

**Applying public relations for official and community events to improve Iraq's image among Arab Gulf audiences
(A survey study of Arab audiences in the 25th Gulf Cup, Basra)**

توظيف العلاقات العامة للفعاليات الرسمية والمجتمعية لتحسين صورة العراق عند الجماهير الخليجية (دراسة مسحية للجماهير العربية في خليجي ٢٥ البصرة)

Dr. Leith Sabbar Jabeer*,
University of Misan - College of Political Science

م.د. ليث صبار جابر*،
جامعة ميسان – كلية الاعلام

ABSTRACT

This paper examines the use of public relations to improve the presence of Iraq among Arab Gulf audiences, supported by the government and society. The necessity to address this issue arises along with the need to understand the nature of the mental image formed in the minds of Arab audiences of the 25th Gulf Cup. Therefore, the study aims to understand the mental image formed among Arab audiences during the 25th Gulf Cup. The study includes the opinions of 100 Arab participants. The findings indicate that 67% agree with the positive interaction of the Iraqi public with the audiences, and Gulf citizens feel reassured and comfortable during their presence in Basra. However, 33% of the participants disagree with the global media's coverage of official and community events. The study recommends leveraging this experience in future planning for Iraqi sports and hosting additional tournaments.

الخلاصة

يهتم البحث في التعرف على مدى نجاح توظيف العلاقات العامة في تحسين صورة العراق لدى الجماهير الخليجية وما ترافق معها من جهد حكومي ودعم مجتمعي فان الحاجة تستدعي الوقوف عندها، والتعرف على طبيعة الصورة الذهنية التي تشكلت في أذهان الجماهير العربية في خليجي ٢٥، عن طريق تعرض الباحث لأراء الجماهير العربية الوافدة لمدينة البصرة والذين بلغ عددهم (١٠٠) مبحوثاً، حيث أظهرت النتائج أن نسبة ٦٧% رجحت أسبقية إجاباتهم لفئة (أتفق) على التعامل الايجابي للجمهور العراقي مع الجماهير العربية الوافدة من خلال الرسائل الايجابية التي أرسلوها عبر وسائل الإعلام، فضلاً عن شعور الخليجيين بالطمأنينة والراحة أثناء تواجدهم واحتكاكهم مع المجتمع البصري وما لمسوه من كرم الضيافة، فيما لم يتفق أغلب المبحوثين وبنسبة ٣٣% على أن الإعلام العالمي لم يتناول التغطية الإعلامية لما يحدث في خليجي ٢٥ من فعاليات متنوعة خطفت أنظار الرأي العام، لذا يوصي الباحث استثمار هذه التجربة في التخطيط المستقبلي للرياضة العراقية من أجل استضافة بطولات أخرى .

الكلمات المفتاحية:

العلاقات العامة ، الفعاليات ، الصورة ، الجماهير الخليجية .

Keywords:

Public Relations , Events , Image ,Gulf masses .

Received

استلام البحث

23/4/2023

Accepted

قبول النشر

25/5/2023

Published online

النشر الالكتروني

15/6/2023

مقدمة :

بعد مخاض عسير في إقامة البطولة الخليجية على أرض العراق والتي انتظرها الجمهور العراقي سنوات طويلة، تلك الأحلام المؤجلة منذ خليجي ٢٠ وبعدها، حيث كانت هنالك أسباب واهية والخوف من الوضع الأمني الذي للأسف الشديد البعض من ساهم إعلامياً ومحلياً في نشر ثقافة التهويل من انفتاح العراق دولياً لأسباب سياسية واقتصادية ودولية، رغم أن لكل بطولة على مستوى العالم جدوى اقتصادية ومعنوية تعود بالمنفعة من خلال استقطاب الشركات الاستثمارية وتطوير المرافق السياحية ووضع آلية وخطط الهدف منها زيادة الإقبال الجماهيري، وما يترتب عليه من دخولهم سواء على مستوى الحضور الجماهيري أو على صعيد الدولة نفسها، من خلال عمل تلك البوابة الاستثمارية التسويقية الرياضية، كأس خليجي ٢٥ في العراق فخامة الحدث وأهمية النشاط على المستوى الدولي ليس من ناحية الحضور والتحضير لهكذا بطولة أو التحديات في القدرة على الإدارة والتنظيم التي تليق بالبطولة، وإنما في تقديم سياسة رياضية مذهلة، عكست الوجه المشرق للبلد وغيّرت من صورته في أذهان الجماهير الخليجية، لما وُضفته الجهات المعنية من علاقات عامة ناعمة في تسويق السياسة الرياضية وما أنتجته من فعاليات رسمية ومجتمعية أوصلت من خلالها رسالة مهمة للرأي العام أن العراق قادر على استضافة أية بطولة على مستوى العالم، حيث إن العلاقات العامة للمؤسسات الحكومية وغير الحكومية قدمت تجربة مجانية للدول المجاورة ناجحة بجميع المقاييس الوضعية، نجحت في استقطاب الجماهير وتقديم أفضل صور من الكرم العربي الأصيل بعيداً عن جميع الأزمات حيث الهدف أسمى وأهم للبحث عن آلية الجذب والاستقطاب للإخوة العرب، وهذه تحسب للجمهور العراقي، وللقائمين على البطولة من اتحاد أو حكومة مركزية أو محلية، إعداد الجماهير كانت رائعة بلغت ٤٥٠ ألف متفرج كون الجمهور الخليجي كان متخوف من الأوضاع والصورة لم تنقل لهم بشكل واضح حيث إن الضبابية كانت هي السائدة وهو دليل على إن تأثير الإعلام المغرض أكثر من الإعلام الجاد، من هذا المنطلق يهتم البحث بدرجة أساسية في التعرف على مدى نجاح توظيف العلاقات العامة في تحسين صورة العراق لدى الجماهير الخليجية وما ترافق معها من جهد حكومي ودعم مجتمعي وتأيد جماهيري واسع فإن الحاجة تستدعي بالوقوف عندها ومعرفة التصورات التي تحملها الجماهير الخليجية عن البلد.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث

تقتضي الأصول العلمية ضرورة إن لا تنشئ فكرة البحث العلمي من فراغ حتى لا تنتهي إلى فراغ^(١)، وعلى هذا الأساس فإن السمة الرئيسية التي تميز البحث الحالي هي طبيعة الممارسات الدولية للعلاقات العامة في بيئات متنوعة، وإنجاحها في تحسين صورة العراق لدى الجماهير العربية في بطولة خليجي ٢٥ المقامة في البصرة، حيث شهدت تكاتف الجميع من أجل إنجاحها من أعلى الهرم لأسفله وهذا مؤشر جيد ومشجع لإقامة بطولات ذات ثقل أكبر وأيضاً مؤشر للضغط على الاتحاد الدولي وأصحاب القرار من أجل رفع الحظر عن الرياضة العراقية، وما يؤيد ذلك وسائل الإعلام الخليجي كانت حاضرة في جميع أيام البطولة، ولم تكتفي بنقل وقائع مسار المباريات، بل تحولت إلى نافذة إعلامية تقدم التجسيد اللحظي للفعاليات المجتمعية والثقافية والفنية فضلاً عن التضامن الإنساني وتفاعل الأوساط الشعبية والإعلامية التي ركزت على جماليات اللقاء، معتمدة على تأييد

(١) سمير محمد حسين ، دراسات في مناهج البحث العلمي - بحوث الإعلام ، (القاهرة : عالم الكتب للنشر والتوزيع ، ١٩٩٩م) ، ص ٦٩ .

الأوساط المجتمعية في بناء الثقة وكسب رضا الجماهير العربية وتكوين انطباعات وتصورات أسهمت في تحسين صورة العراق، ومن الملفت للانتباه لم يتم قياس تلك الصور منهجياً من أجل الوقوف على طبيعتها والتعرف على عوامل تشكيلها، على اعتبار أن الصور المخزونة تعد الأساس الذي تبنى عليه علاقات دول الجوار، لذا تمحورت مشكلة بحثنا في تساؤل رئيسي مفاده (ما دور العلاقات العامة في تحسين صورة العراق لدى الجماهير العربية في خليجي ٢٥؟)، وعن طريق هذا التساؤل تتفرع التساؤلات الآتية :

١. ما طبيعة الصورة الذهنية التي تحملها الجماهير العربية في كأس خليجي ٢٥ (سلبية أم ايجابية)؟
 ٢. ما المكونات التي بنيت على أساسها الصورة الذهنية في خليجي ٢٥ ؟
 ٣. ما مصادر العلاقات العامة التي اعتمدت عليها الجماهير العربية في تشكيل الصورة الذهنية عن خليجي ٢٥؟
 ٤. ما العوامل التي أسهمت في تشكيل الصورة الذهنية لدى الجماهير العربية في خليجي ٢٥ ؟
- ثانياً: أهمية البحث**

نظراً لأن البحث العلمي هو نشاط منظم وهادف فلا بد من القيام بتحديد الأهداف التي نروم تحقيقها من هذا البحث ^(١)، لذا تأتي أهمية البحث في :

١. تتجلى أهمية هذا البحث في الولوج إلى موضوع جديد وحديث نسبياً يشكل نقطة التقاء هامة بين موضوعين، ويعد واحد من المجالات المرتبطة بالعلاقات العامة وهي الصورة الذهنية وعلاقتها بالرياضة ومدى أهميتها، على أساس أن تكوين الصورة الذهنية الايجابية هي غاية ما تسعى إليه العلاقات العامة.
٢. يقدم هذا البحث رؤى واضحة ومحددة عن الصورة الذهنية التي تشكلت في أذهان الجماهير العربية في خليجي ٢٥ للجهات المعنية برسم سياسة البلد، ويوفر نتائج علمية يمكن أن تسهم في توظيف تلك المواقف في علاقات اقتصادية طويلة الأمد وتفاهات سياسية تساهم في عودة البلد كدولة لها تأثير في محيطها العربي والإقليمي، كون كرة القدم قد نجحت في تذويب جليد القطيعة الدبلوماسية بين دول الجوار وشكلت نقطة التقاء بين الأشقاء العرب .
٣. يقدم هذا البحث حقلاً علمياً جديداً في مجال دراسات الصورة، من أجل إرساء أطراً معرفياً ييسر للمهتمين والباحثين مصدرراً يمكن إن يرجعوا إليه في بحوثهم ودراساتهم المستقبلية في مجال تحليل الصورة الذهنية .
٤. الإحاطة بمجال العلاقات العامة وتوظيفها للأنشطة والفعاليات الرسمية والمجتمعية ومدى انعكاسها في بناء الصورة الذهنية الايجابية للعراق لدى الجماهير العربية في خليجي ٢٥ .

ثالثاً: أهداف البحث

- تتميز الدراسات والبحوث العلمية بوجود أهداف وغايات تسعى لتحقيقها، لذا فأن البحث الحالي يرمي إلى :
١. التعرف على طبيعة الصورة الذهنية التي تشكلت في أذهان الجماهير العربية في خليجي ٢٥ (سلبية أم ايجابية)
 ٢. التعرف على أنواع المكونات التي بنيت على أساسها الصورة الذهنية لدى الجماهير العربية في خليجي ٢٥ من حيث المعرفة والعاطفة والسلوك .
 ٣. تحديد أهم وسائل ومصادر العلاقات العامة التي اعتمدت عليها الجماهير العربية في تشكيل الصورة الذهنية عن خليجي ٢٥ .

(١) فوزي غرابية وآخرون ، أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية ، (عمان : دار وائل للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٢م) ، ص ١٥ .

٤. الوقوف على أهم العوامل التي ساعدت على تشكيل الصورة الذهنية لدى الجماهير العربية .
رابعاً: فرضية البحث

الفرض هو تقرير أو استنتاج يصوغه الباحث ويتبناه بصورة مؤقتة لتفسير بعض الحقائق والظواهر، ويكون هذا الفرض مرشداً للباحث في البحث الذي يقوم به والهدف الذي يريد التوصل إليه، كما أنه ليس مجرد تخمين أو مجرد أفكار مبدئية تتولد في الأذهان عن طريق الملاحظة العابرة بعيداً عن الحقائق المقررة، وإنما مبني على معلومات دقيقة أو خبرة علمية محددة^(١)، لذا أستاذت البحث إلى التحقق والاختبار من الفرضية الرئيسة الآتية (هناك علاقة بين المكونات المعرفية والنفسية والسلوكية للجماهير العربية والصورة المتشكلة لديهم إزاء خليجي ٢٥)، وتتفرع منها ثلاث فرضيات فرعية هي :

- أ. هناك علاقة بين المكون المعرفي للجماهير العربية والصورة المتشكلة لديهم إزاء خليجي ٢٥ .
- ب. هناك علاقة بين المكون النفسي للجماهير العربية والصورة المتشكلة لديهم إزاء خليجي ٢٥ .
- ج. هناك علاقة بين المكون السلوكي للجماهير العربية والصورة المتشكلة لديهم إزاء خليجي ٢٥ .

خامساً: نوع البحث ومنهجه

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التحليلية، التي تهدف إلى رصد ومتابعة وتحليل الظاهرة أو الحدث في فترة زمنية أو عدة فترات من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى أو المضمون والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره^(٢)، أما المنهج المتبع هو المنهج المسحي الذي يهتم بقياس حالة الأفراد والجماعات وسلوكهم وتخمين آرائهم ومواقفهم وانطباعاتهم وميولهم وصولاً للنتائج المرجوة، ووفقاً لطبيعة مجتمع البحث وعينته، قام الباحث بتصميم استمارة المقياس كأداة للحصول على المعلومات الدقيقة من أفراد عينة البحث، وثبت فيها العديد من الفقرات السلبية والإيجابية التي غطت الجوانب (الإدراكية والوجدانية والسلوكية) للصور التي تشكلت لدى أذهان الجماهير العربية عن خليجي ٢٥ المقام في البصرة .

سادساً: مجتمع البحث وعينته

أختار الباحث مجتمع بحثه بطريقة عمدية لما يراه من خصائص وسمات تتوفر في مفردات بحثه وبما يخدم الأهداف المحددة، حيث شمل مجتمع البحث (محافظة البصرة) كونها المدينة الوحيدة التي استضافت كأس خليجي ٢٥ والتي شهدت فعاليات رياضية واجتماعية وثقافية وفنية وتأييد شعبي غير مسبوق لاستقطاب الجماهير العربية القادمة من دول الجوار، ووفقاً "لطبيعة البحث لجأ الباحث إلى اختيار العينة (العمدية) لمجتمع بحثه والذي تمثلت بالجماهير العربية الحاضرة في كأس خليجي ٢٥، وذلك بعد التأكد من أنهم من دول الجوار، عن طريق توجيه سؤال شفهي لهم، والبالغ عددهم (١٠٠) مبحوثاً عربياً، وتم اختيار حجم العينة نسبة إلى رأي العالم (كورساج) في البحوث الإعلامية والاجتماعية ومعادلته (١٠٠+١) مفردة لكل متغير يعد ممثل طبيعي لحجم العينة الأمثل^(٣) .

(١) خالد عبد الله أحمد ، البحث العلمي في مجال الاتصال ، (أبو ظبي : دار البداية للنشر والتوزيع ، ٢٠١٦م) ، ص ٣٣٧ .

(٢) ربحي مصطفى عليان، وعثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي، (عمان : دار الصفاء للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٠م) ، ص ٤٢-٤٣ .

(٣) روجر ويمر، وجوزيف دومينيك، مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، (بيروت: دار المنظمة العربية للترجمة ، ٢٠١٣م) ، ص ١٩٣ .

سابعاً: مجالات البحث

١. **المجال المكاني للبحث:** تحدد المجال المكاني للبحث بـ(محافظة البصرة) كونها المدينة الوحيدة التي استضافت بطولة كأس خليجي ٢٥ بعد انقطاع دام ٤٠ عام .

٢. **المجال الزمني للبحث:** حدد الباحث المجال الزمني للبحث من (١ كانون الثاني ٢٠٢٣م) ولغاية (٢٨ كانون الثاني ٢٠٢٣م)، حيث شهدت هذه المدة فعاليات وأنشطة اجتماعية وثقافية وشعبية وإعلامية متنوعة قبل موعد انطلاق بطولة كأس خليجي ٢٥، تم خلالها توزيع الاستثمارات على المبحوثين واسترجاعها وفحصها وتفريغها وإجراء العمليات الإحصائية اللازمة عليها، ومن ثم دراسة نتائجها وتفسيرها ومقارنتها .

٣. **المجال البشري للبحث:** تمثل بال جماهير العربية التي جاءت إلى محافظة البصرة قبل انطلاق بطولة كأس خليجي ٢٥، حيث أختار الباحث عينة من تلك الجماهير والذين بلغ عددهم (١٠٠) مبحوثاً وزعت الاستثمارات بواقع (٧٠) استثماراً في ملعب جذع النخلة الذي أحتضن مباريات الكأس، و(٣٠) استثماراً في ملعب الميناء الذي أحتضن جزء من المباريات الأخرى .

ثامناً: أدوات البحث

قام الباحث بتصميم استثمار المقياس كأداة للحصول على المعلومات الدقيقة من أفراد عينة البحث، حيث وزعت الاستثمارات على أربعة جوانب أساسية هي المعلومات الديموغرافية، والعوامل التي أسهمت في تشكيل الصورة الذهنية لدى الجماهير العربية، ومصادر تشكيل الصورة الذهنية لديهم، فضلاً عن انطباعات الجماهير العربية عن خليجي ٢٥، ومن ثم ثبت فيها العديد من الفقرات السلبية والإيجابية التي غطت الجوانب (الإدراكية والوجدانية والسلوكية) للصور التي تشكلت لدى أذهان الجماهير العربية عن خليجي ٢٥، عبر الاسترشاد بالأهداف والتساؤلات البحثية التي وضعها الباحث، بعد ذلك تم تفريغ البيانات والمعلومات ومعالجتها إحصائياً واستخراج التكرارات والنسب المئوية وتفسيرها .

تاسعاً: إجراءات الصدق والثبات

الصدق: يعرف على أنه (يقيس الاختبار أو المقياس ما اعد لقياسه، بمعنى أنه إذا كان قد تم إعداده لقياس ظاهرة معينة أو مجال معين)^(١)، ولقياس الصدق تم عرض استثمار المقياس على مجموعة من المحكمين كما في الجدول (١) للحكم على صلاحيتها وتحديد مدى مناسبة المحاور المقترحة، وأشار المحكمين إلى عدد من الملاحظات أخذ بها الباحث، إذ بلغت نسبة الاتفاق فيها حسب معادلة استخراج الصدق (٨٩,٨%) :

ويمكن حساب الصدق الظاهري للاستثمار: $\frac{\text{مجموع نسب الفقرات التي اتفق عليها المحكمين}}{\text{عدد المحكمين}}$

$$\frac{449,1}{5}$$

$$=$$

$$= 89,8\%$$

(١) بركات عبد العزيز ، مناهج البحث الإعلامي ، (القاهرة : دار الكتاب الحديث للنشر والتوزيع ، ٢٠١١م) ، ص ١٩٥ .

إذن الصدق الظاهري يكون = ٨٩,٨ %

وهذه النسبة تشير إلى ان معظم الفقرات المطروحة في الاستمارة قابلة لتحقيق الهدف الذي وضعت لأجله.

جدول (١) يبين نسبة اتفاق الخبراء المحكمين على فقرات استمارة المقياس

ت	اسم الخبير العلمي	مكان العمل	عدد الفقرات الموافق عليها	عدد الفقرات التي طلب تعديها أو إضافتها	الفقرات التي لم يوافق عليها	المجموع الكلي للفقرات	الدرجة النهائية لكل محكم
١	أ.د علي جبار الشمري	جامعة بغداد - كلية الإعلام	٥٥	١٠	٠	٦٥	٨٤,٦ %
٢	أ.م.د حيدر عبد الزهرة الساعدي	جامعة ميسان - كلية التربية الأساسية	٦٠	٥	٠	٦٥	٩٢,٣ %
٣	أ.م.د عدنان جلاب منيجل	كلية الإمام الكاظم (ع) - قسم الإعلام	٥٨	٧	٠	٦٥	٨٩,٢ %
٤	أ.م.د حسين عبد الحسن مويح	جامعة ميسان - كلية العلوم السياسية	٦١	٤	٠	٦٥	٩٣,٨ %
٥	م.د محمد إسماعيل حسن	جامعة الإمام جعفر الصادق (ع)	٥٨	٧	٠	٦٥	٨٩,٢ %
المجموع			٢٩٢	٣٣	٠	٣٢٥	٤٤٩,١
نسبة اتفاق الخبراء على الفقرات			٨٩,٨ %				

أ- **الثبات:** ويعني مدى اتساق الاستمارة مع نفسها فيما تقيسه، أي مدى استقرار الإجابات التي يغطيها المبحوثين عن الأسئلة الموجهة لهم، فقد لجأ الباحث إلى استخراج الثبات بإعادة تحليل نسبة ٢٥ % أي (٢٥) استمارة ثم اختيارها عشوائياً وتم استخدام معادلة (كوبر) حيث بلغت نسبة الثبات (٠.٩٠) وهو معامل ثبات عالٍ يؤكد صلاحية الاستمارة للتحليل .

ب- **الخصائص السيكمترية لمقياس الصورة الذهنية متعدد الإبعاد:** إن استخراج الخصائص السيكمترية للمقياس التي تتضمن الوسط الحسابي والوسيط والمنوال والتباين والانحراف المعياري، تعطي صورة عن طبيعة العينة وتوزيعها ودرجة تمثيلها للمجتمع الذي أخذت منه، إذ كلما كانت درجة التمثيل عالية كلما زادت فرصة تعميم النتائج من العينة إلى المجتمع الذي أخذت منه والجدول (٢) يبين ذلك :

جدول (٢) يبين الخصائص السيكومترية لمقياس الصورة الذهنية

المقيا س	عدد الفقرا ت الكل	الوسط الحساب ي	الانحرا ف المعياري	أقصى درجة	أدنى درجة	الوسيط	النوا ل	التباين	المدى	الالتوا ع	التقلط ح
أنتف	30	1.76	9.65	73.0 0	35.0 0	65.0 0	69	93.08	38.0 0	-0.98	0.24
متوسط	30	1.51	8.25	41.0 0	15.0 0	22.0 0	17	68.12	26.0 0	0.70	-0.92
لا أنتف	30	0.950	5.202	37.0 0	8.00	13.0 0	14	27.057	29.0 0	3.36	14.24
المجموع		4.22	23.102	151	58	100	100	188.17 7	93	3.08	13.56

تاسعاً: مفاهيم البحث

من أساسيات البحث العلمي تحديد المفاهيم التي سيتم اختبارها ودراستها أو التي وردت في تساؤلات البحث :

١. **التوظيف إجرائياً:** مدى استخدام جهاز العلاقات العامة للأنشطة الاتصالية والفعاليات (الرسمية والمجتمعية) لتحسين صورة العراق لدى الجماهير العربية في خليجي ٢٥ من قبل الجهات والمؤسسات المعنية بهذا الحدث .
٢. **العلاقات العامة:** محاولة كسب تأييد الرأي العام لنشاط أو قضية أو حدث أو مؤسسة وذلك عن طريق الإعلام والإقناع والتكيف^(١) .
٣. **الفعاليات الرسمية والمجتمعية:** كل ما يقوم به جهاز العلاقات العامة من وظائف وأنشطة وفعاليات عبر وسائل الاتصال المختلفة من أجل التأثير الإيجابي ورسم الصورة الذهنية الإيجابية لدى الرأي العام.
٤. **الصورة الذهنية:** عملية معرفية نفسية نسبية ذات أصول ثقافية، تقوم على أدراك الأفراد الانتقائي المباشر وغير المباشر لخصائص وسمات موضوع ما (مؤسسة، فرد، جماعة، حدث وطني)، وتكوين اتجاهات عاطفية نحوه (إيجابية أو سلبية) وما ينتج عن ذلك من توجهات سلوكية (ظاهرة - باطنه) في إطار مجتمع معين، وقد تأخذ هذه المدركات والاتجاهات والتوجهات شكلاً ثابتاً أو غير ثابت، دقيقاً أو غير دقيق^(٢) .
٥. **الجماهير العربية:** حشد من الناس يجمعهم هدف مشترك أو حدث وطني مهم، ويتألف من أفراد ينتمون إلى جماعات وثقافات متباينة، جاءوا من مختلف دول الجوار لمؤازرة فرقهم الرياضية في خليجي ٢٥ المقام في البصرة، متنوعين في تركيبهم ويتلقون رسائل اتصالية في وقت واحد أو في أوقات متقاربة .

البحث الثاني: أهمية العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية

(١) J. Robinson, E , Communication and Public Relation , One Columbus Ohio , (Charles E : Merrill Book , 1996) , p39 .

(٢) أيمن منصور ندا ، الصورة الذهنية والإعلامية - عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير ، (القاهرة : دار المدينة برس للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٤م) ، ص ٢٩ .

أولاً: أهمية العلاقات العامة في الأحداث والبطولات الرياضية

تعد الأحداث الرياضية في المجتمعات المتحضرة من أهم النشاطات التي تشير إلى تطور الدول على اعتبار أن بناء الرياضة عملية حضارية واجتماعية متشابكة العوامل يشترك فيها المجتمع بأكمله كل يؤدي الدور المنوط به^(١)، لذا فتسويق الرياضة اليوم مجال ذو أهمية كبيرة وأصبح له تأثير فعال ومؤثر في بناء الصورة الذهنية للدول ويعتمد في ذلك على نوع الخدمات الرياضية المقدمة للجمهور، فالمتلقي يشتري قيمة الإشباع المتحققة والتي يحصل عليها أكثر من المنتج الرياضي نفسه، لذا يحتاج تسويق الرياضة إلى إدارة علاقات عامة ناجحة توظف أنشطتها الاتصالية وبرامجها الرياضية لتعكس الصورة الذهنية الايجابية للدول المستفيدة من إقامة الأحداث والبطولات الرياضية على أرضها وبين جمهورها وترسيخها في أذهان الجماهير الوافدة مع فرقها الرياضية المتنافسة.

عمل الاتحاد العراقي لكرة القدم بالتنسيق مع وزارة الشباب والرياضة على أقناع الاتحاد الدولي لكرة القدم (الفيفا) برفع الحظر عن الملاعب الرياضية التي كان آخرها عام ٢٠١٣م رغم امتلاك البلد ستة ملاعب مهمة، وبالفعل وافقت (الفيفا) على قرار رفع الحظر الجزئي عن ملاعب (البصرة وكربلاء وأربيل) لإقامة المباريات الودية، ثم عمل بعد ذلك على استضافة بطولة خليجي ٢٥ في البصرة بعد استقرار الأوضاع الأمنية والسياسية والاقتصادية في البلد فضلاً عن مرحلة حسن تنظيم وإدارة الملاعب، وبدأ حملات إعلامية كبيرة ومؤثرة لتسويق الرياضة العراقية للعالم، فضلاً عن التحركات التي أجراها كبار المسؤولين الرياضيين^(٢)، يضاف إلى ذلك نوعية الأنشطة التي قدمتها إدارة العلاقات العامة في وزارة الشباب والرياضة وتأييد الفعاليات المجتمعية التي عكست الصورة المشرقة للرياضة العراقية، أدى الأمر إلى أقناع (الفيفا) بإقامة خليجي ٢٥ في البصرة، هذا الحدث الرياضي قرب كثيراً بين أبناء الخليج العربي وأزال هاجز الخوف والقلق الذي كان في أذهانهم تجاه العراق بفعل ما صورة الإعلام المضاد .

لذا نجاح قرار إقامة خليجي ٢٥ في البصرة لم يكن اعتباطاً بل كانت وراءه جهود كبيرة اشتركت فيها جميع مؤسسات الدولة المعنية بالرياضة فضلاً عن المؤسسات الأخرى وبإسناد منظمات المجتمع المدني فضلاً عن التأييد الجماهيري الكبير، لذا شكلت العلاقات العامة في المؤسسات المعنية الركن الأساس في عملية الإعداد والاتصال والتخطيط لهذا الحدث الرياضي الكبير، لما تمتلكه من إمكانات في رسم الصورة المشرقة للبلد وصياغة الرسالة الاتصالية الخاصة بالرياضة العراقية، ولأجل إقناع الجماهير العربية وكسب ثقتهم، لا بد أن تكون هناك أنشطة ترويجية متكاملة من العلاقات العامة تكون الممهد لبلوغ الأهداف، والحاشد لبذل الجهود، والمحرك الرئيس للتواصل وتبادل الآراء^(٣) .

يرى الباحث أن العلاقات العامة بذلت جهود كبيرة في الترويج للأحداث الوطنية مستخدمة التقنيات الحديثة في عالم الاتصال، وأصبحت قادرة على ترجمة الأفكار إلى أفعال ملموسة باتجاه كسب الرأي العام، بل إنها قد تخطت الحدود الجغرافية لتخاطب الجماهير العربية لتضع البلد في طريق المنافسة الدولية، لذا شهدت الفترة التي سبقت انطلاق البطولة أنشطة اتصالية وفعاليات إعلامية وثقافية وحملات ترويجية، وما ترافق معها من جهد حكومي

(١) محمد خميس الحسيني ، التسويق الرياضي والقطاع الخاص العماني ، (عمان : ندوة مجلس التعاون الخليجي ، ١٩٩٩م) ، ص ٩٥ .

(٢) كريم مشط الموسوي ، وظيفة العلاقات العامة في إقناع الآخر لرفع الحظر الرياضي عن العراق ، جامعة بغداد : مجلة الآداب ، ع ١٢٨ آذار ، ٢٠١٩م ، ص ٥٣٠ .

(٣) ليث صبار الكعبي ، العلاقات العامة والترويج السياحي ، (الإمارات العربية المتحدة : دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع ، ٢٠١٩م) ، ص ٧٥ .

ودعم مجتمعي ودولي وتأييد جماهيري واسع فان الحاجة تستدعي بالوقوف عند هذه الأنشطة والفعاليات والجهود المتكاملة التي أدت في النهاية إلى النجاح في إقامة بطولة خليجي ٢٥ من العام ٢٠٢٣ ودراسة انعكاسها لدى أذهان الجماهير العربية .

ثانياً: مصادر تكوين الصورة الذهنية في العلاقات العامة لدى الجماهير الرياضية

وظفت الدول المتقدمة إمكانياتها ووسائلها الإعلامية المختلفة إلى مديات واسعة الانتشار والتأثير واستخدمت أساليب الإغراء والتشويق والإثارة بهدف خلق صورة ذهنية ايجابية عن هذه الدول لدى شعوب دول العالم الأخرى، فالعديد من الأحداث الدرامية والرياضية تركت بصماتها في ذاكرة المشاهدين عبر التغطيات الإخبارية والفضائية نتيجة ما تمارسه وسائل الإعلام من أدوار متنوعة لعرض الصورة الذهنية الايجابية والتأثير في مشاعر الآخرين وعواطفهم^(١)، وعلى النقيض من هذه الصورة تنقل لنا وسائل الإعلام المضاد صورة مشوهة عن المجتمع العراقي لدى الرأي العام العربي، واستطاعت خلق عامل القلق والخوف لدى الجمهور العربي وصورة العراق بلد الحروب والإرهاب وغير مؤهل لاستضافة أية بطولة رياضية على مستوى الخليج العربي أو حتى العالم، ولأهمية مصادر الحصول على المعلومات أشار (ايتيال دي سولاويل) إلى إن الدراسات المتتابعة لوسائل الإعلام أظهرت إن لوسائل الإعلام تأثيرات طفيفة على المواقف والأفعال إلا إن لها تأثيرات كبيرة في عملية خلق الصورة الذهنية، لذا صنف الكثير من الباحثين المصادر الإعلامية في العلاقات العامة إلى^(٢) :

١. المصادر المكتوبة والمقروءة: وتشمل المطبوعات بأنواعها (البوسترات، الملصقات، الفلكسات)، الصور والرسوم، اللوحات، المطويات، والصحف والمجلات .
٢. المصادر المرئية والمسموعة: وتشمل السينما والبرامج التلفزيونية والإذاعة وغيرها .
٣. الأساليب الاتصالية المباشرة: وتشمل إقامة الحفلات، الحملات الترحيبية، وتوجيه الدعوات، وتقديم الهدايا، المقابلات الاجتماعية، المعسكرات والملاعب الرياضية، الولائم والسفرات، ، الجلسات الحوارية، الأحاديث الشعبية، والمعارض الفنية والثقافية، ، والزيارات، والمؤتمرات .
٤. مصادر الإعلام الرقمي: وتشمل المواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي بأنواعها (الفيس بوك، اليوتيوب، أنستغرام، تويتر)^(٣)، حيث تميزت وسائل الإعلام الرقمي بتطبيقاتها المتنوعة وشكلت قنوات اتصال مهمة لمجال العلاقات العامة، نتيجة لما تتمتع به من مميزات التزمانية والانتشار والتحديث والتفاعل الآني، فضلاً عن أنها استطاعت بث وإيصال الرسائل الايجابية للمجتمع العراقي لدى الرأي العام العربي، نتيجة ما تناقلته من كرم الضيافة والاستقبال وما صورته من التضامن الشعبي للقاء الأشقاء العرب، وتكوين انطباعات ايجابية أسهمت في تحسين صورة العراق وقربت كثيراً بين أبناء الأشقاء العرب وهو الهدف الأسمى من إقامة البطولة بعيداً عن الفوز أو الخسارة .

ثالثاً: مفهوم الصورة الذهنية في العلاقات العامة وطبيعة مكوناتها النفسية

(١) مصطفى المصمودي ، النظام الإعلامي الجديد ، (الكويت : المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب ، ١٩٨٥م) ، ص ١٧٥ .
 (٢) عبد الرزاق الدليمي ، علوم الاتصال في القرن الحادي والعشرين ، (الأردن : دار اليازوري للنشر والتوزيع ، ٢٠١٧م) ، ص ١٢٩ .
 (٣) جاسم طارش العقابي ، العلاقات العامة الالكترونية ، (بغداد : دار عدنان للنشر والتوزيع ، ٢٠١٥م) ، ص ٥٢ .

يؤكد العالم (جفكينز) على إن الصورة هي "الانطباع الصحيح" لا يمثل تركية أخلاقية لمضمون الصورة بقدر ما يعني انعكاس مباشر لواقع من الممكن إن تتغير أو تتعدل تبعاً لتغيره أو توضيحه، حيث تشير الدراسات إلى إن أية تجربة جديدة يمكن إن تحدث تغييراً في الصورة بشكل مباشر وبالاتجاهات التالية^(١) :

١. إما إن تضيف إلى التصور الحالي معلومات جديدة . ٢. أو تدغم التصور الحالي .

٣. أو تحدث مراجعات طفيفة في هذا التصور . ٤. أو ينتج عنها إعادة بناء كامل للتصور .

وقد اهتمت العلاقات العامة بالتركيز على خلق صورة ذهنية مفتوحة يمكن تعديل حدودها في المستقبل تبعاً لمتغيرات البيئة واهتمامات الجمهور ودرجة التأثير والاستباق الزمني^(٢)، استناداً إلى ميزة إن الصورة الذهنية صورة مفتوحة أي أنها تستقبل كل الصور ثم تقوم بترتيب هذه الصور من جديد وقد تتغير هذه الصور أو تتوسع تدريجياً وتنمو وتتطور أو توضح زوايا في موضوع ما كانت باهته^(٣)، ويحاول (محمد أركون) توظيف هذا التصور في إطار الثقافة العربية إذ قال (إن مخيلنا الاجتماعي العربي هو الصرح الخيالي المليء برأس مالنا من المآثر والبطولات وأنواع المعاناة، الصرح الذي يسكنه عدد كبير من رموز الماضي مثل امرئ القيس حاتم الطائي وألف ليلة وليلة والأولياء الصالحين.. إضافة إلى رموز الحاضر والمارد العربي والغد المنشود..) ويصب تعريفه في مصلحة تأكيد وسائل الإعلام والمؤسسات الاجتماعية الأخرى في تشكيل المخيال الاجتماعي^(٤)، لذا عرفها الدكتور (علي عوجة) بأنها "النواتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين أو نظام ما أو شعب أو جنس بعينه أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم، بغض النظر عن صحة أو عدم صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعاً صادقاً ينظرون من خلاله إلى ما حولهم ويفهمونه أو يقدرونه على أساسها^(٥) لذا بعض الباحثين يرون أن الصورة الذهنية لها ثلاثة مكونات هي^(٦) :

١. **المكون الإدراكي (المعرفي):** يقصد به الجانب المعلوماتي في الصورة، إي المعلومات المتعلقة بموضوع ما ويتم اكتساب تلك المعلومات بشكل مباشر أو من خلال تواجد الفرد داخل محيط الموضوع أو قريب منه، أو بشكل غير مباشر من خلال الاتصال الشخصي أو وسائل الإعلام، وغالباً ما يخضع هذا المكون لعمليات انتقائية ذاتية في إشكاله ومراحله كافة .

٢. **المكون العاطفي (الوجداني):** يتضمن تكوين اتجاهات عاطفية سلبية أو ايجابية نحو موضوع الصورة، وليس بالضرورة أن تكون الاتجاهات سلبية فقد تكون ايجابية أو محايدة عندما يكون موضوع الصورة موضوعاً خارجياً تتساوى فيه المعلومات المؤيدة والايجابية فيه مع المعلومات المعارضة والسلبية.

٣. **المكون السلوكي:** يظهر هذا المكون في بعض السلوكيات الظاهرة (التحيز ضد جماعة ما أو القيام بأعمال عدوانية تجاه الجماعة) أو في بعض السلوكيات الباطنة (التقييم السلبي، الاستعلاء والازدراء)، وتبعاً لذلك نرى إن

(١) علي عوجة ، العلاقات العامة والصورة الذهنية ، (القاهرة : عالم الكتب للنشر والتوزيع ، ٢٠٠١م) ، ص ٧ .

(٢) علي عوجة ، المصدر نفسه ، ص ٨ .

(٣) سلافه فاروق فالح ، صورة العرب في الإعلام الأمريكي من خلال إخبار شبكة CNN الأمريكية ، أطروحة دكتوراه ، جامعة بغداد : كلية الإعلام ، ٢٠٠٤م ، ص ٣٨ .

(٤) محمد أركون ، نافذة على الإسلام ، ترجمة صباح الجهم ، (دمشق : دار عطية للنشر والتوزيع ، ١٩٩٧م) ، ص ١٨-١٩ .

(٥) باقر موسى جاسم ، الصورة الذهنية في العلاقات العامة ، (الأردن : دار أسامة للنشر والتوزيع ، ٢٠١٤م) ، ص ٥٦ .

(٦) أيمن منصور ندا ، مصدر سبق ذكره ، ص ٣٠ .

الاستخدام العقلي للصورة الذهنية يعني قدرة الفرد على الإدراك والموازنة فيما يمتلكه من تراكمات معرفية وإيجاد المقارنة بينهما تجاه الأشياء للوصول إلى اتخاذ القرار والحكم عليها، وهي بطبيعة الحال قابلة للتغيير أو الثبات على الرغم مما تتصف به من استباق زمني في معظمها تجاه الأشياء التي يواجهها الفرد أو ما تتميز به من إضافات للشحنات العاطفية في بعض مكوناتها .

رابعاً: العوامل المؤثرة على تكوين الصورة الذهنية في العلاقات العامة

١. **التنشئة الاجتماعية:** سيرورة مستمرة ومتغيرة على امتداد الحياة، تهدف إلى الاندماج المجتمعي النسبي والمتوالي من لدن الفرد، أيضاً باعتبارها وسيلة لاكتساب الشخصية طرائق التواصل والفعل وتحقيق التوافق النسبي عبر سياق الحياة الشخصية والاجتماعية للفرد، وتؤثر على سلوكه في المستقبل، وتمثل الأسرة الخلية الأولى والأساسية المؤثرة في معظم التغيرات كالميول والعادات والاتجاهات كجماعة أولية، ثم يبدأ تأثير البيئة الاجتماعية المحيطة به والمحاطة بمجموعة القيم والمعايير التي تمارس تأثيرها عليه^(١).

٢. **المؤثرات البيئية والثقافية:** لكل بيئة صورها الذهنية الشائعة والخاصة بها، فالثقافة السائدة والموروثات والعادات والتقاليد في المجتمع تمد الإنسان بخلفية للحكم على محتوى الصور الذهنية المتكونة لديه ومدى توافقها مع الإطار الثقافي في حالة الصور الايجابية أو تنافرها في حالة الخصائص غير المتوافقة مع ثقافته وبالتالي تصبح سلبية^(٢).

٣. **وسائل الإعلام:** تعد وسائل الإعلام من أهم العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية بسبب انتشارها الواسع وقدرتها على الإبهار والاستقطاب خاصة بعد انتشار المواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقاتها المتعددة، فضلاً عن أنها تمد الجمهور بالمعلومات عن مختلف القضايا وتكون اتجاهات إزائها، ويتوقف نجاحها إذ قامت بخلق صور جديدة لم تكن موجودة، أو ترسيخ التصورات الموجودة، أو العمل على تحويلها وتغييرها^(٣).

٤. **الخبرات السابقة:** تعد بمثابة شاشة ذهنية تقوم بالعرض نتيجة تفاعل كل ما يحتفظ به عقل الإنسان من معارف وخبرات ومعلومات جمعها من التعلم والدراسة والبيئة والثقافة وغيرها، ولعلها تدخل كسبب من أسباب عدم مطابقة الصورة الذهنية للواقع عن طريق عملها كمرشح لمرور المعلومات المكونة للصورة، وهذا لا يعد عيباً في الصورة بل فينا نحن الذي نكون الصورة ونسمح للخبرات السابقة بالتدخل في تكوينها وسرعان ما ننسى الحقائق المجردة ونتعامل مع الصورة على أنها الحقيقة ذاتها وننسى أنها تفسير وتقييم قمنا بها بنفسنا^(٤).

المبحث الثالث: توظيف العلاقات العامة للفعاليات الرسمية والمجتمعية لتحسين صورة العراق

عند الجماهير الخليجية (دراسة مسحية للجماهير العربية في خليجي ٢٥ البصرة)

(١) كامل كريم الدليمي ، صورة الولايات المتحدة الأمريكية قبل وبعد احتلال العراق ، (الأردن : دار الجنان للنشر والتوزيع ، ٢٠١٥م) ، ص ٤٩ .

(٢) كامل وسارة عبد العزيز ، صورة الصحفي في السينما ، (القاهرة : دار العربي للنشر والتوزيع ، ٢٠١٨م) ، ص ٨٠ .

(٣) خلف الحماد ، وسائل الإعلام ومنظمات المجتمع المدني ، (عمان : دار اليازوري للنشر والتوزيع ، ٢٠٢٠م) ، ص ٦٨ .

(٤) كامل وسارة عبد العزيز ، مصدر سبق ذكره ، ص ٨٠ .

يتناول البحث التحليل الوصفي لإجابات المبحوثين بحسب ما احتوته استمارة المقياس، والتي قسمت على محاور عدة هي المعلومات الديموغرافية، وطبيعة المكونات التي بنيت على أساسها الصورة الذهنية في خليجي ٢٥، ومصادر العلاقات العامة التي اعتمدت عليها الجماهير العربية في تشكيل الصورة الذهنية، فضلاً عن العوامل التي أسهمت في تشكيل الصورة الذهنية لدى الجماهير العربية، وعلى النحو الآتي :

أولاً: المعلومات الديموغرافية لإفراد عينة البحث

١. **النوع الاجتماعي (Gender):** توزع المبحوثين المشاركين في البحث ضمن العينة المختارة من الجماهير العربية التي كانت حاضرة في بطولة خليجي ٢٥ في البصرة بحسب متغير النوع الاجتماعي إلى فئة الذكور وجاءت إجابات المبحوثين بواقع (٧٥) مبحوثاً وبنسبة (٧٥%) إذ حلت في المرتبة الأولى من مجموع حجم عينة البحث، أما فئة الإناث حصلت على المرتبة الثانية بواقع (٢٥) مبحوثين وبنسبة (٢٥%) من مجموعة عينة البحث، أخذين بنظر الاعتبار النتيجة والاهتمام الكبير لفئة الرجال في مواضيع الرياضة باعتبارها أحد وسائل الترفيه والمتعة .

٢. **الفئة العمرية (Age group):** توزعت المعدلات العمرية للمبحوثين المشاركين بين مستويات عدة حيث صنفنا الفئة (١٨-٣٠ عاماً) بالمرتبة الثانية، بواقع (٢٤) مبحوثاً وبنسبة شكلت (٢٤%)، أما الفئة (٣١-٤٠ عاماً): جاءت هذه الفئة العمرية بالمرتبة الأولى مناصفة مع فئة (٤١-٥٠) وكان عدد من تقع أعمارهم ضمنها قد بلغ (٢٩) مبحوثاً شكلوا نسبة مئوية بلغت (٢٩%)، أما الفئة العمرية (٥١-٦٠ عاماً) جاءت هذه الفئة العمرية بالمرتبة الثالثة وكان عدد من تقع أعمارهم ضمنها قد بلغ (١٢) مبحوثاً مشكلين ما نسبته (١٢%)، أما الفئة (٦١ عاماً فأكثر) جاءت هذه الفئة العمرية بالمرتبة الأخيرة حيث بلغ عدد أعمار من وقعوا ضمنها (٦) مبحوثين وبنسبة بلغت (٦%)، إذ يلحظ هنا تزايد نسبة فئة الأعمار المتوسطة من العمر في التركيبة العمرية للمجتمع الخليجي ممن يشجعون البطولات الرياضية بشغف وحماس .

٣. **الحالة الاجتماعية (Marital Status):** توزعت معدلات الحالة الاجتماعية للمشاركين بين مستويات عدة كالآتي (متزوج) جاءت هذه الفئة بالمرتبة الأولى بواقع (٥٥) مبحوثاً وبنسبة شكلت (٥٩%)، أما فئة (أعزب) جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثانية بواقع (٤٠) مبحوثاً وبنسبة شكلت (٤٠%)، في حين حصلت الفئة (مطلق) على المرتبة الثالثة بواقع (٥) مبحوثاً وبنسبة شكلت (٥%)، وبما يمثل نسب متقاربة نوعاً ما مع الجدول السابق وتناسبها مع التركيبة العمرية للمجتمع الخليجي بدرجة متقاربة تمثيلاً لمجتمع الدراسة .

٤. **المستوى التعليمي (Educational level):** توزعت معدلات المستوى التعليمي للمبحوثين المشاركين ضمن عينة البحث كالآتي، (شهادة البكالوريوس) جاءت هذه الفئة بالمرتبة الأولى بواقع (٤٣) مبحوثاً شكلوا نسبة مئوية بلغت (٤٣%)، أما حملة (الشهادة العليا) جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثانية بواقع (١٨) مبحوثاً شكلوا نسبة مئوية بلغت (١٨%)، أما حملة (الشهادة الثانوية) جاءت هذه الفئة مناصفة مع فئة (أقرأ وأكتب) بالمرتبة الثالثة إذ بلغت (١٢) مبحوثاً بنسبة مئوية بلغت (١٢%)، أما حملة (شهادة المتوسطة) جاءت هذه الفئة بالمرتبة الرابعة بواقع (١٠) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (١٠%)، فيما حصدت الفئة (شهادة ابتدائية) على المرتبة الأخيرة بنسبة (٥%)، وبما يمثل تكاملاً واتساقاً مع جدول التركيبة العمرية للمبحوثين والمتوافق مع أعمارهم للحصول على هذه الشهادة أو تلك .

جدول (٣) يبين التوزيع النسبي في المعلومات الديموغرافية لعينة البحث

ت	المعلومات الديموغرافية	الصفة	التكرار	النسبة المئوية
١	الجنس	الذكور	٧٥	٧٥%
		الإناث	٢٥	٢٥%
٢	العمر	عاماً (٣٠-١٨)	٢٤	٢٤%
		عاماً (٤٠-٣١)	٢٩	٢٩%
		عاماً (٥٠-٤١)	٢٩	٢٩%
		عاماً (٦٠-٥١)	١٢	١٢%
		٦١ عاماً فأكثر	٦	٦%
		أقرأ وأكتب	١٢	١٢%
٣	المستوى التعليمي	شهادة ابتدائية	٥	٥%
		شهادة متوسطة	١٠	١٠%
		شهادة ثانوية	١٢	١٢%
		شهادة جامعية أولية	٤٣	٤٣%
		شهادة عليا	١٨	١٨%
		متزوج	٥٥	٥٥%
		أعزب	٤٠	٤٠%
٤	الحالة الاجتماعية	مطلق	٥	٥%
		المجموع	١٠٠	١٠٠%

٥. ما الانطباع المتكون لديك عن بطولة خليجي ٢٥ من حيث التنظيم وتقديم الخدمات بصورة عامة ؟
توزعت معدلات الانطباع المتكون لدى المشاركين بين اتجاهات عدة كالآتي (أيجابي) جاءت هذه الفئة بالمرتبة الأولى بواقع (٨٠) مبحوثاً وبنسبة شكلت (٨٠%)، أما فئة الاتجاه (متوسط) جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثانية بواقع (١٨) مبحوثاً وبنسبة شكلت (١٨%)، في حين فئة الاتجاه (سلبي) على المرتبة الثالثة بواقع (٢) مبحوثاً وبنسبة شكلت (٢%)، إذ يلحظ هنا طبيعة تفاعل الجماهير الخليجية مع بطولة خليجي ٢٥ وانطباعهم الايجابي عن إدارة وتنظيم هذه البطولة ومديات نجاحها وبالتالي سينعكس مستقبلاً على تعزيز العلاقات بين العراق ودول الخليج في مجالات عدة من ضمنها المجال الرياضي .

جدول (٤) يبين الانطباع المتكون لدى الجمهور عن خليجي ٢٥

ت	الانطباع المتكون لدى الجمهور عن	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
---	---------------------------------	---------	----------------	---------

			خليجي ٢٥	
١	ايجابي	٨٠	٨٠%	الأولى
٢	متوسط	١٨	١٨%	الثانية
٣	سلبي	٢	٢%	الثالثة
	المجموع	١٠٠	١٠٠%	

٦. متى كان قدومك للبصرة لمتابعة مباريات خليجي ٢٥ ؟

توزعت معدلات القدوم لمتابعة المباريات لدى المشاركين بين مستويات عدة كالآتي (قبل انطلاق البطولة) جاءت هذه الفئة بالمرتبة الأولى بواقع (٥٠) مبحوثاً وبنسبة شكلت (٥٠%)، أما فئة (بداية انطلاق البطولة) جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثانية بواقع (١٩) مبحوثاً وبنسبة شكلت (١٩%)، في حين فئة (الأيام الأخيرة للبطولة) على المرتبة الثالثة بواقع (١٣) مبحوثاً وبنسبة شكلت (١٣%)، أما فئة (عند وصول فريقي للأدوار النهائية) حصلت على المرتبة الرابعة بواقع (١١) وبنسبة (١١%)، أخيراً فئة (منتصف انطلاق المباريات) حصلت على (٧) وبنسبة (٧%)، إذ يلحظ هنا أن الجماهير الخليجية جاءت قبل انطلاق موعد البطولة بأشهر نتيجة ما لمسته من رسائل الترحيب الايجابية فضلاً عن الفعاليات المجتمعية والثقافية التي شهدتها مدينة البصرة لاستقبالهم والكرم المتأصل عند العراقيين بصورة عامة والبصريين بصورة خاصة .

جدول (٥) يبين معدلات القدوم لمدينة البصرة

ت	الصفة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	قبل انطلاق البطولة	٥٠	٥٠%	الأولى
٢	بداية انطلاق البطولة	١٩	١٩%	الثانية
٣	الأيام الأخيرة للبطولة	١٣	١٣%	الثالثة
٤	عند وصول فريقي المفضل للأدوار النهائية	١١	١١%	الرابعة
٥	منتصف انطلاق مباريات البطولة	٧	٧%	الخامسة
	المجموع	١٠٠	١٠٠%	

٧. ما طبيعة قدومك للبصرة ؟

توزعت معدلات طبيعة القدوم لمتابعة المباريات لدى المشاركين بين مستويات عدة كالآتي (عن طريق الجو إلى مطار البصرة الدولي) جاءت هذه الفئة بالمرتبة الأولى بواقع (٦٥) مبحوثاً وبنسبة شكلت (٦٥%)، أما فئة (عن طريق البر عبر الحدود الكويتية - العراقية) جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثانية بواقع (٢٩) مبحوثاً وبنسبة شكلت (٢٩%)، في حين فئة (عن طريق مطار بغداد الدولي ومنه لمطار البصرة) حصلت على المرتبة الثالثة بواقع (٦) مبحوثاً وبنسبة شكلت (٦%)، إذ يلحظ هنا أن الجماهير الخليجية كانت لديها الرغبة للمجيء عن طريق البر عبر الحدود الرابطة بين الكويت والعراق من أجل الاستكشاف والاطلاع على الطبيعة الديموغرافية البصرية المقاربة للطبيعة الخليجية والوشائج والعادات القديمة المتأصلة لدى البلدين .

جدول (٦) يبين طبيعة القدوم لمدينة البصرة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الصفة	ت
الأولى	٦٥%	٦٥	عن طريق الجو إلى مطار البصرة الدولي	١
الثانية	٢٩%	٢٩	عن طريق البر عبر الحدود الكويتية – العراقية	٢
الثالثة	٦%	٦	عن طريق مطار بغداد ومنه لمطار البصرة	٣
	١٠٠%	١٠٠	المجموع	

٨. هل قدومك للبصرة كان (بمفردك، مع عائلتك، مع أصدقائك، ضمن قافلة سياحية) :

توزعت معدلات القدوم لمتابعة المباريات لدى المشاركين بين مستويات عدة كالآتي (مع أصدقائك) جاءت هذه الفئة بالمرتبة الأولى بواقع (٤٥) مبحوثاً وبنسبة شكلت (٤٥%)، أما فئة (ضمن قافلة سياحية) جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثانية بواقع (٢٥) مبحوثاً وبنسبة (٢٥%)، في حين فئة (مع عائلتك) حصلت على المرتبة الثالثة بواقع (٢٠) مبحوثاً وبنسبة شكلت (٢٠%)، وأخيراً حصلت الفئة (بمفردك) على المرتبة الأخيرة بواقع (١٠) مبحوثاً وبنسبة (١٠%)، إذ يلحظ هنا تأثير رسائل الترحيب من قبل الشعب العراقي تجاه الأشقاء العرب عبر وسائل الإعلام المتنوعة فضلاً عن التسهيلات التي قدمتها الدولة للجماهير الخليجية فيما يخص تذاكر السفر وأماكن الإقامة والتذاكر المجانية لدخول المباريات، وأضيف إلى ذلك ما ينقل عن طبيعة الكرم العراقي لإخوانه الأشقاء شجع ذلك المجيء بشكل جماعات مع الأصدقاء أو العائلة أو ضمن قوافل برية سياحية .

جدول (٧) يبين صفة القدوم لمدينة البصرة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الصفة	ت
الأولى	٤٥%	٤٥	مع أصدقائك	١
الثانية	٢٥%	٢٥	ضمن قافلة سياحية	٢
الثالثة	٢٠%	٢٠	مع عائلتك	٣
الرابعة	١٠%	١٠	بمفردك	٤
	١٠٠%	١٠٠	المجموع	

ثانياً: طبيعة المكونات التي بنيت على أساسها الصورة الذهنية في خليجي ٢٥

نستعرض في هذا المحور نتائج فقرات مقياس طبيعة المكونات التي بنيت على أساسها الصورة الذهنية في خليجي ٢٥ من خلال الجداول الآتية، حيث يوضح فيها الباحث تكرارات إجابات أفراد العينة على كل فقرة من فقرات المقياس وتكراراتها والنسبة المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة ومدى تحقق دلالتها من عدمها، علماً بأن الوسط الفرضي لكل فقرة هو (11.4)، وكما هو في الجداول الآتية :

أ- المكون المعرفي: يقدم هذا المكون المؤشرات المعرفية الآتية :

بلغت قيمة الوسط الحسابي للفقرة ١ (السمة التاريخية والحضارة العريقة لبلد مثل العراق) (١٦.٠) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي، أي إن إجابات العينة كانت باختيارها بصدارة مقياس مؤشرات المكون المعرفي للصورة الذهنية وحلت بالمرتبة الرابعة في سياق هذا المكون وتفسر النتائج أن الجانب الحضاري والثقافي والتاريخي الذي يمتلكه العراق وكل ما يميز الحياة الاجتماعية وما يشتمل عليه من عادات ومفاهيم عبر الزمن لها

وقع كبير في البلدان الأخرى كونه بلد الحضارات ومنه انطلقت الكتابة الصورية ثم المسمارية لأول مرة في التاريخ البشري، فيما بلغت قيمة الوسط الحسابي للفقرة ٢ (التعامل الايجابي للجمهور العراقي مع الجماهير العربية) (١٦.٩) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي، أي إن إجابات العينة كانت باختيارها بصدارة مقياس مؤشرات المكون المعرفي وحلت بالمرتبة الثالثة وتفسر النتائج أن التعامل الايجابي ورسائل الترحيب التي وجهها الشعب العراقي كانت أحد عوامل التشجيع، حرصوا من خلالها في التعبير عن فرحتهم باستضافة خليجي ٢٥، وتوطيد العلاقات الأخوية الوثيقة التي تربط بين شعوب المنطقة، أما قيمة الوسط الحسابي للفقرة ٣ (حسن التنظيم وإدارة الملاعب الرياضية) بلغت (١٧.٩) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي، أي إن إجابات العينة كانت باختيارها بصدارة مقياس مؤشرات المكون المعرفي وحلت بالمرتبة الأولى، فيما بلغت قيمة الوسط الحسابي للفقرة ٤ (الأداء العالي للطاقت والجهات المسؤولة عن البطولة) (٩.٩٤) وهي أقل من قيمة الوسط الفرضي وحلت بالمرتبة الأخيرة، أما الوسط الحسابي للفقرة ٦ (اعتماد أساليب وآليات إبداعية جديدة ومبتكرة لعرض فعاليات الافتتاحية التي نفذت على أرض ملعب جذع النخلة والتي أبهرت العالم) بلغت (13.3) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي وحلت بالمرتبة السادسة وتفسر النتائج أن تعاقد اتحاد الكرة الرياضي مع كبرى شركات التنظيم للموندiales الرياضية (شركة لوريل) لتنظيم فعاليات البطولة وفقاً للمواصفات العالمية ودعم الحكومة المحلية في البصرة ساعد على أنجاح بطولة خليجي ٢٥ من خلال وحدة العمل الجماعي، فضلاً عن تهيئة ملعب جذع النخلة لاستضافة المباريات وملعب الميناء للتدريب وتوفير المباني السكنية والفنادق للوفود والضيوف، أما قيمة الوسط الحسابي للفقرة ٥ (التركيز على صورة العراق عن طريق الفعاليات الثقافية والمجتمعية التي قدمت في مدينة البصرة) بلغت (١٠.٣) وهي أقل من قيمة الوسط الفرضي وحلت بالمرتبة الثامنة، أما قيمة الوسط الحسابي للفقرة ٧ (ما ينقل أو يشاع عن طبيعة الكرم العراقي عموماً والبصري خصوصاً) بلغت (١١.٢) وهي أقل من قيمة الوسط الفرضي وحلت بالمرتبة السابعة وتفسر النتائج أن ما رفعته شوارع البصرة من عبارات الترحيب وما ترينت به ميادينها بأعلام دول الخليج، والاهتمام الكبير الذي قدمته الجهات المسؤولة ورغبتها في إنجاح البطولة فضلاً عن التأييد الجماهيري والفعاليات الاجتماعية التي امتلأت بها مناطق مدينة البصرة بكافة شرائحها من دعم وموارد ذاتية وإعلام وفنانين وأعمال تطوعية وكرم الضيافة، عكست الصورة المشرقة وأعطت انطباع إيجابي على حسن التنظيم، وبعثت رسائل إلى العالم عموماً والخليج خصوصاً أن شعب العراق شعب محب للحياة والرياضة، أما قيمة الوسط الحسابي للفقرة ٨ (الطبيعة الديموغرافية البصرية المقاربة للطبيعة الخليجية والوشائج والعادات القديمة) بلغت (١٥.٦) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي وحلت بالمرتبة الخامسة، في حين بلغت قيمة الوسط الحسابي للفقرة ٩ (كانت لدي تصورات سلبية عن الوضع العام في العراق عموماً والبصرة خصوصاً) (16.0) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي وحلت بالمرتبة الرابعة مناصفة مع الفقرة رقم ١، في حين بلغت الوسط الحسابي للفقرة ١٠ (اعتماد وسائل اتصالية جماهيرية تحقق أفضل فعالية لإيصال الرسائل إلى أكبر عدد من الجماهير العربية) (17.3) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي وحلت بالمرتبة الثانية وتفسر النتائج أن ما عكسته الطبيعة الديموغرافية البصرية أظهر كل ما طمسه الإعلام السلبي وسوقه عبر السنين عن أصالة هذا الشعب، بعد هذا الحدث الرياضي تستطيع البصرة إن ترجع قلب الخليج ومدينة التمدن الذي يقوم على أفكار التعدد والتنوع وقبول الآخر .

جدول (٨) يبين مؤشرات المكون المعرفي للصورة الذهنية

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	مقياس الصورة						مكونات الصورة الذهنية	ت
			لا أتفق		متوسط		أتفق			
			ت	%	ت	%	ت	%		
عالية	27.6	16.0	١٤ %	١٤	٢١ %	٢١	٦٥ %	٦٥	١ السمعة التاريخية والحضارة العريقة لبلد مثل العراق	
عالية	29.3	16.9	١٤ %	١٤	١٩ %	١٩	٦٧ %	٦٧	٢ التعامل الايجابي للجمهور العراقي مع الجماهير العربية	
عالية	30.9	17.9	١٤ %	١٤	١٧ %	١٧	٦٩ %	٦٩	٣ حسن التنظيم وإدارة الملاعب الرياضية	
منخفضة	17.2 1	9.94	١٤ %	١٤	٣٩ %	٣٩	٤٧ %	٤٧	٤ الأداء العالي للطايف والجهات المسؤولة عن البطولة	
منخفضة	17.8	10.3	١٣ %	١٣	٤١ %	٤١	٤٦ %	٤٦	٥ التركيز على صورة العراق عن طريق الفعاليات الثقافية والمجتمعية التي قدمت في مدينة البصرة	
عالية	23.0	13.3	١٠ %	١٠	٣٤ %	٣٤	٥٦ %	٥٦	٦ اعتماد أساليب وآليات إبداعية جديدة ومبتكرة لعرض فعاليات الافتتاحية التي نفذت على ارض ملعب جذع النخلة والتي أبهرت العالم	
منخفضة	19.4	11.2	١٢ %	١٢	٣٨ %	٣٨	٥٠ %	٥٠	٧ ما ينقل أو يشاع عن طبيعة الكرم العراقي عموماً والبصري خصوصاً	
عالية	27.1	15.6	١٠ %	١٠	٢٧ %	٢٧	٦٣ %	٦٣	٨ الطبيعة الديموغرافية البصرية المقاربة للطبيعة الخليجية والوشائج والعادات القديمة	
عالية	27.8	16.0	١٣ %	١٣	٢٢ %	٢٢	٦٥ %	٦٥	٩ كانت لدي تصورات سلبية عن الوضع العام في العراق عموماً والبصرة خصوصاً	
عالية	30.0	17.3	١٥ %	١٥	١٧ %	١٧	٦٨ %	٦٨	١٠ اعتماد وسائل اتصالية جماهيرية تحقق أفضل فعالية لإيصال الرسائل إلى اكبر عدد من الجماهير العربية	

ب- المكون العاطفي: يقدم هذا المكون المؤشرات العاطفية الآتية :

بلغت قيمة الوسط الحسابي للفقرة ١ (الشعور بالطمأنينة والراحة أثناء تواجدي في مدينة البصرة) (١٨.٨) وهي أكبر من قيمة الوسط الفردي أي إن إجابات العينة كانت باختيارها بصدارة مقياس مؤشرات المكون العاطفي

للصورة الذهنية وحلت بالمرتبة الثالثة في سياق هذا المكون، فيما بلغت قيمة الوسط الحسابي للفقرات ٢ (الأمن والأمان والأوضاع المستقرة للبلد) والفقرة ٣ (الاستقبال الحسن للجماهير العربية) بلغت (١٨.٣) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي أي إن إجابات العينة كانت باختيارها بصدارة مقياس مؤشرات المكون العاطفي وحلت بالمرتبة الرابعة مناصفة، أما قيمة الوسط الحسابي للفقرة ٤ (اهتمام الدولة بتوفير سبل الراحة للجماهير العربية) بلغت (١٢.٥) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي وحلت بالمرتبة السابعة، وتفسر النتائج دخول أعداد كبيرة من الخليجيين لمدينة البصرة قبل انطلاق البطولة بأيام كظاهرة لم تحدث منذ عام ٢٠٠٣ حيث بلغ عدد المتوافدين ٣٤ ألف وهذا مؤشر ايجابي ينعكس على عودة حركة السياحة في البصرة، وخاصة أنها تتميز بعدة خصائص جغرافية كوقوعها على شط العرب وقربها من الشريط الحدودي لدول الخليج عبر عدة منافذ برية كالشلامجة وسفوان وغيرها فضلاً عن الأوضاع الأمنية المستقرة وحملة الأعمار الواسعة فيها والفعاليات الشعبية التي امتازت بحسن الاستقبال وكرم الضيافة في شوارع وأزقة البصرة وكورنيش العشار رسمت لوحة وطنية متكاملة ما بين الدعم الحكومي والتأييد الجماهيري لإنجاح هذا الحدث الرياضي، فيما بلغت قيمة الوسط الحسابي للفقرة ٥ (التسهيلات التي قدمتها الدولة للجماهير العربية فيما يخص الفيزا والسفر وأماكن الإقامة) (١١.٨) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي وحلت بالمرتبة الثامنة، أما الوسط الحسابي للفقرة ٦ (التذاكر المجانية التي قدمتها الدولة العراقية للجماهير العربية) بلغت (2.73) وهي أقل من قيمة الوسط الفرضي وحلت بالمرتبة الأخيرة وتفسر النتائج أن الدولة العراقية قدمت الكثير من الدعم الحكومي من التسهيلات وإلغاء رسوم التأشيرات في المطارات والمنافذ البرية للوافدين العرب والأجانب فضلاً عن حجز أماكن الإقامة والسكن وتوزيع التذاكر المجانية لدخول المباريات يضاف لها النقل المجاني الداخلي باشتراك القطاعين الحكومي والخاص تعبيراً منها على انسيابية وإنجاح تنظيم البطولة، مما رسم مساراً سياسياً واقتصادياً واجتماعياً أبعد أن العراق لا يزال يحتفظ بعلاقاته القوية مع محيطه العربي، أما الوسط الحسابي للفقرة ٧ (الرسائل الايجابية التي أرسلها الشعب العراقي عبر وسائل الإعلام المتنوعة) بلغت (20.1) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي وحلت بالمرتبة الأولى، أما قيمة الوسط الحسابي للفقرة ٩ (التفاعل العاطفي بالتقصير نتيجة البعد عن الشعب العراقي كل هذه السنين بناء على معلومات مشوهة أو مغلوطة) بلغت (16.8) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي وحلت بالمرتبة السادسة، أما قيمة الوسط الحسابي للفقرة ١٠ (الحب المتأصل لأهل العراق الذي ورثناه من الأهل والأباء) بلغت (١٨.٩) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي وحلت بالمرتبة الثانية وتفسر النتائج أن شغف البعد عن العراق وسعادتهم باللقاء في هذا الحدث الذي يحمل دلالات قديمة متوارثة، هو من أعطى رونق للبطولة، فضلاً عن الرسائل المليئة بالمعاني الايجابية التي وجهتها الجماهير العراقية عبر وسائل الإعلام للمجيء ومشاهدة المباريات والاستمتاع بالمعالم الحضارية والسياحية تعبر عن الجينات والعروبية المتأصلة .

جدول (٩) يبين مؤشرات المكون العاطفي للصورة الذهنية

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	مقياس الصورة						مكونات الصورة الذهنية	ت
			لا أتفق		متوسط		أتفق			
			%	ت	%	ت	%	ت		
			ب. المكون العاطفي							
عالية	32.6	18.8	١٤ %	١٤	١٥ %	١٥	٧١ %	٧١	الشعور بالطمأنينة والراحة أثناء تواجدي في مدينة البصرة	١
عالية	31.8	18.3	١٤ %	١٤	١٦ %	١٦	٧٠ %	٧٠	الأمن والأمان والأوضاع المستقرة للبلد	٢
عالية	31.8	18.3	١٤ %	١٤	١٦ %	١٦	٧٠ %	٧٠	الاستقبال الحسن للجماهير العربية	٣
عالية	21.7	12.5	١٠ %	١٠	٣٧ %	٣٧	٥٣ %	٥٣	اهتمام الدولة بتوفير سبل الراحة للجماهير العربية	٤
عالية	20.4	11.8	١١ %	١١	٣٨ %	٣٨	٥١ %	٥١	التسهيلات التي قدمتها الدولة للجماهير العربية فيما يخص الفيزا والسفر وأماكن الإقامة	٥
منخفضة	4.73	2.73	٣٧ %	٣٧	٢٨ %	٢٨	٣٥ %	٣٥	التذاكر المجانية التي قدمتها الدولة العراقية للجماهير العربية	٦
عالية	34.8	20.1	٨ %	٨	١٩ %	١٩	٧٣ %	٧٣	الرسائل الايجابية التي أرسلها الشعب العراقي عبر وسائل الإعلام المتنوعة	٧
عالية	31.6	18.2	٩ %	٩	٢٢ %	٢٢	٦٩ %	٦٩	الطبيعة العنيفة لأهالي البصرة واستقبالهم العاطفي	٨
عالية	29.1	16.8	١٠ %	١٠	٢٤ %	٢٤	٦٦ %	٦٦	التفاعل العاطفي بالتقصير نتيجة البعد عن الشعب العراقي كل هذه السنين بناء على معلومات مشوهة أو مغلوطة	٩
عالية	32.7	18.9	١٢ %	١٢	١٧ %	١٧	٧١ %	٧١	الحب المتأصل لأهل العراق الذي ورثناه من الأهل والآباء	١٠

ت- المكون السلوكي: يقدم هذا المكون المؤشرات السلوكية الآتية :

بلغت قيمة الوسط الحسابي للفقرة ١ (الأساليب الاقناعية التي وظفت لخلق الرغبة لدى الجماهير العربية والمجيء للبطولة) (١١.١) وهي أقل من قيمة الوسط الفرضي وحلت بالمرتبة الثامنة في سياق هذا المكون وتفسر النتائج أن الفعاليات الرسمية والظاهرة الاجتماعية التي وظفت في مدينة البصرة فضلاً عن مرثونية الافتتاح الساحرة للبطولة واختيار شخصية (السندباد البحري) من حكايات ألف ليلة وليلة كشعار للبطولة أعطت لخليجي ٢٥ رمزية تحاكي قصص السندباد ورحلاته البحرية السبعة ليعود من جديد برحلة ثامنة في إشارة إلى المنتخبات السبع المشاركة عكست الهدف النبيل من أقامتها وخطفت أنظار العالم وولدت الرغبة بالمرجيء لمدينة البصرة،

فيما بلغت قيمة الوسط الحسابي للفقرة ٣ (تسهيل عمل الإعلاميين العرب المتواجدين في مدينة البصرة ورفدهم بالمعلومات اللازمة عن البطولة) (١٥.٢) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي وحلت بالمرتبة السادسة، أما قيمة الوسط الحسابي للفقرة ٤ (البرامج الرياضية التي نقلت ما يجري في مدينة البصرة لاستقبال الجماهير العربية وتسليطها الضوء على العادات السائدة) بلغت (١٥.٩) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي وحلت بالمرتبة الخامسة وتفسر النتائج أن الجهات المسؤولة أعطت الحرية لوسائل الإعلام العربي في نقل ما يحصل في مدينة البصرة وفي تغطية الحدث الرياضي ورفدهم بالمعلومات المتعلقة بالاستعدادات الخاصة بالتنظيم فضلاً عن نقل تصريحات رئيس الفيفا وتأكيدات رئيس الوزراء العراقي (محمد شياع السوداني) فيما يخص التأخي والمحبة مع الأشقاء العرب، أما الوسط الحسابي للفقرة ٦ (تواجد الجماهير العراقية ومن جميع المكونات والمذاهب والديانات عكست الوجه المشرق للعراق) بلغت (١٣.٨) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي وحلت بالمرتبة السابعة، أما الوسط الحسابي للفقرة ٧ (مصادقية الدولة في التعامل ومد جسور التلاحق الرياضي مع الأشقاء العرب) بلغت (9.94) وهي أقل من قيمة الوسط الفرضي وحلت بالمرتبة الأخيرة، أما قيمة الوسط الحسابي للفقرة ٩ (كنت متردداً بالقدوم للبصرة مع الشعور بالقلق نتيجة نقص المعلومات الموجبة للاطمئنان بالسفر والإقامة) بلغت (١٧.٠) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي وحلت بالمرتبة الرابعة، أما قيمة الوسط الحسابي للفقرة ١٠ (قدومي إلى البصرة لغرض استكشاف العراق من جديد والتعرف على ثقافته بعد كل هذا الغياب) بلغت (١٧.٩) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي وحلت بالمرتبة الثالثة وتفسر النتائج أن البادرة الإيجابية اللافتة التي أطلقتها جماهير البصرة من خلال مظاهر الكرم والترحيب والضيافة ومصادقية الدولة في التعامل الحسن وتكاتف الجماهير العراقية بمختلف مذاهبها ومكوناتها وانتماؤها وحضورها مدرجات الملعب عكست التقدير الكبير للأشقاء العرب

جدول (١٠) يبين مؤشرات المكون السلوكي للصورة الذهنية

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	مقياس الصورة						ت	
			لا أتفق		متوسط		أتفق			
			%	ت	%	ت	%	ت		
										مكونات الصورة الذهنية
ب. المكون السلوكي										
منخفضة	19.1	11.1	١٣ %	١٣	٣٦ %	٣٦	٥١ %	٥١	١	الأساليب الإقناعية التي وظفت لخلق الرغبة لدى الجماهير العربية والمجيء للبطولة
عالية	32.0	18.5	١١ %	١١	١٩ %	١٩	٧٠ %	٧٠	٢	الرعاية والاهتمام الذي نالته الجماهير العربية من حيث جودة ومستوى الخدمات التي قدمت لهم
عالية	26.3	15.2	١٣ %	١٣	٢٤ %	٢٤	٦٣ %	٦٣	٣	تسهيل عمل الإعلاميين العرب المتواجدين في مدينة البصرة ورفعهم بالمعلومات اللازمة عن البطولة

٤	البرامج الرياضية التي نقلت ما يجري في مدينة البصرة لاستقبال الجماهير العربية وتسليطها الضوء على العادات السائدة	٦٤	٦٤	٢٥	٢٥	١١	١١	١١	١٥.9	27.5	عالية
٥	مشاهدتي لحجم الدعم الحكومي المقدم للبطولة	٥٣	٥٣	٣٢	٣٢	١٥	١٥	١٥	11.0	19.0	منخفضة
٦	تواجد الجماهير العراقية ومن جميع المكونات والمذاهب والديانات عكست الوجه المشرق للعراق	٦١	٦١	١٩	١٩	٢٠	٢٠	٢٠	13.8	24.0	عالية
٧	مصادقية الدولة في التعامل ومد جسور التلاحق الرياضي مع الأشقاء العرب	٥٣	٥٣	٢٦	٢٦	٢١	٢١	٢١	9.94	17.2	منخفضة
٨	عفوية الترحيب والاستقبال الجماهيري حفزني للقدوم للبصرة للاطلاع عن كثب ومتابعة مباريات البطولة	٧١	٧١	١٧	١٧	١٢	١٢	١٢	18.9	32.7	عالية
٩	كنت متردداً بالقدوم للبصرة مع الشعور بالقلق نتيجة نقص المعلومات الموجبة للاطمئنان بالسفر والإقامة	٦٧	٦٧	٢١	٢١	١٢	١٢	١٢	17.0	29.5	عالية
١٠	قدومي إلى البصرة لغرض استكشاف العراق من جديد والتعرف على ثقافته بعد كل هذا الغياب	٦٩	٦٩	١٧	١٧	١٤	١٤	١٤	17.9	30.9	عالية

ثالثاً: مصادر العلاقات العامة التي اعتمدت عليها الجماهير العربية في تشكيل الصورة الذهنية لخليجي ٢٥

بلغت قيمة الوسط الحسابي لـ(المواقع الالكترونية) (١٢.٣) وهي أقل من قيمة الوسط الفرضي البالغة (16.0)، فيما بلغت قيمة الوسط الحسابي لـ(مواقع التواصل الاجتماعي) (٢٦.٤) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي وحلت بالمرتبة الأولى وتفسر النتائج تصدر فئة مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للبطولة من خلال توظيفها في تسويق الفعاليات المجتمعية لجماهير مدينة البصرة وعرض الواقع الحي لحملات الترحيب وكرم الضيافة وأتكتبت الاستقبال للوفود العرب ولما تمتاز به من سمات التفاعل والتعليق والمشاركة، فضلاً عن أبراز أهم معالم مدينة البصرة وإظهار صورة العراق الحقيقية من خلال المقاطع الإيجابية التي تداولها صانعي المحتوى الرقمي بشكل كبير وعلى اختلاف إشكالها ودورها في تشجيع الخليجيين للمجيء، أما قيمة الوسط الحسابي لـ(القنوات التلفزيونية) بلغت (٨.٤١) وهي أقل من قيمة الوسط الفرضي، أما الوسط الحسابي لـ(الصحف العالمية والعربية) بلغت (١٠.١) وهي أقل من قيمة الوسط الفرضي، أما الوسط الحسابي لـ(برامج التحليل الرياضي) بلغت (17.2) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي وحلت بالمرتبة الثانية عشر وتفسر النتائج ما حققه برنامج (المجلس) الذي يبث عبر قناة الكأس ومقدمة المبدع (خالد جاسم) من نتائج ايجابية وتلقى كبير خطف أنظار العالم وتفق على جميع البرامج الرياضية في المحطات الخليجية والعربية وأصبح حديث الشارع والأكثر مشاهدة مساء كل ليلة من ليالي البصرة الفيحاء، لاستضافته محليين خليجيين وعراقيين وإعلاميين محترفين تناولوا المشهد الرياضي باحترافية عكس من خلاله الوجه المشرق للكرم الرياضي العراقي حتى أصبح علامة مميزة من علامات خليجي

٢٥، ومصدر سعادة ومتعة للمشاهدين، فهو برنامج لم يكتفي بتحليل المباريات وعرض الأخطاء الكروية بطريقة مبتكرة تجذب المشاهدين وبأسلوب سهل بعيداً عن التعقيدات واللوغاريتمات الكروية من خبراء مشهود لهم بالكفاءة والخبرة، ويثق الجميع في آرائهم ورؤيتهم بحيادية وشفافية، وهو ما أكسب (المجلس) ومحلليه مصداقية لدى الجماهير التي تحب أن تسمع دائماً الحقيقة بل تناول أبرز وأهم الأماكن الأثرية والسياحية في البلاد التي تقام فيها البطولات والمسابقات، وهو ما يكسب المشاهد ثقافة إضافية عن البلد الذي يستضيف هذه الأحداث^(١)، أما قيمة الوسط الحسابي لـ(وسائل الإعلام العربي) بلغت (٩.٩٤) وهي أقل من قيمة الوسط الفرضي، أما قيمة الوسط الحسابي لـ(الاحتكاك المباشر مع الجماهير العراقية) بلغت (٢٣.٨) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي وحلت بالمرتبة الثانية وتفسر النتائج، فيما بلغت قيمة الوسط الحسابي لـ(الحملات الترحيبية) (23.4) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي وحلت بالمرتبة الثالثة، فيما بلغت قيمة الوسط الحسابي لـ(المعسكرات الرياضية في مدينة البصرة) (١٥.٩) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي، أما قيمة الوسط الحسابي لـ(الولائم العامة والخاصة) بلغت (١٢.٠٦) وهي أقل من قيمة الوسط الفرضي، أما الوسط الحسابي لـ(باص كأس الخليج المتجول) بلغت (١٦.٣) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي وتفسر النتائج أن جماهير مدينة البصرة سیرت حافلة عراقية قديمة حاملة كأس الخليج لتجوب جميع المحافظات العراقية من أجل تحفيز ودعوة الجماهير لحضور منافسات بطولة خليجي ٢٥.

جدول (١١) يبين مصادر الحصول على المعلومات

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا أتفق		متوسط		أتفق		مصادر الحصول على المعلومات	ت
			%	ت	%	ت	%	ت		
منخفضة	21.4	12.3	٢٠%	٢٠	٢٢%	٢٢	٥٨%	٥٨	المواقع الالكترونية	١
عالية	45.7	26.4	٩%	٩	٥%	٥	٨٦%	٨٦	مواقع التواصل الاجتماعي	٢
منخفضة	14.57	8.41	١٧%	١٧	٣٨%	٣٨	٤٥%	٤٥	القنوات التلفزيونية	٣
منخفضة	17.5	10.1	٣٣%	٣٣	٥١%	٥١	١٦%	١٦	الصحف العالمية والعربية	٤
منخفضة	20.0	11.6	١٤%	٩	٣٢%	٦٤	٥٤%	١٧	المقالات الرياضية	٥
عالية	29.7	17.2	٩%	١٤	٦٤%	٣٢	١٧%	٥٤	برامج التحليل الرياضي (برنامج المجلس)	٦
منخفضة	15.04	8.69	١٦%	١٦	٤١%	٤١	٤٣%	٤٣	البرامج الإذاعية الرياضية	٧
منخفضة	15.14	8.74	١٦%	١٦	٤٤%	٤٤	٤٠%	٤٠	التحقيقات والتقارير الرياضية	٨
منخفضة	17.21	9.94	٣٩%	٣٩	٤٧%	٤٧	١٤%	١٤	وسائل الإعلام العربي	٩

(١) لجنة الإعلام الرياضي، المجلس يخطف الأضواء في خليجي ٢٥، الموقع الالكتروني <https://qatarspc.qa/news-7452.html>، تاريخ الزيارة ٢٠ شباط ٢٠٢٣ م، ص ١.

١٠	الصور والرسوم الرياضية في الطرق والملاعب	٢٤	%٢٤	٥٩	%٥٩	١٧	%١٧	١٣.٠	٢٢.٥	منخفضة
١١	الاحتكاك المباشر مع الجماهير العراقية	٨١	%٨١	٨	%٨	١١	%١١	٢٣.٨	٤١.٣	عالية
١٢	الحملات الترحيبية	٨٠	%٨٠	٨	%٨	١٢	%١٢	٢٣.٤	٤٠.٥	عالية
١٣	المعسكرات الرياضية في مدينة البصرة	١٥	%١٥	٦٥	%٦٥	٢٠	%٢٠	١٥.٩	٢٧.٥	عالية
١٤	المعارض الرياضية	١٣	%١٣	٦٧	%٦٧	٢٠	%٢٠	١٧.٠	٢٩.٤	عالية
١٥	الشخصيات المشهورة	٦٤	%٦٤	١٩	%١٩	١٧	%١٧	١٥.٣	٢٦.٦	منخفضة
١٦	الاحتفالات الجماهيرية	٦٢	%٦٢	٢٣	%٢٣	١٥	%١٥	١٤.٥	٢٥.١	منخفضة
١٧	الولائم العامة والخاصة	٣٢	%٣٢	٤٦	%٤٦	٢٢	%٢٢	٦.٩٦	١٢.٠٦	منخفضة
١٨	باص كأس الخليج المتجول	١٧	%١٧	٦٦	%٦٦	١٧	%١٧	١٦.٣	٢٨.٣	عالية
١٩	المؤتمرات والندوات	٤٥	%٤٥	٣٨	%٣٨	١٧	%١٧	٨.٤١	١٤.٥٧	منخفضة

رابعاً: العوامل المؤثرة التي أسهمت في تشكيل الصورة الذهنية لدى الجماهير العربية في خليجي ٢٥ بلغت قيمة الوسط الحسابي لـ(تأثري بالعائلة والأصدقاء) (8.74) وهي أقل من قيمة الوسط الفرضي البالغة (14.8) وحلت بالمرتبة الأخيرة، فيما بلغت قيمة الوسط الحسابي لـ(من خلال السفر والاحتكاك المباشر بثقافة المجتمع العراقي) (20.4) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي وحلت بالمرتبة الثانية، أما قيمة الوسط الحسابي لـ(متابعتي للبرامج الرياضية التلفزيونية) بلغت (9.82) وهي أقل من قيمة الوسط الفرضي وحلت بالمرتبة السابعة، فيما بلغت قيمة الوسط الحسابي لـ(حسن التنظيم والاستقبال وتقديم الخدمات من قبل الجهات الرسمية والمجتمعية) (16.6) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي وحلت بالمرتبة الرابعة، أما قيمة الوسط الحسابي لـ(مشاهدتي للفعاليات المجتمعية والثقافية التي أقيمت في مدينة البصرة) بلغت (19.0) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي وحلت بالمرتبة الثالثة، أما قيمة الوسط الحسابي لـ(رسائل التأييد والترحيب للجماهير العراقية) بلغت (20.9) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي وحلت بالمرتبة الأولى، فيما بلغت قيمة الوسط الحسابي لـ(تجربتي من خلال تفوق هذه البطولة عن البطولات الأخرى التي حضرتها سابقاً في دول أخرى) (11.9) وهي أقل من قيمة الوسط الفرضي وحلت بالمرتبة الرابعة، أما قيمة الوسط الحسابي لـ(الترندات في مواقع التواصل الاجتماعي) بلغت (12.8) وهي أقل من قيمة الوسط الفرضي وحلت بالمرتبة الخامسة، وتفسر النتائج تأثر الخليجيين بحجم التفاعل والترحيب من خلال المجيء والاحتكاك المباشر بالمجتمع العراقي الأمر الذي أعطى انطباع إيجابي على حسن النية لاحتضان بطولة خليجي ٢٥ وهذا ما عكسته الفعاليات الرسمية للجهات الحكومية فضلاً عن حجم الدعم الجماهيري ورسائل الترحيب التي نقلت من خلال وسائل الإعلام المتنوعة وتناقلتها محطات وقنوات عربية لتعبر عن الإبداع في كرم الضيافة وحسن المستوى والتنظيم للبطولة، وما شهدته هذه البطولة من تكاتف الجميع من أجل إنجاحها وهذا مؤشر جيد ومشجع لإقامة بطولات أخرى وإزالة النظرة السلبية

عن بلد مثل العراق وإعادة لم الشمل العربي وان نجاح هذه البطولة يجب إن لا ينسب إلى مدينة أو شخص معين وإنما يجب إن ينسب إلى العراق فقط .

جدول (١٢) يبين العوامل المؤثرة على تكوين الصورة الذهنية

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا أتفق		متوسط		أتفق		العوامل المؤثرة	ت
			%	ت	%	ت	%	ت		
منخفضة	15.14	8.74	%١٦	١٦	%٤٠	٤٠	%٤٤	٤٤	تأثري بالعائلة والأصدقاء	١
عالية	35.3	20.4	%١١	١١	%١٥	١٥	%٧٤	٧٤	من خلال السفر والاحتكاك المباشر بثقافة المجتمع العراقي	٢
منخفضة	17.01	9.82	%١٦	١٦	%٣٤	٣٤	%٥٠	٥٠	متابعتي للبرامج الرياضية التلفزيونية	٣
عالية	28.7	16.6	%١٢	١٢	%٢٢	٢٢	%٦٦	٦٦	حسن التنظيم والاستقبال وتقديم الخدمات من قبل الجهات الرسمية والمجتمعية	٤
عالية	32.9	19.0	%٩	٩	%٢١	٢١	%٧١	٧١	مشاهدتي للفعاليات المجتمعية والثقافية التي أقيمت في مدينة البصرة	٥
عالية	36.2	20.9	%١٠	١٠	%١٥	١٥	%٧٥	٧٥	رسائل التأييد والترحيب للجماهير العراقية	٦
منخفضة	20.6	11.9	%٢٣	٢٣	%٢٠	٢٠	%٥٧	٥٧	تجربتي من خلال تفوق هذه البطولة عن البطولات الأخرى التي حضرته سابقاً في دول أخرى	٧
منخفضة	22.2	12.8	%١٥	١٥	%٢٧	٢٧	%٥٨	٥٨	الترندات في مواقع التواصل الاجتماعي	٨

• أبرز النتائج (Conclusions) :

١. أظهرت النتائج أن نسبة ٦٧% من المبحوثين رجحت أسبقية إجاباتهم لفئة (أتفق) على التعامل الايجابي للجمهور العراقي مع الجماهير العربية الوافدة لمدينة البصرة من خلال الرسائل الايجابية التي أرسلها الشعب العراقي وتناقلتها وسائل الإعلام العربي والخليجي والعراقي .
٢. أظهرت النتائج أن نسبة ٧١% من المبحوثين رجحت أسبقية إجاباتهم لفئة (أتفق) شعور الخليجيين بالطمأنينة والراحة أثناء تواجدهم في مدينة البصرة من خلال احتكاكهم المباشر مع المجتمع البصري وما لمسوه من حسن الكرم والضيافة ومستوى الخدمات التي قدمت لهم .
٣. رجحت إجابات المبحوثين وبنسبة ٨٦% تصدر مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج لبطولة خليجي ٢٥ من خلال توظيفها في تسويق الفعاليات المجتمعية والثقافية لجماهير مدينة البصرة وعرض الواقع الحي لحملات الترحيب والاستقبال وكرم الضيافة .
٤. لم يتفق أغلب المبحوثين وبنسبة ٣٣% على أن الإعلام العالمي لم يتناول التغطية الإعلامية لما يحدث في خليجي ٢٥ من فعاليات رسمية ومجتمعية خطفت أنظار الرأي العام، وكشفت زيف الإعلام المغرض الذي كان لا يبيث للعالم سوى الصور المأسوية عن العراق في الصحف العالمية .
٥. أظهرت النتائج أن للإعلام الخليجي دور في التسويق للبطولة ومدينة البصرة وعكس الصورة المشرفة للبلد ككل رغم وجود بعض السلبيات وإغفال النظر عنها وإبراز الايجابيات وتعزيزها.

• التوصيات (Recommendations) :

١. استثمار هذه التجربة في التخطيط المستقبلي للرياضة العراقية من أجل استضافة بطولات أخرى، وهذا ما رأيناه فعلاً من قبل اتحاد (الفيفا) لكرة القدم من خلال الإشادة بالجهود الحكومية والشعبية التي أدت إلى أنجاح هذه البطولة .
٢. ضرورة الاستعانة بالأكاديميين في مجال العلاقات العامة والإعلام بصفة أعضاء في اللجان الرئاسية التي يتم تشكيلها عند الترويج والإعداد لأي حدث وطني مهم .
٣. تلافي بعض الإخفاقات الحاصلة في عملية بيع وتسويق تذاكر الدخول للملاعب واستخدام الانترنت في ذلك ومنع الاحتكار والتلاعب بالأسعار وإبعاد الشخصنة والمحسوبية في الحصول على التذاكر .
٤. عقد جلسة تقييم للبطولة والعمل على تشخيص الإخفاقات وإيجاد السبل الكفيلة لتلافيها وتعزيز النجاحات المتحققة وتقييم اللجان بحسب مهامها والعمل على ترشيحها وفقاً للمعايير المعمول بها دولياً .
٥. الاهتمام بتطوير البنى التحتية وتحسين المرافق والملاعب الرياضية الأكثر استيعاباً للجماهير ولتكون مناسبة لمختلف الظروف المناخية لأن ذلك سوف يترك الأثر الطيب في جلب المال ورجال الأعمال الخليجيين وبإدارة خير للاستثمار وتحقيق الفائدة الاقتصادية للعراق .

❖ المصادر والمراجع

- (١) أيمن منصور نداء، الصورة الذهنية والإعلامية - عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير، (القاهرة: دار المدينة برس للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤م) .
- (٢) باقر موسى جاسم، الصورة الذهنية في العلاقات العامة، (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م) .
- (٣) بركات عبد العزيز، مناهج البحث الإعلامي، (القاهرة: دار الكتاب الحديث للنشر والتوزيع، ٢٠١١م) .

- ٤) جاسم طارش العقابي، العلاقات العامة الالكترونية، (بغداد، دار عدنان للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م).
- ٥) خالد عبد الله أحمد، البحث العلمي في مجال الاتصال، (أبو ظبي: دار البداية للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م).
- ٦) خلف الحماد، وسائل الإعلام ومنظمات المجتمع المدني، (عمان، دار اليازوري للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠م).
- ٧) ربحي مصطفى عليان، و عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي. (عمان: دار الصفاء للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠م).
- ٨) روجر ويمر، و جوزيف دومينيك، مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، (بيروت: دار المنظمة العربية للترجمة، ٢٠١٣م).
- ٩) سلافه فاروق فالح، صورة العرب في الإعلام الأمريكي من خلال إخبار شبكة CNN الأمريكية، أطروحة دكتوراه، جامعة بغداد: كلية الإعلام، ٢٠٠٤م.
- ١٠) سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي - بحوث الإعلام، (القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع، ١٩٩٩م).
- ١١) عبد الرزاق الدليمي، علوم الاتصال في القرن الحادي والعشرين، (الأردن: دار اليازوري للنشر والتوزيع، ٢٠١٧م).
- ١٢) علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، (القاهرة: عالم الكتب للنشر، ٢٠٠١م).
- ١٣) فوزي غرابية وآخرون، أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، (عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢م).
- ١٤) كامل كريم الدليمي، صورة الولايات المتحدة الأمريكية قبل وبعد احتلال العراق، (الأردن: دار الجنان للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م).
- ١٥) كامل وسارة عبد العزيز، صورة الصحفي في السينما، (القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٨م).
- ١٦) كريم مشط الموسوي، وظيفة العلاقات العامة في إقناع الآخر لرفع الحظر الرياضي عن العراق، جامعة بغداد: مجلة الآداب، ع ١٢٨ آذار، ٢٠١٩م.
- ١٧) لجنة الإعلام الرياضي، المجلس يخطف الأضواء في خليجي ٢٥، الموقع الالكتروني <https://qatarspc.qa/news-7452.html>، تاريخ الزيارة ٢٠ شباط ٢٠٢٣م.
- ١٨) ليث صبار الكعبي، العلاقات العامة والترويج السياحي، (الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع، ٢٠١٩م).
- ١٩) محمد أركون، نافذة على الإسلام، ترجمة صباح الجهيم، (دمشق: دار عطية للنشر والتوزيع، ١٩٩٧م).

٢٠) محمد خميس الحسيني، التسويق الرياضي والقطاع الخاص العماني، (عمان: ندوة مجلس التعاون الخليجي، ١٩٩٩م).

٢١) مصطفى المصمودي، النظام الإعلامي الجديد، (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ١٩٨٥م).

Funding

No funding received for this work

Conflicts Of Interest

None

Acknowledgment

None

References:

- 1) Abdul Razak al-Dalimi, Communication Science in the 21st Century, (Jordan: Yazuri Publishing and Distribution House, 2017).
- 2) Ali Agha, Public Relations and Mental Image, (Cairo: World of Books for Publishing and Distribution, 2001).
- 3) Ayman Mansour Nada, Mental and Media Image - Shaping Factors and Strategies for Change, (Cairo: Al-Madina Press Publishing and Distribution House, 2004).
- 4) Baqer Musa Jasim, mental image in public relations, (Jordan: Dar Osama Publishing and Distribution, 2014).
- 5) Barakat Abdelaziz, Media Research Curriculum (Cairo: Modern Book House for Publishing and Distribution, 2011).
- 6) J. Robinson, E, Communication and Public Relation, One Columbus Ohio ، (Charles E. Merrill Book ،1996) .
- 7) Jasim Tarsh Al-Qabi, Electronic Public Relations, (Baghdad, Adnan Publishing and Distribution House, 2015).
- 8) Kamel Al-Dalimi, photo of the United States of America before and after the occupation of Iraq, (Jordan: Dar al-Jinnan Publishing and Distribution, 2015).

- 9) Kamel and Sarah Abdelaziz, Photo of journalist in cinema, (Cairo: Dar al-Arabi Publishing and Distribution, 2018).
- 10) Karim Masht al-Mousavi, public relations function in persuading others to lift the sports ban on Iraq, Baghdad University: Journal of Arts, 128 March, 2019.
- 11) Khalaf al-Hammad, media and civil society organizations, (Oman, Yazuri Publishing and Distribution House, 2020).
- 12) Khalid Abdullah Ahmed, Scientific Research in the Field of Communication (Abu Dhabi: Dar Al-Jasra Publishing & Distribution, 2016).
- 13) Leith Sabar Al Kaabi, Public Relations and Tourism Promotion, (United Arab Emirates: University Book House for Publishing and Distribution, 2019).
- 14) Mohammed Khamis Al Hussein, Sports Marketing and the Omani Private Sector, (Oman: Gulf Cooperation Council Symposium, 1999).
- 15) Mostafa al-Musmoudi, the new media system, (Kuwait: National Council for Culture, Arts and Literature, 1985).
- 16) Muhammad Arkun, Window on Islam, Translation of Sabah Al-Jehim (Damascus: Dar Atiyah Publishing and Distribution, 1997).
- 17) Roger Wimmer and Joseph Dominic, introduction to media research curricula, (Beirut: Arabic Translation Organization House, 2013).
- 18) Samir Mohammed Hussein, Studies in Scientific Research Curriculum - Media Research, (Cairo: World of Books for Publishing and Distribution, 1999).
- 19) Slavah Farouk Falih, Arab image in American media by telling CNN American network, doctoral thesis, University of Baghdad: Faculty of Media, 2004.
- 20) Sports Media Committee, Council hijacks lights in Gulf 25, website <https://qatarspc.qa/news-7452.html>, visit date 20 February 2023.
- 21) Win Mustafa Alian, Osman Mohammed Ghneim, curricula and methods of scientific research. (Oman: Dar al-Safa for Publishing and Distribution, 2000).