



Journal of Studies and Researches of Sport Education

spo.uobasrah.edu.iq



An analytical study of the reality of sports media systems in the (Gulf 25) Championship from the point of view of media professionals

Ali Sadiq Mal Allah ¹   Abdul Halim Jabr Nazzal ²   Haider Awfi Ahmed ³  

University of Basra / College of Education and Sports Sciences^{2,3}

General Directorate of Education Basra¹

Article information

Article history:

Received 8/2/2025

Accepted 14/3/2025

Available online 15,mar,2025

Keywords:

Sports media systems. Gulf 25
Championship, management and
organization, football



website

Abstract

The research aimed to build and apply a scale of sports media systems within the (Gulf 25) Championship from the point of view of media professionals. The researchers used the descriptive approach to suit the nature of the research. The research community consists of workers in sports media organizations in the Gulf 25 Football Championship. The sample was chosen intentionally and consisted of media professionals participating in the Gulf 25 Championship held in Iraq, numbering 600 media professionals. The tool used is to design and build a scale of the reality of sports media systems within the Gulf 25 Championship. The researchers concluded that media systems, especially the visual system, have a large and prominent role in directing and educating the masses about the events of the Gulf 25 Championship. The most important recommendations of the researchers are to adopt strategic planning in order to bring about fundamental developments in various sports media.



مجلة دراسات وبحوث التربية الرياضية

spo.uobasrah.edu.iq



دراسة تحليله لواقع منظومات الاعلام الرياضي في بطولة (خليجي 25) من وجهة نظر الاعلاميين

حيدر عوفي احمد³ 

عبد الحلیم جبر نزال² 

علي صادق مال الله¹ 

جامعة البصرة / كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة^{2,3}

المديرية العامة لتربية البصرة¹

الملخص

هدف البحث الى بناء وتطبيق مقياس منظومات الاعلام الرياضي ضمن بطولة (خليجي 25) من وجهة نظر الاعلاميين, واستعمل الباحثون المنهج الوصفي لملائمته طبيعة البحث, ويتكون مجتمع البحث من العاملون في منظمات الاعلام الرياضي في بطولة خليجي 25 بكرة القدم, وتم اختيار العينة بالطريقة العمدية وتكونت من الاعلاميين المشاركين في بطولة خليجي 25 المقامة في العراق والبالغ عددهم ((600 اعلامياً, اما الاداة المستخدمة هي تصميم وبناء مقياس واقع منظومات الاعلام الرياضي ضمن بطولة خليجي 25, واستنتج الباحثون ان للمنظومات الاعلامية وفي مقدمتها المنظومة المرئية دورا كبيرا وبارزا بتوجيهه وتنقيف الجماهير حول احداث بطولة خليجي 25. اما اهم توصيات الباحثون اعتماد التخطيط الاستراتيجي من أجل أحداث تطويرات جوهرية في مختلف وسائل الاعلام الرياضي .

معلومات البحث

تاريخ البحث :

الاستلام : 2025/2/8

القبول : 2025/3/14

التوفر على الانترنت: 15 اذار, 2025

الكلمات المفتاحية :

منظومات الاعلام الرياضي . بطولة خليجي 25 , الإدارة والتنظيم , كرة القدم.

1- التعريف بالبحث

1-1 المقدمة واهمية البحث

ان الإدارة الرياضية هي أحد العوامل الرئيسية في تحقيق النجاح والتقدم في المجال الرياضي من خلال التركيز على التخطيط والتنظيم والإشراف لتلك الأنشطة والموارد لتحقيق أهداف رياضية بأعلى كفاءة ممكنة, واهمية تبادل المعلومات المطلوبة بينهم للعمل بطريقة أكثر فاعلية. (Kazem et al., 2018) وفي ضل تطور الرياضة وكثرة الاهتمام بها على الصعيدين المحلي والدولي أصبحت الإدارة الرياضية علماً تخصصياً يسعى إلى تطوير وتحسين الأداء الرياضي واحراز التميز المؤسسي في هذا السياق عن طريق العلاقة الوثيقة بين الإدارة الرياضية والإعلام الرياضي حيث يعزز الإعلام الرياضي الوعي المجتمعي , عملية صنع القرارات تمثل جوهر عمل الإدارة (Nazzal, 2008) التي تسهم في دعم أهداف الإدارة الرياضية , كما يستطيع الاعلام الرياضي ان يحقق تأثيرات مهمه على مستوى الافراد والمؤسسات الرياضية مما تجعل منه قوة اجتماعية حقيقية لكون الاعلام الرياضي يمثل انعكاساً دقيقاً للحياة الرياضية فأن دور وسائل الاعلام الرياضي اصبح اكثر اهمية في تحديد مكامن الخلل وتأشير المسارات الصحيحة للنهوض بالقطاع الرياضي باتجاه التربية البدنية لأبناء المجتمع باعتبار تلك الوسائل نافذة لكل ما هو متقدم ومتطور (Yassin, 2011)

وبهذا ظهر الإعلام الرياضي كأحد العوامل المكملّة والداعمة للمنظمات الرياضية حيث يساهم في توسيع نطاق تأثير الرياضة وتعزيز تواصل المنظمات الرياضية مع الجماهير وأصحاب المصالح وذلك من خلال المنظومات الاعلامية المتمثلة بالمنظومة الصحافية والمنظومة الاذاعية والمنظومة التلفزيونية والالكترونية ومنظومة الاعلام الثابت حيث تشكل هذه المنظومات وسائل مهمة لنقل الأحداث الرياضية والترويج للجهات السياحية والمعالم الاثرية في داخل العراق من اجل النهوض بقطاع السياحة الرياضية لما لها من مورداً اقتصادياً مع بناء ثقافة رياضية إيجابية تدعم التفاعل بين المنظمات الرياضية والجمهور , وزيادة الابداع لديهم (Nazzal, 2012)

وتكمن أهمية الدراسة في دور منظومات او وسائل الاعلام الرياضي وما تم الوصول اليه من بلوغ الاهداف ومدى تأثيرها في توعية وتنقيف الجماهير الرياضية خلال بطولة خليجي 25 لتصبح اكثر احترافية وتفاعلاً مع تطلعات الجماهير في العراق والخليج كافة.

1-2 مشكلة البحث :

نقص المعرفة" يزيد تقبل الشعوب الصورة النمطية التي يرسمها إعلامها صورة تقلل من الواقع وتصورهم عنه والإعلام الرياضي أحد المجالات الاتصالية والإعلامية الفاعلة التي باتت تشكل حضوراً مقدراً وواقعاً حياتياً هاماً له جمهوره وأنشطته وأدواته وكذا وسائله الإعلامية العامة والمتخصصة ،كما أسهم الإعلام الرياضي خلال تاريخه الطويل بإيجابية في بيان واقع هذه الشعوب وثقافتها من خلال تحفيز الجهود الإعلامية نحو الأداء المهني الراقي الذي يحرص على احترام المنظومات الاجتماعية ويسعى إلى تحقيق الايجابية الإعلامية واحترام الحيادية والمصادقية والنزاهة المرجوة.

مشكلة الدراسة هي محاولة للتوصل الى حقيقة الواقع الفعلي لما تقدمه منظومات الاعلام الرياضي في بطولة (خليجي 25) من طرق واساليب حديثة ومتنوعة في نقل الحقائق واجتذاب الجماهير للمشاركة في اجواء البطولة والكشف عن مدى فاعلية الاعلام الرياضي في تحقيق اهدافه وتحديد الصعوبات التي تعوق تطوره.

1-3 اهداف البحث :

1-3-1 بناء مقياس منظومات الاعلام الرياضي في بطولة خليجي 25 من وجهة نظر الاعلاميين

1-3-2 التعرف على درجة دور الاعلام الرياضي في بطولة خليجي 25 من وجهة نظر الاعلاميين.

1-4 مجالات البحث :

1-4-1 المجال البشري : العاملون في الاعلام الرياضي خلال بطولة خليجي 25

1-4-2 المجال المكاني: مقرات منظومات الاعلام الرياضي

1-4-3 المجال الزمني : 2024/4/12 الى 2024/11/22

2-2 منهج البحث وإجراءاته الميدانية

1-2 منهج البحث : استخدم الباحثون المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي وذلك لملاءمته أهداف البحث وطبيعة المشكلة

2-2 مجتمع البحث وعينته

إن العينة جزء من المجتمع يجري اختيارها وفق قواعد خاصة لكي تمثل المجتمع تمثيلاً صحيحاً وان الأهداف التي يضعها الباحث لبحثه والإجراءات التي يستخدمها ستحدد طبيعة العينة التي سيختارها (Raysan Khuraibit, 1987) . لذا تم اختيار عينة البحث بالطريقة (العمدية) من العاملون في الاعلام الرياضي المشاركون في بطولة خليجي 25 التي اقيمت في العراق والبالغ عددهم (600) اعلامياً ، إذ بلغ أجمالي الذين خضعوا للتجربة (474) اعلامي بنسبة (79%) وتم إبعاد (126) اعلامي و نتيجة لهذا قسمت العينة إلى ثلاث اقسام الأولى للتجربة الاستطلاعية والثانية لإجراءات تصميم وبناء المقياس والثالثة لغرض تطبيق المقياس وكما يلي :

أولاً: عينة التجربة الاستطلاعية : شملت عدداً من الاعلاميين العاملين في منظومات الاعلام الرياضي والبالغ عددهم (24) اعلامي بنسبة (4 %)

ثانياً:- عينة بناء المقياس : وشملت عدداً من الاعلاميين العاملين في منظومات الاعلام الرياضي والبالغ عددهم (234) اعلامي بنسبه (39 %) .

ثالثاً :- تطبيق المقياس: وتضمنت (216) اعلامياً بنسبة (36%) .

2-3 ادوات البحث ووسائل جمع المعلومات

"يحتاج الباحث إلى البيانات المختلفة لإتمام بحثه ، ولابد إن يختار الأدوات المناسبة لجمع البيانات سواء كانت ثانوية أو أولية علماً أنه يوجد العديد من أدوات جمع البيانات والتي يمكن أن يختار الباحث ما يناسب بحثه" (Fayez Jumaa Al- (Najjar et al, 2010

واستخدم الباحثون الوسائل والأدوات الآتية: المصادر والمراجع العربية والأجنبية شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) والملاحظة من خلال ملاحظة الباحثون ومتابعتها لوسائل الاعلام الرياضي في (بطولة خليجي 25) حددا مشكلة الدراسة الحالية والمقابلة : " هي حديث يجريه شخص ما بأسلوب حوار حول حدث أو قضية ما بهدف الوصول على قناعة معينة " (Bilal, 2012) وأجرى الباحثون مجموعة من المقابلات الشخصية مع عدد من الخبراء والمختصين لجمع المعلومات التي تخص الدراسة الحالية والاستبيان : قام الباحثون بإعداد استمارة الاستبيان التي تخص موضوع بحثهما وجهاز حاسوب محمول نوع (hp) وحاسبة يدوية .

2-4 إجراءات البحث الميدانية:

وهي " مجموعة من الخطوات الأساسية التي يمكن أتباعها عند بناء الاختبار أو المقياس وكيفية الربط بين وحدات المقياس لقياس الجوانب الكلية للمهارة أو السمة أو الصفة أو القدرة (H. A. Muhammad & Radwan, 2002) ، و لتحقيق أهداف الدراسة قام الباحثون بالإجراءات والخطوات التالية:

2-4-1 تحديد الظاهرة المراد دراستها:

ينبغي تحديد الظاهرة المطلوب قياسها وأن يكون مفهومها وحدودها واضحين تماما، والظاهرة التي يهدف الباحثون إلى قياسها هي واقع منظومات الاعلام الرياضي خلال بطولة خليجي 25 .

2-4-2 الغرض من بناء المقياس:

قبل بناء اداة البحث (المقياس) يجب تحديد الغرض من بناء هذه الاداة تحديداً واضحاً وماهي الحاجة لهذه الاداة وأن من اهداف الدراسة بناء مقياس واقع منظومات الاعلام الرياضي ضمن بطولة خليجي 25 لغرض الارتقاء بعمل وسائل الاعلام الرياضي ومن ثم أعداد مقياس يتصف بالشمولية والدقة .

2-4-3 اعداد الصيغة الأولية للمقياس:

تعد الاستبانة المصدر الرئيس للحصول على البيانات المتعلقة بالجانب التطبيقي للدراسة وقد تم تصميم استبانة الاستبانة بالاعتماد على المقاييس السابقة لمعظم فقراتها بعد أن تم تكييفها لتلائم مع البيئة العراقية فيما صاغ الباحثون بعض الفقرات بالاستناد إلى مؤشرات بعض الدراسات والمصادر وقد احتوت الاستبانة على مقدمة توضح الهدف من الدراسة وتعليمات بشأن الإجابة عن فقراتها ، صيغت على وفق مقياس خماسي الاستجابة و تراوحت شدة الإجابة ما بين (1-5) درجات ، وهكذا فقد تم اعداد الفقرات بصيغتها الأولية لمقياس (26) فقرة مقترحة لواقع منظومات الاعلام الرياضي في بطولة (خليجي 25)

2-4-4 تحديد أسلوب وأسس صياغة الفقرات:

اعتمد الباحثون في صياغة الفقرات على أسلوب (ليكرت) ، إذ يُعد من الأساليب الشائعة في القياس لأن هذه الطريقة تتميز بما يأتي (Shaker, 1990)

- سهولة استعمالها.
- ارتفاع درجة الثبات للمقياس وصدقه.
- تقلل من درجة التخمين وعامل الصدفة .

وان اسلوب (ليكرت) يُعد من أفضل الطرائق في التنبؤ بالسلوك والظاهرة

2-4-5 عرض فقرات المقياس على المحكمين:

بعد أعداد المقياس بصيغته الأولية، قام الباحثون بما يلي:

استعراض مقياس واقع منظومات الاعلام الرياضي ضمن بطولة خليجي 25 والمتكون من (27) فقرة مقترحة، على عدد من المحكمين

(18) محكماً ، وذلك من اجل التعرف على آراءهم في فقرات مقياس منظومات الاعلام الرياضي،
ثانياً: يشير اليه (بلوم) إلى " إن على الباحث الحصول على موافقة بنسبة (75%) فأكثر من آراء المحكمين "، وقد حصل الباحثون على نسبة الاتفاق بدلالة (مربع كاي) إذ اظهر أن نسبة (75%) فأكثر مقبولة عند حصول الفقرة عليها علماً أن قيمة (مربع كاي) المحسوبة عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (1) تساوي (4.26) وهي اكبر من قيمتها الجدولية والبالغة (3.84) ما يدل على معنوية هذه النسبة وهي تمثل (14) خبيراً من أصل (18) خبيراً وأسفر التحليل الإحصائي على رفع الفقرات التي كانت نسبة القبول فيها اقل (75%) وبالاعتماد على درجة كا 2 (3,84) إذ بلغ عددها (4) فقرات
5-2 التجربة الاستطلاعية:

بعد إن أصبح المقياس جاهز للتطبيق قام الباحثون بإجراء التجربة الاستطلاعية قبل التطبيق النهائي للبحث بوقت ملائم وذلك من خلال تطبيق مقياس منظومات الاعلام الرياضي ضمن بطولة خليجي 25 وعلى عينة مكونه من (24)

اعلامياً لغرض تهيئة أسباب النجاح عند تطبيق الاختبار الرئيسي على عينة البحث لغرض التأكد من فهم العينة لفقرات المقياس ومن أجل تلافي أي أخطاء أو صعوبة عند التطبيق خلال الاختبار الرئيسي للبحث.

2-5-3 التطبيق الأولي للمقياس

تم تطبيق المقياس على عينة البناء وهم العاملون في منظومات الاعلام الرياضي ضمن بطولة خليجي 25 والبالغ عددهم (234) اعلاميا وبعد الانتهاء من عملية توزيع الاستمارات والإجابة عليها تم تدقيق كل استمارة للتأكد من الإجابة عليها وبالصورة المطلوبة.

2-6 تحليل الفقرات إحصائياً: «إن الهدف من تحليل فقرات المقياس إحصائياً هو تحسين نوعية الاختبار من خلال اكتشاف ضعف الفقرة ومن ثم العمل على إعادة صياغتها أو استبعادها إن لم تكن صالحة وهناك أساليب عديدة وقد اعتمد الباحثون لتحليل الفقرات أسلوب المجموعات المتطرفة

2-6-1 أسلوب المجموعات المتطرفة

تعرف مقدرة التمييز بأنها قدرة الفقرة على التمييز بين الأفراد الحاصلين على درجات مرتفعة والأفراد الذين يحصلون على درجات منخفضة في السمة التي يقيسها المقياس ولغرض حساب قوة تمييز الفقرة اتبع الباحثون ما يلي

- 1- احتساب الدرجة الكلية للمقياس من جميع الدرجات التي يحصل عليها المختبر لكل فقرة
- 2- رتبت الدرجات التي يحصل عليها أفراد العينة تنازلياً
- 3- تم تقسيم الدرجات إلى مجموعتين من الدرجات تمثل أحدهما الأفراد الذين حصلوا على أعلى الدرجات وتمثل الثانية الأفراد الذين حصلوا على أدنى الدرجات وكل مجموعته تمثل نسبة (27%) من أفراد العينة وبذلك تكون لدى الباحثون مجموعتين عليا ودنيا قوام كل منهما (64) اعلامياً ولحساب قوة تمييز الفقرة تم استخدام قانون (T) وبعد تطبيق العمليات الإحصائية لاستخرج القوة التمييزية للفقرات ظهرت النتائج التالية إن هناك (1) فقرة استبعدت من المقياس .

2-6-2 معامل الاتساق الداخلي

أن القوة التمييزية للفقرات لا تحدد مدى تجانسها في قياس الظاهرة الموضوعية لقياسها إذ يجوز أن تكون هناك فقرات متقاربة في قوتها التمييزية لكنها تقيس أبعاد سلوكية مختلفة، أن هذا الأسلوب يبين لنا مدى تجانس الفقرات إذ ربما تكون هناك فقرات متقاربة لكنها تقيس أبعاد مختلفة لذا يستخدم معامل الاتساق الداخلي لتحقيق هذا الغرض وكثيراً من الدراسات علل استخدامها لهذا الأسلوب كونه يمتاز بعدة مميزات هي :

- 1- يوفر لنا مقياساً متجانساً في فقراته بحيث تقيس كل فقرة البعد السلوكي نفسه الذي يقيسه المقياس
 - 2- أن القوة التمييزية الفقرة تكون متشابهة لقوة المقياس التمييزية
- القدرة على إبراز الترابط بين فقرات المقياس وقد استخدم الباحثون معامل الارتباط (بيرسون) بين درجات أفراد العينة على كل فقرة وبين درجاتهم على المقياس ككل بواسطة الحقيبة الإحصائية (spss) وبعد أتمام التحليل الإحصائي للمقياس وجدت ان الفقرات جميعها ذات ارتباط عالي .

2-7-1 الأسس العلمية :

2-7-1 الصدق : يعتبر الصدق من اهم الخصائص التي يجب الاهتمام بها في الاختبارات وبناء المقاييس (وعرفته ليلي فرحات) بأنه "الدرجة التي يقيس بها الاختبار أو المقياس الشيء المراد قياسه.(Farahat, 2001) وللصدق أنواع عدة ولقد عمد الباحثون إلى التحقق من صدق المقياس من خلال :

صدق المحكمين: (هو الاختبار (المقياس) الذي يدل اسمه على صدقه ، إي صادق في صورته الظاهرة وبمعنى آخر هو صدقاً علمياً وإحصائياً) (Farhat, 2001) ويعتبر احد انواع الصدق الذي يتضح من خلال محتويات المقياس ومن خلال الفقرات في قياس الظاهرة المراد قياسها ويتم ذلك من خلال عرض الفقرات على الخبراء والمختصين وقد تحقق هذا النوع من الصدق من خلال عرض المقياس على الخبراء والمختصين في علم الإدارة العامة والإدارة الرياضية والاختبارات والقياس كما مر في عرض الصيغة الأولية للمقياس، وبذلك قُبلت الفقرات التي حصلت على موافقة الخبراء وحذفت الفقرات غير الصادقة .

2-7-2 ثبات المقياس: يعتبر الثبات من العناصر الأساسية في إعداد الاختبارات واعتماد نتائجها ويعرف الثبات بأنه " الدقة في تقدير العلامة الحقيقية للفرد على الفقرة التي يقيسها المقياس ، أو مدى الاتساق في علاقة الفرد إذا أخذ المقياس نفسه مرات عدة في الظروف نفسها " (Ahmed & Fathi, 1993) وهناك عدة طرق يمكن من خلالها استخراج معامل الثبات بطريقة (الفا كرو نباخ) ، استخدمت هذه الطريقة نظراً لكونها تُستخدم في أي نوع من أنواع الأسئلة الموضوعية ولمقاله ، إذ استخرج الثبات بهذه الطريقة من خلال تطبيق معادلة (الفا كرو نباخ) على أفراد عينة البناء البالغة (234) اعلامياً باستخدام الحقيبة الاحصائية أذ تبين أن قيمة معامل الثبات تساوي (0.874) .

3- التجربة الرئيسية: بعد التأكد من سريان صدق وثبات الاستبانة تم توزيعها على عينه الدراسة، إذ تم توزيع (216) استمارة وبعدها تم تحليل استجابات عينة البحث تم جمع البيانات ، إذ أصبح لكل اعلامي درجة خاصة به .

3-1 عرض نتائج مقياس منظومات الاعلام الرياضي وتحليلها ومناقشتها :

جدول (1)

يبين الجدول (1) الوسط النظري والوسط الحسابي والانحراف المعياري وقيمة (ت) المحسوبة ونسبة الخطأ

لمقياس منظومات الاعلام الرياضي ضمن بطولة خليجي 25

عدد فقرات	الوسط النظري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ت المحسوبة	نسبة لخطأ Sig
22	66	54.24	6.74	19.45	0.000

يبين الجدول (2) أن عدد فقرات مقياس منظومات الاعلام الرياضي (22) فقرة ، وبوسط نظري (66) ، بينما كان الوسط الحسابي لعينة البحث (54.24) وبانحراف معياري (6.74) ، إذ كانت (ت المحسوبة) بين الوسط النظري والوسط الحسابي لعينة البحث (19.45) وبنسبة خطأ (0.00) ، مما يدل على معنويتها عند مستوى دلالة (0.01) ، وجد إن الوسط النظري اكبر من الوسط المحسوب أي وجود فروق ولصالح الوسط النظري، ويرى الباحثون ان موضوع واقع منظومات الاعلام الرياضي ضمن بطولة خليجي 25 مع تزايد احداث الرياضة عامة وكرة القدم خاصة للحدود تزداد الحاجة الى تفعيل المنظومات الاعلامية الرياضية بأساليب وطرق حديثة بقيادة الاعلاميين ذوي الكفاءة العالية لمقابلة التحديات الكبيرة التي تواجهها كذلك يجب على المنظومة الاعلامية من تطوير محتوى اعلامي جذاب ومؤثر يمكنه الوصول الى قاعدة اوسع من الجماهير ويعكس بشكل افضل اهمية الرياضة وابعادها ، كما يجب على المنظومات الاعلامية من استغلال كامل للإمكانيات الاعلام الرياضي المتاحة مع استخدام الموارد والادوات التقنية او البشرية بشكل مدروس ومخطط له مسبقا وذلك لرفع مستوى الاداء وتحقيق الاهداف المرجوة ،وان ما تقوم به وسائل الاعلام من خلال الصحف والمجلات الرياضية والبرامج الرياضية سواء في التلفزيون او عبر وسائل الانترنت بتغطية جميع مخرجات المؤسسات الرياضية وبنها ونقلها الى المجتمع لذا الاعلام " هو فن توصيل المعلومة الى الناس (MANDOOB & ABED, 2024) اضافة الى ذلك يجب

الاهتمام بالمحتوى التثقيفي ضمن البرامج الرياضية حيث ان الاعلام الرياضي يلعب دورا مهماً في تثقيف الجمهور الرياضي ونشر الوعي حول اهمية الرياضة , كذلك العمل على تبني بشكل كامل التقنيات الحديثة والتوجهات الرقمية التي باتت اساسية لجذب الجمهور الشبابي خاصة وهو الاتجاه نحو المنصات الرقمية والتواصل الاجتماعي قد يعزز من وصول الاخبار والمعلومات الرياضية بطرق مبتكرة وبالرغم عن تسجيل 2475 صحفيا وإعلاميا لتغطية البطولة التي انطلقت بلعب البصرة الدولي للحصول على الاعتماد الخاص لتغطية منافسات البطولة، ثم الاستفادة من هذا العدد الكبير من تحقيق والاستفادة الكبيرة في تغطية هذا الحدث وإبراز معالم السياحة العراقية الكبيرة في البصرة لذلك كان من المفروض ان يكون التخطيط للإعلام الرياضي السياحي متكامل مع التخطيط الشامل للإعلام العام بصفة خاصة وفي المجالات الأخرى فالخطة الناجحة هي التي تتصف بالشمول والتكامل والمرونة والتطور بالقدر الذي يكفي تحقيق أهداف المصلحة العليا للدولة وهذا ما اكدت (Khadir & Nazzal, 2021) إن أهمية عملية وضع السياسات والإجراءات الكفيلة في تنمية وتطوير السياحة والتي تكون بجدد المصادر التي يمكن استخدامها في صناعة السياحة الرياضية وتقويمها بشكل علمي بل وإيجاد مناطق جديدة قد تجذب إليها السائحين مثل القرى الرياضية السياحية أو الأماكن المبنية خصوصاً للسياحة وتوفير الاعتمادات المالية اللازمة للإعلان عن موارد السياحة الرياضية وإعداد الكتيبات والخرائط السياحية ودعوة أبطال ونجوم الألعاب الرياضية المشهورين للمشاركة في المناسبات الرياضية التعاون بين وزارة الشباب والرياضة وهيئة السياحة في وضع برامج تنمية السياحة الرياضية وهنا ليس مجرد تخمين نظري، وإنما تقويم مقارنة مع المنتجات السياحية الرياضية للدول المنافسة واعتمادها على اتجاهات وخصائص الطلب السياحي العالمي والذي يعد الأساس في تحديد وإيجاد البنية التحتية الوطنية للسياحة الرياضية عبر تشجيع الاستثمار السياحي وتسهيل عمل شركات الاستثمار .

2-3 عرض و تحليل ومناقشة نتائج محور منظومات الاعلام الرياضي

جدول (2)

يبين الجدول (2) الفقرات وسلم التقدير والنسبة المئوية ودرجة (كا²) المحسوبة بين الإجابات

ت	فقرات محور منظومات الاعلام الرياضي	دائما	غالبا	أحيانا	نادرا	أبدا	درجة كا ²	مستوى الدلالة
1	قدمت المنظومات الاعلامية معلومات تفصيلية عن المنتخبات واللاعبين وجدول المباريات	52	71	56	43	12	41.085	0,000
		% 22.22	30.34 %	23.93 %	18.37 %	5.12 %		
2	الترويج للعروض الخاصة والتخفيضات في الوجهات السياحية	13	99	55	34	33	91.641	0,000
		% 5.55	42.30 %	23.50 %	14.52 %	14.10 %		
3	اطلاق برامج تلفزيونية سياحية تقدم رحلات استكشافية للمشاهدين والسائحين وجهات سياحية متنوعة	39	46	41	64	44	78.521	0,000
		% 16.66	19.65 %	17.52 %	27.35 %	18.80 %		
4	يقوم الاعلام المرئي بأنشاء محتوى مثير وجذاب يعرض جمال ومعالم الوجهات السياحية المختلفة	58	39	61	54	22	22.538	0,000
		% 24.78	16.66 %	26.06 %	23.07 %	9.40 %		

0,000	88.291	0	12	43	69	110	تنظيم مقابلات مع الجمهور والمسؤولين في البطولة وبثها عبر الاذاعة	5
		% 0	5.12 %	18.37 %	29.48 %	% 47.00		
0,000	34.162	11	12	34	80	97	تقديم تحليلات وتقارير شاملة عن خليجي 25 واداء المشاركين مما يشري تجربة المستمعين ويزيد من اهتمامهم بالحدث	6
		% 4.70	5.12 %	14.52 %	34.18 %	% 41.45		
0,000	117.752	10	14	51	58	101	التواصل مع المجتمع المحلي والمشجعين لتشجيعهم على المشاركة في خليجي 25 ودعم الفرق المشاركة	7
		% 4.27	% 5.98	21.79 %	24.78 %	% 43.16		
0,000	149.419	0	22	24	51	137	تنظيم وبث لقاءات حصرية مع الرياضيين والشخصيات الرياضية المعروفة	8
		% 0	% 9.40	10.25 %	21.79 %	% 58.54		
0,000	197.111	11	1	33	71	118	نشر مقالات وتقارير تعرض تفاصيل حول بطولة خليجي 25 والاحداث المصاحبة	9
		% 4.70	% 0.42	14.10 %	30.34 %	% 50.42		
0,000	32.974	0	31	43	78	82	الترويج للبرامج الترفيهية والفعاليات الثقافية المصاحبة لبطولة خليجي 25 من خلال المنظمات	10
		% 0	13.24 %	18.37 %	33.33 %	% 35.04		
0,000	105.573	21	13	31	89	80	عرض تجارب السفر الحقيقية للأشخاص ومغامراتهم في العراق	11
		% 8.97	% 5.55	%13.24	38.03 %	%34.18		
0,000	112.709	10	6	81	77	60	تقديم معلومات مفصلة حول الوجهات السياحية للمشاهدين للتخطيط لرحلاتهم	12
		% 4.27	% 2.56	34.61 %	32.90 %	%25.64		
0,000	91.726	1	33	44	73	83	تعزيز الامان والراحة لدى المشاهدين من خلال عرض الاجراءات الادارية والفنية	13
		% 0.42	14.10 %	18.80 %	31.19 %	%35.47		
0,000	52.453	13	40	47	82	52	تقديم بث مباشر وتغطية حية لفعاليات خليجي 25 على منطومات متنوعة	14
		% 5.55	17.09 %	20.08 %	35.04 %	% 22.22		
0,000	67.197	0	13	55	65	101	تصميم اعلانات اذاعية مخصصة لبطولة خليجي 25 تشجع المشاركة فيها	15
		% 0	% 5.55	23.50 %	27.77 %	% 43.16		
0,000	134.932	12	11	35	100	76	نشر مقالات تستعرض الخبرات السابقة للمشجعين الذين حضروا بطولات خليجية سابقة مما يشجع المشاركة والحضور لهذا الحدث الرياضي	16
		5.12 %	% 4.70	14.95 %	42.73 %	% 32.47		

0,000	149.009	0	12	27	133	62	تنظيم مسابقات جذابة للقراء مع تقديم جوائز مثيرة مرتبطة بالبطولة والسياحة الرياضية في البصرة	17
		% 0	5.12 %	11.53 %	56.83 %	% 26.49		
0,000	192.624	11	1	28	86	108	تقديم تحديثات دورية وتقارير يومية حول تطورات البطولة ونتائج المباريات واحداث اليوم السابق والمستجدات الرئيسية	18
		% 4.70	% 0.42	11.96 %	36.75 %	% 46.15		
0,000	100.325	11	0	34	80	109	تدرك وسائل الاعلام الرياضي اهمية الالتزام بالتقاليد والاعراف المجتمعية	19
		% 4.70	% 0	14.52 %	34.18 %	% 46.58		
0,000	91.641	33	34	55	99	13	تنشر وسائل الاعلام الرياضي انجازات الرياضة العراقية على الصعيد الدولي	20
		14.10 %	14.52 %	23.50 %	42.30 %	% 5.55		
0,000	78.521	44	64	41	46	39	تراعي وسائل الاعلام الرياضي المختلفة اختلاف ثقافات المجتمع العراقي والخليجي	21
		18.80 %	27.35 %	17.52 %	19.65 %	% 16.66		
0,000	100.325	22	54	61	39	58	عمل الاعلام الرياضي على دمج المنظومة المرئية مع المنصات الرقمية	22
		% 9.40	23.07 %	26.06 %	16.66 %	% 24.78		

الاكثر تكراراً

أن عينة البحث أعطت الفقرات تسلسل (5, 6, 7, 8, 9, 10, 13, 15, 18, 19) تكراراً عالياً في الإجابة (دائماً) حيث نصت الفقرة (5) على تنظيم مقابلات مع الجمهور والمسؤولين في البطولة وبتثا عبر الاذاعة , ويعزو الباحثون ذلك الى ان هذا الاتجاه الذي يتخذه الاعلام الرياضي في اجراء المقابلات مع الجماهير ذو اهمية كبيرة حيث يعمل على تعزيز التفاعل وكسب مبداء التنوع من خلال اتاحة الفرصة للجماهير بالتعبير عن اراهم مما يسمح بالتعرف على وجهات النظر مختلفة فيما بينهم اضافة الى ذلك يعمل على تعزيز الحوار للوصول الى حلول بأسلوب تفاعلي .

اما الفقرة (6 , 9) التي تطرق الى تقديم تحليلات وتقارير شاملة عن خليجي 25 واداء المشاركين مما يثري تجربة المستمعين ويزيد من اهتمامهم بالحدث , ويعزو الباحثون ذلك الى ان هذه التحليلات والتقارير المفصلة والخاصة في بطولة خليجي 25 تعمل على زيادة الادراك والمعرفة لفهم الجمهور لمجريات البطولة مما يؤدي الى زيادة تفاعل الجماهير مع البطولة اضافة الى ان هذه الاحداث الرياضية تكون موقفة .

اما الفقرة (7) فقد نصت على التواصل مع المجتمع المحلي والمشجعين وتشجيعهم على المشاركة في خليجي 25 ودعم الفرق المشاركة , ويعزو الباحثون ذلك الى اهمية التوصل الى مساحات اعلامية واسعة لتعزيز الانتماء عن طريق تقديم محتوى يثير الشعور عند الافراد بأنهم جزء اساسي من هذا الحدث مما تزيد من ثقتهم للاشتراك والتشجيع خلال بطولة خليجي 25 اما الفقرة (8) التي تناولت تنظيم وبت لقاءات حصرية مع الرياضيين والشخصيات الرياضية المعروفة , يرى الباحثون ان هذا الاتجاه ينمي ويعزز جاذبية الحدث الرياضي عن طريق تقديم محتوى مميز الى الجماهير من خلال تسليط الضوء على النجوم والشخصيات المحببة لدى هذه الجماهير الرياضية مما يزيد من التفاعل والتشوق للمشاركة في البطولة .

اما الفقرة (9) فقد نصت على نشر مقالات وتقارير تعرض تفاصيل حول بطولة خليجي 25 والاحداث المصاحبة , ويعزو الباحثون ذلك ان نقل الاخبار والمعلومات والأفكار والحدث والتظاهرات الرياضية تزيد من اهتمام الجماهير بما يقدمه الاعلام الرياضي من تفاصيل وخدمات لها ارتباط وثيق بالحدث الرياضي.

كما تطرقت الفقرة (10) الى الترويج للعروض الترفيهية والفعاليات الثقافية المصاحبة لبطولة خليجي 25 من خلال المنظمات المتنوعة , ويرى الباحثون ان عملية الترويج الاعلامي الرياضي الجيد للعروض والفعاليات في مثل هذه الاحداث كخليجي 25 يكون له دورا بارزا واساسيا في تقدم ونجاح البطولة من خلال استقطاب الجماهير بشكل متزايد مما يؤدي الى تنمية الجانب الاقتصادي للسياحة الرياضية .

اما الفقرة (13) فقد نصت على تعزيز الامان والراحة لدى المشاهدين من خلال عرض الاجراءات الادارية والفنية , ويعزو الباحثون ذلك ان انبعاث الطمأنينة والراحة لدى المشاهدين بصورة عامة او المشاهد السائح الرياضي من خلال تعريفهم بكافة الخدمات والإجراءات المتعلقة في بطولة خليجي 25 التي يتم عرضها على مختلف المنظومات الاعلامية الرياضية مما تؤدي الى استمتاعهم بالفعالية وخلق بيئة تفاعلية مما تسهم في زيادة الجماهير .

كما تطرقت الفقرة (15) الى تصميم اعلانات اذاعية مخصصة لبطولة خليجي 25 تشجع المشاركة فيها , ويعزو الباحثون ان كل ما يصمم من اعلانات وبرامج متخصصة لمجريات البطولة يجب ان تبنى على دراسة مسبقه لرغبات وميول الجماهير وان تكون ذات طابع مثير وجذاب يعمل على تحفيزهم بالمشاركة والاقبال لتجربة التعايش مع اجواء البطولة. (Mukhaif et al., 2023)

اما الفقرة (18) فقد نصت على تقديم تحديثات دورية وتقارير يومية حول تطورات البطولة ونتائج المباريات واحداث اليوم السابق والمستجدات الرئيسية , ويعزو الباحثون ذلك الى ان هذه التحديثات والتقارير اليومية تزيد من وعي وتتفاعل الجماهير مع منظمات الاعلام الرياضي لأنها تجعل الجمهور على معرفة واطلاع دائم بالتطورات والاحداث المصاحبة للبطولة مما تسهم في استمرار الحماس لدى الجماهير في متابعة الاحداث لخليجي 25 .

اما الفقرة (19) التي تناولت ادراك وسائل الاعلام الرياضي اهمية الالتزام بالتقاليد والاعراف المجتمعية, ويرى الباحثون ان التمسك والالتزام لوسائل الاعلام الرياضي او الاعلام بصورة عامة بالتقاليد والمبادئ الاجتماعية لا يعتبر قيوداً على حرية واسلوب التعبير بل هو عنصر اساسياً في الوصول لمبدأ التوازن ما بين حرية الاعلام والمسؤولية الاجتماعية وهذا الالتزام هو مشاركة الاعلام في خلق مجتمع متمسك يحترم مبادئه وتماشي مع تطورات وقتنا الحاضر. (I. N. Muhammad & Nazzal, 2024)

كما أن عينة البحث أعطت الفقرات تسلسل (1 , 2 , 11 , 14 , 16 , 17 , 20) تكرارا عاليا في الإجابة (غالباً) حيث نصت الفقرة (1) نحو ما قدمت المنظومات الاعلامية معلومات تفصيلية عن المنتخبات واللاعبين وجدول المباريات , ويعزو الباحثون ذلك الى ان هذه المعلومات حول تاريخ كل منتخب وطبيعة اداءه ينمي قدرة الجمهور على فهم النمط الرياضي لخصائص القوة والضعف وكيفية اتجاه البطولة وهذا يزيد من وعي الجمهور ويحفزهم على الاهتمام مما يجعلهم اكثر تفاعل وحماس.

اما الفقرات (2 , 11) فقد تطرقت الى الترويج للعروض الخاصة والتخفيضات في الوجهات السياحية , وعرض تجارب السفر الحقيقية للأشخاص ومغامراتهم في العراق

ويرى الباحثون ان برامج ايضاح العروض التسويقية للوجهات السياحية لها اهمية كبيرة في استهداف السياح ذو الميزانيات المحدودة تعمل على زيادة وعي الجمهور بالوجهة السياحية وتحفزهم على اتخاذ قرار فوري للسفر والمشاركة في تجربة سياحية بخدمات مميزة وبذلك تصبح الوجهات ذات ميزة تنافسية , كما ان عرض تجارب السفر للسياح ومغامراتهم يلهم

المشاهدين ويشجعهم على القيام بتجارب سفر مماثلة وبهذا يتحقق الهدف من اجتذاب اكبر عدد من السياح خلال بطولة خليجي 25 المقامة في البصرة العراق.

كما تطرقت الفقرة (14) الى تقديم بث مباشر وتغطية حية لفعاليات خليجي 25 على منظومات متنوعة, ويرى الباحثون ان من اهمية التغطية الحية لكافة الفعاليات وبثها على مختلف المنظومات كالمرئية والسمعية يسمح للمستمعين بمتابعة الاحداث ويثير اهتمامهم بالمشاركة فيها .

اما الفقرات (16, 17) التي تناولت نشر مقالات تستعرض الخبرات السابقة للمشجعين الذين حضروا بطولات خليجية سابقة , وتنظيم مسابقات جذابة للقراء مع تقديم جوائز مثيرة مرتبطة بالبطولة والسياحة الرياضية في البصرة , يعزو الباحثون ذلك الى اهمية المنصات الرقمية والمجلات والصحف في نشر تجارب وخبرات السائحين والمشجعين السابقة في حضور الاحداث والبطولات الخليجية مما يشجع المشاركة والحضور لهذا الحدث الرياضي .

اما الفقرة (20) فقد نصت على نشر وسائل الاعلام الرياضي انجازات الرياضة العراقية على الصعيد الدولي , يرى الباحثون ان اهمية هذا النشر ليس فقط توثيق للإنجازات العراقية انما هو استثمار بعيد المدى معززاً بالفخر للبلاد بالتقدم الرياضي وبناء صورة العراق دولياً مما يحفز المعنيين في دعم وتطوير الرياضة العراقية .

كذلك أن عينة البحث أعطت الفقرات تسلسل (4, 12, 22) تكراراً عالياً في الإجابة (احياناً) حيث نصت الفقرات (4) ان يقوم الاعلام المرئي بأنشاء محتوى مثير وجذاب يعرض جمال ومعالم الوجهات السياحية المختلفة , ويرى البحث ان كل التقنيات الحديثة التي تستخدم في عمليات بناء المحتوى الجيد من حيث التصوير الاحترافي والانتاج الابداعي المدروس جيداً كل هذه الاتجاهات تصب في جذب انتباه الجمهور وتحفزهم على المشاركة في بطولة خليجي 25.

كما تطرقت الفقرة (12) الى تقديم معلومات مفصلة حول الوجهات السياحية للمشاهدين للتخطيط لرحلاتهم , ويعزو الباحثون الى ما يقدم من خلال المنظومات لمحتوى تفصيلي كامل عن الموقع الجغرافي للوجهة السياحية والمعالم الثقافية والتاريخية سهولة توفر الإقامة اضافة الى التكاليف كل هذه الامور تصب في فكر المشاهد والسائح عنصر الطمأنينة وسهولة المشاركة في احداث البطولة .

اما نصت الفقرة (22) الى عمل الاعلام الرياضي على دمج المنظومة المرئية مع المنصات الرقمية , ويرى الباحثون ان اهمية اعتماد القنوات الرياضية على وسائل التواصل الاجتماعي في نقل مقتطفات حصريّة تساهم وتعزز لكثير من التفاعل مع الجمهور عن طريق المشاركة في ابداء الآراء وتبادل وجهات النظر حول الحدث الرياضي .

كذلك أن عينة البحث أعطت الفقرات تسلسل (3 , 21) تكراراً عالياً في الإجابة (نادراً) حيث نصت الفقرة (3) على اطلاق برامج تلفزيونية سياحية تقدم رحلات استكشافية للمشاهدين والسائحين وجهات سياحية متنوعة ويعزو الباحثون الى اهمية هذه البرامج المتكررة والمتنوعة من حيث التصميم الجيد للمحتوى الذي يخاطب فئات متنوعة من الجمهور مما يعطيهم فرصة لاكتشاف اماكن جديدة والتعرف على ثقافات المحلية خلال بطولة خليجي 25 المقامة في البصرة .

اما الفقرة (21) فقد تطرقت الى مراعاة وسائل الاعلام الرياضي المختلفة اختلاف ثقافات المجتمع العراقي والخليجي , ويرى الباحثون ان الاعلام الذي يعمل على دمج الجانب الثقافي خلال تغطية الحدث لأجل تعريف المجتمعات بالثقافة العراقية والتعريف بالثقافات الخليجية تؤدي الى ترابط وتقوية العلاقات العراقية والخليجية مما يعزز اتجاه السياحة والتبادل الثقافي ويؤكد (الزيايدي , 1989 , 9) ان الوسائل الاعلامية مقروءة او مسموعة او مرئية فأن الغاية الاعلامية تتمثل في المضمون الذي تقدمه هذه الوسائل ومدى مساهمته لروح العصر والفاعلية الموضوعية والابعاد التثقيفية والشكل الفني الجميل والملئم فيه ويتم نقد الجهاز الاعلامي وتقويمه عموماً ايجابياً وسلباً في الاساس على ضوء هذا المفهوم . (Hussein et al., 2018)

اما (نظرية التأثير المباشر او قصير المدى) ترى هذه النظرية ان علاقة الفرد بمضمون المواد الاعلامية للأعلام الرياضي هي علاقة تأثير مباشر وتلقائي فالإنسان الذي يتعرض لأي مادة اعلامية في الاعلام الرياضي سواء كانت صحفية او تلفزيونية او اذاعية فإنه يتأثر بمضمونها مباشرة وخلال فترة قصيرة .

لذلك وكما اكد (Nazzal, 2013) ان عملية الاتصال والإعلام ليست بالعملية السهلة وعلى الإداريون يستخدمون وسائل الاتصال المناسبة وسرعة إيصال المعلومة أو الرسالة من خلال التفاعل بين المرسل والمرسل إليه وقدرتهم على نقل الفكرة بأسلوب واضح , ان عدم الاهتمام بالعملية الإعلامية ودورها في اختيار اللغة السلسة والمفهومة في إيصال المعلومة إلى الجمهور الخارجي وكذلك الإداريين في النادي وانسياب المعلومة بدقة متناهية وإيصالها في الوقت المطلوب وكذلك اهتمامهم باختيار وسائل الاتصال المناسبة واهتمامهم بمحتوى الرسالة والدور القيم للعملية الإعلامية التي تلعب الدور الكبير في إزالة الغموض والانسيابية في العمل الإداري والرياضي.

4- الاستنتاجات والتوصيات

4-1 الاستنتاجات:

- 1- تم التوصل الى بناء مقياس واقع منظومات الاعلام الرياضي ضمن بطولة خليجي 25 .
- 2- لم تكن هناك البرامج التلفزيونية السياحية التوعوية حول تقديم رحلات استكشافية للمشاهدين الى وجهات مختلفة مما يعطيهم فرصة لاكتشاف اماكن جديدة والتعرف على ثقافات المحلية .
- 3- عدم تفعيل المنظومة المقروءة في نشر مقالات وتقارير تعرض تفاصيل حول بطولة خليجي 25 والاحداث المصاحبة.
- 4- وسائل الاعلام لم تكن على مستوى في توضيح الحقائق المتعلقة بالمشاكل الرياضية للجمهور الرياضي بموضوعية .
- 5- يحتاج الاعلام المرئي بأنشاء محتوى مثير وجذاب يعرض جمال ومعالم الوجهات السياحية المختلفة في العراق.

4-2 التوصيات :

- 1- الدعوة الى أن تمارس الجهات المختصة والمسؤولة عن مختلف وسائل الاعلام الرياضي دورا واسعا في استخدام تقنيات متنوعة وحديثة لعمليات الترويج
- 2- تفعيل منظومة الاعلام الثابت لما له اثر كبير على الجمهور من خلال تنوع الاعلانات والدعاية والنشر بطرق حديثة مبتكرة
- 3- اعتماد التخطيط الاستراتيجي من أجل أحداث تطويرات جوهرية في مختلف وسائل الاعلام الرياضي
- 4- تفعيل منظومة الاعلام الرياضي المقروء يتم تفعيلها على شكل رسائل ترويجية تخاطب الجمهور الرياضي

الشكر والتقدير

نسجل شكرنا لعينة البحث المتمثلة في العاملون في الاعلام الرياضي خلال بطولة خليجي 25

تضارب المصالح

يعلن المؤلفون انه ليس هناك تضارب في المصالح

علي صادق مال الله <https://orcid.org/my-orcid?orcid=0000-0002-4945>

References

- Ahmed, A., & Fathi, M. (1993). *Fundamentals of Scientific Research* (2nd ed, p. 194). Al-Kanani Library.
- Bilal, B. A.–S. (2012). *Work Ethics: Vol. first edition*. Dar Al–Masirah for Printing and Publishing.
- Farahat, L. A.–S. (2001). *Mathematical Cognitive Measurement* (p. 19). Al–Kitab Publishing Center.
- Farhat, L. E.–S. (2001). Measurement and testing in physical education. *Cairo: Book Center for Publishing*.
- Fayez Jumaa Al–Najjar et al. (2010). *Scientific research methods – an applied perspective: Vol. 2nd edition*. Dar Al–Hamid.
- Hussein, A. A. J., Jassim, L. K., & Ahmed, M. S. (2018). Study of the inter–correlations of some physical, skill and functional abilities among Anbar football club players. *Research of the First International Scientific Conference of the College of Physical Education and Sports Sciences – University of Diyala*. <http://148.72.244.84/xmlui/handle/xmlui/12668>
- Kazem, H. K., Abbas, R. N., & Nazzal, A. H. J. (2018). An analytical study of the reality of teamwork among employees in the directorates of sports and scouting activities in the central and southern regions. *Journal of Sports Education Studies and Research*, 28(2), 129–142. <https://www.jsrse.edu.iq/index.php/home/article/view/923>
- Khadir, Z. J., & Nazzal, A. H. J. (2021). An Analytical Study of the Level of Empowerment among Football Coaches from the Players' Perspective. *Journal of Sports Education Studies and Research*, 31(1), 102–112. <https://www.jsrse.edu.iq/index.php/home/article/view/82>
- MANDOOB, M. A., & ABED, Y. (2024). AN ANALYTICAL STUDY OF THE ORGANIZATIONAL CRISES FACING COACHES IN THE IRAQI FOOTBALL LEAGUE. *International Development Planning Review*, 23(1), 226–236.
- Muhammad, H. A., & Radwan, M. N. al–D. (2002). *Measurement in Physical Education and Sports Psychology*. Dar Al–Fikr Al–Arabi.
- Muhammad, I. N., & Nazzal, A. H. J. (2024). An analytical study of the role of the player's personality and the social factors that prevent the implementation of professionalism regulations in women's football in sports clubs in Iraq. *Journal of Studies and Researches of Sport Education*, 34(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.55998/jsrse.v34i3.704>

- Mukhaif, D. R. Z. S. A. H., Jaber, L. A. A. G. H., & Nazzal, A. H. J. (2023). *THE IMPACT OF FINANCIAL MANAGEMENT AND EQUIPMENT PROVISION ON SPORTS PROJECTS FOR FOOTBALL CLUBS IN THE IRAQI PREMIER LEAGUE.*
- Nazzal, A. H. J. (2008). An analytical study of the most important problems facing sports federations in Basra Governorate for building and implementing. *Journal of Studies and Researches of Sport Education*, 22. <https://www.iraqoj.net/iasj/article/54051>
- Nazzal, A. H. J. (2012). Measuring the level of competencies of sports tourism planning in Basra Governorate, building and applying it. *Journal of Physical Education Studies and Research*, 36.
- Nazzal, A. H. J. (2013). Measuring the level of management skills and the extent of influencing others to administrative bodies–Construction and application. *Journal of Studies and Researches of Sport Education*, 34. <https://www.iraqoj.net/iasj/article/88013>
- Raysan Khuraibit. (1987). *Research Methods in Physical Education*. Dar Al-Kutub Directorate for Printing and Publishing.
- Shaker, M. J. (1990). *Comparative Vocational Guidance and Educational Counseling Systems* (p. 144). University of Basra, Higher Education Press.
- Yassin, F. Y. (2011). *Sports Media* (1st ed, pp. 17–18). Osama Publishing House.