

دور الإعلام الرياضي في تشكيل الرأي العام تجاه قضايا الفساد في الأندية الرياضية: دراسة ميدانية من وجهة نظر الإعلاميين الرياضيين في إقليم كردستان-العراق*

هردى مالك عزيز، وزارة التربية، مديرية العامة التربية-اربيل. العراق
توانا محمد، كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة، جامعة صلاح الدين-اربيل، اربيل، العراق

معلومات البحث

تاريخ الاستلام: ٢٠٢٥/٠٥/٢٢
تاريخ القبول: ٢٠٢٥/٠٧/٠٦
تاريخ النشر: ٢٠٢٦/٠٤/٢٠

المراسلة:

هردى مالك عزيز
Email: hardi.aziz@su.edu.krd

DOI:

<http://dx.doi.org/10.21271/ZJPSS.3.1.7>

الكلمات المفتاحية:

الإعلام الرياضي، الرأي العام، الفساد الرياضي،
الأندية الرياضية، الصحافة الاستقصائية، كردستان



ملخص

يهدف هذا البحث إلى استكشاف دور الإعلام الرياضي في تشكيل الرأي العام حول قضايا الفساد في الأندية الرياضية بإقليم كردستان العراق، وذلك من خلال دراسة ميدانية لأراء الإعلاميين الرياضيين. استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، وتم تصميم أداة بحثية متمثلة في استبانة مكونة من (٢٥) فقرة موزعة على أربعة أبعاد رئيسية: واقع الإعلام الرياضي، وأخلاقيات التغطية، وجودة المحتوى، وواقع التغطية الإعلامية لقضايا الفساد. شملت عينة الدراسة (١١٨) إعلاميًا من مختلف وسائل الإعلام (التقليدية والجديدة). أظهرت النتائج أن تأثير الإعلام الرياضي في تشكيل الرأي العام تجاه الفساد يوصف غالبًا بأنه "متوسط"، ويتأثر بعوامل عدة أهمها "مصادقية المصدر" و"نوع الوسيلة الإعلامية". كما بينت النتائج أن الإعلاميين يواجهون تحديات مهنية ومؤسسية تؤثر في جودة التغطية، في ظل ضعف الاستجابة من إدارات الأندية، وغياب الالتزام الدائم بالمعايير الأخلاقية. توصي الدراسة بضرورة دعم الصحافة الاستقصائية، وتطوير التدريب المهني، وتعزيز الشفافية والتفاعل بين الإعلام والمؤسسات الرياضية.

The Role of Sports Media in Shaping Public Opinion Toward Corruption Issues in Sports Clubs: A Field Study from the Perspective of Media Professionals in the Kurdistan Region

Hardi Malik Aziz, Ministry of Education, General Directorate of Education - Erbil, Iraq
Twana Mohammed Ali, College of Physical Education and Sports Sciences, Salahaddin University-Erbil, Erbil, Iraq

Abstract

This study aims to examine the role of sports media in shaping public opinion regarding corruption issues in sports clubs in the Kurdistan Region of Iraq. A descriptive-analytical methodology was adopted, and a 25-item questionnaire was developed, covering four key dimensions: the reality of sports media, ethics of media coverage, content quality, and media coverage of corruption issues. The sample included 118 sports journalists from various traditional and new media outlets. The findings reveal that the perceived influence of sports media on public opinion is generally "moderate," influenced by factors such as "source credibility" and "type of media platform." The study also highlights professional and institutional challenges that affect the quality of coverage, alongside weak responsiveness from club administrations and inconsistent adherence to ethical standards. The study recommends supporting investigative journalism, enhancing professional training, and promoting transparency and interaction between media and sports institutions.

Keywords: Sports media, public opinion, sports corruption, sports clubs, investigative journalism, Kurdistan.

* مستقلة من رسالة ماجستير الطالب (هردى مالك عزيز) بعنوان (دور الاعلام الرياضي في تشكيل الرأي العام حول قضايا الفساد الإداري والمالي بالأندية الرياضية في إقليم كردستان - العراق) غير منشور

١- التعريف بالبحث

١-١ المقدمة وأهمية البحث

تعد التطورات التكنولوجية الحديثة إحدى الركيزة الأساسية في ثورة كبيرة على مستوى وسائل الإعلام على العموم والإعلام الرياضي على الخصوص الذي يستطيع أن يحقق تأثيرات هامة على مستوى الأفراد والمؤسسات الرياضية مما يجعل منه قوة اجتماعية حقيقية، الإعلام الرياضي الذي يعرف بأنه السلطة الرابعة في كل دولة بعد السلطات (التنفيذية، التشريعية والقضائية) يلعب دوراً وسيوثر على حركة الشارع الرياضي والرأي العام.

وإن كلمة إعلام إنما تعني أساساً الإخبار وتقديم معلومات، أن أعلم، ويتضح في هذه العملية، عملية الإخبار، وجود رسالة إعلامية (إخبار - معلومات - أفكار - آراء) تنتقل في اتجاه واحد من مرسل إلى مستقبل أي حديث من طرف واحد، وإذا كان المصطلح يعني نقل المعلومات والأخبار والأفكار والآراء، فهو في نفس الوقت يشمل أي إشارات أو أصوات وكل ما يمكن تلقيه أو اختزانه من أجل استرجاعه مرة أخرى عند الحاجة، وبذلك فإن الإعلام يعني تقديم الأفكار والآراء والتوجهات المختلفة إلى جانب المعلومات والبيانات بحيث تكون النتيجة المتوقعة والمخطط لها مسبقاً أن تعلم جماهير مستقبلية الرسالة الإعلامية كافة الحقائق ومن كافة جوانبها، بحيث يكون في استطاعتهم تكوين آراء أو أفكار يفترض أنها صائبة حيث يتحركون ويتصرفون على أساسها من أجل تحقيق التقدم والنمو الخير لأنفسهم والمجتمع الذي يعيشون فيه (فضل، ٢٠١٥، ٢٠).

وتقوم فلسفة الصحافة على مبدأ حماية وحراسة مصالح المجتمع من خلال العمل على كشف التجاوزات والممارسات الخاطئة والسعي للوصول إلى الحقيقة وإيصالها إلى الجمهور، بما يؤدي إلى تفعيل إجراءات المحاسبة والمساءلة، ومن ثم معالجة الأخطاء وتصويب الأوضاع، وهي بذلك تلتزم بدور حماية المجتمع من الانحرافات والفساد - على وفق المنظور الليبرالي الذي ينظر للصحافة على أنها سلطة رابعة في موازاة السلطات الثلاث المعروفة. وتعرف المنظمة الأمريكية للصحافة بأنه: تغطية إخبارية في العمق تكشف شيئاً ما يريد أحد ما أن يبقية سرا، أو تؤثر الإخفاقات منهجية وسياسات غير صائبة نتيجة لجهد، شخصي بذله صحفي أو صحفية. (الدليبي، ٢٠١٢، ١٨)

وأن الرأي العام ظاهرة اجتماعية وسياسية مهمة تعبر عن اتجاهات ومواقف الجماهير إزاء القضايا العامة التي تمس مصالحهم أو تسترعي انتباههم. وقد تناول مفهوم الرأي العام في كتاباته وتحليلاته من منظور يجمع بين العلوم السياسية وعلم الاجتماع، معتبراً أنه ليس مجرد مجموع آراء الأفراد، بل هو نتاج تفاعل مركب بين العوامل النفسية والاجتماعية والثقافية والإعلامية. (علي، ٢٠١٨، ١١)

تسهم هذه الدراسة في تعزيز الأدبيات المرتبطة بدور الإعلام الرياضي في إحداث التغيير الاجتماعي وممارسة الرقابة المجتمعية، كما توضح طبيعة العلاقة بين الإعلام الرياضي وتشكيل الرأي العام، خاصة في القضايا الحساسة مثل الفساد. وتسعى نتائجها إلى تقديم تغذية راجعة للمؤسسات الإعلامية بما يساعدها على تطوير أدائها في تغطية قضايا الفساد الرياضي، فضلاً عن مساعدة الأندية والجهات الرقابية على فهم تأثير المعالجة الإعلامية في صورتها العامة ومستوى ثقة الجمهور بها.

٢-١ مشكلة البحث

تعد قضايا الفساد في الأندية الرياضية من التحديات التي تؤثر سلباً على نزاهة العمل الرياضي وتطوره، ويُنظر إلى الإعلام الرياضي بوصفه أحد الأدوات الفاعلة في تسليط الضوء على هذه القضايا وتشكيل الرأي العام بشأنها. وفي إقليم كردستان-العراق، تلعب الوسائل الإعلامية دوراً متزايداً في نقل الأخبار وتحليل الوقائع المرتبطة بالفساد في المؤسسات الرياضية. ومع ذلك، لا يزال مدى تأثير الإعلام الرياضي في تشكيل وعي الجمهور واتجاهاته نحو هذه القضايا بحاجة إلى دراسة وتحليل معمقين، خاصة من وجهة نظر الإعلاميين أنفسهم الذين يتعاملون مباشرة مع هذه الظواهر. من هنا تنبع أهمية هذه الدراسة في محاولة فهم طبيعة هذا الدور، ومستوى فاعليته، والتحديات التي تواجه الإعلاميين في أداء رسالتهم تجاه مكافحة الفساد الرياضي. ومن هنا تنبع مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس الآتي:

ما دور الإعلام الرياضي في تشكيل الرأي العام تجاه قضايا الفساد في الأندية الرياضية بإقليم كردستان من وجهة نظر الإعلاميين الرياضيين؟

٣-١ أهداف البحث

تهدف هذا البحث إلى:

١. التعرف على واقع الإعلام الرياضي في إقليم كردستان-العراق من وجهة نظر الإعلاميين.
٢. الكشف عن مدى التزام الإعلام الرياضي بأخلاقيات العمل المهني في معالجة قضايا الفساد بالأندية الرياضية.
٣. تقييم جودة المحتوى الإعلامي الرياضي المتعلق بقضايا الفساد في الأندية من حيث الدقة والموضوعية والتأثير.

٤. تحديد دور الإعلام الرياضي في تشكيل الرأي العام تجاه الفساد الإداري والمالي في الأندية الرياضية.

٤-١ أسئلة البحث

ينبثق عن السؤال الرئيس للدراسة عدد من الأسئلة الفرعية، وهي:

١. ما واقع الإعلام الرياضي في إقليم كردستان-العراق من وجهة نظر الإعلاميين الرياضيين؟
٢. ما مدى التزام الإعلام الرياضي بأخلاقيات العمل المهني في تناول قضايا الفساد في الأندية الرياضية؟
٣. ما مستوى جودة المحتوى الإعلامي الرياضي المتعلق بقضايا الفساد من حيث التأثير والإقناع والمصدقية؟
٤. ما دور الإعلام الرياضي في تشكيل الرأي العام تجاه قضايا الفساد الإداري والمالي في الأندية الرياضية؟

٥-١ مجالات البحث

- ١-٥-١ المجال البشري: الإعلاميين الرياضيين العاملين في وسائل الإعلام المختلفة في إقليم كردستان العراق
- ٢-٥-١ المجال المكاني: تُجرى الدراسة في إقليم كردستان العراق، وتشمل وسائل الإعلام العاملة في محافظاته.
- ٣-٥-١ المجال الزمني: ٧-١١-٢٠٢٤ - ٧-٥-٢٠٢٥

٦-١ مصطلحات البحث

الإعلام الرياضي: عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية، وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور، بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي. (حسين، ٢٠١٤، ٢١)

الرأي العام: إن الرأي العام يشير إلى اتجاهات الناس حول موضوع ما حينما يكونون أعضاء في نفس الجامعة الاجتماعية" (عبدالحليم، ٢٠٠٩، ٢٢).

الفساد الإداري: هو إساءة استعمال السلطة العامة، أو الوظيفة العامة للكسب الخاص، ويحدث الفساد عادة، عندما يقوم موظف بقبول أو طلب رشوة، أو لتسهيل عقد، أو إجراء طرح لمنافسة عامة. كما يمكن للفساد أن يحدث، عن طريق استغلال الوظيفة العامة، من دون اللجوء إلى الرشوة، وذلك بتعيين الأقارب، ضمن منطلق (المحسوبية والمنسوبية)، أو سرقة أموال الدولة مباشرة. (يوسف، ١١، ٢٠١٠).

الفساد المالي: سوء التصرف في الأموال العامة، أو تلقي أموالا في مقابل تقديم خدمة أو منفعة، مشروعة أو غير مشروعة، أو خروج عن قوانين الدولة ومصالحها وعدم التقيد به من أجل تحقيق مكاسب سياسية واجتماعية للشخص أو مجموعة معينة. (James M, etl, 87, 2006).

٢- منهجية البحث وإجراءاته

١-٢ منهجية البحث

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، لكونه الأنسب في دراسة الظواهر الاجتماعية والإعلامية، وتحليل وجهات نظر الإعلاميين حول تأثير الإعلام في تشكيل الرأي العام (ابراش، ٢٠٠٩، ٣٣)

٢-٢ مجتمع البحث وعينته

تتمثل عينة الدراسة من كافة الاعلاميين الرياضيين في كردستان-العراق وكانت عددهم (٢٣١) عضواً وقد توزعت العينات على النحو الآتي:

الجدول (١) يبين توزيع مجتمع و العينة

المرحلة	مجتمع البحث	عدد	عينة الاستطلاعية		عينة البناء		عينة التطبيق		مجموع العينة
			انثى	ذكر	انثى	ذكر	انثى	ذكر	
مجلس نقابة الاعلاميين الرياضيين	اعضاء فعالة	١٤٨	٧	٠	٥٣	٣	٧٠	٦	١٤٢
	اعضاء مشاركة	٨٣	٦	٠	٣٧	١	٣٧	٥	٨٠
مجموع		٢٣١	١٣	٠	٩٠	٤	١٠٧	١١	٢٢٢
			١٠		٩٤		١١٨		
النسبة			٤,٣٢٩		٤٠,٦٩٣		٥١,٠٨٢		٩٦,١٠٤

٣-٢ أداة جمع البيانات

من اجل تحقيق اهداف الدراسة قام الباحثان باجراء العمليات العلمية التالية في بناء مقياس دور الاعلام الرياضي على الرأي العام من وجهة نظر الاعلاميين في اقليم كردستان-العراق، وذلك لحصول على المعلومات الدقيقة:

٢-٣-١- تحديد ابعاد وفقرات مقياس

في ضوء أهداف البحث ومن خلال الاطلاع على المراجع العلمية المتخصصة في الاعلام الرياضي، وكذلك بالاعتماد على نتائج الدراسات والبحوث المرتبطة بالدراسة، توصل الباحثان من خلالها إلى صياغة (٣٤) فقرة موزعة على اربعة ابعاد كما موضح في جدول رقم (٢)

"الجدول (٢): تحديد الأبعاد وعدد فقرات المقياس بصورته الأولية".

ت	الابعاد	عدد الفقرات
١.	واقع الإعلام الرياضي على تشكيل الرأي العام	١١
٢.	أخلاقيات الإعلام في تناول قضايا الفساد	٧
٣.	جودة المحتوى الإعلامي المقدم في الأندية الرياضية	٧
٤.	واقع تغطية الاعلام الرياضي لقضايا الفساد	٩
مجموع الفقرات		٣٤

٢-٣-٢ اجراء صلاحية المقياس (اراء المحكمين)

تم التأكد من صلاحية المقياس من خلال عرضه على (١٣) خبيراً من أعضاء هيئة التدريس المتخصصين في الاعلام والادارة الرياضية الملحق رقم (١). وهدف هذا الإجراء إلى التحقق من قدرة المقياس على قياس الهدف الذي تم تصميمه لتحقيقه. أجريت هذه العملية خلال الفترة (٢١-١١-٢٠٢٤ إلى ١١-١٢-٢٠٢٤)، حيث طلب من الخبراء إبداء آرائهم بخصوص التعديلات المحتملة، سواء كانت بالحذف، أو الإضافة، أو الدمج، بالإضافة إلى تقديم تقييم بشأن مدى ملاءمة بدائل الإجابات المقترحة. وقد أجمعت الخبراء على صلاحية الأبعاد المحددة، بينما قام الباحثان بحساب نسبة اتفاق المحكمين حول صلاحية الابعاد والفقرات، كما هو موضح في الجدول (٣، ٤):

"الجدول (٣): الأهمية النسبية والنسبة المئوية لآراء الخبراء حول مدى مناسبة الأبعاد المقترحة (ن = ١٣)".

الأبعاد	مناسبة		غير مناسبة		دمج		النسبة المئوية
	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	
الاول	١٢	٩٢,٣١	١	٧,٦٩	٠	٠,٠٠	٩٢,٣١
الثاني	١١	٨٤,٦٢	١	٧,٦٩	٠	٠,٠٠	٨٤,٦٢
الثالث	١٣	100.00	٠	0.00	٠	٠,٠٠	100.00
الرابع	١٢	٩٢,٣١	١	٧,٦٩	٠	٠,٠٠	٩٢,٣١

يبين الجدول (٣) النسب المئوية لآراء السادة الخبراء حول الابعاد مقياس الاعلام الرياضي، حيث حصل كل الابعاد نسبة مرتفعة ومقبولة بشكل تراوحت النسب المئوية للابعاد ما بين (٨٤,٦٢٪ - 100٪) وقد اعتمد الباحثان على الابعاد التي حصلت على نسبة (٧٥٪) فأكثر.

"الجدول (٣): الأهمية النسبية والنسبة المئوية لآراء الخبراء حول مدى مناسبة فقرات المقياس بصورته الأولية (ن = ١٣)".

الفقرات	مناسبة		غير مناسبة		دمج		النسبة المئوية
	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	
١.	١٢	٩٢,٣١	١	٧,٦٩	٠	٠,٠٠	٩٢,٣١
٢.	٧	53.85	٤	30.77	١	٧,٦٩	53.85
٣.	١٣	100.00	٠	0.00	٠	٠,٠٠	100.00
٤.	١٣	100.00	٠	0.00	٠	٠,٠٠	100.00
٥.	٨	61.54	3	23.08	٢	١٥,٣٨	61.54
٦.	١١	٨٤,٦٢	١	٧,٦٩	٠	٠,٠٠	٨٤,٦٢
٧.	٨	٦١,٥٤	٢	١٥,٣٨	٢	٧,٦٩	٦١,٥٤

٦٩,٢٣	٧,٦٩	١	٧,٦٩	١	١٥,٣٨	٢	٦٩,٢٣	٩	.٨
٧٦,٩٢	٠,٠٠	٠	١٥,٣٨	٢	٧,٦٩	١	٧٦,٩٢	١٠	.٩
٨٤,٦٢	٧,٦٩	١	٠,٠٠	٠	٧,٦٩	١	٨٤,٦٢	١١	.١٠
٩٢,٣١	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٧,٦٩	١	٩٢,٣١	١٢	.١١
٨٤,٦٢	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	١٥,٣٨	٢	٨٤,٦٢	١١	.١٢
٨٤,٦٢	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	١٥,٣٨	٢	٨٤,٦٢	١١	.١٣
٩٢,٣١	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٧,٦٩	١	٩٢,٣١	١٢	.١٤
١٠٠,٠٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	١٠٠,٠٠	١٣	.١٥
٦١,٥٤	٧,٦٩	١	٧,٦٩	١	٢٣,٠٨	٣	٦١,٥٤	٨	.١٦
١٠٠,٠٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	١٠٠,٠٠	١٣	.١٧
٩٢,٣١	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٧,٦٩	١	٩٢,٣١	١٢	.١٨
٨٤,٦٢	٧,٦٩	١	٧,٦٩	١	٠,٠٠	٠	٨٤,٦٢	١١	.١٩
١٠٠,٠٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	١٠٠,٠٠	١٣	.٢٠
٩٢,٣١	٠,٠٠	٠	٧,٦٩	١	٠,٠٠	٠	٩٢,٣١	١٢	.٢١
٩٢,٣١	٠,٠٠	٠	٧,٦٩	١	٠,٠٠	٠	٩٢,٣١	١٢	.٢٢
٦٩,٢٣	٠,٠٠	٠	٧,٦٩	١	٢٣,٠٨	٣	٦٩,٢٣	٩	.٢٣
٩٢,٣١	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٧,٦٩	١	٩٢,٣١	١٢	.٢٤
٨٤,٦٢	٠,٠٠	٠	٧,٦٩	١	٧,٦٩	١	٨٤,٦٢	١١	.٢٥
١٠٠,٠٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	١٠٠,٠٠	١٣	.٢٦
٨٤,٦٢	٧,٦٩	١	٧,٦٩	١	٠,٠٠	٠	٨٤,٦٢	١١	.٢٧
٦٩,٢٣	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٣٠,٧٧	٤	٦٩,٢٣	٩	.٢٨
١٠٠,٠٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	١٠٠,٠٠	١٣	.٢٩
١٠٠,٠٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	١٠٠,٠٠	١٣	.٣٠
٦٩,٢٣	٠,٠٠	٠	٢٣,٠٨	٣	٧,٦٩	١	٦٩,٢٣	٩	.٣١
٦٩,٢٣	٠,٠٠	٠	٢٣,٠٨	٣	٧,٦٩	١	٦٩,٢٣	٩	.٣٢
٨٤,٦٢	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	١٥,٣٨	٢	٨٤,٦٢	١١	.٣٣
١٠٠,٠٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	١٠٠,٠٠	١٣	.٣٤

يبين الجدول (٤) النسب المئوية لآراء السادة الخبراء حول الفقرات مقياس الاعلام الرياضي، وتراوحت النسب المئوية للفقرات ما بين (٦٩,٢٣٪ - 100٪) وقد اعتمد الباحثان على الفقرات التي حصلت على نسبة (٧٥٪) فأكثر. قام الباحثان باستبعاد فقرات التي لم يصل الى النسبة المطلوبة وهم فقرات (٢، ٥، ٧، ٨) في البعد الأول، وفقرات (١٦) في البعد الثاني، وفقرات (٢٣) من البعد الثالث، كما استبعد الباحثان وفقرة (٢٨، ٣١، ٣٢) من البعد الرابع بسبب لم يحصل على نسبة المذكورة. وذلك استقر الفقرات المقياس بشكلها النهائي من (٣٠) فقرة كما موضح في جدول (٥).

الجدول رقم (٥) يوضح الأبعاد وفقرات كل بعد من أبعاد مقياس الاعلام الرياضي بعد صدق المحكمين

ت	الأبعاد	عدد الفقرات
١-	واقع الإعلام الرياضي على تشكيل الرأي العام	٧
٢-	أخلاقيات الإعلام في تناول قضايا الفساد	٦
٣-	جودة المحتوى الإعلامي المقدم في الأندية الرياضية	٦
٤-	واقع تغطية الاعلام الرياضي لقضايا الفساد	٦
	المقياس ككل	٢٥

٢-٤ التجربة الاستطلاعية:

قام الباحثان بتجربة الاستطلاعية على عينة (١٠) اعلاميين في فترة (١٧-١٢-٢٠٢٤ الى ٢٧-١٢-٢٠٢٤) من اجل معرفة: مدى وضوح وسهولة فقرات المقياس، الوقت المستغرق للاجابة على الفقرات المقياس. وتحديد أي ثغرات ظهرت خلال عملية التنفيذ.

٥-٢ صدق وثبات المقياس

١-٥-٢ صدق المقياس

اجرى الباحثان عملية احصائية لمعرفة مدى سهولتها وصعوبتها وقوة تمييزها، وذلك بالاعتماد على إجابات أفراد العينة البناء، وقد تم حساب كل من معامل السهولة (FV) ومعامل الصعوبة (DI) وقوة التمييز (D) لكل فقرة على حدة، كما هو موضح في الجدول (7-3)

الجدول (٧-٣): معاملات السهولة والصعوبة وقوة التمييز لفقرات المقياس الاعلام الرياضي

الفقرة	معامل السهولة (FV)	معامل الصعوبة (DI)	قوة التمييز (D)	التفسير العام
1	0.73	0.27	0.64	فقرة جيدة
2	0.81	0.19	0.45	فقرة جيدة جدًا
3	0.68	0.32	0.67	فقرة متوسطة
4	0.77	0.23	0.55	فقرة جيدة
5	0.67	0.33	0.67	فقرة جيدة جدًا
6	0.74	0.26	0.78	فقرة متوسطة
7	0.68	0.32	0.71	فقرة جيدة
8	0.58	0.42	0.43	فقرة متوسطة
9	0.69	0.31	0.66	فقرة جيدة
10	0.83	0.17	0.51	فقرة جيدة جدًا
11	0.87	0.13	0.59	فقرة جيدة جدًا
12	0.56	0.44	0.63	فقرة مقبولة
13	0.57	0.43	0.73	فقرة جيدة
14	0.68	0.32	0.64	فقرة متوسطة
15	0.67	0.33	0.59	فقرة متوسطة
16	0.69	0.31	0.69	فقرة متوسطة
17	0.64	0.36	0.74	فقرة متوسطة
18	0.74	0.26	0.87	فقرة جيدة
19	0.71	0.29	0.45	فقرة جيدة
20	0.77	0.23	0.67	فقرة جيدة
21	0.74	0.26	0.73	فقرة جيدة
22	0.58	0.42	0.56	فقرة متوسطة
23	0.63	0.37	0.67	فقرة متوسطة
24	0.79	0.21	0.71	فقرة جيدة جدًا
25	0.81	0.19	0.76	فقرة جيدة جدًا
26	0.68	0.32	0.77	فقرة متوسطة
27	0.65	0.35	0.68	فقرة متوسطة
28	0.74	0.26	0.69	فقرة جيدة
29	0.69	0.31	0.71	فقرة جيدة
30	0.58	0.42	0.81	فقرة متوسطة

يُظهر الجدول أن قيم معامل السهولة تراوحت بين (0.56 – 0.87)، وهي قيم تقع ضمن المدى المقبول إحصائيًا (٠,٣٠-٠,٨٠)، مما يدل على أن الفقرات متوازنة من حيث سهولتها وصعوبتها، ولا توجد فقرات شديدة الصعوبة أو السهولة،

أما معامل الصعوبة فقد تراوح بين (0.13 – 0.44)، وهي قيم تشير إلى أن فقرات المقياس تتصف بدرجة مناسبة من الصعوبة، وتتيح تمييز الأفراد وفق مستويات استجاباتهم. كما تراوحت قوة التمييز بين (0.43 – 0.87)، وهي قيم مرتفعة نسبياً تدل على أن الفقرات تمتلك قدرة جيدة على التمييز بين المستجيبين ذوي الدرجات المرتفعة والمنخفضة في المقياس.

وبناءً على هذه النتائج، يمكن القول إن جميع فقرات المقياس قد حققت شروط الجودة الإحصائية، حيث تقع ضمن الحدود المقبولة لمعاملات السهولة والصعوبة وقوة التمييز، مما يعكس سلامة الفقرات واتساقها الداخلي. وعليه، فقد احتُفظ بجميع الفقرات دون حذف.

٢-٥-٢ ثبات المقياس:

استخدم الباحثان معامل الثبات (كرونباخ ألفا) للتحقق من مدى اتساق الفقرات الداخلية لأبعاد مقياس الإعلام الرياضي، ويُعد هذا المعامل من أكثر الأساليب شيوعاً في البحوث الوصفية.

الجدول (٨-٣) معامل الثبات بطريقة كرونباخ ألفا لأبعاد المقياس الاعلام الرياضي

الابعاد	عدد الفقرات	معامل الثبات (Cronbach's Alpha)	التفسير
دور الإعلام الرياضي على تشكيل الرأي العام	٧	٠,٨٦٨	مرتفع
واقع تغطية الإعلام الرياضي لقضايا الفساد	٦	٠,٨١١	مرتفع
أخلاقيات الإعلام في تناول قضايا الفساد	٦	٠,٨٣٧	مرتفع
الدور الثقافي والاجتماعي للإعلام.	٥	٠,٩٠٧	مرتفع جداً
جودة المحتوى الإعلامي المقدم في الأندية الرياضية	٦	٠,٨٧٦	مرتفع
المقياس ككل	٣٠	٠,٨٣٢	مرتفع

يبين من الجدول (٨-٣) أن معاملات الثبات المحسوبة بطريقة كرونباخ ألفا لجميع أبعاد مقياس الإعلام الرياضي قد جاءت مرتفعة، حيث تراوحت قيمها بين (٠,٨١١ – ٠,٩٠٧)، وهي جميعها أعلى من الحد المقبول إحصائياً (٠,٧٠)، مما يدل على تمتع الأداة بدرجة عالية من الثبات الداخلي. وبلغ معامل الثبات الكلي للمقياس (٠,٨٣٢)، وهو ما يعكس تجانس الفقرات وتكاملها في قياس الظاهرة محل الدراسة.

وتتفق هذه النتائج مع ما أشار إليه (Nunnally, 1978) بأن القيمة المقبولة لمعامل كرونباخ ألفا يجب أن لا تقل عن (٠,٧٠) في الدراسات الاجتماعية والسلوكية، حيث تعتبر هذه القيمة مؤشراً على اتساق داخلي مقبول، كما أكد (Sekaran & Bougie, 2016) أن معاملات الثبات التي تزيد عن (٠,٨٠) تعد جيدة جداً وتعكس موثوقية عالية في أدوات القياس وعليه، يمكن القول إن المقياس المستخدم يتمتع بدرجة عالية من الموثوقية، ويصلح للاعتماد عليه في الدراسات الحالية.

٢-٦ التجربة الرئيسية المقياس

بعد التأكد من توافر كافة الشروط والمعاملات العلمية لمقياس واستقرارها على (٢٥) فقرة، وكذلك استكمال كافة الإجراءات لتنفيذ الدراسة الأساسية قام الباحثان بإجراء التجربة الرئيسية البحث على العينة الأساسية وبلغ عدد عينة (١١٨) الاعلاميين، في الفترة (٢٠٢٥/٠١/١٣ الى ٢٠٢٥/٠٢/٢٣)، مع التأكيد على أفراد العينة بأهمية استجاباتهم وإنها استجابته فقط من اجل البحث العلمي لإزالة أي مخاوف تؤثر على تفاعلهم في الإجابة على فقرات المقياس.

٢-٧ الوسائل الاحصائية

استخدم الباحثان نظام (SPSS Version 20) لمعالجة البيانات والحصول على النتائج من خلال الوسائل الاحصائية الآتية:- (النسبة المئوية، الوسط الحسابي، الانحراف المعياري، معامل الارتباط البسيط، تحليل التباين باتجاه واحد (ANOVA))

٣- عرض وتحليل ومناقشة النتائج

٣-١ عرض البيانات الديموغرافية والمهنية لعينة الدراسة (الاعلاميين الرياضيين).

الجدول (٦) وصف عينة الدراسة حسب المتغيرات الديموغرافية

النسبة المئوية	التكرارات	المتغيرات	
		الذكر	الانثى
٪٩٠,٧	١٠٧	الجنس	
٪٩,٣	١١		
٪٢٠,٣	٢٤	المستوى التعليمي	
٪٢٨	٣٣	اعدادية	
٪٤٢	٥٠	دبلوم	
٪١١	١١	بكالوريوس	
٪١١,٩	١٤	ماجستير	
٪١٤,٤	١٧	عدد سنوات الخبرة في مجال الإعلام الرياضي	
٪٧٣,٧	٨٧	أقل من ٥ سنوات	
٪٦٢,٧	٧٤	من ٥ الى ١٠ سنوات	
٪٣٠,٥	٣٠	أكثر من ١٠ سنوات	
٪٦,٨	٨	المؤسسة الإعلامية التي تعمل بها؟	
٪١٤,٤	١٧	حكومية	
٪٥٤,٢	٦٤	خاصة	
٪١,٧	٢	مستقلة	
٪٢٩,٧	٣٥	الوسيلة الإعلامية التي تعمل فيها؟	
		صحافة مكتوبة	
		التلفزيون	
		الإذاعة	
		الإعلام الرقمي	

يبين الجدول (٦) أن عينة الدراسة تألفت من (١١٨) إعلاميًا رياضيًا من العاملين في وسائل الإعلام المختلفة في إقليم كردستان - العراق. وقد توزعت خصائصهم الديموغرافية على النحو الآتي:

- من حيث الجنس، شكّل الذكور النسبة الأكبر من العينة، بواقع (٩٠,٧٪)، بينما بلغت نسبة الإناث (9.3%).
- أما من حيث المستوى التعليمي، فقد تبين أن غالبية أفراد العينة حاصلون على شهادة البكالوريوس بنسبة (٤٢٪)، تليهم فئة الحاصلين على دبلوم بنسبة (٢٨٪)، ثم الحاصلون على شهادة الإعدادية بنسبة (٢٠,٣٪)، وأخيرًا حملة شهادة الماجستير بنسبة (11%).
- وبخصوص عدد سنوات الخبرة في مجال الإعلام الرياضي، أظهرت النتائج أن النسبة الأكبر من الإعلاميين لديهم خبرة أكثر من ١٠ سنوات بنسبة (٧٣,٧٪)، في حين بلغت نسبة من لديهم خبرة بين ٥ إلى ١٠ سنوات (١٤,٤٪)، أما من تقل خبرتهم عن ٥ سنوات فقد شكّلوا نسبة (11.9%).
- وفيما يتعلق بنوع المؤسسة الإعلامية التي يعملون بها، فقد أشار (٦٢,٧٪) من أفراد العينة إلى أنهم يعملون في مؤسسات إعلامية حكومية، بينما يعمل (٣٠,٥٪) في مؤسسات خاصة، و(٦,٨٪) في مؤسسات إعلامية مستقلة.

٣-٢ عرض و مناقشة نتائج البعد الاول التي يتضمن واقع الإعلام الرياضي على تشكيل الرأي العام:

الجدول (٧) يوضح اجابات العينة الدراسة للبعد الاول (تأثير الإعلام الرياضي على تشكيل الرأي العام)

١- ما مدى تأثير الإعلام الرياضي في تشكيل الرأي العام حول قضايا الفساد؟							
لا يوجد تأثير		تأثير ضعيف		تأثير متوسط		تأثير قوي	
النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار
٪٢,٥	٣	٪٢٧,١	٣٢	٪٤٤,١	٥٢	٪٢٦,٣	٣١
٢- ما هو الدور الذي يمكن أن تلعبه المؤسسات الإعلامية في مكافحة الفساد الرياضي؟							
ضعيف		متوسط		جيد			
النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار
٪٦,٨	٨	٪٤٦,٦	٥٥	٪٤٦,٦	٥٥	٪٤٦,٦	٥٥

٣- ما هي العوامل التي تزيد من تأثير الإعلام الرياضي على الجمهور؟			
العامل	التكرارات	النسبة إجمالي الردود (%)	النسبة عدد المشاركين (%)
حجم التغطية	54	30.3%	45.8%
نوع الوسيلة الإعلامية	33	18.5%	28.0%
مصادقية المصدر	85	47.8%	72.0%
لغة الطرح	6	3.4%	5.1%
المجموع	178	100%	150.8%
٤- ما هي الفئة العمرية الأكثر متابعا بتغطية الإعلام الرياضي؟			
الفئات العمرية	التكرارات	النسبة إجمالي الردود (%)	النسبة عدد المشاركين (%)
أقل من ١٨ سنة	23	14.6%	19.5%
ما بين ١٨ الى ٣٠ سنة	86	54.4%	72.9%
ما بين ٣١ الى ٥٠ سنة	24	15.2%	20.3%
أكثر من ٥٠ سنة	1	0.6%	0.8%
كل الفئات	24	15.2%	20.3%
المجموع	158	100.0%	133.9%
٥- أي نوع من الإعلام أكثر تأثيرًا في تشكيل الرأي العام الرياضي؟			
الإعلام الجديد		الإعلام التقليدي	
تكرار	النسبة	تكرار	النسبة
٩٤	٪٧٩,٧	٣	٪٢,٥
كلاهما متساويان		٢١	النسبة ٪١٧,٨
٦- ما هي الجوانب التي يتميز بها الإعلام الجديد مقارنة بالتقليدي؟			
السرعة في نقل الأخبار		التفاعل المباشر مع الجمهور	
تكرار	النسبة	تكرار	النسبة
٨٦	٪٧٢,٩	٢٧	٪٢٢,٩
تنوع المحتوى		٥	النسبة ٪٤,٢
٧- ما الوسائل الإعلامية الجديدة التي تعتقد أنها الأكثر تأثيرًا في الرياضة؟			
الوسائل الإعلامية الجديدة	التكرارات	النسبة إجمالي الردود (%)	النسبة عدد المشاركين (%)
تويتر	14	6.2%	12.0%
فيسبوك	104	46.0%	88.9%
انستغرام	16	7.1%	13.7%
تيك توك	59	26.1%	50.4%
يوتيوب	6	2.7%	5.1%
مواقع الكترونية رسمية	27	11.9%	23.1%
المجموع	226	100.0%	193.2%

كشفت نتائج الدراسة أن غالبية الإعلاميين يرون أن تأثير الإعلام الرياضي على تشكيل الرأي العام تجاه قضايا الفساد في الأندية يوصف بأنه "متوسط"، وهي نتيجة تعكس مفارقة مهمة. فمن جهة، يُنظر إلى الإعلام الرياضي كأداة قوية نظرًا لانتشاره الواسع وحضوره في الوعي الجماهيري، خصوصًا عبر المنصات الرقمية. ومن جهة أخرى، تُظهر النتائج أن هذا التأثير لا يرتقي إلى مستوى الفاعلية المطلوبة في كشف الفساد أو تحفيز ردود فعل جماهيرية ضاغطة.

ويُعزى هذا التقييم "المتوسط" إلى عوامل بنيوية تتعلق بطبيعة الخطاب الإعلامي الرياضي، الذي غالبًا ما يتسم بالسطحية، والتركيز على الإثارة والمباشرة على حساب المعالجة العميقة أو الاستقصائية. هذا ما أكدته النسبة المرتفعة من المشاركين الذين اختاروا "مصادقية المصدر" كأهم عامل مؤثر في تشكيل الرأي العام، وهو ما يُشير إلى أزمة ثقة مستمرة في البيئة الإعلامية، سواء نتيجة التدخل المؤسسي، أو غياب التخصص، أو ضعف الاستقلالية.

كذلك، بيّنت النتائج أن الإعلام الجديد (وخاصة فيسبوك وتيك توك) هو الوسيلة الأكثر تأثيرًا من وجهة نظر الإعلاميين، وهو ما يتماشى مع التحولات الحديثة في أنماط استهلاك الجمهور للمحتوى الرياضي. وتدعم هذه النتيجة افتراضات نظرية "الاستخدامات والإشباع"، التي ترى أن الجمهور لم يعد مجرد مستقبل سلبي، بل يُعيد تشكيل محتوى الرسالة الإعلامية وفقًا لاحتياجاته وتوقعاته، ما يُضفي على الإعلام الرقمي مرونة وتأثيرًا مضاعفًا.

غير أن هذه السيطرة للإعلام الجديد لا تخلو من التحديات، فقد أظهرت الدراسة أن أكثر من ٧٠٪ من المشاركين يرون أن هذه الوسائل تساهم أيضًا في ترويح الشائعات أو الأخبار غير الدقيقة، مما يهدد فاعلية الإعلام في بناء رأي عام مستنير. وتُظهر هذه الازدواجية أن قوة التأثير لا تعني بالضرورة جودة التأثير، وهو ما يدعو إلى إعادة التفكير في كيفية تنظيم ومأسسة الأداء الإعلامي الرقمي لضمان مهنية الطرح واستقلاليتيه.

٣-٣ عرض و مناقشة نتائج البعد الثاني التي تناول أخلاقيات الإعلام في تناول قضايا الفساد:

الجدول (٨) يوضح اجابات العينة الدراسة للبعد الثاني (أخلاقيات الإعلام في تناول قضايا الفساد)

٨- ما رأيك في مستوى المهنية والشفافية في الإعلام الرياضي عند تغطية قضايا الفساد؟							
مرتفع جدًا		مرتفع		متوسط		منخفض	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
٣	٣	١٣	١٣	١١,٠٪	٧٣	٦١,٩٪	٢٩
٢,٥٪							٢٤,٦٪
٩- هل ترى أن الإعلام الرياضي يُستخدم كوسيلة لتعزيز الشفافية داخل الأندية الرياضية؟							
بشكل كبير		إلى حد ما		نادراً			
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
١٢	١٢	٧٣	٧٣	٦١,٩٪	٣٣	٢٨,٠٪	
١٠,٢٪							
١٠- ما مدى أهمية الالتزام بالموضوعية عند تغطية قضايا الفساد الرياضي؟							
مهم جدًا		مهم		متوسط		غير مهم	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
٧٠	٧٠	٣٩	٣٩	٣٣,١٪	٨	٦,٨٪	١
٥٩,٣٪							٠,٨٪
١١- هل سبق أن واجهت ضغوطاً لنشر أو عدم نشر تقارير عن قضايا فساد؟							
نعم		لا					
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
٦٦	٦٦	٥٥,٩٪	٥٢	٤٤,١٪			
١٢- هل تعتقد أن الإعلام الرياضي يلتزم بالمعايير الأخلاقية في تغطية قضايا الأندية الرياضية؟							
دائمًا		غالبًا		أحيانًا		نادراً	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
٦	٦	٣٩	٣٩	٣٣,١٪	٦٨	٥٧,٦٪	٥
٥,١٪							٤,٢٪
١٣- هل تعتبر النقد البناء جزءًا من أخلاقيات الإعلام عند تناول قضايا الفساد؟							
دائمًا		غالبًا		أحيانًا		نادراً	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
٢٩	٢٩	٥٧	٥٧	٤٨,٣٪	٣٠	٢٥,٤٪	٢
٢٤,٦٪							١,٧٪

أظهرت نتائج الدراسة أن التزام الإعلام الرياضي بالمعايير الأخلاقية عند تغطية قضايا الفساد في الأندية الرياضية يتصف بالتذبذب وعدم الثبات. حيث رأى أكثر من نصف العينة أن هذا الالتزام يحدث "أحيانًا"، في حين قلّ من اعتبره دائمًا أو غالبًا. هذا النمط من الإجابات يعكس وجود فجوة واضحة بين القيم الأخلاقية المُعلنة، وبين الممارسة المهنية الفعلية في الحقل الإعلامي الرياضي.

ويرتبط هذا التذبذب بعدة عوامل هيكلية، أبرزها وجود ضغوط مؤسسية، كما أشار ٥٥,٩٪ من الإعلاميين إلى تعرضهم لتدخلات مباشرة لنشر أو عدم نشر تقارير عن الفساد، ما يحدّ من استقلالية الصحفيين ويقوّض التزامهم بالشفافية. هذه النتيجة تتسق مع ما ورد في دراسات إعلامية سابقة حول تأثير "العلاقات بين الإعلام والسلطة الرياضية" على استقلال القرار التحريري، خصوصًا في النظم التي تفتقر إلى قوانين حماية الصحفيين الاستقصائيين.

ورغم إدراك الغالبية لأهمية الموضوعية كمبدأ مهني، إلا أن الالتزام به لا يبدو متحققًا فعليًا في التغطيات الإعلامية، مما يضعف من قدرة الإعلام على أن يكون طرفًا محايدًا ومنصفًا في تقديم الحقائق للجمهور. ويُرجّح أن عدم ثبات هذا الالتزام مرتبط بطبيعة العلاقة بين الإعلام والأندية، التي تتأرجح بين الشراكة والتواطؤ، وهو ما قد يفسر سبب ضعف الثقة الجماهيرية بمصداقية الإعلام الرياضي عند تناوله لقضايا الفساد.

ويُظهر سؤال "النقد البناء" مؤشرًا على توافر نية لدى الإعلاميين لممارسة دورهم الرقابي، لكن النتيجة الغالبة التي أشارت إلى أن هذا النقد يُمارس "غالبًا" أو "أحيانًا" تعكس عدم انتظامه، وربما خضوعه لاعتبارات خارج المهنة، كتوجيه الخطاب أو اختيار توقيت النقد بما يخدم مصالح محددة.

تشير هذه النتائج إلى أن القيم الأخلاقية في العمل الإعلامي ما زالت تخضع للتفاوض في الممارسة اليومية، وأن تعزيزها يتطلب وجود موثيق مهنية واضحة، وآليات مساءلة وتدريب تضمن انتقالها من مستوى "الشعار" إلى مستوى "السلوك".

٣-٤ عرض و مناقشة نتائج البعد الثالث التي تناول الجودة المحتوى الإعلامي المقدم في الأندية الرياضية:

الجدول (٩) يوضح اجابات العينة الدراسة للبعد الثالث (جودة المحتوى الإعلامي)

١٤- ما هي أهم العوامل التي تؤثر على جودة المحتوى الإعلامي الذي تقدمه؟					
العوامل		التكرارات	النسبة إجمالي الردود (%)	النسبة المشاركون (%)	
ضعف الموارد التقنية		49	21.8%	41.5%	
نقص التدريب والتطوير المهني		72	32.0%	61.0%	
الضغوط الإدارية		55	24.4%	46.6%	
قلة الوقت المتاح لإعداد المحتوى		21	9.3%	17.8%	
عوامل أخرى		28	12.4%	23.7%	
المجموع الكلي		225	100.0%	190.7%	
١٥- ما مدى اهتمام جمهورك بجودة المحتوى الإعلامي المقدم؟					
عالي جدًا		متوسط	ضعيف		
التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
٥٣	٢٤,٩%	٥٩	٥٠,٠%	٦	٥,١%
١٦- ما الأدوات التي تستخدمها لجمع المعلومات المتعلقة بقضايا الفساد؟					
الأدوات		التكرارات	النسبة إجمالي الردود (%)	النسبة المشاركون (%)	
تقارير رسمية		66	26.0%	55.9%	
مقابلات مع المطلعين		59	23.2%	50.0%	
تقارير استقصائية		51	20.1%	43.2%	
شبكات التواصل الاجتماعي		46	18.1%	39.0%	
مصادر أخرى		32	12.6%	27.1%	
١٧- ما الأدوات التقنية التي تستخدمها لتحسين جودة المحتوى الإعلامي؟					
الأدوات التقنية		التكرارات	النسبة الإجمالي (%)	النسبة المشاركون (%)	
برامج تحليل البيانات الرياضية		78	38.2%	71.6%	
أدوات تحرير الفيديو والصور		51	25.0%	46.8%	
تقنيات البث المباشر		37	18.1%	33.9%	
الذكاء الاصطناعي لتحليل الأداء الرياضي		10	4.9%	9.2%	
أدوات أخرى		28	13.7%	25.7%	
المجموع الكلي		204	100.0%	187.2%	
١٨- إلى أي مدى ترى أن الإعلام الجديد يروج للشائعات أو الأخبار غير الدقيقة في المجال الرياضي؟					
يروج بشكل كبير جدًا		يروج بشكل كبير		يروج بشكل محدود	
التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
٣٠	٢٥,٤%	٥٧	٤٨,٣%	٣١	٢٦,٣%
١٩- ما مدى اعتمادك على التقارير الدولية أو الدراسات الأكاديمية في تناولك قضايا الفساد؟					
دائمًا		أحيانًا		نادرًا	
التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
٢٥	٢١,٢%	٦٩	٥٨,٥%	٢٤	٢٠,٣%

تكشف نتائج هذا البعد عن إشكالية بنيوية في جودة المحتوى الإعلامي الذي يُقدّم في سياق قضايا الفساد الرياضي، حيث أشارت العينة إلى أن العوامل الأكثر تأثيرًا في تدهور الجودة تتمثل في نقص التدريب والتطوير المهني (61%)، والضغوط

الإدارية (46.6%)، وضعف الموارد التقنية (41.5%). وتشير هذه المؤشرات إلى أن إنتاج المحتوى الإعلامي لا يعاني فقط من اختلالات مهنية فردية، بل من أزمة بيئة مؤسسية غير محفزة، تعيق بناء محتوى متخصص، مهني، وذو تأثير.

وتتسق هذه النتائج مع مفهوم "بيئة العمل الإعلامي المقيدة"، التي تؤدي إلى غلبة المعالجة السطحية والعناوين الجاذبة على المعالجة الاستقصائية والموثقة. وقد أظهرت العينة أن الأدوات الأكثر استخدامًا في جمع المعلومات تتجه نحو المصادر الرسمية والمقابلات المباشرة، وهو ما يعكس رغبة في التوثيق والمصادقية، إلا أن الاعتماد الملحوظ على الشبكات الاجتماعية والمصادر غير المعروفة يثير تساؤلات حول دقة المعلومات وحدود التحقق منها.

كما كشفت النتائج أن أدوات مثل تحليل البيانات الرياضية وتحرير الفيديو تُستخدم على نطاق واسع، في حين يظل الذكاء الاصطناعي أقل توظيفًا رغم إمكاناته العالية في تحليل الأداء واكتشاف الأنماط. وهذا يشير إلى فجوة رقمية يجب ردمها عبر سياسات تدريب رقمي موجهة.

أما من حيث تفاعل الجمهور، فقد أشارت النتائج إلى أن معظم الإعلاميين يقدرون اهتمام الجمهور بجودة المحتوى، وهو ما يفرض تحديًا مضاعفًا على المؤسسات الإعلامية: فالجمهور لم يعد يتلقى المحتوى بلا مساءلة، بل أصبح أكثر وعيًا وقدرة على التقييم، خصوصًا في ظل تزايد حالات ترويح الشائعات عبر الإعلام الجديد، كما أشار إليه أكثر من 70٪ من المشاركين.

ويتضح من نتائج هذا البعد أن جودة المحتوى الإعلامي تُنتج ضمن منظومة تعاني من نقص في التأهيل، وتضيق مؤسسي، وتذبذب في الالتزام المهني، مما يعكس مباشرة على فاعلية الإعلام في فضح قضايا الفساد أو التأثير في الرأي العام. ويُستنتج أن تطوير المحتوى لا يمكن أن يتم في غياب بيئة مهنية داعمة تضمن الحرية والتحفيز والتدريب المستمر.

٢-٣ عرض و مناقشة نتائج البعد الرابع التي يتضمن واقع تغطية الاعلام الرياضي لقضايا الفساد:

الجدول (١٠) يوضح اجابات العينة الدراسة للبعد الرابع (واقع تغطية الاعلام الرياضي لقضايا الفساد)

٢٠- كيف تختار الموضوعات التي تتناولها في تغطيتك الإعلامية؟											
اختيار الموضوعات		التكرارات		النسبة الإجمالية (%)		النسبة المشاركون (%)					
طلب من الجهة الإعلامية		35		17.2%		29.7%					
بناءً على اهتمامات الجمهور		54		26.5%		45.8%					
بناءً على أهمية الحدث		89		43.6%		75.4%					
ضرورات المجتمع		26		12.7%		22.0%					
المجموع		204		100.0%		172.9%					
٢١- ما الاستراتيجيات التي تعتمد عليه لتوجيه الرأي العام حول قضايا الأندية الرياضية؟											
نشر تقارير تحليلية		استخدام متعددة صور، (توضيحية)		وسائط (فيديو، رسوم)		التفاعل مع الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي		اعتماد الحملات التوعوية		استراتيجيات أخرى	
التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
٣٥	٢٩,٧%	٤٤	٣٧,٣%	٣٠	٢٥,٤%	٤	٣,٤%	٥	٤,٢%		
٢٢- كيف تقيم استجابة إدارة النادي لآراء الجماهير عبر الإعلام الرياضي؟											
غير مستجيبة إطلاقاً		استجابة ضعيفة		استجابة متوسطة		استجابة جيدة		استجابة ممتازة			
التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
٧	٥,٩%	٧٢	٦١,٠%	٣٢	٢٧,١%	٦	٥,١%	١	٠,٨%		
٢٣- ما المصادر التي تعتمد عليها عند تغطية قضايا الفساد؟											
المصادر		التكرارات		النسبة الإجمالية (%)		النسبة المشاركون (%)					
مصادر رسمية		78		34.7%		66.1%					
تسريبات		56		24.9%		47.5%					
مقابلات شخصية		48		21.3%		40.7%					
مصادر غير معروفة		43		19.1%		36.4%					
المجموع		225		100.0%		190.7%					

٢٤- هل توجد قوانين أو سياسات تعيق تغطية الإعلام لقضايا الفساد الإداري والمالي؟							
نعم، بشكل كبير		نعم، إلى حد ما		لا، بشكل محدود		لا توجد أي معيقات	
التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
٥١	٤٣,٢٪	٤٧	٣٩,٨٪	١٧	١٤,٤٪	٣	٢,٥٪

٢٥- هل توجد قوانين أو سياسات تعيق تغطية الإعلام لقضايا الفساد الإداري والمالي؟							
نعم، بشكل كبير		نعم، إلى حد ما		لا، بشكل محدود		لا توجد أي معيقات	
التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
٥١	٤٣,٢٪	٤٧	٣٩,٨٪	١٧	١٤,٤٪	٣	٢,٥٪

تشير نتائج هذا البعد إلى وجود فجوة واضحة بين تطلعات الإعلاميين ودورهم المفترض في الرقابة والمساءلة، وبين واقع التغطية الإعلامية الفعلية لقضايا الفساد في الأندية الرياضية. فقد أظهرت البيانات أن اختيار الإعلاميين للموضوعات يعتمد بشكل رئيسي على "أهمية الحدث" و"اهتمامات الجمهور"، وهو ما يعكس من جهة وعياً بأهمية التأثير، ومن جهة أخرى ارتهاً للسردية اللحظية والأجندة المفروضة من الجمهور أو من الجهات الإعلامية، ما يضعف من قدرة الإعلام على المبادرة في طرح ملفات الفساد قبل أن تصبح قضايا رأي عام.

وبالرغم من تنوع الاستراتيجيات المستخدمة لتوجيه الرأي العام، فإن الاعتماد الأكبر كان على الوسائط المتعددة والتقارير التحليلية، مع ضعف واضح في استخدام الحملات التوعوية كأداة تثقيفية طويلة المدى، وهي نتيجة تعكس سطوة الإعلام الرقمي الآني مقابل تراجع الإعلام التوعوي الاستراتيجي، الذي عادة ما يتطلب وقتاً وجهداً وموارد لا تتوافر بسهولة في السياق المحلي.

أكثر ما يلفت الانتباه في هذا البعد هو تقييم الإعلاميين لاستجابة إدارات الأندية لرسائل الإعلام، حيث رأى أكثر من ٦٠٪ من العينة أن هذه الاستجابة "ضعيفة"، وهو ما يعكس خللاً عميقاً في العلاقة بين الإعلام والمؤسسة الرياضية، وغياب ثقافة الحوار أو تقبل النقد. ويؤدي ذلك إلى تعطيل دور الإعلام كجسر تفاعلي بين الجمهور والمؤسسات الرياضية، ويُضعف من قدرته على أداء وظيفته الرقابية بشكل فعال.

أما فيما يخص مصادر المعلومات عند تغطية الفساد، فقد ظهر أن المصادر الرسمية لا تزال تحتل المرتبة الأولى، تليها التسريبات والمقابلات الشخصية، وهو ما يدل على وعي جزئي بأهمية التوثيق، لكنه أيضاً يُظهر اعتماداً على مصادر قد تكون غير مكتملة أو مستيئة، ما يؤثر على مصداقية الطرح الإعلامي. ويلاحظ أيضاً أن الاعتماد على مصادر غير معروفة (بنسبة ٣٦,٤٪) يشير إلى ضعف في الوصول إلى قنوات معلومات رسمية وشفافة، ما يدفع الإعلاميين إلى الاعتماد على مصادر غير موثوقة، وهو أمر يفتح المجال أمام الأخطاء المهنية أو استغلال الإعلام لأغراض لا تخدم الحقيقة.

وتؤكد النتيجة المرتفعة (أكثر من ٨٠٪) التي أجمعت على وجود قوانين أو سياسات تعيق التغطية الإعلامية لقضايا الفساد، أن البيئة القانونية والتنظيمية للإعلام الرياضي لا تزال تُقيّد حرية الطرح والتحقيق، خصوصاً حين يتعلق الأمر بقضايا فساد تمس مؤسسات أو شخصيات نافذة. هذه النتيجة تبرز الحاجة الماسة لإصلاح الإطار التشريعي بما يضمن الحماية للصحفيين، ويدعم ممارسة الإعلام كسلطة رقابية لا سلطة تابعة.

حققت الدراسة هدفها، إذ أظهرت أن تأثير الإعلام الرياضي على تشكيل الرأي العام يتوقف بدرجة كبيرة على واقع الممارسة الصحفية، ومستوى الالتزام الأخلاقي، وجودة المحتوى المنتج.

وأظهرت أن الإعلام الرياضي يُنظر إليه كأداة ذات تأثير على تشكيل الرأي العام تجاه قضايا الفساد، إلا أن هذا التأثير يوصف غالباً بأنه "متوسط". يعود ذلك، كما توضحه نتائج المحور الرابع، إلى طبيعة التغطية الإعلامية التي تفتقر إلى العمق والتحقيق، وتعتمد بدرجة أكبر على الوسائط البصرية والمحتوى السريع، دون تطوير أدوات تحليلية واستقصائية فعالة.

كما أبرزت النتائج أهمية "مصداقية المصدر" كعامل الأكثر تأثيراً في تشكيل الرأي العام، وهو ما ينسجم مع ما ورد في المحور الثاني، حيث كشفت البيانات عن غياب التزام ثابت بالمعايير الأخلاقية والمهنية. كما أظهرت الدراسة أن الإعلاميين يتعرضون لضغوط مؤسسية تؤثر في استقلاليتهم، ما يقلل من فرصهم في بناء محتوى إعلامي مهني وموضوعي، وبالتالي يضعف من تأثيرهم الحقيقي على الجمهور والمؤسسات. وهناك فجوة واضحة بين الإعلام والمؤسسات الرياضية وذلك من خلال نتائج المحور الرابع كشفت عن ضعف استجابة إدارات الأندية للتغطيات الإعلامية، وهو ما يمثل عائقاً رئيسياً أمام دور الإعلام كقوة رقابية.

وارتبطت كافة المحاور بنتائج المحور الثاني، الذي كشف أن جودة المحتوى الإعلامي تعاني من نقص في التدريب، والموارد التقنية، والحرية التحريرية. هذه العوامل تُقيّد قدرة الإعلاميين على إنتاج محتوى مؤثر ومتكامل حول قضايا الفساد.

وهو ما يُبَيِّن لماذا لا ينعكس تأثير الإعلام الرياضي – كما يظهر في العنوان – على أرض الواقع بمستوى فعلي في محاربة الفساد الإداري والمالي.

ويرى الباحثان حاجة ملحة للموضوعية في قضايا الفساد نظراً لأن قضايا الفساد غالباً ما تكون معقدة وحساسة، فإن التأكد من أن الإعلام الرياضي يعرض الحقائق دون تحيز يعد أمراً أساسياً للحفاظ على مصداقية التقارير وبناء الثقة مع الجمهور. الموضوعية تضمن أن المعلومات التي يتم نشرها تُظهر جميع الأبعاد المتعلقة بالقضية بدلاً من الانحياز إلى جانب واحد.

وتشير النتائج إلى أن غالبية المشاركين يشعرون أن الإعلام الرياضي لا يعكس المهنية والشفافية الكافية في تناول قضايا الفساد. هناك حاجة واضحة لتحسين معايير الشفافية والمهنية في الإعلام الرياضي لتلبية توقعات الجمهور وتطوير دوره في مراقبة الفساد ومكافحته.

يظهر للباحثان من خلال النتائج أن الإعلاميون يعتمدون على مزيج من الأدوات الرسمية وغير الرسمية لجمع المعلومات المتعلقة بالفساد، مما يعكس تنوع الأساليب المتبعة. والمصادر الرسمية والمقابلات مع المطلعين تعتبر الأكثر مصداقية في رأي الإعلاميين، مما يعزز الحاجة لوجود شفافية أكبر من الجهات المعنية. ومن المهم تعزيز التعاون مع الجهات الرسمية وتطوير القدرات البحثية الاستقصائية لضمان دقة وموثوقية المعلومات المنشورة حول قضايا الفساد.

٤- الاستنتاجات والتوصيات

٤-١ الاستنتاجات

١. أظهرت نتائج المحور الأول أن الإعلام الرياضي يُدرك من قبل الإعلاميين كأداة تمتلك القدرة على التأثير في تشكيل الرأي العام تجاه قضايا الفساد.
٢. يعاني واقع التغطية الإعلامية من هيمنة تناول السريع وردود الأفعال الآنية على حساب المعالجة الاستقصائية والمتعمقة، ما يُضعف من قدرة الإعلام على بناء خطاب مهني مؤثر ومستدام في مكافحة الفساد.
٣. الالتزام بأخلاقيات العمل الإعلامي، كالشفافية والموضوعية، لا يتم بشكل منتظم، ويرجع ذلك إلى وجود ضغوط مؤسسية أو سياسية تؤثر على استقلالية الإعلاميين، ما يؤدي إلى تراجع مستوى الثقة المجتمعية في التغطيات الإعلامية.
٤. تتأثر جودة المحتوى الإعلامي بعدة عوامل أبرزها ضعف التأهيل المهني للإعلاميين، ونقص الدعم التقني، وضغوط العمل المؤسسي، مما يحدّ من إنتاج محتوى نوعي قادر على تشكيل رأي عام وفعال.

٤-٢ التوصيات

في ضوء الاستنتاجات أعلاه، تُوصي الدراسة بما يأتي

- ١- إنشاء وحدات متخصصة داخل المؤسسات الإعلامية الرياضية تُعنى بالتحقيق في قضايا الفساد ومتابعتها بمهنية واستقلالية، ضمن سياسات تحريرية واضحة ومحايدة.
- ٢- إعداد برامج تدريبية مستمرة للإعلاميين الرياضيين في مجالات الصحافة الاستقصائية، والتغطية الأخلاقية، والتعامل مع مصادر المعلومات، بما يعزز من جودة المحتوى واستقلاليته.
- ٣- تبني موثيق شرف مهنية ملزمة تُنظم أخلاقيات العمل الإعلامي في المجال الرياضي، وتحدّ من التأثيرات المؤسسية أو السياسية على التغطيات الإعلامية المتعلقة بالفساد.
- ٤- الاستثمار في تطوير المحتوى الرقمي وتوظيف التكنولوجيا في إنتاج الرسائل الإعلامية، خاصة الوسائط المتعددة، والتحليل البياني، من أجل تعزيز التفاعل الجماهيري وزيادة التأثير.
- ٥- تشجيع إدارات الأندية الرياضية على التفاعل الإيجابي مع ما يُطرح إعلامياً، وتبني مبدأ الشفافية في ردودها، وتقديم توضيحات ومعلومات للرأي العام بما يعزز الثقة بين الجمهور والمؤسسات.
- ٦- تعزيز التنظيم الإداري داخل الأندية وذلك من خلال إعادة هيكلة السياسات الداخلية. وتعزيز القيادة التشاركية وثقافة المساءلة.

المصادر:

- الدليمي، عبدالرزاق محمد (٢٠١٢): مدخل الى وسائل الاعلام الجديد، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان.
- فضل ياسين، (٢٠١٥): الاعلام الرياضي، دار اسامة للنشر والتوزيع، ط ١، عمان.
- علي حسين، (٢٠١٤): الاعلام التقليدي والاعلام الجديد، دار غيداء للنشر والتوزيع، ط ١، عمان.
- عبد الحلیم، محي الدين (٢٠٠٩):الرأى العام مفهومه وأنواعه - عوامل تشكيله وظائفه وقوانينه - طرق قياسه وأساليب تغييره، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.
- يوسف، أمير فرج مكافحة (٢٠١٠):الفساد الإداري والوظيفي، وعلاقته بالجريمة على المستوى المحلي والإقليمي والعربي والدولي، في ظل اتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الجريمة، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، ٢٠١٠م.
- ابراش، ابراهيم (٢٠٠٩): المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، المملكة الأردنية الهاشمية.
- وليد عطا احمد حسين، (٢٠١٠): دراسة مقارنة لقضايا النقد الرياضي في بعض الصحف المصرية، رسالة دكتورا غير منشورة، جامعة بنها: كلية التربية الرياضية
- James M. Nester, Chiang-Mei Chen, Jong-Ping Hsu - Gravitation and Astrophysics_ 90th Year (٢٠٠٦) of General Relativity-World Scientific Publishing Company

الملحق (١)

اسماء السادة الخبراء

مكان العمل	القب العلمي	اسم الخبير	ت
كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة- جامعة الموصل	استاذ	عدي غانم محمود الكواز	.١
كلية التربية الرياضية-جامعة المنصورة-مصر	استاذ	كريم محمد محمود الحكيم	.٢
كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة-جامعة صلاح الدين-اربيل	استاذ	عوزير سعدى اسماعيل	.٣
كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة-جامعة صلاح الدين-اربيل	استاذ	سرتيث عمر عولا	.٤
كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة- جامعة الموصل	استاذ مساعد	محمد ذاكر سالم	.٥
كلية التربية الرياضية-جامعة المنصورة-مصر	استاذ مساعد	احمد السيد على الحسيني	.٦
كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة-جامعة صلاح الدين-اربيل	استاذ مساعد	تحسين على اسماعيل	.٧
كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة-جامعة صلاح الدين-اربيل	استاذ مساعد	نيگار خالد نجم الدين	.٨
كلية التربية شقلاوة-جامعة صلاح الدين-اربيل	استاذ مساعد	د.عبدالحكيم مصطفى رسول	.٩
كلية اداب-قسم الاعلام / جامعة صلاح الدين-اربيل	استاذ	أ.د. سامان جلال مولود	.١٠
كلية اداب-قسم الاعلام / جامعة صلاح الدين-اربيل	استاذ مساعد	د. وريا محمد	.١١
كلية التربية الرياضية-جامعة الاسكندرية-مصر	استاذ	يرى ابراهيم موسى	.١٢
كلية التربية الرياضية-جامعة طنطا-مصر	استاذ	د. عمرو مصطفى الشتيحي	.١٣

الملحق (٢)

القسم الاول من المقياس: البيانات الديموغرافية والمهنية للاعلاميين كمجتمع للبحث.

- ١- الاسم الثلاثي: اختياري
٢- الجنس: ذكر انثى
٣- مستوى التعليم الذي حصلت عليه: بكالوريوس دراسات عليا
٤- عدد سنوات خبرتك في مجال الإعلام الرياضي أقل من ٥ سنوات 5-10 سنوات أكثر من ١٠ سنوات
٥- نوع المؤسسة الإعلامية التي تعمل بها؟ حكومية خاصة مستقلة
٦- نوع الوسيلة الإعلامية التي تعمل فيها؟ صحافة مكتوبة تلفزيون إذاعة وسائل رقمية

القسم الثاني من المقياس: محاور وفقرات الخاصة بمتغير المستقل الاعلام الرياضي

المحور الاول / تأثير الإعلام الرياضي على تشكيل الرأي العام	
١.	ما مدى تأثير الإعلام الرياضي في تشكيل الرأي العام حول قضايا الفساد؟ تأثير قوي - تأثير متوسط - تأثير ضعيف - لا يوجد تأثير.
٢.	ما هو الدور الذي يمكن أن تلعبه المؤسسات الإعلامية في مكافحة الفساد الرياضي؟ (جيد ، متوسط ، ضعيف)
٣.	ما هي العوامل التي تزيد من تأثير الإعلام الرياضي على الجمهور؟ (يمكن اختيار أكثر من خيار) (حجم التغطية ، نوع الوسيلة الإعلامية ، مصداقية المصدر ، لغة الطرح).
٤.	ما هي الفئة العمرية الأكثر تأثراً بتغطية الإعلام الرياضي؟ (يمكن اختيار أكثر من خيار) (أقل من ١٨ ، ١٨-٣٠ ، ٣١-٥٠ ، أكثر من ٥٠).
٥.	أي نوع من الإعلام أكثر تأثيراً في تشكيل الرأي العام الرياضي؟ (الإعلام الجديد ، الإعلام التقليدي ، كلاهما متساويان)
٦.	ما هي الجوانب التي يتميز بها الإعلام الجديد مقارنة بالتقليدي؟ (السرعة في نقل الأخبار ، التفاعل المباشر مع الجمهور ، تنوع المحتوى وتعدد وجهات النظر ، أخرى ...)
٧.	ما الوسائل الإعلامية الجديدة التي تعتقد أنها الأكثر تأثيراً في الرياضة؟ (يمكن اختيار أكثر من خيار) (تويتر ، فيسبوك ، إنستغرام ، تيك توك ، يوتيوب ، مواقع إلكترونية رسمية)
المحور الثاني / أخلاقيات الإعلام في تناول قضايا الفساد	
٨.	ما رأيك في مستوى المهنية والشفافية في الإعلام الرياضي عند تغطية قضايا الفساد؟ (مرتفع جداً - مرتفع - متوسط - منخفض - منخفض جداً).
٩.	هل ترى أن الإعلام الرياضي يُستخدم كوسيلة لتعزيز الشفافية داخل الأندية الرياضية؟ (بشكل كبير، إلى حد ما ، نادراً ، لا)
١٠.	ما مدى أهمية الالتزام بالموضوعية عند تغطية قضايا الفساد الرياضي؟ (مهمة جداً - مهمة - متوسطة - غير مهمة).
١١.	هل سبق أن واجهت ضغوطاً لنشر أو عدم نشر تقارير عن قضايا فساد؟ (نعم ، لا).
١٢.	هل تعتقد أن الإعلام الرياضي يلتزم بالمعايير الأخلاقية في تغطية قضايا الأندية الرياضية؟ (دائماً ، غالباً ، أحياناً ، نادراً ، أبداً)
١٣.	هل تعتبر النقد البناء جزءاً من أخلاقيات الإعلام عند تناول قضايا الفساد؟

(دائمًا ، غالبًا ، أحيانًا ، نادرًا ، أبدًا)	
المحور الثالث/ جودة المحتوى الإعلامي المقدم في الأندية الرياضية	
١٤.	ما هي أهم العوامل التي تؤثر على جودة المحتوى الإعلامي الذي تقدمه؟ اختيارات متعددة (ضعف الموارد التقنية ، نقص التدريب والتطوير المهني، الضغوط الإدارية ، قلة الوقت المتاح لإعداد المحتوى ، عوامل أخرى)
١٥.	ما مدى اهتمام جمهورك بجودة المحتوى الإعلامي المقدم؟ عالي جدًا ، متوسط ، ضعيف ، لا يهتم
١٦.	ما الأدوات التي تستخدمها لجمع المعلومات المتعلقة بقضايا الفساد؟ (يمكن اختيار أكثر من خيار) تقارير رسمية ، مقابلات مع المطلعين ، تقارير استقصائية ، شبكات التواصل الاجتماعي ، مصادر أخرى
١٧.	ما الأدوات التقنية التي تستخدمها لتحسين جودة المحتوى الإعلامي؟ (يمكن اختيار أكثر من خيار) برامج تحليل البيانات الرياضية ، أدوات تحرير الفيديو والصور ، تقنيات البث المباشر ، الذكاء الاصطناعي لتحليل الأداء الرياضي ، أدوات أخرى
١٨.	إلى أي مدى ترى أن الإعلام الجديد يروج للشائعات أو الأخبار غير الدقيقة في المجال الرياضي؟ (لا يروج إطلاقًا ، يروج بشكل محدود ، يروج إلى حد ما ، يروج بشكل كبير ، يروج بشكل كبير جدًا)
١٩.	ما مدى اعتمادك على التقارير الدولية أو الدراسات الأكاديمية في تناولك قضايا الفساد؟ (دائمًا ، أحيانًا ، نادرًا ، أبدًا).
المحور الرابع/ واقع تغطية الاعلام الرياضي لقضايا الفساد	
٢٠.	كيف تختار الموضوعات التي تتناولها في تغطيتك الإعلامية؟ (يمكن اختيار أكثر من خيار) (طلب من الجهة الإعلامية، بناءً على اهتمامات الجمهور، بناءً على أهمية الحدث).
٢١.	ما الاستراتيجيات التي تعتمد عليها لتوجيه الرأي العام حول قضايا الأندية الرياضية؟ نشر تقارير تحليلية ، استخدام وسائل متعددة (فيديو، صور، رسوم توضيحية) ، التفاعل مع الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي ، اعتماد الحملات التوعوية ، استراتيجيات أخرى:
٢٢.	كيف تقيم استجابة إدارة النادي لآراء الجماهير عبر الإعلام الرياضي؟ (غير مستجيبة إطلاقًا ، استجابة ضعيفة ، استجابة متوسطة ، استجابة جيدة ، استجابة ممتازة)
٢٣.	ما المصادر التي تعتمد عليها عند تغطية قضايا الفساد؟ (مصادر رسمية، تسريبات، مقابلات شخصية، مصادر غير معروفة)
٢٤.	ما أبرز التحديات التي تواجهك في تغطية قضايا الأندية الرياضية؟ اختيارات متعددة : (نقص المعلومات الشفافة ، ضغط الجهات المسؤولة ، المخاوف من التشهير ، صعوبة الوصول إلى المصادر الرسمية ، أسباب أخرى)
٢٥.	هل توجد قوانين أو سياسات تعيق تغطية الإعلام لقضايا الفساد الإداري والمالي؟ نعم، بشكل كبير - نعم، إلى حد ما - لا، بشكل محدود - لا توجد أي معوقات