***Dirasat*: Human and Social Sciences, Volume 53, No. 9, 2026, 11000**

Deanship of Scientific Research

The Role of Sports Program Pages in Shaping the Behaviors of Iraq Stars League Players

Maryam Muhsen Kareem*[1], *Sarmad Ahmed Abdullah*[2]

[1]Sports Management Branch, College of Physical Education and Sports Science, Mustansiriyah University, Baghdad, Iraq.

[2]Department of Radio and Television, College of Mass Communication, University of Baghdad, Baghdad, Iraq.

Received: 3/3/2025
Revised: 23/3/2025
Accepted: 30/4/2025
Published online: 24/6/2026

* *Corresponding author:*
Sarmad.A@comc.uobaghdad.edu.iq

Citation: Kareem, M. M., & Abdullah, S. A. (2026). The Role of Sports Program Pages in Shaping the Behaviors of Iraq Stars League Players. *Dirasat: Human and Social Sciences*, *53*(9), 11000. .
https://doi.org/10.35516/Hum.2026.11000

© 2026 DSR Publishers/ The University of Jordan.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) license https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

Abstract

Objectives: The main objective of this study is to identify the role of sports program pages in shaping the behaviors of players in the Iraq Stars League.

Methods: This research is descriptive in nature and utilized a survey methodology. The researchers designed and used a questionnaire tool and selected a purposive sample using a comprehensive enumeration method that included all players from the four most popular football clubs in Iraq: Al-Quwa Al-Jawiya, Al-Shorta, Al-Talaba, and Al-Zawraa. The study sample consisted of 100 players, with 25 players from each club.

Results: The findings revealed that the players in the Iraq Stars League predominantly preferred watching sports programs through social media platforms, with their viewership being generally intermittent due to varying interests and life commitments. One of the main motivations for following these pages was the ease of access to program content. The players' reliance on sports program pages for keeping up with sports events was moderate. Importantly, these pages were found to contribute positively to promoting sportsmanship among players and enhancing their overall sports culture and awareness.

Conclusions: The most notable behavioral impacts observed among the participants, which are central to this study, include facilitating discussions and dialogues with others on important sports topics, making the players more active in helping others and maintaining sportsmanship on the field, and increasing their interest in gatherings and initiatives aimed at developing the sports scene in Iraq.

Keywords: Role, sports programs, Iraq Stars League, behaviors, players.

دورصفحات البرامج الرياضية في المساهمة بتشكيل سلوكيات لاعبي دوري نجوم العراق

مريم محسن كريم*[1]، *سرمد أحمد عبد الله*[2]

[1]فرع الإدارة الرياضية، كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة، الجامعة المستنصرية، بغداد، العراق.

[2]قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة بغداد، بغداد، العراق.

ملخّص

الأهداف: يَكْمن الهدف الرئيس في التعرف على دور صفحات البرامج الرياضية في المساهمة بتشكيل سلوكيات لاعبي دوري نجوم العراق.

المنهجية :يُعتبر هذا البحث بحثاً وصفياً، أما من حيث المنهج فقد استعان الباحثان بالمنهج المسحي عن طريق استخدام وتصميم أداة الاستبيان، وتم استقطاع عينة عمدية قصدية، وبأسلوب الحصر الشامل لجميع لاعبي الأندية الجماهيرية الأربعة في العراق وهي (القوة الجوية والشرطة والطلبة والزوراء) التي تم اختيارها كمجتمع للبحث، وبواقع (100) لاعب، (25) لاعبا من كل فريق.

النتائج: تلخصت أهم النتائج في مايلي: 1. يفضل عينة البحث مشاهدة البرامج الرياضية من خلال منصات التواصل الاجتماعي. 2. كان مدى متابعة المبحوثين للبرامج الرياضية (بشكل متقطع)، وهذا يوضح تعدد اهتماماتهم وتفضيلاتهم واختلافاتها فضلاً عن انشغالاتهم الأخرى بأمور الحياة المتعددة. 3. من أهم الأسباب التي دعت عينة البحث إلى متابعة صفحات البرامج الرياضية، هي (سهولة الحصول على المادة البرامجية). 4. كان حجم اعتماد عينة البحث على صفحات البرامج الرياضية في متابعة الأحداث الرياضية (متوسطاً). 5. أظهرت النتائج مساهمة صفحات البرامج الرياضية في إشاعة الروح الرياضية بين اللاعبين، فضلاً عن أن لهذه الصفحات مساهمة في تنمية الثقافة الرياضية لدى اللاعبين.

الخلاصة :أهم الآثار السلوكية المتحققة لدى عينة البحث والتي هي محور بحثنا، هي المساعدة في الدخول بالنقاشات والحوارات مع الآخرين حول مواضيع رياضية مهمة، والمساهمة في جعل العينة أكثر حيوية في مساعدة الاخرين والتحلي بالروح الرياضية داخل الملعب فضلاً عن الاهتمام بالتجمعات والاجراءات التي من شأنها تطوير الواقع الرياضي في العراق.

الكلمات الدالة: دور، البرامج الرياضية، دوري نجوم العراق، سلوكيات، لاعبون.

مقدمة

تُعد الوسائل الإعلامية الرياضية من أهم المؤثرات التي تساهم في تشكيل السلوكيات لدى الأفراد، وأيضاً بالنسبة للاعبين، حيث شهد دوري نجوم العراق اهتماماً متنامياً من القنوات الفضائية وبرامجها وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تؤدي هذه الصفحات دوراً في تشكيل السلوكيات والآراء لدى اللاعبين، وتمثل البرامج الرياضية والصفحات مصدراً رئيسياً للمعلومات والآراء ذات الصلة بالأحداث الرياضية مما يعزز تأثير تلك الصفحات على حياة الرياضيين داخل وخارج الملعب، فضلاً عن نقل الأخبار الرياضية الجارية والتحليلات والمقابلات مباشرةً بشكل يساهم في تكوين تصرفات وتوجهات اللاعبين، وفيما يتعلق بالسلوكيات فإن التأثير يمكن أن يظهر في مجالات عدة، كالتحسن في الأداء الرياضي للاعب و اتخاذ القرارات الإستراتيجية داخل المباريات فضلاً عن السلوكيات الاجتماعية من خلال التفاعل مع الجمهور ووسائل الإعلام ، فالعلاقة بين صفحات البرامج الرياضية وسلوكيات لاعبي دوري نجوم العراق تشكل محوراً مهماً في كيفية فهم مدى مساهمة هذه البرامج وصفحاتها في تطوير وتحسين الأداء الرياضي لدى اللاعب، ويمكن أن تتعدى هذه المساهمة في التأثير حتى على سلوكياتهم الشخصية والمجتمعية، وفي هذا السياق يسعى البحث إلى دراسة مدى مساهمة صفحات البرامج الرياضية في تشكيل سلوكيات لاعبي دوري نجوم العراق، وتحديد الآثار الإيجابية والسلبية التي تترتب على هذا التأثير في سياق الرياضة العراقية.

الإطار المنهجي للدراسة:

مشكلة البحث:

تجسدت مشكلة البحث في التساؤل الرئيس الأتي: **ماهو دور صفحات البرامج الرياضية في المساهمة بتشكيل سلوكيات لاعبي دوري نجوم العراق؟**

وتتفرع منه التساؤلات الفرعية الأتية:

1. ماعادات وأنماط استخدام لاعبي دوري نجوم العراق لصفحات البرامج الرياضية؟
2. ماالأسباب التي دعت لاعبي دوري نجوم العراق إلى متابعة صفحات البرامج الرياضية؟
3. ماحجم اعتماد لاعبي دوري نجوم العراق على تلك الصفحات في متابعة الأحداث الرياضية؟
4. مامدى مساهمة صفحات البرامج الرياضية في إشاعة الروح الرياضية بين لاعبي دوري نجوم العراق؟
5. مامدى مساهمة صفحات البرامج الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية بين لاعبي دوري نجوم العراق؟

فروض البحث:

الفرض الأول: تحقق صفحات البرامج الرياضية آثاراً معرفية لدى لاعبي دوري نجوم العراق.

الفرض الثاني: تحقق صفحات البرامج الرياضية آثاراً وجدانية لدى لاعبي دوري نجوم العراق.

الفرض الثالث: تحقق صفحات البرامج الرياضية آثاراً سلوكية لدى لاعبي دوري نجوم العراق.

أهمية البحث:

1. تنبثق أهمية البحث من عدم وجود دراسات سابقة تناولت موضوع استخدام لاعبي دوري نجوم العراق لصفحات البرامج الرياضية عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي.
2. يوفر البحث معطيات علمية بشأن دور صفحات البرامج الرياضية في تشكيل سلوكيات لاعبي الدوري العراقي.
3. يساعد البحث في تحديد المحتوى الذي يفضله اللاعبون عبر الصفحات الرياضية.
4. إثراء الجانب العلمي والعملي في الإعلام الرياضي الحديث، وتجسيد سلوك اللاعبين.
5. يُعد البحث مصدراً مهماً مستقبلياً للباحثين اللاحقين الراغبين بالكتابة في الإعلام الرياضي ومواقع التواصل الاجتماعي.

أهداف البحث:

يبتغي الباحثان التوصل إلى مجموعة محددة من الغايات التي يتم من خلالها إزالة الغموض الذي يدور حول مشكلة البحث وتساؤلاتها البحثية، إذ تم صياغة مجموعة من الأهداف التي تبسط البحث وتساهم في إنجاز العمل بسرعة، وتتلخص في:

1. التعرف على دور صفحات البرامج الرياضية في المساهمة بتشكيل سلوكيات لاعبي دوري نجوم العراق.
2. الكشف عن عادات وأنماط استخدام لاعبي دوري نجوم العراق لصفحات البرامج الرياضية.
3. معرفة الأسباب التي دعت لاعبي دوري نجوم العراق إلى متابعة صفحات البرامج الرياضية.

4. تحديد حجم اعتماد لاعبي دوري نجوم العراق على تلك الصفحات في متابعة الأحداث الرياضية.
5. معرفة مدى مساهمة صفحات البرامج الرياضية في إشاعة الروح الرياضية بين لاعبي دوري نجوم العراق.
6. التعرف على مدى مساهمة صفحات البرامج الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية بين لاعبي دوري نجوم العراق.

منهج البحث ونوعهِ:

نوع البحث: يُعتبر هذا البحث بحثاً وصفياً، "يستهدف تحليل خصائص ظاهرة معينة أو موقف معين أو دراسة حقائق ظاهرة ما تغلب عليها صفة التحديد، فضلاً عن دراسة مجموعة من الجماهير للتوصل إلى معلومات وبيانات وحصرها وجدولتها، وتفسيرها واستخلاص النتائج والاستنتاجات". **(اسماعيل، 2011، صفحة 96)، منهج البحث:** أما من حيث المنهج فقد استعان الباحثان بالمنهج المسحي عن طريق تصميم أداة الاستبيان لدراسة لاعبي دوري نجوم العراق، والوصول إلى النتائج في موضوع البحث.

مجتمع البحث وعينتهِ:

مُجتمع البحث: هو مجموعة من الأفراد والجماعات يستهدفها الباحث لدراستها والعمل على تحقيق أهداف البحث من خلالها، وتمثل مجتمع البحث بلاعبي دوري نجوم العراق الذين يستخدمون صفحات البرامج الرياضية في مواقع التواصل الاجتماعي، أما بالنسبة **لعينة البحث:** فقد تم استقطاع عينة عمدية قصدية، وبأسلوب الحصر الشامل لجميع لاعبي الأندية الجماهيرية الأربعة في العراق وهي (القوة الجوية والشرطة والطلبة والزوراء)، وبواقع (100) لاعب، (25) لاعبا من كل فريق، وذلك نظراً لصعوبة جمع البيانات عن جميع أندية الدوري الذي يتكون من (20) فريقاً.

حدود البحث:

1. **الحدود الزمانية:** تحدد في المدة الممتدة 2024/11/1 إلى 2025/2/28، وهي الفترة التي شهدت إعداد البحث وإعداد استمارة الاستبيان، وتوزيعها على العينة ، وتفريغها على نظام الإكسل (EXCEL)، والتوصل إلى النتائج والاستنتاجات.
2. **الحدود المكانية:** تحدد في أندية القوة الجوية والشرطة والطلبة والزوراء، ويعود سبب اختيار الباحثين لهذا المجال كون هذه الأندية تُعد أندية تمتلك قاعدة جماهيرية كبيرة في العراق، فضلاً عن صعوبة حصر جميع أندية الدوري البالغ عددهم (20) نادياً، لذلك تم اختيار الأندية الجماهيرية فقط.
3. **الحدود البشرية:** تحدد بلاعبي دوري نجوم العراق، إذ تم توزيع (25) استمارة على كل نادي، وذلك تبعاً للعدد المسموح به للنادي في تسجيل اللاعبين للموسم الكروي، وبمجموع كلي بلغ (100) استمارة.

الصدق والثبات:

الصدق: تم التوصل إلى صدق الاستبانة عن طريق اتباع طريقة (الصدق الظاهري)، وذلك بعرضها على مجموعة من المحكمين في مجالي الإعلام والرياضة والذي بلغ عددهم (9) محكمين، (5) من كلية الإعلام - جامعة بغداد و(4) من كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة - جامعة بغداد، وتم استناداً إلى ملحوظات المحكمين إجراء التعديلات المطلوبة والضرورية على استمارة الاستبيان وإعادة صياغة الاسئلة الصالحة وترتيبها، وقد تحقق الصدق ظاهرياً عن طريق تحكيم المحكمين، إذ بلغت نسبة اتفاق الخبراء (95.3%) وهي نسبة عالية للاتفاق، وهذا ما يوضح أن أسئلة الاستبانة جيدة وصالحة للاستخدام في الجانب العملي.

الثبات: قام الباحثان بإجراءات الثبات عن طريق معامل (الفاكرونباخ) للاتساق الداخلي، إذ يعتمد على اتساق الفرد من فقرة إلى أخرى، وقد تم استخراج الثبات عن طريق هذا المعامل من خلال استخدام عينة من الاستبانات البالغ عددها (10) واستعمال معامل الفا، وقد بلغ الثبات لأسئلة الاستبيان (0.76)، و(0.79) الثبات لفروض البحث.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

1. اعتمد الباحثان في معالجة البيانات وتفريغها وتحليلها على برنامج مايكروسوفت اكسل (EXCEL).
2. استخدام الأساليب الإحصائية (النسب المئوية والتكرارات) لكل بديل ورد في استمارة الاستبيان لمعرفة الأكثر تفضيلاً من قبل عينة البحث.
3. استخراج (الانحراف المعياري): وذلك للحصول على معامل تشتت على قدر أكبر من الدقة والثبات، ومن أجل معرفة تجانس إجابات افراد العينة بشأن الموافقة أو عدمها على فقرات الفروض.

4. اعتماد (الوسط الحسابي): وذلك بسبب اختلاف أهمية كل فقرة من الفقرات.
5. استخدام معامل (الفا كرونباخ): لقياس ثبات أداة الاستبانة.

الدراسات السابقة:

الدراسات العربية:

- **دراسة** (gaafar & Al-Hadabi, 2023): **Mass Media Role in Spreading the Sports for All Culture among Female University Students in the Sultanate of Oman in the Light of Oman Vision 2040**

ملخص الدراسة: تتناول هذه الدراسة دور وسائل الإعلام بنشر ثقافة الرياضة للجميع بين طالبات الجامعات في سلطنة عُمان، في إطار رؤية عمان 2040، وتركز الدراسة على معرفة مدى تأثير الإعلام في تشجيع النساء على ممارسة الرياضة وتحقيق مجتمع صحي عن طريق تعزيز المفاهيم الرياضية في حياتهن، **أهداف الدراسة:** سَعت الدراسة إلى كشف دور وسائل الإعلام الجماهيري في انتشار الثقافة الرياضية بين النساء في سلطنة عُمان ضمن رؤية عمان 2040، **منهجية الدراسة:** استخدم الباحثان المنهج الوصفي عن طريق الأسلوب المسحي وتصميم أداة الاستبيان، وتم إعداد أداة الاستبيان وتطبيقهاعلى عينة استطلاعية تتكون من (25) مبحوثاً خلال المدة الممتدة من 2 إلى 15 ديسمبر 2020، ثم تم تطبيقها على العينة الأساسية للبحث والتي تتكون من (84) مبحوثاً، وذلك من 20 ديسمبر 2020 إلى 1 فبراير 2021، **أهم النتائج:** 1. أشارت النتائج المستنبطة من البحث إلى تركيز الوسائل الإعلامية الجماهيرية على أهمية ممارسة الأنشطة الرياضة للمجتمع العماني كافة. 2. وجود تأثيرات إيجابية لهذه الأنشطة على الصحة النفسية والاجتماعية والبدنية. 3. أثبتت النتائج أن وسائل الإعلام الجماهيرية لا تساهم في تطوير الخبرات الحياتية ولا تزيد من القدرة على التعبير عن الذات. 4. أكثر الوسائل الإعلامية المستخدمة لتحقيق أهداف الرياضة للجميع كانت كالتالي:المواقع الإلكترونية ثم القنوات الفضائية ثم المحطات الإذاعية ثم الصحف.

- **دراسة** (Al Ganideh & Good, 2016) **: The magic of soccer: Transforming animosity into love (An empirical study of Arab fans and major European soccer leagues)**

ملخص الدراسة: تُعَد الرياضة أداة حيوية يمكن استخدامها لتعزيز الوعي العالمي ودعم التفاهم بين الثقافات المختلفة وفهم العلاقات الدولية، وتناولت هذه الدراسة سلوك المشجعين تجاه الفرق المحلية وتحديد هوية الفريق المحلي، **أهداف الدراسة:** تهدف إلى الكشف عن ما إذا كان تشجيع العرب للأندية الأوروبية يؤثر على مشاعر العداء تجاه تلك البلدان. **منهجية الدراسة:** تم جمع بينات عينة مقدارها (154) أردنياً يعيشون في مدينتين رئيسيتين في الأجزاء الوسطى والشمالية من الأردن، باستخدام المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي. أهم النتائج: تشير النتائج إلى أن الأردنيين الذين يعجبون بأندية كرة القدم من إنجلترا وإيطاليا وإسبانيا لديهم مشاعر أقل من العداء تجاه هذه البلدان، كما أن هذه المشاعر قد تتحول بشكل محتمل إلى رغبة الأردنيين في شراء منتجات من هذه البلدان.

- **دراسة** (نور الدين، 2020) **: تأثير الإعلام الرياضي في تحقيق قيم التنشئة الاجتماعية عند الجمهور في المجال الرياضي**

ملخص الدراسة: يلعب الإعلام في الجزائر دوراً في التأثير على الكثير من سلوكيات الإنسان في المجال الرياضي والتأثير على العديد من المجالات مثل التنشئة الاجتماعية التي لها تأثير كبير على فئات المجتمع وخاصة جيل الشباب والناشئة، وتكمن المشكلة البحثية للدراسة بالتساؤل الرئيس الآتي: هل للإعلام الرياضي تأثير في تحقيق قيمة التنشئة الاجتماعية بين الجمهور في المجال الرياضي؟ **أهداف الدراسة:** تهدف إلى معرفة تأثير الإعلام الرياضي في التنشئة الاجتماعية المتحققة لدى الجمهور في المجال الرياضي، عن طريق تحديد الأدوار والعلاقات وضبط الواجبات والحقوق ومدى انعكاسها على حياة الأفراد. **منهجية الدراسة:** اعتمدت على المنهج الوصفي المسحي الذي يتلاءم مع طبيعة الدراسة، وبالنسبة لمجتمع الدراسة فقد كان مجموع الإعلام بين المتخصصين في المجال الرياضي، وبلغ عددهم (300) إعلامياً يعمل في مؤسسات إعلامية متعددة، فضلاً عن اختيار عينة عمدية قصدية قوامها (35) إعلامياً من مختلف الوسائل الإعلامية، **أهم النتائج:** 1. يساهم الإعلام الرياضي في التأثير على تصرف وسلوك الأفراد باستخدام وسائل تكنولوجية متطورة. 2. تكوين الشخصية الاجتماعية في إطار العلاقات الاجتماعية. 3. يساهم في التنشئة الاجتماعية من أجل تحقيق النمو النفسي والتربوي والاجتماعي والعقلي والانفعالي للأفراد.

- **دراسة** (علي و ريسان، 2015) **: دور الإعلام الرياضي المرئي في الجانب المعرفي والثقافي لمدربي الدوري العراقي الممتاز بكرة القدم.**

ملخص الدراسة: تسعى الدراسة إلى معرفة تأثير الإعلام الرياضي في العراق على مدربي الدوري العراقي لكرة القدم، والكشف عن العلاقة بينهم والعمل على دعم الأنشطة الرياضية وتعزيز المهارات والخبرات التدريبية لدى المدربين، **أهداف الدراسة:** تهدف إلى معرفة مدى مساهمة الإعلام الرياضي المرئي في تدعيم وتطوير الخبرات التدريبية لدى مدربي الدوري العراقي الممتاز لكرة القدم، فضلاً عن تصميم مقياس الخبرات التدريبية لديهم. **منهجية الدراسة:** تُعد الدراسة من البحوث الوصفية التي تستخدم الأسلوب المسحي، وكان مجتمع الدراسة هو مدربي الدوري العراقي الممتاز لكرة

القدم للموسم 2014-2015 ، وتم اقتطاع العينة بطريقة عمدية بواقع (80) مدرباً، وبعد تقسيم لجنة المسابقات فرق الدوري إلى مجموعتين كل مجموعة تظم (10) فرق، ونتيجة لانسحاب نادي السليمانية أصبحت عينة البحث (76) مدرباً، **أهم النتائج:** 1. وجود مستويات متباينة بين المدربين في مجال الخبرة التدريبية التي يمتلكونها منها المرتفعة ومنها المتوسطة. 2. استيفاء الخبرات التدريبة لدى المجالات المقدمة في تصميم المقياس. 3. للإعلام الرياضي دور في تعزيز الخبرات التدريبية لدى المدربين.

- دراسة (شعبان، 2018): فاعلية البرامج التلفزيونية الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب

ملخص الدراسة: سعت هذه الدراسة لمعرفة تأثير مشاهدة الشباب للبرامج الرياضية التلفزيونية على المستوى الثقافي الرياضي لديهم في جمهورية العراق، وكيفية تأثيرها على المتغيرات الديموغرافية جراء هذه المشاهدة، وتسعى إلى الإجابة عن التساؤل الرئيس (ما الدور الذي تقوم به البرامج الرياضية لتنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب؟ **أهداف الدراسة:** الكشف عن مدى مشاهدة الشباب للبرامج الرياضية ومدى تأثير هذه المشاهدة على المستوى الثقافي لديهم فضلاً عن معرفة تأثير المتغيرات الديموغرافية للشباب على مستويات المشاهدة للبرامج الرياضية، **منهجية الدراسة:** استخدمت الباحثة في دراستها المنهج المسحي وتم اختيار عينة عمدية من (200) طالب وطالبة من كليات جامعة بغداد (التربية الرياضية، الإعلام ، الهندسة، العلوم السياسية، التربية للبنات)، **أهم النتائج:** توصلت الدراسة إلى أن للبرامج الرياضية تأثيراً قوياً على ثقافة الشباب من خلال مشاهدتهم للبرامج الرياضية، كما تم إثبات وجود فروقات دالة إحصائياً في المتغيرات الديموغرافية المتعلقة بمشاهدة البرامج الرياضية، بينما لم تُظهر البحث علاقة دالة بين مستوى الثقافة الرياضية ونوع البرامج المشاهدة.

- دراسة (عبد الامير و كاظم، 2015) : مهارات الاتصال والسلوك القيادي للمدرب الرياضي وعلاقته بدقة الأداء الفني الدفاعي للاعبي كرة القدم

ملخص الدراسة: تستهدف الدراسة معرفة مدى أهمية القيادة في الأنشطة التدريبية في جمهورية العراق، خصوصاً في كرة القدم، حيث لابد من تحقيق التفاعل بين المدرب واللاعبين لتحقيق الأهداف المنشودة، وتحقيق دور المدرب في التأثير على سلوك اللاعبين داخل ملعب المباراة و تحليل أدائهم الفني، **أهداف الدراسة:** تهدف إلى معرفة مهارات الاتصال والسلوك القيادي للمدرب، **منهجية الدراسة:** استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وكان مجتمع الدراسة (أندية الدوري الممتاز)، في حين كانت العينة (81) لاعباً مقتطعة بطريقة قصدية (عمدية) من (6) أندية في الدوري، **أهم النتائج:** وجود علاقات ارتباط معنوية بين مهارات الاتصال والسلوك القيادي في أندية الجيش، الكاظمية، الكرخ، في حين كان الارتباط ضعيفاً في أندية الرمادي، العلوم، السكك.

الدراسات الاجنبية:

- دراسة (Pilar, Rafael, Félix, & Gabriel, 2019) : Impact of sports mass media on the behavior and health of society. A systematic review

ملخص الدراسة: أضحت الرياضة ذات أهمية كبيرة في الوسائل الإعلامية الرياضية المختلفة بشكلٍ واضح خلال السنوات السابقة، الأمر الذي أدى إلى تكوين تصورات للمجتمع حول النشاطات البدنية والقيم المرتبطة به، و تم إجراء مراجعة منهجية للدراسات الدولية (Scopus وWeb of Science) المنشورة بين عامي 2007 و 2018 في إسبانيا، **أهداف الدراسة:** الهدف الرئيس من هذه الدراسة هو معرفة مدى تأثير وسائل الإعلام الرياضية الجماهيرية على سلوك وصحة المجتمع، في الوقت الذي يشهد تزايدا في انتشار وسائل الإعلام وتنوعها، **منهجية الدراسة:** تضمنت الدراسة عينة أولية من (313) مقالة بحثية ناقشت أهمية العوامل العاطفية فيما يتعلق بالعمليات الإدراكية، فضلاً عن تحديد الروابط مع مختلف المؤشرات السلوكية، مثل القدرة التنافسية، والعنف، وتحسين الذات المرتبط بالجهد، **أهم النتائج:** 1. أظهرت النتائج أن الغالبية العظمى من الدراسات المشمولة (75%) استخدمت تصميمًا منهجيًا عرضيًا، وتم إجراء البحث في 12 دولة مختلفة، وكانت الولايات المتحدة هي الدولة التي أُجري فيها معظم الأعمال، تليها أستراليا التي شهدت ثلاث دراسات مشمولة، وكانت كرة القدم (34.54%) هي الرياضة التي حظيت بأكبر قدر من الاهتمام، وكان التلفزيون (56%) هو الوسيط الذي تم تحليله بشكل أكثر تكرارًا في الدراسات البحثية. 2. في الدراسات المختارة، كانت التأثيرات العاطفية (33.3%) هي الأكثر دراسة، تليها فئات الصحة والاستهلاك (22.2%)، بينما كانت العنف هي نوع التأثير الذي تلقى أقل قدر من الاهتمام في الدراسات البحثية (2.8%).

- دراسة (Nisar, Prabhakar, & Patil, 2018) spectator interest Sports clubs' use of social media to increase

ملخص الدراسة: تعمل هذه الدراسة على معرفة وفهم كيف يمكن استخدام التواصل الاجتماعي داخل الأندية الرياضية في انجلترا وذلك بهدف زيادة المشاهدين وما إذا كانت تستخدم هذه الوسائل كإستراتيجيات لإدارة العلاقات مع العملاء، نظراً للنمو والتطور التكنولوجي المتنامي مؤخراً، **أهداف الدراسة:** تهدف الدراسة إلى معرفة مدى مساهمة منصات التواصل الاجتماعي كوسيلة تستخدمها الأندية الرياضية لزيادة التفاعل مع العملاء وجذب اهتمام المشاهدين، **منهجية الدراسة:** تم تطبيق أسلوبين متكاملين مع استخدام مقياس جديد لتحليل وتحديد تفاعل المواقع الإلكترونية وتفاعل فيسبوك للأندية الرياضية الـ 32 خلال كأس الأبطال الأوروبي لعام 2014-2015، فضلاً عن استخدام 6 عناصر على مقياس من 7

نقاط لقياس درجة اعتقاد الشخص بأن الموقع الإلكتروني يسمح بتدفق حر للمعلومات، تم استخدام معامل الارتباط لبيرسون لصفحات فيسبوك لاستكشاف قوة العلاقة بين متغيرين، وتحليل تفاعل المشاهدين، **أهم النتائج:** 1. زيادة تفاعل العملاء عبر منصات التواصل الاجتماعي تزيد من نسب المشاهدة، 2. مستوى التفاعل مع الموقع الإلكتروني للنادي الرياضي لا يعتمد على أدائه ضمن البطولة، 3. الأندية التي تحقق نتائج إيجابية أو التي تكون بمستوى عالٍ في دوري أبطال أوروبا لا تتفاعل بشكل أفضل مع مشجعيها مقارنةً بالذي أدنى. 4. تمتلك منصات التواصل الاجتماعي مساهمة فعالة ولديها دور مهم في التسويق وجذب أنظار المشاهدين إلى المؤسسات الرياضية إذا استخدمت بشكل مناسب.

- **دراسة** (Wang & Zhou, 2015) **How Do Sports Organizations Use Social Media to Build Relationships? A Content Analysis of NBA Clubs' Twitter Use**

ملخص الدراسة: أصبح لوسائل التواصل الاجتماعي استخدام متزايد من قبل المنظمات الرياضية للتواصل مع الجمهور، حيث كشفت هذه الدراسة عن ممارسات استخدام تويتر من قبل أندية الدوري الأمريكي للمحترفين (NBA) خلال موسم 2013-2014، وركزت على كيفية استخدام هذه الأندية لتويتر في بناء علاقات مهنية، شخصية، ومجتمعية من خلال تحليل محتوى 5,561 تغريدة على مواقعها الرسمية في تويتر، **أهداف الدراسة:** تهدف إلى الكشف عن كيف تستخدم أندية الدوري الأمريكي للمحترفين (NBA) لتويتر في بناء علاقات مع متابعيها، من خلال إجراء تحليل مضمون لحسابات تويتر الخاصة بالأندية في الدوري، **منهجية الدراسة:** تستخدم هذه الدراسة المنهج التحليلي الذي يعتمد على تحليل حسابات تويتر الرسمية لأندية الدوري الأمريكي للمحترفين، من خلال مكونات مختلفة مثل أنواع المحتوى المنشور، تكرار المنشورات، استراتيجيات التفاعل، وردود الأفعال تجاه المعجبين، شملت عينة الدراسة الحسابات الرسمية لتويتر لجميع الأندية في الدوري الأمريكي للمحترفين خلال إطار زمني محدد (موسم 2020-2021)، **أهم النتائج:** 1. أندية الدوري الأمريكي للمحترفين تميل إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتطوير علاقات مهنية مع جمهورها من خلال مشاركة المعلومات.

2. كانت هناك علاقات معنوية بين أبعاد العلاقة وعدد إعادة التغريدات والإعجابات من متابعي تويتر.

التعليق على الدراسات السابقة:

تقتضي الضرورة العلمية وبعد استعراض الدراسات السابقة (العربية والاجنبية) توضيح والكشف عن أوجه التشابة والاختلاف بين دراستنا والدراسات السابقة من حيث:

موضوع الدراسة: تناولت جميع الدراسات متغيراً من متغيرات الدراسة المتمثل في الإعلام الرياضي، صفحات البرامج الرياضية، الثقافية الرياضية، السلوكيات.

نوع الدراسة: تتشابه جميع الدراسات السابقة مع دراستنا من حيث النوع في كونها من الدراسات الوصفية، ما عدا دراسات (Pilar, Rafael, Félix, & Gabriel, 2019)و ((Nisar, Prabhakar, & Patil, 2018 و ((Wang & Zhou, 2015 فقد كانت من الدراسات التحليلية.

المنهج المستخدم: تم استخدام المنهج المسحي في جميع الدراسات وهو الأمر الذي يتشابه مع دراستنا الحالية، ما عدا دراسات (Pilar, Rafael, Félix, & Gabriel, 2019)و ((Nisar, Prabhakar, & Patil, 2018 و ((Wang & Zhou, 2015 فقد استخدمت منهج تحليل المظمون.

العينة المستخدمة: كانت العينة في جميع الدراسات السابقة وفي هذه الدراسة هي عينة عمدية قصدية.

حدود الإستفادة من الدراسات السابقة:

1. ساهم وضع الدراسات السابقة في بلورة الأفكار لدى الباحثين والتوصل إلى صياغات دقيقة للعنوان البحثي.
2. ساهمت في صياغة مشكلة البحث ووضع التساؤلات الملائمة وصياغة الأهمية والأهداف والفروض، فضلاً عن معرفة المناهج البحثية التي استخدمت في الدراسات السابقة.
3. إثراء الإطار النظري.
4. بناء استمارة البحث بعد الإطلاع على الاستمارات المستخدمة في الدراسات السابقة، وتشكيل تصورات كاملة بشأن محاور استمارة الاستبيان.
5. التعرف على المقاييس المختلفة التي عمل الباحثان على تطويرها عن طريق إعادة الصياغة والإضافة والحذف.
6. أسهمت معرفة نتائج الدراسات السابقة في مساعدة الباحثين لتحليل نتائج البحث الحالية.
7. إطلاع الباحثين على الدراسات السابقة ساعد في معرفة مكان البدء من حيث ما انتهى إليه الآخرون.

مفاهيم (مصطلحات البحث):

الدور: وهو "مجموعة من التوقعات والسلوكيات التي ينفذها الأفراد والمؤسسات والمنصات المتعددة، يشمل الدور التفاعلات والتصرفات التي يتبناها الأفراد استناداً إلى توقعات المجتمع أو الثقافة التي ينتمون إليها، وهو يساعد في تشكيل الهوية الاجتماعية للفرد وتفاعلاته مع الآخرين." (علي، 2022)

البرامج الرياضية: وهي عبارة عن محتويات إعلامية يتم بثها عن طريق وسائل الإعلام المختلفة، كالتلفزيون، الإذاعة، والإنترنت، تهدف إلى نقل

المعلومات الرياضية وتغطية الأحداث الرياضية المتعددة بطريقة مباشرة أو بالتسجيل تبث في وقت لاحق، وتشمل هذه البرامج تغطية المباريات، التحليل الفني للأداء الرياضي، فضلاً عن البرامج التي تركز على المواضيع الرياضية بشكل عام مثل اللياقة البدنية، والطب الرياضي، والتدريب الرياضي. (كنعان، 2021)

السلوكيات: وهي مجموعة من الأفعال و التصرفات التي تصدر من الأفراد والجماعات نتيجة لمؤثرات مجتمعية، بيئية، داخلية أو خارجية، ويمكن أن تكون هذه السلوكيات ظاهرة أو غير ظاهرة، وتختلف السلوكيات بناءً على العوامل النفسية، الاجتماعية، الثقافية، والبيئية، وتتراوح السلوكيات من سلوكيات إيجابية كالتعاون، إلى سلوكيات سلبية مثل العدوانية أو العنف. (العمري، 2020)

التعريفات الإجرائية:

الدور: وهو مدى قدرة الصفحات الرياضية على تشكيل سلوكيات لاعبي دوري نجوم العراق عن طريق منصات التواصل الاجتماعية.

الصفحات: وهي واجهة البرامج الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث لكل برنامج رياضي واجهة خاصة بهِ على تلك المواقع، تحتوي على الأشكال الإخبارية المتنوعة حيث تقوم إدارة تلك الصفحات بنشر الصور والمقاطع الفيديوهية وأخبار عن الأحداث الرياضية وفي بعض الأحيان يتم نشر استطلاعات رأي للجماهير ... الخ .

البرامج الرياضية: وهي البرامج التي تهتم وتُعنى بالشأن الرياضي، وباختلاف أشكالها الحوارية والإخبارية وذات القوالب المتعددة (برامج المجلة) متعددة الفقرات.

السلوكيات: وهي التصرفات والأفعال التي يقوم بها اللاعبون داخل المستطيل الأخضر وخارجهِ، والتي تعكس سلوكهم الاحترافي.

دوري نجوم العراق: وهو الاسم الرسمي للدوري العراقي للمحترفين بنسختهِ الاحترافية الجديدة، والذي أطلقتة رابطة الليغا الاسبانية بعد توقيع مذكرة شراكة بين الجانبين العراقي والإسباني، وقد بدأ العمل تحت هذه التسمية في موسم 2024-2023 .

الإطار النظري للدراسة:

أولاً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :

يكمن السبب الرئيس لدراسة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام هو التعرف على الأسباب التي تجعل من وسائل الإعلام أدوات مؤثرة وفعالة بشكل قوي ومباشر في بعض الأحيان وتأثير غير مباشر وضعيف إلى حد ما في أحيان أخرى. (مكاوي، 1998، صفحة 314)

خصوصاً وأن الأفراد يميلون إلى الاعتماد على وسائل الإعلام باعتبار هذه الوسائل مصدرا مهما من مصادر تحقيق الأفراد لأهدافهم كالحق في المعرفة التي تساعده في اتخاذ القرارات الاجتماعية والشخصية، فضلاً عن تحقيق هدف التسلية والترفيه لديهم. (عبد الحميد، 2004، صفحة 298)، وعليه فإن اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام بصيغتها التقليدية أو صفحات القنوات والبرامج التلفزيونية على مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على سلوكيات الأفراد بناء على ما يتم عرضه في تلك البرامج ودرجة اعتماد الأفراد ومتابعتهم لتلك الصفحات والتفاعل معها، خصوصاً وأن أحد أبرز مهام تلك الوسائل هي الترويج وتعريف الأفراد بالشخصيات العامة أو المؤثرة من بلدان مختلفة ومجالات متعددة والمجال الرياضي وأحد من أبرز وأهم تلك المجالات. (عبدالحسن، 2022، صفحة 223)

وسواء أكان التفاعل على المستوى الاجتماعي بين الأفراد ، أو كان الأفراد مرسلين ومتلقين أو المتلقين فيما بينهم، أو حتى على المستوى الإدراكي بمعنى إدراك الفرد لمدى تأثير الوسيلة التفاعلية عليه من ناحية التعامل مع الرسالة أو من ناحية تعامل المستخدمين مع بعضهم، فضلاً عن المستوى النفسي الاجتماعي والذي يمثل عملية الاتصال هنا بالنسبة للأفراد هي ممارسة تعبر عن حاجات الفرد ورغباته ودوافعه التي يحققها باعتماده على تلك الوسائل. (الشمايلة، اللحام، و كافي، 2015، صفحة 103،107)

خصوصاً وأن الإنسان في حالة سعي دائم لإقامة علاقات تبادلية مع محيطه الاجتماعي، وأحد أبرز هذه الروابط في العلاقة التبادلية هي حصوله على المعلومات التي تؤهله للتعامل مع هذا المحيط بما يعترض أمامه من مواقف وأحداث، (عزيز، 2020، صفحة 182) ، في المحصلة تجعل من اعتماده على القنوات الفضائية ضرورة لاكتساب تلك المعارف والمعلومات التي تزيل الغموض الذي يحيط ببعض القضايا ويلبي حاجاته المتنوعة، والتي ترتبط بمجموعة من التأثيرات التي تحدثها تلك الوسائل على أفراد الجمهور وهي تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية. (السنجري، 2018، صفحة 36)

إذ تتمثل الآثار المعرفية بإزالة الغموض وتفسير الأحداث في المجتمع وتشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا وترتيب أولوياتهم إزاءها، فضلاً عن التأثيرات الوجدانية التي تتضمن عددا من التأثيرات منها الفتور العاطفي تجاه القضايا والأحداث في المجتمع أو الشعور بالقلق والخوف والاغتراب وغيرها من التأثيرات الوجدانية، أما التأثيرات السلوكية فمنها زيادة سلبية الأفراد والعزوف عن المشاركة السياسية على سبيل المثال، أو تنشيط الأفراد ودفعهم لاتخاذ سلوك إيجابي فعال في المجتمع، بمعنى أن التأثيرات السلوكية تحمل الجانبين السلبي والإيجابي من التأثير على الأفراد . (جابر، 2015، صفحة 121،124)

وهذا يفسر عملية الاعتماد المتبادلة ما بين أفراد النخبة ووسائل الإعلام، وكيف أن أحدها بحاجة إلى الآخر فالنخبة بحاجة إلى مصادر تدعمها بالمعلومات والمعارف حول الأحداث والقضايا وطرحها للنقاش، كذلك تمثل النخبة محورا مهما من محاور الأخبار والبرامج في القنوات ومواقعها وصفحاتها الالكترونية. (حدادي، 2020، الصفحات 149-150)

ثانياً: الإعلام الرياضي وصفحات البرامج الرياضية

يعد الإعلام الرياضي واحدا من مجالات الإعلام الكثيرة المؤثرة في الواقع الاجتماعي سواء على الجمهور أو حتى على ممارسي الرياضة وروادها، إذ يمثل الإعلام الرياضي وبوسائله الإعلامية المتنوعة، المكتوبة والمسموعة والمرئية والرقمية، عنصر جذب كبيرا للجمهور في متابعة الأنشطة الرياضية المتنوعة، فضلاً عن كونه عاملا مهما ومؤثرا في صناعة الشهرة الرياضية لممارسي الرياضة بشتى المجالات، إضافة إلى ذلك من الممكن أن يكون عنصرا مهما ومؤثرا كذلك في السلوك الإنساني لممارسي الرياضة والجمهور على حد سواء. (سلمان، 2017، صفحة 6) ، لذا انطلاقاً من هذا المبدأ يسعى هذا البحث إلى الكشف عن الانعكاسات السلوكية التي من الممكن أن تطرأ على سلوكيات لاعبي دوري نجوم العراق لكرة القدم نتيجة تعرضهم لصفحات البرامج الرياضية وما يتم نشره فيها من مضامين، خصوصاً وأن الإعلام الالكتروني بشكل عام والرياضي بشكل خاص أصبح جزءا لا يتجزأ عن منظومة العمل الإعلامي والرياضي، بل ومؤثر وفعال في الحركة الرياضية أجمع سواء أكانت محلية أم اقليمية أم دولية، وسواء أكانت من ناحية تزويد الجمهور بالأخبار والمعلومات عن الفعاليات والألعاب الرياضية أو حتى عن نجومهم المفضلين أو خلق رأي عام تجاه العديد من القضايا والأحداث الرياضية المتنوعة، بل ومن الممكن أن يصل الأمر إلى أبعد من ذلك عن طريق خلق سلوكيات عدوانية أو متعصبة تجاه هذه القضايا والأحداث من قبل الجمهور أو الرياضيين أنفسهم. (دسوقي، 2022، صفحة 495)، وبالتالي يمكن تعريف صفحات البرامج الرياضية تعريفاً إجرائياً وفق ماهو مناسب لموضوع البحث، إذ نقصد بها هنا: تلك الصفحات التي تم إنشاؤها على مواقع التواصل الاجتماعي للبرامج الرياضية المعروضة على القنوات الفضائية، إذ تتيح هذه الصفحات تفاعلية أكبر للجمهور والرياضيين مع مضامين هذه البرامج، واكتسبت ميزة التفاعلية هذه من مزايا التطبيق ذاته، بمعنى أن لهذه الصفحات خصائص اكتسبتها من خصائص الوسيلة الالكترونية وهي: (الشاعر، 2015، صفحة 67)

1. الشمولية: بمعنى إلغاء الحواجز الجغرافية والمكانية وحتى اللغوية.
2. التفاعلية: إذ يمكن للجمهور أن يكون مشاركا بالرسالة الاتصالية وليس مستلما لها فقط.
3. تعدد الاستخدامات وسهولتها وتنوعها.

ثالثاً: دور الإعلام في تشكيل السلوك

تطرق العديد من علماء الاجتماع إلى دراسة وتحديد مفهوم السلوك فمنهم من وصفه على أنه "الفعل الذي يقوم به الفرد والذي يشير إلى اتجاه نحو شيء معين أو شخص أو فكر معين، أي أنه ترجمة علمية لاتجاهات الفرد نحو الأشياء والأشخاص والأفكار". (عبد الهادي، 2011، صفحة 195) ، لذلك عمد العديد من علماء الاتصال على دراسة الدور الذي يقوم به الإعلام من ناحية التأثير على الجمهور، إذ يرى كل من ماكلوهان وهارولد اينيس أن أشكال الاتصال المتنوعة تحتاج بدورها إلى متطلبات متنوعة لإحداث التأثير المعرفي والوجداني والسلوكي وبالتالي إحداث تأثير يدفع المتلقي إلى استخدام وسائل الاتصال لإشغال وقت الفراغ من جهة وإقامة الممارسات الثقافية والترفيهية وغيرها من الممارسات التي تلبي حاجاته ودوافعه. (بالنافز، هيميلرمك، و شوسميث، 2017، صفحة 116). فالإعلام الرياضي ليس بمعزل عن هذه التأثيرات التي يحدثها الإعلام بشكل عام خصوصاً أن طبيعة ارتباط الإعلام الرياضي بالجمهور لها خصوصية نابعة من الطبيعة الرياضية نفسها سواء أكان الجمهور أفرادا مشجعين لفرق معينة أو لاعبين في المجال الرياضي، ومن هنا تبرز لنا عدة تأثيرات يحدثها الإعلام الرياضي في الجماهير وتتضمن: (صالح و حسن، 2019، صفحة 112).

1. تغيير الموقف أو الاتجاه الرياضي.
2. تغيير المعرفة الرياضية: بمعنى أن توفر البرامج الرياضية مجموعة من المعارف الرياضية والمعلومات عن مختلف الأنشطة الرياضية ، فضلاً عن إمكانية تطوير تلك المعارف أو تغييرها بما يتناسب مع الأحداث الرياضية والقضايا المختلفة في المجال الرياضي. (شعبان، 2018، صفحة 136)
3. التنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي: إذ يحتاج الإنسان وبمختلف المجالات إلى عملية تنشئة سليمة تخدم المجتمع، والمجال الرياضي ليس بمعزل عن ذلك خصوصاً أنه واحد من أبرز المجالات ذات الصلة العالية بالجمهور سواء من ناحية الترفيه أو الشغف الرياضي أو حتى ممارسة الرياضة، وتتمثل هذه التنشئة بتوفير ما يتطلبة الأمر من المعارف والثقافة الرياضية التي توفر له القدرة على التحليل الرياضي والتفسير حتى الأمن النفسي للمتلقي، سواء أكان هذا المتلقي جمهورا عاديا أم شخصا رياضيا قد يؤثر عدم تنشئته بشكل سليم على إحداث حالة من الفوضى وعدم الاستقرار في السلوك الرياضي ، سواء أكان هذا السلوك داخل الملعب أو مع الفريق أو على مستوى عام. (الزبيدي، محمد، محمد، و جابر، 2019، صفحة 34)، وقد سمح التطور التكنولوجي للإعلام الرياضي بأن يكون على تماس أكثر وتأثير أكبر على الجمهور لما أتيح لهم من إمكانية التواصل والتقارب مع إلغاء حاجز الزمان والمكان مع إمكانية تبادل المعلومات والآراء والأفكار على نحو أكبر وأسرع انتشارا مع التقليل من تأثير حاجز اللغة بينهم، الأمر الذي يزيد من تطور وتنامي المجتمعات في مجالات عدة أبرزها الرياضة. (بلال، 2020، صفحة 32) ، إذ مكنت المواقع الالكترونية

وصفحات العديد من الوسائل الإعلامية إلى نقل المحتوى الرياضي إلى الجمهور بطريقة سلسة وسريعة الانتشار، فضلاً عن إمكانية خلق تفاعل وتأثيرات سلوكية لدى المتلقي نتيجة للتعرض، (أحمد و حميد، 2024، صفحة 65) مع تنامي الإقبال على المضامين الرياضية سواء بوصفها أحد أهم أشكال الترفيه أو بوصفها أحد أبرز أدوات القوى الناعمة للدول بشكل عام. (الثبيتي، 2023، صفحة 377)

نتائج البحث:

أولاً: عادات و أنماط استخدام لاعبي دوري نجوم العراق لصفحات البرامج الرياضية

الجدول (1): يبين الأكثر تفضيلاً لعينة البحث في مشاهدة صفحات البرامج الرياضية

المشاهدة	التكرارات	النسب المئوية	المرتبة
في مواقع التواصل الاجتماعي	42	%42	الأولى
الاثنان معاً	38	%38	الثانية
في القنوات الفضائية	20	%20	الثالثة
المجموع	100	%100	

من خلال الاطلاع على نتائج الجدول (1) أعلاه يتبين: ورود فئة مشاهدة عينة البحث للبرامج الرياضية **عن طريق مو اقع التواصل الاجتماعي**، إذ احتلت المرتبة الأولى بتكرار بلغ 42 مبحوثاً وبنسبة مئوية 42%، ويرجع ذلك إلى سرعة وسهولة انتشارها عبر تلك المواقع، فضلاً عن أن بعض البرامج **تعتمد البث المباشر عبر صفحاتها**، وفي المرتبة الثانية فضل 38 مبحوثاً المشاهدة **عن طريق القنوات الفضائية ومو اقع التواصل الاجتماعي معاً**، وبنسبة مئوية 38%، وهذا ما يؤكد استمرارة وجود القنوات والمتابعة عبر شاشات التلفاز بعد احتلال منصات السوشيل ميديا، أما في المرتبة الثالثة والأخيرة فضل 20 مبحوثاً المشاهدة **عبر القنوات الفضائية** مباشرة، وبنسبة مئوية بلغت 20%.

الجدول (2): يشرح مدى متابعة العينة للبرامج الرياضية

مدى المتابعة	التكرارات	النسب المئوية	المرتبة
أتابعها بشكل متقطع (أحياناً)	47	%47	الأولى
أتابعها بشكل دائم ومستمر (يومياً)	42	%42	الثانية
أتابعها بشكل ضعيف (نادراً)	11	%11	الثالثة
المجموع	100	%100	

أشار الجدول (2) إلى مدى متابعة المبحوثين للبرامج الرياضية، فقد احتلت الفئة **(أتابعها بشكل متقطع)** المرتبة الأولى بعدد تكرارات بلغ 47 وبنسبة مئوية بلغت 47%، وفي المرتبة الثانية جاءت الفئة **(أتابعها بشكل دائم ومستمر)** بتكرار مبحوثين بلغ 42 وبنسبة مئوية 42%، حيث إن أكثر المبحوثين يشاهدون البرامج الرياضية بشكل متقطع، بينما يتابعها عدد أقل بشكل يومي، وفي المرتبة الثالثة **(أتابعها بشكل ضعيف)**، بتكرار بلغ 11 مبحوثاً وبنسبة مئوية 11%.

الجدول (3): يوضح شكل مشاهدة عينة البحث للبرامج الرياضية

شكل المشاهدة	التكرارات	النسب المئوية	المرتبة
مشاهدة مقاطع مجزأة من البرنامج	68	%68	الأولى
مشاهدة البرنامج كاملاً	16	%16	الثانية
الاثنان معاً	16	%16	
المجموع	100	%100	

يشرح الجدول(3) شكل مشاهدة البرامج الرياضية لدى عينة البحث، فقد حلت الفئة **(مشاهدة مقاطع مجزأة من البرنامج)**، بتكرار بلغ 68 وبنسبة مئوية بلغت 68%، وتبين هذه النتيجة أن النسبة الأكبر من عينة البحث يفضلون مشاهدة مقاطع قصيرة من البرامج وذلك بسبب توفرها بأي وقت وسهولة تداولها، تليها فئة **(مشاهدة البرنامج كاملاً)**، بتكرار بلغ 16 وبنسبة مئوية بلغت 16%، ثم فئة **(الاثنان معاً)**، بتكرار بلغ 16 وبنسبة مئوية بلغت 16%.

الجدول (4): يبين مدى مشاركة عينة البحث للبرامج الرياضية مع الآخرين

مدى مشاركة عينة البحث للبرامج الرياضية مع الآخرين	التكرارات	النسب المئوية	المرتبة
أشاركها أحياناً	39	%39	الأولى
أشاركها نادراً	24	%24	الثانية
لا أشاركها	24	%24	الثالثة
اشاركها دائماً	13	%13	الرابعة
المجموع	100	%100	

بعد الاطلاع على نتائج الجدول(4) أعلاه يتبين مدى مشاركة عينة البحث للبرامج الرياضية مع الآخرين، فقد أجاب 39 مبحوثاً بالفئة **(أشاركها أحياناً)**، وبنسبة مئوية بلغت 39%، وهو ما يندرج ضمن سلوك عينة البحث في متابعة ونقل الأحداث الرياضية إلى الآخرين كنوع من المعرفة المتبادلة، ثم فئة **(أشاركها نادراً)**، بتكرار بلغ 24 وبنسبة مئوية 24%، ثم فئة **(لا أشاركها)**، بتكرار بلغ 24 وبنسبة مئوية 24%، وأخيراً حلت الفئة **(أشاركها دائماً)**، بتكرار بلغ 13 وبنسبة مئوية 13%.

ثانياً: الأسباب التي دعت لاعبي دوري نجوم العراق إلى متابعة صفحات البرامج الرياضية

الجدول (5): يوضح الأسباب التي دعت عينة البحث إلى متابعة صفحات البرامج الرياضية

أسباب المتابعة	التكرارات	النسب المئوية	المرتبة
سهولة الحصول على المادة البرامجية	42	%21	الأولى
إمكانية إعادة المادة التلفزيونية أكثر من مرة	39	%19	الثانية
السرعة في انتقال المعلومة	37	%18	الثالثة
التفاعل مع الآخرين	33	%16	الرابعة
الحرية في إبداء الرأي	19	%9	الخامسة
تمضية أوقات الفراغ	18	%9	السادسة
تشعرني البرامج التي تنشر بأهمية المادة المعروضة	16	%8	السابعة
المجموع	204	%100	

يبين الجدول(5) مجموع الإجابات بلغ (204) وذلك بسبب أن الباحث أتاح للمبحوثين اختيار أكثر من بديل من أسباب المشاهدة في استمارة الاستبيان، ويبين أيضاً الأسباب التي دعت عينة البحث إلى متابعة صفحات البرامج الرياضية، فقد حلت في المراتب الثلاثة الأولى على التوالي، الفئات **(سهولة الحصول على المادة البرامجية)** بتكرار بلغ 42 وبنسبة مئوية بلغت 21% **(إمكانية إعادة المادة التلفزيونية أكثر من مرة)** بتكرار بلغ 39 وبنسبة مئوية بلغت 19% **(السرعة في انتقال المعلومة)**، بتكرار بلغ 37 وبنسبة مئوية بلغت 18%، وهذا مايوضح تفضيل عينة البحث للتحكم في مشاهدتهم للبرامج الرياضية بسرعة وسلاسة وبدون قيود تفرض عليهم من قبل القنوات الفضائية كموعد عرض ثابت للبرنامج وعدم إمكانية إعادة مشاهدة البرنامج في الوقت الذي يرغبون به، وحلت الفئات الأخرى تباعاً من المرتبة الرابعة إلى السابعة وكما يلي: **(التفاعل مع الاخرين)** بتكرار بلغ 33 وبنسبة مئوية بلغت 16% **(الحرية في إبداء الرأي)** بتكرار بلغ 19 وبنسبة مئوية بلغت 9% **(تمضية أوقات الفراغ)** بتكرار بلغ 18 وبنسبة مئوية بلغت 9% **(تشعرني البرامج التي تنشر بأهمية المادة المعروضة)** بتكرار بلغ 16 وبنسبة مئوية بلغت 8%.

ثالثاً: حجم اعتماد عينة البحث على صفحات البرامج الرياضية في متابعة الأحداث الرياضية

الجدول (6): يبين حجم اعتماد عينة البحث على صفحات البرامج الرياضية في متابعة الأحداث الرياضية

حجم اعتماد العينة	التكرارات	النسب المئوية	المرتبة
اعتمد عليها بدرجة متوسطة	40	%40	الأولى
اعتمد عليها بدرجة كبيرة	39	%39	الثانية
اعتمد عليها بدرجة قليلة	19	%19	الثالثة
لا أعتمد عليها	2	%2	الرابعة
المجموع	100	%100	

يبين الجدول(6) حجم اعتماد عينة البحث على صفحات البرامج الرياضية في متابعة الأحداث الرياضية، فقد حلت الفئة **(اعتمد عليها بدرجة متوسطة)**، بالمرتبة الأولى بتكرار بلغ 40 وبنسبة مئوية بلغت 40%، تليها فئة **(اعتمد عليها بدرجة كبيرة)**، ثانياً، بتكرار بلغ 39 وبنسبة مئوية بلغت 39%، ثم فئة **(اعتمد عليها بدرجة قليلة)**، بتكرار بلغ 19 وبنسبة مئوية بلغت 19%، وفي المرتبة الأخيرة الفئة **(لا أعتمد عليها)**، بتكرار بلغ 2 وبنسبة مئوية بلغت 2%.

رابعاً: مدى مساهمة صفحات البرامج الرياضية في إشاعة الروح الرياضية

الجدول (7): يوضح مدى مساهمة صفحات البرامج الرياضية في إشاعة الروح الرياضية

مدى مساهمة صفحات البرامج الرياضية في إشاعة الروح الرياضية	التكرارات	النسب المئوية	المرتبة
تساهم	71	%71	الأولى
لا تساهم	29	%29	الثانية
المجموع	100	%100	

يوضح الجدول(7) مدى مساهمة صفحات البرامج الرياضية في إشاعة الروح الرياضية بين اللاعبين داخل وخارج أرضية الملعب، فقد أجاب (71) مبحوثاً بمساهمتها في إشاعة الروح الرياضية، وبنسبة مئوية بلغت 71%، في حين اعترض (29) مبحوثاً وأقرّ بعدم مساهمتها، وبنسبة مئوية بلغت 29%.

ثالثاً: مدى مساهمة صفحات البرامج الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية

الجدول (8): يبين مدى مساهمة صفحات البرامج الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية

مدى مساهمة صفحات البرامج الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية	التكرارات	النسب المئوية	المرتبة
تساهم	79	%79	الأولى
لا تساهم	21	%21	الثانية
المجموع	100	%100	

يوضح الجدول(8) مدى مساهمة صفحات البرامج الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية لدى اللاعبين، ومن وجهة نظر عينة البحث فهنالك دور لتلك الصفحات في إشاعة وتنمية الثقافة الرياضية، فقد أجاب (79) مبحوثاً بالفئة **(تساهم)**، وبنسبة مئوية بلغت 79%، أما (21) مبحوثاً فقد اختاروا الفئة **(لا تساهم)** وبنسبة مئوية بلغت 21%.

نتائج الفروض:

أولاً: تحقق صفحات البرامج الرياضية آثاراً معرفية لدى لاعبي دوري نجوم العراق.

الجدول (9): يوضح الآثار المعرفية المتحققة لدى عينة البحث

الفقرة	الدرجة	التكرارات	النسب المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
المعلومات التي تطرح من خلال صفحات البرامج الرياضية تساعد على فهم أكبر لما يجري من أحداث وقضايا رياضية	اتفق	66	%66	31.13	33.33
	محايد	30	%30		
	لا اتفق	4	%4		
	المجموع	100	%100		
أسهمت في إيضاح معلومات كثيرة كنت أجهلها سابقاً	اتفق	64	%64	28.75	33.33
	محايد	29	%29		
	لا اتفق	7	%7		
	المجموع	100	%100		

الفقرة	الدرجة	التكرارات	النسب المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
ساهمت الصفحات في تشكيل آراء ومواقف جديدة لم تكن موجودة	اتفق	63	%63	27.06	33.33
	محايد	27	%27		
	لا اتفق	10	%10		
	المجموع	100	%100		
المساهمة في الانخراط بالنقاشات والحوارات مع الآخرين بشأن المعروض في البرامج الرياضية	اتفق	70	%70	33.95	33.33
	محايد	27	%27		
	لا اتفق	3	%3		
	المجموع	100	%100		
أسهمت في تسليط الضوء على المشكلات والقضايا التي يعاني منها المجال الرياضي	اتفق	66	%66	31.13	33.33
	محايد	30	%30		
	لا اتفق	4	%4		
	المجموع	100	%100		
توسيع القاعدة المعرفية بالقضايا والمشكلات والموضوعات التي يواجهها المجتمع	اتفق	62	%62	26.76	33.33
	محايد	29	%29		
	لا اتفق	9	%9		
	المجموع	100	%100		

يبين الجدول(9) التكرارات والنسب المئوية للآثار المعرفية المتحققة لدى عينة البحث، حيث تبين أن أكثر فقرة كان الأفراد متفقين عليها هي**"المساهمة في الانخراط بالنقاشات والحوارات مع الآخرين بشأن المعروض في البرامج الرياضية"**، بتكرار بلغ 70 وبنسبة مئوية 70%، في حين بلغ الانحراف المعياري (33.95) والوسط الحسابي (33.33)، بينما جاءت أكثر فقرتين كان الأفراد محايدين عليها هي**"المعلومات التي تطرح من خلال صفحات البرامج الرياضية تساعد على فهم أكبر لما يجري من أحداث وقضايا رياضية"** و**"أسهمت في تسليط الضوء على المشكلات والقضايا التي يعاني منها المجال الرياضي"**، بتكرار 30 وبنسبة مئوية بلغت 30%، حيث بلغ الانحراف المعياري (31.13) والوسط الحسابي (33.33)، كما وتبين ان أكثر فقرة كان الأفراد غير متفقين عليها هي **"ساهمت الصفحات في تشكيل آراء وموا اقف جديدة لم تكن موجودة"** بتكرار بلغ 10 وبنسبة مئوية 10%، وقد بلغت قيمة الانحراف المعياري (27.06) والوسط الحسابي (33.33).

ثانياً: تحقق صفحات البرامج الرياضية آثاراً وجدانية لدى لاعبي دوري نجوم العراق.

الجدول (10): يبين الآثار الوجدانية المتحققة لدى عينة البحث

الفقرة	الدرجة	التكرارات	النسب المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
جعلتني أكثر خوفاً وقلقاً من المستقبل القادم إزاء القضايا الرياضية ومستقبل الواقع الرياضي في العراق	اتفق	39	%39	6.66	33.33
	محايد	35	%35		
	لا اتفق	26	%26		
	المجموع	100	%100		
في كثير من الحالات أشعر بالتشاؤم إزاء ما تعرضه من أحداث يغلب عليها طابع الصراع الكروي	اتفق	63	%63	27.06	33.33
	محايد	27	%27		
	لا اتفق	10	%10		
	المجموع	100	%100		
بعض المواقف التي تعرضها البرامج	اتفق	47	%47	17.95	33.33

الفقرة	الدرجة	التكرارات	النسب المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
الرياضية جعلتني أكثر عزوفاً عن مشاهدة تلك البرامج	محايد	40	%40		
	لا اتفق	13	%13		
	المجموع	100	%100		
بعض المواقف التي تعرضها البرامج الرياضية جعلتني أكثر تفاؤلاً بالمستقبل القادم	اتفق	37	%37	10.02	33.33
	محايد	41	%41		
	لا اتفق	22	%22		
	المجموع	100	%100		
أشعر باليأس من بعض المواقف التي تعرض بالبرامج الرياضية	اتفق	58	%58	22.19	33.33
	محايد	27	%27		
	لا اتفق	15	%15		
	المجموع	100	%100		
الصراعات التي تنقلها بعض البرامج الرياضية تجعلني أكثر أرقاً	اتفق	54	%54	18.58	33.33
	محايد	28	%28		
	لا اتفق	18	%18		
	المجموع	100	%100		
الحالات الإيجابية التي تعرض عن طريق تلك الصفحات تشعرني بالتفاؤل	اتفق	61	%61	25.42	33.33
	محايد	28	%28		
	لا اتفق	11	%11		
	المجموع	100	%100		
تثير بعض البرامج الرياضية المعروضة على مواقع التواصل الاجتماعي أحاسيسي ومشاعري إزاء وطني ومنتخب بلادي	اتفق	59	%59	24.58	33.33
	محايد	31	%31		
	لا اتفق	10	%10		
	المجموع	100	%100		

يبين الجدول(10) التكرارات والنسب المئوية للآثار الوجدانية المتحققة لدى عينة البحث، حيث تبين أن أكثر فقرة كان الأفراد متفقين عليها هي "في كثير من الحالات أشعر بالتشاؤم إزاء ما تعرضه من أحداث يغلب عليها طابع الصراع الكروي"، بتكرار بلغ 63 وبنسبة مئوية 63%، وقد بلغت قيمة الانحراف المعياري (27.06) والوسط الحسابي (33.33)، بينما جاءت أكثر فقرة كان الأفراد محايدين عليها هي "بعض المواقف التي تعرضها البرامج الرياضية جعلتني أكثر تفاؤلاً بالمستقبل القادم" بتكرار 41 وبنسبة مئوية بلغت 41%، حيث بلغت قيمة الانحراف المعياري (10.02) والوسط الحسابي (33.33)، كما وتبين أن أكثر فقرة كان الأفراد غير متفقين عليها هي "بعض المواقف التي تعرضها البرامج الرياضية جعلتني أكثر تفاؤلاً بالمستقبل القادم" بتكرار بلغ 22 وبنسبة مئوية 22%، حيث بلغت قيمة الانحراف المعياري (10.02) والوسط الحسابي (33.33).

ثالثاً: تحقق صفحات البرامج الرياضية آثاراً سلوكية لدى لاعبي دوري نجوم العراق.

الجدول (11): يوضح الآثار السلوكية المتحققة لدى عينة البحث

الفقرة	الدرجة	التكرارات	النسب المئوية	الانحراف المعيارى	الوسط الحسابى
جعلتني أكثر حيوية في مساعدة الآخرين والتحلي بالروح الرياضية داخل الملعب	أتفق	54	%54	18.88	33.33
	محايد	29	%29		
	لا اتفق	17	%17		

الفقرة	الدرجة	التكرارات	النسب المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
	المجموع	100	%100		
المساعدة في دخول نقاشات وحوارات مع الآخرين حول مواضيع مهمة	اتفق	59	%59	24.17	33.33
	محايد	30	%30		
	لا اتفق	11	%11		
	المجموع	100	%100		
التعرف على الأنشطة والسلوكيات التي يسلكها الآخرون في المواقف التي تواجههم	اتفق	50	%50	17.56	33.33
	محايد	35	%35		
	لا اتفق	15	%15		
	المجموع	100	%100		
قادتني للمشاركة مع الناس في أنشطتهم	اتفق	46	%46	12.06	33.33
	محايد	32	%32		
	لا أتفق	22	%22		
	المجموع	100	%100		
جعلتني أبتعد عن العمل الرياضي والمشاركة في المحافل والتجمعات الشعبية	أتفق	25	%25	7.64	33.33
	محايد	35	%35		
	لا أتفق	40	%40		
	المجموع	100	%100		
جعلتني أكثر خمولاً في مساعدة الاخرين	أتفق	24	%24	9.50	33.33
	محايد	33	%33		
	لا أتفق	43	%43		
	المجموع	100	%100		
أهتم بالتجمعات والإجراءات التي من شأنها تطوير الواقع الرياضي في العراق	أتفق	52	%52	20.74	33.33
	محايد	37	%37		
	لا اتفق	11	%11		
	المجموع	100	%100		
ما ينشر على صفحات البرامج الرياضية يعزز الحماس داخلي ويجعلني نشطاً في التعاون مع الجهات التي تعمل من أجل النهوض في الواقع الرياضي	أتفق	49	%49	17.16	33.33
	محايد	36	%36		
	لا اتفق	15	%15		
	المجموع	100	%100		

يبين الجدول(11) التكرارات والنسب المئوية للاثار السلوكية المتحققة لدى عينة البحث، حيث تبين أن أكثر فقرة كان الأفراد متفقين عليها هي"المساعدة في دخول نقاشات وحوارات مع الآخرين حول مواضيع مهمة"، بتكرار بلغ 59 وبنسبة مئوية 59%، حيث بلغت قيمة الانحراف المعياري (24.17) والوسط الحسابي (33.33)، ثم "جعلتني أكثر حيوية في مساعدة الآخرين والتحلي بالروح الرياضية داخل الملعب"، بتكرار بلغ 54 وبنسبة مئوية 54%، فقد بلغت قيمة الانحراف المعياري (18.88) والوسط الحسابي (33.33)، ثم "أهتم بالتجمعات والإجراءات التي من شأنها تطوير الواقع الرياضي في العراق" بتكرار بلغ 52 وبنسبة مئوية 52%، حيث بلغت قيمة الانحراف المعياري (20.74) والوسط الحسابي (33.33)، بينما جاءت أكثر فقرة كان الأفراد محايدين عليها هي"التعرف على الأنشطة والسلوكيات التي يسلكها الآخرين في المواقف التي تواجههم" بتكرار 35 وبنسبة مئوية بلغت 35%، وبلغت قيمة الانحراف المعياري (17.56) والوسط الحسابي (33.33)، كما وتبين ان أكثر فقرتين كان الأفراد غير متفقين عليها هي "جعلتني أكثر خمولاً في مساعدة الاخرين" بتكرار بلغ 43 وبنسبة مئوية 43%، حيث بلغت قيمة الانحراف المعياري (9.50) والوسط الحسابي (33.33) و"جعلتني

أبتعد عن العمل الرياضي والمشاركة في المحافل والتجمعات الشعبية"، بتكرار 40 وبنسبة مئوية 40%، وبلغت قيمة الانحراف المعياري (7.64) والوسط الحسابي (33.33).

أهم النتائج والاستنتاجات التي توصل لها البحث:

1. يفضل عينة البحث مشاهدة البرامج الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بتكرار بلغ 42 مبحوثاً وبنسبة مئوية 42%، ويرجع ذلك إلى سرعة وسهولة انتشارها عبر تلك المواقع، فضلاً عن أن بعض البرامج تعتمد البث المباشر عبر صفحاتها، وهو مايشير أيضاً إلى أن مجموعة العينة يفضلون متابعة المحتوى الرياضي عبر تلك المنصات مثل الفيسبوك واليوتيوب والانستغرام وغيرها.
2. كان مدى متابعة المبحوثين للبرامج الرياضية (بشكل متقطع) بعدد تكرارات بلغ 47 وبنسبة مئوية بلغت 47%، وهذا يعني أن مجموعة العينة يتابعون البرامج رياضية ولكن ليس بصورة منتظمة، وقد يدل أيضاً على تعدد اهتماماتهم وتفضيلاتهم واختلافاتها فضلاً عن انشغالاتهم الأخرى بأمور الحياة المتعددة.
3. تفضل عينة البحث مشاهدة البرامج الرياضية بشكل مقاطع مجزأة من البرنامج، بتكرار بلغ 68 وبنسبة مئوية بلغت 68%، وتبين هذه النتيجة أن النسبة الأكبر من عينة البحث يفضلون مشاهدة مقاطع قصيرة من البرامج وذلك بسبب توفرها بأي وقت وسهولة تداولها، وهذا الأسلوب في المشاهدة يعكس سلوكيات مختلفة في كيفية التعرض إلى البرامج الرياضية، خاصة مع تزايد شعبية المواد القصيرة عبر منصات التواصل الاجتماعي.
4. مدى مشاركة عينة البحث للبرامج الرياضية مع الآخرين، كان (أشاركها أحياناً)، بتكرار 39، وبنسبة مئوية بلغت 39%، وهو ما يندرج ضمن سلوك عينة البحث في متابعة ونقل الأحداث الرياضية إلى الآخرين كنوع من المعرفة المتبادلة، ويوضح وجود تردد وعدم التزام بالمشاركة مع الآخرين بانتظام.
5. من أهم الأسباب التي دعت عينة البحث إلى متابعة صفحات البرامج الرياضية، هي (سهولة الحصول على المادة البرامجية) بتكرار بلغ 42 وبنسبة مئوية بلغت 21%، ثم (إمكانية إعادة المادة التلفزيونية أكثر من مرة في مواقع التواصل الاجتماعي) بتكرار بلغ 39 وبنسبة مئوية بلغت 19%، ثم (السرعة في انتقال المعلومة)، بتكرار بلغ 37 وبنسبة مئوية بلغت 18%، وهذا مايوضح تفضيل عينة البحث للتحكم في مشاهدتهم للبرامج الرياضية بسرعة وسلاسة وبدون قيود تفرض عليهم من قبل القنوات الفضائية كموعد عرض ثابت للبرنامج وعدم إمكانية إعادة مشاهدة البرنامج في الوقت الذي يرغبون به.
6. كان حجم اعتماد عينة البحث على صفحات البرامج الرياضية في متابعة الأحداث الرياضية،(متوسطاً)، بتكرار بلغ 40 وبنسبة مئوية بلغت 40%.
7. بينت النتائج مدى مساهمة صفحات البرامج الرياضية في إشاعة الروح الرياضية بين اللاعبين داخل وخارج أرضية الملعب، فقد أجاب (71) مبحوثاً بوجود مساهمة في إشاعة الروح الرياضية، وبنسبة مئوية بلغت 71%، تشير هذه النتيجة إلى أن صفحات البرامج الرياضية تمتلك دوراً فعالاً في تعزيز وترسيخ القيم الرياضية الإيجابية وإشاعتها بين اللاعبين، مما يساعد على تحسين العلاقات والسلوكيات بين الرياضيين.
8. لصفحات البرامج الرياضية مساهمة في تنمية الثقافة الرياضية لدى اللاعبين، بتكرار 79 وبنسبة مئوية بلغت 79%.

نتائج الفروض:

1. أظهرت نتائج البحث أن من أهم الآثار المعرفية المتحققة لدى عينة البحث، هي "المساهمة في الدخول بالحوارات والنقاشات مع الآخرين بشأن ما يعرض من معلومات في البرامج الرياضية"، بتكرار بلغ 70 وبنسبة مئوية 70%، النتيجة تدل على أن المعلومات المعروضة تعمل على تحفيز العينة على دخول النقاشات والحوار فيما بينهم حول تلك المعلومات، فضلاً عن أن المحتوى الرياضي لا يقتصر على مجرد عرض للأحداث الرياضية، بل يتعدى تأثيره على الأشخاص في تفاعلاتهم وتبادل الآراء بينهم.
2. إن أهم الآثار الوجدانية المتحققة لدى عينة البحث، هي"في كثير من الحالات أشعر بالتشاؤم إزاء ما تعرضه من أحداث يغلب عليها طابع الصراع الكروي"، بتكرار بلغ 63 وبنسبة مئوية 63%، النتيجة تعبر عن الشعور بالتشاؤم تجاه الأحداث الرياضية التي تتميز بالصراعات والخلافات فقد يكون هذا الشعور ناجماً عن مدى تأثير الصراعات السلبية على الروح الرياضية.

تبين نتائج البحث أن من أهم الآثار السلوكية المتحققة لدى عينة البحث، هي"فادتني تلك البرامج للدخول في نقاشات وحوارات مع الآخرين بشأن موضوعات وقضايا مهمه تعرض عبر تلك الصفحات"، بتكرار بلغ 59 وبنسبة مئوية 59%، حيث تؤكد أن البرامج الرياضية ساعدت مجموعة العينة في الدخول بمناقشات مع الآخرين حول موضوعات رياضية مهمة، ثم "جعلتني أكثر حيوية في مساعدة الآخرين والتحلي بالروح الرياضية داخل الملعب"، بتكرار بلغ 54 وبنسبة مئوية 54%، وتشير هذه النتيجة إلى البرامج الرياضية ساهمت في أن يكونوا أكثر نشاطًا وتفاعلًا في مساعدة الآخرين وتعزيز الروح

الرياضية خلال المباريات، ثم "أهتم بالتجمعات والإجراءات التي من شأنها تطوير الواقع الرياضي في العراق" بتكرار بلغ 52 وبنسبة مئوية 52%، توضح النتيجة إلى أن البرامج أثرت على الأفراد ليصبحوا مهتمين بالمبادرات والتجمعات التي تهدف إلى تحسين وتطوير المشهد الرياضي في العراق.

المصادروالمراجع

أحمد, آ. ع.، و حميد، ب. ن. (2024). تكنولوجيا الاتصال والمشاركة السياسية في المجتمع المعاصر. *مجلة آداب المستنصرية، قسم الانسانيات*، 48(108)، 61-86. https://amm.uomustansiriyah.edu.iq/index.php/mustansiriyah/article/view/1379 .

إسماعيل، م. ح. (2011). *مناهج البحث الإعلامي*. القاهرة: دار الفكر العربي .

الثبيتي، ع. م. ع. (2023). استخدامات الجمهور السعودي للمواقع الالكترونية الرياضية والإشباعات المتحققة منها. *مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال*، 10، 361-397. https://doi.org/10.21608/jcts.2023.288530

الزبيدي، ع. ا. أ.، محمد، ن. ي.، محمد، ل. ن.، و جابر، ر. م. (2019). *المتغيرات النفسية في المجال الرياضي*. عمان: شركة دار الاكاديميون للنشر والتوزيع .

السنجري، ب. د. س. (2018). دور القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو الإرهاب. الباحث الإعلامي، 10(39)، 29-54. https://doi.org/10.33282/abaa.v10i39.67

الشاعر، ع. ا. ب. ا. (2015). *مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني*. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع .

الشمايلة، م. ع.، اللحام، م. ع.، وكافي، م. ي. (2015). *الإعلام الرقمي الجديد*. عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع .

العمري، ع. (2020). *أساسيات علم النفس الاجتماعي*. عمان، الاردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع .

بالنافز، م.، هيميلرمك، س.، و شوسميث، ب. (2017). نظريات ومناهج الإعلام. القاهرة: دار النشر للجامعات.

بلال، ش. (2020). *دور الفيس بوك في نشر الوعي الرياضي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية : دراسة ميدانية على عينة تلاميذ ثانوية 545 شهيد بغيلاسة ولاية برج بوعريريج. رسالة ماجستير غير منشورة*، جامعة محمد بوضياف المسلية.

جابر، ن. م. (2015). *دراسة تحليلية في الإعلام الجماهيري*. عمان: دار المعتز للنشر والتوزيع.

حدادي، و. (2020). *الإعلام والنخبة المثقفة في عصر الميديا الجديدة*. عمان: مركز الكتاب الأكاديمي.

دسوقي، س. س. ع. ا. (2022). الصفحات الرياضية عبر الفيس بوك ودورها في نشر التعصب وخطاب الكراهية. *مجلة البحوث الإعلامية*، 62(1)، 401-450 . https://doi.org/10.21608/jsb.2022.247071

سلمان، ح. ع. (2017). *التعرض لوسائل الإعلام الرياضي ودوره في العوامل النفسية والأداء الرياضي*. عمان: شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع .

شعبان، أ. م. (2018). فاعلية البرامج التلفزيونية الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب. *الباحث الإعلامي*، 10(40)، 131-142 . https://doi.org/10.33282/abaa.v10i40.49

صالح، ف. ا.، وحسن، أ. ج. (2019). *الإعلام المتخصص*. مصر: دار المعرفة للطباعة والنشر .

عبد الامير، ي.، وكاظم، ن. (2015). مهارات الاتصال والسلوك القيادي للمدرب الرياضي وعلاقته بدقة الأداء الفني الدفاعي للاعبي كرة القدم. *مجلة التربية الرياضية*، 7(3)، 229-244. https://doi.org/10.37359/JOPE.V27(3)2015.629

عبد الحميد، م. (2004). *نظريات الإعلام واتجاهات التأثير*. القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع .

عبد الهادي، ن. (2011). *تشكيل السلوك الإجتماعي*. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع .

عبدالحسن، و. ع. (2022). السلوك الاستهلاكي الترفي و علاقته بفاعلية الذات الاجتماعية لدى طالبات الجامعة المستنصرية. *مجلة الفلسفة*، 2022(26)، 215-244. https://fmm.uomustansiriyah.edu.iq/index.php/jphil/issue/view/3/31

عزيز، ز. ع. (2020). تأثير خصائص الإعلام الجديد في تعزيز الصورة الذهنية السياحية لضيوف فنادق الدرجة الممتازة في بغداد. *مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية*، 17(71)، 178-201. https://www.iraqoaj.net/iasj/article/187033

علي، س.، و ريسان، ف. (2015). دور الإعلام الرياضي المرئي في الجانب المعرفي والثقافي لمدربي الدوري العراقي الممتاز بكرة القدم. *مجلة التربية الرياضية*، 27(4)، 116-125. https://doi.org/10.37359/JOPE.V27(4)2015.641

علي، ي. ح. (2022). *مقدمة في علم الاجتماع*. عمان، الاردن: دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع .

كنعان، ا. ع. (2021). *الإعلام الرياضي: مفاهيمه وتطبيقاته*. الامارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي .

مكاوي، ح. ع. (1998). *الاتصال ونظرياته المعاصرة*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية .

نور الدين، ع. (2020). تأثير الإعلام الرياضي في تحقيق قيم التنشئة الاجتماعية عند الجمهور في المجال الرياضي. *حوليات*، 34(1)، 830-852. https://www.asjp.cerist.dz/en/article/114216

References

Al Ganideh, S. F., & Good, L. K. (2016). The magic of soccer: Transforming animosity into love: An empirical study of Arab fans and major European soccer leagues. *International Journal of Sport and Exercise Psychology*, *14*(2), 110-125. https://doi.org/10.1080/1612197X.2016.1149873

Gaafar, A., & Al-Hadabi, B. (2023). Mass Media Role in Spreading the Sports for All Culture among Female University Students in the Sultanate of Oman in the Light of Oman Vision 2040. *Journal of Physical Education*, *35*(3), 783-808. https://doi.org/10.37359/JOPE.V35(3)2023.1524

Nisar, T. M., Prabhakar, G., & Patil, P. P. (2018). Sports clubs' use of social media to increase spectator interest. *International Journal of Information Management*, *43*, 188-195. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.08.003

Pilar, P.-M., Rafael, M.-C., Félix, Z.-O., & Gabriel, G.-V. (2019). Impact of sports mass media on the behavior and health of society. A systematic review. *International journal of environmental research and public health*, *16*(3), 486. https://doi.org/10.3390/ijerph16030486

Wang, Y., & Zhou, S. (2015). How Do Sports Organizations Use Social Media to Build Relationships? A Content Analysis of NBA Clubs' Twitter Use. *International Journal of Sport Communication*, *8*(2), 133-148. https://doi.org/10.1123/ijsc.2014-0083

المراجع العربية مترجمة

Abdelhadi, N. (2011). *Formation of Social Behavior*. Amman: Dar Al-Yazouri Scientific for Publishing and Distribution.

Abdul Amir, Y., & Kadhim, N. (2015). Communication skills and leadership behavior of the coach and relationship with technical performance of defensive Soccer players. *Journal of Physical Education*, *27*(3), 229-244. https://doi.org/10.37359/JOPE.V27(3)2015.629

Abdulhamid, M. (2004). *Media Theories and Influence Trends* (3rd ed.). Cairo: Alam Al-Kutub for Publishing and Distribution.

AbdulHassan, W. A. (2022). The recreational consumer behavior and its relationship with the social self-efficacy among students of Al-Mustansiriya University. *The Philosophy Journal*, *2022*(26), 215-244. https://fmm.uomustansiriyah.edu.iq/index.php/jphil/issue/view/3/31

Ahmed, A. A., & Hamid, B. N. (2024). Communication Technology and Political Participation in Contemporary Society. *Al-Mustansiriyah University Journal of Arts -Department of Humanities*, *48*(108), 61-86. https://amm.uomustansiriyah.edu.iq/index.php/mustansiriyah/article/view/1379

Al-Amri, A. (2020). *Fundamentals of Social Psychology*. Amman,Jordan: Dar Al-Thaqafa for Publishing and Distribution.

Al-Shamaileh, M. O., Al-Laham, M. E., & Kafi, M. Y. (2015). *New Digital Media*. Amman: Dar Al-Isar Al-Ilmi for Publishing and Distribution.

Al-Sinjari, B. D. S. (2018). The Role of Iraqi TV Satellite Channels in Forming the Attitudes of University Students towards Terror-ism. *ALBAHITH ALALAMI*, *10*(39), 29-54. https://doi.org/10.33282/abaa.v10i39.67

Al-Thubaiti, A. M. A. (2023). The Uses of Saudi Audience for Sports Websites and the Satisfactions Achieved from Them. *Arab Universities Union Journal of Media Research and Communication Technology*, *2023*(10), 361-397. https://doi.org/10.21608/jcts.2023.288530

Al-Zubaidi, A. W. A., Mohammad, N. Y., Mohammad, L. N., & Jaber, R. M. (2019). *Psychological Variables in the Sports Field*. Amman: Dar Al-Academiyoon Publishing and Distribution Company.

Ali, S., & Raisan, F. (2015). The role of the sports media in the visual cognitive and cultural aspect of the coaches of the Iraqi Premier League football. *Journal of Physical Education*, *27*(4), 116-125. https://doi.org/10.37359/JOPE.V27(4)2015.641

Ali, Y. H. (2022). *Introduction to Sociology*. Amman, Jordan: Dar Wael Publishing and Distribution.

Alshaaeir, A. b. I. (2015). *Social Media and Human Behavior*. Amman: Dar Safaa for Publishing and Distribution.

azeez, Z. a. (2020). The effect of the characteristics of the new media in enhancing the mental image of guests of premium class hotels in Baghdad. *AL-Mostansiriyah journal for arabic and international studies*, *17*(71), 178-201. https://www.iraqoaj.net/iasj/article/187033

Balnafaz, M., Himelermak, S., & Schussmith, B. (2017). *Media Theories and Methods* (A. Hatibah, Trans.). Cairo: University Publishing House.

Bilal, S. (2020). *The Role of Facebook in Promoting Sports Awareness Among High School Students: A Field Study on a Sample of Students from 545 Martyrs High School, Bghilasa, Bordj Bou Arreridj* [Unpublished Master's Thesis, Mohamed Boudiaf University of Msila].

Desouki, S. S. A. G. (2022). Facebook sports pages and their role in spreading intolerance and hate speech. *Journal of Mass Communication Research "JMCR"*, *62*(1), 401-450. https://doi.org/10.21608/jsb.2022.247071

Haddadi, W. (2020). *Media and the Intellectual Elite in the Age of New Media*. Amman: Academic Book Center.

Ismail, M. H. (2011). *Media Research Methods*. Cairo: Dar Al-Fikr Al-Arabi.

Jaber, N. M. (2015). *An Analytical Study in Mass Communication*. Amman: Dar Al-Mutaz for Publishing and Distribution.

Kanaan, I. A. F. (2021). *Sports Media: Concepts and Applications*. United Arab Emirates: University Book House.

Mekawi, H. I. (1998). *Communication and Its Contemporary Theories*. Cairo: The Egyptian Lebanese Publishing House.

Nur Eddine, A. (2020). The Impact of Sports Media on Achieving Socialization Values Among the Audience in the Sports Field. *Les Annales*, *34*(1), 830-852. https://www.asjp.cerist.dz/en/article/114216

Salah, F. A.-Z., & Hassan, A. J. (2019). *Specialized Media*. Egypt: Dar Al-Marifa for Printing and Publishing.

Salman, H. O. (2017). *Exposure to Sports Media and Its Role in Psychological Factors and Sports Performance*. Amman: Dar Al-Academiyoon Publishing and Distribution Company.

Shaban, A. M. (2018). Effectiveness of sports television programs in the development of sports culture among youth: field study. *ALBAHITH ALALAMI*, *10*(40), 131-142. https://doi.org/10.33282/abaa.v10i40.49 .