

دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة القوامية لدي النساء العاملات

*أ.م.د/ محمد نادر شلبي

**أ.م.د/ أحمد محمد ياسين

*** أميرة السيد حسين سالم

تعتبر العلاقة بين الصحة والرياضة قديمة منذ الأزل وأيضاً متجددة ومتغيرة ولكنها وثيقة الصلة دائماً ، حيث يؤثر ويتأثر كل عنصر بالآخر ، سواء كانت الممارسة للقاعدة العامة أو حتي مستويات البطولة ، فآثر الرياضة إيجابية ووقائية وللصحة النفسية وصحة القوام والمقدرة علي التكيف وإكتساب اللياقة وصحة الجهاز الدوري والتنفسي والقلب وغيره من الأجهزة ، ولصحة المرأة والطفل والمسنين والمعوقين وتمتد آثارها لإستعادة شفاء المدمن لقدراته .

القوام الجيد يعتبر أحد المعايير الرئيسية التي تؤكد تمتع الفرد في أي مجتمع بالصحة وكفاءة الإستجابة إلي ما تتطلبه أوجه النشاط البشري المختلفة ويعتبر من أهم مظاهر وتقدم حضارة الأمم ، والقوام له إرتباطات بالعديد من المجالات الهامة للإنسان ، فهو مرتبط بالصحة والشخصية والعمل والنمو والنجاح والنواحي النفسية السلوكية وممارسة الحركة عامة والأنشطة الرياضية خاصة ، ويهيئ القوام الجيد للفرد الثقة بالنفس وقوة الشخصية والسعادة في الحياة لكونه سويّاً بين أفرانه متمتعاً بالقبول الإجتماعي في بيئته التي يعيش فيها ، قادراً علي التعايش والعمل والإنتاج والكفاءة المرجوة منها دون عائق بدني مما يكون له أبلغ الأثر علي الإستقرار الإجتماعي للأمة .(١٠ : ١١)

يتفق كلاً من إقبال رسمي ، آمال ذكي (٢٠٠٠م) ، صبحي حسانين (٢٠٠٣م) علي أن القوام السليم إنعكاساً لصورة الفرد المتكاملة من النواحي البدنية والنفسية والعقلية والإجتماعية ، فالقوام من أهم المؤشرات الدالة علي صحة وسلامة جسم الإنسان ، ولذلك إهتمت الدول بسلامة القوام لجميع أفرادها في جميع مراحل العمر فالقوام السليم يزيد من شعور الإنسان بالثقة بالنفس والحماس والمبادرة بالعمل بينما القوام الرديئ قد يشعر الفرد بنقص الثقة بالنفس والإكتئاب فينعكس ذلك في صورة معاملته وإتصالاته بالأفراد وإتجاهاته نحو المجتمع الذي يعيش فيه .

(٢٤ : ٨) (٣٠)

مشكلة البحث وأهميته :

يشكل الإعلام الرياضي أهمية بالغة في حياة الفرد ، ويعتبر من الأسس الرئيسية في أي جهاز إعلامي ، ولقد حظي الإعلام الرياضي في العالم بالإهتمام الكبير والعناية الوافرة لدي جميع وسائل الإعلام المختلفة ، حيث تظهر أهميته في قدرته علي توصيل المعلومات الرياضية

في شكل رسائل الي قاعدة جماهيرية كبيرة متباينة الإتجاهات مختلفة في الرأي العام نحو قضية ومشكلة معينة تخص المجال الرياضي .

كما تظهر اهمية الإعلام الرياضي في كونه وسيلة لإحياء وإنعاش الثقافة والمساهمة في رقي وتطور المجتمعات النامية ، وأداة من ادوات التحديث في الوقت ذاته ، وتعتبر وسائل الإعلام جهة رائدة يعتمد عليها في المساهمة لإيقاظ الهمم وبث الوعي والإرشاد الصحي بين أفراد المجتمع ، وذلك إنطلاقاً من المبدأ القائل " الوقاية خير من العلاج" والذي يرمي الي إبراز أهمية الوقاية الصحية في تفادي أنواع عديدة من الأمراض التي يمكن أن تصيب جسم الإنسان ، لذا يمكن أن تكون الوقاية بكل ببساطة عبارة عن سلوكيات وعادات صحية في نظام غذائي صحي ومرافقة ذلك بالممارسة المنتظمة للأنشطة الرياضية ، وبالتالي التقليل من إحتمال نسبة الإصابة من الأمراض ، والمرآة بحاجة إلي من يوصل لها هذا النوع من المفاهيم والمعلومات الدخيلة عن نمط حياتها حتي تصل الي درجة الوعي الصحي .(١٢ : ٣٣-٣٤)

ومن خلال إطلاع الباحثين علي العديد من المراجع العلمية والدراسات السابقة في مجال التربية الصحية بصفة عامة والإعلام الرياضي بصفة خاصة ، لاحظت عدم وجود الإهتمام الكاف لهذا النوع من الدراسات التي تربط بين الإعلام الرياضي والثقافة القوامية ، كما أنه لم تعرض أي دراسة مرجعية - في حدود علم الباحثة - لهذا الموضوع من قبل ، مما دفع الباحثة للتعرف علي واقع الإعلام الرياضي وعلاقته بالثقافة القوامية ، ومن هنا انبثقت فكرة هذا البحث في كونها محاولة علمية موجهة نحو دراسة دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة القوامية لدي النساء العاملات .

هدف البحث :

التعرف على دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة القوامية لدي النساء العاملات

تساؤلات البحث:

١. ما دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة القوامية لدي النساء العاملات ؟

مصطلحات البحث:

الإعلام الرياضي :

أن الإعلام الرياضي في اللغة العربية يعبر عن بعض المعاني والدلالات والتي منها نشر المعلومات الرياضية بعد جمعها وإنتقائها ، وأحياناً يطلق عليه الإستعلامات التي يعني إبراز الأخبار الرياضية وتفسيرها .(٦ : ١٩)

● الثقافة القوامية :

هي مجموعة من المفاهيم والمعارف المرتبطة بالقوام السليم والتي من شأنها أن تجعل الفرد أن يتخذ أوضاع سليمة وصحيحة في حالة الثبات والحركة مما تؤدي الي المحافظة علي قوامه (١٧ : ٦).

الدراسات المرجعية العربية:

أجرى يسري فيصل (٢٠٠٩م) (٢٠١٦م) (١٩) دراسة بعنوان " دور الإعلام الرياضي في التثقيف الصحي لمرحل التعليم المختلفة بدولة الكويت " وإستخدم الباحث المنهج الوصفي ، علي عينة (٣٧) موجهة (٣١٢) معلمة (١٤٢٤) تلميذة من الصف النهائي ، وكانت من أهم نتائج البحث وسائل الإعلام الرياضي بالتلفزيون والصحف والمجلات تقدم موضوعات تتعلق بالجوانب الصحية لأفراد المجتمع الكويتي ، كما توجد موضوعات بالصحافة الكويتية متخصصة فقط في التثقيف الصحي لمختلف الأعمار .

أجرى خالد الزيود (٢٠١٣م) (٥) دراسة بعنوان " تقييم دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية . " وإستخدم الباحث المنهج الوصفي ، علي عينة (٣٩) امرأة أردنية ، وكانت من أهم نتائج البحث وجود مستوى متوسط لتقييم دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية وأن أبرز المجالات كانت على المجال التنافسي ثم المهني ثم الترويحي وأخيرا الصحي، كما أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالات إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) (في مستوى دور إعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية تعزى للمتغيرات (العمر، صفة العمل) .

أجرى وليد شاهين (٢٠١٦م) (١٨) دراسة بعنوان " دور وسائل الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الصحية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بكليات التربية الرياضية " وإستخدم الباحث المنهج الوصفي ، علي عينة (٥٥) عضواً من الذكور والإناث ، وكانت من أهم نتائج البحث درجة دور وسائل الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الصحية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس جاءت بدرجة متوسطة .

إجراءات البحث :

منهج البحث :

إستخدم الباحثين المنهج الوصفي نظراً لملائمته لطبيعة هذا البحث .

مجتمع وعينة البحث :

اشتمل مجتمع على مدارس إدارات (بنها - القناطر الخيرية - كفر شكر) بمحافظة القليوبية ، وقد قامت الباحثة باختيار عينة البحث بالطريقة العمدية من مدارس إدارات (بنها - القناطر الخيرية - كفر شكر) بمحافظة القليوبية وعددهم ١٧ مدرسة ، وقد تمثلت عينة البحث الكلية في ٣٠٠ من النساء العاملات ، كما تمثلت عينة الاساسية في ٢٦٠ من النساء العاملات

، وعينة البحث الاستطلاعية تمثلت في ٤٠ من النساء العاملات بعد استبعاد ٥٩٥ من النساء العاملات من العينة الكلية وذلك بسبب الاجازات وعدم الاستجابة على استمارة الاستبيان اجمالى اعداد العينة كما يوضح جدول (١) توصيف عينة البحث .

جدول (١)

توصيف عينة البحث

م	إدارة	المدرسة	العينة الكلية	العينة الاساسية	العينة الاستطلاعية	المستبعدين
١	بنها	محمد فريد الابتدائية المشتركة	٦٨	١٥	٣	٥٠
٢	بنها	نبوية موسى الابتدائية المشتركة	٢١	٩	٢	١٠
٣	بنها	شبلنجة الثانوية بنين	٣٢	١٠	٢	٢٠
٤	بنها	دملو الثانوية المشتركة	٧٧	١٥	٢	٦٠
٥	بنها	١٥ مايو الإعدادية بنات	٧٧	١٥	٢	٦٠
٦	بنها	أسامة بن زيد تعليم أساسى (الإعدادية المشتركة)	٢١	١٠	٣	٨
٧	القناطر الخيرية	الشهيد صفوت على أبو شلبي الابتدائية	١٠٥	٣٠	٣	٧٢
٨	القناطر الخيرية	السيدة عائشة باسوس الابتدائية	١٧	٧	٢	٨
٩	القناطر الخيرية	خالد علام الثانوية المشتركة	٢١	٩	٢	١٠
١٠	القناطر الخيرية	حسن أبو بكر الثانوية	٢٢	٨	٢	١٢
١١	القناطر الخيرية	باسوس الإعدادية بنات	١٩	٧	٢	١٠
١٢	كفر شكر	السلام الابتدائية	١٢٠	٥٠	٣	٦٧
١٣	كفر شكر	الابتدائية الجديدة	٦٠	١٥	٢	٤٣
١٤	كفر شكر	مصطفى عطايا الثانوية التجريبية	٩٠	٢٠	٢	٦٨
١٥	كفر شكر	أحمد فؤاد حسن الثانوية	٤٠	١٠	٢	٢٨
١٦	كفر شكر	صفوت محى الدين الإعدادية	٦٠	٢٠	٣	٣٧
١٧	كفر شكر	الإعدادية للبنات	٤٥	١٠	٣	٣٢
	المجموع	١٧ مدرسة	٨٩٥	٢٦٠	٤٠	٥٩٥
	النسبة المئوية		%١٠٠	%٢٩.٠٥٠	%٤.٤٦	%٦٦.٤٨

أدوات ووسائل جمع البيانات :

- الملاحظة العلمية
- المقابلة الشخصية .
- الإستمارات

• الإستبيان الخاص بالنساء العاملات :

١. تحديد محاور الإستبيان :

قامت الباحثة بالإطلاع على العديد من المراجع والدراسات المرجعية المتخصصة والمرتبطة بمجال الإدارة و علوم الصحة الرياضية والتي منها (١) ، (٤) ، (٥) ، (١٩) ، (٩) ، (١٢) ، (١٦) ، (١٨) بحيث إحتوى إستبيان النساء العاملات على (٥) محاور وهما :

- المحور الأول " حجم المادة الإعلامية المعروضة عن الثقافة القوامية "
- المحور الثاني " دور الإعلام الرياضى فى نشر المعارف القوامية "
- المحور الثالث " دور الإعلام الرياضى فى نشر المعتقدات القوامية الصحيحة "
- المحور الرابع " دور الإعلام الرياضى فى نشر العادات القوامية الصحيحة "
- المحور الخامس " دور الإعلام الرياضى فى نشر السلوكيات القوامية "

وقد تم عرض محاور الإستبيان مرفق (٢) على عدد (٧) من الخبراء المتخصصين فى مجال الإدارة والعلوم الصحية بكليات التربية الرياضية مرفق(١) ، وذلك للحكم على مدى صلاحية محاور الإستبيان فيما وضعت من أجله ، وقد استبعد محورين ، محور دور الإعلام الرياضى فى نشر المعارف القوامية ، ومحور دور الإعلام الرياضى فى نشر المعتقدات القوامية الصحيحة ، وتم دمجهما ليصبح محور مضاف وهو " دور الإعلام الرياضى فى نشر المعارف والمعتقدات القوامية الصحيحة" ، وقد إرتضت الباحثة بنسبة ٨٥.٧١% فأكثر من آراء السادة الخبراء ، كما يوضحها جدول (٢)

جدول (٢)

آراء السادة الخبراء حول مدى صلاحية محاور إستبيان دور الإعلام الرياضى فى نشر الثقافة

القوامية لدى النساء العاملات

ن=٧

م	محاور الإستبيان	رأى الخبراء		النسبة المئوية	المحور المضاف
		موافق	غير موافق		
١	حجم المادة الإعلامية المعروضة عن الثقافة القوامية	٧	-	١٠٠%	دور الإعلام
٢	دور الإعلام الرياضى فى نشر المعارف القوامية	٤	٣	٥٧.١٤%	الرياضى فى
٣	دور الإعلام الرياضى فى نشر المعتقدات القوامية الصحيحة	٤	٣	٥٧.١٤%	نشر المعارف والمعتقدات
٤	دور الإعلام الرياضى فى نشر العادات القوامية الصحيحة	٦	١	٨٥.٧١%	القوامية
٥	دور الإعلام الرياضى فى نشر السلوكيات القوامية	٦	١	٨٥.٧١%	الصحيحة

يتضح من جدول (٢) النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء فى المحاور الرئيسية بإستمارة إستبيان دور الإعلام الرياضى فى نشر الثقافة القوامية لدى النساء العاملات ، حيث إرتضت الباحثة بنسبة مئوية (٨٥.٧١%) فأكثر، وأسفرت النتائج عن (٤) محاور وهما :

- المحور الأول " حجم المادة الإعلامية المعروضة عن الثقافة القوامية "
- المحور الثانى " دور الإعلام الرياضى فى نشر المعارف والمعتقدات القوامية الصحيحة "
- المحور الثالث " دور الإعلام الرياضى فى نشر العادات القوامية الصحيحة "
- المحور الرابع " دور الإعلام الرياضى فى نشر السلوكيات القوامية "

٢. تحديد عبارات الإستبيان :

- بعد تحديد محاور الإستبيان تم وضع مجموعة من العبارات تحت كل محور من المحاور ، وقد بلغ عدد العبارات (٤٠) عبارة مقسمة إلى (٤) محاور رئيسية وهى :
- محور " حجم المادة الإعلامية المعروضة عن الثقافة القوامية " (٦) عبارة
 - محور " دور الإعلام الرياضى فى نشر المعارف والمعتقدات القوامية الصحيحة " (٢١) عبارة
 - محور " دور الإعلام الرياضى فى نشر العادات القوامية الصحيحة " (٧) عبارة
 - محور " دور الإعلام الرياضى فى نشر السلوكيات القوامية " (٦) عبارة

٣. الصورة المبدئية للإستبيان :

قامت الباحثة بوضع الصورة المبدئية للإستبيان (٤٠) عبارة مرفق (٤) ، وتم عرضها على مجموعة من الخبراء المتخصصين فى مجال الإدارة والعلوم الصحية بكليات التربية الرياضية للحكم على مدى مناسبة العبارات الخاصة بالمحور الذى تمثله ، وكذلك إبداء الرأى بالحذف أو الإضافة أو التعديل فى صياغة أى عبارة ، وجدول (٣) ، (٤) يوضح ذلك

جدول (٣)

آراء السادة الخبراء في عبارات محاور إستبيان دور الإعلام الرياضي في

نشر الثقافة القوامية لدى النساء العاملات

ن = (٧)

الإمكانات المادية

رقم العبارة	محور حجم المادة	محور دور الإعلام	محور دور الإعلام	محور دور الإعلام
رقم العبارة	الإعلامية المعروضة عن الثقافة القوامية	الرياضي في نشر المعارف والمعتقدات القوامية الصحيحة	الرياضي في نشر العادات القوامية الصحيحة	الرياضي في نشر السلوكيات القوامية
عدد آراء الإتيافاق	%	عدد آراء الإتيافاق	%	عدد آراء الإتيافاق
%		%		%
١	٧	٧	٧	٧
٢	٦	٧	٧	٤
٣	٧	٦	٦	٣
٤	٧	٧	٧	٦
٥	٦	٦	٦	٧
٦	٦	٧	٧	٦
٧		٦	٦	
٨		٧	٧	
٩		٦	٦	
١٠		٦	٦	
١١		٤	٤	
١٢		٧	٧	
١٣		٦	٦	
١٤		٦	٦	
١٥		٦	٦	
١٦		٦	٦	
١٧		٧	٧	
١٨		٦	٦	
١٩		٧	٧	
٢٠		٧	٧	
٢١		٦	٦	

يتضح من جدول (٣) النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء فى المحاور الرئيسية بإستمرار الإستبيان دور الإعلام الرياضى فى نشر الثقافة القوامية لدى النساء العاملات ، حيث إرتضت الباحثة بنسبة مئوية (٨٠%) فأكثر .

جدول (٤)

عدد وأرقام العبارات التى تم تعديلها فى إستبيان دور الإعلام الرياضى فى نشر الثقافة القوامية لدى النساء العاملات

م	المحور	العدد	أرقام العبارات التى تم تعديلها		
			حذف	تعديل	إضافة
١	المحور الأول " حجم المادة الإعلامية المعروضة عن الثقافة القوامية "	٦	-	٤ ، ٣ ، ٢	-
٢	المحور الثانى " دور الإعلام الرياضى فى نشر المعارف والمعتقدات القوامية الصحيحة "	٢١	١١	١٢ ، ١٠ ، ٧ ، ٦ ، ٣	٢٢
				١٥ ، ١٤	
٣	المحور الثالث " دور الإعلام الرياضى فى نشر العادات القوامية الصحيحة "	٧	-	-	-
٤	المحور الرابع " دور الإعلام الرياضى فى نشر السلوكيات القوامية "	٦	٣ ، ٢	٦	٨ ، ٧

يتضح من جدول (٤) آراء السادة الخبراء بالحذف أو الإضافة أو التعديل فى صياغة أى عبارة من العبارات إستبيان دور الإعلام الرياضى فى نشر الثقافة القوامية لدى النساء العاملات .
٤ . وضع الصورة التجريبية للإستبيان :

فى ضوء ما أبداه الخبراء من آراء وإقتراحات وبعد إجراء التعديلات على الصورة المبدئية ، أمكن الحصول على الصورة التجريبية للإستبيان لتطبيقها على العينة الإستطلاعية للتأكد من المعاملات العلمية الخاصة بها قبل التطبيق على عينة الدراسة الأساسية مرفق (٥) وإشتملت على (٤٠) عبارة موزعة على المحاور كالاتى :

- محور " حجم المادة الإعلامية المعروضة عن الثقافة القوامية " (٦) عبارة
 - محور " دور الإعلام الرياضى فى نشر المعارف والمعتقدات القوامية الصحيحة " (٢١) عبارة
 - محور " دور الإعلام الرياضى فى نشر العادات القوامية الصحيحة " (٧) عبارة
 - محور " دور الإعلام الرياضى فى نشر السلوكيات القوامية " (٦) عبارة
- وتتم الإستجابة على العينة الأساسية على العبارات وفقاً لميزان تقدير ثلاثى .

المعاملات العلمية

إستبيان دور الإعلام الرياضى فى نشر الثقافة القوامية لدى النساء العاملات.

١- صدق الإتساق الداخلي للإستبيان . :

أ- قام الباحث بحساب قيم معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه وذلك بتطبيقه على عينة الدراسة الاستطلاعية قوامها (٤٠) من النساء العاملات ومن غير العينة الأساسية للبحث ، وجداول (٥) ، (٦) ، (٧) ، (٨) ، توضح ذلك :

جدول (٥)

معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه (المحور الأول - حجم المادة الإعلامية المعروضة عن الثقافة القوامية) ن = ٤٠ ،

م	العبارات	معامل الارتباط
١	توجد قنوات رياضية متخصصة فقط في التثقيف الصحي لمختلف الأعمار .	٠.٩٠٤
٢	توجد قنوات لإستضافة خبراء في القوام بشكل مستمر .	٠.٨٦١
٣	تقدم وسائل الإعلام الرياضى بالصحف والمجلات موضوعات تتعلق بالجوانب الصحية .	٠.٩٣٦
٤	توجد برامج يومية مخصصة بالإعلام الرياضى للمشاكل الصحية المرتبطة بالقوام .	٠.٨٩٧
٥	يساهم الإعلام الرياضى بشكل إيجابى فى نشر الثقافة القوامية للنساء العاملات .	٠.٨٩٤
٦	يوجد وقت مخصص فى البرامج الرياضية من كل اسبوع للإهتمام بالصحة والقوام .	٠.٨٥٨

قيمة "ر" الجدولية عند درجة حرية ٣٨ ومستوى ٠.٠٥ = ٠.٣١٢

يتضح من جدول (٥) معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان والدرجة الكلية للمحور الذى تنتمي إليه ، ويتضح أن جميع قيم معاملات الارتباط دالة إحصائيا عند مستوى معنوية ٠.٠٥ ، مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي لمحور حجم المادة الإعلامية المعروضة عن الثقافة القوامية .

جدول (٦)

معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه (المحور الثاني - دور الإعلام الرياضي في نشر المعارف والمعتقدات القوامية الصحيحة) ن = ٤٠

م	العبارات	معامل الارتباط
١	يشجعك الإعلام الرياضي على البحث من أجل إكتساب المعلومات المرتبطة بالصحة والقوام .	٠.٨٨٧
٢	ينمي الإعلام الرياضي مفهوم القوام وأهميته وكيفية المحافظة عليه .	٠.٨٦٩
٣	يعرض الإعلام الرياضي المعلومات القوامية الصحية بطريقة علمية حديثة .	٠.٧٧٢
٤	يقدم الإعلام الرياضي معلومات عن القوام السليم تفيد النساء العاملات .	٠.٩٢٧
٥	يقدم الإعلام الرياضي معلومات عن تشوهات القوام والعمل على تجنبها .	٠.٧١٤
٦	يقدم الإعلام الرياضي طرق علاج تشوهات القوام.	٠.٨٣١
٧	يقدم الإعلام الرياضي معلومات حول الأوضاع المهنية التي تسبب تشوهات القوام .	٠.٧٥٣
٨	يقدم الإعلام الرياضي الإنحرافات القوامية الشائعة وكيفية تجنبها .	٠.٩١٤
٩	يشجعك الإعلام الرياضي على البحث من أجل إكتساب المعلومات المرتبطة بالصحة والقوام .	٠.٩٤٥
١٠	يقدم الإعلام الرياضي معلومات عن القوام السليم للنساء العاملات .	٠.٨٤٨
١١	يقدم الإعلام الرياضي موضوعات حول أهمية الرياضة والحد من الإنحرافات القوامية و يكسبك ثقافة ووعي قوامي .	٠.٧٨١
١٢	يلعب الإعلام الرياضي دور مهم في إقناع السيدات بأهمية الرياضة وفوائدها للمحافظة على القوام السليم.	٠.٨١٦
١٣	يعمل الإعلام الرياضي على تقديم التثوهات التي تؤثر على المفاصل والعضلات .	٠.٨٦٥
١٤	يقدم الإعلام الرياضي علي أهمية وجود عمق بالمقاعد حتى يسمح بسند كامل للظهر .	٠.٩٠١
١٥	يقدم الإعلام الرياضي معلومات حول المهن التي تسبب تشوهات القوام .	٠.٩٢٧
١٦	يهتم الإعلام الرياضي بالأفكار والمفاهيم الصحيحة للتربية الصحية .	٠.٨٩٤
١٧	تعرض الموضوعات من خلال الإعلام الرياضي الإنحرافات القوامية وطرق تجنبها.	٠.٩١٦
١٨	ينصح الإعلام الرياضي بالكشف المبكر عن الإنحرافات القوامية .	٠.٨٥٩
١٩	يشجعني الإعلام الرياضي علي اتباع العادات القوامية السليمة .	٠.٨٨٦
٢٠	يحث الإعلام الرياضي المرأة على ممارسة الرياضة وإكتسابها القوام السليم والمحافظة على صحتها .	٠.٨٧٠
٢١	يعمل الإعلام الرياضي على تقديم وعي وثقافة قوامية للجمهور .	٠.٨٧٦

قيمة "ر" الجدولية عند درجة حرية ٣٨ ومستوى ٠.٠٥ = ٠.٣١٢

يتضح من جدول (٦) معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه ، ويتضح أن جميع قيم معاملات الارتباط دالة إحصائيا عند مستوى معنوية ٠.٠٥ ، مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي لمحور دور الإعلام الرياضي في نشر المعارف والمعتقدات القوامية الصحيحة.

جدول (٧)

معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه (المحور الثالث - دور الإعلام الرياضي في نشر العادات القوامية الصحيحة)

ن = ٤٠

م	العبارات	معامل الارتباط
١	يهتم الإعلام الرياضي بكيفية تجنب الإصابة بالأمراض التي تساعد على تشوه العظام .	٠.٨٨٥
٢	يشجع الإعلام الرياضي على إتباع الأوضاع السليمة في المشى والجلوس الصحيح .	٠.٩٠٤
٣	يحث الإعلام الرياضي على بعض التمارين الرياضية التي من خلالها تجنب الإصابة بالإنحرافات القوامية.	٠.٩٠٢
٤	يحث الإعلام الرياضي على المشى إلى العمل من أجل تنشيط الدورة الدموية والمحافظة على الجسم .	٠.٨٩٧
٥	ينصح الإعلام الرياضي بمعلومات عن خطورة الجلسة أمام التلفزيون والكمبيوتر لفترات طويلة بطريقة خاطئة .	٠.٩٢١
٦	ينصح الإعلام الرياضي بأهمية استخدام وارتداء الملابس القطنية .	٠.٩٤٦
٧	ينصح الإعلام الرياضي على الإعتياد أن يأخذ جسمك أقصى طول له سواء في الجلوس او في الوقوف،أو اثناء المشى .	٠.٩٢٣

قيمة "ر" الجدولية عند درجة حرية ٣٨ ومستوى ٠.٠٥ = ٠.٣١٢

يتضح من جدول (٧) معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه ، ويتضح أن جميع قيم معاملات الارتباط دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٥ ، مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي لمحور دور الإعلام الرياضي في نشر العادات القوامية الصحيحة .

جدول (٨)

معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه (المحور الرابع - دور الإعلام الرياضي في نشر السلوكيات القوامية)

ن = ٤٠

م	العبارات	معامل الارتباط
١	يحث الإعلام الرياضي على عدم الجلوس على المكاتب والكتابة لفترة طويلة بطريقة خاطئة .	٠.٩٧٥
٢	يعرض الإعلام الرياضي المادة الإعلامية للأوضاع القوامية السليمة في البرامج الرياضية .	٠.٨٨٦
٣	يعرض الإعلام الرياضي صور للجلوس القوامي الخاطئ وما يقابلها للجلوس القوامي الصحيح .	٠.٩٥٤
٤	يحذر الإعلام الرياضي استخدام الأحذية ذات الكعب العالي لما لها من تأثير سلبي على العمود الفقري	٠.٩٢٨
٥	يوضح الإعلام الرياضي أهمية التدرج بالحمل من السهل إلى الصعب لتجنب الإصابة .	٠.٩٣٥
٦	يحث الإعلام الرياضي بالاحتفاظ بوضع معين للجسم يتطلب بالدرجة الأولى توازن القوى العضلية في مقابل قوى الجاذبية الارضية وضعف العضلات يقلل من كفاءتها في القيام بهذه الوظيفة	٠.٨٧٣

قيمة "ر" الجدولية عند درجة حرية ٣٨ ومستوى ٠.٠٥ = ٠.٣١٢

يتضح من جدول (٨) معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان والدرجة الكلية للمحور الذى تنتمي إليه ، ويتضح أن جميع قيم معاملات الارتباط دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٥ ، مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي لمحور دور الإعلام الرياضي في نشر السلوكيات القوامية .

ب - قام الباحث بحساب قيم معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان وذلك بتطبيقه على عينة الدراسة الاستطلاعية قوامها (٤٠) من النساء العاملات ومن غير العينة الأساسية للبحث ، وجداول (٩) ، (١٠) ، (١١) ، (١٢) توضح ذلك.

جدول (٩)

معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان (عبارات المحور الأول - حجم المادة الإعلامية المعروضة عن الثقافة القوامية)
ن = ٤٠

م	العبارات	معامل الارتباط
١	توجد قنوات رياضية متخصصة فقط فى التنقيف الصحى لمختلف الأعمار .	٠.٨٠٩
٢	توجد قنوات لإستضافة خبراء فى القوام بشكل مستمر .	٠.٧٤٧
٣	تقدم وسائل الإعلام الرياضى بالصحف والمجلات موضوعات تتعلق بالجوانب الصحية .	٠.٧٦٢
٤	توجد برامج يومية مخصصة بالإعلام الرياضى للمشاكل الصحية المرتبطة بالقوام .	٠.٧٢٤
٥	يساهم الإعلام الرياضى بشكل إيجابى فى نشر الثقافة القوامية للنساء العاملات .	٠.٧٥٦
٦	يوجد وقت مخصص فى البرامج الرياضية من كل اسبوع للإهتمام بالصحة والقوام .	٠.٧٣١

قيمة "ر" الجدولية عند درجة حرية ٣٨ ومستوى ٠.٠٥ = ٠.٣١٢

يتضح من جدول (٩) معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان ، ويتضح أن جميع قيم معاملات الارتباط دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٥ ، مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي لمحور حجم المادة الإعلامية المعروضة عن الثقافة القوامية .

جدول (١٠)

مع معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان

(عبارات المحور الثاني- دور الإعلام الرياضي فى نشر المعارف والمعتقدات القوامية
ن = ٤٠
الصحيحة)

م	العبارات	معامل الارتباط
١	يشجعك الإعلام الرياضى على البحث من أجل إكتساب المعلومات المرتبطة بالصحة والقوام .	٠.٨٣٢
٢	ينمى الإعلام الرياضى مفهوم القوام وأهميته وكيفية المحافظة عليه .	٠.٨١٥
٣	يعرض الإعلام الرياضى المعلومات القوامية الصحيحة بطريقة علمية حديثة .	٠.٧٥٩
٤	يقدم الإعلام الرياضى معلومات عن القوام السليم تفيد النساء العاملات .	٠.٨٦٧
٥	يقدم الإعلام الرياضى معلومات عن تشوهات القوام والعمل على تجنبها .	٠.٦٨٩
٦	يقدم الإعلام الرياضى طرق علاج تشوهات القوام.	٠.٨٠٦
٧	يقدم الإعلام الرياضى معلومات حول الأوضاع المهنية التى تسبب تشوهات للقوام .	٠.٧٦١
٨	يقدم الإعلام الرياضى الإنحرافات القوامية الشائعة وكيفية تجنبها .	٠.٨٧٩
٩	يشجعك الإعلام الرياضى على البحث من أجل إكتساب المعلومات المرتبطة بالصحة والقوام .	٠.٩٠٨
١٠	يقدم الإعلام الرياضى معلومات عن القوام السليم للنساء العاملات .	٠.٨٠٤
١١	يقدم الإعلام الرياضى موضوعات حول أهمية الرياضة والحد من الإنحرافات القوامية و يكسبك ثقافة ووعى قوامى .	٠.٧٨١
١٢	يلعب الإعلام الرياضى دور مهم فى إقناع السيدات بأهمية الرياضة وفوائدها للمحافظة على القوام السليم.	٠.٨١٨
١٣	يعمل الإعلام الرياضى على تقديم التشوهات التى تؤثر على المفاصل والعضلات .	٠.٨٥٧
١٤	يقدم الإعلام الرياضى علي أهمية وجود عمق بالمقاعد حتى يسمح بسند كامل للظهر .	٠.٨٣٤
١٥	يقدم الإعلام الرياضى معلومات حول المهن التى تسبب تشوهات للقوام .	٠.٩٠٢
١٦	يهتم الإعلام الرياضى بالأفكار والمفاهيم الصحيحة للتربية الصحية .	٠.٨٢٥
١٧	تعرض الموضوعات من خلال الإعلام الرياضى الإنحرافات القوامية وطرق تجنبها.	٠.٨٧٩
١٨	ينصح الإعلام الرياضى بالكشف المبكر عن الإنحرافات القوامية .	٠.٨٧٢
١٩	يشجعنى الإعلام الرياضى علي اتباع العادات القوامية السليمة .	٠.٨٦١
٢٠	يحث الإعلام الرياضى المرأة على ممارسة الرياضة وإكتسابها القوام السليم والمحافظة على صحتها .	٠.٨٣٦
٢١	يعمل الإعلام الرياضى على تقديم وعى وثقافة قوامية للجمهور .	٠.٨٠٩

قيمة "ر" الجدولية عند درجة حرية ٣٨ ومستوى ٠.٠٥ = ٠.٣١٢

يتضح من جدول (١٠) معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان ، ويتضح أن جميع قيم معاملات الارتباط دالة إحصائياً عند مستوى



معنوية ٠.٠٥ ، مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي لمحور دور الإعلام الرياضي في نشر المعارف والمعتقدات القوامية الصحيحة.

جدول (١١)

معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان
(عبارات المحور الثالث - دور الإعلام الرياضي في نشر العادات القوامية الصحيحة) ن = ٤٠

م	العبارات	معامل الارتباط
١	يهتم الإعلام الرياضي بكيفية تجنب الإصابة بالأمراض التي تساعد على تشوه العظام .	٠.٨٠٧
٢	يشجع الإعلام الرياضي على إتباع الأوضاع السليمة في المشي والجلوس الصحيح .	٠.٨١٢
٣	يحث الإعلام الرياضي على بعض التمارين الرياضية التي من خلالها تجنب الإصابة بالإنحرافات القوامية.	٠.٨٢٦
٤	يحث الإعلام الرياضي على المشي إلى العمل من أجل تنشيط الدورة الدموية والمحافظة على الجسم .	٠.٧٩٥
٥	ينصح الإعلام الرياضي بمعلومات عن خطورة الجلسة أمام التلفزيون والكمبيوتر لفترات طويلة بطريقة خاطئة .	٠.٨٣٧
٦	ينصح الإعلام الرياضي بأهمية استخدام وارتداء الملابس القطنية .	٠.٧٩١
٧	ينصح الإعلام الرياضي على الإعتياد أن يأخذ جسمك أقصى طول له سواء في الجلوس او في الوقوف ، أو اثناء المشي .	٠.٨١٩

قيمة "ر" الجدولية عند درجة حرية ٣٨ ومستوى ٠.٠٥ = ٠.٣١٢

يتضح من جدول (١١) معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان ، ويتضح أن جميع قيم معاملات الارتباط دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٥ ، مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي لمحور دور الإعلام الرياضي في نشر العادات القوامية الصحيحة .

جدول (١٢)

معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان
(عبارات المحور الرابع - دور الإعلام الرياضي في نشر السلوكيات القوامية) ن = ٤٠

م	العبارات	معامل الارتباط
١	يحث الإعلام الرياضي على عدم الجلوس على المكاتب والكتابة لفترة طويلة بطريقة خاطئة .	٠.٨٣٢
٢	يعرض الإعلام الرياضي المادة الإعلامية للأوضاع القوامية السليمة في البرامج الرياضية .	٠.٧٣٩
٣	يعرض الإعلام الرياضي صور للجلوس القوامي الخاطئ وما يقابلها للجلوس القوامي الصحيح .	٠.٨٢٧
٤	يحذر الإعلام الرياضي استخدام الأحذية ذات الكعب العالي لما لها من تأثير سلبي على العمود الفقري	٠.٨٢٦
٥	يوضح الإعلام الرياضي أهمية التدرج بالحمل من السهل إلى الصعب لتجنب الإصابة .	٠.٨١٤
٦	يحث الإعلام الرياضي بالاحتفاظ بوضع معين للجسم يتطلب بالدرجة الأولى توازن القوى العضلية في مقابل قوى الجاذبية الأرضية وضعف العضلات يقلل من كفاءتها في القيام بهذه الوظيفة	٠.٧٨٥

قيمة "ر" الجدولية عند درجة حرية ٣٨ ومستوى ٠.٠٥ = ٠.٣١٢

يتضح من جدول (١٢) معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان ، ويتضح أن جميع قيم معاملات الارتباط دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٥ ، مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي لمحور دور الإعلام الرياضي في نشر السلوكيات القوامية .

ثبات استبيان دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة القوامية لدي النساء العاملات .
أ- ثبات الاستبيان باستخدام التجزئة النصفية .

قام الباحث باستخدام طريقة التجزئة النصفية عن طريق إيجاد معاملات الارتباط بين العبارات الفردية والعبارات الزوجية لمحاور استبيان دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة القوامية لدي النساء العاملات ، حيث تم تطبيق الاستبيان علي عينة البحث الاستطلاعية ، وجدول (١٣) يوضح ذلك .

جدول (١٣)

معاملات الارتباط بين العبارات الفردية والعبارات الزوجية لمحاور استبيان

دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة القوامية لدي النساء العاملات ن = ٤٠

م	محاور الاستبيان	العبارات الفردية		العبارات الزوجية	
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١	حجم المادة الإعلامية المعروضة عن الثقافة القوامية	٥.٦٢٥	٢.٣٨٤	٥.٦٥٠	٢.٢٦٨
٢	دور الإعلام الرياضي في نشر المعارف والمعتقدات القوامية الصحيحة	٢٢.٩٥٠	٧.٤٧٨	٢٠.٨٢٥	٧.٣٨٩
٣	دور الإعلام الرياضي في نشر العادات القوامية الصحيحة	٧.٥٧٥	٢.٩٨٢	٥.٩٧٥	٢.١٩٦
٤	دور الإعلام الرياضي في نشر السلوكيات القوامية	٥.٧٥٠	٢.٤٤٥	٥.٦٠٠	٢.٣١٢

قيمة "ر" الجدولية عند درجة حرية ٣٨ ومستوى ٠.٠٥ = ٠.٣١٢

يتضح من جدول (١٣) معاملات الارتباط بين العبارات الفردية والعبارات الزوجية لمحاور استبيان دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة القوامية لدي النساء العاملات ، ويتضح أن جميع قيم معاملات الارتباط دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٥ ، مما يشير إلى ثبات الاستبيان .

٢- ثبات الاستبيان باستخدام معامل ألفا كرونباخ .

قام الباحث باستخدام معامل ألفا كرونباخ لإيجاد ثبات محاور استبيان الأعلام الرياضي في نشر الثقافة القوامية لدي النساء العاملات عن طريق إيجاد معاملات الارتباط بين الأجزاء المتعددة لمحاور الاستبيان ، جدول (١٤) يوضح ذلك .

جدول (١٤)

معاملات ألفا كرونباخ لمحاور استبيان دور الأعلام الرياضي

في نشر الثقافة القوامية لدي النساء العاملات ن = ٤٠

م	محاور الاستبيان	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
١	حجم المادة الإعلامية المعروضة عن الثقافة القوامية	٦	٠.٩٤٧
٢	دور الإعلام الرياضي في نشر المعارف والمعتقدات القوامية الصحيحة	٢١	٠.٩٣٢
٣	دور الإعلام الرياضي في نشر العادات القوامية الصحيحة	٧	٠.٩١٦
٤	دور الإعلام الرياضي في نشر السلوكيات القوامية	٦	٠.٩٤٢

* دال إحصائيا عند مستوى معنوية ٠.٠٥

يتضح من جدول (١٤) قيم معاملات ألفا كرونباخ لأبعاد استبيان دور الأعلام الرياضي في نشر الثقافة القوامية لدي النساء العاملات ، ويتضح أن جميع قيم المعاملات دالة إحصائيا عند مستوى معنوية ٠.٠٥ وذو معامل ثبات عالي ، مما يشير إلى ثبات أبعاد الاستبيان .
رابعاً : الدراسة الإستطلاعية :

قامت الباحثة بإجراء الدراسة الإستطلاعية الموافق ٧ ، ٨ ، ٩/٢٠٢٠م على عينة إستطلاعية قوامها (٤٠) من النساء العاملات من مجتمع البحث وخارج العينة الأساسية وكان الهدف :-

- تحديد الصعوبات التي قد تقابل الباحثة أثناء تطبيق أدوات جمع البيانات .
- التعرف على مدى فهم عينة لعبارات الإستبيان المستخدم .
- حساب المعاملات العلمية (الصدق - الثبات) لإستمارة الإستبيان قيد البحث .

خامساً الإجراءات التنفيذية للبحث :

تطبيق إستمارة الإستبيان :

بعد أن تأكدت الباحثة من صدق وثبات الإستبيان المستخدم قيد البحث ، قامت الباحثة بتطبيقها على العينة الأساسية وذلك الموافق ٢١ ، ٢٢ ، ٢٣/٩/٢٠٢٠م ، وبعد ذلك قامت الباحثة بتجميع إستمارة الإستبيان وتصحيحها ووضع الدرجات لها ، ثم تبويب تلك النتائج تمهيداً لمعالجتها إحصائياً .

سادساً: المعالجات الإحصائية .

قامت الباحثة بعد جمع وتسجيل البيانات بإجراء المعالجات الإحصائية المناسبة باستخدام القوانين الإحصائية باستخدام البرنامج الإحصائي "SPSS" وتم حساب ما يلي :

عرض النتائج :

Mean.	المتوسط الحسابي .
Standard Deviation.	الانحراف المعياري .
Correlation (person)	معامل الارتباط البسيط (بيرسون) .
Cronbachs Alpha	معامل الفا كرو نباخ .
Chi - Square	اختبار دلالة الفروق "كا".
Percentage.	النسبة المئوية .

جدول (١٥)

التكرارات والنسب المئوية الدرجة التقديرية والوزن التقديرى ومربع كا ٢ لآراء العينة بالنسبة

لعبارة المحور الأول (حجم المادة الإعلامية المعروضة عن الثقافة القوامية) ن = ٢٦٠

رقم العبارة	موافق		إلى حد ما		غير موافق		الوزن النسبي	الأهمية النسبية	قيمة كا
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
١	٦٨	٢٦.١٥٤	١٤٩	٥٧.٣٠٨	٤٣	١٦.٥٣٨	٥٤٥	٧٥.٦٩٤	٧٠.٨٥٤
٢	٤١	١٥.٧٦٩	٧٥	٢٨.٨٤٦	١٤٤	٥٥.٣٨٥	٤١٧	٥٧.٩١٧	٦٣.٥٦١
٣	٧٠	٢٦.٩٢٣	١٦١	٦١.٩٢٣	٢٩	١١.١٥٤	٥٦١	٧٧.٩١٧	١٠٥.٣٣٠
٤	٣٧	١٤.٢٣١	٦٦	٢٥.٣٨٥	١٥٧	٦٠.٣٨٥	٤٠٠	٥٥.٥٥٦	٩٠.٤٦٩
٥	١٣٩	٥٣.٤٦٢	٦٧	٢٥.٧٦٩	٥٤	٢٠.٧٦٩	٦٠٥	٨٤.٠٢٨	٤٨.٣٧٧
٦	٤٤	١٦.٩٢٣	١٥٨	٦٠.٧٦٩	٥٨	٢٢.٣٠٨	٥٠٦	٧٠.٢٧٨	٨٩.١٩٩

قيمة كا ٢ الحرجة عند درجات حرية (٢) ومستوي دلالة (٠.٠٥) = ٥.٩٩

يتضح من نتائج جدول (١٥) قيمة كا ٢ المحسوبة لاستجابات أفراد عينة البحث لعبارة المحور الأول وهي عبارة جميعها دالة إحصائية عند مستوي دلالة (٠.٠٥) حيث تراوحت قيمة كا ٢ المحسوبة بين (٤٨.٣٧٧ : ١٠٥.٣٣٠) ، كما تراوحت النسبة المئوية للاستجابة ب (نعم) ما بين (١٤.٢٣١% : ٥٣.٤٦٢%) ، وتراوحت النسبة المئوية للاستجابة ب (إلى حد ما) ما بين (٢٥.٣٨٥% : ٦١.٩٢٣%) ، و تراوحت النسبة المئوية للاستجابة ب (لا) ما بين (١١.١٥٤% : ٦٠.٣٨٥%) ، كما تراوحت الأهمية النسبية لآراء عينة البحث في عبارة المحور ما بين (٥٥.٥٥٦% : ٨٤.٠٢٨%) .

جدول (١٦)

التكرارات والنسب المئوية والوزن النسبي والأهمية النسبية ومربع كا ٢١ لآراء العينة بالنسبة
لعبارات المحور الثاني (دور الإعلام الرياضي في نشر المعارف والمعتقدات القوامية الصحيحة) ن = ٢٦٠

رقم العبارة	موافق		إلى حد ما		غير موافق		القيمة كا ٢١
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
١	٦١	٢٣.٤٦٢	١٥٤	٥٩.٢٣١	٤٥	١٧.٣٠٨	٧٩.٩٤٦
٢	١٣٨	٥٣.٠٧٧	٨١	٣١.١٥٤	٤١	١٥.٧٦٩	٥٤.٨٣٨
٣	١٤٩	٥٧.٣٠٨	٦٣	٢٤.٢٣١	٤٨	١٨.٤٦٢	٦٨.٥٤٦
٤	١٣٢	٥٠.٧٦٩	٧٥	٢٨.٨٤٦	٥٣	٢٠.٣٨٥	٣٨.٣٦١
٥	٧٩	٣٠.٣٨٥	١٣٢	٥٠.٧٦٩	٤٩	١٨.٨٤٦	٤٠.٧٦١
٦	٣٢	١٢.٣٠٨	٧٣	٢٨.٠٧٧	١٥٥	٥٩.٦١٥	٩٠.٥١٥
٧	٣٦	١٣.٨٤٦	١٦٧	٦٤.٢٣١	٥٧	٢١.٩٢٣	١١٤.٢٣٨
٨	٣٨	١٤.٦١٥	٤٩	١٨.٨٤٦	١٧٣	٦٦.٥٣٨	١٢٩.٦٩٩
٩	٤٣	١٦.٥٣٨	١٥٦	٦٠.٠٠٠	٦١	٢٣.٤٦٢	٨٥.٠٦٩
١٠	٣٧	١٤.٢٣١	١٥٩	٦١.١٥٤	٦٤	٢٤.٦١٥	٩٤.٧٦١
١١	٤٥	١٧.٣٠٨	١٤٥	٥٥.٧٦٩	٧٠	٢٦.٩٢٣	٦٢.٥٠٠
١٢	١٦٠	٦١.٥٣٨	٥٢	٢٠.٠٠٠	٤٨	١٨.٤٦٢	٩٣.١٦٩
١٣	٤٢	١٦.١٥٤	٥٤	٢٠.٧٦٩	١٦٤	٦٣.٠٧٧	١٠٤.٣٣٨
١٤	٤١	١٥.٧٦٩	٤٩	١٨.٨٤٦	١٧٠	٦٥.٣٨٥	١٢٠.٥٦١
١٥	٤٠	١٥.٣٨٥	٦٣	٢٤.٢٣١	١٥٧	٦٠.٣٨٥	٨٨.٦٦٩
١٦	٣٨	١٤.٦١٥	١٦٤	٦٣.٠٧٧	٥٨	٢٢.٣٠٨	١٠٥.٨١٥
١٧	٦٥	٢٥.٠٠٠	١٥١	٥٨.٠٧٧	٤٤	١٦.٩٢٣	٧٤.١٧٦
١٨	٥٦	٢١.٥٣٨	١٤٢	٥٤.٦١٥	٦٢	٢٣.٨٤٦	٥٣.١٩٩
١٩	٤٢	١٦.١٥٤	١٤٧	٥٦.٥٣٨	٧١	٢٧.٣٠٨	٦٧.٨٥٤
٢٠	١٥٤	٥٩.٢٣١	٦٨	٢٦.١٥٤	٣٨	١٤.٦١٥	٨٣.٦٦١
٢١	٦٩	٢٦.٥٣٨	١٣٥	٥١.٩٢٣	٥٦	٢١.٥٣٨	٤١.٤٠٨

قيمة كا ٢١ الحرجة عند درجات حرية (٢) ومستوي دلالة (٠.٠٥) = ٥.٩٩

يتضح من نتائج جدول (١٦) قيمة كا ٢١ المحسوبة لاستجابات أفراد عينة البحث لعبارات المحور الثاني وهي عبارات جميعها دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) حيث تراوحت قيمة

كا ٢ المحسوبة بين (٣٨.٣٦١ : ١٢٩.٦٦٩) ، كما تراوحت النسبة المئوية للاستجابة بـ (نعم) ما بين (١٢.٣٠٨% : ٦١.٥٣٨%) ، وتراوحت النسبة المئوية للاستجابة بـ (إلى حد ما) ما بين (١٨.٨٤٦% : ٦٤.٢٣١%) ، و تراوحت النسبة المئوية للاستجابة بـ (لا) ما بين (١٤.٦١٥% : ٦٦.٥٣٨%) ، كما تراوحت الأهمية النسبية لآراء عينة البحث في عبارات المحور ما بين (٥٣.٤٧٢% : ٨٨.٣٣٣%) .

جدول (١٧)

التكرارات والنسب المئوية والوزن النسبي والأهمية النسبية ومربع كا ٢ لآراء العينة

بالنسبة لعبارات المحور الثالث (دور الإعلام الرياضي في نشر العادات القوامية الصحيحة) ن = ٢٦٠

رقم العبارة	موافق		إلى حد ما		غير موافق		الوزن النسبي	الأهمية النسبية	قيمة كا ٢
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
١	٢٤.٦١٥	٦٤	٥٧.٣٠٨	١٤٩	١٧.٠٧٧	٤٧	٥٣٧	٧٤.٥٨٣	٦٨.٩١٥
٢	٢٩.٢٣١	٧٦	٥٤.٢٣١	١٤١	١٦.٥٣٨	٤٣	٥٥٣	٧٦.٨٠٦	٥٧.٣٧٧
٣	٥٤.٦١٥	١٤٢	٢٥.٣٨٥	٦٦	٢٠.٠٠٠	٥٢	٦١٠	٨٤.٧٢٢	٥٤.١٢٣
٤	٢٢.٣٠٨	٥٨	٦٣.٠٧٧	١٦٤	١٤.٦١٥	٣٨	٥٤٠	٧٥.٠٠٠	١٠٥.٨١٥
٥	٣١.٥٣٨	٨٢	٥١.٩٢٣	١٣٥	١٦.٥٣٨	٤٣	٥٥٩	٧٧.٦٣٩	٤٩.٢٠٨
٦	٥٨.٨٤٦	١٥٣	٢٨.٠٧٧	٧٣	١٣.٠٧٧	٣٤	٦٣٩	٨٨.٧٥٠	٨٤.٩٣٠
٧	١٥.٠٠٠	٣٩	٢٤.٢٣١	٦٣	٦٠.٧٦٩	١٥٨	٤٠١	٥٥.٦٩٤	٩١.٣٩٢

قيمة كا ٢ الحرجة عند درجات حرية (٢) ومستوي دلالة (٠.٠٥) = ٥.٩٩

يتضح من نتائج جدول (١٧) قيمة كا ٢ المحسوبة لاستجابات أفراد عينة البحث لعبارات البعد الثالث وهي عبارات جميعها دالة إحصائية عند مستوي دلالة (٠.٠٥) حيث تراوحت قيمة كا ٢ المحسوبة بين (٤٩.٢٠٨ : ١٠٥.٨١٥) ، كما تراوحت النسبة المئوية للاستجابة بـ (نعم) ما بين (١٥.٠٠٠% : ٥٨.٨٤٦%) ، وتراوحت النسبة المئوية للاستجابة بـ (إلى حد ما) ما بين (٢٤.٢٣١% : ٦٣.٠٧٧%) ، و تراوحت النسبة المئوية للاستجابة بـ (لا) ما بين (١٣.٠٧٧% : ٦٠.٧٦٩%) ، كما تراوحت الأهمية النسبية لآراء عينة البحث في عبارات المحور ما بين (٥٥.٦٩٤% : ٨٨.٧٥٠%) .

جدول (١٨)

التكرارات والنسب المئوية والوزن النسبي والأهمية النسبية ومربع كا^٢ لآراء العينة

بالنسبة لعبارات المحور الرابع (دور الإعلام الرياضي في نشر السلوكيات القوامية) ن = ٢٦٠

رقم العبارة	موافق		إلى حد ما		غير موافق		الوزن النسبي	الأهمية النسبية	قيمة كا ^٢
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
١	٥٦.١٥٤	١٤٦	٢٩.٢٣١	٧٦	١٤.٦١٥	٣٨	٦٢٨	٨٧.٢٢٢	٦٩.٢٦١
٢	٣٠.٣٨٥	٧٩	٥٩.٢٣١	١٥٤	١٠.٣٨٥	٢٧	٥٧٢	٧٩.٤٤٤	٩٤.٠٦٩
٣	١٦.٥٣٨	٤٣	٢٧.٣٠٨	٧١	٥٦.١٥٤	١٤٦	٤١٧	٥٧.٩١٧	٦٥.٤٥٤
٤	٦٥.٧٦٩	١٧١	٢١.٥٣٨	٥٦	١٢.٦٩٢	٣٣	٦٥٨	٩١.٣٨٩	١٢٦.١٤٦
٥	١٨.٨٤٦	٤٩	٦٠.٣٨٥	١٥٧	٢٠.٧٦٩	٥٤	٥١٥	٧١.٥٢٨	٨٥.٧٦١
٧	١٨.٤٦٢	٤٨	٦٢.٦٩٢	١٦٣	١٨.٨٤٦	٤٩	٥١٩	٧٢.٠٨٣	١٠٠.٨٥٤

قيمة كا^٢ الحرجة عند درجات حرية (٢) ومستوي دلالة (٠.٠٥) = ٥.٩٩

يتضح من نتائج جدول (١٨) قيمة كا^٢ المحسوبة لاستجابات أفراد عينة البحث لعبارات المحور الرابع وهي عبارات جميعها دالة إحصائية عند مستوي دلالة (٠.٠٥) حيث تراوحت قيمة كا^٢ المحسوبة بين (٦٥.٤٥٤ : ١٢٦.١٤٦) ، كما تراوحت النسبة المئوية للاستجابة بـ (نعم) ما بين (١٦.٥٣٨% : ٦٥.٧٦٩%) ، وتراوحت النسبة المئوية للاستجابة بـ (إلى حد ما) ما بين (٢١.٥٣٨% : ٦٢.٦٩٢%) ، و تراوحت النسبة المئوية للاستجابة بـ (لا) ما بين (١٠.٣٨٥% : ٥٦.١٥٤%) ، كما تراوحت الأهمية النسبية لآراء عينة البحث في عبارات المحور ما بين (٥٧.٩١٧% : ٩١.٣٨٩%) .

ثانياً: مناقشة وتفسير النتائج :

يتضح من نتائج جدول (١٥) قيمة كا^٢ المحسوبة لاستجابات أفراد عينة البحث لعبارات المحور الأول وهي عبارات جميعها دالة إحصائية عند مستوي دلالة (٠.٠٥) حيث تراوحت قيمة كا^٢ المحسوبة بين (٤٨.٣٧٧ : ١٠٥.٣٣٠) ، كما تراوحت النسبة المئوية للاستجابة بـ (نعم) ما بين (١٤.٢٣١% : ٥٣.٤٦٢%) ، وتراوحت النسبة المئوية للاستجابة بـ (إلى حد ما) ما بين (٢٥.٣٨٥% : ٦١.٩٢٣%) ، و تراوحت النسبة المئوية للاستجابة بـ (لا) ما بين (١١.١٥٤% : ٦٠.٣٨٥%) ، كما تراوحت الأهمية النسبية لآراء عينة البحث في عبارات المحور ما بين (٥٥.٥٥٦% : ٨٤.٠٢٨%) .

كما أظهرت نتائج جدول (١٥) جميع عبارات محور حجم المادة الإعلامية المعروضة عن الثقافة القوامية وعددها (٦) عبارات حصلت على (٧٠%) فأكثر ماعدا عبارات (٢) ، (٤) وهي تنص على التوالى توجد قنوات لإستضافة خبراء فى القوام بشكل مستمر ، توجد برامج يومية مخصصة بالإعلام الرياضى للمشاكل الصحية المرتبطة بالقوام . ويرى الباحثين أن ذلك قد يرجع إلى إهتمام الإعلام الرياضى بالرياضة وكل ما يختص بها بصورة أكثر من إهتمامه بالصحة .

على الرغم من أن الصحة هى أساس كل شئ فإن القوام الجيد يعزز القدرة الوظيفية لأجهزة الجسم الحيوية ويقلل الإجهاد ويؤخره ويحسن المظهر الخارجى ويحسن مفهوم الذات لدى الفرد ويزيد من إنتاجه فى العمل ، على عكس القوام الرديئى فله إنعكاسات سلبية عديدة على صحة الإنسان وأن جميع أجهزة الجسم تتأثر بحالة القوام وبالتالي تؤثر بصورة سلبية على عمله وهذا يتفق مع نتائج دراسة حسام الدين مبارك (٢٠٠٣م) (٣) والتي أظهرت البرامج التلفزيونية تهتم بنقل الأحداث الرياضية المختلفة بينما تهمل تقديم برامج قد يستفيد منها المشاهد فى حياته اليومية .

كما يرى الباحثين أن إستجابة النساء العاملات على محور حجم المادة الإعلامية المعروضة عن الثقافة القوامية كانت متوسطة .

وذلك لقللة الاهتمام فى نشر الوعي القوامى على المستوى المحلى وعلى مستوى النساء العاملات بشكل خاص ، ولقللة الكفاءات العلمية والبرامج التنقيفية التي بدورها تحفز على نشر الثقافة القوامية التي لها اثر ايجابي فى الارتقاء بالثقافة القوامية وترسيخ القيم . وهذا يتفق مع نتائج دراسة محمد المبروك ، عمر العياط (٢٠٠٨م) (١٤) التي أظهرت أكثر إهتمامات الصحافة الرياضية بوظائف الإعلام والأخبار والتحليل والتنفيذ والتنقيف والرعاية والإعلام.

يتضح من نتائج جدول (١٦) قيمة كا ٢١ المحسوبة لاستجابات أفراد عينة البحث لعبارات المحور الثاني وهي عبارات جميعها دالة إحصائية عند مستوي دلالة (٠.٠٥) حيث تراوحت قيمة كا ٢١ المحسوبة بين (٣٨.٣٦١ : ١٢٩.٦٦٩) ، كما تراوحت النسبة المئوية للاستجابة بـ (نعم) ما بين (١٢.٣٠٨% : ٦١.٥٣٨%) ، وتراوحت النسبة المئوية للاستجابة بـ (إلى حد ما) ما بين (١٨.٨٤٦% : ٦٤.٢٣١%) ، و تراوحت النسبة المئوية للاستجابة بـ (لا) ما بين (١٤.٦١٥% : ٦٦.٥٣٨%) ، كما تراوحت الأهمية النسبية لآراء عينة البحث فى عبارات المحور ما بين (٥٣.٤٧٢% : ٨٨.٣٣٣%) .

كما أظهرت نتائج جدول (١٦) جميع عبارات محور دور الإعلام الرياضي فى نشر المعارف والمعتقدات القوامية الصحيحة وعددها (٢١) عبارات حصلت على (٦٩.٧٧%) فأكثر ماعدا عبارات (٦) ، (٧) ، (٨) ، (١٣) ، (١٤) ، (١٥) ، وهى تنص على التوالى يقدم الإعلام الرياضى طرق علاج تشوهات القوام ، يقدم الإعلام الرياضى معلومات حول الأوضاع المهنية التى تسبب تشوهات للقوام ، يقدم الإعلام الرياضى الإنحرافات القوامية الشائعة وكيفية تجنبها ، يعمل الإعلام الرياضى على تقديم التشوهات التى تؤثر على المفاصل والعضلات ، يقدم الإعلام الرياضى على أهمية وجود عمق بالمقاعد حتى يسمح بسند كامل للظهر ، يقدم الإعلام الرياضى معلومات حول المهن التى تسبب تشوهات للقوام .

ويرجع الباحثين ذلك إلى عدم وجود معد أو مقدم للبرامج الرياضية يهتم بالمعارف والمعلومات ويؤدى إلى تحسين مستوى الثقافة القوامية للنساء العاملات ، وتنمية المعلومات والمعارف والمفاهيم تجاه القوام والصحة والتغذية الصحيحة وأهمية الرياضة والوقاية من الإنحرافات والتشوهات القوامية التى قد تصيبهم أثناء العمل ، وكيفية إتخاذ الأوضاع الصحيحة أثناء العمل .

ويرى الباحثين أهمية التأثير الإيجابى للإعلام الرياضى ، لذلك فيجب عليه فى البرامج الرياضية حث مؤسسات العمل على أهمية التوعية الصحية والقوامية للعاملات فى المؤسسة ، ويحثها على ترجمة الحقائق الصحية المعروفة الى انماط سلوكية قوامية صحية سليمة على مستوى الفرد والمجتمع حتى يزيد من إنتاج الفرد على العمل ويرفع ويرتقى من مستوى مؤسسته . وهذا يتفق مع نتائج دراسة مبروك براهيمى (٢٠١٣م) (١٣) والتى أظهرت أن الإعلام الرياضى له تأثير إيجابى فى صنع القرارات .

كما لا بد على الإعلام الرياضى تقديم صور ونماذج للقوام المثالى والجيد وأيضاً تقديم نماذج للتشوهات القوامية وكيفية تجنبها وأيضاً سبل علاجها ، ولا بد على من إستضافة خبراء فى مجال القوام لتوعية الأفراد بأهمية المحافظة على القوام وتقديم معلومات ومعارف بكل ما يختص بالقوام و تجنب التشوهات القوامية .

كما أشارت إقبال رسمى (٢٠٠٧م) أنه لا يوجد قوام موحد يمشی على نمطه جميع الأفراد ، ولكن لكل فرد قوامه الذى يجب أن يعتني به وينمي بالغذاء المناسب و الراحة والرياضة والعلاج المناسب فى الوقت المناسب حتى يجعل قوامه مثالياً . (١: ١٦)

وتذكر منال منصور (٢٠١٣م) أن القوام الجيد من الأمور الهامة التى تؤثر فى حياة الفرد وصحته وأدائه لعمله وإنتاجه ، حيث يتكون القوام الجيد من العظام والعضلات وباقي أجهزة

الجسم التي تبني مظهره وأداء الفرد للعمل يختلف من فرد لآخر ، متوقفاً في ذلك علي تركيب أنسجة الجسم المختلفة من عضلات وعظام ومفاصل وقدرة عمل أجهزة الجسم المختلفة .

(١٦ : ١٩٩ ، ٢٠٠)

كما يرى الباحثين أن إستجابة النساء العاملات على محور دور الإعلام الرياضي في نشر المعارف والمعتقدات القوامية الصحيحة كانت جيدة .

يتضح من نتائج جدول (١٧) قيمة كا ٢ المحسوبة لاستجابات أفراد عينة البحث لعبارات المحور الثالث وهي عبارات جميعها دالة إحصائية عند مستوي دلالة (٠.٠٥) حيث تراوحت قيمة كا ٢ المحسوبة بين (٤٩.٢٠٨ : ١٠٥.٨١٥) ، كما تراوحت النسبة المئوية للاستجابة ب (نعم) ما بين (١٥.٠٠٠% : ٥٨.٨٤٦%) ، وتراوحت النسبة المئوية للاستجابة ب (إلي حد ما) ما بين (٢٤.٢٣١% : ٦٣.٠٧٧%) ، و تراوحت النسبة المئوية للاستجابة ب (لا) ما بين (١٣.٠٧٧% : ٦٠.٧٦٩%) ، كما تراوحت الأهمية النسبية لآراء عينة البحث في عبارات المحور ما بين (٥٥.٦٩٤% : ٨٨.٧٥٠%) .

كما أظهرت نتائج جدول (١٧) جميع عبارات محور دور الإعلام الرياضي في نشر العادات القوامية الصحيحة وعددها (٧) عبارات حصلت على (٧٤.٥٨%) فأكثر ماعدا عبارات (٧) وهي تنص على ينصح الإعلام الرياضي على الإعتياد أن يأخذ جسمك اقصى طول له سواء في الجلوس او في الوقوف ، أو اثناء المشى .

ويرجع الباحثين ذلك إلى إفتقار البرامج الرياضية المعلومات القوامية ، وذلك لأن مقدم البرامج الرياضية يهتم بتقديم الرياضة بشكل عام وخاص أما الصحة بشكل عام ولا يختص سلوكيات وعادات قوام صحيحة ، وإهتمام الإعلام الرياضي بالجانب الصحى الخاص باللاعبين والإصابات .

ولقد إزدادت أهمية علم الصحة في مجال التربية الرياضية بدرجة كبيرة ، فقد أصبحت التربية الرياضية من أكثر العوامل أهمية في مجال الحفاظ علي الصحة العامة وتقويتها ، فيجب أن تدخل التربية الرياضية ضمن برامج الحياة اليومية وللغئات العريضة من السكان .

(١١ : ١٣)

ويجد الباحثين أن الإعلام الرياضي ينصح بأهمية استخدام وارتداء الملابس القطنية وذلك لأنها تساعد على امتصاص العرق وتسمح بتبخره في الهواء، لذلك ينصح بارتدائها في فصل الصيف، لقدرتها على التقليل من نمو البكتيريا والفطريات على ثنايا الجلد، خاصة تحت الإبط، ما يقلل من فرص التعرض لرائحة العرق .

كما يرى الباحثين أن إستجابة النساء العاملات على محور دور الإعلام الرياضى فى نشر العادات القوامية الصحيحة كانت متوسطة .

يتضح من نتائج جدول (١٨) قيمة كا ٢١ المحسوبة لاستجابات أفراد عينة البحث لعبارات البعد الرابع وهي عبارات جميعها دالة إحصائية عند مستوي دلالة (٠.٠٥) حيث تراوحت قيمة كا المحسوبة بين (٦٥.٤٥٤ : ١٢٦.١٤٦) ، كما تراوحت النسبة المئوية للاستجابة بـ (نعم) ما بين (١٦.٥٣٨% : ٦٥.٧٦٩%) ، وتراوحت النسبة المئوية للاستجابة بـ (إلى حد ما) ما بين (٢١.٥٣٨% : ٦٢.٦٩٢%) ، و تراوحت النسبة المئوية للاستجابة بـ (لا) ما بين (١٠.٣٨٥% : ٥٦.١٥٤%) ، كما تراوحت الأهمية النسبية لآراء عينة البحث في عبارات المحور ما بين (٥٧.٩١٧% : ٩١.٣٨٩%) .

كما أظهرت نتائج جدول (١٨) جميع عبارات محور دور الإعلام الرياضى فى نشر السلوكيات القوامية وعددها (٦) عبارات حصلت على (٧١.٥٢%) فأكثر ماعدا عبارة (٣) ، وهي تنص على يعرض الإعلام الرياضى صور للجلوس القوامى الخاطئ وما يقابلها للجلوس القوامى الصحيح .

ويرجع الباحثين ذلك الى عدم إحتواء الإعلام الرياضى على المحتوى القوامى السليم الذى يتناول الانحرافات القوامية وأسبابها وطرق علاجها ، وعدم إستضافة البرامج الرياضية خبراء متخصصين فى القوام يتناولون كما ما يخص القوام وكيفية المحافظة عليه .

والإعلام الرياضى لا يتناول موضوعات قوامية تخص النساء العاملات بل يتناول الموضوعات الرياضية وما يخص الرياضة واللاعبين ونسائهم دون التطرق الى الموضوعات الهامة التى تخص جميع السيدات ولا سيدات فئة معينة .

وجد الباحثين ان برامج الإعلام الرياضى تتكلم بشكل عام عن القوام كعدم الجلوس على المكاتب والكتابة لفترة طويلة بطريقة خاطئة وهذا بشكل عام للجميع ولا تخص النساء العاملات فقط ، بل لجميع الأعمار لذلك يجب أن يتوفر قنوات بها خبير أو مختص بالقوام يتحدث عن كل ما يخص القوام لجميع الأعمار وخاصة السيدات العاملات وذلك لانهم عماد المنزل وبالتالي فينعكس على الأبناء والأباء بشكل تلقائى .

ويتفق هذا مع نتائج دراسة **وليد شاهين (٢٠١٦)** (١٨) فلا بد من برامج الإعلام الرياضى من الإستضافة بأطباء ومتخصصين فى المجال الرياضى يكون بوسعهم شرح أمور علمية عن تأثير الرياضة على صحة المرأة فى محافظتها على قوامها وإتباعها العادات والسلوكية الصحيحة أثناء الوقوف أو الجلوس أو المشى ، وتبسيط هذه التفاصيل لتسهيل إستيعابها وطرح مجال لفتح

أسئلة واستفسارات حول الموضوع ، كل هذا قادر على إكساب المرآه وعى صحى ودفعها نحو المحافظة على صحتها وقوامها .

كما يرى الباحثين أن إستجابة النساء العاملات على محور دور الإعلام الرياضى فى نشر السلوكيات القوامية كانت مقبولة .

أولاً: الإستخلاصات:

- يساهم الإعلام الرياضى بشكل إيجابى فى نشر الثقافة القوامية للنساء العاملات .
- يعرض الإعلام الرياضى المعلومات القوامية الصحية بطريقة علمية حديثة .
- يقدم الإعلام الرياضى معلومات عن القوام السليم تفيد النساء العاملات .
- يحث الإعلام الرياضى على بعض التمارين الرياضية التى من خلالها تجنب الإصابة بالإنحرافات القوامية.
- ينصح الإعلام الرياضى بأهمية استخدام وارتداء الملابس القطنية .
- يحث الإعلام الرياضى على عدم الجلوس على المكاتب والكتابة لفترة طويلة بطريقة خاطئة .
- يحذر الإعلام الرياضى استخدام الأحذية ذات الكعب العالى لما لها من تأثير سلبى على العمود الفقرى .

ثانياً: التوصيات:

استناداً إلى نتائج البحث التي توصلت اليها الباحثة وفي حدود عينة البحث ، توصى

الباحثة بالآتى:

- أخذ بعين الإعتبار أهمية تخصيص مساحات وبرامج رياضية تخدم المرآة بالعموم ، وتولى إهتمام بالقوام على وجه الخصوص .
- الإهتمام بنشر الوعى القوامى والصحى بين النساء العاملات .
- التاكيد على عمل برامج ثقافية قوامية فى الاعلام الرياضى وليس فقط على الاخبار الرياضية.
- تخصيص قنوات لإستضافة خبراء فى القوام بشكل مستمر .
- تركيز الإعلام الرياضى على طرق علاج تشوهات القوام.
- تقديم الإعلام الرياضى معلومات حول المهن التى تسبب تشوهات للقوام .
- إرشاد الإعلام الرياضى على الإعتياد أن ياخذ جسمك اقصى طول له سواء فى الجلوس او فى الوقوف ، أو اثناء المشى .
- أهمية عرض الإعلام الرياضى صور للجلوس القوامى الخاطئ وما يقابلها للجلوس القوامى الصحيح.

أولاً: المراجع العربية:

١. إقبال رسمي (٢٠٠٧م): القوام والعناية بأجسامنا ، دار الفجر للنشر ، القاهرة
٢. إقبال رسمي ، أمال ذكي (٢٠٠٠م): العلاقة بين الإنحرافات القوامية وكل من التوافق التنفسي واللياقة البدنية لطلبة المرحلة الإعدادية بمحافظة القاهرة ، المجلة العلمية للتربية البدنية والرياضية ، كلية التربية الرياضية للبنين بالهرم ، العدد الثالث والثلاثون ، القاهرة.
٣. حسام الدين مبارك (٢٠٠٣م): دور وسائل الإعلام الجماهيرية في نشر الثقافة الرياضية لدي طلاب بعض الجامعات المصرية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ، جامعة طنطا .
٤. حسن الشافي (٢٠٠٣م): الإعلام في التربية البدنية والرياضة ، دارالوفاء لدنيا الطباعة والنشر ، الإسكندرية .
٥. خالد الزيود(٢٠١٣م): تقييم دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية ، المؤتمر العلمي الدولي الثاني للبحوث والدراسات الإجتماعية والإنسانية فى العالم الإسلامى للفترة من ٢٥-٢٧/٢/٢٠١٣م ، الإمارات .
٦. خير الدين عويس ، عطا عبدالرحيم (١٩٩٨م): الإعلام الرياضي ، ط ١ ، مركز الكتاب للنشر والتوزيع ، القاهرة .
٧. صالح بشير (٢٠١١م): القوام وسبل المحافظة عليه ، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ، الإسكندرية .
٨. صبحى حسانين (٢٠٠٠م): أطلس تصنيف وتوصيف أنماط الأجسام ، مركز الكتاب للنشر ، القاهرة
٩. صفاء الدين الخربطي وآخرون (٢٠٠٠م): اللياقة القوامية والتدليك الرياضي ، دار المنار للطباعة ، القاهرة .
١٠. عباس الرملي وآخرون (١٩٩٠م): تربية القوام ، دار الفكر العربي ، القاهرة .
١١. علاء الدين عليوة (٢٠٠٦م): الصحة الرياضية ، دار الوفاء ، الإسكندرية
١٢. قعودي ياسمين (٢٠١٦م): دور الإعلام الرياضي في نشر الوعي الصحي الرياضي في الوسط النسوي ، رسالة ماجستير غير منشورة ، معهد العلوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية ، جامعة محمد بوضياف ، المسيلة .
١٣. مبروك براهيمى (٢٠١٣م): دور الإعلام الرياضي المرئي والمسموع في صنع القرار داخل الهيئات الرياضية العليا ، رسالة دكتوراة غير منشورة ، معهد التربية البدنية والرياضية ، جامعة الجزائر .



١٤. محمد المبروك ، عمر العياط (٢٠٠٨م): واقع الصحافة الرياضية في تنمية اتجاهات الشباب نحو ممارسة الرياضة ، المؤتمر العربي الثالث للرياضة للجميع للجنة الأولمبية الليبية ، طرابلس .
١٥. مصطفى الضمراني (٢٠٠١م): قضايا ثقافية معاصرة ، أضواء علي الحركة الثقافية في مصر ، الهيئة المصرية للكتاب ، القاهرة .
١٦. منال منصور (٢٠١٣م): برنامج مقترح في التربية القوامية لمعلمات مدارس الدمج وأثره علي تنمية الوعي القوامي لديهن والحد من التشوهات القوامية لتلاميذ مدارس الدمج بسوهاج ، المجلد (١٣) ، العدد(٦٩) ، جمعية الثقافة من أجل التنمية
١٧. وائل محمد منصور (٢٠٠٨م): الثقافة القوامية لدي الرياضيين والغير رياضيين لطلاب المرحلة الثانوية بمحافظة الفيوم ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين بالقاهرة ، جامعة حلوان.
١٨. وليد شاهين (٢٠١٦م): دور وسائل الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الصحية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بكليات التربية الرياضية ، مجلة العلوم التربوية والنفسية ، المجلد(١٧) ، العدد(٣) ، مركز النشر العلمي ، جامعة البحرين .
١٩. يسري فيصل(٢٠٠٩م): دور الإعلام الرياضي في التنقيف الصحي لمراحل التعليم المختلفة بدولة الكويت ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنات ، جامعة الزقازيق.



ملخص للبحث

اسم البحث : دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة القوامية لدي النساء العاملات

اسماء الباحثين : د/ محمد نادر شلبي**أ.م.د/ أحمد محمد ياسين ، الباحثة / أميرة السيد حسين سالم

التخصص الدقيق : قسم الإدارة الرياضية والترويج
اسم الكلية : كلية التربية الرياضية للبنين - جامعة بنها
اسم الجامعة : بنها
اسم الدولة : مصر

البريد الإلكتروني : ae0448962@gmail.com

هدف البحث : التعرف على دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة القوامية لدي النساء العاملات

المنهج المستخدم : المنهج الوصفي

عينة البحث وخصائصها : اشتمل مجتمع على مدارس إدارات (بنها - القناطر الخيرية - كفر شكر) بمحافظة القليوبية ، وقد قامت الباحثة باختيار عينة البحث بالطريقة العمدية من مدارس إدارات (بنها - القناطر الخيرية - كفر شكر) بمحافظة القليوبية وعددهم ١٧ مدرسة ، وقد تمثلت عينة البحث الكلية في ٣٠٠ من النساء العاملات ، كما تمثلت عينة الاساسية في ٢٦٠ من النساء العاملات ، وعينة البحث الاستطلاعية تمثلت في ٤٠ من النساء العاملات بعد استبعاد ٥٩٥ من النساء العاملات من العينة الكلية وذلك بسبب الاجازات وعدم الاستجابة على استمارة الاستبيان .

اهم الاستنتاجات :

- يساهم الإعلام الرياضي بشكل إيجابي في نشر الثقافة القوامية للنساء العاملات .
- يعرض الإعلام الرياضي المعلومات القوامية الصحية بطريقة علمية حديثة .
- يقدم الإعلام الرياضي معلومات عن القوام السليم تفيد النساء العاملات .
- يحث الإعلام الرياضي على بعض التمارين الرياضية التي من خلالها تجنب الإصابة بالإنحرافات القوامية .
- ينصح الإعلام الرياضي بأهمية استخدام وارتداء الملابس القطنية .
- يحث الإعلام الرياضي على الجلوس على المكاتب والكتابة لفترة طويلة بطريقة خاطئة .
- يحذر الإعلام الرياضي استخدام الأحذية ذات الكعب العالي لما لها من تأثير سلبي على العمود الفقري .

Search summary

Search Name: The role of sports media in spreading the guardianship culture among working women.

Researcher Name : Dr. | Mohamed Nader Shalpy Dr. Ahmed Mohamed yasin Amira Elsayed heussin Salem

Faculty Name : Faculty of Physical Education

University Name : Banha

Name of the country : Egypt

E-mail : ae٥٤٤٨٩٦٢@gmail.com

Search aim: Understanding the role of sports media in spreading the female guardianship culture among working women.

Curriculum used : Descriptive method

Research Sample and Characteristics: A community included the schools administrations (Banha - Al-Qanater Al-Khayriya - Kafr Shukr) in Qalyubia Governorate, and the researcher selected the research sample by the deliberate method from the schools of administrations (Banha - Al-Qanater Al-Khayriya - Kafr Shukr) in Qalyubia governorate, which numbered ١٧ schools, and the total research sample consisted of ٣٠٠ Of working women, the main sample was ٢٦٠ working women, and the survey sample was ٤٠ working women after excluding ٥٩٥ working women from the total sample due to vacations and failure to respond to the questionnaire form.

Results:

Sports media contributes positively to spreading the female professional culture of working women.

The sports media present health counseling information in a modern scientific way.

The sports media provides information on proper posture that benefits working women.

Sports media urges some exercises to avoid developing postural deviations.

Sports media advises on the importance of using and wearing cotton clothes.

Sports media urges not to sit at desks and write the wrong way for a long time.