرة أو غير الشاعلين واجهوا مشاكل أكثر مقارنة مع العاملين والموظفين.

في البحث المذكور تم تأييد العلاقة بين الفئة العمرية وبين الدخل مع الميل نحو الرياضة إلا أنّ الدراسة لم تؤيد وجود علاقة إحصائية دالة بين مستوى الدراسة وبين الميل نحو ممارسة الرياضة.

نموذج الانحدار للعوامل المحددة لمتغير التوجه والميل نحو الرياضة

إنّ نسبة معامل التباين الذي أفرزته المتغيرات المستقلة في النموذج من متغير الميل إلى الرياضة يبلغ نسبة ٥٣/٠، وهذه النتيجة تدل على أنّ مجموع المتغيرات المستقلة المتبقية في النموذج استطاعت أن تفسر نصف التباين لمتغير الميل نحو الرياضة.

أظهرت النتائج بأنّ متغيرات أداء وسائل الإعلام مع معيار بيتا ٢٣٣/٠ له تأثير سلبي دال على متغير الميل إلى الرياضة وهو أكثر تأثير دال إحصائياً، وبعد ذلك يكون حسب الترتيب لدى متغير المستوى الدراسي معيار بيتا ١٤٨/٠ بتأثير سلبي دال على متغير الميل إلى الرياضة، ومتغير الدخل مع معيار بيتا ١٢٥/٠ وتأثير سلبي دال على متغير الميل نحو الرياضة (أي كلما زاد الدخل درجة يؤثر على متغير الميل نحو الرياضة بنسبة ١٢% في نموذج البحث الحالي)، ومتغير حجم مشاهدة وسائل الإعلام مع معيار بيتا ١٢٣/٠ له تأثير سلبي دال على متغير الميل نحو الرياضة (أي كلما زاد متغير حجم مشاهدة وسائل الإعلام درجة يؤثر على متغير الميل نحو الرياضة بنسبة ١٢% في نموذج البحث الراهن). أما سائر المتغيرات في البحث فلم يكن له تأثير دال إحصائياً على المتغير التابع.

ملخص خلق النماذج للمعادلات الهيكلية لعوامل الرغبة إلى الرياضة

تشير مؤشرات التقييم لمجمل النموذج النهائي للمعادلة الهيكلية، مع الأخذ في الاعتبار النطاق الأمثل لهذه المؤشرات، بشكل عام، إلى أن النموذج النظري الذي طورته بيانات البحث مدعوم -جزئياً- وأنّ النموذج مناسب بشكل مقبول.

تظهر التأثيرات الإجمالية للمتغيرات (تأثيرات مباشرة + تأثيرات غير مباشرة) في الوضع المعياري (B) بأن متغير مشاهدة وسائل الإعلام له أعلى نسبة (٥٨٪) من التأثيرات العامة على الميل نحو ممارسة الرياضة.

إنّ متغيرات الدخل ومستوى التطور الثقافي للمنطقة السكنية - ككل - لها تأثير إيجابي بنسبة ٢٨٪ على الميل لممارسة الرياضة. وبلغت التأثيرات الإجمالية لأبعاد أداء وسائل الإعلام على الميل نحو ممارسة الرياضة ١٧٪. كما أظهرت النتائج أنّ دخل الأسرة له تأثير إيجابي على دعم الأسرة للرياضة بنسبة ٢٠٪. ومن النتائج المهمة للدراسة هي أنّ متغير الوصول إلى المرافق والمعدات الرياضية لم يكن له تأثير كبير على الميل نحو ممارسة الرياضة لدى النساء الدارسات والمتعلمات، وكان تأثير وسائل الإعلام أكثر من خلال مقدار استهلاك ومتابعة وسائل الإعلام مقارنة مع تأثير أبعاد وسائل الإعلام.

المصادر والمراجع

١. آقاجاني، نوشين، نادري نجاد، بريشهر. (١٣٩٠ش). "دراسة دور وسائل الإعلام الجماعية والإذاعة والتلفزيون في نشر ثقافة الرياضة العامة"، فصلية الثقافة والاتصالات، الدور ١، الرقم ١، صص ١٣٩-١٦٧.
٢. اميني، حجت الله، و ميني كشه. (١٣٩٣ش). "دراسة تأثير التعليم عبر وسائل الإعلام المرئية على تطوير مستوى توجه النساء نحو النشاطات الرياضية"، فصلية الإدارة والاتصالات في وسائل الإعلام الرياضية، الرقم ٣، صص ٢٥-٣٠.
٣. رضوى، سيد محمد حسين، قاسمى، مرتضى، سياني، مجتبي. (١٣٩٤ش)، "دور وسائل الإعلام في توجه الناس إلى الرياضة العامة مع التركيز على اللياقة البدنية (مدينة بابلسر نموذجاً)"، البحوث التوظيفية في الإدارة الرياضية، العام ٤، الرقم ١، صص ٧١-٨٠.
٤. روشندل اربطاني، طاهر. (١٣٨٦ش). "تبيين مكانة وسائل الإعلام الجماهيرية في أسسة الرياضة العامة في البلاد"، مجلة الحركة، الرقم ٣٣، صص ١٦٥-١٧٧.
٥. شعباني، عباس. رضايي صوفى، مرتضى. (١٣٩٤ش). "تأثير وسائل الإعلام على الرياضة العامة والترفيه"، فصلية الإدارة والاتصالات في وسائل الإعلام الرياضية، السنة ٣، تسلسل ٩، خريف ١٣٩٤، صص ٢٤-٢٩.
٦. عرب نرمي، بتول. (١٣٩٥ش). "تلفزيون الرياضة في الحياة اليومية (تحليل علاقة الإعلام والرياضة في إيران، مجلة الإدارة الرياضية، مهر وآباد، الدورة الثامنة، الرقم ٤، صص ٦٠٣-٥٨٩).
٧. صادقبان، زهرا. (١٣٩٠ش). "دراسة دور وسائل الإعلام الجماهيرية في ميل الناس إلى الرياضة العامة في همدان"، رسالة ماجستير في التربية الجسمية، جامعة مازندران.
٨. عادلخاني، أمين وزملاؤه (١٣٩١ش). "الطاقة الثقافية للمشاركين في الرياضة العامة (التشريع والحلول)، فصلية البرلمان والاستراتيجية، الدورة ١٩، الرقم ٦٩، صص ٥-٣٢.
٩. فرامرزياني، سعيد، غفارى، آذر. (١٣٩٦ش). "تأثير مشاهدة الإعلام الجماهيري على إدارة الجسم (الشباب في مدينة أرومية نموذجاً)، فصلية العلوم الاجتماعية في كلية الآداب والعلوم الإنسانية لجامعة فردوسي في مشهد، خريف وشتاء، صص ١٤٠-١١٧.

١٠. فاتحي، ابوالقاسم، اخلاصي، ابراهيم. (١٣٨٧ش). "إدارة الجسم وعلاقته بالتقبل الاجتماعي لحقوق الجسم، النساء في مدينة شيراز نموذجاً، دراسات النساء الاستراتيجية، (كتاب النساء)، الدورة ١١، الرقم ٤١، صص ٩-٤٢.
١١. قاسمي، حميد، فراهاني، ابوالفضل، شاكري، زهرا، حسيني، سيد سعيد. (١٣٩٢ش). "تحليل محتوى البرامج الرياضية في إعلام المحافظات مع التركيز على تغطية رياضة النساء"، إدارة الاتصالات في وسائل الإعلام الجماهيرية، السنة ١، الرقم ٢، صص ٣٠-٢٣.
١٢. غائبي، عباسعلي. (١٣٨٧). "رؤية الرياضة العامة"، فصلية تنمية وتعليم التربية الجسمية، الرقم ٢٨، صص ٢١-٣٤.
١٣. منظمي، مريم. علم، شهرام، شتاب بوشهري، سيده ناهيد. (١٣٩٠ش). "تحديد العوامل المؤثرة على تطوير التربية الجسمية ورياضة النساء في الجمهورية الإسلامية الإيرانية"، الإدارة الرياضية، الرقم ١٠، صص ١٦٨-١٥١.
١٤. مهدويان مشهدى، مريم، همتى نژاد، مهر على، احمدى، عبدالحميد، احسانى، محمد. (١٣٩١ش). "مقارنة بين الوضع المطلوب لدور الإذاعة والتلفزيون والصحف في مجال الرياضة مع الوضع الحالي من وجهة نظر الخبراء"، فصلية البحوث الاتصالية، السنة ١٩، الرقم ٦٩، صص ٥٣-٣٩.
١٥. مظفرى، سيد أمير أحمد، قره، محمد على. (١٣٨٦ش). "واقع الرياضة العامة في إيران ومقارنتها مع عدد الدول في العالم"، فصلية العلوم الحركية والرياضة، الرقم ٦، صص ١٥١-١٧١.
١٦. ميرزايى، جهان بين، احمدى، سجاد، لرستانى، اكبر. (١٣٩٤ش). "تحليل مستوى مناطق مدينة طهران من الناحية الاقتصادية"، فصلية اقتصاد الإدارة المدنية، الرقم ١١، صص ٧٧-٥٩.
١٧. نوروزى، على. (١٣٩٧ش). "دراسة تأثير العرض الجسمي وإدارة الجسم على مشاركة النساء في الرياضة في محافظة إيلام"، مجلة علم الاجتماع الوظيفي، جامعة أصفهان، المقالة ٧، الدورة ٢٩، الرقم ٤، الرقم التسلسلي ٧٢، شتاء ١٣٩٧، صص ٩٩-١٢٢.
١٨. هنرى، حبيب. أحمدى، سيد عبدالحميد. مرادى، مهدى. (١٣٩١ش). "دراسة الدور الرباعي لوسائل الإعلام الرياضية في تطوير بطولات الرياضة"، مجلة دراسات الإدارة الرياضية، الرقم ١٥، خريف ١٣٩١، صص ١٥٨-١٤٥.
19. Abioye, Ajibola, Kaveh Hajifathalian, and Goodarz Danaei. 2013. "Do mass media campaigns improve physical activity? A systematic review and meta-analysis." Archives of Public Health 71 (1): 20. Do I :10.1186/0778-7367-71.
20. Ballaard, M. and Gray, M. and Reilly, J. and Noggle, M. (2009).
21. Boise, Jo Ann. Walter, Sarah (2013). Gender Representation in 2010 NCAA Division I [21] Media Guides:" The Battle for Equity was only Temporarily Won", Journal of Issues in Intercollegiate Athletics, 6.
22. Elijah. Peter, W. Mwisukha, A. (2011). "The influence of mass media in socialization into sport of Kenya secondary school athletes", *International Journal of Current Research*, no.3.

23. Farzalipour, Salman, Aklan, Cengiz (2012). "The Role of Mass Media in Women's Sport". *European Journal of Sports and Exercise Science*. 1(1): PP-C-B.
24. Gulam Afaid (2016) Role of mass media in sports communication *International Journal of Advanced Educational Research* ISSN: 2455-6157; Impact Factor: RJIF 5.12, www.educationjournal.org Volume 1; Issue 5; September 2016; Page No. 51-53
25. Honey Bourne, J. Hill, M. Moors, H. (2000). *Physical Education and Sport*, Stanley Thorne's 2. ND ED.
26. Ritzer, George. (2011). *Sociological Theory*. Eighth Edition. New York: McGraw-Hill
27. Lisec John Phillip S. (2010). "Gender inequality in the new millennium :A narrative analysis of WNBA representations in the new media, department of Kinesiology and Health Miami University
28. Smith B, J. & Bonfiglioli C, M, F. (2015). "Physical activity in the mass media: an audience ". *HEALTH EDUCATION RESEARCH*, 30 (2), 359-369.
29. Sabo, D. & Veliz ,P. ,(2018). *Go out and play, Youth sport in America , women sport foundation*

Reference

- [1] Aghajani, Noushin. Naderinejad, Parichehr, (2011). 'Study of the role of mass media of radio and television publications in spreading the culture of public sports'. *Culture and Communication Quarterly*, Vol. 1, No. 1, Pp. 139-167.
- [2] Amini, Hojjatullah. And Mobini Kash, (1393). 'Investigating the effect of education through visual media in promoting women's inclination to sports activities'. *Journal of Management and Communication in Sports Media*, No. 3, Pp. 25-30.
- [3] Razavi, Seyed Mohammad Hussein. Qasemi, Morteza Siani, Mojtaba, (1394). 'The role of mass media in people's tendency to public sports with emphasis on physical fitness (Case study: Babolsar city)'. *Applied Research in Sports Management*, Fourth Year, No. 1, Pp. 71-80.
- [4] Roshandel Arbatani, Tahir, (1386). 'Explaining the position of mass media in institutionalizing public sports in the country'. *Journal of Movement*, No. 33, Pp. 165-177.
- [5] Shabani, Abbas Rezaei Sufi, Morteza, (1394). 'The Impact of Media on Public Sports and Recreation'. *Communication Management in Sports Media*. Third Year, Fall 2015, 24-29.
- [6] Arab Nermi, Batool, (1395). 'Sports TV in Everyday Life (Analysis of the Link between Media and Sports in Iran)'. *Sports Management*. October and

- November. Vol. 8, No. 4, Pp. 603-589.
- [7] Sadeghian, Zahra, (1390). 'Study of the role of mass media in the tendency of the people of Hamedan to public sports'. Master Thesis in Physical Education. Mazandaran University.
- [8] Adelkhani, Amin et al., (2012). 'Cultural Capital of Participants in Public Sports (Policies and Strategies)'. parliament and Strategic Quarterly. Vol.19, No. 69, Pp. 5-32.
- [9] Faramarziani, Saeed Ghaffari, Azar, (1396). 'The effect of mass media consumption on body management (a study of young people living in Urmia'. *Quarterly Journal of Social Sciences*, Faculty of Literature and Humanities, Ferdowsi University of Mashhad. Autumn and Winter, Pp. 140-117.
- [10] Fatehi, Abu al-Qasim Sincerity, Ibrahim, (1387). 'Body management and its relationship with body social acceptance, a case study of women in Shiraz. Strategic studies of women (Women's Book)'. Vol.11, No. 41.
- [11] Qasemi, Hamid Farahani, Abolfazl Shakeri, Zahra Hosseini, Seyed Saeed, (1392). 'Analysis of the content of sports programs of provincial TV with emphasis on women's sports coverage'. *Communication Management in Mass Media*. First Year, No. 2, Pp. 30-23.
- [12] Gaini, Abbas Ali, (2008). 'Perspectives of public sports'. *Quarterly Journal of Development and Physical Education*. No. 28, Pp. 21-34.
- [13] Nezami, Maryam. Alam, Shahram. Shtab Bushehri, Seyede Nahid, (1390). 'Determining the effective factors on the development of women's physical education and sports in the Islamic Republic of Iran'. *Sport Management*. No. 10, Pp. 168-151.
- [14] Mahdavian Mashhadi, Maryam. Hemmatinejad, Mehr Ali. Ahmadi, Abdul Hamid Ehsani, Mohammad, (2012). 'Comparison of the favorable situation of the role of radio, television and press in women's sports from the perspective of experts.' *Journal of Communication Research*. Year 19. No. 69, Pp. 53-39.
- [15] Mozaffari, Seyed Amir Ahmad Qarah, Mohammad Ali, (2007). 'The state of public sports in Iran and its comparison with some selected countries in the world'. *Quarterly Journal of Motor and Sports Sciences*. No. 6, Pp. 151-171
- [16] Mirzaei, Jahanbin. Ahmadi, Sajjad Lorestani, Akbar, (2015). 'Spatial analysis of the levels of economic enjoyment of metropolitan areas of Tehran'. *Journal of Urban Management Economics*. No. 11, Pp. 77-59.
- [17] Norouzi, Ali, (1397). 'Study of the effect of body image and body management on women's sports participation in Ilam province', *Applied Sociology*, University of Isfahan. Article 7, Vol. 29, No. 4, Winter 1397, Pp. 99-122.
- [18] Honary, Habib Ahmadi, Sayed Abdul Hamid Moradi, Mehdi, (2012). 'Study of

- the four roles of sports media in the development of championship sports'. *Sports Management Studies*, No. 15, Fall 2012, pp. 158-145
- [19] Abioye, Ajibola , Kaveh Hajifathalian, and Goodarz Danaei, (2013). 'Do mass media campaigns improve physical activity?a systematic review and meta-analysis.' *Archives of Public Health* 71 (1): 20. Do I :10.1186/0778-7367-71.
- [20] Ballaard, M. and Gray, M. and Reilly, J. and Noggle, M., (2009).
- [21] Boise, Jo Ann. Walter, Sarah, (2013). Gender Representation in 2010 NCAA Division I [21] Media Guides:" The Battle for Equity was only Temporarily Won", *Journal of Issues in Intercollegiate Athletics*, 6.
- [22] Elijah. Peter,W.Mwisukha, A.,(2011). 'The influence of mass media in socialization into sport of Kenya secondary school athletes', *International Journal of Current Research*, No.3.
- [23] Farzalipour, Salman, Aklan, Cengiz, (2012). 'The Role of Mass Media in Women's Sport'. *European Journal of Sports and Exercise Science*. 1(1).
- [24] Gulam Afaid(2016). 'Role of mass media in sports communication', *International Journal of Advanced Educational Research* ISSN: 2455-6157; Impact Factor: RJIF 5.12,www.educationjournal.org Volume 1; Issue 5; September 2016; Pp. 51-53
- [25] Honey Bourne, J. Hill, M. Moors, H., (2000). *Physical Education and Sport*, Stanley Thorne's 2. ND ED.
- [26] Ritzer, George, (2011). *Sociological Theory*. Eighth Edition. New York: Mcgraw-Hill
- [27] Lisec John Phillip S.(2010). 'Gender inequality in the new millennium:A narrative analysis of WNBA representations in the new media', Department of Kinesiology and Health Miami University
- [28] Smith B,J. & Bonfiglioli C,M,F., (2015). 'Physical activity in the mass media: an audience'. *Health Education Research* 30 (2), Pp. 359–369.
- [29] Sabo, D. & Veliz,P. ,(2018). 'Go out and play, Youth sport in America', *Women Sport Foundation*.

Designing a Model of Women's Orientation Towards Public Sports with Emphasis on the Role of Mass Media

Zohreh Mohammadi¹, Afsaneh Tavassoli^{2*}, Mozaffaruddin Shahbazi³

1. Department of Sociology, Islamic Azad University, Central Tehran Branch, ,Tehran, Iran
2. Department of Women and Family Studies, Faculty of Social Sciences Economics, Alzahra University, Tehran, Iran.
3. Department of Sociology, Islamic Azad University, Zanzan Branch, Zanzan, Iran

Abstract

Considering the effect of sports on different aspects of individual and social life and its importance at the national level, the present study seeks to examine the role of mass media (radio, television, magazines and internet) in the tendency of women in Tehran. The research method is based on survey and questionnaire data collected from the women statistical society of Tehran. For that matter, 384 people were selected by multi-stage cluster sampling. They were those practicing in public parks and sports clubs in different part of Tehran. The main method in data analysis was Pearson and structural equation modeling and factor analysis with SPSS and AMOS software. Giddens and Budrillard were taken into account to explain the subject in a theatrical framework. The results show that there was a relationship between variables (age and level of development of residential area and women tendency to public sports, but there was no relationship between (academic levels, access to of sports facilities). The results also show that there was a direct and significant relationship between the dimension of media function (education, information and advertising, personal body management) and the tendency to public sports, among which information and advertising have the highest correlation coefficient i.e. 0/471 and personal body management had the lowest correlation coefficient of 0/171.

Keywords: Mass Media; Public Sports; Information and Advertising; Training Programs; Personal Bodybuilding Display.

*Corresponding Author's E-mail: afsaneh_tavassoli@alzahra.ac.ir

طراحی مدل گرایش زنان به ورزش همگانی با تأکید بر نقش رسانه جمعی

زهرة محمدی^۱، افسانه توسلی*^۲، مظفرالدین شهبازی^۳

۱. دانشجوی دکتر، گروه جامعه‌شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
 ۲. دانشیار گروه مطالعات زنان و خانواده دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی دانشگاه الزهرا، تهران، ایران.
 ۳. استادیار گروه جامعه‌شناسی، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران.

چکیده

با توجه به اثر ورزش بر ابعاد مختلف زندگی فردی و اجتماعی و اهمیت آن در سطح ملی، در این زمینه پژوهش حاضر درصدد برآمده تا نقش رسانه‌های جمعی (رادیو، تلویزیون، مجلات و اینترنت) را در گرایش زنان شهر تهران به ورزش همگانی، مورد بررسی قرار دهد. روش پژوهش پیمایش و تکنیک گردآوری اطلاعات پرسشنامه می‌باشد. از جامعه آماری زنان شهر تهران ۳۸۴ نفر به شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای که در پارکها و باشگاه‌های مناطق مختلف تهران مشغول به ورزش همگانی بودند انتخاب شده‌اند. روش اصلی در تحلیل داده‌ها پیرسون و مدل‌سازی معادله ساختاری و تحلیل عاملی با نرم‌افزارهای Spss و Amos است. در این پژوهش به منظور تبیین موضوع مورد بررسی در چارچوب نظری تحقیق، نظریات گیدنز، بودریلار و نظریه برجسته‌سازی مورد استفاده بوده است. نتایج تحقیق نشان داد بین متغیرهای (سن، سطح توسعه منطقه مسکونی، درآمد) و گرایش زنان به ورزش همگانی رابطه وجود داشته اما بین (مقطع تحصیلی، دسترسی به امکانات ورزشی) رابطه وجود نداشته است. همچنین نتایج نشان داد که بین ابعاد کارکرد رسانه (آموزش، اطلاع رسانی و تبلیغات، مدیریت شخصی بر بدن) و گرایش به ورزش همگانی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد، که در این میان اطلاع رسانی و تبلیغات بیشترین ضریب همبستگی ۰/۴۷۱، درصد و بعد مدیریت شخصی بر بدن ۰/۱۷۷، درصد کمترین ضریب همبستگی را دارا بود.

واژگان کلیدی: ورزش همگانی، زنان، رسانه جمعی، مدیریت شخصی بر بدن، اطلاع رسانی و تبلیغات

* E-mail: afsaneh_tavassoli@alzahra.ac.ir

* نویسنده مسئول مقاله: