

Frameworks of the processing of Arab sports clubs' Facebook pages for the concept of Arab identity during the activities of the World Cup in Qatar 2022

أطر معالجة صفحات الأندية الرياضية العربية على فيسبوك لمفهوم الهوية العربية خلال فاعليات كأس العالم بقطر ٢٠٢٢ م "دراسة تحليلية"

Dr. Eman Bahgat Ahmed Shamia,  
PhD in Arts / Mass communication Department-  
Press Branch, Mansoura University – Egypt

د إيمان بهجت أحمد شاميه،  
دكتوراه في الآداب الإعلام- شعبة الصحافة، جامعة  
المنصورة- مصر

## ABSTRACT

The research aimed to study the frameworks used by Arab sports club pages on Facebook to address the concept of Arab identity during the 2022 World Cup in Qatar. The research adopted a social survey method using content analysis tool for posts from eight Arab clubs pages on Facebook. The study emphasized the diversity of forms used in the posts on the studied pages, with Info Graphics being the most commonly used followed by images and videos. The support and encouragement frame dominated the frames used in presenting the posts on the studied pages, followed by the frame of pride and appreciation...

## الخلاصة

استهدف البحث دراسة الأطر التي استخدمتها صفحات الأندية الرياضية العربية على فيسبوك لمعالجة مفهوم الهوية العربية خلال تغطيتها لفاعليات كأس العالم بقطر ٢٠٢٢م، واعتمد البحث على منهج المسح الاجتماعي بالعينة مستخدماً أداة تحليل المضمون لمنشورات ثمان أندية عربية أربعة منها تشارك منتخباتها في كأس العالم بقطر (الوداد المغربي، الصفاقسي التونسي، الدحيل القطري والهلال السعودي) وأربعة أندية لم تشارك منتخباتها (الأهلي المصري، الهلال السوداني، الفيصلي الأردني والعين الإماراتي). وتم تحليل منشورات الصفحات المتعلقة بالبطولة خلال المونديال. وتوصلت الدراسة لمجموعة نتائج أهمها تنوع الوسائط المستخدمة في المنشورات على الصفحات محل الدراسة والتي تصدرها الانفوجرافيك وتلاه الصورة ثم الفيديو...

## الكلمات المفتاحية:

الهوية العربية، مواقع التواصل الاجتماعي، مونديال قطر ٢٠٢٢م، نظرية الأطر الخيرية، الصفحات الرياضية.

## Keywords:

Intellectual construction ،Educational system ،Media rationalization ،Modern technology.

Received

استلام البحث

23/7/2023

Accepted

قبول النشر

25/12/2023

Published online

النشر الالكتروني

15/3/2023

## مقدمة :

منذ فجر التاريخ سعى الإنسان لتسجيل كل جوانب حياته، حضارته وثقافته التي يعتبرها ميراثه إلى أحفاده ونسلهم وذويهم، ذلك الإرث المترام يشكل هوية الأمم التي تنتمي جغرافياً، عرقياً، تاريخياً، ثقافياً أو دينياً إلى نبع واحد، ولا نري أمة اجتمعت لها كل مقومات الهوية المشتركة قدر ما اجتمعت لأمتنا العربية. ويعد عام ٢٠٢٢م أحد أبرز الأعوام التي تشكلت فيها الهوية العربية في مشهد جديد وهو نجاح دولة عربية لأول مرة في استضافة كأس العالم وصنع نسخة فريدة منه ببصمة وهوية تختلف عن سابقتها، والتي عبرت عن القدرات العربية الخلاقة في التعامل مع التنوع الإنساني. ولم يكن الحدث فريداً على مستوى الرياضة فقط بل وعلى مستوى إبراز الإجماع العربي الكبير على مختلف القضايا فمن دعم المنتخبات العربية بتأييد وحب جارف إلى اندماج وانصهار الثقافات العربية معاً لدعم قضية العرب الأولى "القضية الفلسطينية" والتأييد الواضح لها بشكل أبهر الملايين ممن حضروا المونديال وعبر وسائل الإعلام ومواقع التواصل ، مما أعاد إحياء الأمل بأن تكون الرياضة تعبيراً جاداً يحظى بالقبول العالمي عن هويتنا وقضايانا وقيمنا وتكن مع الإعلام الرياضي ناقلاً حقيقياً لواقع العالم العربي ورسولاً منه إلى العالم.

## المبحث الأول: منهجية البحث

### أولاً: مشكلة البحث

تعد كرة القدم هي الرياضة الأولى في الوطن العربي وتحظى بشعبية جارفة، وغالباً ما ينتمي الفرد لنادي معين يشجعه ويتابع أخباره بشكل يخلق حالة من الامتزاج النفسي، مما يخلق مجتمع صغير وفنوي هو مجتمع جمهور مشجعي النادي سواء في أرض الواقع أو منصات التواصل. وتعد الصفحات الرسمية للنادي الرياضية الواجهة الإعلامية التي تتابعها تلك الجموع ويتعدى الأمر المتابعة إلى التفاعل والمناقشة وطرح الأفكار وغيرها. وتحظى تلك الصفحات بالقبول المرتفع لدي جماهيرها مما يؤهلهم لتقبل الأفكار التي يمكن أن تآطرها. فعندما يقع حدث معين فالحدث قد لا تتشكل له دلالة كبرى عند الجماهير إلا عندما تقوم الوسيلة بتأطيره فتصنع له أهمية ودلالة وألوية لديهم، وتتبلور مشكلة البحث حول: ماهية الأطر التي استخدمتها صفحات الأندية الرياضية على فيسبوك في دعم مفهوم الهوية العربية خلال تغطيتها لفاعليات كأس العالم بقطر ٢٠٢٢م؟

### ثانياً: فرضيات البحث

١- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كثافة تغطية صفحات الأندية محل الدراسة لفاعليات المونديال وكلا من (مشاركة الدولة التي ينتمي إليها النادي بالمونديال، وجود لاعبين للنادي داخل المنتخبات المشاركة، حجم جمهور الصفحة على موقع فيسبوك).

٢- يفترض البحث وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كثافة تفاعل الجماهير على المنشورات المباريات وأهمية المباراة بالنسبة للمنتخب العربي ضمن منافسات كأس العالم.

٣- يفترض البحث وجود علاقة دالة إحصائية بين مستوي دعم المنشورات لمفهوم الهوية العربية ومستوي دعم الجماهير لمفهوم الهوية بالتعليقات الموجودة على تلك المنشورات.

### ثالثاً: تساؤلات البحث

يسعى البحث لإجابة تساؤل رئيس حول ماهية أطر معالجة صفحات الأندية العربية لمفهوم الهوية العربية خلال تغطيتها لكأس العالم بقطر ويتبعه عدد من التساؤلات وهي:-

- ١- ما مدى اهتمام صفحات الأندية بتغطية المباريات العربية بكأس العالم بقطر ٢٠٢٢م؟
- ٢- ما الأثر المستخدمة لعرض المنشورات الخاصة بتلك التغطية؟
- ٣- من هم أهم القوى الفاعلة التي ظهرت بالمنشورات والوسائط المرفقة بها؟
- ٤- ما مقومات الهوية العربية المذكورة بالمنشورات وتعليقات الجماهير عليها؟
- ٥- كيفية تفاعل الجمهور مع المنشورات المتعلقة بتغطية مباريات المنتخبات العربية؟

### رابعاً: أهمية البحث

(١) الأهمية النظرية:- تكمن أهمية هذا البحث النظرية في سد الفجوة البحثية حول دور الصفحات الرياضية على فيسوك كمثل لمواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الهوية العربية خلال الأحداث الرياضية كبطولات الأمم، كأس العالم، كأس العالم للأندية وغيرها من البطولات الدولية التي تشارك بها المنتخبات والأندية العربية وهو موضوع لم يحظى باهتمام بحثي كبير- وفق إطلاع الباحثة والتي وجدت ندرة بالدراسات السابقة بهذا الشأن.

(٢) الأهمية التطبيقية:- وتكمن في كونها تتعرض لمتغيرين هامين وهما الهوية العربية وصفحات مواقع التواصل الاجتماعي وتناقش هذه الدراسة تأثير معالجة تلك الصفحات لمفهوم الهوية العربية في الوقت الذي تضاربت فيه الآراء حول دور مواقع التواصل الاجتماعي ما بين كونها تسهم في تشكيل الهوية إيجابياً أو سلبياً، كما تسهم مقترحات هذه الدراسة ونتائجها في اقتراح سبل أكثر فاعلية لدعم الهوية العربية على مواقع التواصل .

### خامساً: أهداف البحث

يهدف البحث بشكل رئيس للتعرف على أطر معالجة صفحات الأندية لمفهوم الهوية العربية خلال تغطيتها لفاعليات كأس العالم بقطر ٢٠٢٢م وينبثق منه عدة أهداف وهي:-

- (١) معرفة كثافة اهتمام صفحات الأندية العربية الرياضية بتغطية المباريات العربية.
- (٢) رصد أشكال تغطية تلك الصفحات للمباريات ووسائل الإبراز المستخدمة بتلك التغطية.
- (٣) رصد أطر وآليات معالجة الصفحات لمفهوم الهوية من خلال المنشورات والتعليقات.
- (٤) رصد طرق تفاعل الجمهور مع تلك المنشورات وتحليل تفاعلهم معها.

٥) الخروج بمجموعة من التوصيات تسهم في تفعيل القدرة على دعم الهوية العربية.  
سادساً: مجتمع البحث وعينته

مجتمع البحث: يعد مجتمع البحث هو الوسط الرياضي والإعلامي فمنتجهم الإعلامي هو ما سيتم اختيار العينة منه وهم الفئة التي قد تعنيها نتائج هذه الدراسات الأكاديمية.  
عينة البحث: تمثلت عينة البحث في أربع صفحات للأندية المشاركة منتخباتها في كأس العالم بقطر ٢٠٢٢م إلي جانب أربع صفحات لأندية لم تشارك منتخباتها ، وجاء ذلك عقب دراسة استطلاعية رصدت فيها الباحثة كثافة تغطية جميع صفحات الأندية الرياضية الموجودة بالمراكز العشرين الأولى في الوطن العربي وفقاً لتصنيف الفيفا فبراير ٢٠٢٣م وقد كانت تلك الصفحات هي الأعلى في التغطية الرياضية لكأس العالم بقطر ٢٠٢٢م.

جدول (١) يوضح الصفحات محل الدراسة وروابطها وعدد المتابعين لها

عدد المتابعين	روابط الصفحات على موقع فيسبوك	الأندية محل الدراسة	
٤٨٦,٠١١	<a href="https://www.facebook.com/OfficielCSS">https://www.facebook.com/OfficielCSS</a>	الصفاقسي/تونس	الدول العربية
٤٥٩,٥٣٥	<a href="https://www.facebook.com/WACofficiel">https://www.facebook.com/WACofficiel</a>	الوداد - المغرب	
٨٩٤,٠٠٠	<a href="https://www.facebook.com/AlhilalFC">https://www.facebook.com/AlhilalFC</a>	الهلال-السعودية	
١٥٩,٠٠٨	<a href="https://www.facebook.com/DuhailSC">https://www.facebook.com/DuhailSC</a>	الدحيل - قطر	
١٤,٥٤٣,٨٣١	<a href="https://www.facebook.com/Officialahlysc">https://www.facebook.com/Officialahlysc</a>	الأهلي - مصر	الدول غير العربية
٢٢,٠٠٠	<a href="https://www.facebook.com/alhial.sudan.official.page">https://www.facebook.com/alhial.sudan.official.page</a>	الهلال -السودان	
٤٧٥٥,٠٦	<a href="https://www.facebook.com/ALFAISALYSCJO">https://www.facebook.com/ALFAISALYSCJO</a>	الفيصلي/الأردن	
٣٢١,٠٠٠	<a href="https://www.facebook.com/alainfcae">https://www.facebook.com/alainfcae</a>	العين- الإمارات	

سابعاً: مجالات البحث

يتمثل المجال المكاني للبحث في الدول التي تنتمي لها الأندية محل الدراسة. بينما يتمثل المجال الزمني في فترة التحليل المتزامنة مع إقامة فعاليات كأس العالم بقطر والتي تبدأ في الأحد ٢٠ نوفمبر ٢٠٢٢م وينتهي في الأحد ١٨ ديسمبر ٢٠٢٢م.

ثامناً: نوع البحث ومنهجه

ينتمي هذا البحث لمجموعة الدراسات الوصفية وقد اتبعت به الباحثة كلا من منهج المسح الإعلامي بالعينة وأساليب المقارنة المنهجية والتي استخدمتها في مقارنة صفحات الأندية الرياضية العربية على فيسبوك معاً وفقاً للمتغيرات الدراسة.

تاسعاً: إجراءات البحث المنهجية

(١) الصدق :- للتحقق من الصدق الظاهري لاستمارة تحليل البيانات تم عرضها على مجموعة من أساتذة الإعلام لإجراء الصدق الظاهري له والتأكد من شمولها لجميع أبعاد المشكلة البحثية وتساؤلاتها وقياس

مدي صدقها وتم التعديل عليها وفقاً لملاحظاتهم. وقد تراوح معامل الصدق للاستمارة باستخدام معامل ألفا كرونباخ بين (٠.٨٤٤ و ٠.٨٨٩).

(٢) الثبات :- باستخدام معامل ألفا كرونباخ تراوح ثبات محاور الاستمارة بين (٠.٨١٤ و ٠.٨٩١) وهي نسب كافية للتأكيد على أن الاتساق والثبات الداخلي يعد مقبولاً بدرجة كبيرة.

عاشراً: مصطلحات البحث

أ- الصفحات الرياضية للأندية العربية : وهي الصفحات الرسمية للأندية العربية والتي يتم إدارتها تحت إشراف النادي وغالباً ما تكون موثقة على فيسبوك وتنتشر أخبار النادي.

ب- مفهوم الهوية العربية

وتقصد بها الباحثة السمات والخصائص التي يتمسك بها المجتمع العربي وتميزه عن غيره من المجتمعات والتي تتضمن اللغة العربية، المظاهر الدينية، الأعراف الاجتماعية والنواحي الثقافية والسلوكية التي تميز المجتمع العربي عن غيره من المجتمعات.

ت- فاعليات كأس العالم بقطر :- النسخة الثانية والعشرون من بطولات كأس العالم والتي تم تنظيمها في دولة قطر في الفترة من ٢٠ نوفمبر حتى ١٨ ديسمبر من عام ٢٠٢٢ م .

أحد عشر: الدراسات السابقة

أولاً :- الدراسات التي تناولت علاقة صفحات التواصل الاجتماعي بالهوية

اهتمت عدة دراسات برصد تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مكونات الهوية العربية وهوية العرب أنفسهم فنجد من اهتم باستخدامات الإنترنت ودورها في تشكيل هوية الجاليات العربية والتي توصلت لكونهم يستخدمون الإنترنت يومياً للتواصل مع أقاربهم كما تهتم نسبة كبيرة منهم بمتابعة القضايا وتصفح المواقع العربية<sup>(١)</sup>، وأخري هدفت لتحليل علاقة الإعلام بسمات الهوية العربية وتوصلت لكون الهوية تتجلى بشكل رئيس عبر وسائل الإعلام في الدين الإسلامي واللغة العربية والتراث الإسلامي كما أثبتت كون الهوية العربية تواجه جملة من التحديات المتمثلة غالبيتها في مواجهتها لخطر الاندثار<sup>(٢)</sup>، وهدفت دراسة أخري لمعرفة مدي توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية مواجهة الغزو الثقافي والتي أثبتت أن الهوية في مكوناتها الثقافية تتأثر وبشكل عميق باستخدامات مواقع التواصل وأن الشباب يعيشون نوعاً من التحدي الكبير في محاولتهم الحفاظ على هويتهم<sup>(٣)</sup>. وبرز ذلك التأثير في الدراسات الأجنبية أيضاً فقد توصلت دراسة (Dijck 2013) إلى أن دور مواقع التواصل لا يتوقف عند تمكين الفرد

(١) خلود محمد رشاد، استخدامات الإنترنت ودورها في تشكيل هوية الجالية العربية بالدنمارك، دراسة ميدانية، رساله ماجستير ، قسم الاجتماع شعبه الإعلام، كلية البنات، جامعة عين شمس، القاهرة ٢٠١٧م.

(٢) مصطفى بن طيفور بوعمامه، العربي تأثير وسائل الإعلام على تشكيل الهويات الثقافية في ظل العولمة قراءه الواقع واستشراف المستقبل، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع الجزائر، ٢٠١٦م.

(٣) الاء محمد الغامدي، واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الهوية الثقافية لدى طالبات المرحلة الثانوية بمدينة الرياض، رساله ماجستير كلية العلوم الاجتماعية، جامعه الإمام محمد بن سعود، المملكة العربية السعودية، ٢٠١٨م، ص

من التعبير عن هويته بل أشارت لكون تلك المواقع تساهم في تشكيل تلك الهوية بشكل كبير<sup>(1)</sup> وهو ما أيدته دراسة (Sanderson 2013) والتي أكدت أن مواقع التواصل يمكن استخدامها لإدارة الأزمات الاجتماعية القوية وتقوية الهوية الاجتماعية وتقدير الذات لدى الجماعات<sup>(2)</sup> وأكد على ذلك ( McGwin & Yinjiao ) والتي خلصت دراستهم الى أهمية دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الهوية الثقافية مشيرة الي دورها أيضا في دعم زحف الهويات<sup>(3)</sup>.

ثانيا :- الدراسات التي تناولت كأس العالم بقطر ٢٠٢٢م

نظراً لحدثة الموضوع فقد ندرت الدراسات التي أجريت حوله، من أوائل الدراسات التي أجريت حول مونديال قطر ٢٠٢٢م تلك التي بحثت في دور المؤسسات في تشكيل الصورة الذهنية الثقافية لدولة قطر وتنظيمها لكأس العالم لكره القدم وتوصلت الدراسة إلي أن القطريون يضعون كل ثقتهم في قدرتهم على تنظيم كأس العالم بالشكل الذي يليق بمجتمعهم<sup>(4)</sup> هذا إلى جانب دراسة حول الإسلام كقوة ناعمة لدولة قطر ، وقد هدفت إلى دراسة دور الإسلام في تكوين صورة إيجابية لقطر بالإضافة إلى فرصة قطر في تصحيح الصورة الخاطئة عن الإسلام لدى الكثير ممن يحضرون الفعاليات. و توصلت إلي أن الإسلام له نظره إيجابية عن الرياضة والترفيه بضوابطهما الشرعية كما يمكن للإسلام أن حل الكثير من التحديات التي تواجه تنظيم هذا الحدث العالمي وأنه فرصة لكي تصحح قطر الصورة الخاطئة للإسلام<sup>(5)</sup>.

ثالثا :- أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

اتفق هذا البحث مع غيره من الدراسات السابقة في استخدام منهج المسح الإعلامي بالعينة وأيضا في كونه من البحوث الوصفية المسحية وإن اختلفت عينة التطبيق فتظل الأداة متطابقة مع بعض الدراسات والتي استفادت الباحثة منها في الاهتمام إلى المصادر العربية والأجنبية التي تناولت موضوع الدراسة والتأصيل للإطار المعرفي وصياغة منهجية البحث واستندت إليها في تطوير وتصميم أداء جمع البيانات وتحديد المتغيرات.

(1)Dijck, Jose Van , "You have one identity" Performing the self on Facebook and linked in Media Culture & Society,Vol35,no2,2013,PP 199\_215.

(2)Sanderson J , From Loving the Hero to Despising the Villain, Sports Fans, Facebook and Social Identity Threat, Mass Communication and Society, vol 16, 2013, pp-487 -509.

(3)McGwin k , Yinjiao Y, Social Media and Subculture: The rule of Facebook use in Subculture Identity paper presented at the annual meeting of the International Communication Association64th Annual conference Seattle Washington May 2014.

(٤) بنوره حمد الهاجري حول دور وزارة الثقافة والرياضة القطرية في تشكيل صورته الدولية أثناء تنظيم كأس العالم، مجلة تجسير لدراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، مركز ابن خلدون للعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعه قطر، مجلد ٣، عدد ٢، ٢٠٢١م.

(٥) حسين محمد نعيم الحق، الإسلام كقوة ناعمة لدولة قطر في تنظيم كأس العالم ٢٠٢٢م، مجلة تجسير لدراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعه قطر مركز ابن خلدون للعلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلد ٣، عدد ٢، ٢٠٢١م.

## المبحث الثاني: الهوية العربية وكأس العالم بقطر طبقاً لنظرية الأطر الخيرية

أولاً : الهوية العربية وبروزها من خلال كأس العالم بقطر ٢٠٢٢م.

يقصد بالهوية العربية جملة الصفات والخصائص التي تمثل القاسم المشترك بين جميع العرب وتميزهم عن الآخرين في عقيدتهم ولغتهم وعاداتهم وقيمهم وحتى وعيهم بحاضرهم ومستقبلهم.<sup>(١)</sup> ويُتفق على كون الدين واللغة هما أولى مكونات الهوية وذلك إلى جانب كلا من التاريخ والمجتمع والذي يعني جماعه الناس والتراث بعنصريه الملموس وغير الملموس وعليه فإن الحفاظ على التراث حفاظ على هوية الأمة ويضاف لتلك العناصر المكان - جغرافيا الأرض الواحدة - والذي يعد من أهم ما يميز الوطن العربي فهو يقرب الأقطار العربية ويجمعها معا تحت مظلة الوطن العربي الكبير<sup>(٢)</sup>. ويضيف البعض كلا من العادات والتقاليد والأعراف، كما يضيف البعض أيضا الآداب والفنون فهم يرون أن لكل مجتمع آدابه وفنونه التي يُظهر بها تميزه عن بقية المجتمعات والتي تكون معبره عن هويته. وعليه ترى الباحثة أن الأحداث الرياضية الفريدة وتغطيتها والاهتمام بها هو جزء من الاهتمام بأحد مكونات الهوية الجماعية للأمة تلك الهوية المتمثلة في الفنون والرياضات لأنها حتى وان كانت ترفيهية فإنها استطاعت أن تجمع الأمة العربية معا.

وقد أصبحت الرياضة اليوم مساحة للتنافس ليس فقط في المجال الرياضي وإنما السياسي والثقافي والاجتماعي أيضا، وأصبحت الدول توظفها لتحقيق أهدافها ويمثل دخل الرياضة اليوم ٢% من الاقتصاد العالمي كله.<sup>(٣)</sup> ولكره القدم أهمية ثقافية ورمزية تمكنها من تشكيل ذاكره جمعيه حولها.<sup>(٤)</sup> وتعد استضافة الأحداث الضخمة كبطولة كأس العالم لكرة القدم تجمعات جماهيرية تستقطب الجذب الإعلامي الهائل لها في عالم باتت فيه عضوية الفيفا مؤشراً على أن بلداً ما على استعداداً ليكون جزءاً من ثقافة عالمية للدول والشعوب معا.<sup>(٥)</sup> فالدول تسعى إلى تغيير صورتها الذهنية من خلال القوى الناعمة تلك القوي التي تقدر على أن تنتشر كلا من ثقافة الدولة وقيمتها السياسية وتبرز صورتها الخارجية.<sup>(٦)</sup> فالجميع سواء الدول،

(١) رضا شريف، الهوية العربية الإسلامية وإشكالية العولمة عند الجابري، (الجزائر: كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، ٢٠١١م)، ص ٢٠.

(٢) حنان محمد احمد أبو لبده، مكونات الهوية، المؤتمر الدولي النقدي الأول للهوية والأدب، نادي أبها الأدبي، مجلد ١، أبها، المملكة العربية السعودية، ٢٠١٥م، ص ١٨٩.

(3) Richard Giulianotti Introduction in Handbook of the sociology of sport (Abingdon : Routledge, 2018), p xxii.

(٤) سايمون كريبتشلي، فيما نفكر حين نفكر في كره القدم، ترجمه محمود عبد الحليم، (القاهرة: مدارات للأبحاث والنشر، ٢٠٢٢م)، ص ٦٤.

(5) Senaid Almarri , The promotion of Qatar Culture Qatari Sports leader's Experience of Hosting Hosting 2022 FIFA world Cup, PhD study , Concordis University C,hicago ,USA 2020 ,p 10.

(٦) أحمد جبار، الصورة الذهنية- قراءه في أبعاد المفهوم نقاط التقاطع والاختلاف بين الصورة الذهنية والنمطية وعلاقتها بالعلاقات العامة، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، مجلد ٧، عدد ١، ٢٠٢٠ ص ٢٨٤

الأشخاص، الجماعات أو المؤسسات تطمح أن تكون صورتها المرسومة لدى الآخر صورة إيجابية.<sup>(١)</sup> ولمثل هذه المكاسب المادية والمعنوية على المدى الطويل والقصير أعلنت قطر أن حجم الاستثمارات المتعلقة باستعداداتها للبطولة بلغ نحو ٢٠٠ مليار دولار.<sup>(٢)</sup> وتمتعت نسخته كأس العالم في قطر عام ٢٠٢٢م بامتيازات خاصة فهي المرة الأولى التي تستطيع فيها دولة عربية أن تحظى بفرصة تنظيم هذه الفاعلية الضخمة وراهننت قطر على هذا التنظيم بأنه سيكون تجربة فريدة وأن الأمر سيكون بداية لتعظيم قوة قطر خارجيا. وبالفعل واستطاعت قطر أن تتقل طبيعة المجتمع القطري والعربي وما يندرج تحتها من إرث ثقافي واجتماعي وغيره إلى العالم، وترى الباحثة ذلك الحدث يعد بداية لتحويل الأنشطة الرياضية لفرصة يمكن من خلالها تصدير الهوية العربية ليس فقط لشعوب العالم حولنا ولكن أيضا لتأصيلها في نفوس الشعوب العربية.

### ثانياً :- ( نظرية الأطر الخبرية )

ينظر إلى نظرية الأطر الإعلامية بوصفها أطر سرديه تقوم من خلالها وسائل الإعلام باختزال الأحداث والوقائع من جهة ثم تكرار ذات الأطر حتى تثبت في ذهن الجماهير وتتحول بفعل التكرار والوقت إلى أطر تهيمن على النقاش العام عند طرح قضيه معينة.<sup>(٣)</sup> والأطر تشير للطريقة التي تنظم وتقدم بها وسائل الإعلام وحراس البوابة الإعلامية الأحداث والقضايا كما تشير إلى الطريقة التي يفسر بها الجمهور ما يقدمه له الإعلام.

وتولي دراسات تحليل الأطر اهتماماً بالغاً لدراسة المحتوى الضمني بالرسالة الإعلامية.<sup>(٤)</sup>

(١) شوشه حرز الله الحاج سالم عطيه، الصورة الذهنية للمؤسسة قراءه مفاهيمية نظرية، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، مجلد ٥، عدد ٢، يوليو ٢٠٢٠م، ص ٥٨٣.

(٢) المولدي الأحمر، الرياضة والمجتمع، مجلة عمران للعلوم الاجتماعية المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، المجلد ١١، عدد ٤٢، ٢٠٢٢م، ص ٧.

(٣) هند السيد محمد حجازي، أطر معالجة الصحف والبوابات الإلكترونية لانتخابات مجلس النواب ٢٠٢٠، المجلة المصرية لبحوث الراي العام، المجلد ٢١، العدد ١، مارس ٢٠٢٢ ص ٣٧٦-٣٧٧.

(٤) غادة شكري، الأطر الخبرية لمنظمات المجتمع المدني في الصحافة المصرية، دراسة حاله لما قبل ثوره ٢٥ يناير وما بعدها، رساله دكتوراه غير منشوره، كلية الآداب جامعه حلوان ٢٠١٥م ص ٨٣.

ويقوم الاطار بعدد من الوظائف أهمها الوظيفة التعريفية، التقييمية، التشخيصية، اقتراح الحلول إلي جانب الوظيفة التنبؤية.<sup>(١)</sup> ويتضمن تحليل الاطار الإعلامي ثلاثة مكونات أساسية هي (أولاً: البناء التركيبي الشكلي للقضية Syntactical Structure، وثانياً الفكرة المحورية Thematic Structure، وثالثاً الاستنتاجات الضمنية Rhetorical structure)<sup>(٢)</sup>. وهو الأساس الذي اعتمدت عليه الباحثة في التحليل الكيفي لدراساتها، وطبقت الباحثة نظرية الأطر الخبرية في دراستها وذلك عبر تحليل محتوى المنشورات محل الدراسة وجاء ذلك من خلال تحديد المنشورات الخاصة بتلك الفترة الزمنية ومن ثم تحليلها وتحديد الكلمات المحورية بها وتحديد القوى الفاعلة بالنصوص والصور وتحليلها وتفسيرها وإبراز مفاهيم الهوية العربية الواردة بها ، وذلك من خلال استمارة تحليل المحتوي والتي تم إعدادها بناء على أهداف وتساؤلات البحث ومتغيرات الدراسة المختلفة.

### البحث الثالث: نتائج الدراسة التحليلية

أولاً : مناقشة نتائج تساؤلات الدراسة

١- البيانات الخاصة بالأنديية عينة الدراسة وكثافة تغطية المباريات العربية بكأس العالم جدول (٢) يوضح البيانات الخاصة بالأنديية وكثافة تغطية المباريات العربية.

عدد المباريات التي تم تغطيتها	المنشورات محل التحليل		لاعب النادي بالمونديال			الأنديية عينة الدراسة	
	النسبة المئوية	التكرار	المنتخب المتواجدين بها	ع.ا.ع	ع.ا.ع		
3	4.1	3	تونس	1	نعم	الصفافسي/تونس	دول عربية مشاركة
6	32.9	24	المغرب	3	نعم	الوداد - المغرب	
3	15.1	11	السعودية	1	نعم	الهلال-السعودية	
6	20.5	15	تونس، قطر	2	نعم	الدحيل - قطر	
5	6.8	5	تونس	1	نعم	الأهلي - مصر	دول غير عربية
4	11.0	8	-	-	لا	الهلال - السودان	

(١) الاء عبد الوهاب، أطر تقديم صورته تركيا فوق ضوء تحولات السياسية الخارجية دراسة تحليلية للمواقع الإخبارية العالمية، مجلة بحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مجلد ١٨ العدد ٢، ٢٠١٩م، ص ٤٣٤.

(٢) راند على صالح الجابوري، المعالجة الإخبارية لحركة التغيير السياسي في تونس دراسة تحليلية لتغطيته قناة بي بي سي العربية، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، العدد الثالث، ٢٠١٦م، ص ٢٩٠.

5	6.8	5	-	-	لا	الفيصلي/ الأردن
2	2.7	2	-	-	لا	العين- الإمارات
-	100.0	73	الإجمالي			

يتضح من الجدول (٢) كثافة المنشورات التي نشرتها صفحات الأندية محل الدراسة في تغطيتها لبطولة كأس العالم بقطر ٢٠٢٢م بالإضافة لعدد المباريات الخاصة بالمنتخبات العربية التي تم تغطيتها من خلال منشورات صفحة كل نادي :-

- وقد جاء في الترتيب الأول كلا من نادي الدحيل القطري ونادي الوداد المغربي؛ ليغطي كلا منهما ست مباريات فنجد تغطية من صفحة الدحيل للمباريات الثلاث الخاصة بقطر، مباراة افتتاح المونديال، والنهائي إلى جانب أحد مباريات المغرب، بينما اهتمت صفحة الوداد المغربي فقط بتغطية بدت ناجحة للمباريات المغربية الست. في وقت احتلت فيه صفحة الأهلي المصري والفيصلي الأردني الترتيب الثاني بتغطية خمس مباريات لكلا منهما. فقامت صفحة الأهلي بتغطية مباريات المغرب مع كرواتيا وإسبانيا والبرتغال الى جانب مباراة تونس وفرنسا ومنشور متعلق للمباراة النهائية، بينما قامت صفحة الفيصلي بنشر تهنئة بالمباراة الافتتاحية لقطر والأكوادور ثم قامت بتغطية المباريات المغربية الأربع الأخيرة مهمة مباراة المغرب ومع كرواتيا. وفي الترتيب الثالث يأتي نادي الهلال السوداني بتغطية مباراة قطر والأكوادور السعودية والأرجنتين والمغرب وإسبانيا ومباراة النهائي في الوقت الذي قام فيه كلا من الهلال السعودي والصفافسي التونسي بتغطية المباريات الثلاث الخاصة بمنتخبهم فقط وفي الترتيب الأخير يأتي نادي العين والذي قام بتغطية مباراة المغرب مع إسبانيا ومع البرتغال. وجاء مستوى التغطية ضعيفاً إلى حد كبير فالصفحات ركزت على بعض المباريات وأغفلت باقي المباريات. إذ أغفلت الصفحات عدا الهلال السعودي والسوداني مباراة السعودية والأرجنتين المنتهية بفوز السعودية، كما أهملت جميع الصفحات عدا صفحة الوداد مباراة المغرب وفرنسا رغم أهميتها.

وتلاحظ الباحثة أن الصفحات قد اهتمت بتغطية البطولة بشكل أكبر عقب تأهل المغرب لدور الستة عشر. وبرز الاهتمام الأكبر بالمباريات التي كانت فيها النتيجة لصالح الفرق العربية على عكس المباريات التي انتهت بالتعادل أو بهزيمة الفريق العربي كما أغفلت الصفحات تغطية المباريات التي لا تؤثر نتائجها على نتائج المجموعة.

## ٢- أشكال المنشورات محل الدراسة على صفحات الأندية العربية

جدول (٣) يوضح أشكال المنشورات التي تم تحليلها خلال فترة الدراسة.

إجمالي الأشكال	أندية الدول غير المشاركة				أندية الدول المشاركة				الأشكال	
	العين	الفيصلي	الهلال	الأهلي	الدحيل	الهلال	الوداد	الصفافسي		
42	1	3	-	4	8	11	12	3	ك	انفوجرافي ك+ نص
57.5	50.0	60.0	-	80.0	53.3	100	50.0	100	%	
5	-	-	3	-	-	-	2	-	ك	فيديو+ نص
6.8	-	-	37.5	-	-	-	8.3	-	%	

13	1	2	2	1	2	-	5	-	ك	صورة
17.8	50.0	40.0	25.0	20.0	13.3	-	20.8	-	%	+نص
13	-	-	3	-	5	-	5	-	ك	عدة صور
17.8	-	-	37.5	-	33.3	-	20.8	-	%	+نص
73	2	5	8	5	15	11	24	3	ك	الإجمالي
100	100	100	100	100	100	100	100	100	%	

\*\*ك = التكرارات % = النسبة المئوية

يتضح من الجدول (٣) اكتساح الانفوجرافيك للأشكال التي لجأت إليها صفحات الأندية الرياضية العربية في تغطية المباريات العربية بكأس العالم وجاء بجميع منشورات نادي الصفاقسي ونادي الهلال السعودي و ٨٠% من منشورات النادي الأهلي و ٦٠% من منشورات الفيصلي و ٥٠% من منشورات العين وقد جاء في جميعها مرفقا بنص. تلاه المنشورات التي احتوت على صور واحدة من المباراة مرفقة بنص، بينما احتلت الترتيب الثالث مجموعات الصور التي تحتوي أيضا على نص وقد كانت أغلبها متعلقة بتغطية المباريات التي فازت فيها المنتخبات في إطار تغطية فرحة اللاعبين وال جماهير واحتفالهم بينما احتل استخدام الفيديو الترتيب الأخير. وتفسر الباحثة هذه النتيجة بسهولة نشر الصور وإنتاج الانفوجرافيك، على عكس الفيديو، إضافة لميل المستخدمين أكثر الى مشاركة وتصفح الصور والتعليق عليها، وهو ما يظهر في تفاعل الجمهور على منشورات الدراسة، ويظهر ما سبق جودة وتنوع أشكال التغطية داخل صفحات الأندية العربية، فقد حرصت غالبيتها على إنتاج تصميمات تحمل شعارها وطابعها الخاص.

### ٣- التحليل الكيفي لأطر منشورات الدراسة ومدلولات النص والرموز والهاشاج

لجأت الباحثة لطريقه التحليل المذكورة بدراسة رائد الجابوري<sup>(١)</sup> حول استخدام الأطر الإعلامية في القضايا السياسية والتي اعتمد التحليل بها على ثلاث محاور وهي:- (التركيب البنائي الشكلي للقصة - الفكرة المحورية - الاستنتاجات الضمنية) وبهذا يمكننا تحليل المنشورات محل الدراسة شكلياً من خلال تحليل الصور والمرفقات واستخلاص الأطر والفكرة المحورية واستنتاج الخلاصات الضمنية وقد قسمتها الباحثة كما يلي :-

#### أ- تحليل الانفوجرافيك والصور المرفقة بالمنشورات " التركيب البنائي /الشكلي "

جدول (٤) يتضح من الجدول التحليل الشكلي والبنائي للمنشورات محل الدراسة.

فئات التحليل الشكلي		أندية الدول المشاركة				أندية الدول غير المشاركة		
		الصفافسي	الوداد	الهلال	الدحيل	الأهلي	الهلال	الفيصلي
كل فريق المنتخب	ك	-	4	3	1	-	1	
	%	-	16.7	27.3	6.7	-	50.0	
مجموعة لاعبين	ك	-	8	1	1	-	2	
	%	-	33.3	9.1	6.7	-	40.0	

(١) راند على صالح الجابوري، المعالجة الإخبارية لحركة التغيير السياسي في تونس دراسة تحليلية لتغطية قناة بي بي سي العربية، مرجع سابق، ص ٢٩٦.

-	-	-	-	-	-	5	-	ك	الاحتفاء
-	-	-	-	-	-	20.8	-	%	بالمدرّب
-	-	1	-	1	-	4	-	ك	هداف
-	-	12.5	-	6.7	-	16.7	-	%	المباراة
-	-	-	1	1	-	5	3	ك	لاعب
-	-	-	20.0	6.7	-	20.8	100	%	النادي
-	-	2	-	3	-	4	-	ك	فرحة
-	-	25.0	-	20.0	-	16.7	-	%	الجماهير
-	-	-	-	-	-	2	-	ك	مشهد
-	-	-	-	-	-	8.3	-	%	السجود
31	3	5	4	9	7	3	-	ك	لقطات
42.5	60.0	62.5	80.0	60.0	63.6	12.5	-	%	أخرى

يتضح من الجدول (٤) تنوع اللقطات التي استخدمتها الصفحات محل الدراسة في الصور والانفوجرافيك المرفق بالمنشورات وقد جاءت منشورات الصفاقسي التونسي ممثلة في انفوجرافيك لثلاث مباريات تم التركيز فيها على لاعبيهم أيمن دهمان وعاب الجمهور في التعليقات هذا الأمر وطالبوا بصور جماعية ، بينما أظهر نادي الوداد أيضا احتفاء كبيراً بلاعبهم الثلاثة وصل إلي ٢٠.٨ % من منشوراته ولكنها تزامنت مع احتفاء مماثل بالمدرّب المغربي مع وجود ١٦.٧ % من المنشورات تدعم الصور المستخدمة بها كامل المنتخب و ٣٣.٣ % لصور تحتوي على عدد كبير من اللاعبين ، واحتفل نادي الوداد بنتائج فريقه من خلال التركيز على أهداف المباراة وفرحة الجماهير بنسبة ١٦.٧ % لكل منهما، كما نشرت الصفحة مشهد سجود اللاعبين في مباراتين مشيدة بأدائهم ، إلي جانب مجموعة صور للاعبين الفريق بالمغرب وفيديو لهم تشجيعاً لمنتخبهم، وانفوجرافيك يوضح كون الوداد يضم أكثر عدد لاعبين في نصف النهائي. بينما بدأ الهلال مسيرته في دعم المنتخب السعودي بفيديو لمجموعة من لاعبي وناشئي ومدرّب وجمهور الهلال يرددون " كلنا معاك يا الأخضر " بينما نشرت صورة لمجموعة لاعبين احتفاء بمباراتها الاولى وصورة للمنتخب السعودي كاملا لثلاث مرات كانت إحداهم للمنتخب بلاعبيه الاحتياطيين وجهازه الفني تقديراً لهم مع خروجهم من المونديال. وفي الوقت الذي تساوت فيها المرات التي نشرت فيها صفحة نادي الدحيل صورة للمنتخب القطري كله، وصوره احتفالاً بمُحرز هدف المنتخب وصورة لمجموعة لاعبين من ضمنهم لاعبي الفريق نشرت الصفحة ثلاث صور لاحتفال الجماهير كانت جميعها من

مباريات المغرب كما نشرت الصفحة عدة من اللقطات كتوزيع أعلام قطر والمغرب على الجماهير ومباريات الافتتاح والختام وحفل تسليم الكأس واللقطة الأبرز لميسي حاملاً الكأس مرتدياً البشت العربي.

وفي الوقت الذي تنوعت فيه الصور التي استخدمتها الأندية المشاركة منتخباتها في كأس العالم لم يظهر ذلك بباقي الأندية، فقد استخدمت صفحة الأهلي المصري صوره لاعبها على معلول إلي جانب ثلاث من الانفوجرافيك الذي يضم نص التهئة على خلفية تضم علم مصر وقطر مرة واحدة والمغرب مرتين، بينما أظهر نادي الفيصلي الأردني مجموعة من اللاعبين مرتين مقابل ثلاث مرات علم الاردن وقطر لمرتين وعلم الاردن والمغرب، واستخدم العين الاماراتي صورة لمنتخب المغرب وأخري لمجموعة من لاعبيه في اطار دعمه للمغرب، بينما أظهر الهلال السوداني تنوعاً أكبر فقد نشر صورة لمنتخب المغرب كاملاً ولهداف احدي مبارياته وصورتين لفرحة الجماهير المغربية الي جانب عدة لقطات اخري كفيديو للاعبي الهلال اثناء فوز السعودية، صور للاعبي الهلال من المدرجات القطرية وفيديو يؤكد تشجيع لاعبي منتخب قطر لنادي الهلال السوداني.

ب- استخدام الهاشتاج والرموز التعبيرية " الايموجي " والروابط بالمنشورات

جدول (٥) يوضح استخدام الهاشتاج والرموز التعبيرية والروابط بالمنشورات.

أندية الدول المشاركة								فئات التحليل الكيفي
أندية الدول غير المشاركة				أندية الدول المشاركة				
العين	الفيصلي	الهلال	الأهلي	الدحيل	الهلال	الوداد	الصفاقسي	استخدام
2	5	8	-	15	11	24	-	

100	100	100	-	100	100	100	-	الهشتاج بالنص
-	5	8	5	15	11	24	3	استخدام الإيموجي بالنص
-	100	100	100	100	100	100	100	استخدام الروابط بالنص
-	-	2	5	1	-	-	-	
-	-	25.0	100	6.7	-	-	-	

يتضح من الجدول (٥) استخدام الهاشتاج والرموز التعبيرية والروابط كأحد دعائم التحليل الكيفي للمنشورات محل الدراسة وحول استخدام الهاشتاج فقد غاب استخدامه من منشورات الصفاقسي والأهلي بينما ظهر هاشتاج واحد بمنشورات العين (#نادي-العين) وكذلك نادي الهلال السعودي (#معك-بالأخضر) واستخدم الهلال السوداني (#الهلال و #نادي-الشعب)، بينما استخدم نادي الوداد والدحيل والفيصلي عدد من الهاشتاجات العربية المتعلقة بالبطولة وبأنديتهم وتشجيع المنتخب المغربي وانفرد الدحيل بهاشتاج #العنابي وانفرد الوداد بهاشتاجات فرنسية وانجليزية خاصة بناديه والمنتخب المغربي . وفيما يخص الإيموجي/ الرموز التعبيرية فقد استخدمته جميع الصفحات عدا العين فاستخدم الصفاقسي أعلام تونس ونسور دلالة على نسور قرطاج وأضاف عنكبوت في منشوره لتشجيع لاعبه حارس المرمي وقلوب لدعم المنتخب، بينما استخدم الوداد أسد بجميع منشوراته للدلالة على أسود قرطاج وتصفيق للتشجيع و عضلات ذراع دلالة عن القوة إلي جانب علم المغرب، واستخدم الهلال السعودي علم السعودية ونسور وقلوب، واستخدم الدحيل علم قطر والكأس في منشوراته واستخدمت الاندية رموز تعبيرية احتفالية في المباريات التي تفوق بها العرب مع وضع علم دولة النادي ودولة المنتخب وشعار النادي ، بينما استخدم الأهلي النسور فقط وكذلك الفيصلي قلب أزرق ونسور كشعار للنادي وأضاف عضلات بارزة وشعلة نار لمباراة المغرب في نصف النهائي. ونجحت الصفحات في استخدام الرموز التعبيرية للتعبير البصري وإضافة المعنى لمنشوراتها وتأطير رسالتها.

وحول استخدام الروابط فقد استخدمها نادي الهلال السعودي في نشر رابط حساب لاعبه بالإنستجرام وكذلك فعل الوداد واستخدمها الدحيل مع المدرب المغربي بينما اشار الأهلي لصفحات رسمية مغربية نظراً لكون التهاني على الصفحة اتخذت شكل البيانات الرسمية.  
ج- تحليل الأطر الخاصة بالمنشورات والفكرة المحورية لها

جدول (٦) يتضح من الجدول تحليل أطر المنشورات ونصوصها وفكرتها المحورية.

فئات التحليل الكيفي									
أندية الدول غير المشاركة				أندية الدول المشاركة				ك %	إطار الدعم والتشجيع
العين	الفيصلي	الهلال	الأهلي	الدحيل	الهلال	الوداد	الصفاقسي		
-	1	4	1	13	7	12	2		
-	20	50	20	86.7	63.6	50	66.6		

2	4	4	4	2	1	12	-	ك	اطار الإشادة والفخر	مظاهر الهوية العربية بالمشورات
100	80	50	80	13.3	9.1	50	-	%		
-	-	-	-	-	-	-	1	ك	اطار المواساة	
-	-	-	-	-	-	-	33.3	%		
-	-	-	-	-	-	2	-	ك	سجود اللاعبين	
-	-	-	-	-	-	8.3	-	%		
-	2	8	4	4	-	-	-	ك	ذكر الشعب العربي والتاريخ المشترك	
-	40.0	100	80	26.7	-	-	-	%		
-	-	6	5	4	-	-	3	ك	الدعم الجماهيري المتبادل	
-	-	75	100	26.7	-	-	100	%		

من الجدول (٦) تتضح الأطر المستخدمة بالمشورات وتحليل نصوصها واستنتاج فكرتها المحورية مدي تركيزها على مفهوم الهوية العربية وقد جاءت كالتالي:-

أولا نادي الصفاقسي التونسي :- نشر النادي ثلاث منشورات فقط وتتمحور الفكرة الرئيسية للمنشورات الثلاث حول اطار دعم المنتخب التونسي في مبارياته فبدأت بالدعم التام للمنتخب بمنشور " قلوبنا معكم" ومع انتهاء المباراة بالتعادل السلبي وتألق حارس الصفاقسي أيمن دهمان جاءت الصورة التالية تمجد مهارات الحارس العنكبوتية ونم المنشور عن ثقته عالية في منتخب النصور " لا صوت يعلو فوق صوت النصور" ومع الخسارة أمام أستراليا جاء الدعم الذي يغلب عليه الشعور العاطفي والمواساة " معكم لأخر لحظة " وبالرغم من أن المباراة التالية انتهت بفوز المنتخب التونسي على المنتخب الفرنسي إلا أن الصفحة لم تشر لذلك الفوز ولم تنشر أيًا من أخبار المونديال بعد ذلك.

ونري من العرض السابق أن صفحة الصفاقسي لم تهتم بافتتاح كأس العالم أو مبارياته النهائية كما لم تهتم بأخبار باقي المنتخبات العربية بما فيها المغرب أقرب جيرانها والمتأهل لنصف النهائي بل وفي دعمها لمنتخبها الوطني ركزت على دعم حارسها الصفاقسي الأمر الذي أغضب الجمهور بالتعليقات، كما اختقت الإشارة للهوية العربية على صفحة الصفاقسي بينما برزت في التعليقات على المنشورات والتي احتوت تعليقات لمشجعين مصريين وفلسطينيين وجزائريين على المنشور الأول وتعليقات من ليبيا على المنشور الثاني ودار أغلبها حول كون المنتخب العربي التونسي منتخب شقيق يحظى بدعم الأشقاء في الدولة التي يعلق منها الجمهور مع أعلام الدولتين دولة المشجع وتونس.

ثانيا:- الوداد المغربي أما بالنسبة للوداد المغربي فقد بلغت منشوراته ٢٤ منشور وتتمحور الفكرة الرئيسية لمنشورات الوداد حول إظهار القوة والندية للاعبين المغربي مع نظرائهم في المباريات المختلفة ودعمهم وتشجيعهم قبيل المباراة والفخر والإشادة بهم عقب كل مباراة، ودعم النادي اللاعبين المنتمين له داخل المنتخب ولكنه لم يغفل باقي اللاعبين كما أشاد بالمدرّب المغربي في عديد من المنشورات. وجاءت الأطر المحورية في منشورات الوداد في اطار الفخر والإشادة والتشجيع والدعم معاً في غالبية المنشورات وأنه وبالرغم من حرص صفحة نادي الوداد على إظهار الروح المغربية والتأصيل ليها سواء بالتصميمات أو العبارات المرفقة مع المنشورات إلا أنها تجاهلت بشكل تام باقي المنتخبات العربية بما في ذلك منتخب تونس وتجاهلت الإشارة الي قطر الدولة المنظمة، كما لم تبرز الصفحة في منشوراتها أيًا من مقومات

الهوية العربية أو الإسلامية سوي مشهد سجود اللاعبين ، وكانت الصفحة الوحيدة التي جاءت منشوراتها بلغة أجنبية بنسبة ١٦.٧% مما حفز المعلقين للتعليق بالإنجليزية وقد لاحظت الباحثة وجود التعليقات الأجنبية بشكل دائم ولكن نسبتها كانت لا تتجاوز ٥% من إجمالي التعليقات بينما كانت تصل لأكثر من ٩٠% على المنشورات المكتوبة بلغة فرنسية أو انجليزية مما يبرز دور وتأثير تلك الصفحات على جمهورها، وبالرغم من ذلك فقد كانت التعليقات ذات محتوى عروبي داعم للمغرب بشكل جماعي وجاء ذلك نتيجة لوجود عد كبير من التعليقات من الجنسيات العربية المختلفة والتي أشار الجمهور فيها لوحدة اللغة والتاريخ والأرض والأحلام والهوية العربية، وعاب البعض بالتعليقات على الصفحة استخدام الإنجليزية والفرنسية.

ثالثاً:- الهلال السعودي نشرت صفحة الهلال ثمان منشورات وكانت الفكرة المحورية لهم تبلور في إطار التشجيع والدعم وجاء ذلك من خلال مساندة المنتخب سواء بفيديو يشجع فيه جمهور ولاعبى الهلال المنتخب أو تلك التصميمات التي تعمدت فيها الصفحة اظهار الروح السعودية والتأكيد على الدعم التام للأخضر السعودي واحتقلت الصفحة بهزيمة منتخبها للأرجنتين كما ساندت الصفحة المنتخب عقب خروجه من المونديال وأسدت له الشكر على مجهوده ، لم تهتم الصفحة أيضاً بمباريات المنتخبات العربية ولم تظهر الهوية العربية في منشوراتها ويتضح ومن خلال تحليل الباحثة للتعليقات الخاصة بالمنشورات على صفحة الهلال أن الجماهير كانت أكثر وعياً وسعيًا نحو إظهار الدعم والهوية العربية أكثر من الصفحة ذاتها وقد ظهر ذلك في التعليقات العربية على فوز السعودية على الأرجنتين ودعم المشجعين العرب القوي للسعودية في باقي مبارياتها.

رابعاً نادي الدحيل القطري :- تبلورت الفكرة الرئيسية لمنشورات نادي الدحيل القطري والتي بلغت خمسة عشر منشور في اطار الدعم والتشجيع فنجده قد دعم منتخب قطر سواء في قبل المباراة أو بعدها أيا كانت نتائجها كما أبرز النادي احتفاء صاحب الأرض بالجمهور العربي المتواجد على أراضيه كما أبرزت منشوراته الداعمة للمغرب قدراً من الاعتراز والدعم للمنتخب العربي الشقيق وظهر ذلك من خلال منشورات الصفحة وتعليقات الجمهور بل والصور التي نشرها الدحيل خلال مراسم توزيعه للأوشحة والأعلام المغربية على الجمهور المغربي والتي أظهرت قدراً طيباً من التأخي والحفاوة بين الجمهوريين. ويمكننا القول مما سبق أن الأندية التي تنتمي لدول تشارك منتخباتها في كأس العالم عدا نادي الدحيل كانت أقل اهتماماً بدعم الفرق العربية الأخرى وانصب كل اهتمامها على فريقها الوطني ولم يبرز في منشوراتها ما ينم عن دعمها للهوية العربية على صفحاتها وإن كانت التعليقات أكثر وعياً، وغاب التركيز على لقطات بارزة كرفع العلم الفلسطيني في أرضية الملعب في مباراة تونس وبين اللاعبين والجمهور في مباريات أخرى عدة. كما غابت الإشارة الي تميز البطولة الحالية كونها تقام للمرة الأولى بأراضي عربية وبمشاركة عربية متميزة وصل فيها فريق عربي للمربع الذهبي للمرة الأولى. وهو ما أظهرته وركزت عليه بعض صفحات الدراسة الأخرى كما سيتضح مع العرض التالي.

ثانياً الأندية التي لم تشارك منتخباتها في كأس العالم بقطر ٢٠٢٢ م :-

النادي الأهلي المصري :-تبلورت الأفكار الخاصة بالنادي الأهلي في منشوراته الخمس في إطار الفخر أولاً يليه الدعم والتشجيع فنرى فخر النادي بلاعبه التونسي ثم جاءت المنشورات الثلاث التي تلي هذا المنشور تهاني تنبض بروح الأخوة العربية للمنتخب المغربي والذي وصفه النادي الأهلي بالشقيق في جميع منشوراته مع التأكيد على كون البطولة تلعب على الأراضي العربية القطرية وعلي جدارة استحقاق المغرب التأهل لدور ال ١٦ وحوت المنشورات تهنئة للجماهير المغربية الشقيقة والتأكيد على كون المنتخب المغربي أسعد كل العرب، تلاه الفخر بالإنجاز المغربي التاريخي مع التأكيد على إسعاد المنتخب المغربي لكل العرب والأمنيات للأشقاء في تحقيق حلم كل العرب وفي ختام مشوار المغرب شكرت الصفحة المنتخب المغربي الشقيق ووصفته بأنه أسدي شرفاً للكرة العربية، ومع ختام فاعليات كأس العالم شكرت دولة قطر لكونها قدمت موندريال استثنائي أسدت به هي الأخرى شرفاً للكرة العربية. وتميزت صفحة الأهلي بالحضور الجماهيري الكبير والتعليقات الداعمة للهوية العربية وبرز بالتعليقات دعم عربي متبادل بين كافة الأقطار وتأكيدات على عظمة التاريخ والكرة المغربية والمواقف المصرية العربية المشتركة على مدار التاريخ العربي ودعمًا واضحاً للقضية الفلسطينية وتأكيداً على وحدة الصف العربي فيما يخص القضية وتعزي الباحثة ذلك لشعبية صفحة الأهلي والتفاعل الجماهيري المصري والعربي الكبير بها. وإن كان يؤخذ على الصفحة إغفالها لباقي مباريات المنتخبات العربية وإغفالها لتشجيع المنتخب التونسي في منشور دعم لاعبها التونسي.

نادي الهلال السوداني :- وعلي الصعيد السوداني تفوق نادي الهلال السوداني عديداً على نظرائه من الأندية العربية بثمان منشورات متعلقة بالموندريال وبتنوع كبير في المحتوى غلب عليه إطار الدعم والتشجيع إلي جانب إطار الفخر والاشادة وقد برزت بوضوح الهوية العربية منذ المنشور الأول التي تمت فيها الصفحة موندريال يبرز الإرث العربي والإسلامي وبرزت الهوية الإسلامية في التكبير والفرحة بمباراة السعودية مع الأرجنتين في الفيديو الخاص بتشجيع لاعبي الهلال للمنتخب السعودي وتبعتها منشوراتهم الخاصة بالمنتخب المغربي والتي جاء فيها إشارة واضحة لعروبة الفريق ولكونه أول فريق عربي يتأهل لهذا الدور ونسب الفخر بالفريق للعروبة وللقارة السمراء على حد سواء . وكانت الهوية العربية والإسلامية أبرز ما يكون بين تعليقات الجمهور السوداني والعربي المصري والمغربي والليبي والجزائري والفلسطيني على الصفحة والتي نمت عن وعي كبير بالهوية العربية وإشارة للإرث الثقافي والاجتماعي والديني العربي المشترك وكانت تعليقات صفحة الهلال هي الأكثر إبرازاً للهوية العربية مقارنة بالصفحات الأخرى والتي يجاريها في ذلك صفحة الأهلي المصري مع الفارق في حجم التعليقات مما أبرز التعليقات السودانية بالنسبة لإجمالي تعليقاتها ويعاب عليها إهمالها لباقي المباريات الخاصة بالفريق العربية.

نادي الفيصلي الأردني :-وتتمحور الفكرة الرئيسية للمنشورات الخمس للفيصلي ما بين إطار الدعم والتشجيع والفخر والاشادة فقد دعم الفيصلي قطر الشقيقة في تنظيم كأس العالم ومن ثم الفخر بالإنجاز المغربي منذ مبارياتهم الثانية حين تصدر المغرب مجموعته فجاءت المنشورات عقب المباريات على هيئة تهنئة وفخر بتقدم المغرب وتشجيعهم ويشار إلي عدم تغطية مباراة المغرب وفرنسا كما لم تهتم الصفحة

بمباراة المغرب وكرواتيا على المركز الثالث، ويعاب أيضا غياب تغطية باقي مباريات المنتخبات العربية. وبرز دعم الهوية العربية أيضا وتأييد المنتخبات العربية على تعليقات جمهور الفيصلي رغم قلتها.

نادي العين الإماراتي :- تم اختيار نادي العين الإماراتي للتمثيل في العينة وذلك لكون الأندية الخليجية كالأندية العراقية البارزة الشرطة والقوات الجوية وأربيل لم تقم بتغطية كأس العالم وكذلك فعلت الأندية الكويتية الكبرى كالكويت وان كان نادي القادسية الكويتي قد نشر ثلاث تهاني للمنتخب المغربي ولكنها جاءت بلا تعليق أو تفاعل من الجمهور مما جعل الباحثة تستبعدهما، ونشر نادي العين منشورين فقط الأول يحمل صورة لاحتفال الفريق المغربي وحظت الصورة بدعم واضح بالمنشور والتعليقات للفريق المغربي ممثلا للأمة العربية، يليها وتصميم مميز تهنئة للفريق المغربي بمباراته المتميزة مع البرتغال وجاءت منشورات نادي العين في إطار الفخر والإشادة بالمنتخب المغربي إلي جانب التشجيع له في خطواته التالية، ويُعاب على الصفحة كغيرها إهمال باقي المنتخبات.

٤- كثافة تفاعل الجمهور بالتعليق واتجاهاتهم نحو المنتخبات العربية بالبطولة

جدول (٩) يوضح كثافة تفاعل الجمهور بالتعليق على المنشورات واتجاهاتهم بها.

الإجمالي	أندية الدول غير المشاركة				أندية الدول المشاركة				التعليقات واتجاهاتها	
	العين	الفيصلي	الهلال	الأهلي	الدحيل	الهلال	الوداد	الصفاقسي		
21	2	-	-	-	14	2	1	2	ك	أقل من ١٠٠
28.8	100	-	-	-	93.3	18.2	4.2	66.7	%	
16	-	4	3	-	1	6	1	1	ك	أكثر من ١٠٠ حتى ٥٠٠
22.0	-	80.0	37.5	-	6.7	-	4.2	33.3	%	
23	-	1	4	-	-	1	17	-	ك	أكثر من ٥٠٠ حتى الف
31.5	-	20.0	50.0	-	-	9.1	70.8	-	%	
9	-	-	1	2	-	2	4	-	ك	أكثر من الف حتى ٢٥٠٠
12.3	-	-	12.5	40.0	-	18.2	16.7	-	%	
4	-	-	-	3	-	1	-	-	ك	أكثر من ٢٥٠٠ حتى ٥ آلاف
5.5	-	-	-	60.0	-	4.2	-	-	%	
73	2	5	8	5	15	11	24	3	ك	الإجمالي
100	100	100	100	100	100	100	100	100	%	

من خلال دراستها التحليلية لاحظت الباحثة تفاوت عدد التفاعلات على المنشورات محل الدراسة، والتي تراوحت الإيجابية منها بين أعجبنى وأحببته وأدعته، ولم يظهر أيا من التفاعلات السلبية إلا بصفحة الدحيل القطري والتي ظهر بها أغضبني مرتين وأحزنني ثلاث واضحكني بأربع منشورات وكانت من الجمهور القطري ومتعلقة بنتائج منتخبه وتتسم بالموضوعية بقدر كبير. ونرى أن أكبر نسبة تفاعل كانت من نصيب صفحة الأهلي المصري والتي تراوح ثلاث من منشوراتها ما بين ١٠٠ إلى ٢٠٠ ألف تفاعل يليها صفحة الوداد المغربي والتي تراوحت أغلب منشوراتها ما بين ٥٠ الي ١٠٠ ألف تفاعل وفي

الترتيب الثالث جاء الهلال السوداني والذي وصل فيديو تشجيع لاعبيه للمنتخب السعودي إلى ٣٠ الف تفاعل ويله تجاوز أربع منشورات للهلال السعودي ١٠ آلاف مقارنة بأكثر من خمسة آلاف تفاعل لبعض منشورات الفيصلي والعين بينما كان الصفاقي أقل من ذلك وتؤكد هذه الأرقام التي تقدر بالملايين على شعبيه الصفحات بين جمهورها وتفاعلهم معها الأمر الذي يجعلها قادرة على تغيير وغرس وتأطير الكثير من الأفكار للجمهور نظراً لتعلقه وثقته بها. وقد أفردت الباحثة الجدول (٩) لبيان حجم التعليقات التي حظت بها تلك المنشورات وقد تراوحت التعليقات ما بين من أقل من ١٠٠ وأقل من ٢٠٠ على صفحات الصفاقي والعين الى ما بين ١٠٠ حتى ١٠٠٠ على صفحة الفيصلي وأغلب منشورات الهلال السوداني وما بين أكثر من ١٠٠٠ حتى ٥٠٠٠ على صفحات الأهلي والهلال السعودي والوداد المغربي بالترتيب وتحليل التعليقات لمعرفة أطرها وموقفها من دعم المنتخبات العربية. فقد وجدت الباحثة أن التعليقات كانت تتسم بالإيجابية وداعمه للمنتخبات العربي بنسبة ١٠٠% لجميع الأندية ولم ترصد الباحثة خلال دراستها أيًا من التعليقات السلبية التي تحتوي على السباب أو سخريه أو المشادات والمشاحنات غيرها ولو لمرة واحدة من بين آلاف التعليقات على جميع المنشورات.

### ثانياً : نتائج اختبار الفروض البحثية

الفرض الأول :- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة تغطية صفحات الأندية الرياضية العربية لفاعليات كأس العالم بقطر وكلا من (مشاركة الدولة التي ينتمي إليها النادي بالمونديال، جود لاعبين للنادي داخل المنتخبات المشاركة، حجم جمهور الصفحة).

جدول (١٠) يوضح معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة تغطية صفحات الأندية الرياضية العربية لفاعليات كأس العالم بقطر ٢٠٢٢م وكلا من (مشاركة دولة النادي بالمونديال وجود لاعبين للنادي داخل المنتخبات المشاركة، حجم جمهور الصفحة).

كثافة التغطية		متغير تابع	متغير مستقل
مستوي المعنوية	معامل بيرسون		
.000	**.372	مشاركة الدولة التي ينتمي إليها النادي بالمونديال	
.000	**.236	وجود لاعبين للنادي داخل المنتخبات المشاركة	
.806	.189	حجم جمهور الصفحة على موقع فيسبوك	

يتضح من الجدول (١٠) وباستخدام معامل ارتباط بيرسون كلا من :-  
 - وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة تغطية صفحات الأندية الرياضية العربية لفاعليات كأس العالم و مشاركة الدولة التي ينتمي إليها النادي بالمونديال حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون  $0.372^{**}$  وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي معنوية  $0.01$ .

- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة تغطية صفحات الأندية الرياضية العربية لفاعليات كأس العالم ووجود لاعبين للنادي داخل المنتخبات المشاركة حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون  $0.236^{**}$  وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي معنوية  $0.01$ .

- عدم وجود بين كثافة تغطية صفحات الأندية الرياضية العربية لفاعليات كأس العالم حجم جمهور الصفحة على موقع فيسبوك، حيث جاءت قيمة معامل بيرسون غير دالة إحصائياً عند أي من مستويات الدلالة وعليه يمكننا رفض الفرض لذي هذا المتغير.

ولذا يمكننا قبول الفرض الخاص بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة تغطية صفحات الأندية الرياضية العربية لفاعليات كأس العالم بقطر ٢٠٢٢م لذي متغيري مشاركة الدولة التي ينتمي إليها النادي بالمونديال ووجود لاعبين للنادي داخل المنتخبات المشاركة ورفضه لذي متغير حجم جمهور الصفحة على موقع فيسبوك.

الفرض الثاني :- توجد علاقة ارتباطية دالة بين أهمية المباراة بالنسبة للمنتخب العربي ضمن منافسات كأس العالم وكثافة تفاعل الجماهير على المنشورات الخاصة بالمباريات.

جدول (١١) يوضح معنوية العلاقة الارتباطية بين أهمية المباراة بالنسبة للمنتخب العربي ضمن منافسات كأس العالم وكثافة تفاعل الجماهير على المنشورات الخاصة بالمباريات.

أهمية المباراة بالنسبة للمنتخب العربي		متغير مستقل
معامل بيرسون	مستوي المعنوية	متغير تابع
$0.372^{**}$	0.008	كثافة تفاعل الجماهير على المنشورات

يتضح من الجدول (١١) وباستخدام معامل ارتباط بيرسون وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين أهمية المباراة بالنسبة للمنتخب العربي ضمن منافسات كأس العالم وكثافة تفاعل الجماهير على المنشورات الخاصة بالمباريات حيث بلغت قيمه معامل ارتباط بيرسون  $0.372^{**}$  وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي معنوية  $0.01$  مما يدل على وجود علاقة طردية قوية بين المتغيرين أي أنه كلما كانت المباراة أكثر أهمية كلما ارتفعت كثافة تعليقات الجمهور حولها. وعليه يمكننا قبول الفرض الخاص بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً أهمية المباراة بالنسبة للمنتخب العربي ضمن منافسات كأس العالم وكثافة تفاعل الجماهير على المنشورات الخاصة بالمباريات.

الفرض الثالث :- توجد علاقة دالة إحصائياً بين مستوي دعم المنشورات لمفهوم الهوية العربية واتجاهات الجمهور بالتعليقات نحوها .

جدول (١٢) يوضح معنوية العلاقة الارتباطية بين مستوي دعم المنشورات لمفهوم الهوية العربية واتجاهات الجمهور بالتعليقات نحوها .

متغير مستقل	مستوي دعم الصفحات لمفهوم الهوية

متغير تابع	معامل بيرسون	مستوي المغنوية
اتجاهات الجمهور بالتعليقات نحوها	.109	.856

يتضح من الجدول (١٢) وباستخدام معامل ارتباط بيرسون عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين مستوى دعم المنشورات لمفهوم الهوية العربية واتجاهات الجمهور بالتعليقات نحوها، حيث جاءت قيمة معامل بيرسون غير دالة إحصائية مما يعني عدم وجود علاقة بين المتغيرين وهو ما رصدته الباحثة بالدراسة التحليلية فسواء كانت الصفحة تدعم الهوية العربية بشكل واضح أو لا جاءت اتجاهات التعليقات نحوها إيجابية.

وعليه يمكننا رفض الفرض الخاص بوجود علاقة دالة إحصائية بين مستوى دعم المنشورات لمفهوم الهوية العربية واتجاهات الجمهور بالتعليقات نحوها.

ثالثاً:- مناقشة أهم نتائج الدراسة

- تنوعت الأشكال المستخدمة بالمنشورات خلال تغطية المباريات العربية بالمونديال ونجحت صفحات الأندية في استخدام الانفوجرافيك ومجموعات الصور بشكل جيد.
- لم توفق صفحات الأندية المشاركة منتخباتها في كأس العالم بقطر في دعم الهوية العربية بمشوراتها مقارنة بباقي الأندية، كما ظهر تقصير جميع الصفحات في التغطية.
- أظهر الجمهور العربي وعياً بمقومات الهوية العربية وأهميتها ودعمًا كبيراً للمنتخبات العربية الشقيقة بشكل يظهر مدي تأصل الوحدة والهوية العربية في نفوس الجماهير.
- برزت الهوية الإسلامية بشكل كبير على صفحة الهلال السوداني أكثر من غيرها، بينما برزت الهوية العربية على صفحة الأهلي المصري واتسمت التعليقات على كلاً الصفحتين بأكثر قدر من تعزيز الهوية العربية ووحدة الصف العربي من خلال تعليقات الجمهور.
- برزت التعليقات الداعمة للقضية الفلسطينية على أغلب منشورات الدراسة بالرغم من إهمال الصفحات التام لذكر المشاهد التي تم فيها رفع العلم الفلسطيني بالمباريات، وتصدرت تلك الصورة التعليقات من الجماهير العربية على صفحات الصفاقسي والأهلي.

- نجحت الصفحات محل الدراسة في استخدام الهاشتاج والرموز التعبيرية في منشوراتها.  
رابعاً :- ومقترحات الدراسة وتوصياتها

في ظل ما توصلت له الدراسة من نتائج تشير إلي الافتقار إلي وجود أجندة واضحة لدعم الهوية العربية من خلال صفحات الأندية الرياضية العربية الكبرى والإخفاق الذي لازم العديد من الصفحات سواء التي تم تحليلها أو تلك التي تم استبعادها في الدراسة الاستطلاعية توصي الدراسة بالتالي:-

- ضرورة الاهتمام بوضع الهوية العربية على رأس الأولويات الخاصة بالمؤسسات العربية المختلفة وخاصة المؤسسات والنوافذ الإعلامية.

- قيام الجهات المعنية بشن حملات توعية تهدف إلي إيقاظ الوعي العربي إحياء الهوية.

- استغلال الأحداث والفاعليات بكافة أشكالها في إحياء مفهوم العمل العربي المشترك.

وعلي الصعيد البحثي والإعلامي توصي الباحثة بضرورة:-

- أفراد مساحات أكبر لوسائل الإعلام الرقمية والتطورات الحديثة على الساحة الإعلامية. والكشف عن كيفية استغلالها في دعم الهوية العربية والوعي الشعبي بها.

- الاهتمام بالدراسات المتعلقة بالهوية وتأثير مواقع التواصل الاجتماعي عليها.

- بالاهتمام بدراسات الجمهور والرأي العام فيما يخض تأثير الفاعليات العربية المشتركة. على تنمية وعي الجماهير بالهوية العربية وتأثيرها على هويتهم ورؤيتهم لعالمهم العربي.

## خامساً :- الخاتمة

ومن خلال تناولنا لموضوع الدراسة يمكننا القول أن ثقافتنا وهويتنا العربية تحتاج إلى من يبرزها ويظهرها للجماهير وأن ما تحتاجه أمتنا هو أن نضع هويتنا موضع أولوية ولا ندخر جهداً لدعمها وإبرازها والحفاظ عليها فالمحافظة بكل الأساليب والطرق على الهوية هي صوتاً وحفاظاً على الكيان الموحد للامة العربية، وإننا وإن كنا في هذا المؤتمر بصدد تنظيم مؤتمر علمي عربي يجمع العلماء والمفكرين في مجال الإعلام من أقطار الوطن العظيم فإننا يمكننا القول أن مثل هذه المؤتمرات والفاعليات العربية هي أحد ركائز تدعيم الهوية العربية بشكل واقعي، وفي الوقت الذي يخرج هذا المؤتمر للنور مبرزاً من بين أهدافه

نشر الوعي بدور الإعلام على مستوى الفرد والأسرة والمجتمع والمؤسسات وباحثاً عن دور الإعلام في دعم الهوية الوطنية. فأنا نري أن على الفرد والأسرة والمجتمع الصغير كالمدرسة والمسجد والنادي غرس قيم المواطنة والانتماء العربي وتعزيز الهوية العربية في نفوس النشأ إذ يسهل التعليم في الصغر عنه في الكبر، وعلي المؤسسات والكيانات العربية أن تضع تعزيز الهوية كهدف رئيس لها ولا يكن مرتبطاً بوقت أو بفاعلية معينة إنما يكن أسلوباً وإطاراً شاملاً وصبغة لكل الفاعليات التي تنظمها والرسائل التي تبرزها لجمهورها، الأمر الذي يعزز من هويتنا ويقود الشعوب العربية نحو العزة والرفعة.

### ❖ قائمة المراجع:-

أولا المراجع العربية:-

- (١) أحمد جبار، الصورة الذهنية- قراءة في أبعاد المفهوم نقاط التقاطع والاختلاف بين الصورة الذهنية والنمطية وعلاقتها بالعلاقات العامة، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، مجلد٧، عدد ١، ٢٠٢٠م.
- (٢) آلاء احمد عبد الوهاب، أطر تقديم صورته تركيا فوق ضوء تحولات السياسية الخارجية دراسة تحليلية للمواقع الإخبارية العالمية، مجلة بحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مجلد ١٨ العدد ٢، ٢٠١٩م.
- (٣) آلاء محمد الغامدي، واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الهوية الثقافية لدى طالبات المرحلة الثانوية بمدينة الرياض، رسالة ماجستير كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود، المملكة العربية السعودية، ٢٠١٨م.
- (٤) -المولدي الأحمر، الرياضة والمجتمع، مجلة عمران للعلوم الاجتماعية المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، المجلد ١١، عدد ٤٢، ٢٠٢٢م.
- (٥) بنورة حمد الهاجري حول دور وزارة الثقافة والرياضة القطرية في تشكيل صورة الدولة أثناء تنظيم كاس العالم، مجلة تجسير لدراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية البيئية، مركز ابن خلدون للعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قطر، مجلد ٣، عدد ٢، ٢٠٢١م.
- (٦) حسين محمد نعيم الحق، الإسلام كقوة ناعمة لدولة قطر في تنظيم كاس العالم ٢٠٢٢م، مجلة تجسير لدراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعه قطر مركز ابن خلدون للعلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلد ٣، عدد ٢، ٢٠٢١م.
- (٧) حنان محمد احمد أبو لبد، مكونات الهوية، المؤتمر الدولي النقدي الأول الهوية والأدب، نادي أبها الأدبي، مجلد ١، أبها، المملكة العربية السعودية، ٢٠١٥م.
- (٨) خلود محمد رشاد، استخدامات الإنترنت ودورها في تشكيل هوية الجالية العربية بالدنمارك، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الاجتماع شعبه الإعلام، كلية البنات، جامعة عين شمس، القاهرة ٢٠١٧م.
- (٩) رائد على صالح الجابوري، المعالجة الإخبارية لحركة التغيير السياسي في تونس دراسة تحليلية لتغطية قناة بي بي سي العربية، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، العدد الثالث، ٢٠١٦م.
- (١٠) رضا شريف، الهوية العربية الإسلامية وإشكالية العولمة عند الجابري، (الجزائر: كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، ٢٠١١م).

- (١١) سايمون كريبتشلي، فيما نفكر حين نفكر في كرة القدم، ترجمة محمود عبد الحليم، (القاهرة: مدارات للأبحاث والنشر، ٢٠٢٢م).
- (١٢) شوشة حرز الله الحاج سالم عطية، الصورة الذهنية للمؤسسة قراءة مفاهيمية نظرية، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، مجلد ٥، عدد ٢، يوليو ٢٠٢٠م.
- (١٣) غادة شكري، الأطر الخبرية لمنظمات المجتمع المدني في الصحافة المصرية، دراسة حالة لما قبل ثورة ٢٥ يناير وما بعدها، رسالة دكتوراة، كلية الآداب، جامعة حلوان ٢٠١٥م.
- (١٤) مصطفى بن طيفور بوعمامه، العربي تأثير وسائل الإعلام على تشكيل الهويات الثقافية في ظل العولمة قراءة الواقع واستشراف المستقبل، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع الجزائر، ٢٠١٦م.
- (١٥) هند السيد حجازي، أطر معالجة الصحف والبوابات الإلكترونية لانتخابات مجلس النواب ٢٠٢٠م، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد ٢١، العدد ١، مارس ٢٠٢٢م.

**Funding:: No funding received for this work**

**Conflicts Of Interest :: None**

**Acknowledgment**

**None**

**References:**

- 1) Ahmed Jabbar, The mental image - a reading in the dimensions of the concept, the points of intersection and the difference between the mental image and the stereotype and its relationship to public relations, Al-Riwaq Journal for Social and Human Studies, Volume 7, Issue 1, 2020 AD.
- 2) Alaa Ahmed Abdel-Wahhab, Frameworks for Presenting Turkey's Image in the Light of Foreign Policy Transformations, An Analytical Study of International News Websites, Journal of Public Opinion Research, Faculty of Mass Communication, Cairo University, Volume 18, Issue 2, 2019.
- 3) Alaa Muhammad Al-Ghamdi, The reality of the role of social networks in influencing the cultural identity of female secondary school students in Riyadh, Master's thesis, College of Social Sciences, Imam Muhammad bin Saud University, Saudi Arabia, 2018.
- 4) Al-Mouldi Al-Ahmar, Sports and Society, Omran Journal of Social Sciences, Arab Center for Research and Policy Studies, Volume 11, Number 42, 2022 AD.
- 5) Bannoura Hamad Al-Hajri on the role of the Qatari Ministry of Culture and Sports in shaping the country's image during the organization of the World Cup, Tajseer Journal

- for Inter-Human and Social Sciences Studies, Ibn Khaldun Center for Humanities and Social Sciences, Qatar University, Volume 3, Number 2, 2021.
- 6) Ghada Shoukry, News Frames for Civil Society Organizations in the Egyptian Press, A Case Study of Before and After the January 25 Revolution, Ph.D. Thesis, Faculty of Arts, Helwan University 2015.
  - 7) Hanan Muhammad Ahmed Abu Libdeh, Components of Identity, The First International Critical Conference, Identity and Literature, Abha Literary Club, Volume 1, Abha, Saudi Arabia, 2015.
  - 8) Hend El-Sayed Hegazy, Frameworks for Addressing Newspapers and Electronic Portals for the 2020 Parliament Elections, The Egyptian Journal for Public Opinion Research, Volume 21, Issue 1, March 2022.
  - 9) Hussein Muhammad Naim Al-Haq, Islam as a soft power for the State of Qatar in organizing the 2022 World Cup, Tajseer Journal for Inter-Human and Social Science Studies, Qatar University, Ibn Khaldun Center for Humanities and Social Sciences, Volume 3, Number 2, 2021 AD.
  - 10) Kholoud Muhammad Rashad, Uses of the Internet and its role in shaping the identity of the Arab community in Denmark, a field study, unpublished master's thesis, Department of Sociology, Media Division, College of Girls, Ain Shams University, Cairo 2017.
  - 11) Mustafa bin Tayfour Bouamama, Al-Arabi, The Impact of the Media on the Formation of Cultural Identities in Light of Globalization, Reading Reality and Foreseeing the Future, Al-Hikma Journal for Media and Communication Studies, Al-Hikma Treasures Foundation for Publishing and Distribution, Algeria, 2016.
  - 12) Raed Ali Salih al-Jabouri, News treatment of the political change movement in Tunisia, an analytical study of BBC Arabic coverage, Journal of the Association of Arab Universities for Media Research and Communication Technology, third issue. 2016.
  - 13) Reda Sharif, Arab-Islamic Identity and the Problem of Globalization for Al-Jabri, (Algeria: Treasures of Wisdom for Publishing and Distribution, 2011).
  - 14) Shousha Harzallah, Hajj Salem Attia, The Mental Image of the Foundation, A Theoretical Conceptual Reading, Algerian Journal of Human Security, Volume 5, Issue 2, July 2020.
  - 15) Simon Critchley, As We Think When We Think of Football, translated by Mahmoud Abdel Halim, (Cairo: Orbits for Research and Publishing, 2022 AD).

- 16) Dijck, Jose Van, "You have one identity" Performing the self on Facebook and linked in Media Culture & Society, Vol35, no2, 2013.
- 17) McGwin k , Yinjiao Y, Social Media and Subculture: The rule of Facebook use in Subculture Identity paper presented at the annual meeting of the International Communication Association 64th Annual conference Seattle Washington May 2014.
- 18) Richard Giulianotti, Introduction in Handbook of the sociology of sport (Abingdon : Routledge,2018).
- 19) Sanderson J , From Loving the Hero to Despising the Villain, Sports Fans, Facebook and Social Identity Threat, Mass Communication and Society, vol 16, 2013.  
Senaid Almarri , The promotion of Qatar Culture Qatari Sports leader's Experience of Hosting 2022 FIFA world Cup, PhD study , Concordis University C,hicago ,USA 2020 .