

دور الإعلام الرياضي في دعم الثقافة الرياضية للجمهور العراقي من  
وجهة نظر أعضاء الهيئات الإدارية للأندية

**The Role of Sports Media in Supporting Cultural  
Sports for the Members' Point Of View of the  
Administrative Bodies of Clubs**

إعداد

اسماعيل خليل اسماعيل القيسي

إشراف

د. كامل خورشيد مراد

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

قسم الصحافة والإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

أيار، 2019

## تفويض

أنا إسماعيل خليل اسماعيل القيسي، أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً وإلكترونياً للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: إسماعيل خليل اسماعيل القيسي

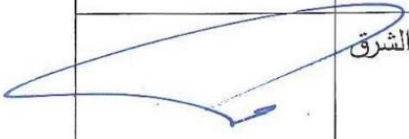
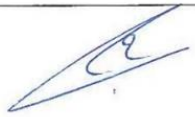
التاريخ: 2019/5/29

التوقيع: 

## قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها : (( دور الإعلام الرياضي في دعم الثقافة الرياضية للجمهور العراقي من وجهة نظر أعضاء الهيئات الإدارية للأندية )) وأجيزت بتاريخ 2019/5/ 29 .

### أعضاء لجنة المناقشة :

| # | الإسم                | الصفة                   | جهة العمل          | التوقيع                                                                             |
|---|----------------------|-------------------------|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | د. كامل خورشيد مراد  | رئيسا ومشرفا            | جامعة الشرق الأوسط |    |
| 2 | د. محمد كامل القرعان | عضوا -<br>ممتحنا داخليا | جامعة الشرق الأوسط |   |
| 3 | د. خلف الطاهات       | عضوا -<br>ممتحنا خارجيا | جامعة اليرموك      |  |

## الشكر والتقدير

الحمد والشكر لله عز وجل الأول والآخر رافع السماء وباسط الأرض ورازق كل شيء بفضل جوده، الحمد لله الذي أنار الوجود بطلعته خير البرية، والحمد لله الذي جعل حقيقة وجوده في سماء قلوب العارفين، الحمد لله على منه وفضله عليّ، والسلام على سيدنا محمد صلى الله عليه وعلى آله الطيبين الطاهرين وصحبة الأخيار وسلم. اللهم اجعل أول عملي هذا صلاحاً وأوسطه فلاحاً وآخره نجاحاً، إنّ من واجب الاعتراف بالجميل أن أتقدم بجزيل الشكر للجهود العلمية القيمة التي بذلها معي **الدكتور كامل خورشيد مراد** المشرف على الرسالة، لتوجيهه المتواصل ومتابعته الدقيقة والمستمرة لتسهيل مهمّتي والرعاية الصادقة التي أبدّاها طوال مدة إشرافه فجزاه الله خيراً وأطال بالخير عمره.

وأنتقدم بوافر الشكر للسيد رئيس جامعة الشرق الأوسط وعمادة كلية الإعلام **متمثلة بالأستاذ الدكتور عزت حجاب عميد الكلية**، ولأستاذتي الأفاضل في الكلية والدراسات العليا المحترمين لما كان لهم من فضل في تدريسهم وتوجيهاتهم العلمية فجزاهم الله بكل الخير.

وأنتقدم بوافر الثناء والامتنان للأساتذة الأفاضل **أعضاء لجنة المناقشة: الدكتور محمد كامل القرعان والدكتور خلف الطاهات**، الذين تفضلوا بقبول مناقشة هذه الرسالة وإغنائها بملاحظاتهم القيمة، وآرائهم السديدة فجزاهم الله بكل الخير.

وأنتقدم بخالص الامتنان لأساتذة جامعة بغداد والأنبار، وميسان لما أبدوه من عون ومساندة وأخص بالذكر **الاستاذ الدكتور أحمد محمود العاني** فجزاهم الله بكل الخير.

وأسأل الباري عز وجل أن يتقبل هذا الجهد العلمي لوجهه الكريم.

## الإهداء

إلى الهيبة والوقار إلى الذي علمني كيف أقوم بعد أن أسقط، إلى الذي علمني كيف أمشي في دروب الحياة، إلى الذي علمني كيف تحيا هذه الحياة إلى الذي علمني كيف أتحمل المسؤولية الآن أهديك ما أردته مني وأنني أعلم ما تشعر به من فرح وفخر في داخلك ... **أبـي الغالي..**

إلى الشامخة الصبورة، إلى العزة والفخر إلى التي أوصانا الله بها وجعل الجنة تحت قدميها إلى صاحبة العيون الضاحكة رغم الحزن الذي في داخلك على الرغم من كل ما تحمليته أرى فيك الأمل والطوح، اعذريني لا أستطيع أن أصفك مهما جمعت من كلمات، إلى حبيبتي .. **أمـي الغالية.**

إلى كل من ساهم في تعليمي ولو بمشوره ..

**الباحث**

**اسماعيل خليل اسماعيل القيسي**

## فهرس المحتويات

| الموضوع                  | الصفحة |
|--------------------------|--------|
| العنوان                  | أ      |
| التفويض                  | ب      |
| قرار لجنة المناقشة       | ج      |
| الشكر والتقدير           | د      |
| الاهداء                  | هـ     |
| فهرس المحتويات           | و      |
| قائمة الجداول            | ح      |
| قائمة الاشكال            | ط      |
| قائمة الملحقات           | ي      |
| الملخص باللغة العربية    | ك      |
| الملخص باللغة الإنجليزية | ل      |

### الفصل الأول: خلفية الدراسة وأهميتها

|                         |   |
|-------------------------|---|
| أولاً: مقدمة            | 1 |
| ثانياً: مشكلة الدراسة   | 3 |
| ثالثاً: أهداف الدراسة   | 4 |
| رابعاً: أهمية الدراسة   | 4 |
| خامساً: أسئلة الدراسة   | 5 |
| سادساً: حدود الدراسة    | 6 |
| سابعاً: محددات الدراسة  | 6 |
| ثامناً: مصطلحات الدراسة |   |

### الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة

|                                                   |    |
|---------------------------------------------------|----|
| أولاً: الأدب النظري                               | 9  |
| ثانياً: الدراسات السابقة                          | 48 |
| التعليق على الدراسات السابقة وكيفية الاستفادة منه | 52 |

### الفصل الثالث: منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

|    |                                  |
|----|----------------------------------|
| 53 | ..... أولاً: منهجية الدراسة      |
| 53 | ..... ثانياً: مجتمع الدراسة      |
| 54 | ..... ثالثاً: أداة الدراسة       |
| 55 | ..... رابعاً: صدق الأداة         |
| 56 | ..... خامساً: ثبات الأداة        |
| 56 | ..... سادساً: المعالجة الإحصائية |
| 56 | ..... سابعاً: إجراءات الدراسة    |

### الفصل الرابع: نتائج الدراسة

|    |                                                         |
|----|---------------------------------------------------------|
| 58 | ..... عرض نتائج التساؤل الرئيس للدراسة والأسئلة الفرعية |
|----|---------------------------------------------------------|

### الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات

|    |                            |
|----|----------------------------|
| 76 | ..... مناقشة نتائج الدراسة |
|    | ..... التوصيات             |
| 88 | ..... المصادر والمراجع     |
| 93 | ..... الملحقات             |

## قائمة الجداول

| الصفحة | محتوى الجدول                                                                                                                                          | رقم الفصل -<br>رقم الجدول |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|
| 54     | توزيع عينة البحث الكلية على الاندية الرياضية العراقية                                                                                                 | 1 - 1                     |
| 58     | نتائج المعالم الاحصائية للدرجة الكلية لأداة القياس والمقارنة الاستدلالية بالوسط الفرضي.                                                               | 2 - 1                     |
| 60     | جدول وصف تكرارات عينة البحث الكلية في الاندية الرياضية العراقية ونسبتهم المئوية                                                                       | 3 - 1                     |
| 61     | جدول وصف تكرارات عينة البحث الكلية بحسب الخصائص الديمغرافية ونسبتهم المئوية                                                                           | 4 - 1                     |
| 62     | استجابات عينة التطبيق لكل فقرة من فقرات سؤال: هل تغطي وسائل الاعلام الرياضي قطاعات كبيرة ومتنوعة من الجماهير الرياضية؟                                | 5 - 1                     |
| 64     | استجابات عينة التطبيق لكل فقرة من فقرات سؤال: هل يساعد الاعلام الرياضي على تكوين الاتجاهات والمعتقدات لدى الجماهير الرياضية نحو ممارسة رياضة الترويح؟ | 6 - 1                     |
| 66     | استجابات عينة التطبيق لكل فقرة من فقرات سؤال: هل يعتمد الاعلام الرياضي اىصال حداثه المعلومات الى الجماهير الرياضية؟                                   | 7 - 1                     |
| 68     | استجابات عينة التطبيق لكل فقرة من فقرات سؤال: هل يرسخ الاعلام الرياضي المبادئ والقيم التربوية ويعزز روح المواطنة لدى الجماهير الرياضية؟               | 8 - 1                     |
| 70     | استجابات عينة التطبيق لكل فقرة من فقرات سؤال: هل يساهم الاعلام الرياضي في تكوين بنية معرفية ترتبط بمفاهيم واهداف الرياضة لدى الجماهير الرياضية؟       | 9 - 1                     |
| 72     | استجابات عينة التطبيق لكل فقرة من فقرات سؤال: هل يلتزم الاعلام الرياضي بالمعايير الاخلاقية السائدة في المجتمع؟                                        | 10 - 1                    |
| 74     | استجابات عينة التطبيق لكل فقرة من فقرات سؤال: هل يعتمد الاعلام الرياضي دراسات علمية عن اهمية ممارسة الرياضة لدى الجماهير؟                             | 11 - 1                    |



## قائمة الاشكال

| الصفحة | المحتوى                                                                                                                              | رقم الفصل -<br>رقم الشكل |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| 12     | مكونات الاعلام الرياضي                                                                                                               | 1 - 1                    |
| 17     | أنواع وسائل الاعلام الرياضي                                                                                                          | 2 - 1                    |
| 37     | مكونات الثقافة الرياضية                                                                                                              | 3 - 1                    |
| 40     | ابعاد الثقافة الرياضية في المجتمع                                                                                                    | 4 - 1                    |
| 59     | الوسط الحسابي لأداة القياس ومقارنته بالوسط الفرضي                                                                                    | 5 - 1                    |
| 63     | الاهمية النسبية لفقرات سؤال: هل تغطي وسائل الاعلام الرياضي قطاعات كبيرة ومتنوعة من الجماهير الرياضية؟                                | 6 - 1                    |
| 65     | الاهمية النسبية لفقرات سؤال: هل يساعد الاعلام الرياضي على تكوين الاتجاهات والمعتقدات لدى الجماهير الرياضية نحو ممارسة رياضة الترويح؟ | 7 - 1                    |
| 67     | الاهمية النسبية لفقرات سؤال: هل تعتمد الاعلام الرياضي ايصال حادثة المعلومات الى الجماهير الرياضية؟                                   | 8 - 1                    |
| 69     | الاهمية النسبية لفقرات سؤال: هل يرسخ الاعلام الرياضي المبادئ والقيم التربوية ويعزز روح المواطنة لدى الجماهير الرياضية؟               | 9 - 1                    |
| 71     | الاهمية النسبية لفقرات سؤال: هل يساهم الاعلام الرياضي في تكوين بنية معرفية ترتبط بمفاهيم واهداف الرياضة لدى الجماهير الرياضية؟       | 10 - 1                   |
| 73     | الاهمية النسبية لفقرات سؤال: هل يلتزم الاعلام الرياضي بالمعايير الاخلاقية السائدة في المجتمع؟                                        | 11 - 1                   |
| 75     | الاهمية النسبية لفقرات سؤال: هل يعتمد الاعلام الرياضي دراسات علمية عن اهمية ممارسة الرياضة للجماهير؟                                 | 12 - 1                   |

## قائمة الملحقات

| الرقم | المحتوى                         | الصفحة |
|-------|---------------------------------|--------|
| 1     | قائمة بأسماء محكمي أداة الدراسة | 93     |
| 2     | الاستبانة                       | 94     |

## دور الإعلام الرياضي في دعم الثقافة الرياضية للجمهور العراقي من وجهة نظر أعضاء الهيئات الإدارية للأندية

إعداد: اسماعيل خليل اسماعيل القيسي

إشراف: د. كامل خورشيد مراد

### الملخص

هدفت الدراسة إلى تقصي دور الإعلام الرياضي العراقي في دعم الثقافة الرياضية للجمهور العراقي من وجهة نظر أعضاء الهيئات الإدارية للأندية العراقية البالغ عددهم (193) عضواً بواقع (19) نادياً رياضياً في الـ موسم الرياضي لعام 2018.

استخدم الباحث المنهج الوصفي بأسلوب المسح الميداني لدراسة مجتمع الدراسة بأسلوب الحصر الشامل. وأظهرت الدراسة أن دور الاعلام الرياضي في دعم ثقافة الجماهير الرياضية تعدى المستوى المطلوب بفارق دال إحصائياً بقليل. وكشفت الدراسة عن أبرز نتيجة متقدمة وهي أن الاعلام الرياضي العراقي يوفر برامج مختلفة تخاطب عامة الناس على اختلاف مستوياتهم، في حين تراجع نشاط المؤتمرات الصحفية لإظهار المشاريع المستقبلية الى مستويات متأخرة.

ولكن الدراسة من جهة اخرى بينت ان الاعلام الرياضي العراقي مستمر في تقديم توضيح التسهيلات لإقبال الجماهير إلى المؤسسات والمنشآت الرياضية ومساعدة الإعلام الرياضي على تكوين الاتجاهات والمعتقدات لدى الجماهير الرياضية نحو ممارسة رياضة الترويح في حين جاءت فقرة يدعم الإعلام الرياضي الاندية الرياضية ومنتديات الشباب المحلية لتنفيذ برامجها التثقيفية للجماهير بالمرتبة الاخيرة.

أما عن تصور الفئة المبحوثة للمؤسسات الرياضية فإنها تعد تعد المؤسسة الرياضية الاعلام الرياضي عنصراً مهماً في جذب الجماهير الرياضية وفي دعم الإعلام الرياضي إيصال أحداث المعلومات إلى الجماهير الرياضية في حين حلت الفقرة (توضح وسائل الإعلام الرياضي المختلفة الحقائق المتعلقة بالمشاكل الرياضية للجمهور الرياضي بموضوعية) المرتبة الاخيرة. وجاءت نتيجة (تتشر وسائل الاعلام الرياضي انجازات الرياضة العراقية على الصعيد الدولي بما يدعم الانتماء الوطني) بالرتبة الأولى في ترسخ الإعلام الرياضي للمبادئ والقيم التربوية ويعزز روح المواطنة لدى الجماهير الرياضية في حين جاءت نتيجة توفر وسائل الإعلام الرياضي المختلفة مساحات خاصة في المجالات الرياضية توضح حيادية الراعين لأنشطتها بالمرتبة الاخيرة.

الكلمات المفتاحية: الاعلام الرياضي، الثقافة الرياضية، الهيئات الادارية للأندية، الرياضة العراقية.

# **The Role of Sports Media in Supporting Cultural Sports for the Members' Point Of View of the Administrative Bodies of Clubs**

**By: Ismael Khaleel Ismael Al-Qaysi**

**Supervisor: Dr. Kamel Khurshid Murad**

## **Abstract**

The aim of this study was to investigate the role of sports media in supporting the sports culture of the Iraqi public from the point of view of members of administrative bodies of clubs. The researcher used the descriptive approach in the case study method in the framework of the field survey of the study population composed of members of the administrative bodies of the participating clubs in 2018, (19) clubs distributed to its members as a research tool. The questionnaire was applied to a sample of (193) individuals. Closed questions were asked for them in the eight areas related to sports media to determine the strengths and weaknesses of their role in the culture of the masses.

The most important results:

1. The role of sports media in supporting the culture of the masses of sports exceeded the required level by a little statistical difference.
2. The result of the availability of different sports media programs that address the public at different levels of the first level in the coverage of sports media sectors large and diverse Of the sports masses, while the result of the complexity of the various sports media press conferences to show the most important future projects of the mass media in the last rank.
3. The result of the work of the sports media to provide clarification of facilities to the public appeal to institutions and origin Sports first level sports media in helping to form attitudes and beliefs among sports fans about the practice of sport recreation while the result supports the sports media sports clubs, local youth forums to implement educational programs for the masses ranked last.

**Keywords: Sports Media, Cultural sports, Administrative Bodies of clubs, Iraqi Sport.**

## الفصل الأول

### خلفية الدراسة وأهميتها

#### أولاً: مقدمة

يحتاج تعزيز العمل الإعلامي الذي تنتهجه الوسائل الإعلامية الرياضية المختلفة إلى مواصلة رفده بالدراسات الأكاديمية التي تدفع به نحو تحسين مساراته لمواكبة التحسينات التي تطرأ في نظيراته على المستوى العالمي، مما يلقي ذلك مسؤوليته على الإعلاميين الأكاديميين لتفعيل عمليات النقصي الموضوعي للوصول إلى جدوى النفع لهذا العمل في المجتمعات المستفيدة منه.

إذ يُعد الإعلام شكل من أشكال الاتصال الجماهير، ووظيفة من وظائف الاتصال الجماهيري، التي تضم الدعاية والإعلان والتعليم والعلاقات العامة والمادة الفنية، وللإعلام عدة وسائل يصل من خلالها إلى الجمهور ومن هذه الوسائل، الصحافة والمطبوعات -الإذاعة- التلفزيون -والسينما، ولكل وسيلة من هذه الوسائل خصائصها ومميزاتها التي توفر الباحثين على دراستها. (عبد الله، 2008، ص242)

يهتم الإعلام بالتأثير في جمهوره الذي يتمثل في الأفراد والجماعات المتلقين لرسائله بغرض استثمار أوقات الفراغ والاستمتاع بها ومن ثم الاستفادة من هذه الأوقات في الترويح عن النفس من خلال ما تقدمه وسائل اتصاله المختلفة من رسائل وبرامج و فقرات إعلامية.

ويستطيع الإعلام الرياضي أن يحقق تأثيرات مهمة على مستوى الأفراد والمؤسسات الرياضية مما تجعل منه قوة اجتماعية حقيقية، لكون الإعلام الرياضي يمثل انعكاساً دقيقاً للحياة الرياضية فإن دور

وسائل الإعلام الرياضي أصبح أكثر أهمية في تحديد مكان الخلل وتأشير المسارات الصحيحة للنهوض بالقطاع الرياضي باتجاه التربية البدنية لأبناء المجتمع، باعتبار تلك الوسائل نافذة لكل ما هو متقدم ومتطور. (ياسين، 2015، ص 17-18)

وهذه المنظومة الاعلامية تضم جميع وسائل الإعلام الرياضي من صحف متخصصة او صفحات متخصصة في الصحف ومجلات ومحطات إذاعة وتلفزيون وفضائيات والتي تنفرد باختصاصها بالمجال الرياضي أو تخصص جزءاً منها لتغطية النشاطات الرياضية ويتوقف تطور هذه المنظومة في أي بلد على حسب نظرة المجتمع للرياضة وإيمانه بأهميتها كما يعتمد على إمكانياته المادية والبشرية وفرص الاستثمار في هذا المجال.

أن أغلب الاندية ما زالت مُقصرة في عدم تطبيقها الحقيقي لمفهوم الرياضة الجماهيرية وتحفيز الجماهير على مزاولتها، إذ من أجل تفعيل دور الأنشطة فيها لابد من أن يصبح شاملاً وليس مقتصراً على الجانب الرياضي وحده حيث للجانب الثقافي أهمية كبيرة في توعية الشباب.

كما أن الثقافة تشمل جميع نواحي التراث الاجتماعي البشري أي كل ما يميز الحياة الاجتماعية عند الإنسان عن الحياة الاجتماعية عند بقية الحيوانات أي كل ما يكتسبه الفرد من الأفراد الآخرين خلال حياتهم الراهنة ومن سيرهم وإعمالهم التي تهبط إليه عبر الزمن وكل ما يضيفه الفرد إلى هذا التراث الاجتماعي وأوضح قاموس (Webster) إن الثقافة هي تهذيب العقل والعواطف وآداب السلوك وكما تشتمل على مفاهيم وعادات ومهارات وفنون وأدوات وشعب معين في فترة محددة ، أي حضارة معينة ونظرت موسوعة المعارف البريطانية الى الثقافة بأنها ذلك الكل المعقد من الفنون والقوانين

والتقاليد وكل القدرات والمهارات التي يكتسبها الإنسان بوصفه عضواً في المجتمع. (الشكرجي، 2001، ص 42)

في حملات التنمية المألوفة تحاط الجماهير في العادة عن مشكلة أو حادث لأول مرة بوساطة أسرع وسائل اتصال، من ثم تُجيب المعالجات الأكثر تفصيلاً وتعبيرات الرأي ومناقشة وجهات النظر المتباينة وإضافة مزيد من المعلومات بوساطة أية قناة تستطيع تقديم تلك الخدمات تقديماً مناسباً في الأوقات التي تُطلب فيها. (شرام، ب ت، ص 198)

### ثانياً: مشكلة الدراسة

نتيجة السيطرة التي يفرضها الإعلام الرياضي على حياة الجماهير الرياضية، وتداخل الأولويات في بث ونشر ما تهدف إليه مختلف وسائله، فإن هذا النوع المتخصص من الاعلام يفرض نفسه في حصولهم على المعلومات ويسيطر على بناء التصورات والأفكار لديهم ليمتد ذلك إلى التأثير في المعلومات والعادات والقيم وكل ما يبني أو يشكل الثقافات في مجتمعاتهم.

ولما كانت أنشطة الاندية الرياضية تعد مرتكز الحدث الرياضي محلياً فإن ذوي العلاقة في إدارتها هم أولى بتقييم ما يصل إلى الجمهور من ترسيخ لمفاهيم الوعي بالفكر الأولمبي والثقافة الرياضية التي يتبناها هذا النوع من الإعلام ، ومن هنا فان مشكلة الدراسة تكمن في محاولة للتوصل إلى حقيقة الواقع الفعلي لما يقدمه الإعلام الرياضي من دعم للثقافة الرياضية للمتقين من الجمهور الرياضي في العراق لتتصب الإنتاجية الأكاديمية من دراستها في التشخيص لهذه الظاهرة بغية تحسين أداء دور الاعلام الرياضي للوصول لأهدافه المنشودة .

### ثالثاً: أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى تقصي وجهة نظر أعضاء الهيئات الإدارية للأندية الرياضية العراقية عن دور الإعلام الرياضي في دعم الثقافة الرياضية للجمهور العراقي. ويتفرع عن الهدف الرئيس الأهداف التالية:

(1) الكشف عن وجهات نظر أعضاء الهيئات الإدارية للأندية الرياضية العراقية لواقع الإعلام الرياضي.

(2) التعرف على مدى وثوق الجمهور الرياضي العراقي بوسائل الإعلام الرياضي المختلفة.

(3) معرفة مدى دعم الإعلام الرياضي للثقافة الرياضية في أوساط الجماهير الرياضية.

(4) التعرف على نواح القوة والضعف لأداء الأعلام الرياضي في تأدية رسالته المهنية للجمهور الرياضي.

(5) التعرف على أهم وسائل الاعلام الرياضي دعماً للثقافة الرياضية للجمهور الرياضي.

### رابعاً: أهمية الدراسة

أن إهداف وسائل الإعلام الرياضي واختلافها أظهرت توجهات عديدة في إيصال الرسائل المبتغاة من الإعلام المُجدي والموضوعي الذي من المفترض أن يتعامل بمهنية تحقق أكثر من غرض في عمل واحد، مما ساعدت هذه المحددات في جعلها من المؤسسات المسؤولة عن تحسين وتهذيب ثقافة المجتمعات سيما الجماهير الرياضية المُتابعة لرسائلها.



وتتجلى أهمية الدراسة في أنها من الدراسات التي تعنى بتشخيص ما تم الوصول إليه من بلوغ لأهداف وسائل الاعلام الرياضي ومدى تأثيرها في توعية وتنقيف المتلقين لها من الجماهير الرياضية، لأهمية هذا التنقيف الرياضي بما ينصب في وعيهم وفهمهم لما يدور من أحداث من جهة ، وأهمية التحسينات التي تصاحب تعزيز هذه الثقافة الرياضية على المستوى الشخصي للأفراد من جهة أخرى، مما تساهم لغة الارقام في هذه الدراسة الأكاديمية المجردة من الاحكام الشخصية للباحث في تمكين القائمين على هذا النوع من الإعلام من تأدية رسالتهم بمهنية هادفة ومنتجة لخدمة المجتمع بعد التعرف الى ما وصل إليه جمهورهم الرياضي من استفادة، والتي من أهمها ملاحظة التحسينات التي تطرأ عليهم باعتماد الاساليب التي تنتهج الخطوات العلمية في الوصول إلى الحقائق، وعدم الاكتفاء بسرعة نقل الخبر أو الحصول على حقوق البث أو النشر كدليل على تقدم الاعلام الرياضي وتميزه مالم يحقق أسمى أهداف الفكر الناضج في تحسين ثقافة الجماهير الرياضية.

#### خامساً: أسئلة الدراسة

تتطلق هذه الدراسة من سؤال رئيس وهو: ما مدى استفادة الجماهير الرياضية من الاعلام الرياضي في دعم ثقافته الرياضية في ضوء آراء أعضاء الهيئات الإدارية للأندية الرياضية العراقية؟ ويتفرع عن هذا السؤال الاسئلة الفرعية التالية:

(1) ما درجة تقييم أعضاء الهيئات الإدارية للأندية الرياضية العراقية لواقع الإعلام الرياضي؟

(2) ما درجة وثوق الجمهور الرياضي العراقي بموضوعية وسائل الإعلام الرياضي المختلفة ضمن

المدة الزمنية للبحث؟

(3) ما مستوى دعم الإعلام الرياضي للثقافة الرياضية في أوساط الجماهير الرياضية ؟

(4) هل تتباين درجات تشخيص نقاط قوة وضعف أداء الإعلام الرياضي في تأدية رسالته المهنية

للجمهور العراقي ؟

(5) ما هي أهم وسائل الإعلام الرياضي التي تدعم الثقافة الرياضية للجمهور الرياضي؟

**سادساً: حدود الدراسة**

للدراسة حدود مكانية وزمنية وبشرية وكالاتي:

أ- **الحدود المكانية:** مقرات الأندية الرياضية العراقية المستمرة بنشاطاتها الرياضية المُسجلة في

الاتحادات الرياضية المركزية العراقية.

ب- **الحدود الزمنية:** الموسم الرياضي 2018 الفترة الممتدة للدراسة المسحية من شهر تشرين

الاول - اكتوبر - 2018- لغاية شهر كانون الاول- ديسمبر - 2018.

ج- **الحدود التطبيقية:** ممثلة بأعضاء الهيئات الإدارية للأندية الرياضية العراقية المصادق عليهم

في وزارة الشباب والرياضة العراقية.

**سابعاً: محددات الدراسة**

تُمثل محددات الدراسة في اعتمادية الأسس العلمية في صدق الأداة وثباتها وموضوعيتها ونوع

عينة الدراسة المستهدفة للقياس فيها.

## ثامناً: مصطلحات الدراسة

### 1- الاعلام

هو التعريف بقضايا العصر ومشاكله وكيفية معالجتها في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام او دولة " (ياسين، 2011، ص 21)

ويعرف اجرائيا هنا هو عمليات تزويد الجمهور بالمعلومات والاخبار الصحيحة عبر وسائل الاعلام الجماهيرية المعروفة.

### 2- الاعلام الرياضي

هو العملية التي تقوم بنشر الاخبار والمعلومات والحقائق المرتبطة بالرياضة وتفسير القواعد والقوانين المنظمة للألعاب ووجه النشاط الرياضي وذلك للجمهور بقصد نشر ثقافته الرياضية بين افراد المجتمع وتنمية الوعي الرياضي. (الحمامي، 2006، ص 98)

والاعلام الرياضي اجرائيا يعني الاعلام المتخصص بشؤون الرياضة والرياضيين.

### 3- الثقافة الرياضية

هي الزيادة الزاخرة للخبرة الإنسانية من خلال الأنشطة الرياضية والتي تؤدي بدورها إلى فهم وتقدير أفضل للبيئة التي يجد فيها الأفراد أنفسهم جزءاً منها. (الشافعي، 2001، ص76)

واجرائيا المقصود بها كم المعلومات العامة بالمجال الرياضي المقدمة للجمهور.

### 4-الجمهور الرياضي

اجرائيا: هم فئة من الجماهير تتابع وتهتم بالأخبار والاحداث الرياضية من خلال عدة وسائل إعلامية رياضية تخصصية.

## 5- أعضاء الهيئة الإدارية للأندية الرياضية:

هم أفراد يتم انتخابهم كل أربع سنوات وعددهم من (5-11) أعضاء مهمتهم إدارة شؤون النادي الرياضي، وفي أول اجتماع للنادي ينتخبون من بينهم الرئيس ونائب الرئيس والأمين المالي وأمين السر، والأعضاء الآخرين. وإن عضو الهيئة الإدارية فرد شغل مركزاً من المراكز ذات المسؤولية في المنظمة الرياضية وهو محدد بالمسؤوليات والأعمال ضمن السياق المخطط له في المنظمة.

## الفصل الثاني

### الأدب النظري والدراسات السابقة

#### أولاً: الأدب النظري

يعمل الاعلام الرياضي على حث الأندية الرياضية كافة من اجل تفعيل انشطتها ليصبح شاملاً وليس مقتصرأ على الجانب الرياضي وحده اذ للجانب الثقافي أهمية كبيرة في توعية الجماهير الرياضية كذلك الحال بالنسبة للجانب الاجتماعي واهميته حتى تؤكد الأندية رسالتها الحقيقية وبأنها "مؤسسات تربوية خلقت لتقدم ما هو افضل وخدمة للمجتمع" (كنعان، 2014 ، ص5)

وعلى هذا فأن الاعلام هو التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير واتجاهاتها، والمقصود بموضوعية الاعلام أنه ليس تعبيراً ذاتياً، وانما يعتمد الحقائق والأرقام والاحصائيات، فالحقائق التي يبني عليها الإعلام السليم "ينبغي أن تكون معبرة تعبيراً صادقاً عن عقلية الجماهير وميولها واتجاهاتها". (مجدي، 2008، ص171)

#### الاعلام الرياضي

يعرف الاعلام الرياضي بأنه عملية نشر الاخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين افراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي. (خير الدين، وعطا، 1998، ص 22)

بينما يعرفه اديب خضور بأنه " جزء من التغطية الاعلامية العامة وهي منظومة فرعية تختص بالرياضة تضم مختلف وسائل الاعلام المتخصصة في المجال الرياضي (صحف وإذاعة وتلفاز) وتضم

جميع المواد الرياضية التي تنشرها الجرائد والمجلات العامة في صحافتها المتخصصة والبرامج الرياضية التي تذيعها محطات الإذاعة والتلفاز". (خضور، 2000، ص31)

ويرى أبراهيم امام أن الاعلام في المجال الرياضي يعد تلك المنظومة التي تتم بنشر الاخبار والمعلومات المعرفية المرتبطة بالمجال الرياضي ويعرض وتفسير القواعد والقوانين والمبادئ التي تتضمن الرياضات والألعاب المختلفة وتحكم المنافسات الرياضية والتي تتم بتوضيح الرؤى العلمية والرياضية وذلك من خلال وسائل الاعلام والاعلام الجماهيري بغرض نشر الثقافة المرتبطة لدى المواطنين وتنمية اتجاهاتهم الإيجابية نحو ممارسة أوجه الأنشطة البدنية والحركية وتوجيههم نحو استثمار أوقات الفراغ في متابعة الاحداث الرياضية ". (إمام، 1995، ص 79)

ويمكن استخلاص أن كلاً من الدعاية والإعلان والأعلام ما هي إلا أساليب تستخدمها اجهزة العلاقات العامة لنشر المعلومات والحقائق للتأثير الواعي المقصود لخدمة مصالح المؤسسات والجماهير التي تتعامل معها، ولخدمة الصالح العام، هادفة من ذلك إعلام الجماهير وتنويرها وتعريفها بالمؤسسة وذلك لتحقيق التفاهم والمشاركة ولكسب ثقة الجماهير وتأبيدها. (أبو حليمه، 2004، ص286-287)

ومن خلال ما تقدم يمكن للباحث تعريف الإعلام الرياضي بأنه: تغطية الوسائل المرئية والمسموعة والمقروءة للأحداث الرياضية وتجسيدها على شكل اخبار وتقارير وبرامج ولقاءات وآراء هادفة لتقديمها للجمهور المتطلع لمتابعة أحدث التطورات الرياضية لإحداث التغيير في ثقافته ومعارفه.

## عوامل ظهور الإعلام الرياضي

هناك عوامل ساعدت على ظهور الاعلام الرياضي ومن اهمها (خير الدين، وعطا، 1998، ص 22):-

1- يعكس الاعلام الرياضي بوجه عام الوزن الحقيقي للرياضة في مجتمع ما من تطوره وللأعلام الرياضي في المجتمع ذات المكانة التي تحتلها الرياضة وبعد أن أصبحت الرياضة نشاطاً واسعاً ومعقداً أصبحت هذه من الحقائق التي قامت عليها الصحافة الرياضية.

2- أصبحت الرياضة في المجتمع الحديث مجالاً غنياً وواسعاً وتبدلت النظرة المتواضعة الى الرياضة كحدث وحركة وتتنافس ونتائج حتى صارت من الدعامات الهامة التي تشكل الملامح الأساسية للمجتمع.

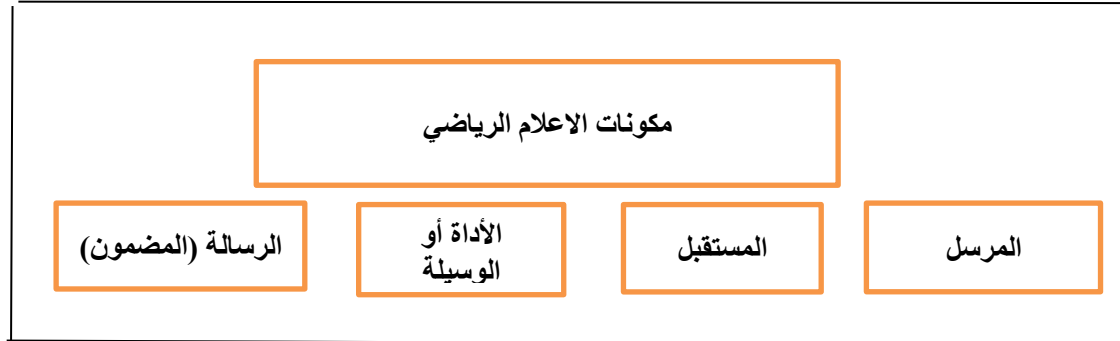
3- لم تعد الرياضة محصورة في عدد معين من الألعاب وانما صارت هناك رياضات كثيرة تمارس وتقام لها بطولات على مستوى العالم وكان هذا اساساً مهماً لظهور وتطور الاعلام الرياضي.

4- لم يعد الجمهور الذي يتابع الألعاب الرياضية عبارة عن مجموعة من الشباب الباحث عن الترفيه انما اتسع وتنوع وتبدل جذرياً كماً ونوعاً وكان ذلك سبباً مضافاً ومهماً لانطلاق الصحافة الرياضية المتخصصة ومن ثم الاعلام الرياضي.

5- تحولت الرياضة الى صناعة وقد اكتسب بطولاتها الطابع الاقتصادي فتنوعت الرسالة الإعلامية ومعها الرسالة الاعلانية المطلوب ايصالها في وقت معين ومستوى معين وشكل معين ايضاً.

## مكونات الإعلام الرياضي وعناصره

للإعلام الرياضي أربعة مكونات وهي نفس مكونات العملية الاتصالية (مرسل أي قائم بالاتصال، ومتلقي أو مستقبل، وأداة إرسال أو وسيلة، ورسالة أي مضمون):- كما موضح في الشكل (1):-



شكل (1) يوضح مكونات الاعلام الرياضي  
المصدر: (خضور، 2000، ص23)

وفيما يأتي إيجاز لهذه المكونات الأربعة:

- **المرسل:** وهو المتخصص الإعلامي الذي يضع الرسالة العلمية وفق احتياجات وطبيعة المرحلة السنية للمستقبل، فالمرسل هو مصدر الرسالة التي يقوم بصياغتها على شكل أهداف سلوكية محدودة كمعلومات ومفاهيم ومهارات واتجاهات، ليرسله الى المستقبل، ولإنجاح عملية الاتصال يجب توافر عدة شروط في المرسل هي (أبو حليلة، 2004، ص 286):-
- أن يكون على دراية تامة بالرسالة والمعارف المتعلقة بها.
- أن يقوم بتصميم الرسالة لطرق تجذب انتباه المستقبل، وتساعد في ادراكها كما يجب أن يتمتع المرسل بالمصداقية.



- أن يهتم بمدى استجابة المستقبل بالرسالة، حتى يعود لها أو يدعمها فيتحقق نجاح عملية الاتصال.

- **الرسالة:** وهي الأفكار والمفاهيم والمهارات والاتجاهات التي يرغب المرسل في دمج المستقبل في تفصيلها، حيث تؤثر فيه بصورة إيجابية.

ولابد من أن تتوفر عدة شروط في الرسالة حتى نضمن عملية الاتصال ناجحة، وهي:

- تصميم الرسالة، حيث تجذب انتباه المستقبل وتثيره وذلك من خلال صياغتها بعنصر التشويق ومعرفة حاجات المستقبل لها واختيار الوقت والمكان المناسبين لاستقبالها.

- صياغتها لغوياً بطريقة يستوعبها المستقبل.

- يجب أن يتناسب محتوى الرسالة مع قدرات المستقبل وخصائصه الانفعالية ومستواه المعرفي وخبراته السابقة.

- **الوسيلة:** وهي اختيار الوسيلة التي تساعد في فهم الرسالة وإدراك مضمونها، والوسيلة الجيدة هي التي تنقل محتوى الرسالة بأمانة ودقة ووضوح، ومن بين الاعتبارات التي تحدد أحياناً لوسيلة دون أخرى، أساليب عرض الرسالة وسرعة عرضها على المُستقبل وعدد المُستقبلين الذين تصل إليهم الرسالة في المرة الواحدة، كما نتوقف على خصائص المستقبل وعلى الإمكانيات المادية المتاحة للمستقبل.

كما أن وسائل الاعلام كثيرة ومتنوعة، وزاد الاهتمام بدراساتها وتحديد الخصائص التي تتميز بها كل وسيلة وقياس مدى تأثيرها على الرأي العام، مما يجعل جمهور المستقبلين يختارون من بين هذه الرسالة الوسيلة التي يفضلونها ويؤكد العلماء أن أكثر وسائل الاعلام تأثيراً هو التلفاز.

- **الجمهور:** يعد المستقبل الجمهور المحور الذي تدور حوله عملية الاتصال، فهو الشخص الذي يتسلم الرسالة من خلال المرسل والوسيلة، بغرض فهم معناها مما يؤدي الى تغير في نمط سلوكه، فالجمهور المستقبل هو قاعدة الحركة الرياضية والاعلام الرياضي هو الذي يسعى الى بناء هذه القاعدة والمساهمة في اتساع الكيان الرياضي وتوفير بيئة رياضية سليمة وخاصة صغار السن، كما أن للأعلام الرياضي تأثيراً كبيراً في الوقت الحاضر لزيادة عدد ممارسين الأنشطة الرياضية المختلفة لانتشار القنوات الرياضية المتخصصة وإذاعات المباريات.

### محددات الاعلام الرياضي

هناك شروط ومحددات ينبغي توافرها في الاعلام الرياضي ومن أهمها:- (عبد الحميد، 2006،

ص35)

1-**الواقعية:** أي التعبير عن الأوضاع القائمة والبيئة المحيطة والثقافة المميزة لشعب معين أو المناخ الثقافي الذي يعبر عن حقيقة المجتمع.

2-**التكرار والتدعيم:** والمقصود بذلك تأكيد الفلسفة والمبادئ التي يراد بثها بالنهاية في اذهان الجمهور لاعتناقها وإذا اريد الاخذ بالتكرار للدفاع عن مبدأ معين أو التركيز على قبول سياسة أو دعوة

معينه كالدعوة الى السلام أو الحق ، فليكن ذلك بقدر معين يبتعد عن الضغط أو مغالطة الجماهير.

3-تحاشى الأكاذيب أو الوقوع في التناقض: ذلك لأن الأكاذيب كثيراً ما ترضى الناس في وقت صدورها، ولكن سرعان ما يؤدي الى خيبة أمل عند كشف الكذب أو المبالغة وقد تناول الأكاذيب بيانات إحصائية وهذه هي اخطر أنواع الاعلام المضلل حيث يترتب عليه انتشار الفوضى بين الناس لذلك يراعى أن يتناول الاعلام موضوعات صادقة حتى لا يصاب الجمهور بفقدان الامل.

4- ضرورة التزام وسائل الإعلام ببعض المعايير الأخلاقية في الكلمة والفعل: والمقصود بذلك إتباع الأساليب القائمة على الأخلاق الإعلامية الرياضية التي من شأنها تساعد على زيادة ثقافة المجتمع ، كما يشترط في السلوك الإعلامي أن يقوم على اخراج العبارات في قالبها الطبيعي من دون اتباع طريقة غير صحيحة في العبارات السهلة.

5- ضرورة الاهتمام بتثقيف الشباب والحث على زيادة الإنتاج: ضمانا للعدل والتوزيع ودفع عجلة التحويل العقلي لدى الجماهير وتوجيهها نحو المثل والقيم الاجتماعية التي تستهدف المصلحة العامة.

### فوائد الإعلام الرياضي وأهدافه

للأعلام الرياضي فوائد وأهداف أهمها:- (الهادي ، 2013،ص11)

1- نقل وتوصيل المعلومات والمعارف الرياضية حول موضوع معين أي هدف معرفي معين وعرض الحقائق الجارية في المجتمع.

2- توصيل فكرة معينة وانتفاع الآخرين بها أي التأثير في الرأي العام الذي يسعى الى تغيير الأفكار وتشكيل الافراد ايجابياً.

3- الترفيه والتسلية بهدف الترويح.

4-التعليق على الانباء الرياضية.

5- تعكس آراء الآخرين ووجهات نظرهم في المواضيع والاحداث الرياضية والتعليق عليها عن طريق عرض آراء القراء ووجهات نظرهم.

6- التغطية الكاملة للبطولات والاحداث الرياضية ولمختلف الألعاب على الصعيدين المحلي والخارجي.

7- التعرف على الابطال والتميزين في مختلف المجالات الرياضية والتركيز على الناشئين.

8- توضيح مفهوم السلوك الرياضي.

9-التعرف بالقواعد والقوانين المختلفة للألعاب الرياضية.

10- توعية وتنقيف الجماهير رياضياً.

11- التوجيه والإرشاد للأفراد والنوادي والهيئات والاتحادات الرياضية والجهات الحكومية والأهلية.

## أنواع وسائل الإعلام الرياضي

تعددت أنواع الاعلام الرياضي وتعددت أشكاله ويمكن تصنيف هذه الأنواع إلى ما يلي:

1- **المقروء:** وهي التي تعتمد على الكلمة المكتوبة مثل الصحف والكتب والمجلات والنشرات والملصقات.

2- **المسموع:** وهي التي تعتمد على سمع الانسان مثل الراديو واشرطة التسجيل ووكالات الانباء.

3- **المرئي:** وهي التي تعتمد على بصر الانسان مثل السينما والتلفزيون والفيديو وشبكة المعلومات (الانترنت) واحيانا يطلق عليها اسم الاعلام الرياضي المرئي لأنها تعتمد على حاستي السمع والبصر في آن واحد.

4- **الثابت:** وهي التي يتوجه اليها الناس للاطلاع عليها مثل المعرض والمؤتمرات والمسارح.

وكما موضح بالشكل (2)



الشكل (2) أنواع وسائل الاعلام الرياضي

## وظائف الإعلام الرياضي وأهميته

تكمن وظيفة الإعلام الرياضي الرئيسية في إحاطة الجمهور علماً بالأخبار الصحيحة والمعلومات الصادقة الواضحة والحقائق الثابتة والموضوعية التي تساعد على تكوين رأي عام صائب في واقعة أو حادثة أو مشكلة أو موضوع هام يتعلق بالمجال الرياضي.

لهذا يمكن أن تحديد وظائف الاعلام الرياضي كالآتي: (الهادي، 2013، ص23)

1- الوظيفة الإخبارية أي ما يتعلق بتقديم الاخبار الرياضية المتنوعة.

2- وظيفة الشرح والتفسير.

3- وظيفة إعطاء صفة الحداثة للجميع.

4- الوظيفة التنقيفية في المجال الرياضي.

5- الوظيفة التعليمية والتربوية من خلال نشر المبادئ.

6- وظيفة الخدمات العامة في الشؤون الرياضية.

7- وظيفة التسويق والاعلانات الرياضية.

8- وظيفة اقتصاد من خلال مداخيل الاشهر.

9- وظيفة التنمية الرياضية.

ويذكر عيسى الهادي أن للأعلام الرياضي عبر وسائل الاتصال الجماهيرية العديد من المزايا والاهمية في مجال التربية البدنية والرياضية، أذ أنه يساهم في تحقيق الأهداف الإعلامية التالية:-  
(الهادي، 2013، ص9)

1- تكوين بنية معرفية لدى المتابعين لرسائله أو فقراته الاذاعية أو التلفزيونية أو القارئ لموضوعاته الصحفية، وذلك فيما يرتبط بمفاهيم واهداف ووسائل التربية البدنية والرياضة بوجه عام.

2- تنمية مكونات الثقافة المرتبطة بالعديد من المفاهيم والقضايا التي يتكون عنها مدركات رياضية فيما يتعلق بالتربية البدنية والرياضة.

3- تدعيم المبادئ والقيم التربوية وترسيخها في المواطنين منذ الصغر من خلال الاهتمام بالتنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي، مع التأكيد عل أن كلا من التربية البدنية والرياضية إنما ينتمي للمجال التربوي والاجتماعي الزاخر بالقيم والمبادئ.

4-تكوين الاتجاهات الإيجابية نحو التربية البدنية والرياضية التنافسية والرياضة للجميع بغرض زيادة الطلب على المشاركة الفعالة في أوجه نشاطاتها، وذلك من خلال توضيح أهميتها في حياة الانسان والمجتمع.

5- مساعدة المواطنين المتابعين للبرامج والفقرات الإعلامية في وسائل الاتصال على التعرف على كل ما هو جديد أو مستحدث في مجال التربية البدنية والرياضية وذلك فيما يرتبط بالحديث عن بعض الرياضات ودورها في استثمار أوقات الفراغ أو بالحديث عن بعض الحقائق العلمية التي

ترتبط بين التفوق الرياضي والدراسي أو بين ممارسة النشاط الحركي والصحة، أو بين نقص الحركة والاصابة ببعض الامراض.

### خصائص الاعلام الرياضي ومميزاته

للالعلام الرياضي خصائص عديدة من ابرزها ما يأتي:- (خضور، 1994، ص 73- 77)

1- بالرغم من التطور النوعي والشامل والعميق الذي شهدته الرياضة الا أنها لم ترسخ جذورها كما يجب وقد انعكس هذا على موضوع الصحافة الرياضية المتخصصة.

2- أن الحدث الرياضي هو حدث حركة وسلسلة من المواقف المتلاحقة وهو يتغير بسرعة وغير منعزل عن الاحداث التي يتابعها الجمهور الرياضي.

3- يتميز جمهور الاعلام الرياضي بأنه جمهور ضخم ومتنوع وغير متجانس ومبادر وايجابي وشاب ومتحيز يحدد مواقفه مسبقاً وعلى دراية بالقوانين والأنظمة التي يتابعها وهو أيضاً جمهور مزاجي وانفعالي وعاطفي متقلب.

4- سمة لغة الاعلام الرياضي هي الحيوية والعفوية والجاذبية والبساطة وغلبة الجمل الفعلية وكثرة المصطلحات الخاصة باللعبة واستخدام الالفاظ المألوفة والمتداولة في الأوساط الرياضية أو في مجال لعبة معينة أو منطقة معينة وأن كانت عامية أحياناً.

5- تتعاطم أهمية الصورة في الاعلام الرياضي فهي تعكس لحظة مهمة في تطور الحدث أو الموضوع الرياضي وتغلب عليها الصفة الإخبارية كما تستخدم الصورة لتوثيق الحدث الرياضي ومنحة المصادقية والقدرة على الاقناع.



6- ابتعاد الموضوعية الرياضية - نسبياً - عن القضايا الحساسة في السياسة منحة مساحة أوسع من الحرية من جهة تناوله من قبل الاعلام الرياضي فلا تتاح نفس هذه المساحة الاعلامية في المجالات الأخرى.

أما علي، عويس خير الدين، وعبد الرحيم، (عطا حسن، ص 25 1998) فيحددان خصائص الاعلام الرياضي وفق الاتي:

1- يتميز الاعلام الرياضي بأنه جماهيري يمتلك القدرة على تغطية مساحات واسعة ومخاطبة قطاعات كبيرة ومتنوعة من الجماهير.

2- الاعلام الرياضي يستجيب الى البيئة التي يعمل فيها بسبب التفاعل القائم بينه وبين المجتمع وحتى يمكن فهمه لابد من دراسة المجتمع الذي يعمل فيه.

3- يسعى الاعلام الرياضي الى اجتذاب اكبر عدد من الجمهور لذا فهو يتوجه الى نقطة افتراضية يتجمع حولها اكبر عدد من الناس باستثناء ما يوجه الى قطاعات محددة كالبرامج الرياضية للمعاقين وغيرها.

4- الاعلام الرياضي يتضمن جانباً كبيراً من الاختيار أذ أنه ينفي الجمهور الذي يتوجه اليه ويسعى للوصول اليه من خلال التغطية المتخصصة للألعاب مثل مجله متخصصة بالساحة أو بكرة القدم أو برنامج عن كرة الطائرة.

ويرى كنعان من وجهة نظره أن للأعلام الرياضي عدد من الخصائص من أهمها: (كنعان،

-**الاختيار:** فالأعلام الرياضي يختار الجمهور الذي يرغب في الوصول اليه فهذا برنامج عبر محطة

الراديو وجه الى جمهور فريق كرة القدم، وهذه مجله رياضية خاصة بكرة السلة.

- **ال جماهيرية:** فالأعلام الرياضي يتميز بأنه جماهيري له القدرة على تغطية ومخاطبة قطاعات كثيرة من الجماهير.

- **الاهتمام بكل قطاعات المجتمع:** فالأعلام الرياضي يهتم بكل قطاعات حتى الصغيرة العدد كالبرامج الرياضية للمعوقين ... وهكذا

- **الأعلام الرياضي مرآة للفلسفة وصورة المجتمع:** فالأعلام الرياضي يستجيب الى البيئة التي يعمل فيها لسبب تفاعل القائم بينه وبين المجتمع، فهو لا يتعارض من خلال ما يقدمه من رسائل اعلامية رياضية مع القيم والعادات والتقاليد السائدة في هذا المجتمع.

### مبادئ الاعلام الرياضي

أن للأعلام الرياضي مبادئ عديدة اهمها: -

1- الاعتماد على العنصر البشري.

2- أن تكون وسائل الاعلام مناسبة للجمهور.

3- اختيار الوقت المناسب لنشر الرسالة الإعلامية.

4- أن تتصف الرسالة الإعلامية بالوضوح والدقة.

5- أن تعتمد الرسالة الإعلامية على المصادر الصادقة.

6- التأثير المتبادل بين المؤسسة والجمهور.

7- ضرورة التركيز على التكرار لنشر الرسالة الإعلامية.

8- يبنى القيادات في المجتمع للأفكار الإعلامية الصادقة والجديدة.

9- ضرورة الاعتماد على التقويم المستمر للرسالة الإعلامية.

**علاقة الاعلام الرياضي ببعض المجالات الأخرى:**

1- الاعلام الرياضي والعلاقات العامة.

2- الاعلام الرياضي والاعلان.

3- الاعلام الرياضي والدعاية.

4- الاعلام الرياضي والاتصال.

5- الاعلام الرياضي والتخطيط.

6- الاعلام الرياضي والتسويق الرياضي.

7- الاعلام الرياضي والسياسة.

8- الاعلام الرياضي والسياحة.

## الاعلام الرياضي والعلاقات العامة

تمثل العلاقات العامة في المجال الرياضي همزة الوصل بين المؤسسة الرياضية وبين الجمهور وهي تسعى بما تملكه من إمكانيات أو أدوات الى كسب ثقة هذا الجمهور وتأييده وبالتالي حرصه على المشاركة في نشاط هذا المركز أو ذاك والاعلام الرياضي هو أداة هذا الاتصال.

## الإعلام الرياضي والإعلان

وتطور مجال مفهوم الإعلان في مجال الرياضة من مجرد أداة لزيادة الإنتاج والتوزيع الى الاعلام عن الوظائف التي تقدمها المؤسسة الرياضية، وكذلك الاعلام عن الدور الذي تلعبه هذه المؤسسة في النهوض بالرياضة على المستويين المحلي والعالمي.

## الاعلام الرياضي والدعاية

الدعاية في المجال الرياضي تهدف الى الترويج لفكرة رياضة أو برنامج رياضي معين أو محاولة الاستحواذ على فكر الفرد ودفعهم الى القيام بسلوك رياضي معين، ولكي تصبح الدعاية نوع من الاعلام في المجال الرياضي يجب أن يقوم بها قادة التربية الرياضية لاجتذاب الجماهير الى المبادئ والقيم الرياضية معتمدة في ذلك على الحقيقة المجردة وليس غير.

## الاعلام الرياضي والاتصال

يدرس الاعلام الرياضي على أنه ظاهرة رياضية اجتماعية لكونه عنصراً أساسياً من عناصر أي مجتمع رياضي مهما كانت درجة تطوره، الا أنه في الحقيقة فرعاً من ظاهرة أكبر وأشمل الا وهي الاتصال.

فعلاقة الاعلام الرياضي والاتصال هي أن الاعلام الرياضي فرع من الاتصال وعنصر هام من عناصره وطريقة من الطرق التي يتحقق بها الاتصال مع الجمهور.

### الاعلام الرياضي والتخطيط

بالنظر لأهمية الاعلام الرياضي الكبيرة في أي مجتمع من المجتمعات ولما يتمتع به من تأثير كبير في نفوس افراد هذا المجتمع لابد من أن يقوم هذا الاعلام على أساس التخطيط العلمي المدروس والدراسة المنظمة والبحوث العلمية التي تناولت الوقف الإعلامي.

### الاعلام الرياضي والتسويق الرياضي

ان التسويق الرياضي هو علم يبحث في العلاقة المتبادلة ما بين الادارة الترويحية والرياضة كمجال لتنفيذها والإفادة منها، لذلك فالعملية تبادلية لا يمكن الاستغناء عن أي طرف فيها كما أنها علاقة متوازنة.

### الاعلام الرياضي والسياسة

يمكن استخدام الاعلام الرياضي لإيصال الرسالة السياسية ومواقف يراد توصيلها الى الجماهير عبر المحافل الرياضية الجماهيرية ويعتبر الاعلام الرياضي كوسيط أو جسر يتصل بين السياسة والرياضة.

## الاعلام الرياضي والسياحة

أصبحت الرياضة السياحية فناً يرتبط بالتسويق والترويج وبالفن والفنانين وترويج المهرجانات مما يدل عل أن الرياضة ممثله أكبر عدد من الفعاليات التي لم تهمل الجانب السياحي والثقافي والترفيهي ضمن برامجها الرياضية.

وبكل هذا الأدب النظري للإعلام الرياضي يمكن الوقوف على حقيقة مفادها أن الإعلام الرياضي هو جزء من حياة الجماهير الرياضية ومن خلاله من الممكن التأثير بثقافات هذا الجمهور.

## أدوار الاعلام الرياضي

هناك عدة أساليب أو أدوار يؤثر فيها الإعلام الرياضي يمكن توضيحها كما يأتي:

### دور أنواع الإعلام الرياضي في البيئة الرياضية

أسهم الإعلام المرئي بقدر كبير في التأثير على رياضة الكرة بصفة خاصة والرياضات الأخرى بصفة عامه، وساعد الأولى على تألقها من بين مختلف الرياضات الباقية فجعلها الرياضة الأولى عبر شاشاته.

حيث أن الرياضة والاعلام نشاطان مرتبطان في حياتنا ويكاد يتفق القائمون بالاعلام على ضرورة وضع مساحة معقولة للرياضة بحكم أنها مادة مشاهدة ومريحة للإعلانات التجارية مقارنة بالأخبار السياسية أو حتى الفنية فالمادة الرياضية ينظر اليها غالباً كمادة ترفيهية مما يجعل الغاءها ممكناً إذا طرأ ما هو أهم. كما أن وجود ونجاح الرياضة ومؤسساتها يعتمد كثيراً على وسائل الاعلام وأن كانت هناك العاب رياضية لا تغطيها وسائل الاعلام أذ لا تدخل وسائل الاعلام في الصورة الا اذا

أصبحت الألعاب الرياضية تجارية والألعاب الرياضية تعطي نوعاً فردياً من المتعة أذ انها تتطلب من وسائل الاعلام مزيجاً من التغطية والاخبار (الرمحين، 1994، ص293)

ويرى النجار بان الألعاب الرياضية تعتمد على الجماهير ومن دون وسائل الاعلام تتناقص شعبية وموارد تلك الألعاب (النجار، 2000، ص 63)

ويشير الهادي إلى أنه الاعلان عن نشاطات وفعاليات الألعاب الرياضية في وسائل الاعلام الرياضي وفي المقدمة التلفزيون يولد اهتماماً لدى الجماهير التي تزيد من الموارد المالية من خلال تأجير المقصورات وشراء التذاكر وتأجير ساحات وقوف السيارات وبيع حقوق الترخيص والتغطية الإعلامية وبيع الاعلان في الملاعب كما أن التحليل يشد الهواة والمتابعين سواء ممن حضروا الحدث في الملعب أم ممن لم يحضروا وقد اهتم الاعلام الرياضي باللاعبين كما أن فوزه أو انهزمه يرجع الى طبيعة التأثير الحاصل بينهما فقد يؤثر عليهم من عدة جوانب : (الهادي، 2013، ص 15-16)

- الجانب الأخلاقي: يتفق رجال الاعلام على أن للأعلام الرياضي بشتى أصنافه دوراً هاماً في ترسيخ المبادئ العامة وحمائتها من أي تيارات جارفة، ولها الفضل في التوعية والإرشاد، فهذا الجهاز يعتبر بمثابة القائد الذي يقود المجتمع الى المعركة الحياتية، ومنه تتضح الرؤية في أن السلوك وحضارة أي مجتمع مرهون بالدور الذي تلعبه هذه الوسائل في التوجيه.

- الجانب الثقافي: هي ثقافة الحياة، وما يجري فيها من شؤون، وما يطرأ عليها من تغيرات وتعتيدات وتصورات، فالصحافة (وسائل الاعلام بصفة عامة) تقدم للجماهير ثقافة الحياة أذ تحسن استعمالها واستخدامها وتعمل على رفع مستوى ثقافة المجتمع.

## الدور المجتمعي للإعلام الرياضي

تتحدد أهمية الإعلام الرياضي بالنسبة للمجتمع في النقاط التالية :- (ياسين ،2011،ص127-

(129)

1- يؤثر الإعلام الرياضي تأثيراً واضحاً في تشكيل الرأي العام الرياضي وخاصة الموضوعات التي لم يتبلور عنها الرأي العام بعد.

2- يلعب الإعلام الرياضي دوراً هاماً في ربط شرائح المجتمع المختلفة وتكامله بما يقوم به من إزالة ما بينهم من فوارق طبيعية.

3- الاعلام الرياضي يوسع قاعدة المعايير والخبرات الرياضية المشتركة ويعمل على تجنب الفوضى الناشئة من تضارب القيم والمفاهيم المتعارضة معها.

4- يستطيع الاعلام الرياضي أن يلعب دوراً فعالاً في خلق الحافز وإرادة التغيير لدى اللاعبين والجمهور نحو التقدم والافتداء به، كما يستطيع أن يلعب دوراً حيويّاً في توضيح الطرق التي يمكن بها تحفيز هؤلاء اللاعبين وال جماهير بهدف الوصول الى مستوى البطولة وتحقيق الإنجازات الرياضية على المستوى الأولمبي والدولي بما يحقق المصلحة العامة للمجتمع.

5- للأعلام الرياضي تأثير بارز في تكوين الآراء والاتجاهات الإيجابية نحو الرياضية إذا أحسن استغلاله وفق طرق وأساليب تستطيع أن تؤثر في العادات والتقاليد والقيم الاجتماعية الراسخة، وهو سلاح ذو حدين له فوائده الاجتماعية الكثيرة وله عيوبه المتعددة، فهو أداة لها نتائجها ومحصلتها بحسب توجيه الانسان لها وتسخيره إياها ففيها فوائد اذ ما احسن توجيهها وانتقائها



واعدادها الاعداد المناسب فهي توسع المعرفة والمعلومات والثقافة والمفاهيم الرياضية وتفتح افاقاً امام النشء وفيها شحذ لذهنه وتنويع لاهتماماته واثراء لخياله.

6- الاعلام الرياضي السليم قادر على ربط الفرد الرياضي والمجتمع بعقيدته وهو قادر على أن يشده دائماً الى القيم الرياضية العليا والأخلاق الرياضية الكريمة وينفرد من التعصب والانحراف والشغب والعنف وغير ذلك.

7- الاعلام الرياضي السليم يربط الامه بتاريخها الرياضي وامجادها الرياضية وتشجيعها على تحذو حذوها وتتسج على منوالها.

8- الاعلام الرياضي السليم يقدم لأبناء المجتمع الثقافات الرياضية اللازمة ويقدم لهم المعارف والمفاهيم والعلوم الرياضية على اختلاف أعمارهم وبما ينمي ثقافتهم وقدراتهم الرياضية ويوسع افاقهم.

### دور الإعلام الرياضي في التنشئة الاجتماعية

يُعد الاعلام الرياضي بكافة وسائله افضل وسائل الاتصال بالجمهور فهو علم يخاطب عقولهم ويعرض لهم حقائق تحرك فيهم اسمى معاني الإنسانية ولذلك فان تأثيره يكون اقوى واعمق اذا عرفنا كيف نقدم الرسالة الإعلامية الرياضية بطريقة فعالة وقادرة على تحقيق التأثير الإيجابي للجمهور ، إذ أن الاعلام الرياضي يوفر الجو المناسب لأحداث التغير الاجتماعي الإيجابي المنسجم ، أي أنه يسعى دائماً إلى التبشير بالقيم الرياضية التي تسود المجتمع ومعتقداته وكذلك يساعد على إحداث التغيير الثقافي ويساهم في تكوين الثقافات حين ينشر ويشرح ويفسر ويعلق على الأفكار والآراء ، ولهذا فأن

الإعلام الرياضي يمتد ليصل إلى كل زاوية من زوايا حياة المجتمع وأفراده لتشكيل مصدراً رئيسياً في ملء وقت الفراغ والتسلية بالإضافة إلى قدراته على تقديم المعلومات الرياضية بشكل واسع، كما يقدم تفسير لكثير من الظواهر الرياضية في المجتمع الرياضي والتي تساهم في تكوين واقع رياضي جديد.

ويؤثر الاعلام الرياضي تأثيراً كبيراً في تثقيف المشاهدين خاصة الفئة الصغرى من هذا الأخير فإذا كانت الاسرة نقل الى الطفل كافة المعارف والمهارات والاتجاهات والقيم التي تسود المجتمع بعد ترجمتها الى أساليب علمية للتنشئة الاجتماعية وهي درب من دروب الثقافة. (سالم، والعبد، 1989، ص55)

ونظراً للأهمية التي يلعبها الإعلام الرياضي كأداة من أدوات التثقيف للجمهور الرياضي، وخاصة الفئة الصغرى منه حيث يمكن تصنيف مظاهر التثقيف لهذه الفئة: (الهميني، 1992، ص 129)

1- البرامج التلفزيونية الرياضية تلعب دوراً بالغاً في تنمية الفئة الصغرى أما عقلياً، عاطفياً أو اجتماعياً وذلك لأنها أداة توجيه وعلام وإقناع وتنمية للذوق الفني، وتكون قيم ومعلومات وأفكار واجابه على كثير من الاسئلة هؤلاء المتابعين الصغار واشباع مخيلاتهم وتنمية ميولاتهم الفكرية وهي بهذا تؤلف واحدة من ابرز أدوات تشكيل ثقافة هذه الفئة من المشاهدين في وقت أصبحت فيه الثقافة ابرز الخصائص التي تميز الفرد عن الاخر وهذا الشعب عن ذلك.

2- بينما التلفزيون وخاصة قسمه الرياضي يُعد أهم وسيلة سمعية بصرية تعتمد على الصوت والصورة الملونة المتحركة ولا تتطلب مشاهدته استعدادات سابقة فمن أهدافه التي يسعى دائماً الى تحقيقها هي

توجيه الأطفال الى الأنماط السلوكية المقبولة اجتماعيا إضافة الى ذلك فهو يلعب دوراً كبيراً في تدريب اكرتهم وقوة اشباعهم.

### دور الاعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية

الرياضة ثقافة وعلم ودراسة تمنح لها شهادات العلا وأصبحت هناك تخصصات أكثر شمولية علاوة على المقولة المشهورة " العقل السليم في الجسم السليم " ومن هنا تأتي أهمية الرياضة للنشء، ومنذ الصغر كي يخرج لنا جيل مثقف واع.

حيث أن الثقافة الرياضية تلعب دوراً مهماً في اعداد الفرد وبلورة أفكاره ومواقفه واتجاهاته إزاء القضايا والمشاكل في المجتمع، وتسهم في تكوين الرأي العام كذلك فإن كل جيل جديد لا يبدأ من فراغ ولكنه يستفيد ممن حوله يكون كل اعضاء المجتمع مطالبون أن ينقلوا تراث الثقافة الرياضية الى الأجيال القادمة. (الدبيسي، 2011، ص 162-163)

للإعلام الرياضي دور هام ظهر بجلاء بعد انتشاره على نطاق واسع في القرن العشرين، ولذلك اخذت الحكومات على اختلاف سياستها الفكرية تخصص القنوات الاذاعية والصحف لرفع مستوى الثقافة الرياضية وزيادة الوعي الرياضي بين الافراد وتعريفهم بأهمية ودور الرياضة في حياتهم العامة والخاصة.

كما يستخدم الاعلام الرياضي في تعريف العالم الخارجي بحضارة الشعوب لما يعكسه مقياس للرقى وفي ظل التقدم العلمي والتكنولوجي السريع في مجال الرياضي يبرز أهمية الاعلام الرياضي في تعريف افراد المجتمع بما يدور من احداث وتطورات في هذا المجال.

## ثانياً: الثقافة الجماهيرية

عُرِّفت الثقافة بأنها مجموعة من السلوك المدروس والأداء والعادات والممارسات والتقاليد. يشترك بها مجموعة من الناس ويتعلمها بالتعاقب الأفراد الجدد الذين يدخلون المجتمع ( Ahuja, 1993, 488).

ويعرفها على بأنها تشمل جميع نواحي التراث الاجتماعي البشري أي كل ما يميز الحياة الاجتماعية عند الإنسان عن الحياة الاجتماعية عند بقية الحيوانات أي كل ما يكتسبه الفرد من الأفراد الآخرين خلال حياتهم الراهنة ومن سيرهم وإعمالهم التي تهبط إليه عبر الزمن وكل ما يضيفه الفرد إلى هذا التراث الاجتماعي. (الدبيسي، 1998، ص 133-134)

كما تشير معاجم اللغة العربية الى إن الثقافة مشتقة من فعل (ثَقَّفَ) و " ثَقَّفَ الشيء ثَقْفاً أي حَذَقَهُ وفهمهُ بسرعة " ولقد " تتأقَّفوا فكان فلان أنقَفهم، ومن المجاز: أدبُهُ وثَقْفُهُ (الزمخشري، 1996، ص 95).

وينقل المدهون، والجزراوي تعريف الثقافة من قاموس (راندوم) الذي هو من قواميس اللغة الإنكليزية للثقافة بأنها الطرق وأنماط الحياة، يتم بناؤها وتطويرها من قبل جماعة من الناس ويتم توارثها من جيل الى آخر (المدهون، والجزراوي، 1995، ص 369).

وتعرف بأنها هي مجموعة من القيم المعرفية الاجتماعية والتربوية والصحية المرتبطة بالمفاهيم الرياضية.

كما ينقل القحطاني تعريف (تايلور) بأنها كل مقصد يشتمل على مجموعة من المعلومات، والمعتقدات، والفن، والعادات وأي قدرات أخرى اكتسبها الإنسان بحكم عضويته في المجتمع (القحطاني، 1999، ص 10).

ويُنقل عبد الرحمن عدس عن (كازنوف) إن الثقافة " هي المجموع الكلي للطرق التي يفكر بها مجموعة من الناس ويشعرون ويتصرفون لحل مشاكل الحياة في بيئتهم " (عدس، 1999، ص 103)

وورد في قاموس (Webster) إن الثقافة هي تهذيب العقل والعواطف وآداب السلوك وكما تشتمل على مفاهيم وعادات ومهارات وفنون وأدوات وشعب معين في فترة محددة، أي حضارة معينة ". ونظرت موسوعة المعارف البريطانية الى الثقافة بأنها " ذلك الكل المعقد من الفنون والقوانين والتقاليد وكل القدرات والمهارات التي يكتسبها الإنسان بوصفه عضواً في المجتمع "، نقلا عن (الشكرجي، 2001، 42).

### الثقافة الرياضية الجماهيرية

أن الرياضة هي مظهر من مظاهر الثقافة الا في مجتمع، والثقافة الرياضية بدورها هي جزء من الثقافة العامة للمجتمع، فالثقافة بوجه عام هي كل النماذج السلوكية البشرية التي تكتسب وتنقل اجتماعياً بين افراد المجتمع البشري عن طريق الرموز، ومن هنا يمكن أن نقول بأن الثقافة تتضمن كل ما يمكن أن تحققه الجماعة البشرية ويشمل ذلك اللغة، الدين ..... وغيرها

كما مر سابقاً بأن مفهوم الثقافة بشكلٍ عام يتضمن كل ما يُمكن أن يُعلم بوساطة العلاقات الإنسانية المتداخلة ويتضمن العادات والتقاليد والنظم الاجتماعية ومن خلال ما تقدم عرفت الثقافة بأنها

كل ما صنعه الانسان في بيئته خلال تاريخه الطويل في مجتمع معين " أما الثقافة الرياضية: "هي مجموعة العلوم والمعارف والمعلومات من الفنون للأنشطة الرياضية المختلفة التي يكتسبها الفرد من البيئة ويتزود من خلاله خبراته الخاصة سواء بالممارسة أو المشاهدة أو القراءة لتلك الأنشطة الرياضية.

ويشير غسان محمد إلى أن " الثقافة الرياضية في المفهوم الحديث تعدت المفهوم البدني للبحث لتشمل المفاهيم النفسية والأخلاقية والجمالية والترفيهية والثقافية وهي وسيلة مهمة من وسائل تعميق صلة المواطن بوطنه وواقعه، إن ما سبق ذكره لا يجري بشكل عفوي وإنما بشكل مبرمج سواء في المدارس أو الكليات أو عن طريق التلفزيون والصحف والراديو والسينما أو المهرجانات والهدف منها كلها هو تربية المواطن ثقافياً "، (صادق، 1990، ص21-20)

يتعين على الفرد الرياضي ممارساً ومشاهداً أن يفهم ويستوعب قدرًا ملائماً من الثقافة الرياضية فهناك أمور وموضوعات للثقافة الرياضية ولها طبقة ثقافية عامة كما التاريخ المتصل بالإنجازات الأولمبية والدولية الرياضية خاصة تلك المتصلة ببيده البدنية والتغذية الصحية وبعض قواعد اللعبة ، كما إن هناك ما يمكن أن تطبق عليه الثقافة الرياضية والخاصة والنوعية وهي تلك الثقافة المتصلة بالرياضة وقواعد المنافسات التي تنظمها وتديرها الخطط والاستراتيجيات الخاصة إذ أن الثقافة الرياضية ذات اثر تربوي في جميع أفراد المجتمع صغاراً وكباراً ، ذكوراً وإناثاً . (Under Wood, 1993,P:80.)

### خصائص الثقافة الرياضية

للثقافة الرياضية خصائص عديدة موجزها بما يلي:- (مرسي، 1999، ص164-165)

1- تنشأ الثقافة الرياضية في مجتمع معين ، يظهر هذا جلياً في سلوك أعضاء ذلك المجتمع.

2- الثقافة الرياضية قابله للتناقل، وعملية التناقل تقتصر على الانسان بوصفه الكائن الوحيد الذي يبدو قادراً - بدرجة كبيرة - على أن ينقل ما اكتسبه من عادات لأقرانه وتعد اللغة عاملاً أساسياً في هذا المجال، ولا تتضمن عملية التناقل الإجراءات والمعرفة فقط بل تشمل أيضاً تهذيب الدوافع الغريزية خلال السنوات الأولى من عمر الانسان.

3- تميز الثقافة الرياضية بالدوام والاستمرار عبر الزمن، بسبب قدراتها على تخليد نفسها وعلى البقاء بعد انقراض أي من الشخصيات الرياضية التي تسهم فيها، ومع أن الثقافة الرياضية تخرج تماماً عن نطاق التركيب الطبيعي للفرد، إلا أنها تصبح خلال مراحل نموه جزءاً من شخصيته.

4- الثقافة الرياضية ميراث اجتماعي، فالعادات الخاصة بالنظام الثقافي الرياضي تنتقل تستمر عبر الزمن، كما يشارك فيها كل الافراد الذين يعيشون داخل تجمعات منظمة أو جماعات تحرص على الامتثال لتلك العادات تحت وطأة الضغوط الاجتماعية.

5- للثقافة الرياضية وظيفة التوافق، فهي تتوافق مع البيئة الجغرافية للمجتمع ومن الشعوب المحيطة بها، كما تتوافق المطالب النفسية والبيولوجية للكائن البشري.

6- الثقافة الرياضية مثالية وواقعية، فالثقافة الرياضية المثالية: تشمل على الطرق التي يعتقد الناس أن من الواجب عليهم السلوك وفقها، أو التي قد يرغبون في انتاجها أو التي يعتقدون أنه من الواجب عليهم السلوك بمقتضاها، أما الثقافة الرياضية الواقعية: فأنها تشكل من سلوكهم الفعلي وفي الثقافات التي تجتاز تغيراً سريعاً، فإن الفاصل بين الثقافة الرياضية المثالية والثقافة الواقعية اخذ بالتأكيد في الاتساع وتؤدي هذه الفجوة الى التخلف الثقافي.

7- الثقافة الرياضية تنظم يقوم على التفاعل الاجتماعي بين الافراد ووظيفتها توجيه سلوك هؤلاء الافراد.

8- الثقافة الرياضية عقلية: فهي تتكون من السلوك المكتسب والفكر المكتسب لدى افراد المجتمع ويمثل هذا الفكر في المعاني والمثل والأنظمة والمعتقدات.

9- الثقافة الرياضية مكتسبة، فهي المصطلح الاجتماعي للسلوك المكتسب المتعلم فجوهر الثقافة الرياضية عند الانسان هو التعلم تمييزاً لها عن الصفات الموروثة، وتأكيداً لقدرة الانسان على التعلم.

10- الثقافة الرياضية هي ذلك الكل المركب والمعقد، الذي يشتمل على المعرفة والعقائد والفنون والقيم والقانون والعادات التي يكتسبها الانسان كعضو في المجتمع ويشمل ذلك الجانبين المادي وغير المادي.

11- الثقافة الرياضية تنظم يشمل مظاهر الانفعال والأفكار والمشاعر، التي يعبر عنها الانسان عن طريق الرموز بفضل اللغة التي يتعامل بها، وبهذه الصفة الرمزية اصبح من السهل انتقال الثقافة الرياضية.



## مكونات الثقافة الرياضية

تتكون الثقافة الرياضية من ثلاثة مكونات أساسية هي:

1- **العموميات:** وتشمل جمع الأفكار الرياضية والمشاعر والنتائج المشتركة بين جميع الرياضيين بأحد

المجتمعات وتتضمن الى جانب أشياء أخرى اللغة والدين وعلاقات القرابة والمعتقدات والقيم

الرياضية وهي من أكثر جوانب الثقافة مقاومة للتغير.

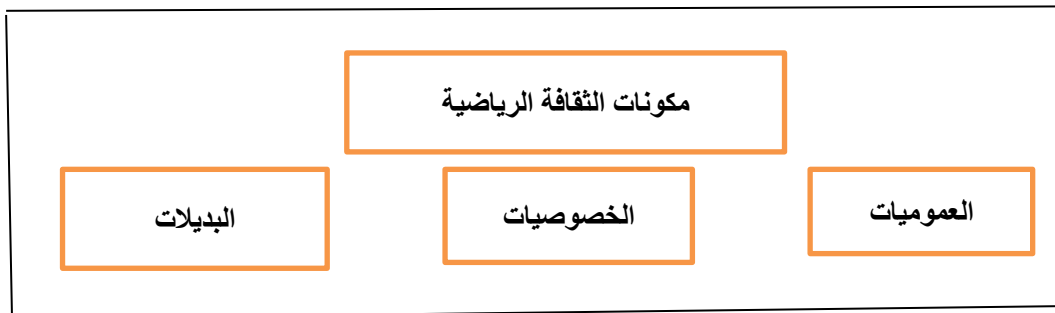
2- **الخصوصيات:** وهي تلك الظواهر التي لا يتشارك فيها سوى افراد من مجموعات رياضية متميزة

معينه وهي اقل مقاومة للتغير من العموميات.

3- **البديلات:** وهي تلك الظواهر التي لا تندرج تحت العموميات أو الخصوصيات وتتمثل في

الاهتمامات والاذواق التي تتغير باستمرار وتعد بديلات الثقافة أكثر جوانبها عرضة للتغير وكما

موضح بالشكل (3)



الشكل (3)

مكونات الثقافة الرياضية

## وظائف الثقافة الرياضية

تحدد ثقافة أي مجتمع أسلوب الحياة فيه، سواء من ناحية وسائل الإنتاج والتعامل أو من ناحية الأفكار والقيم والعادات الرياضية وآداب السلوك وبهذا تعد الثقافة أساساً للوجود الإنساني للفرد والمجتمع الذي ينتمي اليه وللتقافة الرياضية وظائف متعددة أذ توفر له ما يلي:

- 1- صورة السلوك والتفكير والمشاعر، التي ينبغي أن يكون عليها.
  - 2- تعد الثقافة الرياضية وسائل اشباع حاجاته العضوية البيولوجية والسيكولوجية الاجتماعية فهي تعلمه كيف ينقذ نفسه من لجوع والعطش ، كما تعلمه السلوك الخلقي في التعامل الاجتماعي.
  - 3- تفسيرات جاهزة لطبيعة الكون واصل الانسان ودوره في هذا الكون.
  - 4- المعاني والمعايير التي تميز في ضوئها بين الأشياء والاحداث الرياضية ، فهي التي تحدد له الجميل والقبيح الأخلاقي وغير الأخلاقي.
  - 5- الاتجاهات والقيم الرياضية ما يساعده في تكوين ضميره الذي يتواءم به مع جماعته ويعيش متكيفاً معها.
  - 6- ما يشعره بالانتماء لجماعته وما يربطه بسائر افرادها لتمييزهم عن سائر الجماعات الأخرى.
- إن الثقافة الرياضية لها دور مؤثر وفعال في نشر وترسيخ مبادئ الروح الرياضية بين اللاعبين والمشاهدين من جهة وكذلك نشر الوعي الثقافة الرياضية وحجب السلوك الغير مرغوب فيه والتأكيد على التوافق النفسي والاجتماعي لديهم من جهة أخرى " (أحمد، ومهدي، 2012، ص 142)

مجالات الثقافة الرياضية:- (شحادة ، 2009 ، ص 256 )

#### 1- المجال المعرفي (المعرفة الرياضية):-

هي مجموع كل المعلومات الرياضية التي لدى الفرد وتشمل معرفة قواعد وقوانين وخطط الألعاب التي تخص المجال الرياضي.

#### 2- المجال الاجتماعي

هو تنشئة الأفراد وتنقيفهم رياضياً وتعليمهم السلوك المقبول اجتماعياً ورياضياً فضلاً عن تلقينهم المعارف والعقائد الرياضية التي تشكل بيئتهم الثقافية والحضارية نحو الرياضة.

#### 3- المجال التربوي

إعداد الفرد وتقويم سلوكه جسدياً ونفسياً وأخلاقياً واجتماعياً وفنياً واكتسابه الخصائص والسمات البيولوجية والأخلاقية والاجتماعية والفنية والعلمية والاقتصادية عن طريق الرياضة.

#### 4- المجال الصحي

قدرة الفرد على الاهتمام بسلامة جسمه والعناية به وإشباع حاجاته العضوية وتحقيق حالة من الاتزان بين الوظائف الجسمية المختلفة تشعره بالصحة والسلامة الجسمية.

#### أبعاد الثقافة الرياضية في المجتمع

كما هو عليه فإن الثقافة الرياضية هي مجموعة من العادات والتقاليد التي يتقلد المجتمع وتلك الثقافة هي ناتج لكل الثقافات والموروثات التي بداخل كل مجتمع فرعي وكما موضح بالشكل (4)

التالي:-



الشكل (4) ابعاد الثقافة الرياضية في المجتمع

نستطيع أن نقول أن كل هذه السلسلة تكون مفهوم أن المجتمع عبارة عن عدة مجتمعات فرعية تتشابه مع بعضها البعض لتكون المجتمع أي أن المجتمع يتكون من مجتمعات فرعية.

### دور الرياضة في بناء ثقافة المجتمع

في مجال الرياضة يمكن تقديم خدمة كبيرة للمجتمع الدولي، فمجالات الرياضة والألعاب أصبحت واسعة جداً، وكل ذلك يعمل على توطيد العلاقات بين الشعوب والأمم عن طريق إقامة المباريات والدورات الرياضية، فالرياضة لا تحتاج الى لغة ولا لأية صفة غير الصفة الإنسانية مهما تعددت الجنسيات والألوان والأديان والطوائف والأفكار، فالرياضة خير جامع وهي مع الفن يمكن أن تشكلا حجر الأساس في الجمع بين الدول وبين أبناء المجتمع الإنساني.

## دور الفضائيات في نشر الثقافة والوعي الرياضي

أن التطور العلمي أحدث نقلة نوعية في ربط الدول ببعضها ما ساعد على شجع على التواصل الاجتماعي بين المدن مما أحدث طفرة في عالم الإعلام والإنجاز العام ونشر الثقافة والتوعية الجماهيرية والشعبية في صفوف المواطنين.

أن توفير الأندية والملاعب الحديثة والتجهيزات والمعدات الرياضية يساعد كثيرا على نشر الثقافات الرياضية بين الجماهير فأن الاهتمام بهيكلية الكوادر التدريبية سيوفر فرصاً مناسبة للكفاءات ويفسح المجال امام القيادات الإدارية الناجحة لتكون أكثر عطاءً بما تمتلكها من حسن التخطيط والعمل المهني.

وليس خافيا الدور الذي يمكن ان يقدمه الاعلام الرياضي والفضائيات في نشر الثقافة والوعي الرياضي وبالخصوص النشاطات التدريبية التي تقوم عليها الرياضات الجماهيرية المختلفة فالأعلام له الدور الرائد في معالجة الجوانب السلبية ونشر القيم والمبادئ الكريمة وتقديم الاخبار والمعلومات والحقائق الصحيحة لتحقيق رياضة مثلى. (كنعان، 2014، ص96-98)

## الرسالة الإعلامية وتفاعلها مع الجمهور الرياضي:

لابد من أن تتوافر في الرسالة الإعلامية مجموعة من العوامل ليتفاعل معها الجمهور الرياضي ومن ثم تحقيق الاستجابة المرجوة، ومن هذه العوامل:-

1-التناغم أو التشابه والمشاركة في الخبرات والصور لدى كل من المرسل (الإعلامي) والمستقبل

(الجمهور) بما يضمن فهم الرموز ومعرفتها ومن ثمّ الإستجابة لها.

2- استثارة أنباه الجمهور واستعمال رموز واضحة ومفهومة.

3- ربط الرسالة الإعلامية بحاجات الجمهور ومحاولة اشباعها بحيث لا يتنافى ذلك مع العادات

والتقاليد والقيم الرياضية النبيلة.

4- مراعاة الحالة النفسية للجمهور ومراعاة الدقة في اختيار الوقت المناسب والمكان الملائم والوسيلة

المجدية حسب نوع وقدرة هذا الجمهور.

5- الاهتمام باستخدام قواعد اللغة التي يخاطب بها الجمهور بما يتناسب مع مستواه الثقافي والتعليمي

ويُفضل إستخدام اللغة الإعلامية وهي التي تجمع ما بين اللغة الفصحى والعامية. ومن أجل

أن تحظى الرسالة الإعلامية الرياضية بالقبول والاهتمام لدى الجمهور لابد وأن تسعى الى إشباع

الحاجات النفسية لهذا الجمهور وتهدف الى تلبية رغباتهم وتحقيق فائدة ملموسة لديهم في الحياة

اليومية، واهم هذه الحاجات التي يمكن أن يشبعها الاعلام الرياضي:- (خير الدين، عطا حسن،

1998، ص86)

1- الحاجة الى المعلومات والمعارف والمفاهيم الرياضية.

2- الحاجة الى الاخبار الآنية (مشكلات الساعة) في مجال الرياضة.

3- حاجة الى المعرفة والقواعد والقوانين اللوائح المنظمة للهيئات الرياضية.

4- الحاجة الى الالمام بالقوانين الخاصة بالألعاب الرياضية المختلفة.

5- الحاجة الى دعم الاتجاهات النفسية نحو الرياضة وتعزيز المعايير والقيم والمفاهيم الرياضية أو تعديلها بما يواكب التطور العلمي والتكنولوجي في المجال الرياضي.

### آثار الإعلام الرياضي في الجمهور الرياضي

تؤثر وسائل الاعلام الرياضي في الجمهور من خلال ثلاثة جوانب أساسية هي: الآثار المعرفية، الآثار الوجدانية، والآثار السلوكية، وهذه الجوانب مستمدة من نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام (مراد، 2014، ص 144):

#### أولاً: الآثار المعرفية

وتشمل الآثار المعرفية وفقاً لهذه النظرية على أربعة أمور هي:

أ- كشف الغموض: فالغموض ناتج عن نقص معلومات في حدث معين يترتب عليه عدم معرفة التفسير الصحيح للحدث من قبل الجمهور تكشف وسائل الاعلام الرياضية الغموض من خلال تقديم التفسير الواضح للحدث أو زيادة معلومات في هذه الحادثة .

ب- تكوين الاتجاه: تكون وسائل الاعلام الاتجاه لدى الجمهور مع عدم اغفال الدور الانتقائي للفرد في تكوين الاتجاه لديه كما في مثل مشكلات البيئة والتربية .

ج- ترتيب الأولويات: ولهذا الأثر نظرية مستقلة تحمل الاسم نفسه حيث أن وسائل الاعلام الرياضية تبرز قضايا وتخفي أخرى مما يشكل أهمية لدى الجمهور من جراء تسليط الاعلام الضوء على قضية أخرى .

د- اتساع الاهتمامات: وذلك أن وسائل الاعلام الرياضية تعلم الجمهور أشياء ومعارف لا يدركونها من قبل مما يشكل لهم أهمية وذلك مثل الحرية في التعبير وامر المساواة .

### ثانيا: الآثار الوجدانية

أ- الفتور العاطفي: فكثره التعرض لوسائل الاعلام يؤدي بالفرد الى الشعور بالفتور العاطفي وعدم الرغبة في مساعدة الآخرين وهذا نتيجة التعرض لمشاهد العنف التي تصيب الفرد بالتبذل.

ب- الخوف والقلق: يفترض أن التعرض لمشاهد العنف يصيب الفرد المتلقي بالخوف والقلق والرعب من الوقوع في هذه الاعمال أو أن يكون ضحية لها.

ج- الدعم المعنوي: وذلك أن وسائل الاعلام الرياضية عندما تقوم بأدوار اتصال رئيسة ترفع الروح المعنوية لدى الجمهور نتيجة الإحساس بالتوحد والاندماج في المجتمع والعكس عندما لا تعبر وسائل الاعلام عن ثقافة وانتمائه فيح بإحساس الغربة.

### ثالثا: الآثار السلوكية

أ- التنشيط: ويعني به قيام الفرد بنشاط ما نتيجة التعرض لوسائل الاعلام الرياضية وهذا هو المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية الوجدانية.

ب- الخمول: ويعني هذا العزوف عن العمل ولم يحظ هذا الجانب بالدراسة الكافية ويحدث العزوف نتيجة التغطية المبالغ فيها مما يسبب الملل.



## دور أعضاء الهيئات الإدارية للأندية في تقويم الثقافة الرياضية للجمهور الرياضي

بحكم ادارة البطولات الرياضية في البلد من لدن هذه الفئة من القيادات الرياضية فأن طبيعة عملهم وتماسهم مع الجماهير شكلت لديهم الرؤيا في إمكانية تحليل الحقائق بموضوعية، وهي في ذات الوقت ساعدت على تمكينهم من أن يكونوا من ضمن المؤسسات المسؤولة عن متابعة ما يصل للجمهور الرياضي وابداء الرأي الذي يؤخذ بعين الاعتبار في تغيير المسارات المُنتهجة.

إذ يرى عواد أن إحدى أبرز المهام للأندية الرياضية تكمن في طبيعة دورها الفاعل بصفتها مؤسسات اجتماعية تحتضن الشباب وتسعى لاستثمار اوقات فراغهم وصقل مواهبهم وتطوير اهتماماتهم المختلفة وتعميق الروابط بينهم وبالشكل الذي يعزز في نفوسهم الانتماء الوطني وبعمق فيهم روح العطاء والعمل من خلال الفعاليات والأنشطة العديدة التي تهدف الى خدمة الشباب في مختلف فئاتهم العمرية وتكرس صلتهم بالمجتمع. (عواد، 2007، ص13)

ويرى أحمد أن التوسع الكبير الذي تقوم به وزارة الشباب والرياضة في تأسيس وبناء الاندية الرياضية في النواحي والأقضية ومراكز المحافظات يستوجب أن تقوم الوزارة بتهيئة وتعيين الكادر المتخصص لإدارة هذه المؤسسات الشبابية من الناحية الإدارية والفنية وهذا يتطلب التركيز على اختيار العناصر الجيدة للأشراف ( الرياضي والثقافي والفني والعلمي ) وإدخالهم في دورات تطويرية وتأهيلية لزيادة معلوماتهم وخبراتهم المكتسبة في مجال الأنشطة التي يشرفون عليها والتي من شأنها تمكين المشرف المسؤول في كيفية التعامل مع الشباب كل حسب اختصاصه ( العلمي والإنساني والاجتماعي ) لكي يتمكن من أن يضع الخطط الاستراتيجية القصيرة او البعيدة المدى وأن التخطيط العلمي السليم

يجعلنا بعيدين عن العشوائية في العمل مع الشباب . أن الأشراف في منتديات الشباب هو عملية تعليمية ملازمة لأداء الوظيفي فالعاملون مع الشباب بصورة مباشرة كمدربي الألعاب الرياضية والفنون المسرحية والفنون التشكيلية والطرق على المعادن والأعمال اليدوية وتعليم الخياطة وعلوم الحياة وعلوم الكهرباء والمحاضرات الثقافية والأمسيات الشعرية , تزداد خبراتهم ومهاراتهم بمساعدة مشرفي الأنشطة وذلك للخبرة والدراية الواسعة لهؤلاء في العمل مع الشباب . لذا يمكن تصور الأشراف من الناحية الوظيفية، بانه العلاقة بين عدد من المختصين الذين يعملون مع الشباب بشكل مستمر، مثل مدربي الألعاب الرياضية والأعمال الفنية والعلمية والثقافية وبين أشخاص مسؤولين عن توجيههم ومساعدتهم في أداء وظائفهم وهم مشرفو الأنشطة المتنوعة والذين يقومون بالأشراف على أعمالهم التي يؤدونها إضافة الى تنمية تلك الأعمال وتصحيح الأخطاء التي قد ترافق عملهم “ . (أحمد، 1999، ص 290)

ويشير (Cummings & Worley) إلى أن التطورات السياسية والاقتصادية والاجتماعية في البلدان الأوروبية والعربية تختلف اختلافا كبيرا من بلد إلى بلد ومن الواضح أن الكثير من الجماهير يبحثون عن طرائق للاستجابة للتغيرات في مجتمعاتهم وسبل مشاركتهم، حيث يتبنى الشباب القيادي صيغ جديدة للتعامل مع مجتمعاتهم ومواجهة التحديات التي تؤثر عليها. وبدافع من الرغبة والضرورة يقومون بخلق أشكال جديدة للريادة الاجتماعية ويطورون مشاريع مبتكرة للتعامل مع مجموعة متنوعة من القضايا التي تتراوح بين توفير الاحتياجات الأساسية ودعم الفئات المعرضة للخطر، إلى تقبل التنوع والحوار بين الثقافات وتوفير المعلومات والتثقيف بشأن حقوق الإنسان والصحة، المواطنة النشطة أو التدريب المهني، إذ أشارت السيدة جابريل باتيني- دراجوني بأن موضوع المنتدى "تعلم وممارسة المواطنة" هو محوري في ممارسة الديمقراطية ذلك أن المواطنة تعني العيش بسلام، ولا يعني هذا أن

نكون متماثلين إنما نكون مجتمعات متسامحة وقادرة على التعايش بسلم والسعي وتقبل الآخرين رغم اختلافهم. وعرجت على واقع اليوم وما نواجهه من تحديات أمم أزمة اللاجئين والخوف من الاسلام، وخطاب الكراهية والتطرف على الجانب العربي والاوربي ، ينبغي تسليط على المشاركة قيمة عليا بحد ذاتها، وكهدف يجب العمل على تحقيقه واحترامه علاوة على أن المشاركة تساعد الشباب على تحقيق تطلعاتهم والاق طاقاتهم الابداعية وتزيد من مساحة الحرية في أهمية خلق البيئة الداعمة والصديقة والامنة لمشاركة الشباب والعمل على تغيير اتجاهات المؤسسات حول موضوع المشاركة، وضرورة الاهتمام بالتربية السياسية والوطنية وأن يكون لها مكان في البرامج التعليمية والمؤسسات التربوية والشبابية. (Cummings & Worley, 2009)

ومن هذا المنطلق فأن اعتماد آراء هذه الفئة في تقييم الواقع الاعلامي الرياضي للجماهير العراقية يعد إجراءً منهجياً يصب في التوصل إلى التساؤلات التي تسعى هذه الدراسة للإجابة عليها، وليس فقط ضمن الادب النظري لها، إذ أن الانحدار الطبقي واختلاف شرائح المجتمعات التي تراقب الاحداث الرياضي يشكل متغير ليس من السهولة حصره أو تحديده نتيجة التداخل في سكن مختلف المناطق وقرب وبعد الملاعب الرياضية التي تُقام فيها البطولات الرسمية، فضلاً عن تنوع وسائل الاعلام الرياضي وتنوع طرائق وصول هذا الإعلام للجماهير.

## ثانياً: الدراسات السابقة

دراسة هادي (2004) " الاعلام الرياضي التلفزيوني في العراق البرامج الرياضية في قناة العراق الفضائية أنموذجاً "

هدفت الدراسة الى التوصل الى تقويم شامل لواقع التغطية الإعلامية الرياضية من خلال البرامج والنشرات الرياضية في قناة العراق الفضائية سلباً ام ايجاباً في إطار المدة الخاضعة للبحث وتحديد التطورات في البرامج الرياضية في التلفزيون العراقي على المستوى البرامجي والتكنولوجي، وانتفاع القسم الرياضي في قناة العراق الفضائية بما يشكل خطة عمل مستقبلية للمؤسسات والقنوات الفضائية والارضية العاملة في العراق.

وتوصل الباحث الى مجموعة من النتائج ومن أهمها : بلغ مجموع ساعات بث البرامج الرياضية في قناة العراق الفضائية (102) ساعة في الوقت الذي كان فيه مجموع البث الكلي لبرامج مديرية السياسية والرياضية ( 1043) من اصل مجموع البث الكلي للقناة الذي بلغ (3030) ساعه أي نسبة المادة الرياضية (33,663 %) وهذه النسبة جيدة قياساً بأهداف القناة التي كانت تغلب الجانب السياسي أولاً ثم الثقافي ثانياً والبرامج العامة ذات الطابع الترفيهي الذي لا يخلو من توجيه سياسي لاسيما البرامج التي تذاع مباشرة حيث يأتي ترتيب البرامج الرياضية في الدرجة الرابعة من بين مجموع البرامج التي تقدمها القناة. وظهر أن الحاق القسم الرياضي بمديرية البرامج السياسة من الناحية الإدارية وبمديرية الاخبار من الناحية العلمية خلف نوعاً من الازدواجية في عمل القسم كانت لها اثار سلبية من حيث حرية الحركة في الأوقات التي يتطلب فيها العمل مضاعفة عدد الكاميرات أو استخدام أكثر من تنسيق مونتاج أو وقتاً أطول لأشغال التنسيق المخصص للقسم الرياضي.

## دراسة شحاذة (2009) " أثر مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة ديالى "

هدفت الدراسة إلى بناء مقياس الثقافة الرياضية لمشاهدي القنوات الرياضية الفضائية، ومعرفة أثر مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة ديالى وملاحظة الفرق بين الذكور والإناث المشاهدين للقنوات الرياضية في مستوى الثقافة الرياضية. وتوصلت الدراسة إلى نتائج منها: الاستنتاجات التالية: إن مقياس ثقافة الرياضية لمشاهدي القنوات الفضائية الرياضية الذي تم بناؤه يلئم العينة المختارة والتي كانت لفئة طلبة كليات جامعة ديالى إذ حقق هذا المقياس الهدف الذي اعد من أجله وهو تعرف مستوى الثقافة الرياضية لمشاهدي القنوات الفضائية الرياضية، وإن للقنوات الفضائية الرياضية أثراً إيجابياً في تزويد المشاهد بالثقافة الرياضية وتأثيراً على النواحي المعرفية والاجتماعية أكثر من النواحي التربوية والصحية.

## دراسة لفئة (2012): " مقروئية الصحافة الرياضية في العراق لدى طلبة جامعة بغداد "

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مقروئية الصحافة الرياضية في العراق بشكل عام لدى العينة المختارة التي تمثل لغة مشتقة واعية تتجسد في الوسط الجامعي الذي يعد ارضا خصبة لرياضة، وتأثير عوامل الجذب فيها وتفضيل القراء لبعض المطبوعات دون غيرها، ماذا يفضلون في الجريدة الرياضية؟ أي المواد أكثر استقطاباً لهم؟ أي الصفحات يبدئون قرأتها. وكذلك السعي الى التعرف على عادات القراءة لدى المتلقين ومعرفة أهداف قراءة الجريدة الرياضية.

وتوصل الباحث الى مجموعة من النتائج كان أبرزها: اقبال واضح على قراءة الجرائد الرياضية والتعرف الى مضامينها تؤكد النتيجة الأهم في دراستنا حيث كشف أن نسبة (53 %) من المبحوثين

الذين يمثلون طلبة جامعة بغداد يقرأون الصحف الرياضية العراقية ويتابعون أحداثها ومستجداتها. وظهر ارتفاع مقروئية جريدتي الملاعب ومونديال في المرتبة الأولى بنسبة اجمالية قدرها نسبة (40 %) مما يعني ميل القراء الى الجرائد الرياضية المتخصصة وتفضيلها على الملاحق الرياضية والصفحات الرياضية في الجرائد اليومية.

### دراسة راجحي (2012): " تأثير الاعلام المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى التلاميذ المرحلة الثانوية (15-17) سنة "

هدفت الدراسة الى تنبيه القائمين على وسائل الاعلام الرياضي المرئي في الدور الذي يمكن أن تلعبه في التأثير على تنمية الثقافة الرياضية لدى المراهقين ومعرفة مدى متابعة تلاميذ المرحلة الثانوية للبرامج الرياضية المرئية ومدى مساهمة الاعلام الرياضي المرئي في الثقافة الرياضية وخاصة الجانب المعرفي وتأثير الاعلام الرياضي المرئي في سلوك وعادات المراهقين.

اما الاستنتاجات التي توصل اليها الباحث فهي: اعتبر التلفزيون اهم وسيلة للاتصال الجماهيري، وان الاعلام الرياضي يتم من خلاله نشر الاخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور ويهدف لنشر الثقافة الرياضية بين افراد التمتع لتنميتهم وتوعيتهم. وان الاعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية يستجيب الى البيئة التي يعمل فيها بسبب التفاعل بينه وبين المجتمع وحتى يمن فهمه لهذا المجتمع لابد له اولاً من وسائل إعلامية رياضية تتلاءم مع القيم والعادات السائدة في المجتمع وكشفت الدراسة ان الاعلام الرياضي المرئي يؤثر تأثيراً ايجابياً في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية وذلك من خلال سلوكيات وعادات التلاميذ ويؤثر أيضاً في الجانب المعرفي.

## دراسة العروي (2014) " دور الاعلام الرياضي التلفزيوني للقناة الجزائرية الأولى في نشر الثقافة الرياضية وتوجيه الطلبة نحو التخصص الرياضي التربوي "

هدفت الدراسة الى التعرف على المستوى الثقافي لطلبة السنة الثالثة، تربية حركية لمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضة باعتبارهم مقبلين على المجال التربوي التعليمي. ومعرفة أهمية وسيلة الاعلام المرئية، من خلال توضيح دور البرامج الرياضية للقناة الجزائرية الأولى في اكتساب الثقافة الرياضية لطلبة السنة الثالثة تربية حركية معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضة وتوجيههم نحو التخصص الرياض التربوي.

ظهر ان اغلب الطلبة لديهم وعي كامل بمضار المنشطات، تم اكتساب ذلك الوعي من خلال البرامج الرياضية للقناة الجزائرية الأولى. وان غالبية الشباب يجدون أن الاعلام الرياضي لديه الإمكانيات الواسعة لنشر المعلومات المتعلقة بالمجال الرياضي. ويعتقدون أن الاعلام الرياضي التلفزيوني للقناة الجزائرية الأولى لا يساهم في تحسيس الشباب نحو الممارسة الرياضية التربوية، والصحة السليمة كما أنه لا يشجعهم على الانتماء الى المؤسسات الرياضية التربوية بل يرون بأنه يشجع على الممارسة الرياضية التنافسية التي لا تتماشى مع ميولاتهم ورغباتهم حيث سجلنا نسبة قليلة من الطلبة كان للأعلام الرياضي دور في التحاقهم بالمعهد. وكشفت النتائج أن نسبة كبيرة من الطلبة المستجوبين، يرون بأن البرامج الرياضية للقناة الجزائرية الأولى لا تشجع على الانتماء الى المؤسسات الرياضية التربوية أي أن الاعلام الرياضي التلفزيوني للقناة الجزائرية الأولى لا يقوم بوظيفته التوجيهية والتربوية وان اهتمام الاعلام الرياضي التلفزيوني للقناة الجزائرية الأولى بالرياضات التنافسية المحلية ونقل التعاليق والتحليل الرياضية للمباريات وقد اهتم احد وظائفه الا وهي الوظيفة التربوية والتوجيهية واقتصرت وظائفه على الوظيفتين

الإخبارية والتثقيفية رجع السبب حسب رأينا الى أن الاعلام الرياضي للقناة الجزائرية الأولى موجه نحو الجانب الإعلاني الاخباري والترفيهي اكثر من الجانب التعليمي التربوي.

### التعليق على الدراسات السابقة وكيفية الاستفادة منها

تختلف الدراسة الحالية عن بقية الدراسات السابقة في كونها تتناول وسائل الاعلام الرياضي المختلفة والكشف عن مدى استفادة الجماهير بشكل أوسع نطاق، فضلاً عن تناولها بعض القيادات الإدارية للرياضة العراقية المسؤولة مسؤولية مباشرة في رسم سياسة البلد الرياضية بالاشتراك مع المؤسسات الاخرى، وأستفاد الباحث من الدراسات السابقة في اعتمادها على المنهج الوصفي بأسلوب المسح، وكيفية بناء الاستبانة الاستطلاعية وإعداد فقراتها على وفق خطوات منهجية للتوصل إلى اعتمادها كأداة قياس مروراً بالأسس والمعاملات العلمية التي تحدد مقبوليتها، كما تختلف هذه الدراسة عن الدراسات السابقة في طريقة اختيار المعاينة للعينة الرئيسة وكونها أوسع نطاقاً، إذ تناولت معظم الدراسات السابقة آراء الطلبة من مراحل مختلفة عدا دراسة هادي التي تناولت وسيلة إعلامية واحدة، كما أن التركيز في هذه الدراسة منصب على مختلف الجماهير الرياضية العراقية ومن وجهة نظر العاملين في الرياضة أنفسهم، كما ساعدت الدراسة السابقة في كيفية اعتماد الوسائل الإحصائية اللازمة لتحليل البيانات.



## الفصل الثالث

### الطريقة والإجراءات

#### أولاً: منهجية الدراسة

فرضت متطلبات تناول مشكلة الدراسة الحالية أن ينتهج الباحث منهج البحث الوصفي بأسلوب المسح والذي يُعرف بأنه " المنهج الذي يعتمد على جمع البيانات ميدانياً بوسائل متعددة، وهو يتضمن الدراسة الكشفية والوصفية والتحليلية ". (غباري وآخرون، 2015، ص 25)

إذ يهدف هذا المسح إلى جمع الآراء بالقياس المباشر بغية تحليل استجابات انجذاب آراء أعضاء الهيئات الإدارية للأندية الرياضية عن الثقافة الرياضية التي يدعمها الإعلام الرياضي عبي الصعيد المحلي.

#### ثانياً: مجتمع الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة بأعضاء الهيئات الإدارية للأندية الرياضية العراقية البالغ عددهم (193) فرداً يمثلون أندية الدرجة الممتازة البالغ عددها (19) نادياً للموسم الرياضي (2018) لكونهم مجتمع الظاهرة الملاحظة في مشكلة الدراسة وتحقق أغراضها لضمان الاتصال بهم فضلاً عن إبداء تعاونهم مع الباحث لإتمام إجراءات خطوات دراسته المتعددة. وقد قام الباحث بتوزيع (193) استبانة على مجتمع البحث جميعهم ولم يتم استبعاد أية استبانة لكونها صالحة للبحث جميعها، إذ تم توضيح تعليماتها مسبقاً، وتم متابعة استردادها بدون أية نقص من عددها الفعلي، وبذلك فإن الدراسة الحالية

تعتبر دراسة حصرية لمجتمع البحث برمته دون الحاجة الى عينة محددة. والجدول (1) يبين توزيع الفئة المبحوثة على الاندية:

### جدول رقم (1)

#### توزيع مجتمع البحث الكلي على الاندية الرياضية العراقية

| ت  | النادي       | عدد أعضاء الهيئة الادارية | ت  | النادي     | عدد أعضاء الهيئة الادارية |      |
|----|--------------|---------------------------|----|------------|---------------------------|------|
| 1  | الطلبة       | 9                         | 11 | الميناء    | 11                        |      |
| 2  | الشرطة       | 11                        | 12 | البحري     | 9                         |      |
| 3  | الزوراء      | 11                        | 13 | نفط الجنوب | 11                        |      |
| 4  | القوة الجوية | 11                        | 14 | نفط ميسان  | 9                         |      |
| 5  | الكهرياء     | 11                        | 15 | السماوة    | 10                        |      |
| 6  | النفط        | 11                        | 16 | كربلاء     | 10                        |      |
| 7  | الكرخ        | 9                         | 17 | النجف      | 11                        |      |
| 8  | الحدود       | 10                        | 18 | نفط الوسط  | 9                         |      |
| 9  | الحسين       | 10                        | 19 | زاخو       | 11                        |      |
| 10 | بغداد        | 9                         |    |            |                           |      |
|    |              |                           |    |            | المجموع                   | 193  |
|    |              |                           |    |            | النسبة المئوية            | %100 |

#### ثالثاً: أداة الدراسة

بالاعتماد على الدراسة التمهيدية الاولى التي اجرها الباحث على مجتمع البحث، وبالرجوع الى الأدب النظري والدراسات السابقة، عمد الباحث إلى إعداد أداة الدراسة لجمع البيانات والتي هي صحيفة الاستقصاء (الاستبانة الورقية) التي اشتملت على عدد من المحاور هي:-

1- الخصائص الديموغرافية للعينة وتتمثل في كلٍ من (السن، عدد سنوات العضوية في النادي، التحصيل الدراسي، أسم النادي المنسوب إليه).

2- هل تغطي وسائل الإعلام الرياضي قطاعات كبيرة ومتنوعة من الجمهور الرياضي ؟

3- هل يساعد الإعلام الرياضي على تكوين الاتجاهات والمعتقدات نحو ممارسة الرياضة للترويح؟

4- هل يعتمد الإعلام الرياضي إيصال حادثة المعلومات إلى الجماهير الرياضية؟

5- هل يرسخ الإعلام الرياضي المبادئ والقيم التربوية ويعزز روح المواطنة لدى الجماهير الرياضية؟

6- هل يساهم الإعلام الرياضي في تكوين بنية معرفية ترتبط بمفاهيم وأهداف الرياضة لدى الجماهير

الرياضية ؟

7- هل يلتزم الإعلام الرياضي بالمعايير الاخلاقية السائدة في المجتمع؟

8- هل يعتمد الإعلام الرياضي دراسات علمية عن أهمية ممارسة الرياضة للجماهير؟

9- هل يساعد الإعلام الرياضي على تحسين مفاهيم العادات والتقاليد غير المحبذة في المجتمع؟

**رابعاً: صدق الأداة**

عرضت الأداة على عدد من المحكمين الاختصاص في الاعلام والرياضة، (ملحق 1) وبعد

مراجعة ملاحظاتهم التقييمية تم الاخذ بأرائهم على كل محور وفقرة من الاستبانة عند عرضها بصورتها

الأولية عليهم تم التحقق من الصدق الظاهري للأداة بحسب اعتماد اتفاق آراءهم باعتبارهم من ذوي

التخصص في مجال الإعلام، والتربية البدنية وعلوم الرياضة، والقياس والتقويم، في عملية التعديل أو

الحذف أو الدمج أو الإضافة أو الإبقاء عليها كما هي لتصل بذلك الاستبانة إلى صورتها النهائية ملحق (2).

#### خامساً: ثبات الأداة

تم حساب الثبات بطريقة التجزئة النصفية (Split Half Method) وأستخدم معامل الارتباط البسيط (Person) فيما بين درجات الجزأين وتم تصحيح هذه القيمة بمعادلة (Spearman-Brown formula) بتطبيق صورته على العينة الاستطلاعية من خارج عينة الدراسة، واعتماد نتيجة المعالجة الإحصائية لدرجات هذا التطبيق كمؤشر لقبول ثبات الاستبانة.

#### سادساً: المعالجة الإحصائية

بعد تفريغ البيانات من الاستبانات تم معالجتها إحصائياً آلياً ببرنامج الحقيبة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (statistical package for social sciences)، (SPSS) الإصدار (25)، لكل من التكرارات والنسب المئوية في الجداول التكرارية البسيطة، وكذلك المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

#### سابعاً: إجراءات الدراسة

1- الاحساس بالمشكلة البحثية من خلال تجربة الباحث الشخصية بصفته أحد الرياضيين العراقيين ومهتم بالشأن الرياضي

2- اجراء نوع من الدراسة الاستطلاعية على عينة عشوائية من الاندية والرياضيين

3- الاطلاع على الأدب النظري والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة.

2- بناء أداة القياس للدراسة التي هي الاستبانة.

3- التحقق من صدق وثبات أداة القياس في الدراسة.

4-الحصول على الموافقات الرسمية لتطبيق أداة القياس في الدراسة.

5- تطبيق أداة القياس على العينة الرئيسة.

6- جمع البيانات في استمارات خاصة.

7- معالجة النتائج إحصائياً.

8- مناقشة النتائج واستصدار التوصيات على وفقها.

## الفصل الرابع

### نتائج الدراسة

#### عرض نتائج التساؤل الرئيس للدراسة والأسئلة الفرعية

لغرض التوصل لهدف الدراسة الرئيس تمت معالجة الدرجة الكلية لأداة القياس باختبار (T) لعينة

واحدة لمقارنة الوسط الحسابي بالوسط الفرضي التقويمي وكما مبين في الجدول (2) :-

#### جدول رقم (2)

نتائج المعالم الاحصائية للدرجة الكلية لأداة القياس والمقارنة الاستدلالية بالوسط الفرضي

| الاستبانة                                                   | عدد الفقرات الكلي | الوسط الحسابي | الوسيط | الانحراف المعياري | الالتواء | التقويمي | الوسط الفرضي | المحسوبة (ت) | (Sig) | الدالة |
|-------------------------------------------------------------|-------------------|---------------|--------|-------------------|----------|----------|--------------|--------------|-------|--------|
| دور الإعلام الرياضي في دعم الثقافة الرياضية للجمهور العراقي | 43                | 86.11         | 85     | 3.488             | -0.335   | 83       |              | 12.404       | 0.000 | دال    |

الوسط الفرضي = مجموع اوزان البدائل / عدد البدائل × عدد الفقرات.

تُبين نتائج الجدول (2) أن الوسط الحسابي كان (86.11)، والوسيط (85)، والانحراف المعياري

(3.488)، وبلغ معامل الالتواء (-0.335) مما يؤكد أن التوزيع الطبيعي لعينة الدراسة محددة بين

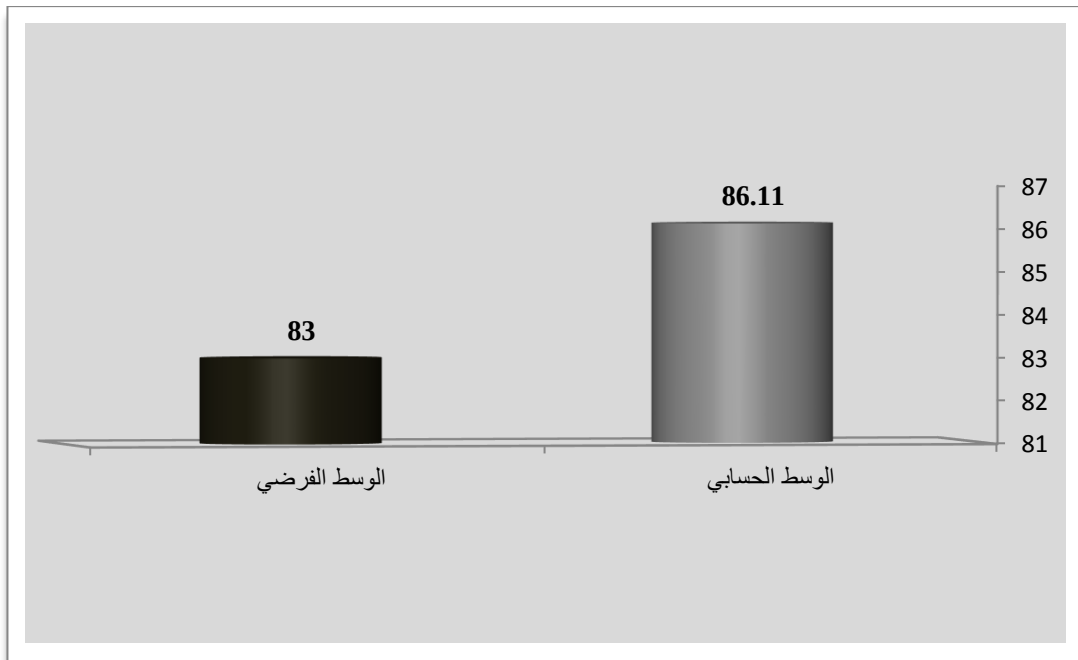
(+3) على وفق منحني (كاوس) الاعتدالي لتؤكد عدم وجود قيم متطرفة عند تفسير نتائج دور الإعلام

الرياضي في دعم الثقافة الرياضية للجمهور العراقي، وعند مقارنة الوسط الحسابي مع الوسط الفرضي

البالغ (83) يتبين أن العينة تعدت مستوى الوسط الفرضي، إذ بلغت قيمة (t-test) المحسوبة لعينة

واحدة (12.404) عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (192) وهي قيمة دالة إحصائياً.

لغرض التوصل إلى تفسيرات منطقية حول الاجابة عن مجمل تساؤلات الدراسة وبشكلٍ تفصيلي، إذ لا يمكن التكهن بالأرقام الكلية ما لم يتم تحليل انجذاب وجهة نظر أعضاء الهيئات الادارية للأندية تفصيلاً لتكون مناقشة النتائج في ضوء ما ورد من استجاباتهم على فقرات أداة الدراسة للتعرف على نقاط القوة والضعف وكما سيلي ذكره لتحليل كل سؤال في هذه الأداة.



شكل رقم (5) يوضح الوسط الحسابي لأداة القياس ومقارنته بالوسط الفرضي

### أولاً : الخصائص الديموغرافية :-

- وصف توزيع عينة البحث على الأندية قيد الدراسة:-

#### جدول رقم (3)

يبين وصف تكرارات عينة البحث الكلية في الاندية الرياضية العراقية ونسبتهم المئوية

| ت                     | أسم النادي   | عدد الأعضاء | النسبة المئوية | ت  | أسم النادي | عدد الأعضاء | النسبة المئوية |
|-----------------------|--------------|-------------|----------------|----|------------|-------------|----------------|
| 1                     | الطلبة       | 9           | 4.663 %        | 11 | الميناء    | 11          | 5.699 %        |
| 2                     | الشرطة       | 11          | 5.699 %        | 12 | البحري     | 9           | 4.663 %        |
| 3                     | الزوراء      | 11          | 5.699 %        | 13 | نفط الجنوب | 11          | 5.699 %        |
| 4                     | القوة الجوية | 11          | 5.699 %        | 14 | نفط ميسان  | 9           | 4.663 %        |
| 5                     | الكهرباء     | 11          | 5.699 %        | 15 | السماوة    | 10          | 5.181 %        |
| 6                     | النفط        | 11          | 5.699 %        | 16 | كربلاء     | 10          | 5.181 %        |
| 7                     | الكرخ        | 9           | 4.663 %        | 17 | النجف      | 11          | 5.699 %        |
| 8                     | الحدود       | 10          | 5.181 %        | 18 | نفط الوسط  | 9           | 4.663 %        |
| 9                     | الحسين       | 10          | 5.181 %        | 19 | زاخو       | 11          | 5.699 %        |
| 10                    | بغداد        | 9           | 4.663 %        |    |            |             |                |
| المجموع الكلي للأعضاء |              |             |                |    |            | 193         |                |

تبين نتائج الجدول (3) أن قيم النسب المئوية توزعت بشكلٍ متقارب لتوصف عدد اعضاء الاندية

إذ تراوحت بين (5.699 %) - (4.663 %) وهي قيم متقاربة ولا تؤثر في حسن انتشار العينة

المستهدفة للقياس.



- وصف توزيع عينة البحث على الخصائص الديموغرافية:-

#### جدول رقم (4)

وصف تكرارات عينة البحث الكلية بحسب الخصائص الديموغرافية ونسبتهم المئوية

| ت                     | الخصائص الديموغرافية        | النوع المديات          | التكرار | النسبة المئوية من المجموع الكلي |
|-----------------------|-----------------------------|------------------------|---------|---------------------------------|
| 1                     | الجنس                       | ذكر                    | 158     | 81.865 %                        |
|                       |                             | أنثى                   | 35      | 18.135 %                        |
| 2                     | العمر الزمني                | ≥ 20 - 30 عام ميلادي   | 44      | 22.798 %                        |
|                       |                             | 31 - 40 عام ميلادي     | 52      | 26.943 %                        |
|                       |                             | 41-50 عام ميلادي فأعلى | 97      | 50.259 %                        |
| 3                     | التحصيل الدراسي             | الإعدادية              | 22      | 11.399 %                        |
|                       |                             | الدبلوم                | 59      | 30.57 %                         |
|                       |                             | البكالوريوس فأعلى      | 112     | 58.031 %                        |
| 4                     | عدد سنوات العضوية في النادي | ≥ 1 - 4 عام ميلادي     | 11      | 5.699 %                         |
|                       |                             | 5 - 8 عام ميلادي       | 87      | 45.078 %                        |
|                       |                             | 9-12 عام ميلادي فأعلى  | 95      | 49.223 %                        |
| المجموع الكلي للأعضاء |                             |                        | 193     |                                 |

تبين نتائج الجدول (4) أن قيم النسب المئوية لمتغير الجنس كان أكثر للذكور من الاناث، ولمدى العمر الزمني ( $41-50$  عام ميلادي فأعلى) أكثر من نسب باقي مديات الاعمار، ولتحصيل البكالوريوس فأعلى أكثر من نسب باقي التحصيل الدراسي، ولمدى عدد سنوات العضوية في النادي ( $9-12$  عام ميلادي فأعلى) أكثر من نسب باقي المديات الاخرى في هذه العضوية.

## ثانياً: عرض نتائج أسئلة الدراسة

بغية التوصل الى اجابات تعبر عن متطلبات الدراسة في التوصل للإجابات وحلول للتساؤل

الخاص بكل مجال يعرض الباحث النتائج التحليلية لهذا السؤال كآلاتي :-

### جدول (5)

إستجابات عينة التطبيق لكل فقرة من فقرات سؤال: هل تغطي وسائل الإعلام الرياضي قطاعات كبيرة ومتنوعة من الجماهير الرياضية؟

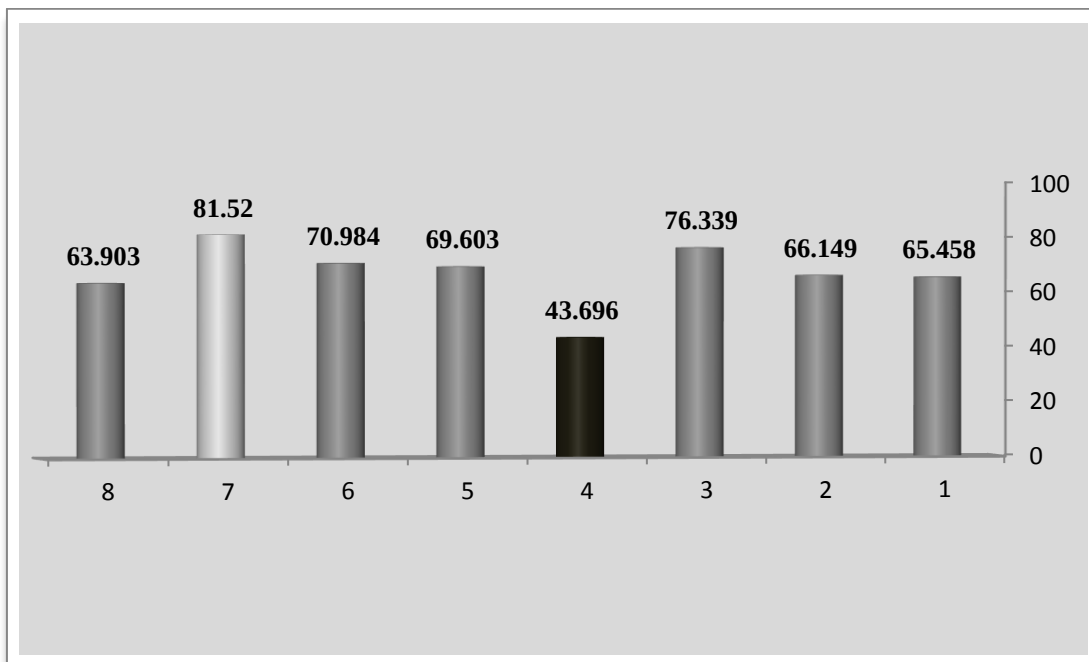
س = الإنحراف المعياري - في كل الجداول

| ت | عبارات الفقرات                                                                                        | دائماً |        | أحياناً |        | أبداً |        | س<br>المرجح | الأهمية<br>النسبية | الدرجة |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|---------|--------|-------|--------|-------------|--------------------|--------|
|   |                                                                                                       | ك      | %      | ك       | %      | ك     | %      |             |                    |        |
| 1 | تصل اخبار وسائل الاعلام الرياضية المختلفة إلى مساحات واسعة من الجماهير.                               | 57     | 29.534 | 72      | 37.306 | 64    | 33.161 | 1.964       | 65.458             | متوسطة |
| 2 | توفر وسائل الاعلام الرياضية المختلفة متخصصين من الاعلاميين في المجال الرياضي.                         | 61     | 31.606 | 68      | 35.233 | 64    | 33.161 | 1.984       | 66.149             | متوسطة |
| 3 | توفر وسائل الاعلام الرياضية المختلفة كادر متخصص لنشر اعلانات المؤسسات الرياضية.                       | 79     | 40.933 | 91      | 47.15  | 23    | 11.917 | 2.29        | 76.339             | مرتفعة |
| 4 | تعقد وسائل الاعلام الرياضية المختلفة المؤتمرات الصحفية لإظهار أهم المشاريع المقبلة للإعلام الجماهيري. | 18     | 9.326  | 24      | 12.435 | 151   | 78.238 | 1.311       | 43.696             | منخفضة |
| 5 | تستخدم وسائل الاعلام الرياضي التسويق الرياضية لنشر الوعي الثقافي الرياضي.                             | 69     | 35.751 | 72      | 37.306 | 52    | 26.943 | 2.088       | 69.603             | عالية  |
| 6 | تعلن وسائل الاعلام الرياضية المختلفة عما مخطط لها مستقبلاً.                                           | 73     | 37.824 | 72      | 37.306 | 48    | 24.87  | 2.13        | 70.984             | عالية  |
| 7 | توفر وسائل الاعلام الرياضية المختلفة برامج مختلفة تخاطب عامة الناس على اختلاف مستوياتهم .             | 101    | 52.332 | 77      | 39.896 | 15    | 7.772  | 2.446       | 81.52              | عالية  |
| 8 | تراعي وسائل الاعلام الرياضية المختلفة اختلاف ثقافات المجتمع العراقي .                                 | 64     | 33.161 | 49      | 25.389 | 80    | 41.451 | 1.917       | 63.903             | متوسطة |

الحصر الشامل لمجتمع البحث - التطبيق الكلي = (193) مفردة

يُلاحظ من نتائج الجدول (5) أن قيمتي الوسط الحسابي المرجح والأهمية النسبية للفقرة السابعة كانتا الأعلى من بين باقي الفقرات لتتصدر انجذاب أفراد عينة التطبيق لها في هذا المجال، إذ كان أعلى تكرار فيها عند البديل (دائماً)، بينما قيمتي الوسط الحسابي المرجح والأهمية النسبية للفقرة الرابعة كانتا الأقل من بين باقي الفقرات لتكون في آخر صدارة انجذاب أفراد عينة التطبيق لها في هذا المجال، إذ كان أعلى تكرار فيها عند البديل (أبداً).

والشكل (6) يوضح التخطيط البياني للأهمية النسبية لفقرات هذا السؤال :-



شكل رقم (6) يوضح الأهمية النسبية لفقرات سؤال: هل تغطي وسائل الإعلام الرياضي قطاعات كبيرة ومتنوعة من الجماهير الرياضية؟

### جدول (6)

استجابات عينة التطبيق لكل فقرة من فقرات سؤال: هل يساعد الإعلام الرياضي على تكوين الاتجاهات والمعتقدات لدى الجماهير الرياضية نحو ممارسة رياضة الترويح؟

| ت | عبارات الفقرات                                                                                                       | دائماً |        | أحياناً |        | أبداً |        | س<br>المرجح | الأهمية<br>النسبية | الدرجة |
|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|---------|--------|-------|--------|-------------|--------------------|--------|
|   |                                                                                                                      | ك      | %      | ك       | %      | ك     | %      |             |                    |        |
| 1 | يدعم الإعلام الرياضي الاندية الرياضية ومنتديات الشباب المحلية لتنفيذ برامجها التثقيفية للجماهير .                    | 6      | 3.109  | 24      | 12.435 | 163   | 84.456 | 1.187       | 39.551             | منخفضة |
| 2 | يدعم الإعلام الرياضي القائمين على إدارة فعاليات الرياضة للجميع.                                                      | 23     | 11.917 | 28      | 14.508 | 142   | 73.575 | 1.383       | 46.114             | منخفضة |
| 3 | تنتشر وسائل الإعلام الرياضي المختلفة القيم والمبادئ للسلوك الرياضي السوي.                                            | 25     | 12.953 | 160     | 82.902 | 8     | 4.145  | 2.088       | 69.603             | عالية  |
| 4 | تهتم وسائل الإعلام الرياضي بنشر الفكر الأولمبي بين أوساط الجماهير الرياضية.                                          | 34     | 17.617 | 111     | 57.513 | 48    | 24.87  | 1.927       | 64.249             | متوسطة |
| 5 | يعمل الإعلام الرياضي على تقديم توضيح التسهيلات لإقبال الجماهير إلى المؤسسات والمنشآت الرياضية.                       | 75     | 38.86  | 88      | 45.596 | 30    | 15.544 | 2.233       | 74.439             | عالية  |
| 6 | يعتمد الاعلام الرياضي على الخبرات الأكاديمية الرياضية واطباء صحة المجتمع لنقل أفكارهم عن أهمية ممارسة رياضة الترويح. | 55     | 28.497 | 71      | 36.788 | 67    | 34.715 | 1.938       | 64.594             | متوسطة |

الحصر الشامل لمجتمع البحث - التطبيق الكلي = (193) مفردة

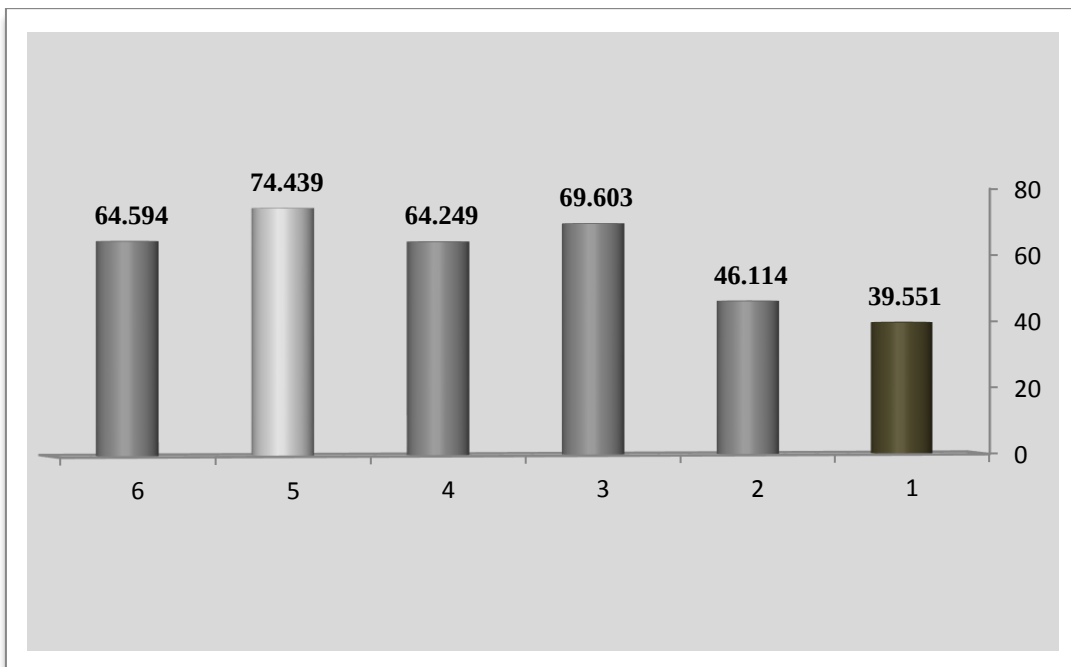
يُلاحظ من نتائج الجدول (6) أن قيمتي الوسط الحسابي المرجح والأهمية النسبية للفقرة الخامسة

كانتا الأعلى من بين باقي الفقرات لتتصدر انجذاب أفراد عينة التطبيق لها في هذا المجال، إذ كان

أعلى تكرار فيها عند البديل (أحياناً)، بينما قيمتي الوسط الحسابي المرجح والأهمية النسبية للفقرة الأولى

كانت الأقل من بين باقي الفقرات لتكون في آخر صدارة انجذاب أفراد عينة التطبيق لها في هذا المجال، إذ كان أعلى تكرار فيها عند البديل (أبداً).

والشكل (7) يوضح التخطيط البياني للأهمية النسبية لفقرات هذا السؤال:-



شكل رقم (7) يوضح الأهمية النسبية لفقرات سؤال: هل يساعد الإعلام الرياضي على تكوين الاتجاهات والمعتقدات لدى الجماهير الرياضية نحو ممارسة رياضة الترويح؟

## جدول (7)

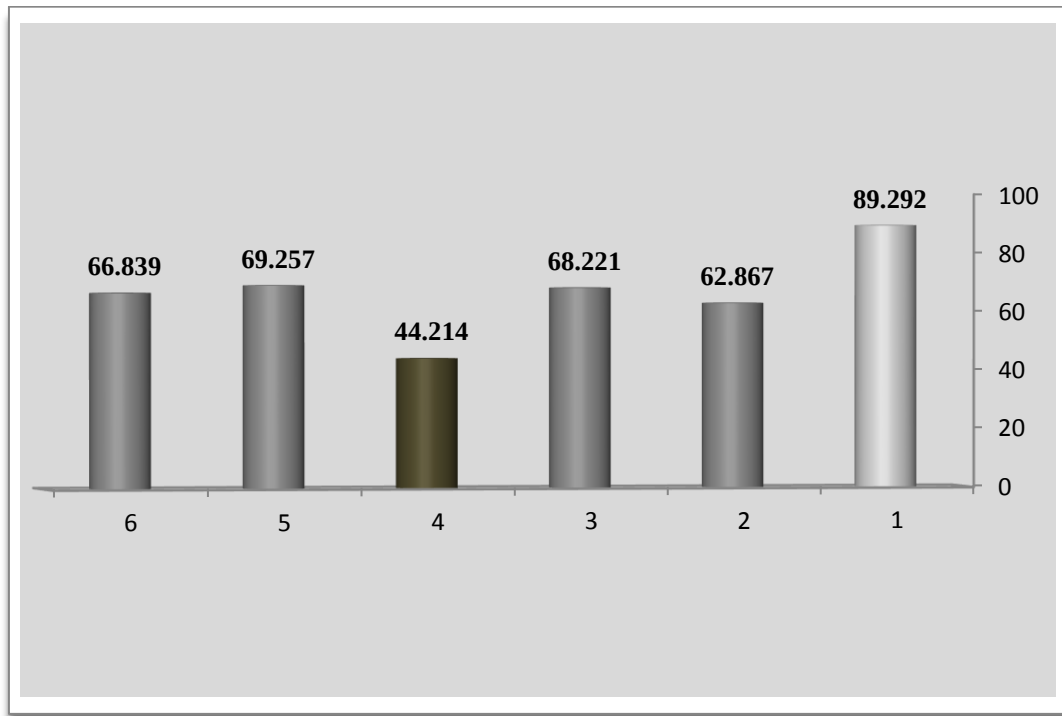
استجابات عينة التطبيق لكل فقرة من فقرات سؤال: هل يعتمد الإعلام الرياضي إيصال حداثة المعلومات إلى الجماهير الرياضية؟

| ت | عبارات الفقرات                                                                                    | دائماً |        | أحياناً |        | أبداً |        | س<br>المرجح | الأهمية<br>النسبية | الدرجة |
|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|---------|--------|-------|--------|-------------|--------------------|--------|
|   |                                                                                                   | ك      | %      | ك       | %      | ك     | %      |             |                    |        |
| 1 | تعد المؤسسة الرياضية الاعلام الرياضي عنصر مهم في جذب الجماهير الرياضية.                           | 144    | 74.611 | 36      | 18.653 | 13    | 6.736  | 2.679       | 89.292             | عالية  |
| 2 | توفر المؤسسة الرياضية قسم متخصص بالإعلام الرياضي ضمن تشكيلاتها الادارية.                          | 51     | 26.425 | 69      | 35.751 | 73    | 37.824 | 1.886       | 62.867             | متوسطة |
| 3 | يستثمر الإعلام الرياضي صور اللاعبين المحترفين محلياً في مختلف الألعاب بأسلوب حضاري.               | 88     | 45.596 | 26      | 13.472 | 79    | 40.933 | 2.047       | 68.221             | عالية  |
| 4 | توضح وسائل الإعلام الرياضي المختلفة الحقائق المتعلقة بالمشاكل الرياضية للجمهور الرياضي بموضوعية . | 11     | 5.699  | 41      | 21.244 | 141   | 73.057 | 1.326       | 44.214             | منخفضة |
| 5 | تؤمن المؤسسة الرياضية بأن الاعلام يجذب أوساط الجماهير نحو المنتج الرياضي الحديث.                  | 63     | 32.642 | 82      | 42.487 | 48    | 24.87  | 2.078       | 69.257             | عالية  |
| 6 | تقيم المؤسسة الرياضية المؤتمرات الصحفية برعاية شركات المنتجة تهتم بالحدثة والتطوير.               | 63     | 32.642 | 68      | 35.233 | 62    | 32.124 | 2.005       | 66.839             | عالية  |

الحصر الشامل لمجتمع البحث - التطبيق الكلي = (193) مفردة

يُلاحظ من نتائج الجدول (7) أن قيمتي الوسط الحسابي المرجح والأهمية النسبية للفقرة الأولى كانتا الأعلى من بين باقي الفقرات لنتصدر انجذاب أفراد عينة التطبيق لها في هذا المجال، إذ كان أعلى تكرار فيها عند البديل (دائماً)، بينما قيمتي الوسط الحسابي المرجح والأهمية النسبية للفقرة الرابعة كانتا الأقل من بين باقي الفقرات لتكون في آخر صدارة انجذاب أفراد عينة التطبيق لها في هذا المجال، إذ كان أعلى تكرار فيها عند البديل (أبداً).

والشكل (8) يوضح التخطيط البياني للأهمية النسبية لفقرات هذا السؤال:-



شكل رقم (8) يوضح الأهمية النسبية لفقرات سؤال: هل يعتمد الإعلام الرياضي إيصال حادثة المعلومات إلى الجماهير الرياضية؟

## جدول (8)

استجابات عينة التطبيق لكل فقرة من فقرات سؤال: هل يرسخ الإعلام الرياضي المبادئ والقيم التربوية ويعزز روح المواطنة لدى الجماهير الرياضية؟

| ت | عبارات الفقرات                                                                                     | دائماً |        | أحياناً |        | أبداً |        | س<br>المرجح | الأهمية<br>النسبية | الدرجة |
|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|---------|--------|-------|--------|-------------|--------------------|--------|
|   |                                                                                                    | ك      | %      | ك       | %      | ك     | %      |             |                    |        |
| 1 | تعتمد المؤسسة الرياضية وسائل إعلانية تلائم قيم وعادات المجتمع.                                     | 70     | 36.269 | 39      | 20.207 | 84    | 43.523 | 1.927       | 64.249             | متوسطة |
| 2 | توفر وسائل الإعلام الرياضي المختلفة مساحات خاصة في المجالات الرياضية توضح حيادية الراعين لأنشطتها. | 39     | 20.207 | 37      | 19.171 | 117   | 60.622 | 1.596       | 53.195             | متوسطة |
| 3 | تتوافق سياسة الاعلام الرياضي مع سياسة إدارة الرياضة المحلية في الحد من شغب الملاعب.                | 65     | 33.679 | 82      | 42.487 | 46    | 23.834 | 2.098       | 69.948             | عالية  |
| 4 | تنتشر وسائل الاعلام الرياضي انجازات الرياضة العراقية على الصعيد الدولي بما يدعم الانتماء الوطني.   | 145    | 75.13  | 38      | 19.689 | 10    | 5.181  | 2.699       | 89.983             | عالية  |
| 5 | يقدم الاعلام الرياضي رسالته بأسلوب تربوي ناضج وشيق.                                                | 86     | 44.56  | 38      | 19.689 | 69    | 35.751 | 2.088       | 69.603             | عالية  |
| 6 | ترتبط سياسة الاعلام الرياضي بما يحتاج إليه تنشئة جيل يؤمن بالمواطنة ويحترم القوانين .              | 79     | 40.933 | 69      | 35.751 | 45    | 23.316 | 2.176       | 72.539             | عالية  |

الحصر الشامل لمجتمع البحث - التطبيق الكلي = (193) مفردة

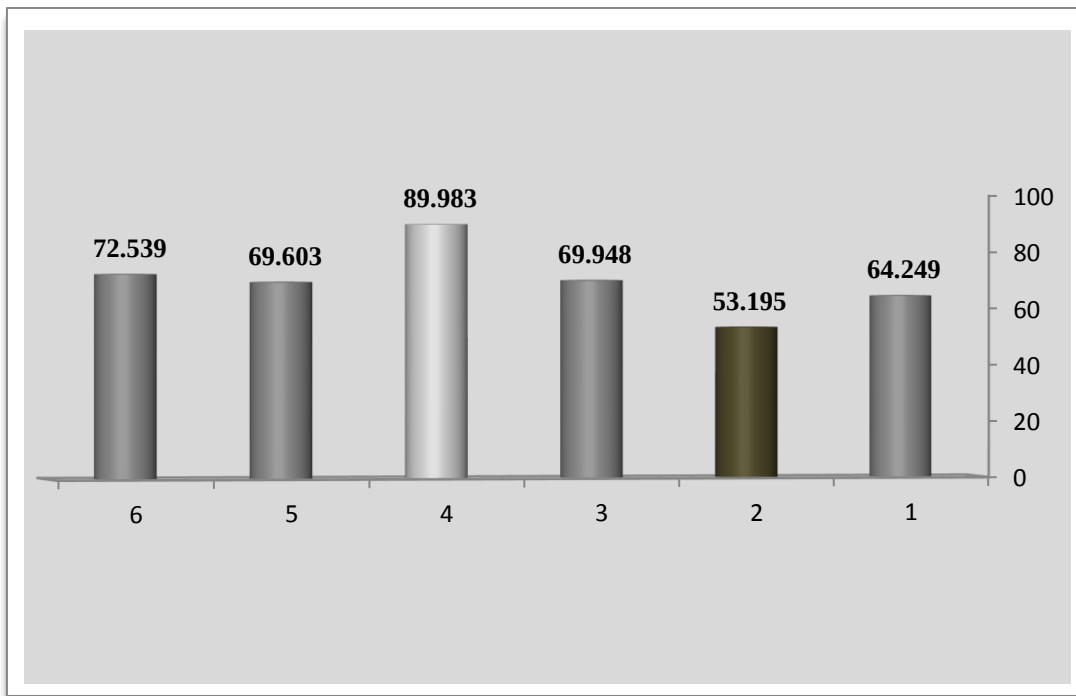
يُلاحظ من نتائج الجدول (8) أن قيمتي الوسط الحسابي المرجح والأهمية النسبية للفقرة الرابعة

كانتا الأعلى من بين باقي الفقرات لتتصدر انجذاب أفراد عينة التطبيق لها في هذا المجال، إذ كان



أعلى تكرار فيها عند البديل (دائماً)، بينما قيمتي الوسط الحسابي المرجح والأهمية النسبية للفقرة الثانية كانتا الأقل من بين باقي الفقرات لتكون في آخر صدارة انجذاب أفراد عينة التطبيق لها في هذا المجال، إذ كان أعلى تكرار فيها عند البديل (أبداً).

والشكل (9) يوضح التخطيط البياني للأهمية النسبية لفقرات هذا السؤال:-



شكل رقم (9) يوضح الأهمية النسبية لفقرات سؤال: هل يرسخ الإعلام الرياضي المبادئ والقيم التربوية ويعزز روح المواطنة لدى الجماهير الرياضية؟

## جدول (9)

استجابات عينة التطبيق لكل فقرة من فقرات سؤال: هل يساهم الإعلام الرياضي في تكوين بنية معرفية ترتبط بمفاهيم وأهداف الرياضة لدى الجماهير الرياضية؟

| ت | عبارات الفقرات                                                                                         | دائماً |        | أحياناً |        | أبداً |        | س<br>المرجح | الأهمية<br>النسبية | الدرجة |
|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|---------|--------|-------|--------|-------------|--------------------|--------|
|   |                                                                                                        | ك      | %      | ك       | %      | ك     | %      |             |                    |        |
| 1 | يعتمد الإعلام الرياضي أسلوب واضح في إيصال المعلومات للجماهير الرياضية.                                 | 62     | 32.124 | 61      | 31.606 | 70    | 36.269 | 1.959       | 65.285             | متوسطة |
| 2 | يساعد الإعلام الرياضي الأكاديميين في كليات التربية الرياضية في تقديم الاستشارات العلمية لخدمة المجتمع. | 5      | 2.591  | 152     | 78.756 | 36    | 18.653 | 1.839       | 61.313             | متوسطة |
| 3 | يحقق الإعلام الرياضي أهداف برامجه الثقافية بين أوساط الجماهير الرياضية.                                | 72     | 37.306 | 73      | 37.824 | 48    | 24.87  | 2.124       | 70.812             | عالية  |
| 4 | يشترك الإعلام الرياضي مع المؤسسات التربوية الرياضية في توعية معارف الجماهير وتنقيفهم رياضياً.          | 8      | 4.145  | 25      | 12.953 | 160   | 82.902 | 1.212       | 40.415             | منخفضة |
| 5 | يصل للجماهير الرياضي ثقافة تاريخية عن الانجازات المتحققة دولياً لصالح العراق.                          | 49     | 25.389 | 43      | 22.28  | 101   | 52.332 | 1.731       | 57.686             | متوسطة |
| 6 | يسعى الإعلام الرياضي لتوضيح استراتيجيته ورؤياه للمستقبل.                                               | 63     | 32.642 | 55      | 28.497 | 75    | 38.860 | 1.938       | 64.594             | متوسطة |

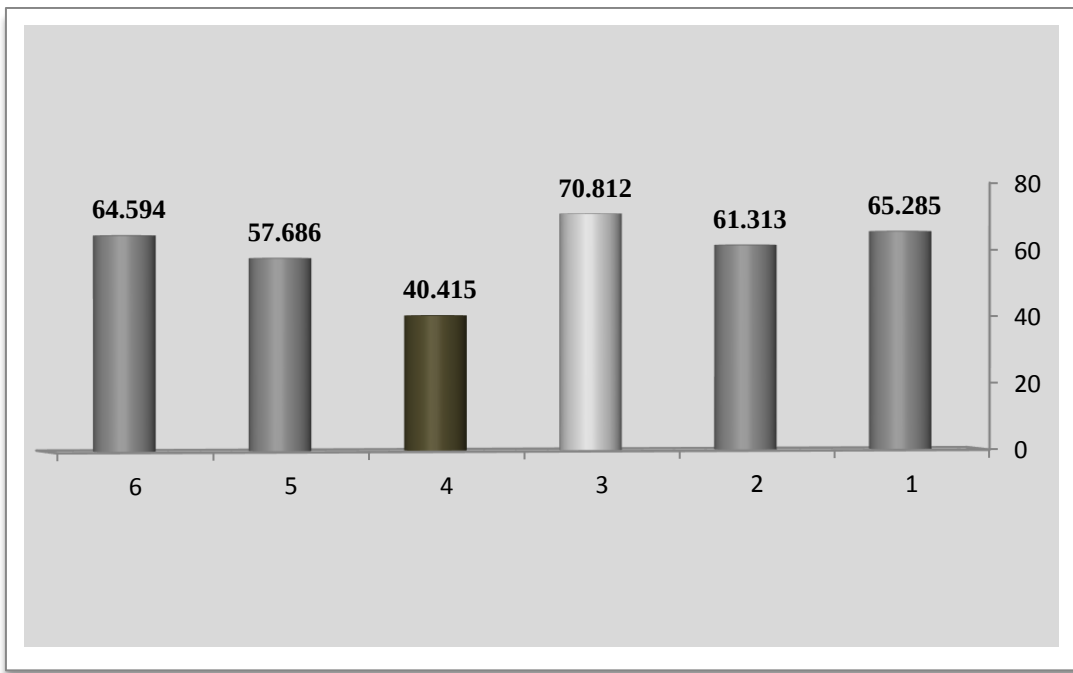
الحصر الشامل لمجتمع البحث - التطبيق الكلي = (193) مفردة

يُلاحظ من نتائج الجدول (9) أن قيمتي الوسط الحسابي والمرجح والأهمية النسبية للفقرة الثالثة

كانتا الأعلى من بين باقي الفقرات لتصدر انجذاب أفراد عينة التطبيق لها في هذا المجال، إذ كان

أعلى تكرار فيها عند البديل (أحياناً)، بينما قيمتي الوسط الحسابي المرجح والأهمية النسبية للفقرة الرابعة كانتا الأقل من بين باقي الفقرات لتكون في آخر صدارة انجذاب أفراد عينة التطبيق لها في هذا المجال، إذ كان أعلى تكرار فيها عند البديل (أبداً).

والشكل (10) يوضح التخطيط البياني للأهمية النسبية لفقرات هذا السؤال:-



شكل رقم (10) يوضح الأهمية النسبية لفقرات سؤال: هل يساهم الإعلام الرياضي في تكوين بنية معرفية ترتبط بمفاهيم وأهداف الرياضة لدى الجماهير الرياضية؟

### جدول (10)

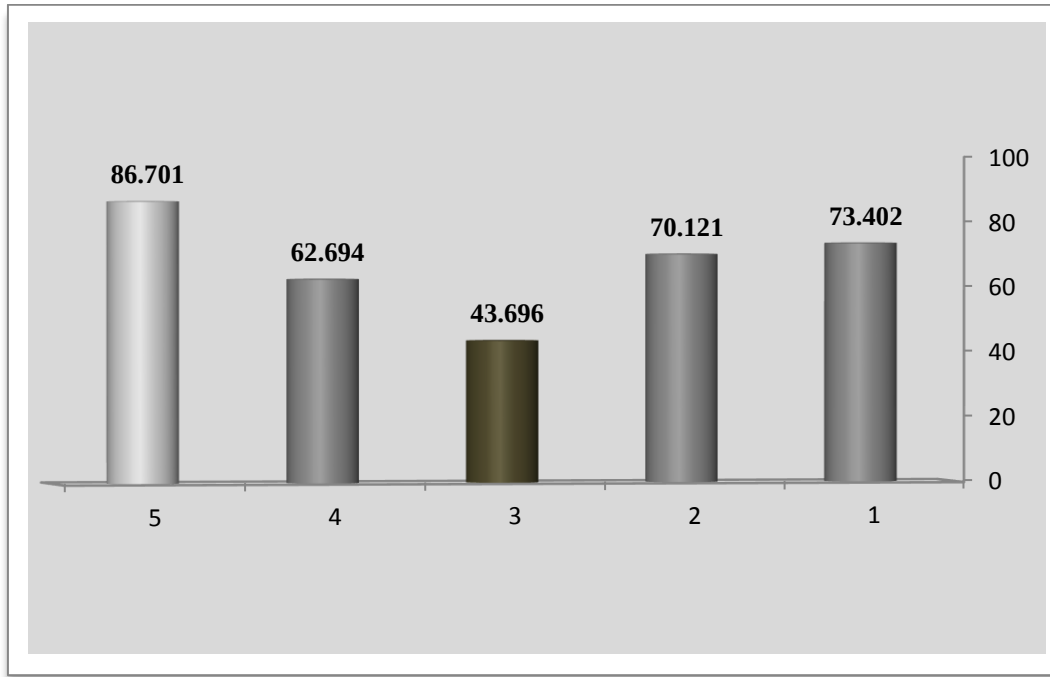
استجابات عينة التطبيق لكل فقرة من فقرات سؤال: هل يلتزم الإعلام الرياضي بالمعايير الأخلاقية السائدة في المجتمع؟

| ت | عبارات الفقرات                                                                             | دائماً |        | أحياناً |        | أبداً |        | س<br>المرجح | الأهمية<br>النسبية | الدرجة |
|---|--------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|---------|--------|-------|--------|-------------|--------------------|--------|
|   |                                                                                            | ك      | %      | ك       | %      | ك     | %      |             |                    |        |
| 1 | تدرك وسائل الإعلام الرياضي أهمية الالتزام بالتقاليد والأعراف المجتمعية.                    | 88     | 45.596 | 56      | 29.016 | 49    | 25.389 | 2.202       | 73.402             | عالية  |
| 2 | ينبذ الإعلام الرياضي لغة التطرف والتعصب القبلي.                                            | 72     | 37.306 | 69      | 35.751 | 52    | 26.943 | 2.104       | 70.121             | عالية  |
| 3 | يدعم الإعلام الرياضي البرامج الثقافية للالتزام بالأخلاق الرياضية في الملاعب                | 18     | 9.326  | 24      | 12.435 | 151   | 78.238 | 1.311       | 43.696             | منخفضة |
| 4 | يراعي الإعلام الرياضي اختيار المفردات اللغوية غير الجارحة في نقل وقائع الاحداث الرياضية.   | 59     | 30.57  | 52      | 26.943 | 82    | 42.487 | 1.881       | 62.694             | متوسطة |
| 5 | يلتزم القائمون على إدارة الإعلام الرياضي بمهام ترصين القيم الاخلاقية النبيلة لدى الجماهير. | 132    | 68.394 | 45      | 23.316 | 16    | 8.29   | 2.601       | 86.701             | عالية  |

الحصر الشامل لمجتمع البحث - التطبيق الكلي = (193) مفردة

يُلاحظ من نتائج الجدول (10) أن قيمتي الوسط الحسابي المرجح والأهمية النسبية للفقرة الخامسة كانتا الأعلى من بين باقي الفقرات لتتصدر انجذاب أفراد عينة التطبيق لها في هذا المجال، إذ كان أعلى تكرار فيها عند البديل (دائماً)، بينما قيمتي الوسط الحسابي المرجح والأهمية النسبية للفقرة الثالثة كانتا الأقل من بين باقي الفقرات لتكون في آخر صدارة انجذاب أفراد عينة التطبيق لها في هذا المجال، إذ كان أعلى تكرار فيها عند البديل (أبداً).

والشكل (11) يوضح التخطيط البياني للأهمية النسبية لفقرات هذا السؤال:-



شكل رقم (11) يوضح الأهمية النسبية لفقرات سؤال: هل يلتزم الإعلام الرياضي بالمعايير الأخلاقية السائدة في المجتمع؟

## جدول (11)

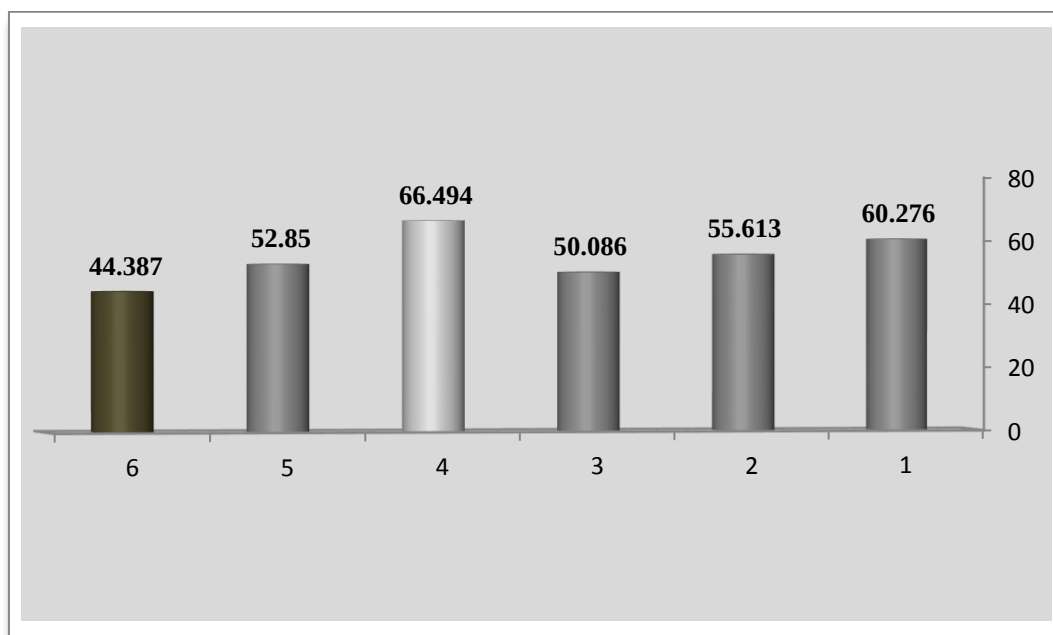
استجابات عينة التطبيق لكل فقرة من فقرات سؤال: هل يعتمد الإعلام الرياضي دراسات علمية عن أهمية ممارسة الرياضة للجماهير؟

| ت | عبارات الفقرات                                                                            | دائماً |        | أحياناً |        | أبداً |        | س<br>المرجح | الأهمية<br>النسبية | الدرجة |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|---------|--------|-------|--------|-------------|--------------------|--------|
|   |                                                                                           | ك      | %      | ك       | %      | ك     | %      |             |                    |        |
| 1 | يلبي الاعلام الرياضي حاجة الجماهير للمعرفة العلمية عن الرياضة من أجل الصحة.               | 4      | 2.073  | 148     | 76.684 | 41    | 21.244 | 1.808       | 60.276             | متوسطة |
| 2 | يعتمد الاعلام الرياضي الدراسات الاكاديمية التي تهتم بأهمية ممارسة النشاط البدني المنتظم.  | 42     | 21.762 | 45      | 23.316 | 106   | 54.922 | 1.668       | 55.613             | متوسطة |
| 3 | يسند الاعلام الرياضي المؤسسات الصحية والرياضية لتوعية الجماهير من أمراض العصر.            | 27     | 13.99  | 43      | 22.280 | 123   | 63.731 | 1.503       | 50.086             | متوسطة |
| 4 | يحفز الاعلام الرياضي على ممارسة النشاط البدني لدى أوساط الجماهير.                         | 11     | 5.699  | 170     | 88.083 | 12    | 6.218  | 1.995       | 66.494             | متوسطة |
| 5 | يحد الاعلام الرياضي من التقييدات البيئية الاجتماعية التي تعارض ممارسة النشاط البدني.      | 39     | 20.207 | 35      | 18.135 | 119   | 61.658 | 1.585       | 52.85              | متوسطة |
| 6 | يهتم الاعلام الرياضي بنقل حادثة نتائج المؤتمرات العلمية التي تعنى بأهمية ممارسة الرياضة . | 15     | 7.772  | 34      | 17.617 | 144   | 74.611 | 1.332       | 44.387             | منخفضة |

الحصر الشامل لمجتمع البحث - التطبيق الكلي = (193) مفردة

يُلاحظ من نتائج الجدول (11) أن قيمتي الوسط الحسابي المرجح والأهمية النسبية للفقرة الرابعة كانتا الأعلى من بين باقي الفقرات لتتصدر انجذاب أفراد عينة التطبيق لها في هذا المجال، إذ كان أعلى تكرار فيها عند البديل (أحياناً)، بينما قيمتي الوسط الحسابي المرجح والأهمية النسبية للفقرة السادسة كانتا الأقل من بين باقي الفقرات لتكون في آخر صدارة انجذاب أفراد عينة التطبيق لها في هذا المجال، إذ كان أعلى تكرار فيها عند البديل (أبداً).

والشكل (12) يوضح التخطيط البياني للأهمية النسبية لفقرات هذا السؤال :-



شكل رقم (12) يوضح الأهمية النسبية لفقرات سؤال: هل يعتمد الإعلام الرياضي دراسات علمية عن أهمية ممارسة الرياضة للجماهير؟

## الفصل الخامس

### مناقشة النتائج والتوصيات

#### مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الأول

أظهرت النتائج المتعلقة بالسؤال الرئيس وأول سؤال فرعي منه في استفادة الجماهير الرياضية من الاعلام الرياضي في دعم ثقافته الرياضية في ضوء آراء أعضاء الهيئات الإدارية للأندية الرياضية العراقية بوجود فوارق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05)، والتي اشار تقييمهم لها بالجدول رقم (2) إلى أن الوسط الحسابي كان (86.11) وعند مقارنته مع الوسط الفرضي البالغ (83) يتبين أعضاء الهيئة الادارية للأندية كانوا منجذبين في استجابتهم للفقرات بفارق قليل بلغ (3.11) درجة بين الوسطين قياساً بالدرجة لأداة القياس البالغة (129) درجة ، على الرغم من الدلالة الاحصائية المذكورة اعلاه، مما يعطي مدلولاً عن الحاجة للارتقاء بواقع وسائل الاعلام المختلفة لتساير التطور العالمي من جهة وتحقق الاهداف المنشودة لما مطلوب في أن تحتله من صدارة منتجه في تحقيق تلك الأهداف .

وهذا يتفق مع توصلت إليه دراسة أديب خضور في أن الموضوعات التي يقدمها الإعلام الرياضي بمختلف وسائله يسعى إلى مهمة التثقيف في المجال الرياضي. (خضور، 1994، ص 142)

وتتفق هذه النتيجة مع ما أشار إليه (غسان محمد صادق، 1990، ص 20-21) من أن الثقافة الرياضية في المفهوم الحديث تعدت المفهوم البدني للبحث لتشمل المفاهيم النفسية والأخلاقية والجمالية والترويحية والثقافية وهي وسيلة مهمة من وسائل تعميق صلة المواطن بوطنه وواقعه، إن ما سبق ذكره



لا يجري بشكل عفوي وإنما بشكل مبرمج سواء في المدارس أو الكليات أو عن طريق التلفزيون والصحف والراديو والسينما أو المهرجانات والهدف منها كلها هو تربية المواطن ثقافياً.

### مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني :-

أظهرت النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني بعد الرجوع لنتائج الجدول (5) التي تُبين أن الفقرة السابعة التي ينص مضمونها (توفر وسائل الاعلام الرياضية المختلفة برامج مختلفة تخاطب عامة الناس على اختلاف مستوياتهم) كانت الأعلى من بين باقي الفقرات لتتصدر انجذاب أفراد الفئة المبحوثة في هذا المجال والتي بلغت أهميتها النسبية (81.52).

إذ جاءت هذه النتيجة متفقه مع ما ذكره (ياسين فضل، 2011، ص 126) بأن باستطاعة الإعلام الرياضي أن يحقق تأثيرات هامة على مستوى الافراد والمؤسسات الرياضية مما تجعل منه قوة اجتماعية حقيقية.

بينما الفقرة الرابعة التي ينص مضمونها (تعقد وسائل الاعلام الرياضية المختلفة المؤتمرات الصحفية لإظهار أهم المشاريع المقبلة للإعلام الجماهيري) كانت الأقل من بين باقي الفقرات لتكون في آخر صدارة انجذاب المبحوثين في هذا المجال والتي بلغت أهميتها النسبية (43.696).

إذ جاءت هذه النتيجة المنخفضة اتفقت مع ما توصلت إليه دراسة (رضا النجار، 2000، ص 63) في أن الإعلان عن النشاطات والفعاليات في وسائل الإعلام الرياضي يولد اهتماماً لدى الجماهير التي تزيد من الموارد.

وإكمالاً لمناقشة السؤال الثاني بالرجوع لنتائج الجدول (6) يتبين أن الفقرة الخامسة التي ينص مضمونها (يعمل الإعلام الرياضي على تقديم توضيح التسهيلات لإقبال الجماهير إلى المؤسسات والمنشآت الرياضية) كانت الأعلى من بين باقي الفقرات لتتصدر انجذاب أفراد عينة التطبيق لها في هذا المجال والتي بلغت أهميتها النسبية (74.439) ، بينما الفقرة الأولى التي ينص مضمونها (يدعم الإعلام الرياضي الاندية الرياضية ومنتديات الشباب المحلية لتنفيذ برامجها التثقيفية للجماهير) كانت الأقل من بين باقي الفقرات لتكون في آخر صدارة انجذاب أفراد عينة التطبيق لها في هذا المجال والتي بلغت أهميتها النسبية (39.551) .

إذ جاءت هذه النتيجة متفقه مع ما توصلت إليه دراسة النظاري 2012 الذي ذكر بأنه يُعد الإعلام الرياضي أحد الفروع المهمة للإعلام بشكلٍ عام، والذي يهتم بجميع الجوانب المتعلقة بالممارسة الرياضية سواء على الصعيد التنافسي، أو الترويحي، أو الممارسة من أجل الصحة، إضافة إلى أنه أحد العناصر الأساسية والمهمة المساهمة في تطوير الرياضة بمختلف أوجه ممارستها. (النظاري، 2012، ص 401).

### مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث

أظهرت النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث بعد الرجوع لنتائج الجدول (7) التي تُبين أن الفقرة الأولى التي ينص مضمونها (تعد المؤسسة الرياضية الاعلام الرياضي عنصر مهم في جذب الجماهير

الرياضية) كانت الأعلى من بين باقي الفقرات لتتصدر انجذاب الفئة المبحوثة لها في هذا المجال والتي بلغت أهميتها النسبية (89.292).

بينما الفقرة الرابعة التي ينص مضمونها (توضح وسائل الإعلام الرياضي المختلفة الحقائق المتعلقة بالمشاكل الرياضية للجمهور الرياضي بموضوعية) كانت الأقل من بين باقي الفقرات لتكون في آخر صدارة انجذاب افراد الفئة المبحوثة لها في هذا المجال والتي بلغت أهميتها النسبية (44.214).

وإكمالاً لمناقشة السؤال الثالث بالرجوع لنتائج الجدول (8) يتبين أن الفقرة الرابعة التي ينص مضمونها (تتشر وسائل الاعلام الرياضي انجازات الرياضة العراقية على الصعيد الدولي بما يدعم الانتماء الوطني) كانت الأعلى من بين باقي الفقرات لتتصدر انجذاب أفراد الفئة المبحوثة لها في هذا المجال والتي بلغت أهميتها النسبية (89.983)، بينما الفقرة الثانية التي ينص مضمونها (توفر وسائل الإعلام الرياضي المختلفة مساحات خاصة في المجالات الرياضية توضح حيادية الراعين لأنشطتها) كانت الأقل من بين باقي الفقرات لتكون في آخر صدارة انجذاب أفراد الفئة المبحوثة لها في هذا المجال والتي بلغت أهميتها النسبية (53.195).

إذ جاءت هذه نتائج الفقرات المذكورة اعلاه في الجدولين (7) و(8) متفقه مع ما توصلت إليه دراسة خالد هادي في أن من ضمن واجبات الإعلام الرياضي تقديم برامج هادفة للترويج والترفيه عن النفس بما يفيد وينفع المتمتع بشرائحه المختلفة، وإحداث تقارب بين الشعوب، من خلال تحقيق الانسجام بينها، فضلاً عن ترسيخ مفهوم القيم في الرياضة، والعمل على تنمية الروح الرياضية ومحاربة التعصب، ونشر الوعي الثقافي بالألعاب الرياضية المختلفة. (الرفاعي، 2008، ص 29)

### مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع

أظهرت النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع بعد الرجوع لنتائج الجدول (9) التي تُبين أن الفقرة الثالثة التي ينص مضمونها (يحقق الإعلام الرياضي أهداف برامجه الثقافية بين أوساط الجماهير الرياضية) كانت الأعلى من بين باقي الفقرات لتتصدر انجذاب أفراد الفئة المبحوثة لها في هذا المجال والتي بلغت أهميتها النسبية (70.812).

بينما الفقرة الرابعة التي ينص مضمونها (يشترك الإعلام الرياضي مع المؤسسات التربوية الرياضية في توعية معارف الجماهير وتنقيفهم رياضياً) كانت الأقل من بين باقي الفقرات لتكون في آخر صدارة انجذاب الفئة المبحوثة لها في هذا المجال والتي بلغت أهميتها النسبية (40.415).

وإكمالاً لمناقشة السؤال الرابع بالرجوع لنتائج الجدول (10) يتبين أن الفقرة الخامسة التي ينص مضمونها (يلتزم القائمون على إدارة الإعلام الرياضي بمهام ترصين القيم الاخلاقية النبيلة لدى الجماهير) كانت الأعلى من بين باقي الفقرات لتتصدر انجذاب أفراد الفئة المبحوثة لها في هذا المجال والتي بلغت أهميتها النسبية (86.701)، بينما الفقرة الثالثة التي ينص مضمونها (يدعم الإعلام الرياضي البرامج الثقافية للالتزام بالأخلاق الرياضية في الملاعب) كانت الأقل من بين باقي الفقرات لتكون في آخر صدارة انجذاب أفراد الفئة المبحوثة لها في هذا المجال والتي بلغت أهميتها النسبية (43.696).

إذ جاءت هذه نتائج الفقرات المذكورة اعلاه في الجدولين (9) و(10) متفقه مع ما توصلت إليه دراسة جاسم خليل التي هدفت إلى التعرف دور الاعلام الإماراتي في نشر ثقافة الرياضة للجميع،

والتي اشارت نتائجها ان محتوى وسائل الاعلام لم يمارس دوراً في تعميق الوعي وبأهمية ممارسة النشاط البدني. (ميرزا، 2013، ص 225)

وتتفق هذه النتائج مع ذكره الزغبى والخياط في كتابهما بأنه يمكن القول إن الإعلام الرياضي يمكنه التأثير في كل ماله علاقة بالسلوك الانساني في المجال الرياضي، إذ إن عرض العنف في وسائل الاتصال الجماهيري، لاسيما عرض العنف في الرياضة في ازدياد تدريجي، ويلاحظ أن الوسائل السمعية والبصرية الجديدة تفسح المجال لأعمال العنف والقسوة بصورة متزايد الاتساع، وعلى الرغم من عدم وجود دليل قاطع على ذلك، فإن من المتوقع أن تؤثر طريقة عرض الحدث الرياضي، وأسلوب تقديم أعمال العنف على موقف الجمهور. (صالح والخياط، 2011، ص232)

#### مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس

أظهرت النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث بعد الرجوع لنتائج الجدول (11) التي تُبين أن الفقرة الرابعة التي ينص مضمونها (يحفز الاعلام الرياضي على ممارسة النشاط البدني لدى أوساط الجماهير) كانت الأعلى من بين باقي الفقرات لتتصدر انجذاب أفراد عينة التطبيق لها في هذا المجال والتي بلغت أهميتها النسبية (66.494).

بينما الفقرة الرابعة التي ينص مضمونها (يهتم الاعلام الرياضي بنقل حادثة نتائج المؤتمرات العلمية التي تعنى بأهمية ممارسة الرياضة) كانت الأقل من بين باقي الفقرات لتكون في آخر صدارة انجذاب أفراد عينة التطبيق لها في هذا المجال والتي بلغت أهميتها النسبية (44.387).

إذ جاءت هذه نتائج الفقرات المذكورة اعلاه في الجدولين (7) و(8) متفقه مع ما توصلت إليه نتائج وثيقة منظمة المؤتمر الإسلامي المقدمة إلى مؤتمر القمة العالمي حول مجتمع الإعلام جنيف 2003 - تونس 2005 التي تجلت في إن نجاح أعمال التنمية التي تباشرها هذه الدول، والتي تنتمي في غالبيتها إلى فئة البلدان النامية، بل وإلى فئة البلدان الأقل تقدماً، يتوقف في جزء كبير منه على مدى تمكنها من تكنولوجيا الإعلام والاتصال، بمعنى أن تجعل من مجتمع الإعلام مجتمعاً للمبادرة والمعرفة ، أو بالأحرى مجتمعاً لاقتصاد قوامه العلم والمعرفة. (مجتمع الاعلام 4، ص 1)

إذ جاءت مناقشة نتائج هذه الدراسة من آراء أعضاء الهيئات الادارية للأندية الرياضية والتي بينت مكان القوة والضعف في الاعلام الرياضي ودوره في ثقافة الجماهير إذ يشير سالم رشيد إلى أن الأندية الرياضية هي وسيلة من وسائل تطور المجتمع باعتبارها مؤسسات تربوية واجتماعية تسهم في بناء وإعداد المجتمع إعداداً بدنياً، عقلياً، اجتماعياً، ونفسياً. (رشيد، 1984، ص 32)

## خلاصة

### خلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

1. أن دور الاعلام الرياضي في دعم ثقافة الجماهير الرياضية تعدى المستوى المطلوب بفارق دال إحصائياً بنسبة قليلة وهو بحاجة إلى تحسينات تساعد على زيادة استفادة الجماهير الرياضية من رسالته في دعم هذا النوع من الثقافة في ضوء آراء أعضاء الهيئات الإدارية للأندية الرياضية العراقية.
2. جاءت نتيجة (قيام وسائل الاعلام الرياضية بتوفير برامج مختلفة تخاطب عامة الناس على اختلاف مستوياتهم) بالرتبة الأولى في تغطية وسائل الإعلام الرياضي قطاعات كبيرة ومتنوعة من الجماهير الرياضية.
3. في حين جاءت نتيجة (تعقد وسائل الاعلام الرياضية المختلفة المؤتمرات الصحفية لإظهار أهم المشاريع المقبلة للإعلام الجماهيري) بالمرتبة الأخيرة.
4. جاءت نتيجة (يعمل الإعلام الرياضي على تقديم توضيح التسهيلات لإقبال الجماهير إلى المؤسسات والمنشآت الرياضية) بالرتبة الأولى في مساعدة الإعلام الرياضي على تكوين الاتجاهات والمعتقدات لدى الجماهير الرياضية نحو ممارسة رياضة الترويح.
5. في حين جاءت نتيجة (يدعم الإعلام الرياضي الاندية الرياضية ومنتديات الشباب المحلية لتنفيذ برامجها التنقيفية للجماهير) بالمرتبة الأخيرة.

6. جاءت نتيجة (تعد المؤسسة الرياضية الاعلام الرياضي عنصر مهم في جذب الجماهير الرياضية) بالرتبة الأولى في دعم الإعلام الرياضي إيصال حادثة المعلومات إلى الجماهير الرياضية.

7. في حين جاءت نتيجة (وضح وسائل الإعلام الرياضي المختلفة الحقائق المتعلقة بالمشاكل الرياضية للجمهور الرياضي بموضوعية) بالمرتبة الاخيرة.

8. جاءت نتيجة (تتشر وسائل الاعلام الرياضي انجازات الرياضة العراقية على الصعيد الدولي بما يدعم الانتماء الوطني) بالرتبة الأولى في ترسخ الإعلام الرياضي للمبادئ والقيم التربوية ويعزز روح المواطنة لدى الجماهير الرياضية.

9. في حين جاءت نتيجة (توفر وسائل الإعلام الرياضي المختلفة مساحات خاصة في المجالات الرياضية توضح حيادية الراعين لأنشطتها) بالمرتبة الاخيرة.

10. جاءت نتيجة (يحقق الإعلام الرياضي أهداف برامجه الثقافية بين أوساط الجماهير الرياضية) بالرتبة الأولى في مساهمة الإعلام الرياضي في تكوين بنية معرفية ترتبط بمفاهيم وأهداف الرياضة لدى الجماهير الرياضية.

11. في حين جاءت نتيجة (يشترك الإعلام الرياضي مع المؤسسات التربوية الرياضية في توعية معارف الجماهير وتنقيفهم رياضياً) بالمرتبة الاخيرة.

12. جاءت نتيجة (يلتزم القائمون على إدارة الإعلام الرياضي بمهام ترصين القيم الاخلاقية النبيلة لدى الجماهير) بالرتبة الأولى في التزام الإعلام الرياضي بالمعايير الاخلاقية السائدة في المجتمع.



13. في حين جاءت نتيجة (يدعم الإعلام الرياضي البرامج الثقافية للالتزام بالأخلاق الرياضية

في الملاعب) بالمرتبة الاخيرة.

14. جاءت نتيجة (يحفز الاعلام الرياضي على ممارسة النشاط البدني لدى أوساط الجماهير)

بالرتبة الأولى في اعتماد الإعلام الرياضي دراسات علمية عن أهمية ممارسة الرياضة

للجماهير.

15. في حين جاءت نتيجة (يهتم الاعلام الرياضي بنقل حداثه نتائج المؤتمرات العلمية التي

تعنى بأهمية ممارسة الرياضة) بالمرتبة الاخيرة.

## التوصيات

1- يوصي الباحث القائمين على إدارة وسائل الإعلام المختلفة بتفعيل دورها لمراعاة زيادة الاهتمام بتحسين ثقافة الجماهير الرياضية بما يتلاءم وطبيعة التقدم بالثورات المعلوماتية في مختلف الأصعدة والمجالات.

2- الاهتمام بعقد مؤتمرات دورية تسلط الضوء على الواقع الرياضي و ترعى إظهار أهم المشاريع المقبلة للإعلام الجماهيري.

3- التوصية إلى وسائل الإعلام المختلفة والأندية الرياضية ومنتديات الشباب المحلية بإقامة ورش مشتركة بغية التعاون المشترك لتنفيذ البرامج التثقيفية للجماهير.

4- انتهاج الموضوعية من لدن مختلف وسائل الإعلام الرياضي لتوضيح الحقائق المتعلقة بالمشاكل الرياضية للجمهور الرياضي لزيادة الثقة بمصداقيتها.

5- من المستحسن لوسائل الإعلام الرياضي المختلفة أن تكشف عن حيادية الراعين لأنشطتها ونبذ التطرف العرقي والقبلي والعنصرية في التوجهات بما يلائم الفكر الأولمبي.

6- من الضروري لوسائل الإعلام الرياضي الاشتراك مع مختلف المؤسسات التربوية والتعاون معها لتوعية معارف الجماهير وتنقيفهم رياضياً.

7-لابد من اعتماد محددات تتلاءم مع القيم الثابتة لزيادة دعم الإعلام الرياضي للبرامج الثقافية بهدف الالتزام بالأخلاق الرياضية في الملاعب للحد من حالات الشغب وما يترتب عليها.

8- من الضروري للاعلام الرياضي الأخذ بنتائج المؤتمرات العلمية التي تعنى بأهمية ممارسة الرياضة وتوثيقها كدليل عمل معتمد عند التخطيط للمراحل اللاحقة.

9- الاهتمام بإجراء دراسات أكاديمية تأخذ على عاتقها إيجاد السبل للتحسين المستمر لدور الإعلام الرياضي في تثقيف شرائح المجتمع المختلفة رياضياً.

10- من الضروري اعتماد متخصصين أكاديميين في الإعلام الرياضي عند تقديم البرامج التحليلية أو نشر الاخبار الرياضية.

11- لابد من الالتزام بالمعايير الأخلاقية في نقل الوقائع المشكلات الرياضية التي تسبب الإخفاق عند الفصل بينها وتوضيح حقيقتها إعلامياً.

12- من الضروري تشكيل لجان تخصصية والاعتماد على الخبرات الاكاديمية في مجال الأعلام الرياضي لوضع معايير اختيار الاعلاميين الرياضيين بالتعاون مع هيئة الاعلام المستقلة.

## المصادر والمراجع

### المصادر والمراجع العربية

- أبو حليلة، فائق حلمي (2004)، الحديث في الإدارة الرياضية، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
- أحمد، كمال (1999)، منهاج الخدمة الاجتماعية في خدمة الجماعة، القاهرة: مكتبة الخانجي.
- أحمد، ميساء نديم، ومهدي محمد اسماعيل (2012) الثقافة الرياضية وعلاقتها بالتوافق النفسي والاجتماعي لدى طلاب المرحلة الخامسة بمعهد إعداد المعلمين - ديالى، مجلة علوم التربية الرياضية، العدد (3)، المجلد (5).
- امام، ابراهيم (1995)، الاعلام الرياضي الإذاعي والتلفزيوني، ط2، مصر، دار الفكر العربي.
- الحمامي، محمد (2006). الإعلام التربوي واستثمار اوقات الفراغ، القاهرة: مركز الكتاب للنشر.
- خضور، أديب (1998) " الاعلام الرياضي دراسة عملية للتحرير الرياضي في الصحافة والاذاعة والتلفزيون " (دمشق: المكتبة الاعلامية).
- خضور، أديب (2000)، الاعلام الرياضي العربي، العدد 4، تونس، مجلة الإذاعات العربية.
- الدبيسي، عبد الكريم علي، (2011)، الرأي العام عوامل تكوينه وطرق قياسه، عمان، الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- راجحي، صابر، (2012) " تأثير الاعلام المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى التلاميذ المرحلة الثانية 15-17 سنة، رسالة ماجستير جامعة محمد خيضر بسكرة.
- الرمحين، عطا الله، (1994)، دراسات عربية في نظرية الصحافة، دمشق، ار الينابيع للطباعة والنشر.
- الزمخشري، أبو القاسم محمود بن عمر (1996)، أساس البلاغة، القاهرة: دار مطابع الشعب.
- سالم، نادية، والعبد، عاطف (1989)، التلفزيون والطفل العربي في الدراسات الإعلامية.

الشافعي، حسن أحمد (2001). التربية الرياضية وقانون البيئة، الإسكندرية: مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية.

شحاذة، عثمان محمود (2009)، أثر مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة ديالى، جامعة ديالى: رسالة ماجستير، كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة.

شرام، وليور (ب.ت)؛ أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية دور الاعلام في البلدان النامية، ترجمة (محمد فتحي ويحي ابو بكر)، بغداد، مكتبة المعرفة.

الشكرجي، أسماء طه نوري (2001). أثر الثقافة المنظمة في تصميم الوظيفة دراسة ميدانية في عدد من الوزارات العراقية. جامعة بغداد: رسالة ماجستير، كلية الإدارة والاقتصاد.

صادق، غسان محمد (1990)، مبادئ التربية والتربية الرياضية، بغداد: دار الحكمة للطباعة والنشر.

عبد الحميد، منير (2006) الاعلام والعلاقات العامة في المجال الرياضي، الإسكندرية، الجمهورية المصرية العربية.

عدس، عبد الرحمن، (1999)، علم النفس التربوي (نظرة عامة)، عمان: دار الفكر للنشر والتوزيع والطباعة

عبدالله، مجدي أحمد محمد (2008). مقدمة في سيكولوجية الاتصال والإعلام، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.

العروي، عبد القاصد (2014) " دور الاعلام الرياضي التلفزيوني للقناة الجزائرية الاولى في نشر الثقافة الرياضية وتوجيه الطلبة نحو التخصص الرياضي التربوي، رسالة ماجستير جامعة الجزائر

عز الدين، كامل محمد، تقويم التنظيم الإداري لرعاية الطلاب بجامعة الأزهر رسالة غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة حلوان جمهورية مصر العربية.

علاوي، محمد حسن، (1998)، علم النفس الرياضي، القاهرة: دار الفكر العربي.

علي صالح محمد (1998) سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، عمان: دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة

علي، عويس خير الدين، وعبد الرحيم، عطا حسن (1998)، ج1، ط1، الاعلام الرياضي، القاهرة، مركز الكتاب للنشر.

عواد، ماهر محمد (2007)، أهمية الاندية ومراكز الشباب في المجتمع، الجامعة المستنصرية: مديرية التربية الرياضية، النشرة الثقافية الرياضية.

غباري، ثائر أحمد، وآخرون (2015)، البحث النوعي في التربية وعلم النفس، عمان: مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع.

فهمي، مصطفى (1995) علم النفس اصوله وتطبيقاته التربوية، ط2، القاهرة، مكتبة الخبني

القحطاني، حسين (2000)، أثر الثقافة التنظيمية على كفاءة أداء موظفي جمرک مطار الملك عبد العزيز الدولي، الرياض - السعودية: مجلة معهد الإدارة العامة، العدد (8).

كنعان، علي عبد الفتاح (2014). الاعلام الرياضي، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع

لفتة، عدنان (2012) " مقروئية الصحافة الرياضية في العراق لدى طلبة جامعة بغداد، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة بغداد.

مجدي، احمد محمد عبد الله (2008)، مقدمة في سيكولوجية الاتصال والاعلام، كلية الآداب، جامعة الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية.

المدهون، موسى، والجزراوي، إبراهيم، (1995)، تحليل السلوك التنظيمي، عمان: (ب، م).

مراد، كامل خورشيد (2014) " الاتصال الجماهيري والاعلام: التطور - الخصائص - النظريات " عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

مرسي، محمد منير، (1999)، أصول التربية الثقافية والفلسفة، القاهرة، عالم الكتب.

معوض السيد حسن وشللتوت حسن سيد شلتوت (1982). التنظيم والإدارة في التربية الرياضية، مصر: دار المعارف.

النجار، رضا (2000) حول حقوق نقل الاحداث الرياضية، تونس، مجلة الإذاعات العربية.

الهادي، عيسى (2013). الإعلام الرياضي والتربوي، القاهرة، مركز الكتاب الحديث.

الهادي، عيسى، (2013) الاعلام الرياضي التربوي، ط1، القاهرة، دار الكتاب الحديث.

هادي، قاسم (2004) " الاعلام الرياضي التلفزيوني في العراق لبرامج الرياضية في قناة العراق الفضائية انموذجا "، رسالة ماجستير، كلية الآداب، قسم الاعلام، جامعة بغداد.

الهميني، هادي، (1992) ثقافة الأطفال، ط1، القاهرة، دار الكتاب المصري.

ياسين، فضل ياسين (2011)، الإعلام الرياضي، ط1، عمان: دار أسامة للنشر.

## المراجع الاجنبية

Alter, Steven. (1999), "**Information Systems: Management Perspective**", 3<sup>rd</sup> ed, California Addison, Wesley Publishing, U.S.A.

Under Wood, G.L1 (1993) **The Physical Education Curriculum in the secondary school planning implementation**, the falner press. Dover.



## الملحقات

## ملحق رقم (1)

## أعضاء لجنة التحكيم

في الأردن:

| الرقم | الاسم                             | الرتبة      | التخصص                         | الجامعة      |
|-------|-----------------------------------|-------------|--------------------------------|--------------|
| 1     | أ. د عزت محمد حجاب                | أستاذ       | سياسات اعلامية                 | الشرق الاوسط |
| 2     | أ. د تيسير احمد أبو عرجة          | أستاذ       | صحافة                          | البترا       |
| 4     | أ. د عبد الرزاق محمد احمد الدليمي | أستاذ       | دعاية اعلامية                  | البترا       |
| 5     | د. رائد احمد البياتي              | أستاذ مشارك | الاذاعة والتلفزيون             | الشرق الاوسط |
| 6     | د. عبد الكريم علي الدبيسي         | أستاذ مشارك | صحافة                          | البترا       |
| 7     | د. حنان كامل الشيخ                | استاذ مساعد | الاعلام والاتصال               | الشرق الاوسط |
| 8     | د. ليلي احمد جرار                 | أستاذ مساعد | علوم سياسية / مجال معرفي اعلام | الشرق الاوسط |
| 9     | د. احمد عريقات                    | أستاذ مساعد | الاذاعة والتلفزيون             | الشرق الاوسط |

المحكمون في العراق:

| ت | الاسم                  | الرتبة                   | التخصص             | مكان العمل                  |
|---|------------------------|--------------------------|--------------------|-----------------------------|
| 1 | أ. د أحمد محمود العاني | أستاذ                    | إعلام رياضي        | جامعة بغداد                 |
| 2 | أ. د عائد صباح النصيري | استاذ                    | إعلام رياضي        | جامعة بغداد                 |
| 3 | أ. د إبراهيم يونس وكاع | استاذ                    | إدارة وتنظيم رياضي | جامعة الانبار               |
| 4 | أ. د وعد عبد الرحيم    | استاذ                    | إدارة وتنظيم رياضي | جامعة الانبار               |
| 5 | أ. د علي يوسف البياتي  | استاذ                    | علم النفس الرياضي  | جامعة بغداد                 |
| 6 | أ. د عبدالله هزاع علي  | استاذ                    | علم النفس الرياضي  | جامعة بغداد                 |
| 7 | أ. د سعاد سبتي الشاوي  | استاذ                    | الارشاد التربوي    | جامعة بغداد                 |
| 8 | أ. د محمد صبيح حسن     | استاذ                    | إعلام رياضي        | جامعة ميسان                 |
| 9 | د. عدنان لفته          | استاذ مساعد<br>( مشارك ) | إعلام رياضي        | كلية الإعلام جامعة<br>بغداد |

ملحق رقم (2)استبانة الدراسةبسم الله الرحمن الرحيم

الاستاذ الدكتور ..... المحترم

**تحية طيبة :**

نظرا لما تتمتعون به من خبرة علمية معهودة أتطلع الى مساعدتكم الكريمة في تحكيم أداة الدراسة ادناه حيث اضع بين ايديكم الكريمة استبانة خاصة برسالة ماجستير في الاعلام تحت عنوان "دور الإعلام الرياضي في دعم الثقافة الرياضية للجمهور العراقي من وجهة نظر أعضاء الهيئات الإدارية للأندية " بإشراف د. كامل خورشيد مراد.

تتكون الاستبانة من عبارات لكل منها ثلاث إجابات (بدائل) حسب مقياس ليكرت الثلاثي، وكل إجابة منها تمثل رأيكم عن مضمونها.

أتطلع الى ملاحظتكم التحكيمية بخصوص مدى انتماء الفقرات الى مجالاتها، والسلامة اللغوية لها، واية ملاحظات اخرى، وطيا اسئلة واهداف الدراسة،

مع شكري وثنائي لتعاونكم في خدمة البحث العلمي.

الباحث: اسماعيل القيسي

أولاً : الخصائص الديموغرافية:

الجنس :

ذكر :

أنثى :

العمر الزمني :

$\geq 20-30$  عام ميلادي

40-31 عام ميلادي

50-41 عام ميلادي

التحصيل الدراسي :

الاعدادية

الدبلوم

البكالوريوس فأعلى

أسم النادي : .....

عدد سنوات العضوية في النادي :

ثانياً : هل تغطي وسائل الإعلام الرياضي قطاعات كبيرة ومتنوعة من الجماهير الرياضية ؟

| ت | عبارات الفقرات                                                                                         | دائماً | أحياناً | أبداً |
|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|---------|-------|
| 1 | تصل اخبار وسائل الاعلام الرياضية المختلفة إلى مساحات واسعة من الجماهير .                               |        |         |       |
| 2 | توفر وسائل الاعلام الرياضية متخصصين من الاعلاميين في المجال الرياضي.                                   |        |         |       |
| 3 | توفر وسائل الاعلام الرياضية المختلفة كادر متخصص لنشر اعلانات المؤسسات الرياضية.                        |        |         |       |
| 4 | تعقد وسائل الاعلام الرياضية المختلفة المؤتمرات الصحفية لإظهار أهم المشاريع المقبلة للاعلام الجماهيري . |        |         |       |
| 5 | تستخدم وسائل الاعلام الرياضي التسويق الرياضية لنشر الوعي الثقافي الرياضي .                             |        |         |       |
| 6 | تعلن وسائل الاعلام الرياضية المختلفة عن ما مخطط لها مستقبلاً .                                         |        |         |       |
| 7 | توفر وسائل الاعلام الرياضية المختلفة برامج مختلفة تخاطب عامة الناس على اختلاف مستوياتهم .              |        |         |       |
| 8 | تراعي وسائل الاعلام الرياضية المختلفة اختلاف ثقافات المجتمع العراقي .                                  |        |         |       |

ثالثاً : هل يساعد الإعلام الرياضي على تكوين الإتجاهات والمعتقدات لدى الجماهير الرياضية نحو ممارسة رياضة الترويح ؟

| ت | عبارات الفقرات                                                                                                       | دائماً | أحياناً | أبداً |
|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|---------|-------|
| 1 | يدعم الإعلام الرياضي الاندية الرياضية ومنتديات الشباب المحلية لتنفيذ برامجها التثقيفية للجماهير.                     |        |         |       |
| 2 | يدعم الإعلام الرياضي القائمين على إدارة فعاليات الرياضة للجميع.                                                      |        |         |       |
| 3 | تتشر وسائل الإعلام الرياضي المختلفة القيم والمبادئ للسلوك الرياضي السوي.                                             |        |         |       |
| 4 | تهتم وسائل الإعلام الرياضي بنشر الفكر الأولمبي بين أوساط الجماهير الرياضية.                                          |        |         |       |
| 5 | يعمل الإعلام الرياضي على تقديم توضيح التسهيلات لإقبال الجماهير إلى المؤسسات والمنشآت الرياضية.                       |        |         |       |
| 6 | يعتمد الاعلام الرياضي على الخبرات الأكاديمية الرياضية واطباء صحة المجتمع لنقل أفكارهم عن أهمية ممارسة رياضة الترويح. |        |         |       |

رابعاً : - هل يعتمد الإعلام الرياضي إيصال حادثة المعلومات إلى الجماهير الرياضية ؟

| ت | عبارات الفقرات                                                                                   | دائماً | أحياناً | أبداً |
|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|---------|-------|
| 1 | تعد المؤسسة الرياضية الاعلام الرياضي عنصر مهم في جذب الجماهير الرياضية.                          |        |         |       |
| 2 | توفر المؤسسة الرياضية قسم متخصص بالإعلام الرياضي ضمن تشكيلاتها الادارية.                         |        |         |       |
| 3 | يستثمر الإعلام الرياضي صور اللاعبين المحترفين محلياً في مختلف الألعاب بأسلوب حضاري.              |        |         |       |
| 4 | توضح وسائل الإعلام الرياضي المختلفة الحقائق المتعلقة بالمشاكل الرياضية للجمهور الرياضي بموضوعية. |        |         |       |
| 5 | تؤمن المؤسسة الرياضية بأن الاعلام يجذب أوساط الجماهير نحو المنتج الرياضي الحديث.                 |        |         |       |
| 6 | تقيم المؤسسة الرياضية المؤتمرات الصحفية برعاية شركات المنتجة تهتم بالحادثة والتطوير.             |        |         |       |

خامساً : هل يرسخ الإعلام الرياضي المبادئ والقيم التربوية ويعزز روح المواطنة لدى الجماهير الرياضية؟

| ت | عبارات الفقرات                                                                                     | دائماً | أحياناً | أبداً |
|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|---------|-------|
| 1 | تعتمد المؤسسة الرياضية وسائل إعلانية تلائم قيم وعادات المجتمع.                                     |        |         |       |
| 2 | توفر وسائل الإعلام الرياضي المختلفة مساحات خاصة في المجالات الرياضية توضح حيادية الراعين لأنشطتها. |        |         |       |
| 3 | تتوافق سياسة الاعلام الرياضي مع سياسة إدارة الرياضة المحلية في الحد من شغب الملاعب.                |        |         |       |
| 4 | تنتشر وسائل الاعلام الرياضي انجازات الرياضة العراقية على الصعيد الدولي بما يدعم الانتماء الوطني.   |        |         |       |
| 5 | يقدم الاعلام الرياضي رسالته بأسلوب تربوي ناضج وشيق.                                                |        |         |       |
| 6 | ترتبط سياسة الاعلام الرياضي بما يحتاج إليه تنشئة جيل يؤمن بالمواطنة ويحترم القوانين .              |        |         |       |

سادساً: هل يساهم الإعلام الرياضي في تكوين بنية معرفية ترتبط بمفاهيم وأهداف الرياضة لدى الجماهير الرياضية؟

| ت | عبارات الفقرات                                                                                         | دائماً | أحياناً | أبداً |
|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|---------|-------|
| 1 | يعتمد الاعلام الرياضي أسلوب واضح في إيصال المعلومات للجماهير الرياضية.                                 |        |         |       |
| 2 | يساعد الاعلام الرياضي الأكاديميين في كليات التربية الرياضية في تقديم الاستشارات العلمية لخدمة المجتمع. |        |         |       |
| 3 | يحقق الاعلام الرياضي أهداف برامجه الثقافية بين أوساط الجماهير الرياضية.                                |        |         |       |
| 4 | يشترك الاعلام الرياضي مع المؤسسات التربوية الرياضية في توعية معارف الجماهير وتنقيفهم رياضياً.          |        |         |       |
| 5 | يصل للجمهور الرياضي ثقافة تاريخية عن الانجازات المتحققة دولياً لصالح العراق.                           |        |         |       |
| 6 | يسعى الاعلام الرياضي لتوضيح استراتيجيته ورؤياه للمستقبل .                                              |        |         |       |



سابعاً: هل يلتزم الإعلام الرياضي بالمعايير الاخلاقية السائدة في المجتمع؟

| ت | عبارات الفقرات                                                                             | دائماً | أحياناً | أبداً |
|---|--------------------------------------------------------------------------------------------|--------|---------|-------|
| 1 | تدرك وسائل الاعلام الرياضي أهمية الالتزام بالتقاليد والأعراف المجتمعية.                    |        |         |       |
| 2 | ينبذ الاعلام الرياضي لغة التطرف والتعصب القبلي.                                            |        |         |       |
| 3 | يدعم الاعلام الرياضي البرامج الثقافية للالتزام بالأخلاق الرياضية في الملاعب.               |        |         |       |
| 4 | يراعي الاعلام الرياضي اختيار المفردات اللغوية غير الجارحة في نقل وقائع الاحداث الرياضية.   |        |         |       |
| 5 | يلتزم القائمون على إدارة الإعلام الرياضي بمهام ترصين القيم الاخلاقية النبيلة لدى الجماهير. |        |         |       |

ثامناً: هل يعتمد الإعلام الرياضي دراسات علمية عن أهمية ممارسة الرياضة للجماهير؟

| ت | عبارات الفقرات                                                                            | دائماً | أحياناً | أبداً |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------------|--------|---------|-------|
| 1 | يلبي الاعلام الرياضي حاجة الجماهير للمعرفة العلمية عن الرياضة من أجل الصحة.               |        |         |       |
| 2 | يعتمد الاعلام الرياضي الدراسات الاكاديمية التي تهتم بأهمية ممارسة النشاط البدني المنتظم.  |        |         |       |
| 3 | يسند الاعلام الرياضي المؤسسات الصحية والرياضية لتوعية الجماهير من أمراض العصر.            |        |         |       |
| 4 | يحفز الاعلام الرياضي على ممارسة النشاط البدني لدى أوساط الجماهير.                         |        |         |       |
| 5 | يحد الاعلام الرياضي من التقييدات البيئية الاجتماعية التي تعارض ممارسة النشاط البدني.      |        |         |       |
| 6 | يهتم الاعلام الرياضي بنقل حادثة نتائج المؤتمرات العلمية التي تعنى بأهمية ممارسة الرياضة . |        |         |       |