

Reliance on Sports Programs in Enhancing National Identity among the Iraqi Audience: A Field Study

الاعتماد على البرامج الرياضية في تعزيز الهوية الوطنية لدى الجمهور العراقي: دراسة ميدانية

Amina Saleh Mahdi Assad\*1,  
Assist. Prof. Dr. Zaid Mahmoud Salman\*,2  
Al-Iraqia University – College of Media \*2+1

آمنة صالح مهدي أسد\*1  
أ.م.د. زيد محمود سلمان\*2  
كلية الإعلام – الجامعة العراقية \*1+2

ABSTRACT

This study examined the role of sports programs in enhancing national identity among the Iraqi audience. The study population consisted of sports viewers in Baghdad Governorate, with a sample of 600 respondents selected according to the geographical distribution of the latest statistics issued by the Ministry of Planning. The research adopted a descriptive approach using the survey method, and a questionnaire was employed as the main data collection tool to achieve the research objectives. The findings indicated that sports programs play a significant role in informing audiences about national sports achievements, which are strongly associated with feelings of national belonging. The results also revealed a high capacity of sports programs to enhance national identity, reflecting their focus on national issues. Al Rabiaa Sports Channel ranked first in this role. Moreover, program content mattered.

الخلاصة:

تناول البحث دور البرامج الرياضية في تعزيز الهوية الوطنية لدى الجمهور العراقي، إذ تمثل مجتمع الدراسة بالجمهور الرياضي في محافظة بغداد، وبلغت عينة البحث ٦٠٠ مبحوث وفق التوزيع الجغرافي لآخر إحصائيات وزارة التخطيط لسكان المحافظة. ويعد البحث من البحوث الوصفية، معتمداً المنهج المسحي، واستخدمت الاستمارة أداة لجمع المعلومات بهدف تحقيق أهدافه. وأظهرت النتائج أن البرامج الرياضية تسهم في تعريف الجمهور بحجم الإنجازات الرياضية الوطنية، لما لها من ارتباط مباشر بالانتماء الوطني لدى المبحوثين. كما أكدت النتائج قدرة البرامج الرياضية على تعزيز الهوية الوطنية بنسبة كبيرة، مما يعكس اهتمامها بالقضايا الوطنية. وأشارت النتائج إلى أهمية قناة الرابعة في هذا المجال، فضلاً عن أن مضمون البرنامج يعد من أهم عناصر الجذب، وهو ما يدل على وعي الجمهور الرياضي وتحليله لما يقدم من محتوى إعلامي رياضي. ويسهم ذلك في ترسيخ القيم الوطنية لدى المجتمع العراقي المعاصر.

الكلمات المفتاحية:

الإعلام الرياضي، البرامج الرياضية، الهوية الوطنية، الجمهور

Keywords:

Sports Media, Sports Programs, National Identity, Audience

Received

استلام البحث

2/6/2025

Accepted

قبول النشر

4 /9/2025

Published online

النشر الإلكتروني

15/4/2026

## مقدمة:

تؤدي وسائل الإعلام دوراً محورياً في ترسيخ القضايا الوطنية، خاصة قضية الهوية الوطنية، عبر البرامج والمحتوى الإعلامي الذي يوجه اتجاهات الجمهور. وتختلف هذه البرامج حسب الموضوعات والأيدولوجية، مما يفرض تحديات عديدة. تؤثر هذه البرامج على الجمهور معرفياً ووجدانياً وسلوكياً، مما يجعلها أداة مهمة في تشكيل الرأي العام. وتبرز البرامج الرياضية ضمن الإعلام المتخصص، حيث تسهم في تعزيز الهوية الوطنية عبر محتواها وتغطياتها، خصوصاً عند تناول قضايا الهوية. وتعتمد هذه البرامج على محددات كاللغة والجغرافيا والعقيدة والقومية. تهدف هذه الدراسة إلى توثيق تأثير البرامج الرياضية في تعزيز الهوية الوطنية، عبر تحليل علمي موزع على أربعة فصول تشمل التأصيل النظري ودراسة الأثر والتفاعل الجماهيري. بالنحو الآتي:

**المبحث الأول:** حيث تضمن هذا المبحث توضيح مشكلة البحث واهدافه واهميتها وهو من البحوث الوصفية مستخدماً المنهج المسحي من خلال استمارة المبحوثين.

**المبحث الثاني:** تضمن هذا المبحث الجانب النظري إذ احتوى على مراحل نظرية الاعتماد وكذلك التطرق لمفهوم البرامج الرياضية والقوالب المستخدمة ومن ثم تناول عوامل تكوين الهوية الوطنية وصولاً الى خصائص التي يتحلّى بها الجمهور الرياضي والعلاقة بين المواطن والهوية الوطنية لدى هذا الجمهور.

**المبحث الثالث:** كشف عن النتائج العملية من خلال استمارة قدمت إلى جمهور محافظة بغداد تمثلت ب ٦٠٠ مبحوث وتوصلت الدراسة الى جملة من النتائج والاستنتاجات التي تجيب عن اهداف البحث.

## المبحث الأول: منهجية البحث

### اولاً: مشكلة البحث

وهي "عبارة عن موقف او فكرة او مفهوم يحتاج الى البحث والدراسة العلمية للوقوف على مقدماتها وبناء العلاقات بين عناصرها، ونتائجها الحالية، وإعادة صياغتها من خلال نتائج الدراسة ووضعها في الإطار العلمي السليم".<sup>(١)</sup>

لذلك فإن مشكلة الدراسة تعالج مدى اعتماد الجمهور العراقي على البرامج الرياضية العراقية في تعزيز الهوية الوطنية، فكانت صياغة المشكلة عبر تساؤل رئيس: ما دور البرامج الرياضية في تعزيز الهوية الوطنية لدى الجمهور العراقي؟  
ويتفرع من التساؤل الرئيس التساؤلات فرعية، وهي نحو الآتي:

- (١) ما حجم تعرض الجمهور للبرامج الرياضية؟
- (٢) ما أنماط تعرض الجمهور للبرامج الرياضية؟
- (٣) ما دوافع تعرض الجمهور العراقي للبرامج الرياضية؟
- (٤) ما أبرز البرامج الرياضية التي يشاهدها الجمهور العراقي؟
- (٥) ما العلاقة بين تعرض الجمهور للبرامج الرياضية وتعزيز الهوية الوطنية لدى الجمهور العراقي؟

(١) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط ٣، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٠م)، ص ٧٠.

### ثانياً: أهمية البحث

تتبع أهمية هذا البحث من دوره في تسليط الضوء على موضوع جوهرى يلامس الواقع الإعلامي والوطني، حيث يساهم في فهم دور الاعلام وتأثيره على الجمهور في تعزيز القضايا الوطنية بما يتماشى مع مضامين برامجها. كما يُبرز البحث مدى تأثير الخطاب الإعلامي في تشكيل الرأي العام لدى الجمهور المحلي، وهو ما يعزز الحاجة إلى استمارة علمية ومنهجية لكشف تأثير هذه البرامج على الجمهور. وتقسّم الأهمية كالآتي:

**الأهمية العلمية:** تسهم هذه الدراسة في إثراء المكتبة الإعلامية من خلال تناولها موضوعاً ذا أهمية كبيرة، كان له تأثير بالغ على تشكيل اتجاهات الجمهور. تهدف الدراسة إلى تحليل دور وسائل الاعلام وتأثيرها على الجمهور فيما يتعلق بتعزيز الهوية الوطنية، والكشف عن تأثير الشكل والمضمون لهذه البرامج. كما تسعى إلى استكشاف التأثير المعرفي والوجداني والسلوكي على الجمهور.

**الأهمية العملية:** تسعى هذه الدراسة إلى تعزيز الأداء الصحفي والمهني للبرامج الرياضية من خلال الاستفادة من نتائجها، عبر تقديم تحليل شامل للقضايا الهامة في المجتمع، مع اعتماد النتائج والتوصيات المستخلصة.

### ثالثاً: أهداف البحث

يهدف هذا البحث إلى التعرف على الدور الذي تؤديه القنوات الفضائية العراقية في تعزيز الهوية الوطنية عبر ما تقدمه من برامج رياضية.

(١) التعرف على حجم تعرض الجمهور للبرامج الرياضية.

(٢) رصد أنماط تعرض الجمهور للبرامج الرياضية.

(٣) الكشف عن دوافع تعرض الجمهور العراقي للبرامج الرياضية

(٤) الكشف عن أبرز البرامج الرياضية التي يشاهدها الجمهور العراقي.

(٥) معرفة العلاقة بين تعرض الجمهور للبرامج الرياضية وتعزيز الهوية الوطنية لدى الجمهور العراقي.

### رابعاً: نوع البحث ومنهجه وادواته:

حيث سعى هذا البحث الى دراسة دور البرامج الرياضية في تعزيز الهوية الوطنية لدى الجمهور العراقي وذلك من خلال توزيع الاستبيان على أفراد العينة. يُعرف منهج المسح بأنه أسلوب من أساليب التحليل يعتمد على جمع معلومات دقيقة وكافية عن ظاهرة أو موضوع معين خلال فترة أو فترات زمنية محددة، بهدف الحصول على نتائج علمية تُعرض بطريقة موضوعية وتتوافق مع المعطيات الفعلية الظاهرة.<sup>(١)</sup>

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية باستخدام المنهج المسحي، واداة بحث هي الاستبانة لأنه يعتبر من المناهج المناسبة لتحقيق الأهداف المرجوة، حيث يركز بشكل رئيسي على دراسة الواقع أو الظاهرة كما هي. ويكمن الهدف الأساسي من البحث الوصفي في وصف المتغيرات دون أي تدخل أو تعديل من الباحث، أي دراستها كما هي في الوقت الحالي.

### خامساً: مجالات البحث

(١) محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، (عمان: دار وائل للنشر والطباعة، ١٩٩٧م)، ص ٤٧.

حدود الدراسة تشير إلى الإطار الذي تتم ضمنه الدراسة، وبالتالي فإن النتائج تقتصر على المجتمع الذي تم دراسته ومعاينته فقط.<sup>(١)</sup>

**الحدود المكانية:** تشمل الدراسة جمهورية العراق.

**الحدود الزمانية:** أجريت عملية جمع توزيع الاستبانة على الجمهور خلال شهر يناير من عام ٢٠٢٥م. وقد التزم الباحث بإنجاز البحث ضمن الإطار الزمني المحدد.

**الحدود البشرية:** وتشمل الجمهور ممن يتابعون البرامج الرياضية في مدينة بغداد.

**سادساً: مجتمع البحث وعينة البحث**

١. **مجتمع البحث:** مجتمع البحث هو مفهوم شامل يشير إلى مجموعة الظواهر والعلاقات والمفردات التي تُدرس كمياً، سواء كانت علمية أو غير علمية. لا يُقصد به المجتمع الإنساني التقليدي، بل هو مجتمع افتراضي يُبنى لقياس الظواهر والمفاهيم ضمن سياقات معرفية وثقافية واجتماعية ودينية وسياسية<sup>(٢)</sup>، وهو "مجموعة من وحدات المعاينة تخضع للدراسة التحليلية أو الميدانية، ويجب أن تكون ممثلة تمثيلاً صادقاً ومتكافئاً مع المجتمع الأصلي، ويمكن تعميم نتائجها عليه"<sup>(٣)</sup>، وتمثل مجتمع البحث في جمهور محافظة بغداد.

٢. **عينة البحث:** أما عينة البحث هي الجزء الذي يتم اختياره ليكون ممثلاً لمجتمع البحث الذي تم تحديده للتحليل والمراقبة. وتعد مرحلة اختيار العينة من أهم الخطوات في البحوث النفسية، حيث من الضروري أن تكون العينة متجانسة وتمثل مجتمع البحث بأفضل صورة ممكنة<sup>(٤)</sup>.

في هذه الدراسة، اعتمدنا على العينة العنقودية هي التي يتم اختيار مفرداتها عبر عدة مراحل، وتُستخدم في بحوث الجمهور.

**سابعاً: المصطلحات والمفاهيم الإجرائية للبحث**

**دور:** هو المسؤولية والوظيفة التي يؤديها الإعلام في المجتمع بما ينقله من اخبار وتوعية وتثقيف حيث يكون للإعلام دور متمثل بمجموعة من الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية.

**البرامج الرياضية:** وهو أحد أنواع البرامج الإعلامية المتخصصة والتي تعرض على جهاز التلفاز او المواقع الإلكترونية ويهدف إلى تغطية الاحداث الرياضية المختلفة وتحليلها وتقديم البرامج الرياضية جملة من الخدمات على المستوى الجانبي الرياضي وغيرها من الموضوعات مثل تعزيز الهوية الوطنية من خلالها ما نطرحه من موضوعات.

**تعزيز:** تعني تقوية أو دعم شيء ما ليصبح أكثر فاعلية أو تأثيراً. يمكن أن تستخدم في سياقات متعددة كما هو دور البرامج الرياضية في تقوية ودعم الهوية الوطنية.

**الهوية الوطنية:** مجموعة الخصائص والسمات والقيم المشتركة التي تُعبر عن انتماء الفرد إلى وطنه، وتعكس سلوكياته ومواقفه، والتزامه بالمبادئ الوطنية، ويتم قياسها من خلال محددات الهوية الوطنية المتمثلة باللغة والجغرافية والقومية.

**الجمهور العراقي:** وهم مجموعة من الأفراد الذين يعيشون داخل حدود جمهورية العراق والذين ينتمون إليها جغرافياً أو ثقافياً ويحددون وفق معايير العمر والجنس.

(١) احمد بدر، مناهج البحث في علم المعلومات والمكتبات، (الرياض: دار المريخ للنشر، ١٩٨٨م)، ص ٤٩.

(٢) حمام محمد زهير، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، (عمان: أمواج للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م)، ص ٥١.

(٣) سمير محمد حسين، تحليل المضمون - تعريفاته، مفاهيمه، محدداته، واستخداماته الأساسية، ط٢، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٦م)، ص ١١٧.

(٤) عبد الجبار توفيق البياتي ومحمد عبد العال وغازي خليفة، طرق ومناهج البحث العلمي، (عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨م)، ص ١٨٤.

## المبحث الثاني: الاعتماد على البرامج الرياضية في تعزيز الهوية الوطنية

### أولاً: مفهوم نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام

تعتمد نظرية الاعتماد على فرضية أساسية مفادها أن كلما أشبع الفرد حاجته من وسائل الإعلام كلما أصبح لها دوراً هاماً في حياته، وهذا يدل على أن وسائل الإعلام تؤدي دوراً مهماً في إعداد الجمهور وتوجيههم وتوعيتهم.<sup>(١)</sup>

### ثانياً: مراحل تطور نظرية الاعتماد:

طور نموذج الاعتماد في صور متعددة منذ ظهوره منذ أول مرة على النحو التالي:

**المرحلة الأولى:** في سنة ١٩٧٦ قدم الباحثين (ملفين دوفليور وساندرا بول روكيتش\*) النموذج الأول لاعتماد الجمهور على وسائل الإعلام في نطاق آثار وسائل الإعلام، واعتبار هذا النموذج ان عملية الاتصال ماهي إلا نتاج لثلاثة مكونات هي (الجمهور، وسائل الإعلام، النظام الاجتماعي) ويقدم النموذج علاقة الاعتماد التي تقف على طبيعة أهداف ومصادر كل مكون من هذه المكونات بما يحرز الأهداف الفردية والمجتمعية سوية.<sup>(٢)</sup>

**المرحلة الثانية:** في عام ١٩٨٢ قام الباحثان ميلفن وروكيتش بتوسعة هذا النموذج، ليفسر طريقة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من أجل بلوغ أهدافهم الخاصة بالإدراك والتوجيه والترفيه، وعرف باسم الإطار العام لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ويقوم بتقديم مجموعة شائكة من المتغيرات التي تؤدي إلى تأثير بوسائل الإعلام نتيجة الاعتماد المتبادل بين وسائل الجمهور والنظم الاجتماعية الأخرى.<sup>(٣)</sup>

**المرحلة الثالثة:-** قدم ديفليور وروكيتش عام ١٩٨٩ الإنموذج المطور لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، لإيضاح المنهج المتبع لاعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، وينطلق هذا الإنموذج من إنموذج الإدراك العقلي الذي يعتبر أن هناك ارتباطاً بين دوافع الانتباه ومحتوى الوسيلة<sup>(٤)</sup>

### ثالثاً: مزايا نظرية الاعتماد

ان نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تتمتع عن غيرها من نظريات الإعلام بالعديد من المميزات أبرزها:-<sup>(٥)</sup>

١- محاولة إدراك العلاقة بين نظم الإعلام والأفراد.

(١) رشا فواز الضامن، اعتماد الجمهور الكويتي على شبكات مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد العاشر، إبريل ٢٠١٧م، ص ٤٨٥.

(\*) ساندرا بول روكيتش، باحثة أمريكية، اشتهرت بتطوير "نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام" بالتعاون مع ميلفن ديفليور عام ١٩٧٤م. والتي تركز على العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع والجمهور، حيث يعتمد لأفراد على هذه الوسائل الإعلام لفهم العالم موقع Britannica، تمت معاينته ٢٠٢٤/١١/٥م،

<https://2u.pw/IDJgzaZ>

(٢) بسيوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة، (القاهرة: مكتبة نهضة الشرق للنشر، ١٩٩٦م)، ص ٦١.

(٣) عبدالرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الواحد والعشرين، (عمان: دار اليازوي، ٢٠١٦م)، ص ٢٣٥.

(٤) حسن عماد مكاي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٨م)، ص ٣٢٢.

(٥) عبد المحسن حامد أحمد، اعتماد الجمهور على الفضائيات العربية الإخبارية وعلاقته بمصادقية التليفزيون المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، ٢٠١٠م، ص ٥٤.

- ٢- تعتبر نظرية الاعتماد نظرية متكاملة وشاملة للعلاقات بين وسائل الإعلام والرأي العام.
- ٣- تحتوي عناصر من علم الاجتماع و علم النفس.
- ٤- تتضمن عناصر أساسية من نظرية الاستخدامات والاشباعات ونظرية التأثير.
- ٥- تعد من أصلح النظريات الاتصالية وأشملها في التعامل مع النظام الاجتماعي وتوجيه الاهتمام بالأوضاع التاريخية والبناء الاجتماعي أكثر من المتغيرات الفردية.
- ٦- ان هذه النظرية تأخذ بنظر الاعتبار تأثير وسائل الإعلام على الأفراد الذي من شأنه أن يؤثر على النظام الاجتماعي في البداية، والنظام الإعلامي بأجمعه في النهاية.
- ٧- أن أفراد المجتمع يتأثرون بوسائل الإعلام ويؤثرون فيها أيضاً، وفي النظام الاجتماعي ككل<sup>(١)</sup>.

#### رابعاً: البرامج الرياضية

البرامج الرياضية: هي البرامج التي تتناول التحليلات الرياضية باستعراض وتحليل نتائج الألعاب الرياضية، بالإضافة إلى تقديم الأخبار الرياضية بشكل شامل. تشمل هذه البرامج تلخيص الأداء والتطورات الرياضية، وتكون في بعض الأحيان جزءاً من نشرات الأخبار كفقرة مخصصة. كما قد تُخصص لها برامج خاصة، والتي تتضمن مقابلات مسجلة أو مباشرة مع لاعبين، محكمين، أو شخصيات رياضية أخرى<sup>(٢)</sup>

#### خامساً: قوالب البرامج الرياضية:-

من أبرزها:

- ١ : قالب الأحاديث أو البرامج الوصفية:- يعتمد على تقديم موضوعات رياضية من خلال أحاديث تلفزيونية، حيث يكون المقدم هو الشخصية الرئيسية التي تجذب انتباه المشاهد بفضل عمق الموضوع وأهميته. كلما كان الموضوع مرتبطاً مباشرة بالمنتخبات والأندية، زادت جاذبيته وشعبيته<sup>(٣)</sup>.
- ٢ : قالب المسابقات:- يركز على إشراك الجمهور وتوفير تجربة مشاهدة مباشرة للمسابقات. يلعب المقدم، الذي قد يكون فرداً أو فريقاً، دوراً رئيسياً في تحفيز المتسابقين والجمهور، مما يعزز من عنصر التسلية والمتعة<sup>(٤)</sup>.
- ٣ : قالب المنوعات الرياضية:- يعرض مجموعة متنوعة من الفقرات الترفيهية المرتبطة بالرياضة، مثل استعراض لحظات مضحكة من المباريات، مسابقات رياضية طريفة، تقارير عن تجارب رياضية غير تقليدية، وتقديم عروض استعراضية تتعلق بالرياضة. يهدف هذا القالب إلى تقديم المتعة والترفيه للمشاهدين من خلال تقديم محتوى رياضي مبتكر ومسلٍ<sup>(٥)</sup>.

(١) كمال الحاج، نظريات الإعلام و الاتصال، (الجمهورية العربية السورية: الجامعة الافتراضية السورية، ٢٠٢٠م)، ص ١٤٩.

(٢) محمد الجفيري، إعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية، (قطر: دار صناعة الإبداع للإنتاج والتوزيع، ٢٠١٥م)، ص ١٨.

(٣) ضياء هاشم جاسم المرسومي، نموذج لإنتاج البرامج الناجحة على قناة العراقية الرياضية دراسة في برنامجي العراب ووقت إضافي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأديان والمذاهب، كلية الإعلام والعلاقات، ٢٠٢٢م، ص ٤٥.

(٤) ضياء هاشم جاسم المرسومي، مرجع سابق ص ٤٥.

(٥) عبد النبي خزعل، فن تحرير الاخبار والبرامج في الفضائيات التلفزيونية والقنوات الإذاعية، (لبنان: دار النهضة، ٢٠١٠م)، ص ٦٥.

٤ : **قالب الحوار والمقابلة:-** يتناول موضوعات متنوعة من خلال استضافة ضيف متخصص في مجال الرياضة. (١)

٥ : **قالب التحقيق:-** يعرض الموضوعات بأسلوب تحليلي وعميق، ويعتمد على تحليل المعلومات ولقاءات مع الخبراء. (٢)

٦ : **المجلة الرياضية التلفزيونية:-** قالب دوري يعرض فقرات متنوعة مرتبطة بالرياضة بأسلوب مميز يعكس خصائص المجلة المطبوعة. تتضمن الفقرات عناوين مثل "مباراة الأسبوع"، "تحليل الأداء"، و"أبرز النجوم"، مع تقديم محتوى يجمع بين الحديث، الحوار، الأخبار، والتقارير المصغرة. (٣)

٧ : **البرنامج الرياضي الخاص:-** يركز على موضوع رياضي محدد، ويستخدم قالب فنية متنوعة مثل التحليل العميق، الحوار مع الرياضيين والمدربين، والتقارير الخاصة، لتقديم معلومات شاملة وتوضيح جوانب الموضوع الرياضي. يهدف إلى تقديم محتوى مثير ومتعدد الأبعاد، مع التركيز على توصيل الفكرة بفعالية للجمهور. (٤)

### سادساً: عوامل تكوين الهوية الوطنية ومصادر تشكيلها

الهوية الوطنية هي مجموعة من الخصائص والقيم والمعتقدات التي تربط الأفراد بمجموعة معينة، تعكس انتماءهم إلى دولة أو أمة معينة. تتشكل هذه الهوية من خلال مجموعة من العوامل التي تلعب دوراً حاسماً في تعزيز الشعور بالانتماء والتماسك الاجتماعي، من هذه العوامل:-

١ - **عوامل أولية:-** تشمل اللغة، الدين، الأدب، والأساطير، مثل اللغة والعرق التي كانت عوامل حاسمة في تشكيل الهوية الوطنية الألمانية.

٢ - **عوامل تكوينية:-** تتعلق ببناء الدولة، الجيش، والاتفاق على دستور دائم. مثال على ذلك الولايات المتحدة الأمريكية، التي اعتمدت هويتها على أساس دستور كتبه الآباء المؤسسون،

٣ - **عوامل تلقينية:-** تشمل تأثير التعليم، كما يتضح من مناهج التعليم في اليابان التي تركز على تعزيز حب الوطن والتضحية من أجله.

٤ - **عوامل خارجية:-** تشمل التهديدات من الأعداء، مثل إسرائيل، التي بنت هويتها الوطنية على أساس الخوف من التهديد الخارجي.

تُعد الهوية الوطنية عنصراً أساسياً في شعور الأفراد بالانتماء والولاء تجاه دولهم. تتشكل هذه الهوية من مجموعة من المصادر المتنوعة التي تؤثر في كيفية تعريف الأفراد لأنفسهم وعلاقتهم بالمجتمع. تتجلى بالتالي:- (٥)

١ - **المكان الجغرافيا:-** يلعب المكان أو الجغرافيا دوراً محورياً في تشكيل الهوية والانتماء. هنا، نتحدث عن المكان الاجتماعي الثقافي.

(١) زيد محمد حسن، التعرض للبرامج الرياضية وانعكاساته على تشكيل اتجاهات الجمهور إزاء أزمة اتحاد كرة القدم، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة العراقية، كلية الإعلام، ٢٠٢٢م، ص ٢٩.

(٢) المرجع نفسه ص ٢٩.

(٣) فهد بن عبد الرحمن الشميمري، التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام؟، (الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، ٢٠١٠م)، ص ٢٢٣ - ٢٢٤.

(٤) معد عاصي علي، البرامج الحوارية في قناة الحرة عراق برنامج حديث النهريين نموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام، ٢٠٠٨م، ص ٢٠.

(٥) علي طاهر الحمود، العراق من صدمة الهوية إلى صحوة الهويات، بغداد - بيروت: سلسلة دراسات اجتماعية مؤسسة مسارات، ٢٠١٢م، ص ٣٥.

- ٢- الزمان "التاريخ":- يُعتبر التاريخ المشترك مصدراً أساسياً في تشكيل الهوية، حيث يعكس مسار تطور الأفراد وعلاقتهم بماضيهم، وتفاعلهم مع حاضرهم، وتطلعاتهم نحو المستقبل.
- ٣- الدين:- يشكل الدين ركيزة أساسية في تشكيل الهوية، حيث يُعتبر معياراً رئيسياً لتحديد انتماء الفرد أو الجماعة إلى هوية معينة. يُجسد الدين نسق المعتقدات التي يتبناها أفراد المجتمع،<sup>(١)</sup>.
- ٤- اللغة:- تؤدي اللغة دوراً أساسياً في تأسيس الهوية والحفاظ عليها. إنها تحدد انتماء الفرد أو الجماعة، وتعتبر الوسيلة الأساسية للتعبير عن الهوية.<sup>(٢)</sup>.

### سابعاً: خصائص الجمهور الرياضي:-

- تعتبر خصائص الجمهور الرياضي عوامل حيوية لفهم سلوكيات وتوجهات المشجعين، مما يمكن الأندية والجهات الرياضية من تحسين استراتيجياتها. من أهم هذه الخصائص<sup>(٣)</sup>:-
- ١- سرعة انفعال الجماهير:- تتميز الجماهير الرياضية بسرعة انفعالها واستجابتها القوية للمحفزات، مما يجعل سلوكها أحياناً غير عقلاني ومرتبباً بالغرائر.
- ٢- سرعة تأثر الجماهير وسذاجتها:- يظهر الجمهور الرياضي استعداداً للتأثر بسرعة، حيث يتقبل المعلومات والتعليقات دون تفكير نقدي.
- ٢- عواطف الجماهير:- تنسم عواطف الجمهور الرياضي بالتضخيم والتبسيط، حيث تتجه نحو التطرف في ردود الأفعال
- ٤- تعصب الجماهير واستبداديتها:- غالباً ما تنسم آراء الجمهور بالتعصب، حيث يميلون إلى قبول الآراء كحقائق مطلقة ورفض النقاش. هذا التعصب يعزز من ولائهم لفريق معين.
- ٥- أخلاقية الجماهير:- يمكن أن تتصرف الجماهير الرياضية بدوافع عاطفية، مما قد يقود إلى سلوكيات غير أخلاقية أحياناً. ومع ذلك، فإنها قادرة أيضاً على إظهار قيم عالية من التفاني والنزاهة عندما يتعلق الأمر بقضايا نبيلة، مثل الدعم الجماعي لفريق في محنة. لكن هذه التصرفات النبيلة ليست القاعدة، حيث تبقى الجماهير عرضة للتأثيرات العشوائية التي قد تؤدي إلى سلوكيات سلبية أيضاً.

## المبحث الثالث: اعتماد الجمهور العراقي على البرامج الرياضية في تعزيز الهوية

### الوطنية

في ظل التحولات الاجتماعية والثقافية التي يشهدها المجتمع العراقي، تبرز وسائل الإعلام، ولاسيما البرامج الرياضية، بوصفها أحد المؤثرات المهمة في تشكيل الوعي الجمعي وتعزيز الانتماء الوطني. إذ لم تعد البرامج الرياضية مقتصرة على نقل المنافسات والنتائج فحسب، بل تجاوزت ذلك لتصبح فضاءً يعكس القيم الوطنية، ويعزز روح الوحدة والتماسك الاجتماعي، ويؤكد الرموز المشتركة التي تجمع أفراد المجتمع على اختلاف انتماءاتهم.

وتكتسب البرامج الرياضية في العراق أهمية خاصة نظراً للمكانة الوجدانية التي تحتلها الرياضة لدى الجمهور، وقدرتها على جمع فئات المجتمع المختلفة حول هدف واحد ومشاعر مشتركة، لا سيما في أوقات المنافسات المحلية والدولية. ومن هذا المنطلق، يمكن النظر إلى

(١) شما بنت حمد بن خالد آل نهيان، التنمية الثقافية وتعزيز الهوية الوطنية، (الإسكندرية: دار العين للنشر، ٢٠١٣م)، ص ٦٣ - ٦٥.

(٢) جون جوزيف، اللغة والهوية، سلسلة عالم المعرفة، العدد ٣٤٢، أغسطس ٢٠٠٧م، ص ٧.

(٣) غوستاف لوبون، سيكولوجية الجماهير، ترجمة هاشم صالح، (بيروت: دار الساقي للنشر والتوزيع، ١٩٩١م)، ص ٦٣ - ٦٦.

الخطاب الإعلامي الرياضي بوصفه أداة فاعلة في ترسيخ الهوية الوطنية، من خلال إبراز الإنجازات الرياضية، والاحتفاء بالرموز الوطنية، وتعزيز قيم الانتماء والولاء للوطن. وانطلاقاً من هذه الأهمية، يسعى هذا المبحث إلى تسليط الضوء على دور البرامج الرياضية في تعزيز الهوية الوطنية لدى الجمهور العراقي، من خلال دراسة ميدانية أُجريت على عينة قوامها (٦٠٠) مفردة من جمهور محافظة بغداد. وتهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى إسهام هذه البرامج في تعزيز الشعور بالانتماء الوطني، والتعرف على اتجاهات الجمهور نحو مضمونها، ودورها في دعم الهوية الوطنية في المجتمع العراقي.

### نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها

أولاً: محور المعلومات الديموغرافية لعينة الدراسة:-

١- المبحوثون بحسب متغير الجنس:-

جدول (١) يبين توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير الجنس

| المرتبة | النسبة المئوية | العدد | الجنس   | ت |
|---------|----------------|-------|---------|---|
| الأولى  | ٧٠             | ٤٢٠   | ذكر     | ١ |
| الثانية | ٣٠             | ١٨٠   | أنثى    | ٢ |
|         | ١٠٠%           | ٦٠٠   | المجموع |   |

نستشف من الجدول أعلاه ان الذكور هم أكثر متابعاً وذلك بسبب ان طبيعة القوة البدنية والتكوين الفسيولوجي للرجال جعلتهم أكثر ميولاً لمشاهدة البرامج الرياضية وكذلك طبيعة التوزيع لاستمارة الاستبانة جعلت نسبة الذكور تتصدر تصنيف فئات العمر بفارق كبير جداً.

٢- المبحوثون بحسب متغير العمر:-

جدول (٢) يبين توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير العمر

| المرتبة | النسبة المئوية | العدد | العمر          | ت |
|---------|----------------|-------|----------------|---|
| الأولى  | ٥٧,٨           | ٣٤٧   | ٢٩ - ١٨        | ١ |
| الثانية | ٢٧,٢           | ١٦٣   | ٣٩ - ٣٠        | ٢ |
| الثالثة | ١٢,٣           | ٧٤    | ٤٩ - ٤٠        | ٣ |
| الرابعة | ٢,٧            | ١٦    | ٥٠ عاماً فأكثر | ٤ |
|         | ١٠٠%           | ٦٠٠   | المجموع        |   |

ونستشف من ذلك ان التوزيع النسبي للعينة ومن خلال المؤشرات يدل على شمول كافة المراحل العمرية الا ان الارحية كانت بالدرجة الأولى لأعمار الفئة الشبابية الأولى بفارق كبير ويعود السبب في ذلك كون ان الفئة الشبابية هي الأكثر حباً لمتابعة الرياضة لأنها توفر لهم أجواء ممتلئة بالحيوية والنشاط عن الفئات الأخرى.

### ٣- المبحوثون حسب متغير التحصيل الدراسي:-

جدول (٣) يبين توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير التحصيل الدراسي

| المرتبة | النسبة المئوية | العدد | التحصيل الدراسي | ت |
|---------|----------------|-------|-----------------|---|
| الأولى  | ٦٣,٥           | ٣٨١   | بكالوريوس       | ١ |
| الثانية | ١٤,٣           | ٨٦    | اعدادية         | ٢ |
| الثالثة | ١٠,٧           | ٦٤    | دراسات عليا     | ٣ |
| الرابعة | ٦,٥            | ٣٩    | متوسطة          | ٤ |
| الخامسة | ٢,٣            | ١٤    | دبلوم عالٍ      | ٥ |
| السادسة | ٢              | ١٢    | ابتدائية        | ٦ |
| السابعة | ٠,٧            | ٤     | يقرأ ويكتب      | ٧ |
|         | %١٠٠           | ٦٠٠   | المجموع         |   |

تظهر النتائج مشاركة كافة فئات جمهور البرامج الرياضية المتعلقة بالتحصيل الدراسي الا ان الارحية كانت لفئة البكالوريوس وبفارق كبير وهي دلالة على ان المستوى الثقافي له دور في زيادة الاعتماد على هذه البرامج من أجل تعزيز روح الوطنية والمواطنة بالنسبة لأصحاب الشهادات العليا والاعدادية والمتوسطة وتأتي الفئات الأخرى بنسبة اقل.

### ٤- المبحوثون حسب متغير الحالة الاجتماعية:-

جدول (٤) يبين توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعية

| المرتبة | النسبة المئوية | العدد | الحالة الاجتماعية | ت |
|---------|----------------|-------|-------------------|---|
| الأولى  | ٥١,٧           | ٣١٠   | أعزب/ عزباء       | ١ |
| الثانية | ٤٥,٨           | ٢٧٥   | متزوج/ متزوجة     | ٢ |
| الثالثة | ١,٣            | ٨     | منفصل/ منفصلة     | ٣ |
| الرابعة | ١,٢            | ٧     | أرمل/ ارملة       | ٤ |
|         | %١٠٠           | ٦٠٠   | المجموع           |   |

يتضح لنا من الجدول أعلاه ان فئة (أعزب) هي الأعلى بين الفئات ويعود ذلك الى أن الأعزب يمتلك أوقات فراغ أكثر من بقية الفئات الأخرى التي تمكنه من المتابعة والتعرض للبرامج الرياضية.

### ٥- المبحوثون بحسب القوميات والمكونات: -

جدول (٥) يبين توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير القوميات والمكونات

| المرتبة | النسبة المئوية | العدد | المكونات | ت |
|---------|----------------|-------|----------|---|
| الأولى  | ٩٢,٣           | ٥٥٤   | عربي     | ١ |
| الثانية | ٤,٣            | ٢٦    | كوردي    | ٢ |
| الثالثة | ٢,٠            | ١٢    | تركمني   | ٣ |
| الرابعة | ١,٢            | ٧     | مسيحي    | ٤ |
| الخامسة | ٠,٢            | ١     | شبيكي    | ٥ |
|         | %١٠٠           | ٦٠٠   | المجموع  |   |

ويلاحظ من ذلك شمول كافة القوميات والمكونات للمبحوثين الا ان طبيعة سكان محافظة بغداد فرضت ان تكون فئة القومية العربية متصدرة الفئات بفارق كبير جداً بالنسبة لبقية الفئات الأخرى ويعود السبب في ذلك ان معظم أفراد العينة هم من العرب، وهذا يأتي بالتأكيد لهوية محافظة بغداد.

## ٦- المبحوثون بحسب متغير المهنة:-

جدول (٦) يبين توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير المهنة

| المرتبة | النسبة المئوية | العدد | المهنة       | ت |
|---------|----------------|-------|--------------|---|
| الأولى  | ٥٠,٨           | ٣٠٥   | موظف / موظفة | ١ |
| الثانية | ٢٦,٢           | ١٥٧   | لا اعمل      | ٢ |
| الثالثة | ٢٣             | ١٣٨   | كاسب / كاسبة | ٣ |
|         | %١٠٠           | ٦٠٠   | المجموع      |   |

ان تصدر فئة الموظفين تبعاً لمتغير المهنة والتي تعد دليل على الاستقرار الاقتصادي لذا يعد دافع لمتابعة البرامج الرياضية على الرغم من شمول كافة فئات المتغير ونسب متفاوتة. والرسم البياني يوضح المبحوثين وفق متغير المهنة، ومن هنا يمكن القول ان الموظفين يمكنهم تحديد اوقاتهم لمشاهدة البرامج الرياضية، وهذا يدل على الاستقرار الاقتصادي يعد متغير يساهم في تحديد تعرض الجمهور للبرامج الرياضية.

## ٧- المبحوثون بحسب متغير المستوى المعاشي:-

جدول (٧) يبين توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير المستوى المعاشي

| المرتبة | النسبة المئوية | العدد | المستوى المعاشي                      | ت |
|---------|----------------|-------|--------------------------------------|---|
| الأولى  | ٣٢,٥           | ١٩٥   | جيد (٧٥٠ - مليون)                    | ١ |
| الثانية | ٢٨,٣           | ١٧٠   | (٧٠٠ - ٤٠٠ مقبول)                    | ٢ |
| الثالثة | ٢٢,٣           | ١٣٤   | عالي (مليون - مليون وسبعمائة وخمسون) | ٣ |
| الرابعة | ١٦,٨           | ١٠١   | ضعيف (٣٥٠ فما دون)                   | ٤ |
|         | %١٠٠           | ٦٠٠   | المجموع                              |   |

نجد هناك تقارب بين جميع فئات عينة البحث الا ان فئة الدخل الجيد قد ترجحت على بقية الفئات ولكن بفارق قليل بالنسبة للفئات الأخرى ويعود السبب في ذلك الى ان الحالة المعاشية الجيدة تتيح للمبحوثين متابعة البرامج على القنوات المفتوحة والمشفرة.  
ثانياً: محور حجم التعرض للبرامج الرياضية في القنوات الفضائية العراقية:-

#### ١- مدى المشاهدة:-

جدول (٨) يبين توزيع عينة الدراسة تبعاً لمدى مشاهدة للبرامج الرياضية

| المرتبة | الوزن النسبي المئوي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | النسبة | العدد | الإجابة              | ت |
|---------|---------------------|-------------------|-----------------|--------|-------|----------------------|---|
| الأولى  | ٦٢,٣٩               | ٠,٧٩              | ١,٨٧            | ٣٨,٧   | ٢٣٢   | احياناً (٣ - ٥) أيام | ١ |
| الثانية |                     |                   |                 | ٣٥,٥   | ٢١٣   | نادراً (١ - ٢) يوم   | ٢ |
| الثالثة |                     |                   |                 | ٢٥,٨   | ١٥٥   | دائماً (٥ - ٧) أيام  | ٣ |
|         |                     |                   |                 | ١٠٠%   | ٦٠٠   | الإجمالي             |   |

يلاحظ من ذلك وجود فروق بين إجابات عينة الدراسة. تدل هذه المؤشرات على ان جميع افراد العينة يتعرضون لهذه البرامج لكن تختلف درجات التعرض حيث تصدرت درجة احياناً بفارق بسيط عن درجة نادراً.

#### ٢- معدل المشاهدة:-

جدول (٩) يبين توزيع عينة الدراسة تبعاً لمعدل المشاهدة للبرامج الرياضية

| المرتبة | النسبة | العدد | الإجابة            | ت |
|---------|--------|-------|--------------------|---|
| الأولى  | ٤٦     | ٢٧٦   | أقل من ساعة        | ١ |
| الثانية | ٤١     | ٢٤٦   | من ساعة إلى ساعتين | ٢ |
| الثالثة | ١٣     | ٧٨    | ثلاث ساعات فما فوق | ٣ |
|         | ١٠٠%   | ٦٠٠   | المجموع            |   |

من خلال هذه المؤشرات يدل على ان جمهور عينة البحث يشاهدون البرامج الرياضية لكن هناك تفاوت في معدل المشاهدة حيث رجحت الفئة الأولى وبفارق بسيط عن الفئة الثانية وان فئة الثلاث ساعات لم تحض بنسبة جيدة، ويعود السبب في ذلك لكون معظم البرامج مدتها ساعة تلفزيونية لذا فإن معظم المتابعين يشاهدون البرنامج الذي مدته أقل من ساعة.

## ٣- اوقات المشاهدة المفضلة:-

جدول (١٠) يبين توزيع عينة الدراسة تبعاً لأي الأوقات المفضلة لمشاهدة البرامج الرياضية

| المرتبة | النسبة | العدد | الإجابة    | ت |
|---------|--------|-------|------------|---|
| الأولى  | ٧١,٣٣  | ٤٢٨   | مساءً      | ١ |
| الثانية | ٢٢,٦٧  | ١٣٦   | كل الأوقات | ٢ |
| الثالثة | ٣,٨٣   | ٢٣    | صباحاً     | ٣ |
| الرابعة | ٢,١٧   | ١٣    | ظهراً      | ٤ |
|         | %١٠٠   | ٦٠٠   | المجموع    |   |

بالرغم من شمول كافة الأوقات إلا ان فئة المساء قد ترجحت بالنسبة للفئات الأخرى وفق الأوقات المفضلة للمشاهدة، ويعود السبب لذلك ان الفترة المسائية تقل بها ارتباطات العمل وهي وقت الراحة وتعد الفترة الذهبية (فترة الذروة) بالنسبة للمؤسسات الإعلامية.  
ثالثاً: محور أنماط التعرض الجمهور للبرامج الرياضية:-

## ١- نمط المشاهدة:-

جدول (١١) يبين توزيع عينة الدراسة تبعاً للإجابة على التساؤل مع من تشاهد البرامج الرياضية

| المرتبة | النسبة | العدد | الإجابة     | ت |
|---------|--------|-------|-------------|---|
| الأولى  | ٣٦,٧   | ٢٢٠   | مع الأهل    | ١ |
| الثانية | ٣٣,٣   | ٢٠٠   | بمفردك      | ٢ |
| الثالثة | ٣٠,٠   | ١٨٠   | مع الأصدقاء | ٣ |
|         | %١٠٠   | ٦٠٠   | المجموع     |   |

شملت عينة البحث كافة فئات تساؤل طريقة المشاهدة وقد رجحت فئة مع الاهل مقارنة بالفئات الأخرى ولكن بنسبة قليلة وهذا يعكس ان البرامج الرياضية تحظى باهتمام العائلة بصورة عامة، ويعود السبب في ذلك الى ان البرامج الرياضية تعمل على جمع الأسرة فضلاً عن ميول أفراد الأسرة في التحدث والنقاش بما يدور في حديث تلك البرامج.  
٢- المكان المفضل للمشاهدة:-

جدول (١٢) يبين توزيع عينة الدراسة تبعاً للمكان المفضل لمشاهدة البرامج الرياضية

| المرتبة | النسبة | العدد | المكان            | ت |
|---------|--------|-------|-------------------|---|
| الأولى  | ٥٣,٨   | ٣٢٣   | في البيت          | ١ |
| الثانية | ٠,٢٣   | ١٣٨   | في كل مكان        | ٢ |
| الثالثة | ١٥,٠   | ٩٠    | في الأماكن العامة | ٣ |
| الرابعة | ٨,٢    | ٤٩    | في العمل          | ٤ |
|         | %١٠٠   | ٦٠٠   | المجموع           |   |

يلاحظ من الجدول أعلاه ترجيح فئة البيت بالنسبة الى مكان المشاهدة لدى الجمهور المبحوث مقارنة ببقية الفئات الأخرى وبفارق كبير يعود السبب في تفضيل الجمهور الى مشاهدة البرامج الرياضية في البيت لما يخلقه من ألفه واجواء عائلية وكذلك يوفر البيت الكثير من وسائل الراحة. ٣- وسائل المشاهدة:-

جدول (١٣) يبين توزيع عينة الدراسة تبعاً لكيفية مشاهد البرامج الرياضية

| ت | المكان                     | العدد | النسبة | المرتبة |
|---|----------------------------|-------|--------|---------|
| ١ | في جهاز التلفاز            | ٣٢٥   | ٥٤,٢   | الأولى  |
| ٢ | في مواقع التواصل الاجتماعي | ٢٧٥   | ٤٥,٨   | الثانية |
|   | المجموع                    | ٦٠٠   | ١٠٠%   |         |

تظهر النتائج دخول منصات مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لمشاهدة البرامج الرياضية الا انها تكشف عن ميل الكفة الى جهاز التلفاز لما له من أثر في نفس المتلقي لأنه من وسائل المشاهدة التقليدية والذي يجمع الالهل والأصدقاء معاً. رابعاً: محور دوافع التعرض للبرامج الرياضية:-

١- القنوات الفضائية التي تمتلك برامج رياضية:-

جدول (١٤) يبين توزيع عينة الدراسة تبعاً لأفضل القنوات الفضائية العراقية التي تهتم بالبرامج الرياضية

| ت | الفقرات                | التكرارات |       | المرتبة |
|---|------------------------|-----------|-------|---------|
|   |                        | العدد     | %     |         |
| ١ | قناة الرابعة الرياضية  | ٢٥٢       | ٤٢,٠٠ | الأولى  |
| ٢ | قناة العراقية الرياضية | ٢٢٤       | ٣٧,٣٣ | الثانية |
| ٣ | قناة Utv               | ١٣٨       | ٢٣,٠٠ | الثالثة |
| ٤ | قناة أي نيوز           | ١١٦       | ١٩,٣٣ | الرابعة |
| ٥ | قناة دجلة              | ١١٣       | ١٨,٨٣ | الخامسة |
| ٦ | قناة الفرات            | ١١٢       | ١٨,٦٧ | السادسة |
| ٧ | أخرى (قناة الشرقية)    | ٢٥        | ٤,١٧  | السابعة |

يتضح من خلال الجدول ادناه شمول جميع القنوات عينه البحث من قبل المبحوثين الا ان هناك ترجيح كبير لقناة الرابعة العراقية الرياضية مقارنة بالقنوات الأخرى وحسب الأهمية تبعاً لأفضل القنوات الرياضية التي تهتم بالبرامج الرياضية وذلك لمواكبتها لأهم الأحداث الرياضية وتغطية الدوريات المحلية والعالمية.

## ٢- أسباب التفضيل:-

جدول (١٥) يبين توزيع عينة الدراسة تبعاً لأسباب تفضيل هذه القنوات العراقية

| المرتبة | النسبة | العدد | الإجابة                         | ت |
|---------|--------|-------|---------------------------------|---|
| الأولى  | ٢٧,٤٣  | ١٩٥   | تعرفني على آخر الأحداث الرياضية | ١ |
| الثانية | ٢١,٨٠  | ١٥٥   | تلمي احتياجاتي                  | ٢ |
| الثالثة | ١٩,٩٧  | ١٤٢   | أكثر حيادية                     | ٣ |
| الرابعة | ١٦,٦٠  | ١١٨   | تحمل المصداقية                  | ٤ |
| الخامسة | ١٤,٢١  | ١٠١   | تنقل الأحداث لحظة وقوعها        | ٥ |
|         | %١٠٠   | ٦٠٠   | المجموع                         |   |

بالرغم من شمول كافة أسباب التفضيل القنوات التي تهتم بالبرامج الرياضية حيث يتضح من خلال الجدول أعلاه هناك تقارب بين جميع الأسباب ولكن رجح سبب تعرفني على آخر الأحداث الرياضية بالنسبة الى بقية الأسباب كونها تقوم بنقل وتحليل جميع المباريات المهمة المحلية والعالمية، إضافة ان طبيعة الجمهور كل ما هو جديد فيما يخص الأحداث الرياضية.

## ٣- البرامج المفضلة:-

جدول (١٦) يبين توزيع عينة الدراسة تبعاً للبرامج الرياضية المفضلة للمشاهدة

| المرتبة | التكرارات |       | الفقرات   | ت |
|---------|-----------|-------|---|---|
|         | %         | العدد |   |   |
| الأولى  | ٤٢,٣٣     | ٢٥٤   | برنامج صوت الملاعب مع طه ابو رغيف (قناة الرابعة الرياضية) | ١ |
| الثانية | ٢٦,٨٣     | ١٦١   | برنامج سبورت تودي مع حسن عيال (قناة العراقية الرياضية)    | ٢ |
| الثالثة | ٢٦,٥٠     | ١٥٩   | برنامج هاتريك مع داود إسحاق قناة (Utv)                    | ٣ |
| الرابعة | ٢٤,٠٠     | ١٤٤   | استوديو الجماهير مع حيدر زكي (قناة دجلة)                  | ٤ |
| الخامسة | ٢١,٥٠     | ١٢٩   | برنامج الكأس مع علي نوري (أي نيوز)                        | ٥ |
| السادسة | ٢١,٠٠     | ١٢٦   | برنامج كورة مع علي سالم (قناة الفرات)                     | ٦ |
| السابعة | ٤,٠٠      | ٢٤    | أخرى (الحكم الرابع مع عمر رياض)                           | ٧ |
| الثامنة | ٣,٨٣      | ٢٣    | أخرى (الشوط الثالث مع محمد إبراهيم)                       | ٨ |

يكشف الجدول أعلاه شمول كافة برامج عينه البحث من خلال المبحوثين لكن نجد هناك ترجيح من قبل الجمهور في متابعة برنامج صوت الملاعب مع طه أبو رغيف (قناة الرابعة الرياضية) وبفارق كبير مقارنة مع بقية البرامج الأخرى، وذلك لما يمتلكه طه أبو رغيف من تخصص في المجال الإعلامي وثقافة رياضية واسعة وكاريزما إضافة على مواكبة تغطية الأحداث والقضايا.

## ٤- دوافع المشاهدة:-

جدول (١٧) يبين توزيع عينة الدراسة تبعاً لدوافع مشاهدة هذا البرامج الرياضية

| ت | الإجابة  | العدد | النسبة | المرتبة |
|---|--|-------|--------|---------|
| ١ | لمعرفة الأحداث الرياضية الجارية                          | ٣٦٥   | ٣٦,١٤  | الأولى  |
| ٢ | للتسلية والترفيه   | ١٨٧   | ١٨,٥١  | الثانية |
| ٣ | للاتنماء والتشجيع سواء للأندية المحلية او للمنتخب الوطني | ١٤٧   | ١٤,٥٥  | الثالثة |
| ٤ | امتلاك المعلومة والمعرفة عند الحوار والنقاش مع الآخرين   | ١٠٠   | ٩,٩٠   | الرابعة |
| ٥ | لمتابعة التحليلات الرياضية حول الدوري والبطولات الخارجية | ٩٩    | ٩,٨٠   | الخامسة |
| ٧ | تحديث وديمومة معلوماتي الرياضية                          | ٧٨    | ٧,٧٢   | السادسة |
| ٦ | من أجل التوجيه والإرشاد                                  | ٣٤    | ٣,٣٧   | السابعة |
|   | المجموع  | ١٠١٠  | ١٠٠%   |         |

يكشف الجدول أعلاه ترجيح دافع (معرفة الأحداث الرياضية الجارية) مقارنة بالدوافع الأخرى وبفارق كبير على الرغم من شمول جميع فئات عينة البحث من قبل المبحوثين، وذلك كون الدافع الرئيسي لمشاهدة البرامج الرياضية هي معرفة اخر الأحداث الرياضية التي يهتم بها الجمهور الرياضي المستهدف.

٥- عناصر الجذب:-

جدول (١٨) يبين توزيع عينة الدراسة تبعاً لعناصر الجذب في برامج الرياضية

| ت | الإجابة                                   | العدد | النسبة | المرتبة |
|---|---|-------|--------|---------|
| ١ | مضمون البرنامج                            | ٢٦٨   | ٢٦,٣٨  | الأولى  |
| ٢ | اسلوب تقديم المذيع وطرحه للموضوعات        | ٢١٥   | ٢١,١٦  | الثانية |
| ٣ | ضيوف البرنامج                             | ١٩٣   | ١٩,٠٠  | الثالثة |
| ٤ | أساليب العرض (تقارير، اخبار، صور، لقاءات) | ١٣٩   | ١٣,٦٨  | الرابعة |
| ٥ | وقت عرض البرنامج                          | ٧٧    | ٧,٥٨   | الخامسة |
| ٧ | اللغة المستخدمة                           | ٦٥    | ٦,٤٠   | السادسة |
| ٦ | شكل الاستوديو                             | ٥٩    | ٥,٨١   | السابعة |
| ٧ | مضمون البرنامج                            | ٢٦٨   | ٢٦,٣٨  | الأولى  |
|   | المجموع                                   | ١٠١٦  | ١٠٠%   |         |

بالرغم من شمول جميع فئات عينة البحث من قبل المبحوثين الا ان هناك ترجيح لمضمون البرنامج تبعاً لعناصر الجذب بفارق قليل مقارنة بعناصر الجذب الأخرى وهذا يكشف على ان الجمهور الرياضي جمهور واعى ومتقف اذ يهتم بالمضامين وما تطرحه البرامج أكثر من الشكل.

## ٦- علاقة البرامج الرياضية بتعزيز الهوية الوطنية لدى الجمهور:-

جدول (١٩) يبين توزيع عينة الدراسة تبعاً الى أي مدى تستطيع البرامج الرياضية في تعزيز الهوية الوطنية لدى الجمهور العراقي

| المرتبة | الوزن النسبي المنوي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | النسبة | العدد | الإجابة          | ت |
|---------|---------------------|-------------------|-----------------|--------|-------|------------------|---|
| الأولى  | ٨٠,٥٤               | ٠,٨٨              | ٣,٢٢            | ٤٦,٣   | ٢٧٨   | بدرجة كبيرة      | ١ |
| الثانية |                     |                   |                 | ٣٥,٨   | ٢١٥   | بدرجة متوسطة     | ٢ |
| الثالثة |                     |                   |                 | ١١,٥   | ٦٩    | بدرجة قليلة      | ٣ |
| الرابعة |                     |                   |                 | ٦,٣    | ٣٨    | لا تستطيع مطلقاً | ٤ |
|         |                     |                   |                 | ١٠٠%   | ٦٠٠   | الإجمالي         |   |

يلاحظ من الجدول أعلاه شمول كافة فئات عينة البحث من قبل المبحوثين مع ترجيح فئة (درجة كبيرة) بفارق جيد عن الفئة الثانية وفارق كبير عن بقية الفئات تبعاً الى أي مدى تستطيع البرامج في تعزيز الهوية الوطنية. وهذا يكشف عن دور البرامج الرياضية في معالجة قضايا وطنية أخرى غير الاحداث الرياضية.

خامساً: محور المقاييس:

١- نتائج التأثيرات المعرفية:

توزعت التكرارات والنسب المئوية واختبار كاي<sup>٢</sup> لإجابات أفراد مجتمع البحث على (٧) فقرات تمثلت بما يأتي:

الفقرة (١): تسهم البرامج الرياضية في إزالة غموض يكتنف قضية ما بما تناوله من معلومات لاسيما في الموضوعات التي تتعلق بالانتماء الى الوطن.

الفقرة (٢): تعمل البرامج الرياضية من خلال طرحها للمشاكل والقضايا التي تشكل تحدياً لحب الوطن على زيادة معرفتي بتلك القضايا والمشاكل .

الفقرة (٣): تسهم البرامج الرياضية من خلال ما تقدمه من معلومات في تعزيز الوعي اتجاه الانتماء للوطن.

الفقرة (٤): تعجز البرامج الرياضية بما تطرحه من موضوعات في زيادة معرفتي بالشخصيات الرياضية صاحبة الانجاز في البلد.

الفقرة (٥): لا تقدم لي البرامج الرياضية معلومات عن الموروث الثقافي للبلد.

الفقرة (٦): مناقشة قضايا تخص الهوية الوطنية تسهم بزيادة معرفتي حول التنوع العرقي والمذهبي داخل العراق.

الفقرة (٧): تعرفني البرامج الرياضية بما تطرحه من موضوعات بحجم الإنجازات الرياضية للبلد.

جدول (٢٠) يبين التكرارات والنسب المئوية واختبار كا<sup>٢</sup> لإجابات أفراد مجتمع الدراسة

| الترتيب | كا <sup>٢</sup> | الوزن النسبي المئوي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | لا أوافق | محايد | أوافق | العدد                | الفقرات |
|---------|-----------------|---------------------|-------------------|-----------------|----------|-------|-------|----------------------|---------|
| ٢       | ١٥٠,٩٣٠         | ٨٠,١٧               | ٠,٦٨              | ٢,٤١            | ٦٨       | ٢٢١   | ٣١١   | العدد                | ١       |
|         |                 |                     |                   |                 | ١١,٣     | ٣٦,٨  | ٥١,٨  | %                    |         |
| ٥       | ٩٠,٥٢٠          | ٧٧,٢٢               | ٠,٧٦              | ٢,٣٢            | ١٠,٨     | ١٩٤   | ٢٩٨   | العدد                | ٢       |
|         |                 |                     |                   |                 | ١٨       | ٣٢,٣  | ٤٩,٧  | %                    |         |
| ٥       | ٩٧,٩٣٠          | ٧٧,٢٢               | ٠,٧٩              | ٢,٣٢            | ١٢١      | ١٦٨   | ٣١١   | العدد                | ٣       |
|         |                 |                     |                   |                 | ٢٠,٢     | ٢٨    | ٥١,٨  | %                    |         |
| ٣       | ٤١,٩٧٠          | ٧٣,٨٣               | ٠,٨٠              | ٢,٢٢            | ١٣٩      | ١٩٣   | ٢٦٨   | العدد                | ٤       |
|         |                 |                     |                   |                 | ٢٣,٢     | ٣٢,٢  | ٤٤,٧  | %                    |         |
| ٤       | ٢٦,٥٩٠          | ٧٢,٣٩               | ٠,٨٠              | ٢,١٧            | ١٤٧      | ٢٠٣   | ٢٥٠   | العدد                | ٥       |
|         |                 |                     |                   |                 | ٢٤,٥     | ٣٣,٨  | ٤١,٧  | %                    |         |
| ٦       | ١٩,٢٤٠          | ٧١,٢٢               | ٠,٧٩              | ٢,١٤            | ١٥٠      | ٢١٨   | ٢٣٢   | العدد                | ٦       |
|         |                 |                     |                   |                 | ٢٥       | ٣٦,٣  | ٣٨,٧  | %                    |         |
| ١       | ١٩٣,٤٤٠         | ٨٢,٠٠               | ٠,٧٠              | ٢,٤٦            | ٧٢       | ١٨٠   | ٣٤٨   | العدد                | ٧       |
|         |                 |                     |                   |                 | ١٢       | ٣٠    | ٥٨    | %                    |         |
| الأول   |                 | ٦٨,٧                | ٠,٦٨              | ٢,٠٦            |          |       |       | إجمالي الأثر المعرفي |         |

- إجمالي الأثر المعرفي:- وافقت عينة الدراسة على محور الأثر المعرفي بمتوسط حسابي (٢,٠٦) ووزن نسبي مئوي (٦٨,٧).

٢- نتائج التأثيرات الوجدانية:

توزعت التكرارات والنسب المئوية واختبار كا<sup>٢</sup> لإجابات أفراد مجتمع البحث على (٧) فقرات تمثلت بما يأتي:

الفقرة (١): تسهم البرامج الرياضية من خلال طرحها للموضوعات في تعزيز شعوري بفخر انتمائي للوطن

الفقرة (٢): لا تقدم البرامج الرياضية دعماً معنوياً للشعور بالانتماء إلى الوطن في بعض الحالات التي تنقلها عن المجتمع

الفقرة (٣): تثير البرامج الرياضية المشاكل أثناء البطولات والتجمعات الكبرى من خلال استضافتها لشخصيات غير متوازنة تشعرني بالفرة وغياب الهوية الوطنية

الفقرة (٤): ان البرامج الرياضية تشعرني بأهمية تشجيعي للمنتخبات الوطنية في المشاركات الرياضية

الفقرة (٥): ان ما تطرحه البرامج الرياضية تشعرني بضرورة الالتزام على عكس صورة إيجابية عن البلد

الفقرة (٦): ان ما تقدمه البرامج الرياضية تخلق حالة من الانسجام بين الجماهير تزيدني فخراً واعتزازاً بموطني  
الفقرة (٧): عمل البرامج الرياضية بما تطرحه على رفع الروح المعنوية والشعور بالانتماء الى الوطن

جدول (٢١) يبين التكرارات والنسب المئوية واختبار كا<sup>٢</sup> لإجابات أفراد مجتمع الدراسة

| الترتيب | كا <sup>٢</sup> | الوزن النسبي المئوي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | لا أوافق | محايد | أوافق | العدد                 | الفيقرات |
|---------|-----------------|---------------------|-------------------|-----------------|----------|-------|-------|-----------------------|----------|
| ١       | ٢٧٦,٦١٠         | ٨٤,٠٦               | ٠,٧١              | ٢,٥٢            | ٧٦       | ١٣٥   | ٣٨٩   | العدد                 | ١        |
|         |                 |                     |                   |                 | ١٢,٧     | ٢٢,٥  | ٦٤,٨  | %                     |          |
| ٧       | ١,٢٩٠           | ٦٦,٨٣               | ٠,٨٠              | ٢,٠١            | ١٩٢      | ٣٢,٥  | ١٩٥   | العدد                 | ٢        |
|         |                 |                     |                   |                 | ٣٢       | ٣٥,٥  | ٣٢,٥  | %                     |          |
| ٤       | ١٠٧,١٧٠         | ٧٨,١١               | ٠,٧٥              | ٢,٣٤            | ١٠٣      | ١٨٨   | ٣٠٩   | العدد                 | ٣        |
|         |                 |                     |                   |                 | ١٧,٢     | ٣١,٣  | ٥١,٥  | %                     |          |
| ٢       | ٢٠١,٠١٠         | ٨٢,٠٦               | ٠,٧٢              | ٢,٤٦            | ٧٩       | ١٦٥   | ٣٥٦   | العدد                 | ٤        |
|         |                 |                     |                   |                 | ١٣,٢     | ٢٧,٥  | ٥٩,٣  | %                     |          |
| ٥       | ١٠٦,٧٥٠         | ٧٨,٠٦               | ٠,٧٣              | ٢,٣٤            | ٩٠       | ٢١٥   | ٢٩٥   | العدد                 | ٥        |
|         |                 |                     |                   |                 | ١٥       | ٣٥,٨  | ٤٩,٢  | %                     |          |
| ٦       | ٩٢,١٧٠          | ٧٧,٢٢               | ٠,٧٧              | ٢,٣٢            | ١١٣      | ١٨٤   | ٣٠٣   | العدد                 | ٦        |
|         |                 |                     |                   |                 | ١٨,٨     | ٣٠,٧  | ٥٠,٥  | %                     |          |
| ٣       | ١٢٩,٠٩٠         | ٧٩,٠٠               | ٠,٧٦              | ٢,٣٧            | ١٠٣      | ١٧٢   | ٣٢٥   | العدد                 | ٧        |
|         |                 |                     |                   |                 | ١٧,٢     | ٢٨,٧  | ٥٤,٢  | %                     |          |
| الثاني  |                 | ٦٨,٠                | ٠,٦٩              | ٢,٠٤            |          |       |       | إجمالي الأثر الوجداني |          |

إجمالي الأثر الوجداني:- وافقت عينة الدراسة على محور الأثر الوجداني بمتوسط حسابي (٢,٠٤) ووزن نسبي مئوي (٦٨,٠).

٣- نتائج التأثيرات السلوكية:

توزعت التكرارات والنسب المئوية واختبار كا<sup>٢</sup> لإجابات أفراد مجتمع البحث على (٧) فقرات تمثلت بما يأتي:

الفقرة (١): ان البرامج الرياضية تساعد في تحفيزي للمشاركة الفعالة وخدمة الوطن

الفقرة (٢): ان الحلول التي تطرحها البرامج الرياضية إزاء القضايا التي تخص الانتماء الوطني تجعلني حريص على تطبيقها

الفقرة (٣): لم تجعلني البرامج الرياضية اتحدث مع اصدقائي حول الموروث الثقافي والانجازات والفعاليات التي تعكس صورة ايجابية عن العراق

الفقرة (٤): البرامج الرياضية تنمي وتطور أسلوب حياتي بما يتماشى مع قيمنا وتقاليدنا وتاريخنا

الفقرة (٥): ان غياب موضوعات الهوية الوطنية في البرامج الرياضية تجعلني أقل حماساً من المشاركة في النشاطات والفعاليات الرياضية

الفقرة (٦): من خلال ما تطرحه البرامج الرياضية من معلومات حول الانتماء للوطن تسهم في استخدامي لأساليب وطرق جديدة للتعامل مع الفعاليات الوطنية التي تظهر صورة ايجابية عن الوطن

الفقرة (٧): تساعد البرامج الرياضية في تحفيزي الى متابعة المباريات التي يكون فيها المنتخب الوطني العراقي طرفاً.

جدول (٢٢) يبين التكرارات والنسب المئوية واختبار كا<sup>٢</sup> لإجابات أفراد مجتمع الدراسة

| الترتيب | كا <sup>٢</sup> | الوزن النسبي المئوي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | لا أوافق | محايد | أوافق | العدد                | ال فقرات |
|---------|-----------------|---------------------|-------------------|-----------------|----------|-------|-------|----------------------|----------|
| ٢       | ١٥٠,٠٤٠         | ٨٠,١١               | ٠,٧٤              | ٢,٤٠            | ٩٠       | ١٧٨   | ٣٣٢   | العدد                | ١        |
|         |                 |                     |                   |                 | ١٥       | ٢٩,٧  | ٥٥,٣  | %                    |          |
| ٥       | ٧٠,٠٩٠          | ٧٥,٩٤               | ٠,٧٦              | ٢,٢٨            | ١١٣      | ٢٠,٧  | ٢٨٠   | العدد                | ٢        |
|         |                 |                     |                   |                 | ١٨,٨     | ٣٤,٥  | ٤٦,٧  | %                    |          |
| ٧       | ٢,٨٣٠           | ٦٨,٠٦               | ٠,٨٠              | ٢,٠٤            | ١٨١      | ٢١٣   | ٢٠,٦  | العدد                | ٣        |
|         |                 |                     |                   |                 | ٣٠,٢     | ٣٥,٥  | ٣٤,٣  | %                    |          |
| ٦       | ٤٢,٠١٠          | ٧٣,٧٢               | ٠,٧٧              | ٢,٢١            | ١٢٩      | ٢١٥   | ٢٥٦   | العدد                | ٤        |
|         |                 |                     |                   |                 | ٢١,٥     | ٣٥,٨  | ٤٢,٧  | %                    |          |
| ٤       | ٧٧,٤٧٠          | ٧٦,٤٤               | ٠,٧٦              | ٢,٢٩            | ١١١      | ٢٠,٢  | ٢٨٧   | العدد                | ٥        |
|         |                 |                     |                   |                 | ١٨,٥     | ٣٣,٧  | ٤٧,٨  | %                    |          |
| ٣       | ١٣٦,٦٣٠         | ٧٩,٦١               | ٠,٧١              | ٢,٣٩            | ٧٨       | ٢١١   | ٣١١   | العدد                | ٦        |
|         |                 |                     |                   |                 | ١٣       | ٣٥,٢  | ٥١,٨  | %                    |          |
| ١       | ١٦٣,١٧٠         | ٨٠,٥٠               | ٠,٧٤              | ٢,٤٢            | ٩٢       | ١٦٧   | ٣٤١   | العدد                | ٧        |
|         |                 |                     |                   |                 | ١٥,٣     | ٢٧,٨  | ٥٦,٨  | %                    |          |
| الثاني  |                 | ٦٨,٠                | ٠,٦٨              | ٢,٠٤            |          |       |       | إجمالي الأثر السلوكي |          |

إجمالي الأثر السلوكي:- وافقت عينة الدراسة على محور الأثر السلوكي بمتوسط حسابي (٢,٠٤) ووزن نسبي مئوي (٦٨,٠).

الاستنتاجات:-

- بناء على النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة خرجنا بالاستنتاجات الآتية: الاستنتاجات:
  - أصبح الجمهور الرياضي يعتمد على مصادر متعددة للحصول على المعلومات، ولم يعد التلفزيون المصدر الوحيد لمتابعة الأخبار الرياضية.
  - يتسم اختيار البرامج الرياضية بطابع انتقائي، حيث يفضل المشاهدون متابعة المحتوى الذي يتناسب مع اهتماماتهم الشخصية.

- ٣- يؤثر المستوى الاقتصادي على سلوكيات المشاهدة، إذ تزداد متابعة البرامج الرياضية بين الفئات ذات الدخل المرتفع.
- ٤- تحظى القنوات الرياضية الفضائية بجمهور واسع، حيث يتابعها المشاهدون بشكل منتظم، لكن دون التزام دائم.
- ٥- يُعتبر المساء الوقت الأمثل لمتابعة البرامج الرياضية، مما يعكس ارتباط عادات المشاهدة بالعوامل الزمنية والالتزامات اليومية.
- ٦- تسهم البرامج الرياضية في تعزيز الإحساس بالهوية الوطنية والانتماء، مما يظهر جلياً من خلال اهتمام الجمهور بها.
- ٧- يكمن الدافع الأساسي لمتابعة البرامج الرياضية في الرغبة في الاطلاع على أحدث المعلومات والأخبار، مما يؤكد أهميتها كمصدر رئيسي للمستجدات الرياضية.

### المراجع

١. احمد بدر، مناهج البحث في علم المعلومات والمكتبات، (الرياض: دار المريخ للنشر، ١٩٨٨م).
٢. أحمد شيروني ومباردي ومتكين أحمد وكمال طالب ومحمد نظام لاني وميرت كورناز ويوني أستوتي وبكير إرلون أورهان، الرياضة كأداة للقومية والوطنية: مراجعة منهجية للأدبيات حول دور الرياضة في تشكيل الهوية الوطنية في مختلف البلدان، جامعة نيجيري بادانج (إندونيسيا)، جامعة الإسلام نيجري محمود يونس باتوسانجكار (إندونيسيا)، العضو البرلماني سيلواني رايسن (الهند)، جامعة ماليزيا ترينجانو (ماليزيا)، جامعة حلبيش (تركيا)، جامعة إسطنبول أيدين (تركيا)، ٢٠٢٤م.
٣. بسام عبد الرحمن مشاقبة، نظريات الإعلام، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١١م).
٤. بسيوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة، (القاهرة: مكتبة نهضة الشرق للنشر، ١٩٩٦م).
٥. بشرى حميدي وهدي بن علي، دور البرامج الثقافية في ترسيخ الهوية الوطنية دراسة مسحية على عينة من طلبة جامعة يحي فارس بالمدينة في الفترة الممتدة ما بين ماي وجوان ٢٠٢٢، رسالة ماجستير منشورة، جامعة يحي فارس بالمدينة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ٢٠٢٢م.
٦. جون جوزيف، اللغة والهوية، (سلسلة عالم المعرفة، العدد ٣٤٢، أغسطس ٢٠٠٧م).
٧. حسن عماد مكاي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٨م).
٨. حمام محمد زهير، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، (عمان: أمواج للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م).
٩. رشا فواز الضامن، اعتماد الجمهور الكويتي على شبكات مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية، (المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد العاشر، إبريل ٢٠١٧م).
١٠. زيد محمد حسن، التعرض للبرامج الرياضية وانعكاساته على تشكيل اتجاهات الجمهور إزاء أزمة اتحاد كرة القدم، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة العراقية، كلية الإعلام، ٢٠٢٢م.
١١. شما بنت حمد بن خالد آل نهيان، التنمية الثقافية وتعزيز الهوية الوطنية، (الإسكندرية: دار العين للنشر، ٢٠١٣م).

١٢. سمير محمد حسين، تحليل المضمون – تعريفاته، مفاهيمه، محدداته، واستخداماته الأساسية، ط٢، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٦م).
١٣. ضياء هاشم جاسم المرسومي، نموذج لإنتاج البرامج الناجحة على قناة العراقية الرياضية (دراسة في برنامجي العراب ووقت إضافي)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأديان والمذاهب، كلية الإعلام والعلاقات، ٢٠٢٢م.
١٤. عبد الجبار توفيق البياتي ومحمد عبد العال وغازي خليفة، طرق ومناهج البحث العلمي، (عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨م).
١٥. عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الواحد والعشرين، (عمان: دار اليازوي، ٢٠١٦م).
١٦. عبد المحسن حامد أحمد، اعتماد الجمهور على الفضائيات العربية الإخبارية وعلاقته بمصادقية التلفزيون المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، ٢٠١٠م).
١٧. عبد النبي خزعل، فن تحرير الاخبار والبرامج في الفضائيات التلفزيونية والقنوات الاذاعية، (لبنان: دار النهضة، ٢٠١٠م).
١٨. علي طاهر الحمود، العراق من صدمة الهوية الى صحوة الهويات، (بغداد – بيروت: سلسلة دراسات اجتماعية مؤسسة مسارات، ٢٠١٢م).
١٩. غوستاف لوبون، سيكولوجية الجماهير، ترجمة هاشم صالح، (بيروت: دار الساقى للنشر والتوزيع، ١٩٩١م).
٢٠. فهد بن عبد الرحمن الشميمري، التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام؟، (الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، ٢٠١٠م).
٢١. كمال الحاج، نظريات الإعلام والاتصال، (الجمهورية العربية السورية: الجامعة الأفتراضية السورية، ٢٠٢٠م).
٢٢. محمد الجفيري، إعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية، (قطر: دار صناعة الإبداع للإنتاج والتوزيع، ٢٠١٥م).
٢٣. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط٣، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٠م).
٢٤. محمد عبيدات واخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، (عمان: دار وائل للنشر والطباعة، ١٩٩٧م).
٢٥. معد عاصي علي، البرامج الحوارية في قناة (الحررة عراق) برنامج (حديث النهرين) نموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام، ٢٠٠٨م.
٢٦. ج. غاياردو-كاماتشو، إي. لافين، ب. فرنانديز-غارسيا، (البرامج التلفزيونية الرياضية وعلاقتها بالجمهور الاجتماعي على منصة تويتر في إسبانيا)، ٢٠١٦م.
٢٧. موقع Britannica، تمت معاينته ١١/٥/٢٠٢٤م، <https://2u.pw/IDJgzaZ>

1. Ahmed Badr, Research Methods in Information and Library Science, Riyadh: Al-Mareekh Publishing House, 1988.
2. Ahmed Shironi, Mubardi, Metkin Ahmed, Kamal Talib, Muhammad

Nizam Lani, Mert Kornaz, Yuni Astuti, and Bekir Erlon Orhan, *Sport as a Tool of Nationalism and Patriotism: A Systematic Review of the Literature on the Role of Sport in Shaping National Identity in Different Countries*, University of Negeri Padang (Indonesia), State Islamic University Mahmud Yunus Batusangkar (Indonesia), Silwani Raisan Parliamentary Member (India), Universiti Malaysia Terengganu (Malaysia), Halic University (Turkey), Istanbul Aydin University (Turkey), 2024.

3. Bassam Abdulrahman Mashaqbeh, *Media Theories*, Amman: Osama Publishing and Distribution, 2011.
4. Bassiouni Ibrahim Hamada, *Media and Politics*, Cairo: Nahdat Al-Sharq Library, 1996.
5. Bushra Hamidi and Huda Ben Ali, *The Role of Cultural Programs in Consolidating National Identity: A Survey Study of a Sample of Students at Yahia Fares University of Medea*, Published Master's Thesis, Yahia Fares University of Medea, Faculty of Humanities and Social Sciences, 2022.
6. John Joseph, *Language and Identity*, World of Knowledge Series, Issue 342, August 2007
7. Hassan Emad Makkawi and Laila Hussein El-Sayed, *Communication and Contemporary Theories*, Cairo: Egyptian Lebanese House, 1998.
8. Hammam Mohammed Zuhair, *Content Analysis in Media Research*, Amman: Amwaj Publishing and Distribution, 2015.
9. Rasha Fawaz Al-Dhamen, "The Kuwaiti Audience's Dependence on Social Networking Sites as a Source of Information on Political Issues," *Scientific Journal of Journalism Research*, Issue 10, April 2017.
10. Zaid Mohammed Hassan, *Exposure to Sports Programs and Its Impact on Shaping Public Attitudes toward the Football Association Crisis*, Unpublished Master's Thesis, Iraqi University, College of Media, 2022.
11. Sheikha Shamma bint Hamdan bin Khalid Al Nahyan, *Cultural Development and the Promotion of National Identity*, Alexandria: Dar Al-Ain Publishing, 2013.
12. Samir Mohammed Hussein, *Content Analysis: Definitions, Concepts, Determinants, and Basic Uses*, 2nd ed., Cairo: Alam Al-Kutub, 1996.
13. Daaa Hashem Jassim Al-Marsoumi, *A Model for Producing Successful Programs on Al-Iraqiya Sports Channel: A Study of "Al-Arrab" and "Extra Time" Programs*, Unpublished Master's Thesis,

University of Religions and Denominations, College of Media and Relations,2022.

14. Abdul-Jabbar Tawfiq Al-Bayati, Mohammed Abdul-Aal, and Ghazi Khalifa, *Methods and Approaches of Scientific Research*, Amman: Al-Warraq Foundation for Publishing and Distribution,2008.

15. Abdul-Razzaq Al-Dulaimi, *Communication Theories in the Twenty-First Century*, Amman: Al-Yazouri Publishing House,2016.

16. Abdul-Mohsen Hamed Ahmed, *Audience Dependence on Arab News Satellite Channels and Its Relationship to the Credibility of Egyptian Television*, Unpublished Master's Thesis, Mansoura University, Faculty of Specific Education,2010.

17. Abdul-Nabi Khazal, *The Art of Editing News and Programs in Satellite Television and Radio Channels*, Lebanon: Dar Al-Nahda,2010.

18. Ali Taher Al-Hamoud, *Iraq: From the Shock of Identity to the Awakening of Identities*, Baghdad–Beirut: Masarat Foundation, Social Studies Series,2012.

19. Gustave Le Bon, *The Psychology of Crowds*, Translated by Hashem Saleh, Beirut: Dar Al-Saqi,1991.

20. Fahd bin Abdulrahman Al-Shamimri, *Media Literacy: How Do We Deal with the Media?*, Riyadh: King Fahd National Library,2010.

21. Kamal Al-Hajj, *Media and Communication Theories*, Syrian Arab Republic: Syrian Virtual University,2020.

22. Mohammed Al-Jafiri, *Preparation and Presentation of Radio and Television Programs*, Qatar: Dar Sina'at Al-Ibda' for Production and Distribution,2015.

23. Mohammed Abdul-Hamid, *Scientific Research in Media Studies*, 3rd ed., Cairo: Alam Al-Kutub,2000.

24. Mohammed Obaidat et al., *Scientific Research Methodology: Rules, Stages, and Applications*, Amman: Dar Wael for Publishing and Printing,1997.

25. Maad Assi Ali, *Talk Shows on Al-Hurra Iraq Channel: "Hadith Al-Nahrain" Program as a Model*, Unpublished Master's Thesis, University of Baghdad, College of Media,2008.

26. J. Gallardo-Camacho, E. Lavín, and P. Fernández-García, *Sports Television Programmes and Their Relationship with the Social Audience on Twitter in Spain*,2016.

27. Britannica website, accessed on 5/11/2024. <https://2u.pw/IDJgzaZ>