

***Communication Technology and its Role in Developing Sports
Criticism Among Iraqi Youth
(A field study)***

Dr. Adnan Lafta Mannan

Department of Media - Al-Farabi University College, Iraq – Baghdad

Email: adnanlafta7@gmail.com

Received: 20 May. 2023 Revised: 28 August. 2023 Accepted: 20 Oct. 2023 Published: 01 Jan 2024

Abstract:

The research seeks to find out the importance of communication technology and its role in developing sports criticism for Iraqi youth through publications, photos and videos published for them, which bear a critical nature related to tournaments, sports activities and the sports movement taking place in Iraq on various controversial issues and debate, through a field study using the “resolution” and a presentation Hypotheses to know the extent of the role played by information and communication technology in providing and developing the capabilities of criticism among young people who follow social networking sites to come up with several results and conclusions for the purpose of clarifying the paths of scientific research in such topics, as young people naturally tend to try to form themselves through a set of steps standing in The most important of these is imitation and imitation of others, so they assume the roles of influence in society and race in a miniature world in which we live through social networking sites to reach fame and express what is in their thoughts.

Keywords: sports media, criticism, citizen journalism, social media

تكنولوجيا الاتصال ودورها في تطوير النقد الرياضي لدى الشباب العراقي (دراسة ميدانية)

د. عدنان لفتة منان

كلية الفارابي الجامعة - العراق - بغداد

المخلص:

يسعى البحث للوقوف على أهمية تكنولوجيا الاتصال ودورها في تطوير النقد الرياضي للشباب العراقي من خلال المنشورات والصور والفيديوهات المنشورة لهم والتي تحمل طابعاً نقدياً يتعلق بالبطولات والانشطة الرياضية والحراك الرياضي الدائر في العراق حول مختلف القضايا المثيرة للجدل والنقاش، من خلال دراسة ميدانية باستخدام " الاستبانة" وطرح فرضيات لمعرفة مدى الدور الذي قامت به تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إتاحة وتطوير قدرات النقد لدى الشباب المتابعين لمواقع التواصل الاجتماعي للخروج بعدة نتائج واستنتاجات لغرض توضيح مسارات البحث العلمي في مثل هذه الموضوعات، إذ يميل الشباب بطبعهم الى محاولات تشكيل ذاتهم من خلال مجموعة من الخطوات يقف في مقدمتها التقليد ومحاكاة للآخرين لذا هم يتقمصون أدوار النفوذ في المجتمع ويتسابقون في عالم مصغر نعيش فيه عبر مواقع التواصل الاجتماعي للوصول الى الشهرة والتعبير عما في افكارهم.

الكلمات المفتاحية: الاعلام الرياضي، النقد، صحافة المواطن، وسائل التواصل الاجتماعي

المقدمة

أدت تكنولوجيا الاتصال دوراً بالغاً في تطوير القدرات النقدية للشباب وتحسين كتاباتهم وتعليقاتهم وتقوم بدور المشجع والمحفز من خلال الدافعية في التفاعل وإبداء الرأي وأطلاق العنان لرؤاهم في الظهور أمام الناس، وتتبع الأهمية في تناول مثل هذا الموضوع من عدة عوامل، إذ يمثل البحث محاولة للتعرف على الدور الحقيقي لتكنولوجيا الاتصال على الشباب في تحرير النصوص الناقدة ونشرها ، كما ان البحث يشكل رؤية تصويرية للواقع الإعلامي الحالي على مواقع التواصل الاجتماعي ودور الصحفي المواطن في تقليد الصحافة الاحترافية، فضلاً عن إظهار الوسائل والاساليب التي يتبعها الشباب في التعبير النقدي عن القضايا الرياضية الشاغلة لهم وللمجتمع المحيط بهم، والكشف عن المنشورات على منصات مواقع التواصل الاجتماعي كماً ونوعاً من حيث اقترابها من عملية النقد الرياضي حول مختلف الشؤون الرياضية ذات الصلة بالشأن العراقي خاصة، والمنظومة الرياضية العربية والعالمية عامة، وفق محددات البحث العلمي المرتبطة بعنوان البحث، والمساقات العلمية التي تحدد هدف البحث في كيفية إسهام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تطوير مهارات النقد الرياضي، مما يستهدف الوصول الى نتائج علمية تسهم في توضيح دور التكنولوجيا في تبيان وتعزيز الأفكار والقيم الصحافية، وتطوير المهارات الكتابية التحريرية ومهارات النقد لدى الجمهور وتحديداً "الشباب" بوصفهم الفئة الأكثر استخداماً للتقنيات وفي ميدان محبب أليهم هو الرياضة.

أولاً: - الإطار المنهجي

مشكلة الدراسة

بحثنا هذا إلى الجوانب المهمة التي تغذي أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال ودوره في تطوير النقد الرياضي لدى الشباب العراقي، وفق دراسة ميدانية، وعليه نطرح الاشكالية العلمية المتعلقة بالتساؤل الرئيس الاتي:

• هل لتكنولوجيا الاتصال دور في تطوير النقد الرياضي لدى الشباب؟ وتنبثق عنه التساؤلات الفرعية الاتية:

1- هل لتكنولوجيا الاتصال دور في توسيع قاعدة النقد الرياضي على صفحات التواصل الاجتماعي؟

2- هل المحتوى المنشور يقتصر على النصوص؟ أم تتم الاستعانة بالصور ومقاطع الفيديو لتأكيد المضامين النقدية؟

3- هل هناك تأثير حقيقي للمنشورات النقدية على الشباب المتلقي؟

4- هل يتفاعل الصحفيون مع تلك المنشورات النقدية ويتأثرون بأرائها؟

5- ما طبيعة المحتوى النقدي؟ وكيف يمكن تحليل الظاهر والمضمر فيه؟

أهمية الدراسة

تتبع أهمية البحث من عدة عوامل:

1- يمثل البحث محاولة للتعرف على الدور الحقيقي لتكنولوجيا الاتصال على الشباب في تحرير النصوص الناقدة ونشرها.

2- البحث يشكل رؤية تصويرية للواقع الاعلامي الحالي على مواقع التواصل الاجتماعي ودور الصحفي المواطن في تقليد ومحاكاة الصحافة الاحترافية.

3- اظهار الوسائل والاساليب التي يتبعها الشباب في التعبير النقدي عن القضايا الرياضية الشاغلة لهم وللمجتمع المحيط بهم.

4- تتضح أهمية البحث في كشفه للمنشورات كماً ونوعاً من حيث اقترابها من عملية النقد الرياضي حول مختلف الشؤون الرياضية ذات الصلة بالشأن العراقي.

أهداف الدراسة

يحاول الباحث تبين دور تكنولوجيا الاتصال في تطوير النقد الرياضي لدى الشباب ومدى اسهامه في توسيع قاعدة النقد الرياضي على صفحات التواصل الاجتماعي، وطبيعة المحتوى المنشور وتأثيراته وقدرته على ترك ردود فعل وصدى لدى الصحفيين والجمهور وانعكاسه على الكتابات النقدية والمواضيع التي يجري تداولها ويركز الصحفيون عليها في مواضيعهم بمختلف وسائل الاعلام.

فرضيات الدراسة

- اختار الباحث وضع فرضيات علمية للتحقق من الدور كتوظيف للنقد الرياضي، من خلال صياغة فرضيات البحث وهي:

1-الفرضية العامة: لتكنولوجيا الاتصال دور في تطوير النقد الرياضي لدى فئات الشباب المتابع لمواقع التواصل الاجتماعي.

الفرضيات الجزئية

- أ- لمواقع التواصل الاجتماعي دور في تطوير النقد الرياضي للمنشورات والصور دور في زيادة حجم النقد وتوزيعه.
- ب- لمقاطع الفيديو المنشورة في صفحات مواقع التواصل دور في رفع مستوى النقد ومساحته بين الشباب المتابعين. ومن ثم الخروج بنتائج واستنتاجات يتم توظيفها في البحث العلمي ومساراته المعرفية، فضلا عن تطوير مهارات النقد الرياضي في منصات مواقع التواصل الاجتماعي.

تحديد المفاهيم:

يركز البحث على مجموعة من المفاهيم التي نحاول هنا ايجاد بعض التعريفات الاجرائية لها:

تكنولوجيا الاتصال: المنتجات الالكترونية القادرة على تخزين المعلومات واستردادها ومعالجتها بغرض تقديم الفائدة العامة للجمهور.

النقد الرياضي: عملية ابداء الرأي الناقد للقضايا والمواضيع الرياضية وايجاد تفسيرات لها تؤثر في اذهان الجمهور وتحفزه على اتخاذ واقف أو قرارات حيالها.

الاعلام الرياضي: جزء من الاعلام المتخصص يتولى الاهتمام بالمعالجة الاعلامية للشأن الرياضي في مختلف انواعه وحدوده الجغرافية بما يلبي حاجة الجمهور.

صحافة المواطن: مصطلح يطلق على اندماج الجمهور مع الاعلام في تقليد وتقمص دور الصحفي في التعاطي مع الشأن العام على صفحات التواصل الاجتماعي فيلعب فيه الجمهور دور القائم بالاتصال وصانع الرسالة الاتصالية والمؤثر فيها.

وسائل التواصل الاجتماعي: منصات اعلامية يتواصل فيها الجمهور مع بعضهم بالنشر والصور والمحادثات والاتصالات للتعبير عن ذاتهم والانطلاق بحرية الى اجواء مختلفة دون قيود أو صعوبات.

النظرية المعتمدة للدراسة

اعتمد البحث بشكل رئيس على نظرية التعلم الاجتماعي (Alpert Bandura) التي تقوم على افتراض: أن الإنسان ككائن اجتماعي، يتأثر باتجاهات الآخرين ومشاعرهم وتصرفاتهم وسلوكياتهم، كونها من أهم النظريات السيسوسولوجية التي تفسر عملية تعلم السلوك من خلال التقليد والمحاكاة. وتعد وسائل التواصل الاجتماعي من مصادر التعلم

الاجتماعي فمتابعة اشخاص بأنماط تفكير لوسائل التواصل يؤدي إلى تعلم الشخص أنماط تفكير لم تكن موجودة لديه وبالتالي تطبيقها على شكل أفعال معينة. (ابوشعيرة2009)

آليات التعلم الاجتماعي

يرى باندورا أن التعلم يتضمن أربع آليات رئيسية، وهي (الزغلول 2010):

الاولى: التفاعلية التبادلية: السلوك الإنساني يحدث داخل تفاعلية تبادلية ثلاثية هي: السلوك والمتغيرات البيئية والعوامل الشخصية.

الثانية: العمليات الإبدالية: ليس ضروريا أن يتعرض الفرد لممارسة الخبرة بنفسه كي يتعلم، بل يمكن اكتسابها على نحو بديلي (غير مباشر) من خلال ملاحظة الآخرين .

الثالثة: العمليات المعرفية: يحدث التعلم بالملاحظة عندما يقوم الشخص الملاحظ بتسجيل استجابات النموذج وتخزينها على نحو رمزي ثم يقوم باستخدامها كقرائن عندما يريد أداء هذه الاستجابات.

الرابعة: عمليات التنظيم الذاتي: أن الفرد ينظم الأنماط السلوكية في ضوء النتائج المتوقعة منها، فتوقع النتائج المترتبة يحدد إمكانية تعلم السلوك من عدمه.

الحدود الزمانية والمكانية

البحث جاء خلال المدة من الاول من ديسمبر 2019 وحتى الاول من فبراير 2020 وهو شمل عينة واسعة وضمت عشر محافظات عراقية هي بغداد والبصرة والقادسية وذي قار وصلاح الدين وديالى وبابل، وكركوك، وميسان، وواسط.

عينة الدراسة

تألفت عينة البحث من 427 شخصا منهم 381 ذكر (89%) و46 انثى (10%) ومتغير العمر واشتمل على أربع فترات (أقل من 20 سنة، 21-30 سنة، 31-40 سنة، أكثر من 40 سنة (بينما ضم متغير المهنة خمس فترات) طالب، موظف، عسكري، أعمال حرة، عاطل عن العمل) ومثلها لمتغير الشهادة الدراسية (ابتدائية ومتوسطة، ثانوية، دبلوم، بكالوريوس، شهادات عليا)

أدوات الدراسة

ضمت استمارة البحث عشرين سؤالاً تمحورت حول متابعة النقد الرياضي والعلاقة مع وسائل التواصل الاجتماعي والتفاعل والاستجابة مع النقد ومدى تأثير تكنولوجيا الاعلام والاتصال على تطوير قدرات الشباب في الكتابة والنقد الرياضي وطرح وجهات نظرهم.

ثانياً: - الإطار النظري

النقد الرياضي

هو شكل صحفي يضع فيه الكاتب رؤيته في قالب مقبول عند القارئ الواعي المحايد، والنقد يكشف عن وعي الناقد وعن باطنة وما يدفعه ويكشف عن تكوينه الأخلاقي وبنية الفكرية الزاخرة، فيساعد على نضج الوجدان ويساهم في بناء

الإنسان بحيث يكون قادراً على الرؤيا بطريقة أفضل ويسمع بطريقة أفضل ويتأمل بطريقة أفضل، ووظيفة النقد إشبه ما تكون بوظيفة القاضي حيث انه يسعى وراء الحقيقة والموضوعية ما وسعته الموهبة والعلم والأمانة من أداء وعطاء.. فالنقد البناء يوجه الشخص المنتقد " الى الطريق السليم والقويم في الميدان الرياضي أيا كان، سواء كان لاعبا او مدربا او اداريا رياضيا... او حتى متابعا من بعيد.

ويرى (فاروق ابو زيد) ان النقد الرياضي ليس مجرد عملية ميكانيكية لتطبيق قواعد علمية صارمة، والخروج منها بنتائج محددة، وانما هو في نفس الوقت علم او فن او مزيج بين موضوعية العلم وذاتية الفنان (ابو زيد 2007)

وعرفت (ايمان الاشقر) النقد الرياضي: هو الدراسة الواعية لكافة الموضوعات الرياضية في ضوء الخطوات والاسس العلمية للحكم عليها وتوضيح قيمتها وشرح تفسير نواحي الجودة والضعف فيه (ايمان الاشقر 2015).

والنقد الرياضي يمثل أحد وظائف الصحافة الرياضية اعتمادا على مساحة الحرية التي تتمتع بها الصحافة الرياضية حيث تقوم بطرح كل الآراء التي تعكس مختلف الاتجاهات الرياضية في المجتمع الرياضي وتناقش مختلف القضايا والمشكلات الرياضية المثارة في المجتمع (إيلي عبد المجيد ص 161999)

ويرى الباحث انه يمكن تعريف النقد الرياضي: هو رؤية تقييمية سلبية، أو إيجابية للواقع الرياضي، أو لفعالية، أو بطولة، أو مباراة، أو للاعب، أو مدرب، أو إداري، أو اية شخصية رياضية يحدد فيها الناقد نقاط القوة والضعف، ومكانم الاخطاء والعوامل الإيجابية ويضع المعالجات والحلول بأسلوب علمي حيادي يبتغي الصالح العام ومنفعة الرياضة.

أركان النقد الرياضي:

النقد يقوم على خمسة أركان إذا تخلف أحدهما بطل الاحتجاج به وتعرض مدعيه للمسؤولية الجنائية أو المدنية أو كليهما وهذه الأركان هي (خير الدين عويس 1998ص219):

أولاً: الواقعة الثابتة:

النقد الرياضي هو حكم على واقعة ثابتة وصريحة حدثت في المجال الرياضي. فليس من حق النقد الرياضي أن يخترع الناقد الوقائع ثم يعلق عليها وينتقدها فإذا كانت الوقائع لا أساس لها فإن الدافع بحق النقد ينهار. وينهار هذا الدافع إذا كانت الوقائع قد مسخت أو شوهدت أو لم تذكر كلها بحيث يفسد ذلك معناها وجوهرها.

ثانياً: الرأي أو التعليق:

يجب أن يكون الرأي متصلاً بالواقعة التي حدثت في المجال الرياضي والتي يستند عليها هذا الرأي ويؤسس عليها بحيث لا ينفصل عنها مطلقاً بما يمكن القارئ من تقدير قيمة هذا الموقف، فإذا ذكر الرأي بدون الواقعة المقررة التي تسنده لم يكن ذلك نقداً والناقد الذي ينحرف عن الصدق كان نقده غير نزيه أما إذا لم يوجد هذا الانحراف أو كان ضئيلاً كان النقد مباحاً.

ثالثاً: موضوع يهم الجمهور :

أن يكون الموضوع الذي يعالجه الناقد الرياضي يهم قطاعاً كبيراً من الجمهور، فلا يجوز بحجة النقد التعرض للحياة الخاصة سواء للاعبين، أو المدربين، أو الحكام، أو غيرهم ممن يعملون في الحقل الرياضي واعتبار حياتهم الخاصة امتداداً لحياتهم العامة وأن هذا لا يقبل التجزئة فمثل هذا يخرج النقد الرياضي عن نطاق الحدود التي يجب أن يعمل من خلالها.

رابعاً: العبارة الملائمة:

يجب أن يصاغ النقد الرياضي في صيغة ملائمة أو مناسبة للموضوع، بحيث لا يخرج عن دائرة الإباحة وخاصة إذا لجأ الناقد الرياضي إلى السخرية من الشخص أو العمل أو التصرف الذي ينفذه أو إذا استعمل عبارة عنيفة أو قاسية طالما كانت الظروف والوقائع تجعل ذلك معقولاً أو مقبولاً.

خامساً: سلامة النية:

وحسن النية في النقد الرياضي يتكون من جزئين:

1. توخي النفع أي الرغبة في إفادة الجمهور بإرشاده إلى الصواب لتبعيته، وتنبهه إلى الباطل ليتجنبه وليس إشباعاً لباعث شخصي بحت لدى الناقد كالانتقام أو التشفي.

2. اعتقاد الناقد الرياضي صحة الرأي الذي يبديه لا صحة الواقعة التي يبني، عليها هذا الرأي، فالواقعة يجب أن تكون ثابتة ولا يغنى عدم ثبوتها اعتقاد صحتها إلا في بعض الأحوال الاستثنائية التي يكون فيها الناقد الرياضي مع ما بذله من جهد في التحري لإثبات هذه الواقعة إلا أنه وقع في الخطأ وأعتقد ثبوتها مع أنها ليست صحيحة. من أركان النقد الرياضي التي أشار لها (فاروق أبو زيد): البعد التربوي Educational dimension إذ يعمل على تشكيل شخصية الناقد وتحديد أهدافه ويعد مرجعاً لضبط التصرفات والسلوك ويجعله متماسكاً قوياً، ويشير (أبو زيد) أن البعد التربوي يعمل على تربية النشء على حب الرياضة وينعكس على التزام الفرد الرياضي باللوائح والقوانين ناصراً وروحاً والامتثال لقرارات الحكام واحترام منافسيه قبل واثناً وبعد المنافسة والعمل على التصرف السليم تجاه الجمهور وأن البعد التربوي جزء لا يتجزأ من النقد الرياضي ووظيفة الناقد الرياضية أن يعتني بالجوانب التربوية الرياضية للمجتمع كشأنه في التعليق وإظهار السلبيات والإيجابيات للمؤسسات الرياضية أو الأفراد من عدة جوانب إدارية وفنية ومالية.

3. تكنولوجيا الاتصال: عرف المعجم الإعلامي تكنولوجيا الاتصال بأنها: "مجموع المعارف والخبرات المتراكمة والمتاحة والأدوات والوسائل المادية والإدارية والتنظيمية المستخدمة في جمع المعلومات ومعالجتها وإنتاجها وتخزينها واسترجاعها ونشرها وتبادلها، أي توصيلها إلى الأفراد والمجتمعات (فضيل دليو 2003 ص 57) وعرفها محمود علم الدين بأنها: مجموع التقنيات أو الأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي، والتي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المكتوبة أو المسموعة أو المصورة أو المرسومة أو المسموعة المرئية أو المطبوعة أو الرقمية، ثم تخزين هذه البيانات (والمعلومات ثم استرجاعها في الوقت المناسب، لنشرها أو

نقلها من مكان لآخر أو تبادلها. (محمود علم الدين 2005 ص 139)

4. مظاهر الثورة الاعلامية: أصبح العالم اليوم يعيش مرحلة جديدة من التطور التقني امتزجت فيها نتائج ثورات جديدة هي ثورة المعلومات التي تمخضت عن انفجارات معرفية وثورة وسائل الاعلام الحديثة (حسنين شفيق 2011 ص2).

ومن مظاهر هذه الثورة الاعلامية الحديثة (ياس البياتي 2014 ص 112):

1. تسهيل الحصول على المعلومات الجديدة من مصادرها المباشرة فبمجرد نقرة على شاشة الحاسوب أو الهاتف الذكي ينتقل القارئ من موقع الى موقع آخر دون قيود.
2. تسهيل ايصال المعلومات الى الجمهور من دون تحكم من الأنظمة المستبدة أو المحتكرين لوسائل الاعلام.
3. التمكن من ايصال الرسالة الاعلامية بالشكل والوقت الذي يريده المرسل.
4. رخص سعر الاتصالات مما يجعلها متاحة للجميع.
5. لم تعد المسافات عائقاً امام الاتصالات مما أدى الى حدوث أثر في التركيبية التقليدية للتنظيم المكاني الرأسي الذي تقوم عليه الحياة البشرية فقد بدأ بالاختفاء لصالح التنظيم الافقي العابر للحدود.

وقد استطاعت وسائل التواصل الاجتماعي أو ما يعرف بالسوشيال ميديا أن تفرض نفسها في عالم الإعلام حيث أصبحت مصدراً موثوقاً للعديد من الأشخاص وكذا القنوات التلفزيونية التي بدورها أصبحت تهتم بالرأي العام للتعريف بقضايا المجتمع حيث يلجأ معظم الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي لمشاركة الأحداث وتبادل الأفكار. كما أصبح الكثير من أفراد المجتمعات رجالاً أو نساء على حد سواء من وزراء، أو فنانين، أو شركات خاصة، أو عامة وأيضا رجال السياسة والدين يعتمدون على وسائل التواصل الاجتماعي (جاسم الياقوت 2016)

ثالثاً: الإطار الميداني:

أختار الباحث عينة عشوائية من جمهور مباريات دوري كرة القدم العراقي لتوزيع استمارة البحث التي تضمنت 20 سؤالاً حيث تم توزيع 500 استمارة أستبعد منها 73 استمارة بسبب عدم تعبئتها بشكل كامل أو لان أصحابها عبروا عن عدم اهتمامهم بموضوع النقد الرياضي وجاءت أجابتهم هامشية.

1- الخصائص الفردية للمبحوثين:

جدول رقم (1) يوضح نوع افراد العينة

النسبة المئوية	التكرار	النوع	
89,22%	381	ذكر	1
10,77%	46	انثى	2
100%	427	المجموع	

تألفت عينة البحث من 427 شخصاً منهم 381 ذكر (89%) و46 انثى (10%) ويبدو تفوق الذكور منطقياً كونهم أكثر اهتماماً بالجوانب الرياضية من الاناث

جدول رقم (2) يوضح اعمار افراد العينة

النسبة المئوية	التكرار	العمر	
12,17%	52	أقل من 20 سنة	1
45,43%	194	0-21 سنة	2
37,93%	162	31-40 سنة	3
4,44%	19	أكثر من 40 سنة	4
100%	427	المجموع	

متغير العمر اشتمل على أربع فترات (أقل من 20 سنة، 21-30 سنة، 31-40 سنة، أكثر من 40 سنة والفئة التي احتلت المرتبة الاولى هي الفئة من 21-30 سنة وفي المرتبة الثانية كانت فئة 13-40 سنة

جدول رقم (3) يوضح مهن افراد العينة

النسبة المئوية	التكرار	المهنة	
82,80%	123	طالب	1
21,37%	93	عاطل عن العمل	2
20,14%	86	موظف	3
17,33%	74	عسكري	4
11,94%	51	اعمال حرة	5
100%	427	المجموع	

ضم متغير المهنة خمس فترات (طالب، موظف، عسكري، أعمال حرة، عاطل عن العمل) والمهنة التي حلت في المرتبة الاولى هي الطلبة يليها العاطلون عن العمل في المرتبة الثانية والموظفون في المرتبة الثالثة

جدول رقم (4) يوضح التحصيل الدراسي افراد العينة

النسبة المئوية	التكرار	الشهادة	
26,69%	114	الابتدائية والمتوسطة	1
27,40%	117	الثانوية	2
7,02%	30	دبلوم	3
32,31%	138	بكالوريوس	4
6,55%	28	شهادات عليا	5
100%	427	المجموع	

متغير التحصيل الدراسي الدراسية (ابتدائية ومتوسطة، ثانوية، دبلوم، بكالوريوس، شهادات عليا) كانت المرتبة الاولى فيه لشهادة البكالوريوس ثم شهادة الثانوية في المرتبة الثانية

المحور الاول: النقد الرياضي والجمهور

جدول رقم (5) يوضح متابعة النقد الرياضي

النسبة المئوية	التكرار	متابعة النقد الرياضي	
% 91,56	391	نعم	1
		لا	2
% 8,39	36	نوعا ما	3
100%	427	المجموع	

توزعت اجابات المبحوثين بخصوص النقد الرياضي ومدى المتابعة له بعدد غالب بلغ 391 مبحوثا بنسبة % 91,56 في المرتبة الاولى ونوعا ما في المرتبة الثانية

جدول رقم (6) يوضح الرضا عن النقد الرياضي

النسبة المئوية	التكرار	الرضا عن النقد الرياضي	
%43,79	187	نقد لصالح الرياضة	1
%26,69	114	نقد يسيء للرياضة	2
%29,50	126	نقد غير فعال	3
100%	427	المجموع	

وعن مدى رضاهم عن النقد الرياضي الذي يقوم به الاعلاميون كانت الاجابات انه نقد يسيء للرياضة وغير فعال بلغ 240 مبحوثا بنسبة %55مقابل 187 مبحوثا يقولون ان النقد لصالح الرياضة وبنسبة %43,79.

النقد الرياضي في وسائل التواصل الاجتماعي

جدول رقم (7) يوضح متابعة النقد الرياضي بوسائل التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	وسائل متابعة النقد الرياضي	
%49,41	211	وسائل التواصل الاجتماعي	1
%43,09	184	التلفزيون	2
%7,49	32	الصحف	3
%100	427	المجموع	

مثلت وسائل التواصل الاجتماعي المكان الاول للشباب في متابعة النقد الرياضي بواقع 211 بنسبة % 49,41 مبحوثا يليها التلفزيون في المرتبة الثانية بعدد 184 بنسبة %43,09 مبحوثا والصحف في المرتبة الثالثة بعدد 32 مبحوثا بنسبة %7,49

جدول رقم (8) يوضح أكثر وسائل التواصل الاجتماعي نقدا

النسبة المئوية	التكرار	أكثر وسائل التواصل الاجتماعي نقدا	
42,85%	183	الفيسبوك	1
38,40%	164	المواقع الالكترونية الرياضية	2
9,83%	42	الجروبات الرياضية	3
4,91%	21	تويتر	4
3,98%	17	الانستغرام	5
100%	427	المجموع	

وحول أكثر وسائل التواصل الاجتماعي التي يظهر فيها النقد الرياضي فجاء الفيسبوك في المرتبة الاولى بواقع 183 مبحوثا وبنسبة 42,85% تلاها المواقع الالكترونية الرياضية في المرتبة الثانية بواقع 164 مبحوثا بنسبة 38,40% وفي المرتبة الثالثة الجروبات الرياضية بعدد 42 مبحوثا بنسبة 9,83%.

جدول رقم (9) يوضح المواضيع الأكثر تداولاً نقدياً

النسبة المئوية	التكرار	المواضيع الأكثر تداولاً نقدياً	
41,21%	176	المنتخبات الوطنية	1
25,99%	111	واقع الكرة العراقية	2
18,26%	78	صراعات الاندية العالمية	3
9,60%	41	صراعات الاندية العراقية	4
4,91%	21	الانتخابات والاتحادات الرياضية	5
100%	427	المجموع	

وبشأن مواضيع النقد المتداولة ويفضل المبحوثون طرحها جاءت مواضيع المنتخب الوطني في المرتبة الاولى بـ 176 مبحوثا بنسبة 41,21% ومواضيع واقع الكرة العراقية في المرتبة الثانية بواقع 111 مبحوثا بنسبة 25,99% وفي المرتبة الثالثة صراعات الاندية العالمية بـ 78 مبحوثا بنسبة 18,26%

المحور الثاني: كتابة المنشورات النقدية الرياضية

جدول رقم (10) يوضح مدى التفاعل مع المنشورات النقدية الرياضية

النسبة المئوية	التكرار	مدى التفاعل مع المنشورات النقدية الرياضية	
52,22%	223	نعم اتفاعل	1
29,27%	125	النقد يشجعني على كتابة منشورات	2
18,50%	79	اشارك بطرق اخرى	3
100%	427	المجموع	

عن مدى التفاعل مع المنشورات النقدية الرياضية جاء التفاعل الايجابي مع النقد بالمرتبة الاولى بواقع 223 مبحوثا بنسبة 52,22% وجاء في المرتبة الثانية ان النقد يشجعهم على كتابة منشورات بواقع 125 مبحوثا بنسبة 29,27%

وفي المرتبة الثالثة يشاركون المنشور النقدي الاصلي بواقع 79 مجوئا بنسبة 18,50%.

جدول رقم (11) يوضح كتابة المنشورات النقدية

النسبة المئوية	التكرار	كتابة المنشورات النقدية	
79,85%	341	نعم أكتب	1
16,62%	71	أحيانا أكتب	2
3,51%	15	لا أكتب، اتفاعل فقط	3
100%	427	المجموع	

وجاءت كتابة المنشورات النقدية للمبجوثين في المرتبة الاولى ب 341 مجوئا بنسبة 79,85% وفي المرتبة الثانية اشار المبجوثون الى انهم يلجؤون الى الكتابة أحيانا بواقع 71 مجوئا بينما قال مبجوثون انهم يتفاعلون فقط ولا يكتبون وجاء هذا الخيار بالمرتبة الثالثة بواقع 15مبجوثا بنسبة 3,51%.

جدول رقم (12) يوضح طبيعة المنشورات النقدية

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة المنشورات النقدية	
55,26%	236	تعليقات نقدية	1
24,12%	103	صور ناقدة مع تعليق	2
20,60%	88	نشر فيديو نقدي	3
100%	427	المجموع	

وعن طبيعة شكل المنشورات النقدية جاء في المرتبة الاولى التعليقات النقدية بواقع 236 مجوئا بنسبة 55,26% وفي المرتبة الثانية نشر الصور والتعليق عليها بواقع 103 مجوئا بنسبة 24,12% وجاء نشر الفيديوهات في المرتبة الثالثة بواقع 88 مجوئا بنسبة 20,60%.

جدول رقم (13) يوضح مرجعية الكتابات النقدية

النسبة المئوية	التكرار	مرجعية الكتابات النقدية	
67,21%	287	استفيد مما يعرض في وسائل الاعلام	1
16,86%	72	من افكاري الخاصة	2
15,92%	68	تلهمني كتابات النقاد المحترفين	3
100%	427	المجموع	

وبشأن مرجعية افكار المنشورات النقدية للمبجوثين كانت الاستفادة مما يعرض في وسائل الاعلام في المرتبة الاولى ب 287مبجوثا بنسبة 67,21% وفي المرتبة الثانية ان المنشورات نتاج الافكار الخاصة للمبجوثين بواقع 72 مجوئا بنسبة 16,86% وفي المرتبة الثالثة ان المنشورات هي مستلهمة من كتابات النقاد المحترفين بواقع 68 مجوئا بنسبة 15,92%

المحور الثالث: تأثير تكنولوجيا الاتصال

جدول رقم (14) يوضح اسهام تكنولوجيا الاتصال في تطوير قابليات النقد

النسبة المئوية	التكرار	اسهام تكنولوجيا الاتصال في تطوير قابليات النقد	
84,54%	361	أسهمت بشكل كبير في تطوير القابليات نحو النقد الرياضي	1
13,11%	56	أسهمت بشكل قليل في تطوير قابلياتهم نحو النقد الرياضي	2
2,34%	10	لم تسهم	3
100%	427	المجموع	

بين العدد الأكبر من المبحوثين أن تكنولوجيا الاتصال أسهمت بشكل كبير في تطوير قابلياتهم نحو النقد الرياضي بواقع 361 مبحوثا بنسبة 84,54% في المرتبة الاولى وجاء ثانيا من قالوا ان تكنولوجيا الاتصال اسهمت بشكل قليل في تطوير قابلياتهم النقدية بواقع 56 مبحوثا بنسبة 13,11% وأشار 10 مبحوثين بنسبة 2,34% الى ان التكنولوجيا لم تسهم في تطويرهم اطلاقا.

جدول رقم (15) يوضح تأثير تكنولوجيا الاتصال في حرية التعبير النقدي

النسبة المئوية	التكرار	تأثير تكنولوجيا الاتصال في حرية التعبير النقدي	
68,61%	293	منحت حرية التعبير بدرجة كبيرة	1
25,61%	108	منحت حرية التعبير بدرجة قليلة	2
6,08%	10	لم تؤثر	3
100%	427	المجموع	

وبشأن حرية التعبير فان المبحوثين بينوا ان تكنولوجيا الاتصال منحتهم حرية التعبير النقدي واتاحت لهم مساحات واسعة بواقع 293 مبحوثا بنسبة 68,61% وفي المرتبة الثانية ان التكنولوجيا منحتهم الحرية بدرجة قليلة بـ 108 مبحوثين وبنسبة 25,61% وجاء المرتبة الثالثة خيار ان التكنولوجيا لتؤثر في مجال التعبير الحر النقدي بـ 26 مبحوثا بنسبة 6,08%.

جدول رقم (16) يوضح إسهام تكنولوجيا الاتصال في تطوير اسلوب كتابة النقد

النسبة المئوية	التكرار	إسهام تكنولوجيا الاتصال في تطوير اسلوب كتابة النقد	
51,05%	218	اسهمت بشكل كبير في تطوير أسلوب الكتابة النقدية	1
36,06%	154	اسهمت بشكل قليل في تطوير أسلوب الكتابة النقدية	2
12,88%	55	لم تسهم في الكتابة	3
100%	427	المجموع	

وبخصوص أسلوب الكتابة النقدية جاء في المرتبة الاولى ان تكنولوجيا الاتصال اسهمت بشكل كبير في تطوير أسلوب كتابتهم النقدية بواقع 218 مبحوثا بنسبة 51,05% وفي المرتبة الثانية ان التكنولوجيا اسهمت بدرجة لا بأس بها في تطوير أسلوب كتاب المبحوثين بواقع 154 مبحوثا وبنسبة 36,06% وفي المرتبة الثالثة ان التكنولوجيا منحتهم الفرصة لنشر الفيديوهات والصور ولم تؤثر على اساليبهم بواقع 55 مبحوثا وبنسبة 12,88%.

جدول رقم (17) يوضح اسهام تكنولوجيا الاتصال في تفاعل الجمهور مع الكتابات النقدية

النسبة المئوية	التكرار	اسهام تكنولوجيا الاتصال في تفاعل الجمهور مع الكتابات النقدية	
38,40%	164	يتفاعل الجمهور بدرجة كبيرة	1
41,92%	179	يتفاعل الجمهور بدرجة قليلة	2
19,67%	84	عدم اهتمام الجمهور	3
100%	427	المجموع	

ويتفاعل الجمهور مع الكتابات النقدية التي ينشرها الباحثون في صفحاتهم بدرجة كبيرة بواقع 164مبحثاً بنسبة 38,40% وبدرجة قليلة بواقع 179مبحثاً بنسبة 41,92% بينما جاء في المرتبة الثالثة عدم اهتمام الجمهور بتلك المنشورات بواقع 84 مبحثاً بنسبة 19,67%.

جدول رقم (18) يوضح اسهام تكنولوجيا الاتصال في تفاعل الاعلاميين مع الكتابات النقدية

النسبة المئوية	التكرار	اسهام تكنولوجيا الاتصال في تفاعل الاعلاميين مع الكتابات النقدية	
42,38%	181	استجابة الاعلاميين لتلك المنشورات بدرجة كبيرة	1
29,50%	126	استجابة الاعلاميين لتلك المنشورات بدرجة قليلة	2
28,10%	120	عدم استجابة الاعلاميين لها	3
100%	427	المجموع	

وعن تفاعل الاعلاميين مع المنشورات النقدية للمبشرين جاء في المرتبة الاولى استجابة الاعلاميين لتلك المنشورات بدرجة كبيرة بواقع 181مبحثاً بنسبة 42,38% وفي المرتبة الثانية انهم يستجيبون بدرجة قليلة بواقع 126 مبحثاً بنسبة 29,50% وجاء في المرتبة الثالثة انهم لا يستجيبون بواقع 120 مبحثاً بنسبة 28,10%

رابعا: النتائج

1. تسهم تكنولوجيا الاتصال في تطوير قابليات النقد الرياضي لدى الشباب ويدينون لها بمنحهم الحرية لإبداء وجهات نظرهم.
2. يجد الشباب في وسائل التواصل الاجتماعي الميدان المفضل لهم في متابعة وممارسة النقد الرياضي والتفاعل معه.
3. يقلد الشباب النقد الرياضي الاحترافي الموجود في برامج التلفزيون وتلهمهم كتابات النقاد المحترفين في تعزيز كتاباتهم النقدية.
4. يظهر النقد الرياضي ليس بصورة تعليقات فقط كمنشورات على وسائل التواصل الاجتماعي، بل يتعزز بفيديوهات نقدية وصور تحمل جانبا معززا للنقد.
5. لا يحظى النقد النشور والمعروض في وسائل الاعلام التقليدية برضا وقناعة الشباب الذين يلجؤون الى نقد ذلك النقد وهاجمة النقاد أنفسهم من اعلاميين ومدربين وشخصيات فاعلة في الرياضة.

6. تعد الرياضة المساحة الأكثر تناماً لرغبات الشباب في ممارسة النقد ومحاولة محاكاة ما يجري في الوسائل التقليدية الإعلامية

المناقشة والتفسير

1. في اتجاه الاستفادة من تكنولوجيا الاتصال فإن النتائج كانت متوقعة بإجماع الأغلبية من الشباب على أنهم اكتسبوا القوة في الطرح والتعلم في مجال النقد الرياضي من خلال التعاطي مع مواقع التواصل الاجتماعي لما أتاحتها من فرص مهمة للظهور بتعليقات نقدية وصور وفيديوهات مكنتهم من إظهار قدراتهم وطورت من أساليبهم.

2. الفيسبوك هو أكثر وسائل التواصل استخداماً لدى الشباب العراقيين مقارنة مع وسائل التواصل الأخرى التي تأتي في مراتب لاحقة.

3. أظهرت الاستبانة أن الأعمار (أقل من 20 سنة) يميلون إلى نشر الفيديوهات الناقدة أكثر من التعليقات (30 فيديو لدى الذكور مقابل 5 تعليقات من مجموع 38، و 11 نشر فيديو مقابل ولا تعليق لدى الإناث من مجموع 14 بينما يتجه الأعمار من (21- إلى 40 سنة) إلى التعليقات النقدية بدرجة أكبر من نشر الصور والفيديوهات (105 مقابل 38) وتميل الأعمار (31 إلى 40) إلى نشر الصور مع التعليق بدرجة أكبر من الأعمار الأخرى لدى الذكور، وتستفيد أغلب الأعمار مما يعرض أو ينشر في وسائل الإعلام التقليدية في دفعهم للنقد (264 مقابل 67) في الأفكار الخاصة الناجمة عن ملاحظاتهم الذاتية.

4. أظهرت نتائج الاستبانة على مستوى التحصيل الدراسي أن حملة شهادة البكالوريوس الأكثر تفاعلاً مع المنشورات مقارنة مع الشهادات الأخرى والأكثر تعليقا ويميل أصحاب الشهادات الابتدائية والمتوسطة إلى النشر الفيديو أكثر من بقية الأعمار. ونعتقد أن الأمر لا يحمل أي غرابة نظراً للفارق الثقافي بين هذه الفئات العمرية ويحاول أصحاب المستويات الثقافية الأقل أن يكون لهم بعض الأدوار من خلال نشر الفيديوهات التي لا تحتاج إلى جهود كبيرة أو ثقافات واسعة.

5. أظهرت نتائج الاستبانة أن الطلبة هم الأكثر تفاعلاً مع المنشورات النقدية مقارنة مع بقية الشرائح وهو أمر طبيعي للغاية فهم من جهة يسعون إلى لعب أدوار في مجال التعلم والثقافة كما أنهم يتفاعلون مع الأحداث الرياضية كونها الهواية المفضلة لديهم والشاغل الأكبر لهم في حين يظهر أصحاب الأعمال الحرة الأقل تفاعلاً ونعتقد أن الأمر ما يبرره جراً انشغالهم بمصادر رزقهم وأعمالهم.

6. يظهر العاطلون عن العمل الأكثر تعليقات نقدية قد يكون الدافع أنهم الأكثر غضباً وتوتراً نفسياً نتيجة لغيابهم عن العمل وشعورهم بالاستياء من واقعهم المعاشي الصعب لذا يعبرون بطريقة انفعالية أكثر من نظرائهم ممن يعملون في مهن وأعمال مستقرة، أو أقل فئة في التعليقات النقدية هم العسكريون وهو أمر نجده منطقياً للغاية كونهم يعملون في الأجهزة الحكومية ويلتزمون بمعاييرها لذا يبتعدون عن تلك التعليقات حتى لا يقعوا في مشاكل قانونية سواء مع رؤوسهم أو الجهات التي يعملون فيها.

7. في نشر الفيديوهات الناقدة يظهر الموظفون والطلبة الأكثر نشرها لها، ونعتقد أن الموضوع واقعي جداً لكونهم

الكثر تفاعلا مع الاحداث الرياضية الى جانب امتلاكهما حيزا من الفراغ يفوق المهن الاخرى.

التوصيات:

1. الاهتمام بتطوير النقد الرياضي والتوعية الثقافية لدى المتلقين باستخدام تكنولوجيا الاتصال للوصول إليهم.
2. توسيع مجالات استخدام تكنولوجيا الاتصال لتطوير مهارات الكتابة والتلايح الفكري.
3. العناية بألوان النقد وعدم قصرها على النصوص فقط عبر اختيار مقاطع الفيديو والصور المطابقة لأفكار القائم بالاتصال.
4. ايجاد علاقات أكثر وثوقا وقربا بين الاعلاميين والشباب الذين يقومون بعملية النقد في وسائل التواصل الاجتماعي من أجل خدمة الحركة الرياضية والاعلام الرياضي بشكل هادف.
5. زيادة جذب الشباب والتفاعل معهم في مختلف وسائل التكنولوجيا للوصول الى منصات اخرى وليس الفيسبوك فقط.

المصادر والمراجع

- احمد محمد يسن: البعد التربوي في النقد الرياضي ببعض الصحف القومية المصرية، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية التربية الرياضية- جامعة بنها- مصر - ص2010.
- أمين ساعتاني، أزمة الصحافة الرياضية، الأسباب والعلاج، المركز السعودي للدراسات الإستراتيجية، القاهرة، 1993، ص187.
- ايمان محمد عبد الرحيم الأشقر: النقد في الصحافة الرياضية المصرية في مواجهة الظواهر السلبية لمشجعي الاندية، مؤسسة عالم الرياضة للنشر، الاسكندرية، 2015، ص29.
- بحث موسى بن البار: تكنولوجيا الاتصال ودورها في عولمة الاعلام الرياضي-مجلة الابداع الرياضي- جامعة المسيلة جاسم الياقوت: السوشيال ميديا والاعلام الجديد، مقال، جريدة اليوم السعودية السبت 7 / 5 / 2016 <https://www.alyaum.com/articles/1074005>
- حسنيين شفيق، التدريب الاعلامي عبر الانترنت، (القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2011)، ص2.
- خديجة باديس: تكنولوجيا الاعلام الحديثة ودورها في تطوير الاداء الاعلامي، جامعة العربي بن مهدي أم البواقي - كلية العلوم الاجتماعية والانسانية
- خير الدين على عويس، عطا حسن عبد الرحيم: الإعلام الرياضي، الجزء الأول، مركز الكتاب للنشر، ١٩٩٨ م ص 219.
- دواي شايحة. بعنوان: استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تنمية المهارات الإعلامية لدى الصحفي الجزائري - شبكات التواصل الاجتماعي والهاتف النقال "نموذجا"-جامعة المسيلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال 2014
- علم الدين: تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص 139
- فاروق ابو زيد: مدخل الى علم الصحافة، مصدر سابق ص219. <https://www.alyaum.com/articles/1074005>
- فضيل دليو: الاتصال مفاهيمه، نظرياته، وسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ص 57
- ليلي عبد المجيد: تشريعات الصحافة في مصر وأخلاقياتها، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999، ص 16. معيرش سمية: دور تكنولوجيا الاعلام والاتصال في نقل المعلومة الرياضية بين الطلبة الجامعيين، جامعة محمد بوضياف، معهد العلوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية 2016.
- منحجي مخلوف وبوصلاح النذير بعنوان: تكنولوجيا الاتصال الحديثة كأحد أهم متطلبات الاعلام الرياضي المحترف: جامعة المسيلة، مجلة الابداع الرياضي 2019-385-396- Volume 4, Numéro 3, Pages
- ياس خضر البياتي، الاعلام الجديد: الحرية والفوضى والثورات، (الامارات: هيئة الفجيرة للثقافة والاعلام، 2014)، ص112.