M.S.A.R
Journal of Media Studies and Research
Vol. (6) , No. (Special) , pp. 785–808; E-ISSN: 2308-0728, P-ISSN: 2957-966X
DOI: https://doi.org/10.58564/MSAR

The Role of Sports Websites in Fostering Citizenship Values among the Iraqi Public: A Field Study

توظيف المواقع الإلكترونية الرياضية في ترسيخ قيم المواطنة لدى الجمهور العراقي – دراسة ميدانية

Abdulrazzaq Nouri Abdulrazzaq Ahmed*1،
Prof. Dr. Abdulrahman Ali Al-Fahdawi *,2
University of Anbar – College of Arts *2+1

عبدالرزاق نوري عبدالرزاق أحمد*[1]
أ.د عبدالرحمن علي حمد الفهداوي *٢
كلية الآداب / جامعة الأنبار *[٢+١]

ABSTRACT

The researcher adopted the descriptive method using the survey approach, with the questionnaire as the main tool for data collection. The sample consisted of 302 respondents from the sports audience. The results indicated a high level of engagement with sports websites and impact manifested in correcting information and enhancing shared understanding, with a weighted average of 79.9%. There was a notable contribution to strengthening national unity through reinforcing symbols and collective language at 81%. The study concluded that the increasing reliance on these platforms provides an opportunity to activate the national role of digital sports media, with reference to statistically significant demographic differences that call for deeper future analysis.

الخلاصة:

يهدف البحث الحالي إلى دراسة وتحليل دور المواقع الإلكترونية الرياضية في ترسيخ قيم المواطنة لدى الجمهور العراقي ومدى قدرة هذه المنصات على تحويل المتابعة الرياضية من مجرد نشاط ترفيهي إلى معارف وسلوكيات مواطِنة. واعتمد الباحث المنهج الوصفي بأسلوب المسح مستخدمًا الاستبيان أداة رئيسة لجمع البيانات بعد إخضاعه للتحكيم العلمي من قبل خبراء مختصين. شملت العينة ٣٠٢ مبحوث من الجمهور الرياضي، و أظهرت النتائج ارتفاع مستوى المتابعة للمواقع الرياضية ووجود أثر معرفي مهم تمثل في تصحيح المعلومات وتعزيز الفهم المشترك بمتوسط وزني ٧٩.٩% إضافة إلى إسهام معتبر في تعزيز الوحدة الوطنية عبر ترسيخ الرموز واللغة الجمعية بنسبة ٨١%، وانعكاس سلوكي في الاستعداد للمشاركة والدعم بنسبة ٧٧.٥%، وخلصت الدراسة إلى أن الاعتماد المتزايد على هذه المنصات يوفر فرصة لتفعيل الدور الوطني للإعلام الرياضي الرقمي مع الإشارة إلى فروق ديموغرافية ذات دلالة إحصائية تستدعي تحليلاً مستقبلياً أعمق.

الكلمات المفتاحية:

المواقع الإلكترونية الرياضية، الإعلام الرياضي الرقمي، قيم المواطنة، الوحدة الوطنية، التأثيرات المعرفية

Keywords:

Sports Websites, Digital Sports Media, Citizenship Values, National Unity, Cognitive Impacts

Received	Accepted	Published online
استلام البحث	قبول النشر	النشر الإلكتروني
2/6/2025	4 /9/2025	15/4/2026

*Corresponding Author Email : * abdulrahman.ali@uoanbar.edu.iq abd22a5002@uoanbar.edu.iq

مقدمة:

تشهد المجتمعات المعاصرة تحولات جوهرية في أنماط الاتصال والتفاعل نتيجة الثورة الرقمية والتطور السريع لتقنيات الإعلام الجديد وهو ما أسهم في إعادة تشكيل البنية الاتصالية للمجتمعات وتوسيع دائرة الوصول إلى المعلومات وتسهيل عمليات التبادل المعرفي والثقافي بين الأفراد، وقد أسهمت الوسائط الإلكترونية ولا سيما المواقع المتخصصة، في إحداث نقلة نوعية في مجالات الإعلام كافة بما فيها الإعلام الرياضي الذي انتقل من النمط التقليدي القائم على التغطية الخبرية المحدودة إلى فضاءات رقمية تفاعلية تتسم بالشمولية والآنية والانفتاح على جمهور واسع ومتنوع.

على الصعيد المحلي تكتسب المواقع الإلكترونية الرياضية بعدًا اجتماعيًا وثقافيًا يتجاوز حدود الإخبار والنقل المباشر للأحداث إذ تمثل منصات للتلاقي والحوار وتبادل الآراء بين الجمهور الرياضي من مختلف الخلفيات الأمر الذي يمنحها دورًا محوريًا في ترسيخ قيم المواطنة وتعزيز الوحدة الوطنية ويظهر هذا الدور من خلال إبراز الرموز الوطنية ونقل قصص النجاح الرياضية وتسليط الضوء على الإنجازات التي تحققها الفرق والأبطال العراقيون بما يعزز الشعور بالفخر والانتماء فضلاً عن قدرتها على نشر القيم الإيجابية مثل التعاون، التسامح، العمل بروح الفريق الواحد.

وتعزز البيانات الإحصائية هذه الأهمية إذ تشير أحدث التقارير الرقمية إلى أن عدد مستخدمي الإنترنت في العراق بلغ مع مطلع عام ٢٠٢٥م نحو ٣٨ مليون مستخدم وهو ما يمثل نسبة اختراق وصلت إلى ٨١.٧% من إجمالي السكان[1] وهذا الانتشار الواسع للبنية الرقمية يعكس فرصًا كبيرة لاستثمار هذه المنصات ومنها المواقع الرياضية كأدوات فاعلة في نشر الرسائل الوطنية وتعزيز الانتماء وتوطيد الروابط الاجتماعية عبر المحتوى الرياضي الموجه.

من هذا المنطلق جاء البحث الحالي لدراسة دور المواقع الإلكترونية الرياضية في ترسيخ قيم المواطنة لدى الجمهور العراقي استنادًا إلى قناعة الباحث بأن الإعلام الرياضي الرقمي يمتلك قدرة فاعلة على التأثير في الوعي الجمعي وتعزيز الهوية الوطنية في ظل التحديات الاجتماعية والسياسية الراهنة.

وقد تم تقسيم هذا البحث إلى مقدمة وثلاثة مباحث رئيسة تناول المبحث الأول الإطار المنهجي للدراسة بما يشمل مشكلة البحث، وأهدافه، وأهميته، وفروضه، وحدوده، والمفاهيم الأساسية الواردة فيه، أما المبحث الثاني فقد ركز على الإطار النظري متضمنًا استعراض المفاهيم المرتبطة بالإعلام الرياضي وقيم المواطنة ودور الإعلام في تعزيز الوحدة الوطنية، في حين خُصص المبحث الثالث للإطار العملي الذي تضمن عرض النتائج الميدانية وتحليلها ومناقشتها وصولًا إلى استنتاجات.

المبحث الأول: منهجية البحث

اولاً: مشكلة البحث

تُعد القيم الوطنية والمواطنة من الركائز الجوهرية التي تسهم في تحقيق التماسك الاجتماعي وبناء الهوية الجامعة لأي مجتمع غير أن ترسيخ هذه القيم لم يعد حكرًا على المؤسسات التربوية أو الخطاب السياسي بل أصبح للإعلام بمختلف وسائله التقليدية والرقمية دور متزايد في تشكيل وعي الأفراد وتعزيز انتمائهم وفي ظل الانتشار الواسع لتقنيات الاتصال الحديثة برزت المواقع الإلكترونية الرياضية كمساحات جماهيرية نشطة قادرة على التأثير في اتجاهات الجمهور لما تتمتع به الرياضة من جاذبية وقبول عابر للفوارق الثقافية والاجتماعية.

---

(1) Datareportal, the "state of digital" in Iraq in 2025, Retrieved August 8، 2025، from https://datareportal.com/reports/digital-2025-iraq

ومع ذلك فإن تحديد مدى مساهمة هذه المواقع في ترسيخ قيم المواطنة لدى الجمهور العراقي ما زال يفتقر إلى التحليل العلمي الميداني خصوصًا في ظل التباين في نوعية المحتوى المقدم وتفاوت مستويات الوعي لدى المتلقين.

وبناءً على ذلك تتمحور مشكلة البحث في التساؤل الرئيس:

"ما دور المواقع الإلكترونية الرياضية في ترسيخ قيم المواطنة لدى الجمهور العراقي؟"

من التساؤل الرئيس تنبثق مجموعة من التساؤلات الفرعية، وهي:

١. ما مستوى متابعة الجمهور العراقي للمواقع الإلكترونية الرياضية؟

٢. ما الأساليب أو الأشكال الإعلامية الأكثر استخدامًا في المواقع الإلكترونية الرياضية لترسيخ قيم المواطنة؟

٣. ما القيم الوطنية التي تسهم هذه المواقع في ترسيخها لدى الجمهور العراقي؟

٤. إلى أي مدى تصحح المواقع الإلكترونية الرياضية المعلومات أو المفاهيم الخاطئة عن الرياضة والمجتمع العراقي؟

ثانياً: أهمية البحث

تنبثق أهمية البحث الحالي في ثلاث محاور أساسية: مجتمعية، علمية وعملية، ، وكما يأتي:

١. يسهم البحث في توضيح كيفية استثمار الإعلام الرياضي الرقمي كأداة لتعزيز الانتماء الوطني والتماسك الاجتماعي عبر إبراز الرموز الوطنية وقصص النجاح، وتوظيف الرياضة كجسر للتقارب بين مختلف مكونات المجتمع العراقي.

٢. يقدّم البحث نتائج وتوصيات عملية يمكن أن يستفيد منها القائمون على المواقع الإلكترونية الرياضية وصانعو المحتوى لتطوير استراتيجيات إعلامية فاعلة تركز على القيم الوطنية وتدعم الوحدة بين أفراد المجتمع، بما يعزز من تأثير هذه المنصات في الواقع العملي.

٣. يرفد البحث الحقل المعرفي للإعلام الرقمي والرياضي بمساهمة علمية تجمع بين الجانب النظري والتطبيقي من خلال تحليل دور المواقع الإلكترونية الرياضية في ترسيخ قيم المواطنة، واعتماده على بيانات ميدانية حديثة تدعم الدراسات المستقبلية في هذا المجال.

ثالثاً: أهداف البحث

يهدف البحث الحالي إلى الكشف عن دور المواقع الإلكترونية الرياضية في ترسيخ قيم المواطنة لدى الجمهور العراقي وذلك من خلال ما يأتي:

١. قياس مستوى متابعة الجمهور العراقي للمواقع الإلكترونية الرياضية.

٢. تحديد الأساليب أو الأشكال الإعلامية الأكثر استخدامًا في المواقع الإلكترونية الرياضية لترسيخ قيم المواطنة.

٣. التعرف على أبرز القيم الوطنية التي تسهم هذه المواقع في ترسيخها لدى الجمهور العراقي.

٤. تحليل مدى إسهام المواقع الإلكترونية الرياضية في تصحيح المعلومات أو المفاهيم الخاطئة عن الرياضة والمجتمع العراقي.

رابعاً: فروض البحث

الفرض الرئيسي:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى إسهام المواقع الإلكترونية الرياضية في ترسيخ قيم المواطنة لدى الجمهور العراقي تبعًا للمتغيرات الديموغرافية وأنماط الاستخدام.

الفروض الفرعية:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في التأثيرات المعرفية للمواقع الإلكترونية الرياضية على ترسيخ قيم المواطنة تبعًا للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المهنة).
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام المواقع الإلكترونية الرياضية ومستوى ترسيخ قيم المواطنة لدى الجمهور العراقي.

خامساً: منهج البحث

ينتمي البحث الحالي إلى مجموعة البحوث الوصفية واعتمد الباحث على المنهج المسحي الذي يهدف إلى جمع البيانات والمعلومات من عينة ممثلة للمجتمع المستهدف من أجل وصف الظاهرة موضوع الدراسة كما هي على أرض الواقع، وتحليل أبعادها وعلاقاتها المختلفة وصولًا إلى نتائج يمكن تعميمها على المجتمع الأصلي.

سادساً: مجتمع البحث والعينة:

يتمثل مجتمع البحث في الجمهور الرياضي بمحافظة الأنبار، ممثلًا بروابط المشجعين والمتابعين للنشاطات الرياضية المختلفة، واعتمدت الدراسة على العينة العمدية (القصدية)، باختيار المشاركين وفق معايير محددة تتماشى مع أهداف البحث، أبرزها الاهتمام بالرياضة ومتابعة الفعاليات الرياضية المحلية. بلغ حجم العينة (٣٠٢) مفردة، وهو حجم كافٍ لتحقيق تمثيل ملائم لمجتمع الدراسة، وقد جُمعت البيانات باستخدام استبانة أعدت خصيصًا لقياس اتجاهات وآراء الجمهور حول موضوع البحث، بعد التأكد من وضوح بنودها وملاءمتها، مع مراعاة الجوانب الأخلاقية من سرية المعلومات والحصول على الموافقة الطوعية للمشاركين، بما يضمن موثوقية ودقة البيانات المستخلصة.

سابعاً: أداة البحث

اعتمد الباحث على الاستبيان بوصفه الأداة الرئيسة لجمع البيانات والمعلومات نظرًا لانتشاره الواسع وفاعليته في البحوث الإعلامية ويتألف الاستبيان من مجموعة من الأسئلة المترابطة التي صُممت لتحقيق أهداف البحث والإجابة عن تساؤلاته وفروضه الأساسية والفرعية.

ثامناً: صدق وثبات الاداة

عُرضت الاستمارة على (٧) محكمين متخصصين في الإعلام لإبداء آرائهم حول مدى ملاءمتها لأهداف البحث وتم إجراء التعديلات اللازمة بالحذف أو الإضافة وفقًا لملاحظاتهم حتى وصلت إلى صورتها النهائية وحظيت بموافقة الخبراء بنسبة ٩٣.٦٥%.

ولإيجاد الثبات استخدم الباحث معادلة كيودر–ريتشاردسون وبتطبيقها على فقرات الاستبانة بلغ معامل الثبات (٠.٩٨) وهو ما يشير إلى درجة عالية جدًا من الاتساق الداخلي للأداة.

تاسعاً: مجالات البحث وحدوده:

١.الحدود المكانية: تمثلت حدود البحث المكانية بالجمهور الرياضي في محافظة الانبار والمتمثل بجمهور الملاعب في مدينتي الرمادي والفلوجة.

٢.الحدود الزمانية: الحدود الزمانية للبحث تمثلت بالمدة من ٢٠٢٥/٥/٥م الى ٢٠٢٥/٦/٥م وهي المدة المستغرقة في ارسال استمارات البحث للمبحوثين واستكمال استلام اجاباتهم عليها.

٣.الحدود البشرية: الجمهور الرياضي في محافظة الانبار.

عاشراً: نظرية البحث

اعتمد البحث الحالي على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (Media Dependency Theory) التي طورها كلٌّ من ساندرا بول-روكيتش وميلفين ديفلور عام ١٩٧٦م والتي تفترض أن درجة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام تزداد كلما كانت هذه الوسائل مصدرًا أساسيًا للمعلومات التي تساعدهم على فهم بيئتهم، واتخاذ القرارات، والتفاعل مع محيطهم الاجتماعي[1]، وتنطلق هذه النظرية من أن قوة تأثير الوسيلة الإعلامية على الجمهور تتحدد بمدى اعتمادهم عليها في تلبية حاجاتهم المعرفية، والتوجيهية، والترفيهية.

حادي عشر: مصطلحات البحث

---

(1)Ball-Rokeach، S. J.، & DeFleur، M. L. A dependency model of mass-media effects. Communication Research, 1976, 3(1)، 3–2 https://doi.org/10.1177/009365027600300101.

١. **الإعلام الرياضي:** هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة للجمهور، بقصد نشر الثقافة الرياضية بين الأفراد وتنمية الوعي الرياضي بينهم)[١].

اجرائياً: الإعلام الرياضي هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالرياضة، بالإضافة إلى شرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور .يهدف الإعلام الرياضي إلى نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية الوعي الرياضي لديهم.

٢. **المواقع الإلكترونية:** هي رسائل تواصلية مخزنة في جهاز حاسوب خادم يتم الوصول إليها باللجوء إلى شبكة الانترنيت وعبر إحدى متصفحات شبكة الويب، ويتخذ الموقع الإلكتروني شكل صفحات أو وثائق مكتوبة بلغة النص الفائق المترابط HTML تتخذ من الصفحة الرئيسة واجهة لها ويتم التنقل بينها بواسطة وصلات عادية أو تفاعلية وتقدم الرسائل التواصلية في شكل منفرد نص أو صوت أو صورة أو فيديو، أو بشكل متعدد(الوسائط المتعددة) وغالبا ما تقدم مواقع الويب خدمات تهدف إلى تعزيز التواصل والتفاعل مع المتلقي ويعرف الموقع الإلكتروني أيضا بأنه مجموعة من ملفات الشبكة العنكبوتية ذات الصلة المتشابهة المرتبطة فيما بينها، والتي قام بتصميمها فرد أو مجموعة من الأفراد أو إحدى المؤسسات[٢].

اجرائيا: الموقع الإلكتروني (ويُكتب أيضًا موقع ويب) هو أي صفحة ويب يُعرَّف محتواها باسم نطاق شائع، وتُنشر على خادم ويب واحد على الأقل عادةً ما تُخصَّص مواقع الويب لموضوع أو غرض مُحدَّد، مثل الأخبار، والتعليم، والتجارة، والترفيه، أو وسائل التواصل الاجتماعي.

٣. قيم المواطنة: هي مجموعة من المعارف والمهارات والقيم والاتجاهات التي يحتاجها المتعلمون لضمان عالم أكثر عدلاً وسلامًا وتسامحًا وشمولًا وأمنًا واستدامة[٣].

اجرائياً: يقصد بـ قيم المواطنة الدرجة التي يظهر فيها أفراد العينة التزامًا عمليًا بمبادئ الانتماء للوطن، واحترام القوانين، والمشاركة الإيجابية في المجتمع، كما تُقاس من خلال استجاباتهم على فقرات الاستبانة المصممة لهذا الغرض.

ثاني عشر: دراسات سابقة

١. دراسة (سما لحلوح، ٢٠٢٢م)[٤]

هدفت هذه الدراسة إلى تعريف دور وسائل الإعلام، وخاصة التليفزيونية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية، ولتحقيق ذلك أجريت الدراسة على عينة قوامها (٦٥٠) مبحوثا في الجامعات، وتندرج ضمن حقل الدراسات الوصفية، إذ إنها اعتمدت على منهج المسح باستخدام استمارة الاستقصاء، وتوصلت إلى أن الدرجة الكلية لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية كانت متوسطة، إذ بلغ متوسط الاستجابة (٣,٣٨)، وأظهرت نتائج الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠,٠٥) على المجالات والدرجة الكلية لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طالبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعا لمتغير الجنس.

٢. دراسة عثمان محمود شحاذة، (٢٠٢٢م): [١]

---

(١) بشرى تيسير عباس، الإعلام المتخصص الحديث (عمان: الأكاديميون للنشر والتوزيع،٢٠١٤م)، ص١٨٧.

(٢) مهند دلول، المواقع الرياضية الإلكترونية في فلسطين، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، ٢٠١٦م، ص ١٠٨.

(3) UNESCO. Global Citizenship Education: Preparing learners for the challenges of the 21st century (p. 9). Paris: United Nations Educational، Scientific and Cultural Organization,2014, Retrieved August 8، 2025، from: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000227729.

(٤) سما لحلوح، دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية، رسالة ماجستير غير منشورة، نابلس: جامعة النجاح الوطنية، ٢٠٢٢م.

بحثت هذه الدراسة دور وسائل الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى بعض الجامعات العراقية، واعتمدت ضمن حقل الدراسات الوصفية على منهج المسح، لعينة قوامها (٦٥٠) بحثًا ووصلت إلى درجة كلية لدور الإعلام الرياضي الجديد عبر مواقع التواصل الاجتماعي لنشر الثقافة الرياضية لدى الباحثين كانت متوسطة، بالإضافة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية للدرجة الكلية لدور الإعلام الرياضي الجديد عبر مواقع التواصل الاجتماعي لنشر الثقافة الرياضية وفقًا لتغير الجنس.

٣. دراسة رنا مروان (٢٠٢٠م): [٢]

ركزت هذه الدراسة على تحليل دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الأردني ونشر الثقافة الرياضية بين الشباب، بالإضافة إلى رصد أهم المواقع التي يمكن أن تؤثر إيجابيًا، وتسليط الضوء على الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح باستخدام الاستقصاء وتم تطبيقه على عينة بلغ عددها (٣٢٨) مبحوثاً، وتوصلت إلى التأكيد على الدور الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية بين الشباب الأردني، كما جاء كل من الفيس بوك والانستجرام واليوتيوب على ترتيب أكثر المواقع التي تستخدمها هذه البحوث لنشر الثقافة الرياضية بين الشباب.

٤. دراسة جلال مريشيش، (٢٠٢٠م): [٣]

تناولت هذه الدراسة أدوار البرامج الرياضية التفاعلية بالتليفزيون الجزائري في غرس الثقافة الرياضية وتنميتها لدى طلاب الإعلام، والاتصال الرياضي) فضلا عن تعرف قدرتها في رفع المعلومات والوعي العام لدى هؤلاء الطلبة، وتنتمي لحقل الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح باستخدام استمارة استقصاء وتم تطبيقها على عينة بلغت (٦٦) مبحوثا، وجاءت البرامج الرياضية التفاعلية المصدر الرئيس للمعلومات الثقافية والرياضية لدى المبحوثون عينة الدراسة، فضلاً عن اقتصار وظائف الإعلام في وظيفتين الإخبارية، والتثقيفية، وإهمال الوظائف التربوية والتوجيهية في كثير من الأحداث الرياضية.

المبحث الثاني: الإعلام الرياضي ودوره في المجتمع

أولاً: مفهوم الإعلام الرياضي:

الإعلام هو عملية تفاهم تقوم على تنظيم التفاعل بين الناس وتجاربهم وتعاطفهم في الآراء فيما بينهم وهو في هذه الحالة ظاهرة طورتها الحضارة الحديثة وجعلتها ودعمتها بإمكانات عظيمة حولتها إلى قوة لا يستغنى عنها لدى الشعوب والحكومات على حد سواء، وإذا كانت كلمة الإعلام مشتقة من (أعلمه بالشيء) فهي تعنيه تزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات الموضوعية الصحيحة والواضحة وبقدر ما تكون هاتان الصفتان متوفرتان بقدر ما يكون الإعلام سليما قويا، وسواء اكانت الوسائل الإعلامية مقروءة أم مرئية أم إلكترونية فإن الغاية الإعلامية تتمثل في المضمون الذي تقدمه هذه الوسائل ومدى مسايرته لروح العصر والفاعلية الموضوعية والإبعاد التثقيفية والشكل الفني الجميل والملائم فيه، ويتم نقد الجهاز الإعلامي وتقويمه عموما إيجابا وسلبا في الأساس على ضوء هذا المفهوم[٤]، ويعد الإعلام الرياضي ظاهرة اجتماعية لأنه هو أحد فروع الإعلام ذات التأثيرات اللامحدودة لا سيما مع التطور المتسارع لتكنولوجيا الاتصال إذ يعمل على تلبية حاجات الجمهور والرياضيين من خلال معرفة الأحوال والظروف

---

(١) عثمان محمود شحاذة، دور وسائل الإعلام الرياضي الجديدة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة بعض الجامعات العراقية، مجلة علوم الرياضة، بغداد: جامعة ديالي، كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة، ٢٠٢٢م.

(٢) رنا مروان، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الأردني من وجهة نظر مدربين رياضيين، رسالة ماجستير غير منشورة، الأردن: جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، ٢٠٢٠م.

(٣) جلال مريشيش، دور البرامج التفاعلية الرياضية بالتلفزيون الجزائري في تنمية الثقافة الرياضية لدى طلبة الإعلام والاتصال الرياضي، مجلة الإبداع الرياضي، الجزائر: جامعة محمد بوضياف المسيلة، ٢٠٢٠م.

(٤) خير الدين علي، عطا حسن عبد الرحيم ، الإعلام الرياضي، (القاهرة: بلا ناشر، ١٩٩٨م)، ص٢١.

كلها التي تحيط بهم أولا بأول عبر نشرات الأخبار الرياضية، وغير ذلك من أشكال عرض المعلومات، ثم إرسالها بشكل يخدم إشباع هذه الرغبة عبر بثها ونشرها[١].

كما يمكن تعريف الإعلام الرياضي: بأنه عبارة عن مجموع من الوسائل التقنية والمادية والإخبارية والفنية والأدبية والعلمية المؤدية للاتصال الجماعي بالناس بشكل مباشر أو غير مباشر ضمن إطار العملية التثقيفية والإرشادية للمجتمع[٢]، واستخدمت وسائل الإعلام منذ بدايتها المبكرة لنقل الأخبار المختلفة إلى قطاعات كبيرة عن طريق مواصلة استخدام كل وسيلة جديدة كالطباعة والموجات اللاسلكية لنقل هذه المعلومات، وقد أطلق الكثيرون صفة النشاط الإعلامي على مجمل عمليات الاتصال الإعلامي سواء كان ذلك من خلال الصحافة الإذاعي أم التلفزيون[٣].

ثانياً: خصائص الإعلام الرياضي

للإعلام الرياضي الكثير من الخصائص ولكن من أبرز هذه الخصائص ما يأتي[٤]:

١. الإعلام الرياضي تضمن جانبا مـــن الاختيار إذ إنه يختار الجمهور الذي يخاطبه، ويرغب فـــي الوصول إليه فهذا برنامج إذاعي رياضي موجه إلى جمهور كرة القدم، وهذه مجلة رياضية خاصة بكرة السلة وهذا حديث تلفزيوني موجه إلى جمهور كرة اليد وهكذا.

٢. الإعلام الرياضي يتميز بأنه جماهيري له القدرة على تغطية مساحات واسعة، ومخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير.

٣. الإعلام الرياضي في سعيه لاجتذاب أكبر عدد من الجمهور يتوجه إلى نقطة متوسطة افتراضية يتجمع حولها أكبر عدد من الناس باستثناء ما يوجه إلى قطاعات محددة من الناس كالبرامج الرياضية للمعوقين وغيرها.

٤. الإعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية تستجيب للبيئة التي تعمل فيها بسبب التفاعل القائم بينها وبين المجتمع، وحتى يمكن فهمه لا بد أولا من دراسة أو فهم المجتمع الذي يعمل فيه حتى لا يتعارض مع ما يقدمه من رسائل إعلامية مع القيم والعادات السائدة فـــي هذا المجتمع، والإعلام الرياضي بمثابة المرآة التي تعكس صورة هذا المجتمع وفلسفته.

ثالثاً: أهداف الإعلام الرياضي

يهدف الإعلام الرياضي إلى أحداث التنمية الثقافية، والأخلاقية، والرياضية، والاقتصادية، والسياسية لدى جماهير الهيئة الرياضية، تحديد بعض أهداف الإعلام الرياضي في النقاط الآتية[٥]:

١. الترويح والترفيه عن النفس بما يفيد وينفع.
٢. ترسيخ القيم، والأخلاق الرياضية، والعمل على تنمية روح الفريق.
٣. إحداث التقارب والانسجام بين الهيئة وجماهير المجتمع المحلي والدولي.
٤. نشر الوعي الثقافي بالألعاب الرياضية وأهميتها.
٥. تحقيق عائدات اقتصادية، ومالية لدعم الجوانب الأخرى في الإعلام.
٦. تغطية الأحداث الرياضية على نحو مباشر بأعلى درجة ممكنة من المهنية والحيادية.
٧. الإسهام في التأثير، والتطوير في الفكر الإعلامي.
٨. الترويح عن الجمهور وتسليتهم بالأشكال والطرق التي تخفف عنهم صعوبات الحياة.

---

(١) موسى علي الشهاب، علم اجتماع الاعلم (عمان: دار اسامه للنشر،٢٠١١م)، ص٤٨.
(٢) السيد الغضبان، الفضائيات العربية مالها وما عليها (القاهرة: دار السفير للنشر،٢٠١٠م)، ص٧٧.
(٣) المرجع نفسه. ص٧٨.
(٤) بسام عبدالرحمن، نظريات الإعلام (عمان: دار أسامة،٢٠١١م)، ص ٩٧-٩٨.
(٥) كوثر سعيد الموجي واخرون، الإعلام والعلاقات العامة في المجال الرياضي (القاهرة: دار النهضة، ٢٠٠٦م)، ص١٢.

رابعاً: وظيفة الإعلام الرياضي

تكمن وظيفة الإعلام الرياضي الرئيسة في إحاطة الجمهور علما بالأخبار الصحيحة والمعلومات الثابتة والموضوعية التي تساعد على تكوين رأي عام صائب في واقعة أو حادثة أو مشكلة تتعلق بالمجال الرياضي، ومن أهم الوظائف ما يأتي[١]:

١. الوظيفة المعرفية: تقديم معلومات عن الأحداث الرياضية في المجتمع الرياضي الذي يحيط بالأفراد بما يؤدي الى تكيف الأفراد مع هذا المجتمع والاندماج فيه ويسهم في استقراره وتقدمه.

٢. الوظيفة التفسيرية: وذلك لدعم روابط المجتمع ويحقق من خلاله ما يأتي:

- الشرح والتفسير والتعليق على الأحداث والقضايا المثارة وبيان أبعادها ودوافعها.
- تقديم الدعم للمؤسسات والنظم الرياضية القائمة في المجتمع الرياضي.

٣. الوظيفة الاستمرارية: التعبير عن الثقافات السائدة في المجتمع وكذلك الثقافات الفرعية وصهر عناصر المجتمع في بوتقة واحدة والحفاظ على القيمة السائدة فيه والحفاظ على استمرارية ثقافته الرياضية.

٤. الترويح: التخفيف من عوامل التوتر والضغط الاجتماعي والبعد عن الروتين اليومي وعجلة الحياة التي جعلت الناس لا يفكرون في أي شيء سوى لقمة العيش.

خامساً: دور وسائل الإعلام في تعزيز الوحدة الوطنية

يؤدي الإعلام بأشكاله المختلفة وبأساليبه المتنوعة المسموع منها والمرئي والمقروء والإلكتروني دوراً مهماً في تشكيل الرأي العام وفي تغيير السلوك والاتجاه لدى أفراد المجتمع والتأثير على منظومة القيم والمبادئ التي يعتنقها الإنسان، لهذا فإن دوراً كبيراً يقع على الإعلام في أخذ دوره الوطني والقومي في تعزيز وترسيخ عناصر الوحدة الوطنية والذود عنها بالكلمة الصادقة الجريئة، لأن هذه الكلمة في هذه المرحلة التي يمر بها الوطن أخطر من الرصاصة. من هنا فإن إعلامنا تقع عليه مسؤوليتان الأولى في تحصين الساحة الوطنية والجبهة الداخلية من كل ما يعمل على إضعافها، والثانية في مواجهة الساحة الدولية وما يخرج عنها من الإساءة للوطن ومنجزاته[٢].

إذ يمكن أن يُسهم الإعلام ومن خلال وجود استراتيجية إعلامية وطنية في بناء الجدار الصلب للوحدة الوطنية من خلال تهذيب المشهد الإعلامي الوطني وبث الرسائل التعبويه التي تعمل على تصليب الواقع المعاش وتجذير عناصر القوة وبناء القناعات والاتجاهات لدى

المواطن بأن هذا الوطن يمثل الخندق المتقدم في مواجهة تمدد المشروع الصهيوني تجاه الأرض العربية.[٣] والإعلام يمكن أن يكون الحارس الأمين على أفراد المجتمع كافة من خلال كشف المتاجرين بقيم الوطن ورافعي شعارات براقة ظاهرها يختلف عن باطنها لتحقيق مصالح آنية ضيقة وخدمة أجندات دولية.

هو قادر على التركيز على العوامل التي تجمع ولا تفرق والتي تضيء ولا تحرق واستخدام المفردات التي تبني ولا تهدم والتركيز على المنجز الوطني، كما أن تكريس قيم المساواة والعدالة الاجتماعية بين الأفراد وتجميع الهويات الفرعية لتصب في صالح الهوية الوطنية الجامعة، والالتفاف حولها وحمايتها وصيانتها من كل عبث داخلي أو خارجي هو الحل الأمثل لبناء الدولة العصرية الحديثة[٤].

كما أن الدعوة إلى إيجاد تشريعات تُسهم في تعزيز الوحدة الوطنية ومحاربة كلَ من يحاول شق الصف الوطني هو أحد الواجبات التي على الإعلام أن يدعو إليها ويبرزها ويعمل على توجيه

---

(١) أديب خضور، الإعلام والأزمات (الرياض: بلا ناشر،١٩٩٩م)، ص٥٢.

(٢) زيد أحمد المحيسن، دور الإعلام في تعزيز الوحدة الوطنية مقال منشور بصحيفة الدستور الأردنية، العدد رقم ١٦٩٢٠ تمت زيارته بتاريخ ٥-٢-٢٠٢٥م. http://www.addustour.com .

(٣) ايمن احمد محمد، ادارة التنوع في الدول الاتحادية بعد التحول السياسي (بغداد: مركز الدراسات الاستراتيجية والدولية،٢٠٢٠م) ص٤٣.

(٤) علي محمد الصلابي، الوحدة الوطنية في الفكر السياسي (بيروت: دار المعرفة للنشر،٢٠١٩م) ص١٢٥.

رسائله الإعلامية لذوي الشأن من أجل تعظيم المنجز الوطني وتعزيز الولاء والانتماء للوطن، فالإعلام الوطني قادر بما يملكه من إمكانيات تواصلية على محاربة التطرف والغلو والإرهاب الفكري والتشجيع على تبني قيم التسامح والمحبة والتعاون وبناء عقلية الإنسان في هذا الوطن فالمواطن في بلدنا يشكل الجذر والمقام "لهذه الوحدة الوطنية وهي أعز شيء، لا شك بأن وسائل الإعلام المرئية والمسموعة لها دور أساس ومهم في ترسيخ الوحدة الوطنية بين أبناء الشعب كافة. فالحملات التوعوية الايجابية المتواصلة من خلال الصحف والاعلانات في الشوارع والفضائيات تُسهم بشكل كبير في تأصيل القيم الوطنية لدى جميع شرائح المجتمع[١].

سادساً: الرياضة وتعزيز مفهوم الوحدة الوطنية

توجد علاقة وثيقة بين الرياضة والمواطنة، إذ تتقاطع مفاهيم المواطنة مع العديد من مفاهيم الرياضة، إذ يشتركان في إبراز قيم إنسانية محددة مثل: الولاء، والانتماء، والأمانة، والقيادة، والإخلاص، والتضحية، والتفاني، والعمل من أجل الجماعة، وإذا أردنا ترسيخ ثقافة وطنية راسخة، فعلينا تعزيز قيم المواطنة في الوسطين الرياضي والشبابي، كون الرياضة إحدى الوسائل الرئيسة والناجحة التي تعتمدها المجتمعات المتحضرة في تنمية وتأصيل المواطنة.

تؤدي الرياضة دورًا مهمًا وتقدميًا في التوعية بالقيم الوطنية والمفاهيم الإنسانية النبيلة، وفي تقوية الجبهة الداخلية، وتجذير مفاهيم المواطنة والوطن الواحد، مفهومًا وسلوكًا وممارسة عملية، فضلًا عن توعية المواطن بمنظومة الحقوق والواجبات المتبادلة بينه وبين وطنه، بما يعزز شعوره بالانتماء لمجتمعه، ويسهم في إرساء الأمن والاستقرار عبر نشر مبادئ الخير والتعاون والتسامح واحترام القانون ونبذ العنف، إضافة إلى احترام قيم العدل والمساواة، وهي جميعها عناصر تدعم ترسيخ مفهوم المواطنة والهوية الوطنية الجامعة. فالرياضة أداة فاعلة ومنظومة متكاملة في بناء الدولة وترسيخ الثوابت الوطنية لدى المواطنين[٢].

وإذا كانت الدولة المدنية الحديثة تعتمد على أربعة أركان رئيسة في بنائها، فإن الأنشطة الرياضية والشبابية تمثل أحد هذه الأركان إلى جانب السياسة والاقتصاد والإعلام، ويعد ذلك من أهم الأهداف التي تسعى الدول إلى تحقيقها خاصة في دول العالم الثالث نظرًا لحداثة نشأة هذه الدول وعدم مراعاة العوامل الثقافية والاجتماعية في تحديد حدودها ومدى سيادتها، الأمر الذي أوجد مشكلة اندماج ووحدة بين الفئات المكونة لهذه المجتمعات، وجعل من الضروري ترسيخ هذا المفهوم في نفوس جميع أفراد المجتمع، بما يسهم في بناء الدولة القومية[٣].

ثامناً: أساليب وآليات تعزيز الوحدة الوطنية

تتطلب عملية تعزيز الوحدة الوطنية وضع استراتيجيات عملية وآليات واضحة تضمن إشراك جميع فئات المجتمع، وترسخ قيم الانتماء والمواطنة الحقيقية، بما يسهم في تحقيق التماسك الاجتماعي والاستقرار السياسي، وفيما يأتي أبرز هذه الأساليب: [٤]

١. الاعتراف بالتنوع الثقافي والقبلي والديني بإتاحة منابر، لتعبر عن هذا التعدد (إعلامية، اجتماعية، سياسية، رياضية).

٢. إدارة الاختلاف بالطرق السلمية، من خلال:

- الحوار للاتفاق على الثوابت الوطنية.
- الشورى لحسم الخلاف في السلطة والحكم.
- التداول السلمي.

---

(١) عبد العزيز ابراهيم، دور الإعلام في تعزيز الوحدة الوطنية، مقال منشور بصحيفة القبس الكويتية، العدد ١٤٨٠٥ تمت الزيارة بتاريخ ٣-٣-٢٠٢٥م. http://www.alqabas.com.kw

(٢) حصة عيسى الحافظ، الرياضة مفهوم لتعزيز الهوية الوطنية، مقال منشور بصحيفة البلاد الالكترونية، تمت زيارته بتأريخ، ٢٨-٢-٢٠٢٥م. https://www.albiladpress.com

(٣) سعيد التل، دور التربية السياسية في التربية الوطنية، (عمان: الوراق للنشر والتوزيع، ٢٠١٢م)، ص٣٢.

(٤) سعيد التل، مصدر سابق، ص٤٣.

٣. تعزيز الثوابت الوطنية لدى الأفراد وتوثيقها في تقنين دستوري.
٤. التنمية المتوازنة
٥. العدالة في توزيع الثروة والسلطة بين المركز والأطراف (النظام الفيدرالي).
٦. التواصل الاجتماعي من خلال الزواج، التجارة مثلاً.
٧. دولة المواطنة: أن يكون أساس الحقوق والواجبات "المواطنة "، وليس الانتماء العقدي والقبلي والجهوي والسياسي.
٨. دولة القانون تطبيق القانون على الجميع وألا تكون هناك فئة فوق القانون والمساءلة كذلك

المبحث الثالث: توظيف المواقع الرياضية في ترسيخ قيم المواطنة لدى الجمهور العراقي

شهدت السنوات الأخيرة تزايدًا ملحوظًا في تأثير الإعلام الرقمي، ولا سيما المواقع الإلكترونية المتخصصة، على تشكيل الوعي الجماهيري وتوجيهه نحو قضايا مجتمعية ووطنية متعددة، ومن بين هذه المنصات، برزت المواقع الإلكترونية الرياضية كوسيط جماهيري يحظى بمتابعة واسعة، لا تقتصر على متابعة النتائج والبطولات، بل تمتد إلى التأثير في السلوك الجمعي والانتماء الوطني، لا سيما في بيئات ما بعد الصراع، مثل محافظة الأنبار.
ينطلق هذا المبحث من فرضية مفادها أن للمواقع الرياضية الإلكترونية دورًا مهمًا يمكن أن يسهم في ترسيخ قيم المواطنة، مثل الانتماء، والاحترام المتبادل، والعمل الجماعي، والالتزام بالقانون، وذلك من خلال المحتوى الذي تقدمه وطريقة تغطيته للنشاطات الرياضية المحلية.
وبهدف التحقق من هذه الفرضية، تناولت الدراسة ميدانيًا آراء الجمهور الرياضي في محافظة الأنبار، ممثلًا بروابط المشجعين والمتابعين الفاعلين، عبر استبانة أُعدت لقياس اتجاهاتهم نحو العلاقة بين الإعلام الرياضي الإلكتروني وقيم المواطنة، وقد رُوعي في تصميم الدراسة تحقيق تمثيل واقعي للعينة، وضبط أدوات جمع البيانات وفق معايير المنهج الوصفي، لضمان الوصول إلى نتائج علمية دقيقة يمكن البناء عليها في التوصيات والسياسات الإعلامية ذات الصلة.

أولاً: المتغيرات الديمغرافية:

١. جنس المبحوثين:

جدول (١) يبين توزيع المبحوثون حسب جنس المبحوثون

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
ذكور	٢٢١	%٧٣.١٨	الأولى
إناث	٨١	%٢٦.٨٢	الثانية
المجموع	٣٠٢	%١٠٠	-

بينت النتائج الخاصة بتوزيع المبحوثون حسب متغير الجنس، ان فئة (الذكور) كانت اعلى نسبة من فئة (الإناث) المشاركين في هذا الاستبيان من عينة البحث بفارق نسبي بين الفئتين مقداره ٤٦.٣٦% اذ حلت فئة الذكور بالمرتبة الأولى بواقع (٢٢١) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٧٣.١٨%) تلتها بالمرتبة الثانية فئة الإناث بواقع (٨١) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٢٦.٨٢%).

٢. العمر:

جدول (٢) يوضح توزيع مفردات العينة وفقاً لعمر المبحوثون.

العمر	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١٦-٢٠ سنة	٢٧	%٨.٩٤	الخامسة
٢١-٢٥ سنة	٦٢	%٢٠.٥٣	الثانية
٢٦-٣٠ سنة	٧٤	%٢٤.٥	الأولى
٣١-٣٥ سنة	٥٧	%١٨.٨٧	الثالثة
٣٦-٤٠ سنة	٣٤	%١١.٢٦	الرابعة
٤١-٤٥ سنة	٢٤	%٧.٩٥	السادسة
أكثر من ٤٥ سنة	٢٤	%٧.٩٥	السادسة
المجموع	٣٠٢	%١٠٠	

أظهرت نتائج جدول (٢) أن الفئة العمرية من (٢٦-٣٠ سنة) حلت بالمرتبة الأولى بواقع (٧٤) تكرارا ونسبة بلغت (٢٤.٥%)، وحلت فئة من (٢١-٢٥ سنة) في المرتبة الثانية وسجلت (٦٢) تكرارا ونسبة (٢٠.٥٣%)، في حين جاءت فئة من (٣١-٣٥ سنة) في المرتبة الثالثة وحققت (٥٧) تكرارا ونسبة (١٨.٨٧%)، أما فئة من (٣٦-٤٠ سنة) فقد حلت في المرتبة الرابعة وسجلت (٣٤) تكراراً ونسبة بلغت (١١.٢٦%)، تلتها فئة من (١٦-٢٠ سنة) في المرتبة الخامسة بواقع (٢٧) تكراراً ونسبة (٨.٩٤%)، لتأتي فئتا (٤١-٤٥ سنة، أكثر من ٤٥ سنة) بالمرتبة الأخيرة بعد أن سجلت (٢٤) تكراراً ونسبة بلغت (٧.٩٥%) لكل منهما.

٣. المستوى التعليمي:

جدول (٣) يوضح توزيع مفردات العينة وفقاً للمستوى التعليمي.

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
يقرأ ويكتب	٢٤	%٧.٩٥	السادسة
ابتدائية	١٧	%٥.٦٣	السابعة
متوسطة	٣١	%١٠.٢٦	الرابعة
اعدادية	٥٤	%١٧.٨٨	الثانية
دبلوم	٢٥	%٨.٢٨	الخامسة
بكالوريوس	١٠٦	%٣٥.١	الأولى
دراسات عليا	٤٥	%١٤.٩	الثالثة
المجموع	٣٠٢	%١٠٠	

بينت لنا نتائج جدول (٣) أن عدد أفراد العينة الذين يحملون مستوى (بكالوريوس) احتلوا المرتبة الأولى بواقع (١٠٦) تكرارا ونسبة بلغت (٣٥.١%)، تلاها مستوى (اعدادية) بالمرتبة الثانية بتكرار (٥٤) تكراراً ونسبة (١٧.٨٨%)، ثم مستوى (دراسات عليا) في المرتبة الثالثة وسجل (٤٥) تكرارا ونسبة بلغت (١٤.٩%)، أما مستوى (متوسطة) فقد حل بالمرتبة الرابعة بواقع (٣١) تكراراً ونسبة بلغت (١٠.٢٦%)، تلاها مستوى (دبلوم) في المرتبة الخامسة وسجل (٢٥) تكراراً ونسبة بلغت (٨.٢٨%)، بينما حل مستوى (يقرأ ويكتب) بالمرتبة السادسة بواقع (٢٤) تكراراً ونسبة بلغت (٧.٩٥%)، ليأتي مستوى (ابتدائية) بالمرتبة الأخيرة بواقع (١٧) تكراراً ونسبة بلغت (٥.٦٣%).

٤. المهنة:

جدول (٤) يوضح توزيع مفردات العينة حسب المهنة.

المهنة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
موظف حكومي	١٤٢	%٤٧.٠٢	الأولى
قطاع خاص	٦٩	%٢٢.٨٥	الثالثة
كاسب	٩١	%٣٠.١٣	الثانية
المجموع	٣٠٢	%١٠٠	

بينت لنا نتائج جدول (٤) أن عدد أفراد العينة من فئة (موظف حكومي) احتلت المرتبة الأولى بواقع (١٤٢) تكرارا ونسبة بلغت (٤٧.٠٢%)، تلتها فئة (كاسب) بالمرتبة الثانية بواقع (٩١) تكراراً ونسبة (٣٠.١٣%)، لتأتي فئة (قطاع خاص) في المرتبة الأخيرة وسجلت (٦٩) تكرارا ونسبة بلغت (٢٢.٨٥%).

يتبن من الجدول أعلاه أن الموظفون الحكوميون، مثل العديد من الفئات الأخرى في المجتمع، يتابعون الإعلام الرياضي عبر المواقع الإلكترونية، ويُعد الإعلام الرياضي مصدرًا مهمًا للحصول على الأخبار والتحديثات حول الفرق الرياضية والبطولات والأحداث الكبرى، ويمكن أن تكون هذه المتابعة مصدرًا للترفيه والتسلية، كما تسهم في تعزيز الروابط الاجتماعية بين الأفراد من خلال المناقشات والأحاديث حول الأحداث الرياضية.

ثانياً: استخدام المواقع الإلكترونية الرياضية

١-هل تتابع المواقع الإلكترونية الرياضية؟

جدول (٥) يوضح النسبة حسب متابعة المواقع الرياضية.

هل تتابع المواقع الإلكترونية الرياضية	التكرار	النسبة المئوية
نعم	٢٨٥	%٩٤.٣٧
كلا	١٧	%٥.٦٣
المجموع	٣٠٢	%١٠٠

تبين نتائج الجدول أعلاه أن نسبة المبحوثون الذين يتابعون المواقع الإلكترونية الرياضية بلغت (٩٤.٣٧%)، وبتكرار (٢٨٥)، في حين بلغت نسبة المبحوثون الذين لا يتابعون المواقع الإلكترونية الرياضية (٥.٦٣%)، وبتكرار (١٧) من مجموع (٣٠٢) تكرار.

ومن نتائج الجدول أعلاه نستنتج أن غالبية الجمهور الرياضي لمدينة الأنبار من أفراد عينة الدراسة يتابعون المواقع الإلكترونية الرياضية، وهذا يعكس اهتمامًا كبيرًا بالرياضة في تلك المنطقة ويمكن أن يتضمن ذلك مجموعة من الرياضات المختلفة، مثل كرة القدم، السلة، أو الرياضات الفردية.

٢- ما طبيعة استخدامك للمواقع الإلكترونية الرياضية؟

جدول (٦) يوضح طبيعة استخدام المبحوثون للمواقع الإلكترونية الرياضية.

ت	الاستجابات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة	درجة الحرية	قيمة كا٢		مستوى الدلالة
						المحسوبة	الجدولية	
١	دائماً	١٣٦	%٤٧.٧٢	١	٢	٧٠.١٢	٥.٩٩	٠.٠٥
٢	أحياناً	١٢٠	%٤٢.١١	٢				
٣	نادراً	٢٩	%١٠.١٧	٣				
المجموع		٢٨٥	%١٠٠	-				

كشفت بيانات جدول (٦) أن (٤٧.٧٢%) من أفراد عينة الدراسة دائماً يستخدمون المواقع الإلكترونية الرياضية، بينما أشار (٤٢.١١%) من أفراد عينة الدراسة أنهم وأحياناً يستخدمون للمواقع الإلكترونية الرياضية، بالمقابل أشار (١٠.١٧%) أفراد عينة الدراسة أنهم نادراً ما يستخدمون للمواقع الإلكترونية الرياضية.

وبإجراء اختبار Tests Chi-Square تبين وجود فروق ذات دلالة احصائية في طبيعة استخدام المبحوثون للمواقع الإلكترونية الرياضية إذ بلغت قيمة كا٢ المحسوبة (٧٠.١٢)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (٥.٩٩) وهي دالة احصائيا عند مستوى دلالة (٠.٠٥) ودرجة حرية (٢) ولصالح استجابة دائماً. أي أن هناك اختلافات واضحة بين أفراد عينة الدراسة في طبيعة استخدام المبحوثون للمواقع الإلكترونية الرياضية، وتؤشر لنا هذه النتيجة أن الجمهور الرياضي في محافظة الأنبار، مثلهم مثل العديد من الجماهير في أنحاء العراق والعالم يستخدم المواقع الإلكترونية الرياضية بشكل متزايد، وهذه المواقع توفر لهم أخبار وتحديثات عن الفرق والأندية، جدول المباريات، التغطيات الحية، تحليلات المباريات، وأخبار اللاعبين.

بالإضافة إلى ذلك، يمكن للجمهور عبر هذه المنصات التفاعل مع بعضهم البعض، ومشاركة الآراء والتعليقات حول الأحداث الرياضية، مما يسهم في تعزيز الروابط بين المشجعين، واستخدام هذه التكنولوجيا يسهل أيضًا على الجمهور متابعة البطولات المحلية والدولية التي تثير اهتمامهم.

٣-ما المدة الزمنية التي تقضيها في متابعة المواقع الإلكترونية الرياضية؟

جدول (٧) يوضح المدة الزمنية التي تقضيها في متابعة المواقع الإلكترونية الرياضية.

ت	الاستجابات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة	درجة الحرية	قيمة كا٢		مستوى الدلالة
						المحسوبة	الجدولية	
١	أقل من ساعة	١١٤	%٤٠	٢	٢	٤٣.٧٢	٥.٩٩	٠.٠٥
٢	من ١-٣ ساعات	١٢٨	%٤٤.٩١	١				
٣	أكثر من ٣ ساعات	٤٣	%١٥.٠٩	٣				
المجموع		٢٨٥	%١٠٠	-				

كشفت بيانات جدول (٧) أن (٤٤.٩١%) من أفراد عينة الدراسة يقضون من ١-٣ ساعات في متابعة المواقع الإلكترونية الرياضية، بينما أشار (٤٠%) من أفراد عينة الدراسة وأنهم يقضون أقل من ساعة في متابعة المواقع الإلكترونية الرياضية، بالمقابل أشار (١٥.٠٩%) من أفراد عينة الدراسة أنهم يقضون أكثر من ٣ ساعات في متابعة المواقع الإلكترونية الرياضية.

وبإجراء اختبار Tests Chi-Square تبين وجود فروق ذات دلالة احصائية في المدة الزمنية التي تقضيها في متابعة المواقع الإلكترونية الرياضية إذ بلغت قيمة كا٢ المحسوبة (٤٣.٧٢)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (٥.٩٩) وهي دالة احصائيا عند مستوى دلالة (٠.٠٥) ودرجة حرية (٢) ولصالح استجابة من ١-٣ ساعات. أي أن هناك اختلافات واضحة بين أفراد عينة الدراسة في المدة الزمنية التي تقضيها في متابعة المواقع الإلكترونية الرياضية، وتؤشر لنا هذه النتيجة أن الاهتمام بالمواقع الإلكترونية الرياضية يعد أمرًا شائعًا بين الجمهور الرياضي في مختلف المحافظات، بما في ذلك محافظة الأنبار، وقضاء ١ إلى ٣ ساعات يوميًا في متابعة الأخبار والتحديثات الرياضية يعكس شغف الجماهير بالأحداث الرياضية، سواء كانت مباريات كرة القدم، أو كرة السلة، أو أي رياضات أخرى.

٤-ما الوسيلة التي تستخدمها في تصفحك المواقع الإلكترونية الرياضية؟

جدول (٨) يبين الوسيلة التي يستخدمها المبحوثون في تصفحهم للمواقع الإلكترونية الرياضية.

ت	الوسيلة التي يستخدمها المبحوثون	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	هاتف محمول	١٨٢	%٥٥.٤٩	الأولى
٢	جهاز لوحي	٣٦	%١٠.٩٨	الثالثة
٣	تلفاز	٨٥	%٢٥.٩١	الثانية
٤	حاسوب	٢٥	%٧.٦٢	الرابعة
	المجموع	328(*)	%100	-

كشفت نتائج الجدول (٨) والخاصة بالوسيلة التي يستخدمها المبحوثون في تصفحهم للمواقع الإلكترونية الرياضية، وتبين أن فئة (هاتف محمول) حلت بالمرتبة الأولى بواقع (١٨٢) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (٥٥.٤٩%)، من مجموع (٣٢٨) تكراراً، تلتها فئة (تلفاز) بالمرتبة الثانية بواقع (٨٥) تكراراً ونسبة بلغت (٢٥.٩١%)، بينما جاءت فئة (جهاز لوحي) وحققت (٣٦) تكراراً ونسبة بلغت (١٠.٩٨%)، لتأتي فئة (حاسوب) بالمرتبة الأخيرة وحازت على (٢٥) تكراراً ونسبة بلغت (٧.٦٢%).

ويتضح من المعطيات الإحصائية تصدر فئة (الهاتف المحمول) على باقي الفئات الأخرى والخاصة بالوسيلة التي يستخدمها المبحوثون في تصفحهم للمواقع الإلكترونية الرياضية وتعكس لنا هذه النتيجة أن الهاتف المحمول يُعد أداة شائعة ومهمة بين الجمهور الرياضي في محافظة الأنبار، كما في العديد من المناطق الأخرى، لتصفح المواقع الإلكترونية الرياضية، ويتيح الهاتف المحمول للمستخدمين الوصول السريع إلى الأخبار الرياضية، والنتائج، والمقالات، ومقاطع الفيديو المتعلقة بالرياضة، مما يسهم في تعزيز تجربتهم ومتابعتهم للأحداث الرياضية بشكل فوري.

٥-ما دوافعك من متابعة المواقع الإلكترونية الرياضية؟

جدول (٩) يبين دوافع المبحوثون من متابعة المواقع الإلكترونية الرياضية.

ت	دوافع المبحوثون من متابعة المواقع الإلكترونية الرياضية	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	متابعة اخبار الفرق والمنتخبات الرياضية العراقية	١٠١	%٢٨.٩٤	الأولى
٢	الاطلاع على الاحداث الرياضية العربية والعالمية	٣٥	%١٠.٠٣	الخامسة
٣	متابعة اخبار نجوم الرياضة	٤٥	%١٢.٨٩	الثالثة
٤	متابعة البرامج واللقاءات الرياضية	٢٥	%٧.١٦	السادسة
٥	التزود بالمعلومات الرياضية المختلفة	٣٩	%١١.١٧	الرابعة
٦	التسلية والامتاع	٩٦	%٢٧.٥١	الثانية
٧	أخرى لم تذكر	٨	%٢.٢٩	السابعة
	المجموع	349(*)	%100	-

كشفت نتائج الجدول (٩) والخاصة بدوافع المبحوثون من متابعة المواقع الإلكترونية الرياضية، وتبين أن فئة (متابعة أخبار الفرق والمنتخبات الرياضية العراقية) حلت بالمرتبة الأولى بواقع

(*) يتضح ان عدد التكرارات يبلغ (328)، بينما حجم عينة البحث هي (285)، ويرجع سبب ارتفاع عدد التكرارات كون الإجابة على هذا السؤال كانت تسمح باختيار أكثر من بديل.

(*) يتضح ان عدد التكرارات يبلغ (٣٤٩)، بينما حجم عينة البحث هي (٢٨٥)، ويرجع سبب ارتفاع عدد التكرارات كون الإجابة على هذا السؤال كانت تسمح باختيار أكثر من بديل.

(١٠١) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (٢٨.٩٤%)، من مجموع (٣٤٩) تكراراً، تلتها فئة (التسلية والامتاع) بالمرتبة الثانية بواقع (٩٦) تكراراً ونسبة بلغت (٢٧.٥١%)، بينما جاءت فئة (متابعة أخبار نجوم الرياضة) بالمرتبة الثالثة وحققت (٤٥) تكراراً ونسبة بلغت (١٢.٨٩%)، تلتها فئة (التزود بالمعلومات الرياضية المختلفة) بالمرتبة الرابعة وحازت على (٣٩) تكراراً ونسبة بلغت (١١.١٧%)، في حين حلت فئة (الاطلاع على الاحداث الرياضية العربية والعالمية) بالمرتبة الخامسة وسجلت (٣٥) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (١٠.٠٣%)، بينما جاءت فئة (متابعة البرامج واللقاءات الرياضية) بالمرتبة السادسة بواقع (٢٥) تكراراً ونسبة بلغت (٧.١٦%)، لتأتي فئة (أخرى لم تذكر) بالمرتبة الأخيرة وحصلت على (٨) تكرارات ونسبة مئوية بلغت (٢.٢٩%).

ويتضح من المعطيات الإحصائية تصدر فئة (متابعة اخبار الفرق والمنتخبات الرياضية العراقية، والتسلية والامتاع) على باقي الفئات الأخرى والخاصة بدوافع المبحوثون من متابعة المواقع الإلكترونية الرياضية وتعكس لنا هذه النتيجة أن دوافع الجمهور الرياضي في محافظة الأنبار لمتابعة المواقع الإلكترونية الرياضية تُعد متعددة الأبعاد، وتتمثل أبرز هذه الدوافع في النقاط الآتية:

١-متابعة الأخبار الرياضية إذ يسعى الجمهور لمعرفة أحدث الأخبار حول الفرق والمنتخبات العراقية، بما في ذلك نتائج المباريات، التحديثات حول اللاعبين، والتحليلات الفنية.

٢-التسلية والترفيه إذ تقدم المواقع الرياضية محتوى ترفيهيًا يتضمن مقالات، فيديوهات، ومقابلات مع لاعبين، مما يسهم في استمتاع الجمهور بوقتهم وزيادة معرفتهم.

٣-تبادل الآراء إذ تتيح هذه المواقع للجمهور فرصة مناقشة النتائج وآراء حول الأداء الفني للفرق، مما يعزز الشعور بالانتماء للمجتمع الرياضي.

ثالثاً: دور الإعلام الرياضي في تعزيز الوحدة الوطنية العراقية

جدول (١٠) يبين دور الإعلام الرياضي في تعزيز الوحدة الوطنية العراقية

ت	العبارات	استجابات المبحوثون	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي
١	أسهم الإعلام الرياضي في المواقع الإلكترونية العراقية في تعزيز الوحدة الوطنية العراقية بشكل عام	ك	١١٤	١٤١	١٨	٧	٥	٤.٢٤	.529	٨٤.٨
		%	٤٠	٤٩.٤٧	٦.٣٢	٢.٤٦	١.٧٥			
٢	أن التغطية الايجابية للأحداث الرياضية الوطنية في المواقع الإلكترونية الرياضية هي أكثر من يسهم في تعزيز الوحدة الوطنية العراقية	ك	٧١	١٧٠	٣٥	٩	-	٤.٠٦	.583	٨١.٢
		%	٢٤.٩١	٥٩.٦٥	١٢.٢٨	٣.١٦	-			
٣	من عوامل أسباب تعزيز الوحدة الوطنية العراقية في تغطية الاحداث	ك	٥٤	١٧٩	٤٤	٨	-	٣.٩٨	.561	٧٩.٦
		%	١٨.٩٥	٦٢.٨١	١٥.٤٤	٢.٨١	-			

	الرياضية المحلية بشكل متوازن								
٤	إن من عوامل تعزيز الوحدة الوطنية العراقية عبر الإعلام الرياضي تسليط الضوء على إنجازات اللاعبين من جميع المحافظات العراقية	ك	٩٣	١٣٣	٤٩	٩	١	٤.٠٨	.607	٨١.٦
		%	٣٢.٦٣	٤٦.٦٧	١٧.١٩	٣.١٦	٠.٣٥			
٥	من عوامل تعزيز الوحدة الوطنية العراقية عبر الإعلام الرياضي هو نقل قصص النجاح الملهمة والتحديات التي واجهت الرياضيين في تمثيل الوطن	ك	٧٧	١٥٦	٤١	١٠	١	٤.٠٥	.563	٨١
		%	٢٧.٠٢	٥٤.٧٤	١٤.٣٩	٣.٥	٠.٣٥			
٦	ترسيخ الرموز الوطنية كالعلم العراقي والنشيد الوطني في تغطية الاحداث والمحافل الرياضية هي من عوامل تعزيز الوحدة الوطنية العراقية	ك	٨٧	١٥٨	٣٣	٦	١	٤.١٤	.550	٨٢.٨
		%	٣٠.٥٣	٥٥.٤٤	١١.٥٨	٢.١١	٠.٣٥			
٧	من عوامل تعزيز الوحدة الوطنية العراقية عبر الإعلام الرياضي في المواقع الإلكترونية نقل وتناول الاحداث الرياضية بمعزل عن الانقسامات والخلافات السياسية	ك	٧٤	١٦٠	٤١	٨	٢	٤.٠٤	.532	٨٠.٨
		%	٢٥.٩٦	٥٦.١٤	١٤.٣٩	٢.٨١	٠.٧			
٨	أن للتحدث بلغة الجماعة والفريق الواحد مثل (نحن – فريقنا) عبر الإعلام الرياضي هي من	ك	٧٧	١٦٧	٣٣	٧	١	٤.٠٩	.564	٨١.٨
		%	٢٧.٠٢	٥٨.٦	١١.٥٨	٢.٤٥	٠.٣٥			

	معززات الوحدة الوطنية العراقية								
٩	تعمل الروابط والتجمعات الافتراضية عبر المواقع الإلكترونية (الرياضية) على خلق روح الانتماء والوحدة الوطنية لدى الجمهور	ك	٧٢	١٥٥	٥١	٦	١	٤.٠٢	.510	٨٠.٤
		%	٢٥.٢٦	٥٤.٣٩	١٧.٨٩	٢.١١	٠.٣٥			
١٠	إن لخلق وتقديم القدوات الرياضية دور في تعزيز الوحدة الوطنية العراقية	ك	٧٢	١٥٧	٤٥	٩	٢	٤.٠١	.586	٨٠.٢
		%	٢٥.٢٦	٥٥.٠٩	١٥.٧٨	٣.١٦	٠.٧			
١١	الإعلام الرياضي في المواقع الإلكترونية لم يأخذ دوره الحقيقي في تعزيز الوحدة الوطنية العراقية	ك	٦٨	١٤٧	٥٤	١٥	١	٣.٩٣	.587	٧٨.٦
		%	٢٣.٨٦	٥١.٥٨	١٨.٩٥	٥.٢٦	٠.٣٥			
١٢	من أسباب ضعف دور الإعلام العراقي الرياضي في تعزيز الوحدة الوطنية العراقية هو نقص المعرفة بدوره في ذلك	ك	٦٧	١٥٥	٤٩	١٢	٢	٣.٩٦	.596	٧٩.٢
		%	٢٣.٥١	٥٤.٣٩	١٧.١٩	٤.٢١	٠.٧			
	المجموع							٤.٠٥	.571	٨١

يتضح من الجدول السابق أن دور الإعلام الرياضي في تعزيز الوحدة الوطنية العراقية تمثل بما يلي:

جاءت بالترتيب الأول (أسهم الإعلام الرياضي في المواقع الإلكترونية العراقية في تعزيز الوحدة الوطنية العراقية بشكل عام) بوسط مرجح (٤.٢٤) ووزن مئوي بلغ (٨٤.٨%)، وجاء في الترتيب الثاني (ترسيخ الرموز الوطنية كالعلم العراقي والنشيد الوطني في تغطية الأحداث والمحافل الرياضية هي من عوامل تعزيز الوحدة الوطنية العراقية) بوسط مرجح (٤.١٤) ووزن مئوي بلغ (٨٢.٨%)، وجاء في الترتيب الثالث (أن للتحدث بلغة الجماعة والفريق الواحد مثل (نحن – فريقنا) عبر الإعلام الرياضي هي من معززات الوحدة الوطنية العراقية) بوسط مرجح (٤.٠٩) ووزن مئوي بلغ (٨١.٨%)، وأخيراً الترتيب الثاني عشر (الإعلام الرياضي في المواقع الإلكترونية لم يأخذ دوره الحقيقي في تعزيز الوحدة الوطنية العراقية) بوسط مرجح (٣.٩٣) ووزن مئوي بلغ (٧٨.٦%).

وتبين لنا نتائج الجدول السابق أن نتائجه تشير إلى أن المتوسط العام لدرجة دور الإعلام الرياضي في تعزيز الوحدة الوطنية العراقية بلغ (٤.٠٥)، وبنسبة مئوية قدرها (٨١%) وهو مستوى كبير.

نستنتج من نتائج جدول (١٧) أن دور الإعلام الرياضي في تعزيز الوحدة الوطنية العراقية يتمثل في أن الإعلام الرياضي في المواقع الإلكترونية يؤدي دوراً مهماً في تعزيز الوحدة الوطنية في

العراق من خلال تعزيز الهوية الوطنية إذ يسهم الإعلام الرياضي في تعزيز الشعور بالانتماء للوطن من خلال تسليط الضوء على الرموز الوطنية مثل العلم العراقي والنشيد الوطني في الفعاليات والمنافسات الرياضية، هذا يعزز من روح الفخر والانتماء لدى الجماهير، كما أن الأحداث الرياضية تُعد مناسبة لتجمع الناس من مختلف الخلفيات الثقافية والاجتماعية، والإعلام الرياضي في المواقع الإلكترونية يعمل على تقديم تغطية شاملة ومحايدة، مما يساعد في توحيد الجماهير تحت راية واحدة خلال تشجيع الفرق الرياضية الوطنية، كذلك يعزز الإعلام الرياضي من روح التفاؤل والإنجاز من خلال تسليط الضوء على النجاحات الرياضية، مما يُسهم في تعزيز المعنويات الوطنية ويشجع الأفراد على التفاخر ببلدهم.

رابعاً: التأثيرات المعرفية للإعلام الرياضي عبر المواقع الإلكترونية في تعزيز الوحدة الوطنية العراقية

جدول (١١) يبين التأثيرات المعرفية للإعلام الرياضي عبر المواقع الإلكترونية في تعزيز الوحدة الوطنية العراقية.

ت	العبارات		استجابات المبحوثون					الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي
			موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة			
١	زادت متابعتي للمواقع الإلكترونية الرياضية من معرفتي بجوانب الرياضة العراقية	ك	٧٢	١٥٩	٤١	١١	٢	٤.٠١	.608	٨٠.٢
		%	٢٥.٢٦	٥٥.٧٩	١٤.٣٩	٣.٨٦	٠.٧			
٢	وفرت لي المواقع الإلكترونية الرياضية معلومات جيدة عن تاريخ الرياضة العراقية	ك	٦٥	١٦١	٤٨	٩	٢	٣.٩٨	.587	٧٩.٦
		%	٢٢.٨١	٥٦.٤٩	١٦.٨٤	٣.١٦	٠.٧			
٣	أسهمت المواقع الإلكترونية الرياضية في تصحيح معلوماتي الخاطئة عن الرياضة العراقية	ك	٧٠	١٦٦	٣٩	٩	١	٤.٠٤	.572	٨٠.٨
		%	٢٤.٥٦	٥٨.٢٥	١٣.٦٨	٣.١٦	٠.٣٥			
٤	صححت المعلومات التي تقدمها المواقع الإلكترونية الرياضية المفاهيم الخاطئة عن العلاقة بين مكونات الشعب العراقي	ك	٦٩	١٤٧	٥٨	٩	٢	٣.٩٥	.596	٧٩
		%	٢٤.٢١	٥١.٥٨	٢٠.٣٥	٣.١٦	٠.٧			
٥	أسهمت المواقع الإلكترونية الرياضية في تشجيع التفكير الجمعي وتغلبه	ك	٦٠	١٧٠	٤٨	٥	٢	٣.٩٩	.579	٧٩.٨
		%	٢١.٠٥	٥٩.٦٥	١٦.٨٤	١.٧٥	٠.٧			

	على التفكير الفئوي لدى الجمهور العراقي									
٦	قدمت المواقع الإلكترونية الرياضية تغطية وتحليلاً للأحداث الرياضية يعكس إيجابية التنوع في مكونات الشعب العراقي	ك	٦٢	١٦٨	٤٧	٨	-	٤	.731	٨٠
		%	٢١.٧٥	٥٨.٩٥	١٦.٤٩	٢.٨١				
المجموع								٣.٩٩٥	.612	٧٩.٩

يتضح من الجدول السابق أن التأثيرات المعرفية للإعلام الرياضي عبر المواقع الإلكترونية في تعزيز الوحدة الوطنية العراقية تمثلت بما يلي:

جاءت بالترتيب الأول (أسهمت المواقع الإلكترونية الرياضية في تصحيح معلوماتي الخاطئة عن الرياضة العراقية) بوسط مرجح (٤.٠٤) ووزن مئوي بلغ (٨٠.٨%)، وجاء في الترتيب الثاني (زادت متابعتي للمواقع الإلكترونية الرياضية من معرفتي بجوانب الرياضة العراقية) بوسط مرجح (٤.٠١) ووزن مئوي بلغ (٨٠.٢%)، وجاء في الترتيب الثالث (قدمت المواقع الإلكترونية الرياضية تغطية وتحليلاً للأحداث الرياضية يعكس إيجابية التنوع في مكونات الشعب العراقي) بوسط مرجح (٤) ووزن مئوي بلغ (٨٠%)، وأخيراً الترتيب السادس (صححت المعلومات التي تقدمها المواقع الإلكترونية الرياضية المفاهيم الخاطئة عن العلاقة بين مكونات الشعب العراقي) بوسط مرجح (٣.٩٥) ووزن مئوي بلغ (٧٩%).

وتبين لنا نتائج الجدول السابق أن نتائجه تشير إلى أن المتوسط العام لدرجة التأثيرات المعرفية للإعلام الرياضي عبر المواقع الإلكترونية في تعزيز الوحدة الوطنية العراقية بلغ (٣.٩٩٥)، وبنسبة مئوية قدرها (٧٩.٩%) وهو مستوى كبير.

نستنتج من نتائج جدول (١١) أن التأثيرات المعرفية للإعلام الرياضي عبر المواقع الإلكترونية في تعزيز الوحدة الوطنية العراقية تتمثل في أن التأثيرات المعرفية للإعلام الرياضي عبر المواقع الإلكترونية تؤدي دورًا مهمًا في تعزيز الوحدة الوطنية، إذ تسهم هذه المواقع في تصحيح المعلومات الخاطئة التي قد تكون منتشرة بين الجمهور حول الرياضة العراقية، وهذا التصحيح يساعد في بناء فهم أكثر دقة للواقع الرياضي ويعزز الثقة في المعلومات المتاحة.

خامساً: التأثيرات السلوكية للإعلام الرياضي العراقي عبر المواقع الإلكترونية في تعزيز الوحدة الوطنية العراقية.

جدول (١٢) يبين التأثيرات السلوكية للإعلام الرياضي العراقي عبر المواقع الإلكترونية في تعزيز الوحدة الوطنية العراقية.

ت	العبارات		استجابات المبحوثون					الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي
			موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة			
١	خلقت لدي الاستعداد لدعم أي نشاط يعزز الوحدة الوطنية في الرياضة	ك	٦٣	١٨٢	٢٩	٨	٣	٤.٠٣	.801	٨٠.٦
		%	٢٢.١١	٦٣.٨٦	١٠.١٨	٢.٨	١.٠٥			

	وخارجها								
٢	حفزتني لحضور الاحداث الرياضية الوطنية والمحلية	ك	٦٦	١٦٧	٣٧	١٤	١	٣.٩٩	.833	٧٩.٨
		%	٢٣.١٦	٥٨.٦	١٢.٩٨	٤.٩١	٠.٣٥			
٣	دفعتني للمشاركة الميدانية في فعاليات متنوعة لتشجيع ودعم الفرق الرياضية العراقية	ك	٥٣	١٧٤	٤٣	١٢	٣	٣.٩٢	.823	٧٨.٤
		%	١٨.٦	٦١.٠٥	١٥.٠٩	٤.٢١	١.٠٥			
٤	دفعتني لتثقيف من حولي بضرورة دعم ومساندة الفرق الرياضية العراقية المحلية والوطنية	ك	٦٧	١٦٠	٤٤	١٠	٤	٣.٩٧	.738	٧٩.٤
		%	٢٣.٥١	٥٦.١٤	١٥.٤٤	٣.٥١	١.٤			
٥	خلقت عندي قناعة ان الرياضة في العراق يتحكم فيها النفس الطائفي وليس الوطني	ك	٥٦	١٥٤	٤٤	٢٥	٦	٣.٨	.598	٧٦
		%	١٩.٦٥	٥٤.٠٣	١٥.٤٤	٨.٧٧	٢.١١			
٦	اقنعتني بان المشاعر الوطنية مشاعر حضورية زائفة تنتهي وتزول بانتهاء الحدث الرياضي	ك	٥١	١٤٧	٥٣	٢٥	٩	٣.٧٢	.737	٧٤.٤
		%	١٧.٨٩	٥١.٥٨	١٨.٦	٨.٧٧	٣.١٦			
٧	رسّخت لدي قناعة بأن الفساد مشتري بكل مفاصل الرياضة في العراق وأن صلاح الحال من المحال	ك	٥٦	١٥٩	٤١	٢١	٨	٣.٨٢	.665	٧٦.٤
		%	١٩.٦٥	٥٥.٧٩	١٤.٣٩	٧.٣٧	٢.٨			
٨	دفعتني للعزوف عن المشاركة في النشاطات والفعاليات الرياضية بمختلف أنواعها	ك	٥١	١٥٦	٤٢	٢٩	٧	٣.٧٥	.707	٧٥
		%	١٧.٨٩	٥٤.٧٤	١٤.٧٤	١٠.١٨	٢.٤٥			
	المجموع							٣.٨٧٥	.738	٧٧.٥

يتضح من الجدول السابق أن التأثيرات السلوكية للإعلام الرياضي العراقي عبر المواقع الإلكترونية في تعزيز الوحدة الوطنية العراقية تمثلت بما يلي:

جاءت بالترتيب الأول (خلقت لدي الاستعداد لدعم أي نشاط يعزز الوحدة الوطنية في الرياضة وخارجها) بوسط مرجح (٤.٠٣) ووزن مئوي بلغ (٨٠.٦%)، وجاء في الترتيب الثاني (حفزتني لحضور الاحداث الرياضية الوطنية والمحلية) بوسط مرجح (٣.٩٩) ووزن مئوي بلغ (٧٩.٨%)، وجاء في الترتيب الثالث (دفعتني لتثقيف من حولي بضرورة دعم ومساندة الفرق الرياضية العراقية المحلية والوطنية) بوسط مرجح (٣.٩٧) ووزن مئوي بلغ (٧٩.٤%)، وأخيراً الترتيب الثامن (اقنعتني بان المشاعر الوطنية مشاعر حضورية زائفة تنتهي وتزول بانتهاء الحدث الرياضي) بوسط مرجح (٣.٧٢) ووزن مئوي بلغ (٧٧.٥%).

وتبين لنا نتائج الجدول السابق أن نتائجه تشير إلى أن المتوسط العام لدرجة التأثيرات السلوكية للإعلام الرياضي العراقي عبر المواقع الإلكترونية في تعزيز الوحدة الوطنية العراقية بلغ (٣.٨٧٥)، وبنسبة مئوية قدرها (٧٠.٤%) وهو مستوى كبير.

نستنتج من نتائج جدول (١٢) أن التأثيرات السلوكية للإعلام الرياضي العراقي عبر المواقع الإلكترونية في تعزيز الوحدة الوطنية العراقية تتمثل في أن التأثيرات السلوكية للإعلام الرياضي العراقي عبر المواقع الإلكترونية تؤدي دورًا مهمًا في تعزيز الوحدة الوطنية، من خلال تغطية الأحداث الرياضية المحلية والوطنية وترويج القيم الإيجابية، يُمكن للإعلام الرياضي أن يُسهم في:

١. تعزيز الانتماء: عندما يعرض الإعلام الرياضي قصص نجاح الرياضيين العراقيين، فإنه يخلق شعورًا بالفخر والانتماء لدى الجمهور مما يعزز الوحدة الوطنية.

٢. تشجيع المشاركة: بتسليط الضوء على الأحداث الرياضية وأهميتها، يُحفّز الإعلام الجمهور على حضور المباريات والفعاليات الرياضية، مما يُسهم في خلق روح جماعية ودعماً للفرق الوطنية.

٣. بث القيم الإيجابية: يمكن أن يُعزز الإعلام الرياضي من قيم التآخي والتعاون بين مختلف مكونات المجتمع العراقي مما يُساعد على تجاوز الانقسامات الطائفية والعرقية.

٤. التفاعل عبر الشبكات الاجتماعية: يتيح الإعلام الإلكتروني للمعجبين تبادل الأفكار والمشاعر حول الفرق والرياضيين، مما يُعزز الحوار الإيجابي ويسهم في بناء مجتمع رياضي متماسك.

٥. تسليط الضوء على الرياضة كوسيلة للتوحيد: يتمكن الإعلام من إبراز دور الرياضة في جمع الناس من خلفيات مختلفة، مما يُعزز الفهم والتسامح بين المجتمعات المختلفة في العراق.

الخاتمة

تُظهر هذه الدراسة أنّ المواقع الإلكترونية الرياضية لم تعد مجرّد منصّات خبرية بل أداة ثقافية واجتماعية فاعلة لترسيخ قيم المواطنة وتعزيز الوحدة الوطنية عبر إبراز الرموز الوطنية وتوسيع المعارف الرياضية الموثوقة وتحفيز سلوكيات داعمة للصالح العام وقد بيّنت النتائج أنّ الاعتماد الجماهيري المرتفع على هذه المنصّات يُترجم إلى أثر معرفي وسلوكي ملموس يمكن البناء عليه بسياسات تحريرية مسؤولة وشراكات مؤسسية مع التعليم والشباب والاتحادات.

أولا: النتائج

١. تُظهر النتائج ارتفاع الاعتماد الجماهيري على المنصات الرياضية الإلكترونية إذ بلغت نسبة المتابعة ٩٤.٣٧% بما يعكس اعتيادية الاستخدام وقابليته لإحداث أثر تواصلي ملموس.

٢. يبرهن التحليل عن فاعلية معتبرة لهذه المنصات في تعزيز الوحدة الوطنية إذ بلغ الوزن النسبي لبعد الوحدة ٨١% بما يدعم دور الخطاب الرياضي الجامع في ترسيخ الرموز والقيم الوطنية.

٣. على المستوى المعرفي تكشف البيانات عن قدرة المنصات على تصحيح المعلومات وبناء فهم مشترك للشأن الرياضي الوطني إذ بلغ مؤشر التأثير المعرفي ٧٩.٩%، بما يؤكد جدواها في رفع الكفاءة المعلوماتية للجمهور.

٤. على المستوى السلوكي تُظهر النتائج انتقالًا من الإدراك إلى الفعل عبر دعم الحضور والمشاركة والتطوّع الرياضي إذ سجّل مؤشر التأثير السلوكي ٧٧.٥%، بما يدل على قابلية المحتوى لتوليد سلوكيات مواطِنة إيجابية.

❖ المقترحات

١. إعداد دليل أسلوبي يضمن توازُن التغطية الاعلامية الرياضية ويُرسّخ استخدام مفردات جامعة (مثل: نحن/منتخبنا) مع إبراز الرموز الوطنية في السرديات المرئية والكتابية بعيدًا عن الاستقطاب.

٢. تشجيع المواقع الإلكترونية الرياضية على نشر محتوى يعزز الوحدة الوطنية، مثل تغطية الفعاليات الرياضية التي تجمع مختلف مكونات العراق.

٣. تدريب الإعلاميين الرياضيين من خلال عقد ورش عمل حول كيفية صياغة المحتوى الرياضي الذي يعزز الوحدة الوطنية.

٤. يقترح الباحث للباحثين الجدد تبنّي تصميمٍ طوليٍّ مختلط يجمع بين الاستبيانات المُقنَّنة وتحليل المحتوى الرقمي لمنشورات المواقع الرياضية والمقابلات المعمّقة مع توسيع العيّنة لتشمل محافظاتٍ وفئاتٍ عمرية وتعليمية متنوّعة واستخدام نمذجة المعادلات الهيكلية أو نماذج النموّ الكامن لاختبار المسارات المباشرة وغير المباشرة بين دوافع الاستخدام وترسيخ قيم المواطنة.

❖ المصادر والمراجع

١) أديب خضور، الإعلام والأزمات (الرياض: بلا ناشر، ١٩٩٩م).

٢) أيمن احمد محمد، ادارة التنوع في الدول الاتحادية بعد التحول السياسي (بغداد: مركز الدراسات الاستراتيجية والدولية، ٢٠٢٠م).

٣) بسام عبدالرحمن، نظريات الإعلام (عمان: دار أسامة، ٢٠١١م).

٤) بشرى تيسير عباس، الإعلام المتخصص الحديث (عمان: الأكاديميون للنشر والتوزيع،٢٠١٤م).

٥) جلال مريشيش، دور البرامج التفاعلية الرياضية بالتلفزيون الجزائري في تنمية الثقافة الرياضية لدى طلبة الإعلام والاتصال الرياضي، مجلة الإبداع الرياضي، الجزائر: جامعة محمد بوضياف المسيلة، ٢٠٢٠م.

٦) خير الدين علي، عطا حسن عبد الرحيم ، الإعلام الرياضي، (القاهرة: بلا ناشر،١٩٩٨م).

٧) رنا مروان، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الأردني من وجهة نظر مدربين رياضيين، رسالة ماجستير غير منشورة، عمان: جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، ٢٠٢٠م.

٨) سعيد التل، دور التربية السياسية في التربية الوطنية، (عمان: الوراق للنشر والتوزيع، ٢٠١٢م).

٩) سما لحلوح، دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية، رسالة ماجستير غير منشورة، نابلس: جامعة النجاح الوطنية، ٢٠٢٢م.

١٠) السيد الغضبان، الفضائيات العربية مالها وما عليها (القاهرة: دار السفير للنشر،٢٠١٠م).

١١) عثمان محمود شحاذة، دور وسائل الإعلام الرياضي الجديدة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة بعض الجامعات العراقية، مجلة علوم الرياضة، بغداد: جامعة ديالي، كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة، ٢٠٢٢م.

١٢) علي محمد الصلابي، الوحدة الوطنية في الفكر السياسي (بيروت: دار المعرفة للنشر،٢٠١٩م).

١٣) كوثر سعيد الموجي واخرون، الإعلام والعلاقات العامة في المجال الرياضي (القاهرة: دار النهضة، ٢٠٠٦م).

١٤) مهند دلول، المواقع الرياضية الإلكترونية في فلسطين، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، ٢٠١٦م.

١٥) موسى علي الشهاب، علم اجتماع الاعلم (عمان: دار اسامه للنشر،٢٠١١م).

❖ قائمة المراجع مترجمة

1) Adeeb Khaddour. Media and Crises. Riyadh: No Publisher, 1999.
2) Ali Mohammed Al-Sallabi. National Unity in Political Thought. Beirut: Dar Al-Maarefah for Publishing, 2019.
3) Al-Sayyid Al-Ghadhban. Arab Satellite Channels: Their Pros and Cons. Cairo: Dar Al-Safeer for Publishing, 2010.
4) Ayman Ahmed Mohammed. Managing Diversity in Federal States after Political Transition. Baghdad: Center for Strategic and International Studies, 2020.
5) Bassam Abdulrahman. Media Theories. Amman: Dar Osama, 2011.
6) Bushra Taysir Abbas. Modern Specialized Media. Amman: Al-Academion for Publishing and Distribution, 2014.
7) Jalal Maricheche. The Role of Algerian Television Interactive Sports Programs in Developing Sports Culture among Students of Sports Media and Communication. Sports Creativity Journal, Algeria: University of Mohamed Boudiaf, M'sila, 2020.
8) Kawthar Saeed Al-Mougi et al. Media and Public Relations in the Sports Field. Cairo: Dar Al-Nahda, 2006.
9) Khair Al-Din Ali & Atta Hassan Abdulrahim. Sports Media. Cairo: No Publisher, 1998.
10) Mousa Ali Al-Shehab. Sociology of Media. Amman: Dar Osama for Publishing, 2011.
11) Muhannad Daloul. Sports Websites in Palestine. Unpublished Master's Thesis, Islamic University, 2016.
12) Othman Mahmoud Shuhatha. The Role of New Sports Media through Social Networking Sites in Spreading Sports Culture among Students of Some Iraqi Universities. Sports Sciences Journal, Baghdad: University of Diyala, College of Physical Education and Sports Sciences, 2022.
13) Rana Marwan. The Role of social media in Spreading Sports Culture among Jordanian Youth from the Perspective of Sports Coaches. Unpublished Master's Thesis, Jordan: Middle East University, Faculty of Media, 2020.
14) Saeed Al-Tal. The Role of Political Education in National Education. Amman: Al-Warraq Publishing and Distribution, 2012.
15) Sama Lahlooh. The Role of Media in Spreading Sports Culture among Palestinian University Students in the West Bank. Unpublished Master's Thesis, Nablus: An-Najah National University, 2022.

❖ **المواقع الالكترونية**

١. حصة عيسى الحافظ، الرياضة مفهوم لتعزيز الهوية الوطنية، مقال منشور بصحيفة البلاد الالكترونية، تمت زيارته بتأريخ، ٢٨-٢-٢٠٢٥م. https://www.albiladpress.com

٢. زيد أحمد المحيسن، دور الإعلام في تعزيز الوحدة الوطنية مقال منشور بصحيفة الدستور الأردنية، العدد رقم ١٦٩٢٠ تمت زيارته بتاريخ ٥-٢-٢٠٢٥م. http://www.addustour.com

٣. عبد العزيز ابراهيم، دور الإعلام في تعزيز الوحدة الوطنية، مقال منشور بصحيفة القبس الكويتية، العدد ١٤٨٠٥ تمت الزيارة بتاريخ ٣-٣-٢٠٢٥م. http://www.alqabas.com.kw

4. Datareportal, The "state of digital" in Iraq in 2025, Retrieved August 8,2025 ،from https://datareportal.com/reports/digital-2025-iraq

5. UNESCO. Global Citizenship Education: Preparing learners for the challenges of the 21st century. Paris: United Nations Educational ، Scientific and Cultural Organization,2014, Retrieved August 8, 2025, from: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000227729.

Ball-Rokeach ،S. J. ،& DeFleur ،M. L. A dependency model of mass-media effects. Communication Research, 1976, 3(1) ، https://doi.org/10.1177/009365027600300101

Third: Websites

1. Hussa Eissa Al-Hafidh. Sports as a Concept to Enhance National Identity. Article published in Al-Bilad Electronic Newspaper. Accessed February 28, 2025. https://www.albiladpress.com

2. Zaid Ahmed Al-Muheisen. The Role of Media in Promoting National Unity. Article published in Al-Dustour Newspaper, Issue No. 16920. Accessed February 5, 2025. http://www.addustour.com

3. Abdulaziz Ibrahim. The Role of Media in Promoting National Unity. Article published in Al-Qabas Kuwaiti Newspaper, Issue No. 14805. Accessed March 3, 2025. http://www.alqabas.com.kw

4. Datareportal. The "State of Digital" in Iraq in 2025. Retrieved August 8, 2025, from https://datareportal.com/reports/digital-2025-iraq

5. UNESCO. Global Citizenship Education: Preparing Learners for the Challenges of the 21st Century. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2014. Retrieved August 8, 2025, from https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000227729

6. Ball-Rokeach, S. J., & DeFleur, M. L. A Dependency Model of Mass-Media Effects. Communication Research, 1976, 3(1). https://doi.org/10.1177/009365027600300101