



دور وسائل الاعلام الرياضي الجديد عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية

لدى طلبة بعض الجامعات العراقية

أ.م. د عثمان محمود شحاذه

كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة - جامعة ديالى

[Othman.mahmoud@uodiyala.edu.iq](mailto:Othman.mahmoud@uodiyala.edu.iq)

طالب الدكتوراه عمر هاشم حسين علي

كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة - جامعة ديالى

[www.QmarSport91@gmail.com](mailto:www.QmarSport91@gmail.com)

أ. د محمد فاضل مصحح الشمري

كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة - جامعة ديالى

[fadhilmohammed6@gmail.com](mailto:fadhilmohammed6@gmail.com)

### الملخص

**الكلمات المفتاحية:-** الأعلام الرياضي الجديد، مواقع التواصل الاجتماعي ، الثقافة الرياضية

هدفت الدراسة التعرف على دور الأعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى بعض طلبة الجامعات العراقية ، ولتحقيق ذلك أجريت الدراسة على عينة قوامها (650) طالب وطالبة من طلبة الكليات العلمية والإنسانية في بعض الجامعات العراقية ، واستخدمت الباحثون المنهج الوصفي المسحي لملاءمته طبيعة وأهداف الدراسة، ولغرض جمع البيانات تم إعداد أداة الدراسة، حيث كانت الأداة مكونة من (48) عبارة موزعة على ست مجالات، ( المجال المعرفي، المجال الاجتماعي، المجال الصحي، المجال التنافسي، المجال الثقافي، المجال الوطني والانتماء). وأظهرت نتائج الدراسة أن الدرجة الكلية لدور الأعلام الرياضي الجديد عبر مواقع التواصل الاجتماعي لنشر الثقافة الرياضية لدى الطلبة بعض الجامعات العراقية كانت متوسطة، حيث بلغ متوسط الاستجابة (3.38%)، وأظهرت نتائج الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) على المجالات والدرجة الكلية لدور الأعلام الرياضي الجديد عبر مواقع التواصل الاجتماعي لنشر الثقافة الرياضية لدى طلبة بعض الجامعات العراقية تبعا لمتغير الجنس.

وأوصى الباحثون بعدة توصيات أهمها ضرورة النهوض بالبرامج الإعلامية الرياضية كماً ونوعاً وتطويرها، وضرورة عقد برامج وندوات عمل خاصة في داخل الجامعات العراقية بخصوص أهمية الرياضة وما لها اثر في تحسين الحياة الاجتماعية والصحية والثقافية وخلق روح الوطنية .



***The role of the new sports media on social media in spreading the sports culture among students of some Iraqi universities***

***Dr. Othman Mahmoud Shehadeh***

***College of Physical Education and Sports Sciences - University of Diyala***

***[Othman.mahmoud@uodiyala.edu.iq](mailto:Othman.mahmoud@uodiyala.edu.iq)***

***Doctoral student / Omar Hashem Hussein Ali***

***[www.OmarSport91@gmail.com](mailto:www.OmarSport91@gmail.com)***

***Dr. Muhammad Fadhil Musleh Al-Shammari***

***[fadhilmohammed6@gmail.com](mailto:fadhilmohammed6@gmail.com)***

***Abstract***

*The purpose of this study was to investigate the role of media in disseminating sport culture Iraq universities students. To achieve this, the study was conducted on a sample of (611) male and female students from the students of scientific and humanitarian faculties of Iraq. The researchers utilized the descriptive survey approach for its relevance to the nature and the targets of the study. To gather data, the study tool has been prepared after verifying its validity and reliability and being subjected to the arbitration. After the data collection, statistical package for the social sciences (SPSS) was used to analyze the results.*

*The results of the study showed that the total score of the role of media in disseminating sport culture Iraq universities students was middle, where the mean of response was (3.38). Also, the results revealed that there were no significant differences in the domains and the total score of the role of media in disseminating sport culture Iraq universities students according to the gender variable.*

*The researchers recommended several recommendations where the most important are the need to quantitatively and qualitatively promote and develop the media programs, and to hold special programs and seminars in the Iraq universities concerning the importance of sports and its impact on enhancing social, health and cultural life, and creating the spirit of patriotism. Finally establishing specialized units for sports media in the faculties of physical education*

**مقدمة الدراسة:**

*تعتبر الأنشطة الرياضية ركيزة أساسية من ركائز الحضارات والثقافات المتنوعة وهي وسيلة لتربية النشء بجوانب تربية متوازنة سواء كانت الوجدانية أو الاجتماعية أو البدنية أو العقلية، وتعتبر وسائل الإعلام الرياضي المتنوعة واحدة من الأدوات التي دأبت على نشر الثقافة*

الرياضية بغض النظر عن مدى إتقان هذه المجتمعات الأنماط الرياضية المتنوعة والتي تتفاوت بين مجتمع وآخر، وبسبب التسارع التكنولوجي متعدد الوسائل أصبح الاطلاع على هذه الأنماط الرياضية أكثر رواجاً بحيث تلعب وسائل الإعلام الرياضي الجديد المبنية على هذا التطور دوراً رئيساً في تنمية المواهب الرياضية وإبراز قصص النجاح واطلاع الشرائح والفئات المختلفة على آخر المستجدات الرياضية على المستوى المحلي والعالمي على حد سواء، لذا يجب استثمار البرامج الرياضية لإبراز صور الأنشطة الرياضية بحيث يلمون بالمعارف والقوانين والمعلومات الرياضية وفوائد الرياضة بالنسبة لهم، وتوظيف البرامج الرياضية في توصيل الخبر الرياضي الهادف والمفيد للطلبة لتوعيتهم وتنقيفهم رياضياً وتحفيزهم باستثارة دوافعهم لمزاولة الأنشطة الرياضية.

ويعد الاعلام الرياضي الجديد من وسائل الاتصال الجماهيري الفعالة التي أصبح لها دور واضح في التأثير على حياة الناس وخاصة بعد انتشار وسائل الإلكترونية الحديثة ، إذ اكتسبت بعض هذه الوسائل صورة منفردة لنفسها في مجال التغطية الأحداث الرياضية في العالم . ويمكن القول إن مشاهدة ومتابعة هذه الوسائل والبرامج الجديدة يؤثر تأثيراً كبيراً على ثقافة ومعرفة الشريحة الشبابية في المجتمع العراقي ، فلا تخلو أسرة في المجتمع العراقي من فرد أو أكثر يتابعها ويتفاعل معها ، إذ إن الكثير منها تعتمد في اساليبها المختلفة على جذب المشاهدين في أنحاء العالم كافة وبطريقة ساحرة ومشوقة في عرض الأخبار والتقارير إلى مشاهديها وبشكل جميل ومؤثر لأبرز الشخصيات الرياضية المتخصصة . وتساعد هذه المواقع الاعلامية في إحداث التغيير الثقافي وتكوين المعرفة الرياضية ، إذ تحلل وتشرح و تفسر وتعلق على الأفكار والآراء خلال نقل وقائع المنافسات والألعاب الرياضية المختلفة لمختلف البطولات المحلية والدولية والعالمية ، لذلك فإن من الصعب التمييز بين الرياضة ووسائل الاعلام الرياضي التي تنتقل الأحداث الرياضية ، إذ إن مشاهدة الرياضية والإحساس بها موجود في كل مكان.

ويعرف (عطا وخيرالدين، 1997) الاعلام الرياضي بأنه "عملية نشر الأخبار والمعلومات وشرح القوانين والقواعد والحقائق الرياضية الخاصة بالأنشطة والألعاب الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي" . وللإعلام الرياضي الجديد دور متشعب في المجتمع ويظهر بمستوى عالي من حيث زيادة الوعي الرياضي ورفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور وتعريفه بأهمية دور الرياضة في حياته العامة والخاصة . لذا يجب استثمار الاعلام الرياضي الجديد عبر مواقع التواصل الاجتماعي لإبراز صور الأنشطة الرياضية بحيث يلم المشاهد بالمعارف والقوانين والمعلومات الرياضية وفوائد الرياضة بالنسبة لهم، وتنقيفهم رياضياً وتحفيزهم باستثارة دوافعهم لمزاولة الأنشطة الرياضية. (عبد الحق، وآخرون، 2012) .

وتعد وسائل الاتصال الالكترونية بما فيها المواقع المحلية والمجلات الالكترونية والوسائط المتعددة التي تتوفر بأيدي فئة الشباب وخاصة الطلبة الجامعيين واهم مسوغات اطلاق وتفاعل هذه الفئة مع مجريات الحركة الرياضية والبطولات والمنافسات المختلفة المحلية والعالمية، وأصبح تأثيرها واضحا في توجيه المواقف والاتجاهات للطلبة الجامعيين .

#### مشكلة الدراسة:

إن العلام الرياضي الجديد عبر مواقع التواصل الاجتماعي له تأثيرا على الشخصية حيث يقدم خدمة جليلة للمشاهدين على امتداد قارات العالم ونظرا لما تقدمه هذه المواقع من نشر الوعي والثقافة بين عموم المشاهدين بشكل عام والرياضيين بشكل خاص، ونظرا لكون الطلبة في المرحلة الجامعية من الشرائح المهمة التي يعول عليها النهوض بالبلد في مجالات الحياة المختلفة ومنها مستقبل البلد

، لذا وجدت ضرورة التعرف إلى دور الأعلام الرياضي الجديد عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الطلبة في الجامعات العراقية تبعا لمتغيرات (الجنس، الجامعة، الكلية) . ويمكن صياغة المشكلة من خلال التساؤل التالي :

ما هو دور العلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة بعض الجامعات العراقية ؟

#### أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية للتعرف إلى

1- التعرف على دور الأعلام الرياضي الجديد عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الطلبة بعض الجامعات العراقية .

2- التعرف على الفروق في دور الأعلام الرياضي الجديد عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الطلبة بعض الجامعات العراقية تبعا لمتغير الجنس.

#### حدود الدراسة:

التزم الباحثون بالحدود التالية:

1. الحد البشري : طلبة بعض الجامعات العراقية.
  2. الحد المكاني : الجامعات العراقية (جامعه ديالى، جامعة بغداد، جامعة تكريت، جامعة الانبار ، جامعة بابل).
  3. الحد الزمني : الفترة من 2020/9/12 الى 2020/11/18
- مصطلحات الدراسة :

- الإعلام الرياضي : بأنه عملية نشر وتقديم معلومات صحيحة وحقائق واضحة وأخبار صادقة وموضوعات دقيقة ووقائع محددة وأفكار منطقية وآراء راجحة للجماهير مع مصادر خدمة الصالح العام .
- ويعرف أيضاً عملية نشر الحقائق والمعلومات والأخبار بين الجمهور بقصد نشر الثقافة بين أفراد المجتمع وتنميته. (مجموم، خالد والقلالي، عبد الرزاق، 2009).
- الثقافة الرياضية : تعني القيم والمعرفة والاتجاهات، بالإضافة إلى القيم الفردية التي ترتبط بالنظام الرياضي سواء بصورة مباشرة او غير مباشرة . ( زيود، خالد، محمود، 2013).

#### منهج الدراسة:

تم استخدام المنهج الوصفي المسحي نظراً لملائمته أهداف الدراسة.

#### مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من طلبة بعض الجامعات العراقية والبالغ عددهم (54000) ، وذلك حسب سجلات وكشوفات الجامعات العراقية للعام الأكاديمي (2020) ، والجدول (1) يوضح خصائص مجتمع الدراسة .

جدول (1) خصائص مجتمع الدراسة

اسم الجامعة	العدد	طلاب	طالبات
جامعة بغداد	20000	9500	10500
جامعة ديالى	9000	4300	4700
جامعة تكريت	10000	4700	3500
جامعة الانبار	9500	3000	6500
جامعة بابل	5500	2800	2700
المجموع	54000	24300	29700

#### عينة الدراسة

تكونت عينة الدراسة من طلبة الجامعات العراقية والبالغ عددهم (611) طالب وطالبة، بالطريقة العمدية من طلبة الكليات العلمية والإنسانية، والجدول (2) يوضح خصائص عينة الدراسة.



الجدول (2): توزيع أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغير الجنس (ن=611)

المتغيرات	مستوى المتغير	العدد	النسبة المئوية %
الجنس	ذكور	284	46.5
	إناث	327	53.5

أداة الدراسة:

تم تصميم أستانته خاصة كأداة لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة بعد إجراء الموصفات العلمية من الصدق والثبات والموضوعية. بعد مراجعة الادبيات والدراسات السابقة التي تناولت متغيرات الدراسة تم تصميم أستانته خاصة بالموضوع، وتم عرضها على لجنة من المحكمين في المجال التخصصي الدقيق، وتم اعداد الاستبانة بعد إجراء التعديلات المطلوبة من قبل أعضاء لجنة المحكمين، والملحق (1) يوضح الاستبانة بصورتها النهائية بعد ألتحكيم.

صدق الاداة:

تم التحقق من صدق الأداة من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجال الادارة الرياضية والاعلام في الجامعات العراقية والبالغ عددهم (10)متخصصين، والملحق (3) يوضح أسمائهم، ورتبهم العلمية، وتخصصاتهم، ومكان عملهم، وقد طلب من المحكمين إبداء آرائهم في مدى صلاحية وانتفاء كل عبارة من العبارات إلى مجال الذي تنتمي اليه وكذلك وضوح صياغتها اللغوية وإعادة صياغة بعض العبارات وتعديل وحذف بعضها لعدم ملائمتها او أهميتها، ، بحيث أصبحت الاستبانة بصورتها النهائية مكونة من (6) مجالات وموزعة عليها (48) عبارة .

أثبات الاداة :

للتأكد من ثبات اداة الدراسة تم تطبيق معادلة كرونباخ ألفا على أفراد عينة الدراسة، حيث وصل معامل الثبات للدرجة الكلية إلى (0.848)، وهي قيمة جيدة لتحقيق أهداف الدراسة، وكان معامل الثبات لمجلات الدراسة كما في الجدول التالي:

الجدول (3) معامل الثبات لمجالات الدراسة.

ت	المجال	عدد الفقرات	ألفا كرونباخ
1	المعرفي	8	0,733
2	الاجتماعي	8	0,763
3	الصحي	8	0,774
4	التنافسي	8	0,741



0,781	8	الثقافي	5
0.792	8	الوطني والانتماء	6
0.848	48		الدرجة الكلية

يتضح من نتائج الجدول (3) أن قيم معاملات الثبات لمجالات الدراسة تراوحت ما بين (0.733-0.792)، وتعد هذه القيم جيدة لأغراض الدراسة المعالجات الإحصائية:

من اجل التحقق من أهداف الدراسة تم استخدام برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

**عرض ومناقشة الهدف الأول :** التعرف على دور الأعلام الرياضي الجديد عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الطلبة بعض الجامعات العراقية .  
للإجابة عن هذا الهدف تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل عبارة والمجال التي تنتمي إليه وللدرجة الكلية لأداة الدراسة ، والجدول (4) يبين خلاصة النتائج المتعلقة بالهدف الأول، ولتفسير النتائج اعتمدت المتوسطات الحسابية الآتية:

- أقل من (2.33) دور منخفض.
- (2.33- 3.66) دور متوسط.
- أكبر من (3.66) دور مرتفع.

1. **المجال المعرفي :** الجدول (4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات المجال المعرفي لدور الأعلام الجديد عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الطلبة بعض الجامعات العراقية (ن=611)

ت	الفقرات	متوسط الاستجابة	الانحراف المعياري	التقدير
1	تهتم الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بإثراء الجوانب الحضارية والتاريخية للرياضة العراقية.	3.48	1.08	متوسط
2	تثري الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي الرياضة العراقية بالدراسات والأبحاث.	1.01	3.24	متوسط
3	تتناول الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي القوانين المستجدة في الألعاب الرياضية.	3.31	1.06	متوسط
4	تنشر الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي الزمان والمكان المحدد لإقامة البطولات والفعاليات الرياضية.	3.64	1.01	متوسط
5	تسلط الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي الضوء على الألعاب الرياضية لكلا الجنسين	1.13	2.91	متوسط
6	تزود الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	1.05	3.14	متوسط

			المستجدات الإدارية وهيكلية الاتحادات والمراكز الرياضية.	
متوسط	1.13	2.89	تركز الوسائل الإعلامية الرياضية على الرياضة العراقية أكثر من غيرها.	7
متوسط	1.03	3.55	تهتم الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنشر نتائج المسابقات الرياضية.	8
متوسط	3.26	0.63	الدرجة الكلية للمجال المعرفي	

### أقصى درجة للاستجابة (5) درجات

يتضح من نتائج الجدول (4) أن دور الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة بعض الجامعات العراقية لعبارات المجال المعرفي كان متوسطاً على جميع العبارات ، إذ تراوحت متوسطات الاستجابة عليها ما بين (2.89- 3.55). وفيما يتعلق بالدرجة الكلية للمجال المعرفي لدى طلبة بعض الجامعات العراقية كانت متوسطة، حيث بلغ متوسط الاستجابة (3.26).

**2- المجال الاجتماعي:** الجدول (5) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات المجال الاجتماعي لدور الأعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي لنشر الثقافة الرياضية لدى الطلبة بعض الجامعات العراقية (ن=611)

ت	الفقرات	متوسط الاستجابة	الانحراف المعياري	التقدير
1	تهتم الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بتغطية الأحداث الرياضية.	3.48	1.06	متوسط
2	تؤرشف الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي سيرة الفرق واللاعبين.	3.29	1.03	متوسط
3	تنشئ الوسائل الإعلامية الرياضية مواقع الكترونية للرياضة العراقية.	3.33	1.10	متوسط
4	تغطي الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي دور الفرق الرياضية في الأنشطة التطوعية والمشاركة المجتمعية.	3.26	1.15	متوسط
5	تعزز الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي الرسالة المجتمعية للرياضة العراقية	3.61	1.06	متوسط
6	تتفاعل الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع الأحداث الرياضية.	3.63	0.26	متوسط
7	الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لها دور في نشر الثقافة الرياضية في المجتمع.	3.50	1.03	متوسط
8	تقوم الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدورها الكامل في الرياضة الخاصة بالجنسين.	3.05	1.11	متوسط
	الدرجة الكلية للمجال الاجتماعي	3.42	0.65	متوسط

### أقصى درجة للاستجابة (5) درجات.



يتضح من نتائج الجدول (5) أن دور وسائل الاعلام الرياضي الجديد عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة بعض الجامعات العراقية لعبارات المجال الاجتماعي كان متوسطا على جميع العبارات ، اذ تراوحت متوسطات الاستجابة عليها ما بين (3.08- 3.63) . وفيما يتعلق بالدرجة الكلية للمجال الاجتماعي لدى طلبة بعض الجامعات العراقية كانت متوسطة، حيث بلغ متوسط الاستجابة (3.42)

3- المجال الصحي : الجدول (6) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات المجال الصحي لدور الاعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الطلبة بعض الجامعات العراقية . (ن=611)

ت	الفقرات	متوسط الاستجابة	الانحراف المعياري	التقدير
1	تواكب الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي كل جديد على صعيد الصحة البدنية للرياضيين.	3.28	1.12	متوسط
2	تصدر الوسائل الإعلامية الرياضية منشورات ثقافية وتوعوية عن الصحة والرياضة.	3.40	1.03	متوسط
3	تهتم الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بخطورة الممارسات الرياضية الخاطئة.	3.25	1.07	متوسط
4	تركز الوسائل الإعلامية بنشرها لمفاهيم التغذية السليمة للرياضيين.	3.35	1.17	متوسط
5	تتابع وسائل الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي الحالات الصحية والبدنية للاعبين.	3.21	1.13	متوسط
6	تخصص الوسائل الإعلامية إعلاميا رياضياً متخصصاً لمتابعة الصحة والسلامة الرياضية.	3.22	0.26	متوسط
7	تتواصل الوسائل الإعلامية الرياضية مع جهات صحية رسمية لتقديم الإرشادات والنصائح الصحية المتعلقة بالرياضة.	3.27	1.01	متوسط
8	تتفاعل وسائل الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع الأحداث المحلية والدولية المرتبطة بالصحة الرياضية.	3.21	1.12	متوسط
	الدرجة الكلية للمجال الصحي	3.27	0.68	متوسط

أقصى درجة للاستجابة (5) درجات.

يتضح من نتائج الجدول (6) أن دور وسائل الاعلام الرياضي الجديد عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة بعض الجامعات العراقية لعبارات المجال الصحي كان متوسطا على جميع العبارات ، اذ تراوحت متوسطات الاستجابة عليها ما بين (3.21- 3.40) . وفيما يتعلق بالدرجة الكلية للمجال الصحي لدى طلبة بعض الجامعات العراقية كانت متوسطة، اذ بلغ متوسط الاستجابة (3.27).

**4-** **المجال التنافسي :** الجدول (7) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات المجال التنافسي لدور الأعلام الرياضي الجديد عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الطلبة بعض الجامعات العراقية . (ن=611)

ت	الفقرات	متوسط الاستجابة	الانحراف المعياري	التقدير
1	تعزز الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من الدور التنافسي للرياضيين.	3.95	0.95	مرتفع
2	تغطي الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي نتائج المسابقات الرياضية المحلية والعربية والدولية.	3.73	0.94	مرتفع
3	تهتم وسائل الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي بإظهار وإبراز الآراء والرأي الآخر في المجال الرياضي.	3.41	0.99	مرتفع
4	تثير الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي روح التحدي والتنافس بين المشاركين	3.31	1.04	متوسط
5	تلتزم الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي الموضوعية بنشر أخبار المراكز والأندية.	3.32	1.09	متوسط
6	تقدم الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي معلومات دقيقة للحدث الرياضي	3.20	0.98	متوسط
7	تهتم الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنشر مبادئ التنافس الحر والنزاهة كقيمة تربوية	3.30	1.17	متوسط
8	تهتم الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالموضوعية في المقابلات وتنويع الأقسام والأشخاص.	3.43	1.04	متوسط
	الدرجة الكلية للمجال التنافسي	3.46	0.61	متوسط

أقصى درجة للاستجابة (5) درجات.

يتضح من نتائج الجدول (7) ان دور وسائل العلام الرياضي الجديد في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة بعض الجامعات العراقية لعبارات المجال التنافسي كان مرتفعاً على العبارتين (1، 2)، اذ كان متوسط الاستجابة عليهما على التوالي (3.95، 3.73)، وجاء متوسطاً على العبارات (3، 4، 5، 6، 7، 8) اذ تراوحت متوسطات الاستجابة عليها ما بين (3.20- 3.43). وفيما يتعلق بالدرجة الكلية للمجال التنافسي كانت متوسطة، اذ بلغ متوسط الاستجابة (3.46)

**5-** **المجال الثقافي :** الجدول (8) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات المجال الثقافي لدور الأعلام الرياضي الجديد عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الطلبة بعض الجامعات العراقية . (ن=611)

ت	الفقرات	متوسط الاستجابة	الانحراف المعياري	التقدير
1	تتصف وسائل الإعلام الرياضي الجديد عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالتوازن في نشر وتحليل الأنشطة الرياضية.	3.68	1.03	مرتفع
2	تغطي الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي نتائج المسابقات الرياضية المحلية والعربية والدولية.	3.43	1.02	متوسط
3	تهتم الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالخطاب اللغوي السليم وسلامة اللغة	3.31	1.06	مرتفع
4	تهتم وسائل الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدقة العناوين وتناسق الموضوعات الرياضية.	3.30	1.14	متوسط
5	تهتم وسائل الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي بإبراز الثقافة العراقية من خلال المشاركات الدولية للرياضة العراقية.	3.73	1.09	متوسط
6	تدعم وسائل الإعلام الرياضي استضافة محاضرين متخصصين بعلم التربية الرياضية.	3.69	1.09	متوسط
7	تعزز وسائل الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي دور المرأة في المشاركة بالفعاليات والتدوات العلمية الرياضية.	3.25	1.08	متوسط
8	تعمل وسائل الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تقبل النتائج والابتعاد عن ظاهرة التعصب المناطقي والعنف.	3.31	1.18	متوسط
	الدرجة الكلية للمجال الثقافي	3.41	0.68	متوسط

أقصى درجة للاستجابة (5) درجات.

يتضح من نتائج الجدول (8) أن دور وسائل الاعلام الرياضي الجديد في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة بعض الجامعات العراقية لعبارات المجال الثقافي كان مرتفعا على العبارتين (1، 6)، إذ كان متوسط الاستجابة عليهما على التوالي (3.68، 3.69)، وجاء متوسطا على العبارات (2، 3، 4، 5، 7، 8) إذ تراوحت متوسطات الاستجابة عليها ما بين (3.25-3.43). وفيما يتعلق بالدرجة الكلية للمجال الثقافي لدى طلبة بعض الجامعات العراقية كانت متوسطة، إذ بلغ متوسط الاستجابة (3.41).

6- **المجال الوطني والانتماء** : الجدول (9) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات المجال الوطني والانتماء لدور الأعلام الرياضي الجديد عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الطلبة بعض الجامعات العراقية . (ن=611)



التقدير	الانحراف المعياري	متوسط الاستجابة	الفقرات	ت
مرتفع	1.11	3.65	تعزز الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي قيم الانتماء الوطني من خلال الأنشطة الرياضية.	1
متوسط	1.07	3.40	تساهم الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بإبراز الرياضة العراقية كثابت وطني.	2
مرتفع	1.13	3.29	تتابع الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مسيرة الفرق العراقية في كافة مشاركتها.	3
متوسط	1.07	3.46	تسهم وسائل الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي بإبراز دور الرياضة العراقية في تعزيز الوجود العراقي على خارطة العالم.	4
متوسط	1.04	3.45	تبرز وسائل الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي دور الرياضة في التعاون والمشاركة المجتمعية والوطنية.	5
متوسط	1.05	3.45	تبرز وسائل الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي دور ومساندة المؤسسات الوطنية الرسمية والخاصة في دعم الرياضة العراقية.	6
متوسط	1.12	3.40	تبرز وسائل الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي المضامين الوطنية للبطولات الرسمية والخاصة في دعم الرياضة العراقية.	7
متوسط	1.08	3.36	تسهم وسائل الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر دور المؤسسات الخاصة والعامة في دعم الرياضة الوطنية.	8
متوسط	0.69	3.43	الدرجة الكلية للمجال الانتماء الوطني	

أقصى درجة للاستجابة (5) درجات.

يتضح من نتائج الجدول (9) أن دور وسائل الإعلام الرياضي الجديد في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة بعض الجامعات العراقية لعبارات المجال الوطني والانتماء كان متوسطاً على جميع العبارات، إذ تراوحت متوسطات الاستجابة عليها ما بين (3.29-3.65) . وفيما يتعلق بالدرجة الكلية للمجال الوطني والانتماء لدى طلبة بعض الجامعات العراقية كانت متوسطة، إذ بلغ متوسط الاستجابة (3.43) .

#### خلاصة النتائج المتعلقة بالهدف الأول :

الجدول (10) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب للمجالات والدرجة الكلية لدور الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الطلبة بعض الجامعات العراقية . (ن-611).



ت	المجالات	متوسط الاستجابة	الانحراف المعياري	الترتيب	التقدير
1	المعرفي	3.26	0.63	الاخير	متوسط
2	الاجتماعي	3.42	0.65	الثالث	متوسط
3	الصحي	3.27	0.67	الخامس	متوسط
4	التنافسي	3.46	0.61	الاول	متوسط
5	الثقافي	3.41	0.68	الرابع	متوسط
6	الانتماء الوطني	3.43	0.69	الثاني	متوسط
	الدرجة الكلية	3.38	0.53		متوسط

أقصى درجة للاستجابة (5) درجات.

يتضح من نتائج الجدول (10) أن الدرجة الكلية لدور وسائل الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة بعض الجامعات العراقية كانت متوسطة، إذ بلغ متوسط الاستجابة (3.38)، وكان دور وسائل الإعلام الرياضي متوسطاً على جميع المجالات، إذ جاء المجال التنافسي في الترتيب الأول بمتوسط حسابي (3.46)، ويليه المجال الوطني والانتماء في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي (3.43)، ويليه المجال الاجتماعي في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي (3.42)، ويليه المجال الثقافي في الترتيب الرابع بمتوسط حسابي (3.41)، ويليه المجال الصحي في الترتيب الخامس بمتوسط حسابي (3.27)، بينما جاء المجال المعرفي في الترتيب الأخير بمتوسط حسابي (3.26).

يرى الباحثون أن قلة الاهتمام في نشر الوعي الثقافي الرياضي على المستوى المحلي وعلى مستوى طلبة الجامعات بشكل خاص، ولقلة الكفاءات العلمية والبرامج التثقيفية التي بدورها تحفز على نشر الثقافة الرياضية التي لها أثر إيجابي في الارتقاء بالثقافة الرياضية وترسيخ القيم

وجاءت هذة الدراسة متفقة مع كل من دراسة عبدالله (2015)، لوجود ضعف في الأداء المهني في الصحف الرياضية، ودراسة زيود (2013) بان وجود مستوى متوسط لتقييم دور الاعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية.

بينما جاءت نتائج هذة الدراسة غير متفقة مع دراسة مارتن (2000)، بعدم الاهتمام بالرياضة النسائية وان الاعلام لم يغطي تلك الرياضة بشكل صحيح وان الذكور هم المسيطرون.

ثانياً: عرض ومناقشة الهدف الثاني:

التعرف على الفروق في دور الاعلام الرياضي الجديد عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الطلبة بعض الجامعات العراقية تبعاً لمتغير الجنس.



وللتحقق من هذا الهدف تم تطبيق اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين (Independent-Samples-T-Test)، ونتائج الجدول (11) تبين ذلك.

الجدول (11) يبين نتائج اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين لدلالة الفروق في دور الأعلام الرياضي الجديد عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الطلبة بعض الجامعات العراقية تبعا لمتغير الجنس . (ن=611)

مستوى الدلالة	قيمة (ت)	الاناث (ن=327)		ذكور (ن=284)		الجنس المجالات
		الانحراف	المتوسط	الانحراف	المتوسط	
0.687	0.404	0.57	3.26	0.68	3.28	المعرفي
0.414	0.817	0.58	3.40	0.71	3.45	الاجتماعي
0.763	0.302 -	0.65	3.28	0.71	3.27	الصحي
0.173	1.363	0.60	3.42	0.66	3.49	التنافسي
0.774	0.287 -	0.63	3.42	0.73	3.41	الثقافي
0.993	0.009	0.66	3.43	0.72	3.43	الانتماء الوطني
0.702	0.383	0.50	3.37	0.57	3.39	الدرجة الكلية

\* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ )، درجات الحرية (609).

تشير نتائج الجدول (11) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) على المجالات والدرجة الكلية لدور الأعلام الرياضي الجديد عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الطلبة بعض الجامعات العراقية تبعا لمتغير كلا الجنسين.

وجاءت هذه الدراسة متفقة مع دراسة عثمان شحاذه (2008)، حيث توصلت هذه الدراسة الى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث وان الإعلام الرياضي عمل على تنمية جميع الجوانب التي تضمنتها الدراسة. واختلفت مع دراسة ميرزا (2014)، بأنه يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في الألعاب المختلفة التي يهتم بها الجمهور تبعا لمتغيرات كلا الجنسين .

#### الاستنتاجات :

في ضوء نتائج الدراسة ومناقشتها استنتج الباحثون ما يلي:

1. ان دور الأعلام الرياضي الجديد عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الطلبة بعض الجامعات العراقية كان متوسطا.

2. ان دور الأعلام الرياضي الجديد عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الطلبة بعض الجامعات العراقية تبعاً لمتغير كلا الجنسين كان متوسطاً في جميع مجالات الدراسة.

#### التوصيات :

في ضوء اهداف الدراسة ونتائجها توصل الباحثون الى التوصيات الآتية:

1. ضرورة النهوض بالبرامج الاعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي كماً وكيفاً وتطويرها.
2. ضرورة عقد برامج وندوات عمل خاصة داخل الجامعات العراقية بخصوص أهمية الرياضة وما لها اثر في تحسين الحياه الاجتماعية والثقافية والصحية وخلق روح الوطنية.
3. التأكيد على عقد دورات مستمرة للعاملين في المجال الرياضي من اجل الارتقاء في اداء الاعلام الرياضي.

#### المراجع والمصادر

#### أولاً: المراجع العربية

- مجوم، خالد والقلالي، عبد الرزاق (2009). (وسائل الاعلام ودورها في نشر الثقافة الرياضية بين الطلاب في مرحلة التعليم المتوسط بمنطقة الزاوية، المؤتمر العلمي لعلوم التربية البدنية والرياضة، جامعة السابع من ابريل، كلية التربية البدنية، الجماهيرية الليبية الشعبية الاشتراكية العظمى.
- خير الدين، عويس، علي وعطا حسن (1998). (الاعلام الرياضي، ج(1)، ط(1)، دار الكتاب للنشر، القاهرة، مصر.
- زيود، خالد، محمود (2013). (دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية، جامعة زايد، المؤتمر العلمي الدولي الثاني للبحوث والدراسات الاجتماعية والإنسانية، دولة الإمارات.
- الزيود، خالد، محمود (2009). (دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة جامعة اليرموك، مجلة الجامعة للدراسات التربوية والنفسية، م(18)، ع(4)، كلية التربية الرياضية، جامعة عمان، الأردن.
- عثمان محمود شحاذه (2009) ( دور مشاهدو القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضة بين طلبة جامعة ديالى، رسالة ماجستير ، كلية التربية الرياضية - جامعة ديالى

- شفتير، المعز لدين الله والرباع، عبد اللطيف علي (2009). اثر الصحافة الرياضية المحلية في تعميق الوعي الرياضي لدى الشباب، المؤتمر العلمي لعلوم التربية البدنية والرياضية، جامعه السابع من ابريل، كلية التربية البدنية، الجماهيرية الليبية الشعبية الاشتراكية العظمى.
- عبدالله، الطيب حاج إبراهيم (2015). (دور الصحف الرياضية في تعزيز الاتجاهات الموجبه نحو الرياضة، مجلة العلوم الإنسانية، م(16)، ع(2)، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان .
- عبد الحق، عماد (2012). مستوى الوعي الصحي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية، جامعة النجاح الوطنية، مجلة جامعة النجاح للأبحاث (ب) (العلوم الإنسانية)، العدد(26)، المجلد، (4)، فلسطين. نابلس.
- فاروق، احمد (2002). (الإعلام الرياضي وعلاقته بالقرارات الصادرة عن الاتحاد المصري لكرة القدم الخاصة بإقالة الجهاز الفني للمنتخب الرياضي للفترة من (1995-2000)، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، مصر.
- ميزرا، جاسم خليل (2014). (اتجاهات الجمهور نحو دور الإعلام الرياضي في تعميق الوعي لدى الجمهور الرياضي، المجلة الأوربية لتكنولوجيا علوم الرياضة- الأكاديمية الدولية لتكنولوجيا الرياضة بدبي، ع(1)، دبي، الإمارات.

#### ثانيا: المراجع الأجنبية

- -Wensing, E. And Broce, T.(2003). Bending the principles Media Representations of Gender a worldwide Sport Event, International Review for the science of Sport, Vol. 38, No.4
- -Stamirs, G (2000): Sociology of Sport. Second Renewed Publication. Athens. Publication Zita. Greece.
- -Martine, Mary Terasa. (2000): Learning to Competei Media and Other Influences Froming the Self-Concepts of Four Female College Athletes, DAL-A, Vol.60, No.09.

#### ملحق رقم(1) الاستبانة بصورتها النهائية

#### الاستبيان

أعزائي الطلبة :

يقوم الباحثون بدراسة" دور وسائل الاعلام الرياضي الجديد عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة بعض الجامعات العراقية " وذلك استكمالا لمتطلبات البحث في





التربية البدنية وعلوم الرياضة في جامعة ديالى ، ارجو من حضرتكم التكرم بالاستجابة على فقرات الاستبيان، علما بان جميع المعلومات ستستخدم لغاية البحث العلمي فقط .

ولاً: المعلومات الشخصية

□ أنثى ، □ ذكر ، الجنس:

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
<b>المجال الاول : المعرفي</b>						
1	تهتم الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بإثراء الجوانب الحضارية والتاريخية للرياضة العراقية.					
2	تثري الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي الرياضة العراقية بالدراسات والأبحاث.					
3	تتناول الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي القوانين المستجدة في الألعاب الرياضية.					
4	تنشر الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي الزمان والمكان المحدد لإقامة البطولات والفعاليات الرياضية.					
5	تسلط الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي الضوء على الألعاب الرياضية لكلا الجنسين					
6	تزود الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي المستجديات الإدارية وهيكلية الاتحادات والمراكز الرياضية.					
7	تركز الوسائل الإعلامية الرياضية على الرياضة العراقية أكثر من غيرها.					
8	تهتم الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنشر نتائج المسابقات الرياضية.					

<b>المجال الثاني : الاجتماعي</b>						
1	تهتم الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بتغطية الأحداث الرياضية.					



					2	تؤرشف الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي سيرة الفرق واللاعبين.
					3	تنشئ الوسائل الإعلامية الرياضية مواقع الكترونية للرياضة العراقية.
					4	تغطي الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي دور الفرق الرياضية في الأنشطة التطوعية والمشاركة المجتمعية.
					5	تعزز الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي الرسالة المجتمعية للرياضة العراقية
					6	تتفاعل الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع الأحداث الرياضية.
					7	الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لها دور في نشر الثقافة الرياضية في المجتمع.
					8	تقوم الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدورها الكامل في الرياضة الخاصة بالجنسين.

المجال الثالث : الصحي						
					1	تواكب الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي كل جديد على صعيد الصحة البدنية للرياضيين.
					2	تصدر الوسائل الإعلامية الرياضية منشورات ثقافية وتوعوية عن الصحة والرياضة.
					3	تهتم الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بخطورة الممارسات الرياضية الخاطئة.
					4	تركز الوسائل الإعلامية بنشرها لمفاهيم التغذية السليمة للرياضيين.
					5	تتابع وسائل الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي الحالات الصحية والبدنية للاعبين.
					6	تخصص الوسائل الإعلامية إعلامياً رياضياً متخصصاً لمتابعة الصحة والسلامة الرياضية.
					7	تتواصل الوسائل الإعلامية الرياضية مع جهات صحية رسمية لتقديم الإرشادات والنصائح الصحية المتعلقة بالرياضة.
					8	تتفاعل وسائل الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل



					الاجتماعي مع الأحداث المحلية والدولية المرتبطة بالصحة الرياضية.
--	--	--	--	--	---

المجال الرابع : التنافسي					
					1 تعزز الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من الدور التنافسي للرياضيين.
					2 تغطي الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي نتائج المسابقات الرياضية المحلية والعربية والدولية.
					3 تهتم وسائل الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي بإظهار وإبراز الآراء والرأي الآخر في المجال الرياضي.
					4 تثير الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي روح التحدي والتنافس بين المشاركين
					5 تلتزم الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي الموضوعية بنشر أخبار المراكز والأندية.
					6 تقدم الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي معلومات دقيقة للحدث الرياضي
					7 تهتم الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنشر مبادئ التنافس الحر والنزاهة كقيمة تربوية
					8 تهتم الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالموضوعية في المقابلات وتنوع الأرقام والأشخاص.

المجال الخامس :الثقافي					
					1 تتصف وسائل الإعلام الرياضي الجديد عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالتوازن في نشر وتحليل الأنشطة الرياضية.
					2 تغطي الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي نتائج المسابقات الرياضية المحلية والعربية والدولية.
					3 تهتم الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالخطاب اللغوي السليم وسلامة اللغة
					4 تهتم وسائل الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل



				الاجتماعي بدقة العناوين وتناسق الموضوعات الرياضية.	
				تهتم وسائل الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي بإبراز الثقافة العراقية من خلال المشاركات الدولية للرياضة العراقية.	5
				تدعم وسائل الإعلام الرياضي استضافة محاضرين متخصصين بعلوم التربية الرياضية.	6
				تعزز وسائل الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي دور المرأة في المشاركة بالفعاليات والندوات العلمية الرياضية.	7
				تعمل وسائل الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تقبل النتائج والابتعاد عن ظاهرة التعصب المناطقي والعنف.	8

المجال الخامس : الانتماء الوطني

				تعزز الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي قيم الانتماء الوطني من خلال الأنشطة الرياضية.	1
				تساهم الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بإبراز الرياضة العراقية ككتاب وطني.	2
				تتابع الوسائل الإعلامية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مسيرة الفرق العراقية في كافة مشاركتها.	3
				تسهم وسائل الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي بإبراز دور الرياضة العراقية في تعزيز الوجود العراقي على خارطة العالم.	4
				تبرز وسائل الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي دور الرياضة في التعاون والمشاركة المجتمعية والوطنية.	5
				تبرز وسائل الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي دور ومساندة المؤسسات الوطنية الرسمية والخاصة في دعم الرياضة العراقية.	6
				تبرز وسائل الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي المضامين الوطنية للبطولات الرسمية والخاصة في دعم الرياضة العراقية.	7
				تسهم وسائل الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر دور المؤسسات الخاصة والعامية في دعم الرياضة الوطنية.	8