



## Requirements for investing in sports media in marketing the Iraqi League

[m.d.ahmed@uodiyala.edu.iq](mailto:m.d.ahmed@uodiyala.edu.iq)

<http://orcid.org/0000-0002-1098-6227>

**Dr. Ahmed Jarla Allah Abdullah**

College of Physical Education and Sports Sciences / University of Diyala /  
Iraq

### Summary;

The research aims to identify the requirements for investing in sports media in marketing the Iraqi Professional League by identifying each of (administrative requirements for investing in sports media in marketing the Iraqi League, human requirements for investing in sports media in marketing the Iraqi League, material requirements for investing in sports media in marketing the Iraqi League, technical and technological requirements for investing in sports media in marketing the Iraqi League). The researcher used the descriptive approach using the survey method. The research community included members of the boards of directors of the Iraqi clubs participating in the Iraqi Premier League, numbering (20) clubs, with (193) board members. The researcher selected a random sample of (150) individuals, and the researcher relied on the questionnaire form to collect data. One of the most important conclusions was that the administrative requirements for investing in sports media in marketing the Iraqi League are represented in adhering to the ethics of the profession and what was approved by the Media Code of Conduct, qualifying human cadres for workers in sports media through specialized training courses to develop media work, attracting sponsoring companies for the Iraqi Football Association and the Professional League, using the best media means to publish news of the Professional League, and providing a special committee. For advertising and publicity at the Iraqi Football Association, it helps in marketing the Professional League. One of the most important recommendations was the need to assign a media spokesperson for each club in the Professional League, and to select the best workers who applied to work in sports media.

**Keywords** (investment, sports media, Iraqi League)



## متطلبات استثمار الإعلام الرياضي في تسويق الدوري العراقي

م.د/ أحمد جارالله عبدالله

كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة / جامعة ديالى / العراق

مستخلص البحث

يهدف البحث الى التعرف على متطلبات استثمار الإعلام الرياضي في تسويق دوري المحترفين العراقي من خلال تحديد كل من (المتطلبات الادارية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق الدوري العراقي ، المتطلبات البشرية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق الدوري العراقي ، المتطلبات المادية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق الدوري العراقي ، المتطلبات التقنية والتكنولوجية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق الدوري العراقي) ، واستخدم الباحث المنهج الوصفي بالاسلوب المسحي ، إشتمل مجتمع البحث على أعضاء مجالس ادارة الاندية العراقية المشتركة فى دوري نجوم العراق وعددهم (20) نادى بواقع (193) عضو مجلس ادارة ، وقد قام الباحث بإختيار عينة عشوائية قدرها (150) فرد ، وإعتمد الباحث على استمارة الاستبيان فى جمع البيانات ، وكان من أهم الاستخلاصات أن المتطلبات الادارية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق الدوري العراقي تتمثل فى الالتزام بأخلاقيات المهنة وبما أقرته مدونة السلوك الإعلامي، تأهيل الكوادر البشرية للعاملين فى الاعلام الرياضي من خلال دورات تدريبية متخصصة لتطوير العمل الاعلامى ، جذب الشركات الراعية للاتحاد العراقي لكرة القدم ولدوري المحترفين ، استخدام أفضل الوسائل الاعلامية لنشر أخبار دوري المحترفين ، توفير لجنة خاصة للدعاية والإعلان لدى الاتحاد العراقي لكرة القدم يساعد في تسويق دوري المحترفين ، وكان من أهم التوصيات ضرورة تخصيص متحدث اعلامي لكل نادى من اندية دوري المحترفين ، انتقاء افضل العاملين المتقدمين للعمل بالاعلام الرياضي .

الكلمات المفتاحية (استثمار ، الاعلام الرياضي ، الدوري العراقي)



## 1- التعريف بالبحث:

يعد الاستثمار من أهم التوجهات الآن لما له من أهمية فى دفع عجلة التنمية الاقتصادية ورفع مستوى المعيشة عن طريق خلق فرص عمل جديدة مما يؤدي الى تقليل معدلات البطالة وزيادة مجالات وفرص العمل، لذلك تسعى الحكومة بكل هيئتها الى تشجيع الاستثمار وجذب رؤوس الأموال الداخلية والخارجية للاستثمار فى مصر ووضع طرق تساعد على النهوض بالاستثمار فى المجالات المختلفة. ويرى احمد محمد عيسى (2015) أن الاستثمار الرياضي هو توظيف رأس المال من خلال المؤسسات الرياضية عن طريق الأنشطة المختلفة ، وما يتيح تبادل المنفعة بين المستثمرين لاستثمار أموالهم وبين المؤسسات الرياضية المختلفة لاستثمار إمكاناتهم المادية والبشرية اللازمة للأنشطة الرياضية المختلفة (اللاعب - الإدارى - الجمهور). (عيسى، 2015 : 58)

يشير حسن أحمد الشافعى (2011) أن الهدف من الاستثمار هو أن يحقق العائد أو الربح المادى عن طريق المشروعات المختلفة فى مجالات التربية البدنية والرياضة وتتضمن الأهداف التالية :

- تحقيق وتلبية الاحتياجات الرياضية من الرياضة للجميع وقطاع البطولة- التدريب الرياضي، الإدارة الرياضية، الترويج الرياضي، وفى مجال المؤسسات التعليمية والأنشطة الرياضية.
  - تحقيق الأرباح فى تقديم الخدمات والأنشطة الرياضية والأداء الإدارى فى مجال التعليم.
  - تحقيق المشروعات الرياضية القومية فى رعاية الموهوبين فى الأنشطة الرياضية المختلفة على مستوى البطولة محلياً ودولياً. (الشافعى، 2011: 81)
- يلعب الاستثمار الرياضي دوراً مهماً فى تطور الرياضة وإقتصاديات الدول المتطورة والتي تبدى إهتمام كبير بهذا المجال ، وعلى هذا الأساس قامت هذه الدول بانتهاج إستراتيجية إقتصادية تدعم الفكر التجارى لإدارة الاندية ، مستغلة بذلك كل المجالات التي يمكن أن تعود عليها بالارباح من خلال الاستثمار فيها ، ومنها الاستثمار فى مجال الاعلام الرياضي والمنشآت الرياضية واللاعبين ، والعائد فى صناعة الرياضة والرؤية التجارية للاستثمار ، هو أن يتحول المنتسب للنادى من داعم متبرع الى داعم يحقق أرباحاً ، ولعل من أهم المجالات التي حققت مكاسب كبيرة للاندية الرياضية



وكذا المؤسسات الاعلامية التي تختص بالمجال الرياضي هو الاستثمار فى الاعلام الرياضي ، فالبطولات الاوربية الحالية تسهم فى تقديم رياضة راقية ، وهى فى نفس الوقت تدر عائدات تقدر بالمليارات من الدولارات .

### 1-1 مقدمة البحث واهميته :

يحتل الاستثمار الرياضي مرتبة قوية فى إقتصاد الدول بسبب إرتفاع عدد الشباب وما يمكن أن توفره لهم من فرص عمل وبذلك تضع الهواية الرياضية لبنات فى بناء الإقتصاد الوطنى إذا ما أستثمرت بشكل صحيح كما أنه فى الوقت نفسه تستخدم الانشطة الرياضية والاندية كعامل قوى لصيانة وحماية الشباب من الانحرافات الخطيرة وسلوك الطرق المشبوهة بسبب الفراغ والملل.

اشار **محمد عمر الطنوبي (2001)** الى أن الاعلام اصبح اليوم يشكل أهمية كبيرة على صعيد الدول والافراد والجماعات حيث تعمل وسائل الاعلام المختلفة على تحقيق حاجات ومتطلبات الجماهير فى أدق الامور وابسطها واعقدها, حيث اصبح الاعلام لغة العصر فقد تمكنت ثورة التكنولوجيا المعلومات من تجسيد وتأكيد هذا المعنى واقعا ملموسا متمثلا فى الشبكات الفضائية وتطوراتها المذهلة واستحداث المطبوعات ونظم اصدارها فى اكثر من موقع ودولة فى نفس الوقت الى جانب التقدم الكبير فى علم الكومبيوتر حتى اصبحت الكرة الارضية اشبه بغرفة صغيرة, حيث يعمل على نشر معلومات وحقائق واخبار ووقائع وافكار منطقية تهدف الى خدمة كافة شرائح المجتمع.(الطنوبي، 2000: 71)

عرف **أحمد سعيد رجب (2006)** أن الإعلام الرياضي هو تلك المنظومة التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات المرتبطة بالمجال الرياضي وتفسير قوانين الألعاب المختلفة والمنافسات الرياضية كما تعمل على توضيح الرؤى العلمية والرياضية بغرض نشر الثقافة الرياضية لدى الجماهير وتنمية اتجاهاتهم تنمية ايجابية نحو ممارسة الانشطة البدنية والحركية وتوجيههم باستثمار أوقات الفراغ فى المجال الرياضي متابعة أو مشاركة على حد سواء.(رجب، 2006 : 56)

ينظم الاعلام الرياضي العراقي مجموعة من الأخبار الرياضية مصحوبة بوسائل ايضاح تقدم وفق تسلسل معين وتهدف الى تغطية اخر الأحداث الرياضية ترافق نشرات الأخبار الرئيسية أو تكون بشكل مستقل لا تزيد مدته على بضع دقائق (شبكة الإعلام العراقي)



## 2-1 مشكلة البحث :

طبقا لقانون الإتحادات الرياضية الوطنية رقم (24) سنة (2021) يعد الإتحاد الرياضي العراقي هيئة رياضية أسس لفترة غير محددة يدير لعبة أو رياضة أولمبية أو غير أولمبية معترف به من قبل اللجنة الاولمبية الوطنية العراقية واللجنة البارالمبية الوطنية العراقية أو رياضة نوعية أو ينتمي لاتحاد دولي أو قاري أو كليهما ويعمل وفقاً لأنظمة وقواعد تلك الإتحادات وبما لا يتعارض مع الدستور والقوانين النافذة ويتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلالية.

ولقد عرفت الدول المتقدمة استغلال هذه الثروة البشرية ومهاراتها الرياضية وبدأت في استثمارها عن طريق إنشاء أندية متخصصة لتنمية الصناعة الرياضية وقد لعبت وسائل الاعلام الدور الكبير في تلك التنمية مما أدى الى زيادة حجم الانتاج الاجمالي لصناعة الادوات الرياضية ، وارتفع حجم مبيعات المنتجات الصحية الرياضية ، بحيث تشكلت ادوات رياضية مشهورة بأسماء رياضيين مشهورين وخاصة بعد دخول كرة القدم الى الاحتراف والاسواق حيث أخذت المباريات تجتذب الملايين من المتفرجين ، وأقترب دخلها كثيرا ، ولقد لعبت وسائل الاعلام فى البلدان العربية الدور الكبير فى صناعة الرياضة وخاصة الصحف والمجلات والرياضية حيث كان لها الاثر الكبير فى تلك الصناعة وعلى مدى سنوات لانها كانت ولا تزال تواكب الحدث الرياضي أول بأول ، ومما يؤكد أهمية الاعلام الرياضي التجربة السعودية والتي نقلت الدوري السعودي الى العالمية وتعريف العالم بثقافة الدولة. وكما هو واضح ان الادوار السلبية للاعلام الرياضي العراقي ومساهمته في احداث العنف والشغب والتعصب اضافة الى اغلب البرامج تسير نحو التسقيط والتشهير لنجوم الكرة العراقية سواء من الاداريين والمدربين وحتى اللاعبين بل وصل الحد بهم احيانا الى اشعال فتيل الازمات بين وزارة الشباب والرياضة وبين اللجنة الاولمبية ، ونحن على اعتباب كاس اسيا و التصفيات النهائية لكاس العالم نحتاج الى وقفة جادة لتصحيح مسار البرامج الرياضية والاعلام الرياضي بشكل عام للمساهمة في تطوير الدوري العراقي خصوصا بعد التغيير الملموس لتطور المنشآت الرياضية واستقطاب المحترفين الاجانب ونقل الصورة الايجابية للعالم نحو الدوري العراقي بشكل خاص والثقافة العراقية بشكل عام ، ومن هنا تأتي مشكلة البحث لمعرفة متطلبات استثمار الاعلام الرياضي لتسويق الدوري العراقي.



### 3-1 أهداف البحث:

- يهدف البحث الى التعرف على متطلبات إستثمار الاعلام الرياضي الادارية و البشرية و المادية و التقنية التكنولوجية في تسويق دوري المحترفين العراقي

### 4-1 تساؤلات البحث:

- ما متطلبات إستثمار الاعلام الرياضي الادارية و البشرية و المادية و التقنية التكنولوجية في تسويق دوري المحترفين العراقي؟

### 5-1 مجالات البحث

#### 5-1-1 المجال البشري :

تم التطبيق على افراد عينة البحث من أعضاء مجالس ادارات أندية دوري نجوم العراق

#### 5-2-1 المجال الزمني :

تم البدء في البحث في 2024/5/4 ، وتم الانتهاء من البحث في 2024/8/28

#### 5-3-1 المجال المكاني :

تم تطبيق البحث في مقرات الاندية العراقية المشتركة في دوري نجوم العراق لكرة القدم

### 6-1 مصطلحات البحث:

- الاستثمار : هو عمل هدفه زيادة رأس مال الفرد أو زيادة موارده عن طريق تشغيل ماله أو استغلاله بهدف زيادته اى وظيفة الاستثمار تشغيل الأصول وأحد الوسائل الأساسية لتنفيذ برامج التنمية ويتوقف نجاح سياسة التنمية على حجم الاستثمارات المتاحة وكيفية توزيعها. (حسن الشافعى ،2006: 18)

### 2-2 منهج البحث و اجراءته الميدانية

#### 2-2-1 منهجية البحث :

استخدم الباحث المنهج الوصفي بالاسلوب المسحي ، وذلك لملائمته لطبيعة البحث.

#### 2-2-2 مجتمع البحث وعينته :

إشتمل مجتمع البحث على أعضاء مجالس ادارة الاندية العراقية المشتركة في دوري نجوم العراق وعددهم (20 ) نادى بواقع (193) عضو مجلس ادارة ، وقد قام الباحث بإختيار عينة عشوائية قدرها (150) فرد



وقد قام الباحث بتقسيم عينة البحث كالتالي:

- عينة الدراسة الاستطلاعية : قوامها (27) أفراد بغرض التحقق من صدق وثبات استمارة الاستبيان من مجتمع البحث الاصلى ومن خارج عينة الدراسة الاساسية .
- عينة الدراسة الأساسية : قوامها (123) فرد بغرض تطبيق استمارة الاستبيان الخاصة بالبحث وهذا ما يوضحة جدول (1)

جدول رقم (1)

العينة الأساسية		العينة الاستطلاعية		عينة البحث الكلية	مجتمع البحث	فئات البحث
%	ت	%	ت			
%82	123	%18	27	150	193	أعضاء مجالس ادارة الاندية العراقية المشتركة فى دوري نجوم العراق الاجمالي
%82	123	%18	27	150	193	

3-2 الادوات والوسائل المستعملة بالبحث :

- المقابلة الشخصية

- استمارة الاستبيان من إعداد الباحث

2-4 وصف لمحاوِر إستبانه الدراسة.

قام الباحث بتصميم استمارة استبيان لافراد وفئات مجتمع البحث الموضحة بجدول رقم (1) كأداة اساسية لجمع البيانات بهدف التعرف على على متطلبات استثمار الإعلام الرياضي في تسويق دوري المحترفين العراقي ، وذلك من خلال المسح المرجعي ونتائج الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع البحث مثل دراسة كل من محسن ، مصطفى محمد (2018)، الكحيلي ، عبدالله مصطفى عبدالله (2016) ، الحدراوي ، باقر خضير؛ الزرفي ، علي رحيم (2021) ، حيث قام الباحث بوضع عدد(4) محاور لاستمارة الاستبيان والمتمثلين في الآتي :

**المحور الاول:** المتطلبات الادارية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق الدوري العراقي

**المحور الثانى:** المتطلبات البشرية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق الدوري العراقي

**المحور الثالث:** المتطلبات المادية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق الدوري العراقي



المحور الرابع المتطلبات التقنية والتكنولوجية لاستثمار الاعلام الرياضي .

## 2-5 الدراسة الاستطلاعية لاستمارة الاستبيان:

تم تطبيق إستمارة الاستبيان على عية البحث الاستطلاعية وعددها (27) فرد من مجتمع البحث ومن خارج العينة الاساسية بغرض التحقق من صدق وثبات استمارة الاستبيان وتمت فى الفترة من وتم تطبيق استمارة الاستبيان الخاصة بالبحث فى الفترة من 2024/5/28 وحتى 2024/6/5

## 2-6 اولاً : الصدق:

لكى يتوصل الباحث إلى صدق استمارة الاستبيان قام بالاعتماد على:

### • 2-6-1 صدق المحتوى ( صدق المحكمين ):

قام الباحث بعرض المحاور على مجموعة من السادة الخبراء المتخصصين فى مجال الادارة الرياضية والذى تتوافر فيهم شروط الحصول على درجة الدكتوراة فى مجال الادارة الرياضية والبالغ عددهم (8) خبراء لاستطلاع آراءهم حول مناسبة المحاور المقترحة لإبداء الرأي في مدى ملائمتها لتحقيق اهداف البحث.

## جدول رقم (2)

التكرار والنسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول محاور استمارة الاستبيان

ن = 8 خبراء

الخبراء الموافقون		المحاور
النسبة المئوية	التكرار	
100%	8	المحور الاول : المتطلبات الادارية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق الدوري العراقي
100%	8	المحور الثانى : المتطلبات البشرية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق الدوري العراقي
100%	8	المحور الثالث: المتطلبات المادية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق الدوري العراقي
87.5%	7	المحور الرابع : المتطلبات التقنية والتكنولوجية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق الدوري

يتضح من جدول (2) اتفاق آراء السادة الخبراء على صلاحية المحاور الموضوعه من قبل الباحث بنسبة تراوحت ما بين (87.5% : 100%)



قام الباحث بوضع العبارات المناسبة الخاصة بكل محور ،ثم تم عرض المحاور والعبارات لاستمارة الاستبيان في صورتها الاولية على السادة الخبراء وقد تم تسليم الاستمارة الى السادة الخبراء شخصيا من قبل الباحث لإبداء آراءهم في :-

- مدى مناسبة كل عبارة للمحور الذي تنتمي إليه لتحقيق هدفه

- صحة الصياغة اللغوية لكل عبارة.

- حذف اودمج او نقل او تعديل ما ترونة مناسباً

ويوضح الجدول رقم (3) التكرارات والنسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول كل عبارة من عبارات استمارة الاستبيان.

### جدول رقم (3)

التكرارات والنسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول كل عبارة من عبارات استمارة الاستبيان

ن = 8 خبراء

النسبة المئوية	التكرار	رقم العبارة	النسبة المئوية	التكرار	رقم العبارة	النسبة المئوية	التكرار	رقم العبارة	النسبة المئوية	التكرار	رقم العبارة
المحور الرابع			المحور الثالث			المحور الثاني			المحور الاول		
%100	8	42	%100	8	35	%100	8	27	%100	8	1
%100	8	1/42	%100	8	36	%87.50	7	28	%100	8	2
%100	8	2/42	%100	8	37	%100	8	29	%100	8	3
%100	8	3/42	%100	8	38	%100	8	30	%100	8	4
%100	8	4/42	%100	8	39	%87.50	7	31	%100	8	5
%100	8	43	%87.50	7	40	%87.50	7	32	%100	8	6
%100	8	1/43	%100	8	41	%100	8	33	%100	8	7
%87.50	7	2/43	%100	8	1/41	%100	8	1/33	%100	8	8
%100	8	3/43	%100	8	2/41	%100	8	2/33	%37.5	3	9
%100	8	4/43	%87.50	7	3/41	%100	8	3/33	%100	8	10
%100	8	5/43	%100	8	4/41	%87.50	7	4/33	%100	8	11
%100	8	6/43	%100	8	5/41	%87.50	7	5/33	%25	2	12
%87.50	7	7/43				%100	8	34	%100	8	13
%100	8	8/43				%100	8	1/34	%100	8	14
%100	8	9/43				%100	8	2/34	%100	8	15
%100	8	10/43				%100	8	3/34	%100	8	16
%100	8	44				%100	8	4/34	%87.50	7	17
%100	8	1/44							%100	8	18
%100	8	2/44							%100	8	19
%87.50	7	3/44							%37.5	3	20
%100	8	4/44							%100	8	21
%100	8	5/44							%100	8	22
%100	8	6/44	%100	8	23						



%87.50	7	7/44			%87.50	7	24
%100	8	8/44			%100	8	25
%100	8	45			%100	8	1/25
%100	8	1/45			%100	8	2/25
%87.50	7	2/45			%100	8	26
%87.50	7	3/45			%87.50	7	1/26
%87.50	7	4/45			%100	8	2/26
%87.50	7	5/45			%100	8	3/26
					%100	8	4/26

يوضح جدول (3) التكرارات والنسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول عبارات استمارة الاستبيان ، حيث يتضح موافقة السادة الخبراء على عبارات الاستبيان بنسبة تراوحت ما بين (25% : 100%) ، والجدول رقم (4) يوضح حذف بعض العبارات.

#### جدول (4)

التعديلات التي تمت على عبارات استمارة الاستبيان

المحور	رقم العبارة	العبارة قبل التعديل	نوع التعديل	العبارة بعد التعديل
الاول	9	اتباع الادارة الإعلامية الاسلوب الديمقراطي القائم على المشاركة في اتخاذ القرار.	حذف	-----
	12	الارتقاء بمستوى بطولة دوري المحترفين العراقي لكرة القدم للمشاركة الخارجية .	حذف	-----
	20	توعية وتنقيف المجتمع بأهمية الاعلام وما يقدمه من خدمات مختلفة.	حذف	-----

وبناء علي تعديلات السادة الخبراء التي تمت على عبارات استمارة الاستبيان من حذف بعض العبارات أصبحت استمارة الاستبيان في صورتها قبل التقنين

#### 2-6-2 صدق الاتساق الداخلي:

تم التأكد من صدق عبارات استمارة الاستبيان بحساب معامل الارتباط بين درجة كل عبارة ودرجة المحور الذي تنتمي اليه وبين الدرجة الكلية لاستمارة الاستبيان وهذا ما يوضحه جدول (4) .



## جدول (4)

## الاتساق الداخلي لعبارات استمارة الاستبيان

ن = 27

معامل ارتباط بيرسون		رقم العبارة	معامل ارتباط بيرسون		رقم العبارة	معامل ارتباط بيرسون		رقم العبارة	معامل ارتباط بيرسون		رقم العبارة
العبارة مع الاستبيان	العبارة مع المحور		العبارة مع الاستبيان	العبارة مع المحور		العبارة مع الاستبيان	العبارة مع المحور		العبارة مع الاستبيان	العبارة مع المحور	
المحور الرابع			المحور الثالث			المحور الثاني			المحور الاول		
*0.712	*0.691	1/39	*0.726	*0.681	32	*0.794	*0.773	24	*0.701	*0.682	1
*0.700	*0.822	2/39	*0.761	*0.861	33	*0.699	*0.691	25	*0.839	*0.528	2
*0.821	*0.663	3/39	*0.690	*0.679	34	*0.830	*0.560	26	*0.877	*0.609	3
*0.685	*0.663	4/39	*0.635	*0.698	35	*0.838	*0.558	27	*0.805	*0.542	4
*0.821	*0.785	1/40	*0.678	*0.766	36	*0.848	*0.527	28	*0.872	*0.652	5
*0.816	*0.628	2/40	*0.638	*0.766	37	*0.681	*0.672	29	*0.562	*0.517	6
*0.688	*0.854	3/40	*0.547	*0.549	1/38	*0.857	*0.762	1/30	*0.664	*0.790	7
*0.816	*0.883	4/40	*0.733	*0.679	2/38	*0.625	*0.616	2/30	*0.639	*0.683	8
*0.821	*0.898	5/40	*0.801	*0.695	3/38	*0.592	*0.581	3/30	*0.797	*0.639	9
*0.816	*0.883	6/40	*0.804	*0.677	4/38	*0.736	*0.666	4/30	*0.765	*0.656	10
*0.821	*0.898	7/40	*0.666	*0.784	5/38	*0.666	*0.667	5/30	*0.617	*0.690	11
*0.722	*0.683	8/40				*0.570	*0.558	1/31	*0.753	*0.701	12
*0.690	*0.784	9/40				*0.532	*0.507	2/31	*0.618	*0.650	13
*0.732	*0.888	10/40				*0.594	*0.603	3/31	*0.687	*0.616	14
*0.639	*0.758	1/41				*0.818	*0.840	4/31	*0.673	*0.723	15
*0.835	*0.742	2/41							*0.672	*0.661	16
*0.905	*0.821	3/41							*0.816	*0.883	17
*0.864	*0.801	4/41							*0.690	*0.769	18
*0.677	*0.683	5/41							*0.816	*0.737	19
*0.676	*0.617	6/41							*0.821	*0.898	20
*0.677	*0.783	7/41							*0.816	*0.883	21
*0.738	*0.766	8/41							*0.783	*0.751	1/22
*0.883	*0.804	1/42							*0.717	*0.751	2/22
*0.801	*0.603	2/42							*0.816	*0.883	1/23
*0.657	*0.639	3/42							*0.857	*0.666	2/23
*0.708	*0.812	4/42							*0.906	*0.857	3/23
*0.788	*0.651	5/42							*0.690	*0.679	4/23

\* دال إحصائيًا عند 0.05 (معامل ارتباط بيرسون الجدولي = 0.374)

يتضح من جدول ارقام (4) أن معاملات الارتباط بين كل عبارة ودرجة المحور الذي تنتمي اليه والدرجة الكلية لاستمارة الاستبيان ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة (0.05).



## جدول (5)

## الاتساق الداخلي لمحاور الاستبيان

(ن=27)

المحاور	معامل ارتباط بيرسون مع اجمالي الاستبيان
المحور الاول : المتطلبات الادارية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق الدوري العراقي	*0.802
المحور الثانى : المتطلبات البشرية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق الدوري العراقي	*0.836
المحور الثالث: المتطلبات المادية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق الدوري العراقي	*0.741
المحور الرابع : المتطلبات التقنية والتكنولوجية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق الدوري العراقي	*0.882

\* دال إحصائياً عند 0.05 (معامل ارتباط بيرسون الجدولي = 0.374)

يتضح من جدول (5) أن قيم معاملات الارتباط بين استمارة الاستبيان بعضها البعض وبينها وبين الدرجة الكلية للاستمارة قيم دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05) مما يدل على صدق استمارة الاستبيان وأنها تقيس ما وضعت من أجله

## 2-6-3 ثانياً : الثبات:

تم التحقق من الثبات باستخدام معامل ألفا كرونباخ لإيجاد ثبات عبارات استمارة الاستبيان وثبات محاور الاستبيان وهذا ما يوضحة جدول (6).



## جدول (6)

ثبات الاستبيان بطريقة ألفا كرونباخ

(ن = 27)

قيمة معامل ألفا للعبارة		رقم العبارة	قيمة معامل ألفا للعبارة		رقم العبارة	قيمة معامل ألفا للعبارة		رقم العبارة	قيمة معامل ألفا للعبارة		رقم العبارة			
للمحور	للاستبيان		للمحور	للاستبيان		للمحور	للاستبيان		للمحور	للاستبيان				
المحور الرابع			المحور الثالث			المحور الثاني			المحور الأول					
0.916	0.857	1/39	0.916	0.808	32	0.916	0.873	24	0.916	0.848	1			
0.916	0.841	2/39	0.916	0.793	33	0.916	0.890	25	0.916	0.863	2			
0.916	0.857	3/39	0.916	0.793	34	0.916	0.800	26	0.916	0.863	3			
0.916	0.862	4/39	0.916	0.791	35	0.916	0.876	27	0.916	0.863	4			
0.916	0.868	1/40	0.916	0.713	36	0.916	0.883	28	0.916	0.866	5			
0.916	0.839	2/40	0.916	0.722	37	0.916	0.889	29	0.916	0.866	6			
0.916	0.859	3/40	0.916	0.713	1/38	0.916	0.882	1/30	0.916	0.867	7			
0.916	0.860	4/40	0.916	0.742	2/38	0.916	0.880	2/30	0.916	0.864	8			
0.916	0.862	5/40	0.916	0.775	3/38	0.916	0.890	3/30	0.916	0.867	9			
0.916	0.850	6/40	0.916	0.866	4/38	0.916	0.882	4/30	0.916	0.867	10			
0.916	0.866	7/40	0.916	0.869	5/38	0.916	0.883	5/30	0.916	0.867	11			
0.916	0.858	8/40				0.916	0.824	1/31	0.916	0.867	12			
0.916	0.817	9/40				0.916	0.814	2/31	0.916	0.867	13			
0.916	0.862	10/40				0.916	0.814	3/31	0.916	0.867	14			
0.916	0.831	1/41				0.916	0.824	4/31	0.916	0.867	15			
0.916	0.857	2/41										0.916	0.867	16
0.916	0.866	3/41										0.916	0.867	17
0.916	0.868	4/41										0.916	0.865	18
0.916	0.870	5/41										0.916	0.867	19
0.916	0.841	6/41										0.916	0.870	20
0.916	0.864	7/41										0.916	0.870	21
0.916	0.863	8/41										0.916	0.870	1/22
0.916	0.865	1/42										0.916	0.870	2/22
0.916	0.862	2/42										0.916	0.870	1/23
0.916	0.850	3/42										0.916	0.870	2/23
0.916	0.897	4/42				0.916	0.870	3/23						
0.916	0.872	5/42	0.916	0.870	4/23									



## جدول (7)

## قيم معامل الفا لكرونباخ لمحاور الاستبيان

معامل الفا كرونباخ		محاور الاستمارة
للاستبيان ككل	للمحور ككل	
0.918	0.915	المحور الاول : المتطلبات الادارية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق الدوري العراقي
	0.901	المحور الثانى : المتطلبات البشرية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق الدوري العراقي
	0.899	المحور الثالث: المتطلبات المادية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق الدوري العراقي
	0.889	المحور الرابع : المتطلبات التقنية والتكنولوجية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق الدوري العراقي

يتضح من جدول (7) والخاص بمعاملات ثبات محاور استمارة الاستبيان باستخدام معامل الفا كرونباخ ان تراوحت معاملات الثبات بالنسبة للمحاور مع الاستبيان ما بين ( 0.889 – 0.915 ) كما تراوحت معاملات الثبات بالنسبة للعبارات مع الاستبيان ككل ( 0.918 ) وجميعها دال معنويا عند مستوى معنوية (0.05) مما يدل على ثبات استمارة الاستبيان.

## 7-2 طريقة تصحيح استمارة الاستبيان :

اعتمد الباحث فى تحديد استجابات استمارة الاستبيان على (الميزان الثلاثى) والذى يتمثل فى (موافق- الى حد ما - لا وافق) وقد اعطت الاستجابات (3، 2 ، 1 )

## 8-2 تجربة التطبيق الرئيسية :

تم التطبيق على افراد عينة البحث والبالغ عددهم (150) فرد من أعضاء مجالس ادارة الاندية العراقية المشتركة فى دوري نجوم العراق ، وذلك فى الفترة من 2024/6/15 الى 2024/7/ 8 وذلك فى مقرات الاندية العراقية المشتركة فى دوري نجوم العراق.

## 9-2 الوسائل الاحصائية المستخدمة فى البحث :

تم ايجاد المعالجات الاحصائية باستخدام برنامج SPSS version 2020 فيما يلى :-

- النسبة المئوية % لحساب تكرارات اراء الخبراء فى عبارات ومحاور الاستبيان
- معامل الارتباط (لبيرسون) لحساب صدق الاتساق الداخلى بين عبارات الاستبيان
- معامل ثبات الفا كرونباخ لحساب ثبات استمارة الاستبيان
- مربع كا<sup>2</sup> لحساب الفروق بين استجابات اراء عينة البحث
- الاتجاه السائد لتحديد اتجاه استجابات افراد العينة



▪ نسبة الموافقة لتحديد نسبة موافقة اراء عينة البحث على عبارات استمارة الاستبيان



## 3- عرض النتائج و تحليلها ومناقشتها

## 1-3 عرض ومناقشة نتائج المحور الأول : المتطلبات الادارية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق اسلدوري العراقي

## جدول (8)

التكرار والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة بعبارات المحور الاول (المتطلبات الادارية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق الدوري العراقي)

ن= (123)

م	محتوى العبارة	موافق		إلى حد ما		لا أوافق		مربع كاي	مستوى الدلالة	المتوسط الحسابى	الاستجابة المجملية (ليكات)	نسبة الموافقة %
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار					
1	تأهيل الكوادر البشرية للعاملين فى الاعلام الرياضي من خلال دورات تدريبية متخصصة لتطوير العمل الاعلامي.	95.93%	118	4.07%	5	0.00%	0	103.813	.000	2.96	نعم	97.97%
2	إنشاء قناة متخصصة فى دوري المحترفين العراقي	99.19%	122	0.81%	1	0.00%	0	119.033	.000	2.99	نعم	99.59%
3	استحداث برامج اعلامية رياضية للنهوض بدوري المحترفين العراقي	92.68%	114	4.88%	6	2.44%	3	195.073	.000	2.90	نعم	95.12%
4	إنسقاط كفاءات متخصصة فى التسويق الرياضي للتحديث فى قنوات الاعلام الرياضي	91.06%	112	5.69%	7	3.25%	4	184.537	.000	2.88	نعم	93.90%
5	العمل على بناء استراتيجية تمتاز بالمرونة تتماشى مع واقع الاعلام الرياضي طبقا لظروف العمل	86.99%	107	7.32%	9	5.69%	7	159.415	.000	2.81	نعم	90.65%
6	تنفيذ برامج اعلامية خارج العراق بالاشتراك مع الاتحاد الدولي لكرة القدم	34.96%	43	17.89%	22	47.15%	58	15.951	.000	1.88	إلى حد ما	43.90%
7	توفير برامج تدريبية متخصصة فى الاعلام الرياضي	82.93%	102	12.20%	15	4.88%	6	137.122	.000	2.78	نعم	89.02%
8	الالتزام بأخلاقيات المهنة وبما أقرته مدونة السلوك الاعلامي	98.37%	121	1.63%	2	0.00%	0	115.130	.000	2.98	نعم	99.19%
9	تنوع الحملات الترويجية والتسويقية لبطولة دوري المحترفين لكرة القدم .	82.11%	101	16.26%	20	1.63%	2	135.659	.000	2.80	نعم	90.24%
10	جذب الشركات الراعية للاتحاد العراقي لكرة القدم ولدوري المحترفين .	90.24%	111	6.50%	8	3.25%	4	179.463	.000	2.87	نعم	93.50%
11	تحسين قطاع الناشئين بالأندية المختلفة والاعتماد على تطوير اللاعبين المحليين وتنمية المواهب الرياضية وتأهيلهم للاشتراك فى دوري المحترفين .	34.15%	42	17.89%	22	47.97%	59	16.732	.000	1.86	إلى حد ما	43.09%
12	إبراز الدور الفعال الذي تقوم به رابطة المحترفين فى المساهمة فى تطوير كرة القدم	41.46%	51	32.52%	40	26.02%	32	4.439	.109	2.15	إلى حد ما	57.72%
13	جذب اهتمام المستثمرين الرياضيين وتشجيع الاستثمار الرياضي	74.80%	92	13.01%	16	12.20%	15	95.171	.000	2.63	نعم	81.30%



الدوري المحترفين.

## تابع جدول (8)

التكرار والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة بعبارات المحور الاول (المتطلبات الادارية لاستثمار الاعلام الرياضي في تسويق الدوري العراقي)

ن=(123)

م	الدلالات الإحصائية	موافق		إلى حد ما		لا أوافق		مربع كاي	مستوى الدلالة	المتوسط الحسابي	الاستجابة المجدلة (ليكاترت)	نسبة الموافقة %
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %					
14	توفير لجنة خاصة للدعاية والإعلان لدى الاتحاد العراقي لكرة القدم يساعد في تسويق دوري المحترفين.	102	%82.93	11	%8.94	10	%8.13	136.146	.000	2.75	نعم	%87.40
15	الاعتماد على وسائل اعلامية متطورة لتكون حلقة وصل بين الاتحاد العراقي والجمهور الرياضي والمستثمرين في المجال الرياضي .	112	%91.06	9	%7.32	2	%1.63	185.024	.000	2.89	نعم	%94.72
16	بناء شراكات مع هيئات ومؤسسات ثقافية واعلامية للنهوض بواقع الاعلام الرياضي.	93	%75.61	11	%8.94	19	%15.45	99.707	.000	2.60	نعم	%80.08
17	استخدام أفضل الوسائل الاعلامية لنشر أخبار دوري المحترفين .	108	%87.80	12	%9.76	3	%2.44	165.220	.000	2.85	نعم	%92.68
18	تسليط الضوء على المشكلات التي تواجه الاتحاد ودعمه إعلاميا	70	%56.91	29	%23.58	24	%19.51	31.073	.000	2.37	نعم	%68.70
19	تفعيل دور العلاقات العامة بالنادي بتكوين شبكة علاقات طيبة مع رجال الأعمال.	92	%74.80	18	%14.63	13	%10.57	95.463	.000	2.64	نعم	%82.11
20	التحديث المستمر لقاعدة البيانات والمعلومات المتعلقة بالخدمات والأنشطة الرياضية التي يقدمها النادي.	110	%89.43	10	%8.13	3	%2.44	174.780	.000	2.87	نعم	%93.50
21	تسهيل الإجراءات الإدارية لاستخراج تراخيص الاستثمار.	107	%86.99	10	%8.13	6	%4.88	159.561	.000	2.82	نعم	%91.06
22	تطوير مهارات العاملين في الاعلام الرياضي مهنيا من خلال تنظيم مشاركتهم في الدورات التدريبية الاعلامية	114	%92.68	6	%4.88	3	%2.44	195.073	.000	2.90	نعم	%95.12
2/22	اشتركتهم في المؤتمرات المحلية والدولية	111	%90.24	9	%7.32	3	%2.44	179.707	.000	2.88	نعم	%93.90
23	تطوير طرق الدعاية والحملات الاعلانية الخاصة بدوري المحترفين العراقي لكرة القدم والمتمثلة في :											
1/23	تسويق المباريات	114	%92.68	6	%4.88	3	%2.44	195.073	.000	2.90	نعم	%95.12
2/23	حق البث التلفزيوني	117	%95.12	1	%0.81	5	%4.07	211.512	.000	2.91	نعم	%95.53
3/23	تسويق المنتجات	98	%79.67	11	%8.94	14	%11.38	118.976	.000	2.68	نعم	%84.15



%93.50	نعم	2.87	.000	179.463	%3.25	4	%6.50	8	%90.24	111	الشركات الراعية	4/23
--------	-----	------	------	---------	-------	---	-------	---	--------	-----	-----------------	------

\*مربع كاي معنوى عند مستوى 0.05 حيث مستوى الدلالة  $\geq 0.05$  عند درجة الحرية = 2 ، 5.99 ، درجة الحرية = 1 = 3.84  
مقياس ليكارت : المتوسط الحسابى المرجح بالأوزان :- 1.00-1.66 (لاوافق) ، 1.67-2.33 (إلى حد ما) ، 2.34-3.00 (موافق)



يتضح من جدول (8) والخاص بالتكرار والنسبة المئوية والدلالات الاحصائية الخاصة بعبارات المحور الاول (المتطلبات الادارية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق الدوري العراقي) وجود فروق معنوية ذات دلالة احصائية بين الإستجابات وهذه القيم لمربع كاي معنوية عند مستوى 0.05 فى جميع العبارات ،وبنسبة موافقة تراوحت ما بين (43.09% إلى 99.97%)

وقد حازت العبارات أرقام (2، 8، 1، 3، 4، 15، 10، 20، 21، 17، 5، 6، 9، 7، 11، 12، 16، 13، 14، 18، 19) على نسبة موافقة تراوحت ما بين (67.70% : 99.59%) فى الاتجاه السائد (موافق) والتي تشير الى إنشاء قناة متخصصة فى دوري المحترفين العراقي ، الالتزام بأخلاقيات المهنة وبما أقرته مدونة السلوك الإعلامي ، تأهيل الكوادر البشرية للعاملين فى الاعلام الرياضي من خلال دورات تدريبية متخصصة لتطوير العمل الاعلامي، استحداث برامج اعلامية رياضية للنهوض بدوري المحترفين العراقي ، العمل على بناء استراتيجية تمتاز بالمرونة تتماشى مع واقع الاعلام الرياضي طبقا لظروف العمل، جذب الشركات الراعية للاتحاد العراقي لكرة القدم ولدوري المحترفين ، تنوع الحملات الترويجية والتسويقية لبطولة دوري المحترفين لكرة القدم ، إستقطاب كفاءات متخصصة فى التسويق الرياضي للتحديث فى قنوات الاعلام الرياضي ، جذب اهتمام المستثمرين الرياضيين وتشجيع الاستثمار الرياضي لدوري المحترفين، توفير برامج تدريبية متخصصة فى الاعلام الرياضي ، الأعتماذ على وسائل اعلامية متطورة لتكون حلقة وصل بين الاتحاد العراقي وال جماهير الرياضية والمستثمرين فى المجال الرياضي ، استخدام أفضل الوسائل الاعلامية لنشر أخبار دوري المحترفين ، التحديث المستمر لقاعدة البيانات والمعلومات المتعلقة بالخدمات والأنشطة الرياضية التى يقدمها النادى، تسهيل الإجراءات الإدارية لاستخراج تراخيص الاستثمار، توفير لجنة خاصة للدعاية والإعلان لدى الاتحاد العراقي لكرة القدم يساعد فى تسويق دوري المحترفين، بناء شراكات مع هيئات ومؤسسات ثقافية واعلامية للنهوض بواقع الاعلام الرياضي، تفعيل دور العلاقات العامة بالنادى بتكوين شبكة علاقات طيبة مع رجال الأعمال، تسليط الضوء على المشكلات التى تواجه الاتحاد ودعمه إعلاميا.

بينما حازت العبارات أرقام (12، 6، 11) على نسبة تراوحت ما بين (43.09% : 57.72%) فى الاتجاه السائد (الى حد ما) والتي تشير الى إبراز الدور الفعال الذى تقوم به



رابطة المحترفين في المساهمة في تطوير كرة القدم ، تنفيذ برامج اعلامية خارج العراق بالاشتراك مع الاتحاد الدولي لكرة القدم، تحسين قطاع الناشئين بالأندية المختلفة والاعتماد على تطوير اللاعبين المحليين وتنمية المواهب الرياضية وتأهيلهم للاشتراك في دوري المحترفين .

وقد حازت العبارة رقم (22) على نسبة موافقة تراوحت ما بين (93.90% : 95.12%) فى الاتجاه السائد (موافق) والتي تشير الى تطوير مهارات العاملين في الاعلام الرياضي مهنيا من خلال تنظيم مشاركاتهم في الدورات التدريبية الاعلامية، اشتراكهم في المؤتمرات المحلية والدولية.

وقد حازت العبارة رقم (23) على نسبة موافقة تراوحت ما بين (84.15% : 95.53%) فى الاتجاه السائد (موافق) والتي تشير الى تطوير طرق الدعاية والحملات الاعلانية الخاصة بدوري المحترفين العراقي لكرة القدم والمتمثلة في تسويق المباريات ، حق البث التلفزيوني ، الشركات الراعية ، تسويق المنتجات

ويؤكد مصطفى محمد محسن (2018) أن للوسائل الاعلام المختلفة دور فعال ومهم في إدارة الازمات في الاتحادات العراقية بصورة عامة وأتحاد العراقي لكرة القدم بصورة خاصة وقد يكون هذا الدور مباشر أو غير مباشر في حل الازمات ، وكانت من أهم التوصيات الحرص على تعيين وتشكيل لجان مختصة للتعامل مع حل الازمات والمشاكل في الاتحاد كرة القدم، استضافة المختصين بالشئون الرياضية من قبل وسائل الاعلام المختلفة للوقوف على أهم المشاكل التي تواجه الرياضة في العراق .



2-3 عرض ومناقشة نتائج المحور الثاني : المتطلبات البشرية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق الدوري العراقي

جدول (9)

التكرار والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة بعبارات المحور الثاني (المتطلبات البشرية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق الدوري العراقي)

ن = (123)

م	الدلالات الإحصائية محتوى العبارة	موافق		إلى حد ما		لا أوافق		مربع كاي	مستوى الدلالة	المتوسط الحسابى	الاستجابة المجملة (ليكرت)	نسبة الموافقة %
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار					
24	انتقاء افضل العاملين المتقدمين للعمل بالاعلام الرياضي	95.12%	117	4.07%	5	0.81%	1	211.512	.000	2.94	نعم	97.15%
25	توفير بطاقات للوصف الوظيفى لكل مستوى ادارى بالادارة الاعلامية.	92.68%	114	4.07%	5	3.25%	4	194.976	.000	2.89	نعم	94.72%
26	انتقاء افضل وانسب العاملين المتقدمين لشغل وظائف الاعلام .	87.80%	108	9.76%	12	2.44%	3	165.220	.000	2.85	نعم	92.68%
27	تخصيص متحدث اعلامى لكل نادى من اندية دوري المحترفين	96.75%	119	3.25%	4	0.00%	0	107.520	.000	2.97	نعم	98.37%
28	تطوير العلاقة مع رجال الاعمال والمستثمرين لأهمية الاستثمار الرياضي لمباريات الدوري .	88.62%	109	8.13%	10	3.25%	4	169.610	.000	2.85	نعم	92.68%
29	تهيئة بيئة جاذبة لصناعه كرة القدم محترفة	85.37%	105	6.50%	8	8.13%	10	149.902	.000	2.77	نعم	88.62%
30	أن يكون العاملين فى مجال الاعلام الرياضي يتمتعون بـ :											
1/30	الثقافة الرياضية	92.68%	114	6.50%	8	0.81%	1	195.561	.000	2.92	نعم	95.93%
2/30	عدم الاعتماد على الشائعات فى نقل الاخبار	89.43%	110	9.76%	12	0.81%	1	175.659	.000	2.89	نعم	94.31%
3/30	على دراية بدوري المحترفين العراقي	97.56%	120	2.44%	3	0.00%	0	111.293	.000	2.98	نعم	98.78%
4/30	الابتعاد عن التحيز لاحد الاندية	99.19%	122	0.81%	1	0.00%	0	119.033	.000	2.99	نعم	99.59%
5/30	الميثاق الاخلاقى الاعلامى	99.19%	122	0.81%	1	0.00%	0	119.033	.000	2.99	نعم	99.59%
31	تاهيل الكوادر البشرية المسؤولة عن دوري المحترفين والمتمثلة ف											
1/31	القيادات الإدارية.	87.80%	108	5.69%	7	6.50%	8	164.244	.000	2.81	نعم	90.65%
2/31	الجهاز الفني.	69.92%	86	12.20%	15	17.89%	22	74.683	.000	2.52	نعم	76.02%
3/31	الإداريين.	80.49%	99	11.38%	14	8.13%	10	123.268	.000	2.72	نعم	86.18%
4/31	المتحدث الاعلامى	93.50%	115	5.69%	7	0.81%	1	200.780	.000	2.93	نعم	96.34%



\*مربع كاي معنوى عند مستوى 0.05 حيث مستوى الدلالة  $\geq 0.05$  عند درجة الحرية = 2 ، 5.99 ، درجة الحرية = 1 ، 3.84  
مقياس ليكارت : المتوسط الحسابى المرجح بالأوزان :- 1.00-1.66 (لاوافق) ، 1.67-2.33 (إلى حد ما) ، 2.34-3.00 (موافق)



يتضح من جدول (9) والخاص بالتكرار والنسبة المئوية والدلالات الاحصائية الخاصة بعبارات المحور الثانى (المتطلبات البشرية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق الدوري العراقي) وجود فروق معنوية ذات دلالة احصائية بين الإستجابات وهذه القيم لمربع كاي معنوية عند مستوى 0.05 فى جميع العبارات ،وبنسبة موافقة تراوحت ما بين (76.02% إلى 99.59%)

وقد حازت العبارات أرقام (27، 24، 25، 26، 28، 29) على نسبة موافقة تراوحت ما بين (88.62% : 98.37%) فى الاتجاه السائد (موافق) والتي تشير الى تخصيص متحدث اعلامي لكل

نادى من أندية دوري المحترفين ، انتقاء افضل العاملين المتقدمين للعمل بالاعلام الرياضي توفير بطاقات للوصف الوظيفي لكل مستوى ادارى بالادارة الاعلامية، انتقاء افضل وانسب العاملين المتقدمين لشغل وظائف الاعلام، تهيئة بيئة جاذبة لصناعة كرة القدم محترفة، تطوير العلاقة مع رجال الاعمال والمستثمرين لأهمية الاستثمار الرياضي لمباريات الدوري .

وقد حازت العبارة رقم (30) بفروعها على نسبة موافقة تراوحت ما بين (94.31% : 99.59%) فى الاتجاه السائد (موافق) والتي تشير الى أن يكون العاملين فى مجال الاعلام الرياضي يتمتعون بالابتعاد عن التحيز لاحد الاندية ، الميثاق الاخلاقي الاعلامى ، على دراية بدوري المحترفين العراقي ، الثقافة الرياضية ، عدم الاعتماد على الشائعات فى نقل الاخبار ..

وتؤكد دراسة كل من باقر خضير الحدراوي ،علي رحيم الزرفي(2021) أن استراتيجيات الإعلامية التسويقية تعد بمثابة سلاح تنافسي لكافة المنظمات والمؤسسات تساعدها على مواجهة المتغيرات البيئة الداخلية والخارجية و اتخاذ القرارات التي من شأنها أن تساعدها في زيادة وعي الزبون ، التركيز على استراتيجيات التسويق الإعلامي وجعلها ثقافة عامة للمجتمع في مختلف الاقسام والشعب والوحدات على ابتكار وسائل جديدة ومتنوعة كفيلة بتوعية الزبائن وتجنب أية ممارسات سلبية.(الحدراوي، الزرفي،2021-187)

ويرى الباحث ضرورة وجود كادر من الموارد البشرية متخصصين بالمجال الاعلامي مؤهلين ومختصين لهم القدرة على أعداد التقارير والأخبار الرياضية ولهم القدرة على اعداد المنشورات الاعلامية التي بدورها تساهم في وتنمي من ثقافة وقدرة الفرد الرياضي.



## 3-3 عرض ومناقشة نتائج المحور الثالث : المتطلبات المادية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق الدوري العراقي

## جدول (10)

التكرار والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة بعبارات المحور الثالث (المتطلبات المادية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق الدوري العراقي)

ن = (123)

م	الدلالات الإحصائية محتوى العبارة	موافق		إلى حد ما		لا أوافق		مربع كاي	مستوى الدلالة	المتوسط الحسابى	الاستجابة المجملة (ليكرت)	نسبة الموافقة %
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار					
32	الاستعانة بملاعب واستادات الاندية الرياضية المختلفة والتي يتوافر بها الامكانيات المتاحة لفرق الدوري	94.31%	116	5.69%	7	0.00%	0	96.593	.000	2.94	نعم	97.15%
33	توفير الادوات والاجهزة التي يتم استخدامها في المباريات مثل VR	97.56%	120	2.44%	3	0.00%	0	111.293	.000	2.98	نعم	98.78%
34	انشاء استادات وملاعب كرة قدم على احدث التصميمات الاولمبية .	92.68%	114	4.88%	6	2.44%	3	195.073	.000	2.90	نعم	95.12%
35	توفير وسائل نقل حديثة للاعبين	89.43%	110	4.88%	6	5.69%	7	174.195	.000	2.84	نعم	91.87%
36	بيع حقوق استغلال العلامة التجارية لدوري المحترفين	95.12%	117	3.25%	4	1.63%	2	211.366	.000	2.93	نعم	96.75%
37	تطوير تصميم شعارات وأعلام دوري المحترفين	91.06%	112	5.69%	7	3.25%	4	184.537	.000	2.88	نعم	93.90%
38	استثمار فرق كرة القدم من خلال :											
1/38	حق الرعاية الخاص باللاعبين المنتقلين لأندية أخرى .	94.31%	116	4.07%	5	1.63%	2	205.902	.000	2.93	نعم	96.34%
2/38	تسويق اللاعبين والتأمين عليهم.	91.87%	113	5.69%	7	2.44%	3	189.854	.000	2.89	نعم	94.72%
3/38	تسويق الإعلانات والملصقات على ملابس وأدوات اللاعبين.	84.55%	104	8.13%	10	7.32%	9	145.220	.000	2.77	نعم	88.62%
4/38	بناء قاعدة جيدة من الناشئين بالنادى.	73.98%	91	11.38%	14	14.63%	18	91.659	.000	2.59	نعم	79.67%
5/38	تشجيع ورعاية المواهب الرياضية بالنادى.	89.43%	110	8.94%	11	1.63%	2	175.171	.000	2.88	نعم	93.90%





يتضح من جدول (10) والخاص بالتكرار والنسبة المئوية والدلالات الاحصائية الخاصة بعبارات المحور الثالث (المتطلبات المادية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق الدوري العراقي) وجود فروق معنوية ذات دلالة احصائية بين الإستجابات وهذه القيم لمربع كاي معنوية عند مستوى 0.05 فى جميع العبارات ،وبنسبة موافقة تراوحت ما بين (79.67% إلى 98.78%) وقد حازت العبارات أرقام (33 ، 32 ، 36 ، 34 ، 37 ، 35) على نسبة موافقة تراوحت ما بين (91.87% : 98.78%) فى الاتجاه السائد (موافق) والتي تشير الى توفير الادوات والاجهزة التي يتم استخدامها في المباريات مثل VR ، الاستعانة بملاعب واستادات الاندية الرياضية المختلفة والتي يتوافر بها الامكانيات المتاحة لفرق الدوري ، بيع حقوق استغلال العلامة التجارية لدوري المحترفين ، انشاء استادات وملاعب كرة قدم على احدث التصميمات الاولمبية ، تطوير تصميم شعارات وعلامات دوري المحترفين ، توفير وسائل نقل حديثة للاعبين

وقد حازت العبارة (38) بفروعها على نسبة موافقة تراوحت ما بين (79.67% : 96.34%) فى الاتجاه السائد (موافق) والتي تشير الى استثمار فرق كرة القدم من خلال حق الرعاية الخاص باللاعبين المنتقلين لأندية أخرى ، تسويق اللاعبين والتأمين عليهم، تشجيع ورعاية المواهب الرياضية بالنادى، تسويق الإعلانات والملصقات على ملابس وأدوات اللاعبين، بناء قاعدة جيدة من الناشئين بالنادى. تؤكد نتائج دراسة عبدالله مصطفى الكحيلي (2016) إلى أن أهم أهداف خطة التسويق زيادة عدد الخدمات التي تقدمها المؤسسة لجذب أكبر عدد من المستفيدين من خلال إعداد الحملات الترويجية والاعلانية الخاصة بالمؤسسة مما يؤدي الى رفع مستوى المؤسسة الاقتصادية كما أن التسويق هو حلقة الوصل بين المؤسسة والبيئة المحيطة كما تعمل على جذب الرعاية والشركات الراعية لتسويق الخدمات المقدمة من المؤسسة. كما أكدت نتائج دراسة عادل فاضل (2007) أن التسويق الرياضي يساهم في حل بعض المعوقات وخاصة المادية التي تتعرض لها الأندية الرياضية وتخفيف العبء المادي الذي تقدمه السلطات الرسمية لتلك الهيئات وعلية يجب ألا يكون المفهوم التسويقي عشوائياً وبدون استخدام الوسائل العلمية حتى لا تقعد الهدف من إدخاله في هذا المجال). (فاضل،2007: 2)





4-3 عرض ومناقشة نتائج المحور الرابع : المتطلبات التقنية والتكنولوجية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق الدوري العراقي

جدول (11)

التكرار والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة بعبارات المحور الرابع (المتطلبات التقنية والتكنولوجية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق الدوري

العراقي) ن= (123)

م	الدلالات الإحصائية	موافق		إلى حد ما		لا أوافق		مربع كاي	مستوى الدلالة	المتوسط الحسابي	الاستجابة المجملة (ليكات)	نسبة الموافقة %
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار					
39	توفير نظام الكتروني معلوماتي بين الاعلام الرياضي وكل من :											
1/39	مؤسسات الاعلامية الحكومية	100	81.30%	7	5.69%	16	13.01%	128.341	.000	2.68	نعم	84.15%
2/39	مؤسسات اعلامية الاهلية الغير الرسمية	114	92.68%	4	3.25%	5	4.07%	194.976	.000	2.89	نعم	94.31%
3/39	رجال الاعمال	120	97.56%	3	2.44%	0	0.00%	111.293	.000	2.98	نعم	98.78%
4/39	أندية دوري المحترفين	121	98.37%	2	1.63%	0	0.00%	115.130	.000	2.98	نعم	99.19%
40	توفير قاعدة بيانات لكل من:											
1/40	اهم بطولات منتخبات كرة القدم	112	91.06%	5	4.07%	6	4.88%	184.439	.000	2.86	نعم	93.09%
2/40	كاس العالم	116	94.31%	5	4.07%	2	1.63%	205.902	.000	2.93	نعم	96.34%
3/40	البطولات القارية	115	93.50%	4	3.25%	4	3.25%	200.341	.000	2.90	نعم	95.12%
4/40	البطولات الاولمبية	103	83.74%	9	7.32%	11	8.94%	140.683	.000	2.75	نعم	87.40%
5/40	اللاعبين	118	95.93%	4	3.25%	1	0.81%	217.024	.000	2.95	نعم	97.56%
6/40	العاملين	104	84.55%	10	8.13%	9	7.32%	145.220	.000	2.77	نعم	88.62%
7/40	الحكام	103	83.74%	9	7.32%	11	8.94%	140.683	.000	2.75	نعم	87.40%
8/40	المراقبين	81	65.85%	21	17.07%	21	17.07%	58.537	.000	2.49	نعم	74.39%
9/40	المعلقين	62	50.41%	30	24.39%	31	25.20%	16.146	.000	2.25	إلى حد ما	62.60%
10/40	رجال الاعمال	110	89.43%	10	8.13%	3	2.44%	174.780	.000	2.87	نعم	93.50%
41	الربط الالكتروني لتوفير نظام معلوماتي بين رابطة دوري المحترفين وكل من :											
1/41	وزارة الشباب والرياضة	119	96.75%	4	3.25%	0	0.00%	107.520	.000	2.97	نعم	98.37%



2/41	وزارة النقل	115	93.50%	3	2.44%	5	4.07%	200.390	.000	2.89	نعم	94.72%
------	-------------	-----	--------	---	-------	---	-------	---------	------	------	-----	--------

### تابع جدول (11)

التكرار والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة بعبارات المحور الرابع (المتطلبات التقنية والتكنولوجية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق الدوري العراقي)

ن = (123)

م	الدلالات الإحصائية	موافق		إلى حد ما		لا أوافق		مربع كاي	مستوى الدلالة	المتوسط الحسابي	الاستجابة المجدلة (ليكات)	نسبة الموافقة %
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار					
3/41	الجهات الامنية	93.50%	115	4.88%	6	1.63%	2	200.537	.000	2.92	نعم	95.93%
4/41	اللجنة الاولمبية	84.55%	104	5.69%	7	9.76%	12	145.512	.000	2.75	نعم	87.40%
5/41	الاتحاد الدولي (FIF)	94.31%	116	3.25%	4	2.44%	3	205.805	.000	2.92	نعم	95.93%
6/41	الاتحاد الاسيوي (FC)	89.43%	110	4.07%	5	6.50%	8	174.293	.000	2.83	نعم	91.46%
7/41	الاتحاد العراقي	97.56%	120	2.44%	3	0.00%	0	111.293	.000	2.98	نعم	98.78%
8/41	الاندية العراقية	98.37%	121	1.63%	2	0.00%	0	115.130	.000	2.98	نعم	99.19%
42	انشاء موقع الكتروني خاص بدوري المحترفين لـ :											
1/42	التعريف بالخدمات التي يقدمها النادي .	95.93%	118	3.25%	4	0.81%	1	217.024	.000	2.95	نعم	97.56%
2/42	التواصل مع المستفيدين والتعبير عن آرائهم.	93.50%	115	3.25%	4	3.25%	4	200.341	.000	2.90	نعم	95.12%
3/42	تنظم مواعيد ممارسة الأنشطة على المنشآت الرياضية بالنادي.	91.87%	113	5.69%	7	2.44%	3	189.854	.000	2.89	نعم	94.72%
4/42	الدعاية والإعلان والترويج للأنشطة والخدمات بالنادي.	85.37%	105	7.32%	9	7.32%	9	149.854	.000	2.78	نعم	89.02%
5/42	التواصل مع رجال الأعمال والمستثمرين.	96.75%	119	3.25%	4	0.00%	0	107.520	.000	2.97	نعم	98.37%

\*مربع كاي معنوي عند مستوى 0.05 حيث مستوى الدلالة  $\geq 0.05$  عند درجة الحرية = 2 ، 5.99 ، درجة الحرية = 1 = 3.84 مقياس ليكات : المتوسط الحسابي المرجح بالأوزان :- 1.00-1.66 (لاوافق) ، 1.67-2.33 (إلى حد ما) ، 2.34-3.00 (موافق)



يتضح من جدول (11) والخاص بالتكرار والنسبة المئوية والدلالات الاحصائية الخاصة بعبارات المحور الرابع (المتطلبات التقنية والتكنولوجية لاستثمار الاعلام الرياضي في تسويق الدوري العراقي) وجود فروق معنوية ذات دلالة احصائية بين الإستجابات وهذه القيم لمربع كاي معنوية عند مستوى 0.05 في جميع العبارات، وبنسبة موافقة تراوحت ما بين (62.60% إلى 99.19%) وقد حازت العبارات رقم (39) بفروعها على نسبة موافقة تراوحت ما بين (84.15% : 99.19%) في الاتجاه السائد (موافق) والتي تشير الى توفير نظام الكتروني معلوماتي بين الاعلام الرياضي وكل من (أندية دوري المحترفين ، رجال الاعمال ، مؤسسات اعلامية الاهلية الغير الرسمية، مؤسسات الاعلامية الحكومية)



وحازت العبارة رقم (40) بفروعها على نسبة موافقة تراوحت ما بين (74.39% : 97.56%) في الاتجاه السائد (موافق) والتي تشير الى توفير قاعدة بيانات لكل من (كاس العالم ، اللاعبين، البطولات القارية ، البطولات الاولمبية ، اهم بطولات منتخبات كرة القدم ، رجال الاعمال، العاملين ، الحكام ، المراقبين) ، عد العبارة رقم (9/40) حازت على نسبة قدرها (62.60%) في الاتجاه السائد (الى حد ما) والتي تشير الى توفير قاعدة بيانات لكل من المعلقين

وقد حازت العبارة رقم ( 41) بفروعها على نسبة موافقة تراوحت ما بين (87.40% : 99.19%) في الاتجاه السائد ( موافق) والتي تشير الى الربط الالكتروني لتوفير نظام معلوماتي بين رابطة دوري المحترفين وكل من (وزارة الشباب والرياضة ، وزارة النقل ، الجهات الامنية ، اللجنة الاولمبية، الاتحاد الدولي (FIF)، الاتحاد الاسيوي (FC)، الاتحاد العراقي، الاندية العراقية)

وقد حازت العبارة رقم (42) بفروعها على نسبة موافقة تراوحت ما بين (89.02% : 98.37%) في الاتجاه السائد ( موافق) والتي تشير الى انشاء موقع الكتروني خاص بدوري المحترفين لـ (التعريف بالخدمات التي يقدمها النادي ، التواصل مع المستفيدين والتعبير عن آرائهم، تنظم مواعيد ممارسة الأنشطة على المنشآت الرياضية بالنادي، الدعاية والإعلان والترويج للأنشطة والخدمات بالنادي، التواصل مع رجال الأعمال والمستثمرين).

ويشير محمود علم الدين (٢٠١٠) في ضوء التقدم الحاصل في تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي عبارة عن مجموعة من التقنيات والأدوات والوسائل أو النظم المختلفة التي يتم استعادة منها لمعالجة المحتوى الذي يراد توصيلة من خلال عملية الاتصال بالمجتمع ، وأن المؤسسات تمتلك ضمن هيكلها مركزا إعلاميا يحتوي على منظومة متعددة من تكنولوجيات والمعلومات والاتصال، ونظم استشعار عن بعد، حاسبات متطورة ، آلات تصوير فيديو ، ومحركات البحث عبر شبكات الانترنت وتوزيع المعلومات. (محمود علم الدين، 2010- 53)

وأضافت عفاف عبد المنعم درويش (2019) يعتبر نظم المعلومات التقنيات الالكترونية والرقمية التي تستخدم في معالجة وتخزين وتناقل وبث نتائج عمليات وتكشف تحليل وتصنيف واستخلاص المعلومات وتوجيهه الإفادة منها من قبل المستفيدين بأيسر السبل مع ضمان محصلات السرعة والدقة (درويش 2019 : 51)



#### 4- الاستخلاصات والتوصيات

#### 1-4 الاستخلاصات :

في ضوء نتائج البحث يستخلص الباحث اهم النتائج التالية :

#### المحور الاول (المتطلبات الادارية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق الدوري العراقي)

- إنشاء قناة متخصصة فى دوري المحترفين العراقي
- الالتزام بأخلاقيات المهنة وبما أقرته مدونة السلوك الإعلامي
- استحداث برامج اعلامية رياضية للنهوض بدوري المحترفين العراقي
- جذب الشركات الراعية للاتحاد العراقي لكرة القدم ولدوري المحترفين
- تنوع الحملات الترويجية والتسويقية لبطولة دوري المحترفين لكرة القدم
- إستقطاب كفاءات متخصصة فى التسويق الرياضي للتحدث فى قنوات الاعلام الرياضي
- توفير برامج تدريبية متخصصة فى الاعلام الرياضي

#### المحور الثانى (المتطلبات البشرية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق الدوري العراقي)

- تخصيص متحدث اعلامي لكل نادى من أندية دوري المحترفين
- انتقاء افضل العاملين المتقدمين للعمل بالاعلام الرياضي
- توفير بطاقات للوصف الوظيفى لكل مستوى ادارى بالادارة الاعلامية
- انتقاء افضل وانسب العاملين المتقدمين لشغل وظائف الاعلام
- تهيئة بيئة جاذبة لصناعه كرة القدم محترفة، تطوير العلاقة مع رجال الاعمال والمستثمرين
- لأهمية الاستثمار الرياضي لمباريات الدوري .

#### المحور الثالث (المتطلبات المادية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق الدوري العراقي)

- توفير الادوات والاجهزة التي يتم استخدامها فى المباريات مثل VR
- تطوير تصميم شعارات وأعلام دوري المحترفين
- توفير وسائل نقل حديثة للاعبين
- استثمار فرق كرة القدم من خلال حق الرعاية الخاص باللاعبين المنتقلين لأندية أخرى ، تسويق اللاعبين والتأمين عليهم، تشجيع ورعاية المواهب الرياضية بالنادى، تسويق



الإعلانات والملصقات على ملابس وأدوات اللاعبين، بناء قاعدة جيدة من الناشئين بالنادى.

#### **المحور الرابع (المتطلبات التقنية والتكنولوجية لاستثمار الاعلام الرياضي فى تسويق الدوري العراقي)**

- توفير نظام الكتروني معلوماتي بين الاعلام الرياضي وكل من (أندية دوري المحترفين ، رجال الاعمال ، مؤسسات اعلامية الاهلية الغير الرسمية، مؤسسات الاعلامية الحكومية)
- توفير قاعدة بيانات لكل من (كاس العالم ، اللاعبين، البطولات القارية ، البطولات الاولمبية ، اهم بطولات منتخبات كرة القدم ، رجال الاعمال، العاملين ، الحكام ، المراقبين)
- الربط الالكتروني لتوفير نظام معلوماتي بين رابطة دوري المحترفين وكل من (وزارة الشباب والرياضة ، وزارة النقل ، الجهات الامنية ، اللجنة الاولمبية، الاتحاد الدولي (FIF)، الاتحاد الاسيوي (FC)، الاتحاد العراقي، الاندية العراقية)
- انشاء موقع الكتروني خاص بدوري المحترفين لـ (التعريف بالخدمات التي يقدمها النادى ، التواصل مع المستفيدين والتعبير عن آرائهم، تنظم مواعيد ممارسة الأنشطة على المنشآت الرياضية بالنادى، الدعاية والإعلان والترويج للأنشطة والخدمات بالنادى، التواصل مع رجال الأعمال والمستثمرين).

#### **2-4 التوصيات:**

- فى ضوء نتائج البحث يوصى الباحث المسؤولين بالاتحاد العراقي لكرة القدم بالآتى:
- تخصيص متحدث اعلامي لكل نادى من أندية دوري المحترفين
- انتقاء افضل العاملين المتقدمين للعمل بالاعلام الرياضي
- استحداث برامج اعلامية رياضية للنهوض بدوري المحترفين العراقي
- تأهيل الكوادر البشرية للعاملين فى الاعلام الرياضي من خلال دورات تدريبية متخصصة لتطوير العمل الاعلامي
- توفير لجنة خاصة للدعاية والإعلان لدى الاتحاد العراقي لكرة القدم يساعد في تسويق دوري المحترفين



## المصادر:

- 1) الحدراوي ، باقر خضير؛ الزرفي ، علي رحيم (2021): استراتيجية التسويق الإعلامي ودورها في تعزيز وعي الزبون الرقمي ،جامعة الفرات الاوسط التقنية، العراق.
- 2) الحماحمي ، محمد الحماحمي ؛ رجب ، أحمد سعيد (2006): الاعلام وإدارة الازمات ، مؤسسة طيبة لنشر ، القاهرة.
- 3) درويش، عفاف عبد المنعم (2009):تكنولوجيا ادارة المؤسسات الرياضية ،معلومات اتخاذ القرار،الاتصال،
- 4) الشافعي ، حسن أحمد (2011)، الأعلام في التربية البدنية والرياضية، دار الوفاء للطباعة والنشر، الإسكندرية .
- 5) الطنوبي ، محمد عمر (2001) : دور الاعلام الرياضي التلفزيوني للقناة الجزائرية الاولى في نشر الثقافة الرياضية ،رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد بو ضياف، الجزائر.
- 6) علم الدين ، محمود (2010) : إدارة المؤسسات الاعلامية الرياضية وتكنولوجيا المعلومات ، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.
- 7) العيثاوي ، هادي عبد الله (2010): موجز تاريخ الإعلام الرياضي في العراق، بغداد ، المكتبة الرياضية للنشر ، دبي الامارات العربية المتحدة.
- 8) عيسى ، أحمد محمد (2015): مدخل الى الاعلام والاتصال، دار الكتب الحديث، القاهرة .
- 9) غنيم ، خالد فوزي (2008): برنامج مقترح للخدمة الاجتماعية لزيادة مشاركة الشباب الجامعي في العمل التطوعي، جامعة حلوان.
- 10) فاضل ، عادل (2007): التسويق فى المجال الرياضي، رسالة دكتوراة منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة بغداد.
- 11) قانون الإتحادات الرياضية الوطنية رقم (24) سنة (2021)
- 12) قانون شبكة الاعلام العراقي رقم (26) لسنة(2015) ، الوقائع العراقية.
- 13) الكحيلي ، عبدالله مصطفى عبدالله (2016) : خطة مقترحة لتسويق الموارد المادية للأنشطة الرياضية بكلية التربية الرياضية جامعة بنها، رسالة ماجستير ، كلية التربية الرياضية للبنات ، جامعة الاسكندرية
- 14) محسن ، مصطفى محمد (2018): دور الاعلام الرياضي في ادارة الازمات الرياضية في الاتحاد العراقي المركزي لكرة القدم من وجهة نظر المدربين، رسالة ماجستير في التربية البدنية وعلوم الرياضة، جامعة القادسية، العراق.



## مرفق (1) أسماء السادة الخبراء

م	الاسم	الوظيفة الحالية
1	أ.د/ رأفت سعيد هنداوى	استاذ بقسم الإدارة الرياضية – كلية التربية الرياضية للبنين – جامعة الاسكندرية .
2	أ.م.د/ ريهام أمين حمزة	أستاذ مساعد بقسم الإدارة الرياضية - كلية التربية الرياضية للبنات جامعة الإسكندرية .
3	أ.د / دنيا محمد عادل عبدالعزيز	أستاذ الإدارة الرياضية ووكيل الكلية لشؤون الطلاب والتعليم - كلية التربية الرياضية للبنات , جامعة الإسكندرية.
4	أ.د/ عمرو مصطفى الشتيحي	أستاذ الإدارة الرياضية - بكلية التربية الرياضية, جامعة طنطا .
5	أ.د / مها محمد حسن الصغير	أستاذ الإدارة الرياضية المتفرغ- بقسم الإدارة الرياضية بكلية التربية الرياضية للبنات , جامعة الإسكندرية.
6	أ.د/ نادية لطفى عبدالفتاح	أستاذ مساعد بقسم الإدارة الرياضية - كلية التربية الرياضية للبنات جامعة الإسكندرية .
7	أ.د/ يحيى فكرى محروس	أستاذ الإدارة الرياضية - بكلية التربية الرياضية, جامعة طنطا .
8	أ.د / يسرية إبراهيم موسى	أستاذ الإدارة الرياضية المتفرغ- بقسم الإدارة الرياضية بكلية التربية الرياضية للبنات , جامعة الإسكندرية.

ملحوظة: تم ترتيب أسماء الخبراء وفقا للترتيب الابجدي.