



## دور الصفحات الالكترونية الرياضية في بناء الصورة الذهنية لدولة قطر بعد كأس العالم للعام 2022

ساهر علي حسين

جامعة بغداد / كلية الأعلام / قسم العلاقات العامة

أ.د. جعفر شهيد الموسوي

جامعة بغداد / كلية الأعلام / قسم العلاقات العامة

### المستخلص

تعد التكنولوجيا احد مخرجات العوالم الرقمية التي فرضت نفسها واصبحت لزاماً على كل المجتمعات التكيف والتعامل معها على مستوى المؤسسات والشركات وحتى الافراد انفسهم لما لها من دور محوري في تسخير عجلة الحياة، ومن هذه المخرجات تبلورت لنا مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف انواعها والتي فرضت نفسها بقوة على مستوى الاعمال وكذلك التواصل الاجتماعي، لذا اتجهت العديد من المنظمات والشركات الى توظيف الصفحات الالكترونية التي اصبحت حلقة الوصل بين المؤسسة وجمهورها، اذ يمكن عن طريقها ايصال الرسائل المختلفة التي تحاول المؤسسة ايصالها الى المتلقي وبناء صورتها الذهنية والعمل على ترسيخها لديه في ظل المنافسة الشديدة بين الشركات كافة. هدفت الدراسة الى التعرف على الدور الذي تلعبه الصفحات الالكترونية الرياضية في بناء الصورة الذهنية لدولة قطر لدى الجمهور بعد كأس العالم 2022، فضلاً عن الكشف عن العلاقة بين الصورة الذهنية لدى الجمهور والصفحات الالكترونية في مواقع التواصل الاجتماعي، كذلك التعرف على الصفحات الالكترونية المستخدمة في بناء صورة الدولة، فتمحورت اشكالية البحث بالتساؤل الرئيس الأتي: ما دور الصفحات الالكترونية الرياضية في بناء الصورة الذهنية للدولة بعد كأس العالم 2022؟ فقد استخدم الباحث المنهج المسحي الذي يهدف الى تسجيل الظاهرة وتحليلها وتفسيرها ومعرفة الصورة المتشكلة لدى الجمهور العراقي ازاء مونديال قطر 2022، كما اعتمد الباحث على اداة المقابلة العلمية واداة المقياس من اجل التوصل الى معرفة الدور الذي تلعبه الصفحات الالكترونية في تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور

**الكلمات المفتاحية:** الصفحات الألكترونية، الصورة الذهنية

## **The role of sports electronic pages in building the mental image of the State of Qatar after the 2022 World Cup**

Saher Ali Hussein

University of Baghdad / College of Media / Department of Public Relations

Prof. Dr. Jaafar Shahid Al-Moussawi

University of Baghdad / College of Media / Department of Public Relations

### **Abstract:**

Saher Ali Hussein, "The rule of Sports Elictronic Pages in Building the mental Image of the state (A study of the Iraqi public Opinion towards the state of Qatar after the 2022 World Cup)" Digital Media is considred one of the digital age tools that have imposed themselves and become inevitable for societies to interact with. This is Evident at the level of institutions and companies, and even individuals use them due to their critical role in the fast pace of life. Among these outputs, the internet and social media platforms are prominent, which have imposed themselves with great power at the business level and social communication. Different types of organizations and companies have also taken advantage of the internet and social



media for electronic communication It is now a critical link between businesses and thesis customers, and it has become difficult for any organization to survive without adopting these modern tools. This study aims to identify the role of sports electronic pages in shaping the mental image of the state of Qatar in the Iraqi public's opinion after the 2022 World Cup. It also explores the relationship between the mental image formed by public through the use of electronic pages and social media, and the role these pages play in shaping the sports and national image of Qatar. The study utilized the survey method to investigate the problem of the mental image that the Iraqi public has of the State of Qatar after the 2022 World Cup. It also adopted the descriptive approach, which aims to discover the role that electronic sports pages play in shaping the public's mental image.

**Keywords:** Web pages, mental image

#### المقدمة:

تعد الصفحات الالكترونية العامل الاساس في تطور وسائل الاعلام المختلفة تماشياً مع التطور الهائل الذي أحدثته مواقع التواصل الاجتماعي في وقتنا المعاصر، وبسبب تعاطي الجمهور مع هذه الصفحات بنحو غير مسبوق اصبح لزاماً على الدول اعطاء هذا الموضوع الاهمية القصوى ودراستها وتحليلها، اذ اصبحت وسيلة مهمة في بناء الصورة الذهنية للدولة، لذلك عمدت الكثير من الدول الى العمل على ادارة صورتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبالأخص الصفحات الالكترونية ولاسيما عبر تطبيق فيسبوك ومنصة X. ان معظم الدول باختلافها تسعى لتكوين صورتها الذهنية الحسنة لدى جمهورها وذلك عن طريق وضع خطط واستراتيجيات معينة، واستخدام الوسائل والاساليب الاتصالية الفاعلة من اجل الوصول الى انطباعات جيدة لدى الجمهور وتحقيق التناغم بين الطرفين ولعل اهم عامل يساعد الدولة على تشكيل صورة ذهنية ايجابية لدى الجمهور هو توظيف هذه الصفحات الالكترونية في بناء صورتها، اذ تعدد هذه الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف مسمياتها، اذ تركز هذه الصفحات في المنصات الرقمية على دراسة كافة الاتجاهات ومن اهمها (الفيسبوك، الإنستغرام) اللذان يعتبران اكثر تطبيقين يزورها المستخدمين بحثاً عن الصفحات الالكترونية، وتأتي في المرتبة الأولى الصفحات التجارية والتي تستخدم لاغراض ربحية لترويج منتجاتها من السلع والخدمات، واخرى اقتصادية مهمة بكل ما يدور من تطورات حول اقتصاد العالم، وبعضها ثقافية تواكب كل الاحداث الفنية ووضع الجمهور في قلب الحدث، كذلك بعض الصفحات تهتم بالسياسة وتغطية الاحداث على مدار الساعة اذا تحظى هذه الصفحات بأهتمام كبير من قبل الجمهور نظراً لتجدد الاحداث بنحو يومي، ولا يمكن ان نغفل عن الصفحات الرياضية التي تحظى بقاعدة جماهيرية واسعة لا سيما في الشرق الاوسط، اما الصفحات الاجتماعية فتكون اقل من نظيراتها من حيث التفاعل وتردد الزوار عليها وتحقيقاً لاغراض البحث

#### الإطار المنهجي للبحث:

##### أولاً : مشكلة البحث وتسأولاته :

ان انبثاق المشكلة البحثية واحداً من اهم المرتكزات التي يبنى عليها الباحث حتى النهاية، وان الامام بكل نواحي المشكلة يساعد في القدرة على معالجتها بصورة صحيحة وبناتج دقيقة، ومن هنا عرف علماء البحث العلمي مشكلة البحث ( جملة استفهامية تسأل عن العلاقة القائمة بين متغيرين او اكثر وجواب هذا السؤال هو الغرض من البحث العلمي).



تعد الصفحات الالكترونية احدى العوامل في تشكيل صورة الدول كما يعد الاستخدام الامثل للتطور التقني السريع وجه من اوجه العولمة في وقتنا الحاضر، من اجل زيادة الوصول الى الجمهور بالشكل الامثل وتشكيل انطباعات جيدة لديهم، ونظراً لاهمية مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل صورة الدولة فان مشكلة البحث تتمحور في التساؤل الرئيس الآتي : (( ما دور الصفحات الالكترونية الرياضية في بناء الصورة الذهنية لدولة قطر بعد كأس العالم 2022 ؟ ))

ويندرج تحت التساؤل الرئيسي للدراسة التساؤلات الفرعية الآتية :

- 1- هل اسهمت الصفحات الالكترونية في بناء الصورة الذهنية للدولة ؟
- 2- هل للصفحات الالكترونية اهمية في اظهار أنشطة الدولة ؟
- 3- هل ساعدت الصفحات الالكترونية في اظهار امكانيات الدولة في المجال الرياضي؟
- 4- ما دور الصورة الذهنية في تطور الدولة على مختلف الاصعدة ؟
- 4- ماهي الصفحات الالكترونية التي تعتمد عليها الدولة في بناء صورتها لدى الجمهور ؟
- 5- ما الاستراتيجيات التي تعتمد عليها الدولة في بناء صورتها لدى الجمهور؟

### ثانياً : أهمية البحث :

تتمثل أهمية الدراسة في التطور الهائل لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات، اذ ان التطور الهائل والملفت لمواقع التواصل الاجتماعي وتزايد مستخدميها ادى الى ضرورة اهتمام الدول بهذه المواقع وانشاء صفحات لها والتفاعل مع الجمهور مباشرة، اذ يعد عنصر التفاعلية من اهم العناصر التي تتمتع بها هذه المواقع ومن اهم اسباب نجاح وانشاء مواقع التواصل الاجتماعي، لذلك اصبح لها تأثير كبير على الجمهور واتجاهاتهم وافكارهم، اذ اعتمدتها الكثير من الدول لتشكيل صورتها لدى الجمهور، عن طريق اتباعها اساليب مختلفة تسعى من خلالها لجذب الجمهور والتأثير بهم، مستثمرتين الميزات الكبيرة التي اتاحتها من نشر النصوص المكتوبة والصور وكذلك مقاطع الفيديو والصوت وعمل استطلاعات الرأي وصولاً الى اخر ميزات هذه المواقع وهو البث الحي (المباشر)، وتكمن أهمية البحث في جانبين:

### - أهمية البحث للمجتمع :

ان أهمية البحث للمجتمع تنبع من ما تقدمه هذه الصفحات عبر مواقع التواصل من احاطة المجتمع الرياضي بكافة النشاطات والفعاليات الرياضية العالمية وهذا ما قدمه البحث من تسليط الضوء على مونديال قطر 2022 ومساعدة الجمهور الرياضي العراقي على تشكيل الصورة حول دولة قطر.

### - أهمية البحث العلمية :

يسهم هذا البحث في رفد مكتبة البحوث الاعلامية التي تطرقت في دراساتها الى الصفحات والمواقع الالكترونية الرياضية، اذ ان هذا النوع من البحوث يتميز بقلّة الدراسات كونه يتناول حدث رياضي عالمي تستضيفه دولة عربية لأول مرة في التاريخ.

### ثالثاً : اهداف البحث :

- 1- التعرف على الدور الذي تلعبه الصفحات الالكترونية الرياضية في بناء الصورة الذهنية لدولة قطر لدى الجمهور العراقي الرياضي بعد كأس العالم 2022.
- 2- الكشف عن العلاقة بين الصورة الذهنية لدى الجمهور والصفحات الالكترونية في مواقع التواصل الاجتماعي.
- 3- التعرف على الصفحات الالكترونية المستخدمة في بناء صورة دولة قطر.
- 4- الكشف عن الاستراتيجيات التي وضعتها دولة قطر في بناء صورتها.
- 5- الكشف عن نسبة ابعاد الصورة الذهنية لدى الجمهور عن الدولة بعد كأس العالم 2022.



### منهج البحث وأدواته:

في إطار هذا النوع من البحوث استخدم الباحث المنهج المسحي وهو أكثر المناهج مناسبة للبحوث بعده جهد علمي منظم ومخطط له للحصول على المعلومات التي تحيط بالظاهرة محل الدراسة، فضلاً عن أن هذا المنهج يعد من أهم المناهج وأكثرها شيوعاً في الدراسات الإعلامية وصنف هذه البحث على أنه من البحوث الوصفية التي تقوم بوصف الظاهرة وكل ما يحيط بها.

اداة البحث واجراءاته :

بالاعتماد على الدراسة التمهيدية التي اجراها الباحث على مجتمع الدراسة، وبالاستناد الى الدراسات السابقة والادبيات المثبتة في الجانب النظري، فقد اعتمد الباحث في تصميم اداة الدراسة على اداة المقياس.

### مجتمع البحث وعينته :

يعرف مجتمع البحث (( جميع مفردات الظاهرة المراد دراستها، اما عينة البحث فتعني تلك المجموعة المختارة من مجتمع البحث، والتي يتم اختيارها وتحديدها على وفق اسس علمية واساليب خاصة تتناسب مع موضوع البحث وهدفه)). (المشهداني، 2017، صفحة 119)

تضمن مجتمع الدراسة الجمهور العراقي الرياضي بصورة عامة، اما فيما يخص عينة الدراسة فقد تم وفق العينة العشوائية البسيطة من اختيار الجمهور الرياضي في محافظة بغداد من المتواجدين في الملاعب الرياضية في جانبي الكرخ والرصافة وفي وزارة الشباب والرياضة وفي اللجنة الأولمبية و بعض اندية الدرجة الممتازة من الفرق الجماهيرية. وقد تم اختيار العينة استناداً الى المعرفة الرياضية للجمهور الرياضي وتحقيق اهداف الدراسة واختبار فرضياتها، اعتمد الباحث على معيار (Krejcie & Morgan;1970) المتضمن تحديد حجم العينة استناداً الى حجم المجتمع، فقد اعتمد الباحث (384) حجم العينة من الجمهور العراقي الرياضي وفقاً للمعيار. وقد تم توزيع (450) استمارة مقياس على الجمهور الرياضي في محافظة بغداد في جانبي الكرخ والرصافة استناداً الى احصائيات جهاز الاحصاء المركزي في وزارة التخطيط والجدول الاتي يوضح عدد الاستثمارات الموزعة والنسب المئوية من عدد الاستثمارات الصالحة الى عدد الاستثمارات الموزعة.

إجراءات البحث وأدواته:

### قياس الصدق والثبات (المقياس):

1- الصدق الظاهري : يعرف الصدق الظاهري بأنه قدرة اداة الدراسة لقياس ما وضعت لقياسه، ولضمان صدق الظاهري لأداة الدراسة، اعتمد الباحث في صيغة اسئلة المقياس على اهم الدراسات السابقة والبحوث ذات العلاقة والتي من خلالها اعد الباحث نموذج "المقياس" بصيغتها الاولية ومن ثم تم تحكيمها علمياً من قبل مجموعه من المتخصصين والخبراء من ذوي التخصص في الاعلام و العلاقات العامة.ومن ثم تم اعتمادها في الدراسة في صيغتها النهائية بعد الاخذ بجميع الآراء و الملاحظات وأجراء كافة التعديلات من حذف وتعديل واعداد صياغة.

2- ثبات اداة الدراسة: ويقصد بثبات هو الموثوقية في اداة الدراسة في ان تعطي نفس النتائج عند اعادة توزيعها تحت نفس الظروف اكثر من مرة، اي بمعنى الاخر تعطي الاستقرار في النتائج وعد تغييرها بصورة رئيسية، حيث يتم اختبار اداة الدراسة على طريقتين ( معامل ألفا كرونباخ، التجزئة النصفية

).( (Sekaran, 2006)

قياس الثبات بطريقة الفاكرونباخ (Cronbach's alpha Coefficient): تم قياس الثبات لأبعاد الدراسة الرئيسية و المقياس بصورة كلية، وكما موضح في الجدول الاتي:-



## جدول (3) اختبار الثبات وفق الفا كرونباخ

أبعاد الدراسة	عدد الفقرات	قيمة معامل الثبات
السلوكي	6	0.721
العاطفي	5	0.703
المعرفي	18	0.816
المقياس بصورة اجمالية	29	0.855

## دراسات سابقة:

تعتبر الدراسات السابقة القاعدة العلمية والمعلوماتية التي ينطلق منها الباحث لبناء جهد علمي رصين، إذ تعد عملية مراجعة الدراسات السابقة مهمة جداً في دراسة الظاهرة التي يروم الباحث دراستها والتي تساعده على معرفة الأدوات والمناهج والأساليب العلمية المتبعة في هذه البحوث ويمكن تقسيم الدراسات كما يأتي:

## الدراسات المحلية:

## دراسة ريام علاء الدين : (عبد الحميد، 2018)

تناولت هذه الدراسة الاتصال التفاعلي لصفحات الاندية الرياضية العراقية على الفيس بوك في التواصل مع الجمهور، إذ جاءت مشكلة البحث بتساؤل رئيسي هو مادور الاتصال التفاعلي في صفحات الاندية الرياضية العراقية على الفيس بوك في التواصل مع الجمهور؟، وتهدف هذه الدراسة الى التتصي عن دور مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) في سد حاجة المبحوثين للمعرفة الرياضية واسهام هذه الصفحات في تنمية الثقافة الرياضية لديهم، والتعرف على مدى اعتماد المبحوثين على صفحات الاندية في موقع الفيس بوك للحصول على المعلومات، والتحرري عن الهدف من متابعة صفحات الاندية الرياضية على مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) بالنسبة للمبحوثين.

اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي واستخدمت اداتي الاستبيان والملاحظة العلمية عن طريق رصد الصفحات الرياضية للاندية الاربعة الجماهيرية على تطبيق الفيسبوك. توصلت الدراسة الى عدة نتائج اهمها كشفت النتائج ان الرد على التعليقات من اكثر الطرائق التي تواصلت من خلالها صفحات الاندية الرياضية العراقية في الفيسبوك مع المبحوثين، كما اكد معظم المبحوثين انهم يفضلون التفاعل بشكل مباشر مع صفحات الاندية الرياضية في الفيس بوك، كذلك ان العدد الاكبر من المبحوثين ان اهم الموضوعات التي يتفاعلون معها هي مباريات الدوري العراقي. حدود الاقتراب والابتعاد من الدراسة الحالية:

تنفق هذه الدراسة مع بحثنا في تناولها الصفحات الالكترونية في مواقع التواصل (الفيس بوك)، كذلك تنفق في المنهج المستخدم ونوع الدراسة، لكنها تختلف عن بحثنا في الادوات العلمية وكذلك عينة الجمهور إذ اقتصر على جمهور الاندية فقط، إذ تناول بحثنا الجمهور الرياضي العام، كذلك استخدمنا اداتي المقياس والمقابلة العلمية.

## الدراسات العربية:

## 1- دراسة بسمة بوحملة: (بوحملة، 2023)

تناولت هذه الدراسة الصورة الذهنية للرياضة في الجزائر من خلال مواقع التواصل الاجتماعي إذ جاءت مشكلة بتساؤل رئيسي ماهي الصورة الذهنية للرياضة في الجزائر من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؟ وتهدف الدراسة الى الكشف عن الاضافة التي تقدمها الصفحات الرياضية لاثراء الرياضة في الجزائر، كذلك



معرفة الدور الذي تؤديه الصفحات الرياضية في تكوين الصورة الذهنية للرياضة في الجزائر، وايضاً معرفة تفاعل الصفحات مع الاحداث الكروية في الجزائر. توصلت الدراسة الى جملة من النتائج اهمها ان الصفحات الرياضية لعبت دوراً في تعزيز الوعي الرياضي، كما ان للصفحات الرياضية في صناعة الصورة الذهنية الايجابية للرياضة في الجزائر. حدود الاقتراب والابتعاد عن الدراسة الحالية: تتفق هذه الدراسة مع بحثنا في الصورة ودور مواقع التواصل الاجتماعي "الصفحات الالكترونية" لكنها تختلف في الادوات المستخدمة اذ استخدمت الباحثة الاستبانة والملاحظة اما بحثنا تم استخدام المقياس والمقابلة العلمية.

## 2- دراسة نشوى سمير عبده: (عطية، 2022)

تناولت الدراسة الصورة الذهنية للقنوات الرياضية الحكومية والخاصة ودورها في تشكيل اتجاهات الافراد، وتهدف الدراسة التعرف على واقع القنوات الرياضية الحكومية والخاصة في تشكيل اتجاهات الافراد المتابعين، كما تهدف الى تحليل محتوى القنوات الرياضية الحكومية والخاصة لآراء الاعلاميين المتخصصين. وتوصلت الباحثة الى مجموعة من النتائج اهمها قدرة الاعلام الرياضي على توصيل المعلومات والبيانات الى قاعدة جماهيرية كبيرة متباينة في الاتجاهات ومختلفة في الرأي العام، كما انها توصلت الى ان الاعلام الرياضي يعتبر من الاسس الرئيسية في تشكيل الصورة الذهنية للجمهور الرياضي. حدود الاقتراب والابتعاد من الدراسة الحالية: تتفق هذه الدراسة مع بحثنا في تناولها الصورة وكيفية تشكيلها من خلال وسائل الاتصال كما تتفق في المنهج المستخدم ونوع الدراسة، لكنها تختلف في الادوات المختلفة اذ اعتمدت الباحثة على اداة الاستبيان وتحليل المحتوى، بينما اعتمد بحثنا على اداة المقياس.

## 3- دراسة حسين محمد نعيم ولطيفة منادي: (نعيم و منادي، 2021)

تناولت هذه الدراسة المحدد الاجتماعي في تشكيل صورة الدولة، حالة كأس العالم 2022 في دولة قطر، وجاءت مشكلة البحث بتساؤل ماهي الكيفية التي تتصور بها النخبة القطرية تنظيم بلدها لكأس العالم 2022، تهدف الدراسة الى مساعدة الباحثين لفهم وتفسير السياق الاجتماعي كذلك التعرف على الدوافع التي دفعت بالفاعلين الى انتهاء افعالهم الاجتماعية او المعاني التي يركزون عليها. حدود الاقتراب والابتعاد عن الدراسة الحالية: تتفق هذه الدراسة مع بحثنا في تناولها كأس العالم 2022 في دولة قطر، كذلك تتفق في الاعتماد على اداة المقابلة، لكنها تختلف في استخدام المجموعات البورية وكذلك المنهج المستخدم اذ اعتمدت الباحثة على المنهج النوعي، بينما تم الاعتماد في بحثنا على المنهج المسحي.

## 4- دراسة نور الهاجري وعبد الرحمن سالم المري: (الهاجري و المري، 2021)

تناولت هذه الدراسة دور وزارة الثقافة والرياضة القطرية في تشكيل صورة الدولة اثناء تنظيم كأس العالم، كما تهدف الدراسة الى البحث في اهمية الدور المؤسساتي في تشكيل الصورة الثقافية لدولة قطر عند تنظيم كأس العالم لكرة القدم، كما ابرزت الدراسة مجموعة من النتائج اهمها غياب عنصر الشباب عن تمثيل الوزارة في احداث مونديال قطر 2022. حدود الاقتراب والابتعاد عن الدراسة الحالية:



اتفقت الدراسة مع بحثنا في تناولها كأس العالم في قطر 2022 والصورة الذهنية، كما تختلف في المنهج المستخدم إذ استخدمت الباحثة المنهج الكيفي، بينما تم الاعتماد في بحثنا على المنهج المسحي، كما تختلف في الأدوات المستخدمة إذ اعتمدت الباحثة على المجموعات البؤرية.

#### الدراسات الاجنبية:

##### دراسة صامويل (Kim, 2005)

تناولت هذه الدراسة صورة كوريا الجنوبية بين السياح الاجانب بعد كأس العالم لكرة القدم 2002، إذ تهدف هذه الدراسة الى التعرف على الصورة الذهنية المتشكلة بعد كأس العالم، كما ابرزت هذه الدراسة نتائج اهمها، ان الصورة المتشكلة بعد كأس العالم تختلف باختلاف الجنسية والمستوى العلمي والعمر والمهنة كما اظهرت النتائج ايضاً ان الصورة كانت مختلفة بين الجنسيات.

حدود الاقتراب والابتعاد عن الدراسة الحالية:

تنفق الدراسة مع بحثنا بتناولها الصورة الذهنية وكذلك بطولة كأس العالم، كما تختلف الدراسة الحالية عن بحثنا باعتمادها على اداة الاستبانة بينما اعتمد بحثنا على اداة المقياس.

#### الإطار النظري للبحث:

##### أولاً: الصفحات الالكترونية

##### المطلب الأول : مفهوم الصفحات الالكترونية

تعد الصفحات الالكترونية عبارة عن مستندات او موارد متاحة على الشبكة العنكبوتية يمكن الوصول اليها عن طريق متصفح الويب، التي تتكون من صور ونصوص ومقاطع فيديو، إذ تحتوي ايضاً على روابط تربطها بصفحات اخرى كما يتم العمل على انشاء الصفحات عن طريق استخدام لغات البرمجة مثل HTML (لغة ترميز النص)، CSS (توصيف صفحات الانماط المتتالية) وGavascript لتحديد المحتوى، التصميم، وسلوك الصفحات. (Liu.c., 2022)

كما تمثل الصفحة الالكترونية محور اساسي في الويب إذ تمثل جوهر الوصول الى البيانات على شبكة المعلومات حيث تمثل جزءاً من الموقع الالكتروني والذي بدوره يتكون من مجموعة صفحات مرتبطة ببعضها البعض. (Murray, 2012, p. 25)

كما ان شبكة المعلومات (الانترنت) اصبحت في وقتنا الحاضر تحتوي على ملايين الصفحات الالكترونية والتي يرتادها المستخدمين حول العالم والتي تمثل للقائمين بالاتصال اهمية سياسية واقتصادية واجتماعية لتمرير ايدلوجيات معينة يروم القائم بالاتصال ايصالها الى الجمهور إذ تمثل وسيلة اتصال مهمة ولا يمكن الاستغناء عنها وجزء لا يتجزء من الاعلام الجديد بكل ما يحمل من سمات تطور العصر التكنولوجي والحدثة التي اصبحت جزء لا يتجزء من حياتنا اليومية، والتي بدورها وظفت هذه الصفحات في مختلف المجالات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والفنية وضرورة لا يمكن الاستغناء عنها من خلال عملية تسويقها وترويجها إذ ارتبط بناء صورة الدول وما تمتلكه من امكانات على مختلف الاصعدة وابرار قوتها ونشاطاتها.

##### المطلب الثاني: خصائص الصفحات الالكترونية

تمتاز الصفحات الالكترونية بمجموعة من الخصائص التي تجعلها وسيلة فعالة في عرض المحتوى الى العملاء وتقديم الخدمات على شبكة الانترنت وهذه الخصائص دفعت الزوار الى استخدامها اهمها :

1- سهولة الوصول : يمكن لزوار الصفحات الوصول اليها في مكان وفي اي زمان طالما لديهم شبكة انترنت فعالة.



- 2- الروابط التشعبية: تسمح هذه الروابط للعملاء التنقل بين صفحات الويب بانسيابية مما يعزز من ثقة المستخدم.
- 3- التفاعل: من ابرز خصائص الصفحات التفاعل وغالباً ما تحتوي على عناصر تفاعلية مثل الازرار، النماذج، الفيديوهات، الصور التي تتيح لزوار الصفحة التفاعل من خلال التعليقات او التفاعل من خلال الضغط على ازرار الاعجاب التي تكون ملاصقة لمنشورات الصفحة الالكترونية.
- 4- التوافق مع الاجهزة : من خصائص الصفحات الالكترونية الحديثة غالباً ماتكون متجاوبة و مترابطة، اي بمعنى انها تتكيف مع حجم الشاشة ونوع الجهاز الذي يستخدمه الجمهور سواء كان ذلك (كمبيوتر، هاتف ذكي، جهاز لوحي).
- 5- التحديث الفوري : يمكن تحديث المحتوى على الصفحات بسرعة وانسيابية وسهولة دون الحاجة الى الرجوع لاعادة طباعة المواد وتوزيعها.
- 6- تحسين محركات البحث (SEO) : يتم تطوير وتحسين محركات البحث على الصفحات لتكون سهلة الوصول لمحركات البحث مثل Google، لتكون مرئية مما يزيد من فرص ظهورها في نتائج محركات البحث. (الاتصالات، 2021)

### ثانياً: الصورة الذهنية

#### المطلب الاول: مفهوم الصورة الذهنية

شهد مفهوم الصورة الذهنية عدة اختلافات بين الباحثين والمفكرين، اذ يعتبروه موضوع خاضع للنقاش، وقد يختلف هذه المفهوم من باحث لآخر وقد يختلف حسب السياق، حيث نجد ان الصورة في المعجم الوسيط على انها "الشكل والتمثال المجسم"، قال تعالى "الذي خلقك فسواك فعدلك، في اي صورة ماشاء ركبك" اي بمعنى ان صورة الشيء صفتها وصورة النوع يقال هذا النوع على ثلاث صور، وصورة الشيء ماهيته المجردة، وصورته خياله في الذهن او العقل. (الشطري، صفحة 189)

وقد اوضح ابن كثير في وصفه للصورة الذهنية بأنها لم ترد على ظاهرها، وعلى معنى حقيقة الشيء وهيئته، وعلى معنى صفتها، يقال صورة الشيء كذا وكذا اي صفت، كما ان المعجم العربي الاساسي اوضح ان الصورة هي كل ما يصور مثل الشكل والتمثال المجسم والنوع والصفة، وصورة الشيء هي خياله في الذهن والعقل. (عواج، 2020، صفحة 189)

كما ان مصطلح الصورة الذهنية لم يرد في القواميس الخاصة باللغة العربية الا انه سبق وان تم استخدامه في بعض كتاباتهم وفقاً لمعناه في كتب العلم في موسوعات العلم الحديث، اذ يقول ابن خلدون عن الصورة الذهنية في معرض تفرقة بين البنية اللغوية والبنية الاسلوبية، بوصفه ان الاسلوب يرجع الى صورة ذهنية منتظمة كلياً. (ايمان، 2022، صفحة 137)

اما من وجهة نظر الغرب فيعد ارسطو اول من كتب عن هذا المصطلح ووضع الركائز الرئيسية حول مفهوم الصورة، عندما جعل الصورة حلقة الوصل بين الخيال والادراك، فالصورة لديه : هي ما يتحدد به الشيء، اي بمعنى الصورة مقابل المادة، فلا توجد صورة الا في الذهن، اما في تاريخنا المعاصر فيعد والتر ليبمان الصحفي الامريكي اول من استخدم مصطلح الصورة بوصفه تلك الصورة التي تتكيف وتتشكل من خلالها عاداتنا وقدراتنا واذواقنا واحلامنا. (الشطري، صفحة 117)

وفي السياق ذاته عرفت (( مجموعة معارف الفرد ومعتقداته في الماضي والحاضر والمستقبل التي يحتفظ بها الفرد وفقاً لنظام معين، عن ذاته وعن العالم الذي يعيش فيه.)) (سميسم، 2009)

#### المطلب الثاني : ابعاد الصورة الذهنية

تتكون الصورة الذهنية للمنظمة لدى مختلف الجهات المتعاملة معها من عدة ابعاد وهناك من الباحثين من لجأ الى تصنيف ابعاد الصورة الذهنية الى بعد وظيفي وعاطفي (ايمان محمد وشوقي عبد السلام، 2013، صفحة



178) بينما ذهب آخرون في تصنيفها الى خمسة ابعاد وهي الادراك، التأثير، الدوافع، السلوك، الرغبة (العامري، 2015، صفحة 70) بينما ذهب المحمود وآخرون الى تصنيف ابعاد الصورة الذهنية لثلاث ابعاد وهي التي تبنتها الدراسة الحالية (المحمود، 2019، صفحة 115) ولامكانية التعرف على مدى تأثير هذه الابعاد في الصورة الذهنية للمنظمة كمايلي :

(1) البعد المعرفي : يوضح هذا البعد التعرف من خلاله على المعلومات التي يدرك من خلالها المجتمع مضمون الموضوع، او قضية معينة، او شخصاً ما، وتعتبر هذه المضامين هي القاعدة التي تتشكل من خلالها صورة الشيء التي تتشكل لدى الفرد تجاه الاشياء الاخرى سواء كان فرد او مجموعة او عن القضايا والموضوعات المختلفة، وبناء على المعطيات والمعلومات التي نستنبطها ونحصل عليها تتشكل الصورة الذهنية، وبناءً للبعد المعرفي، فان الخطأ الذي يتشكل من خلاله الصورة الذهنية ناتج من المعلومات والمعارف الخاطئة التي حصل عليها من المصادر الخاطئة، وبهذا فان المرجعية المعلوماتية لدى الفرد هي الاساس في تشكيل الصورة الذهنية ومن خلالها يمكن ادراك كل ما يحدث في البيئة المحيطة بهم، ويقصد بالمرجعية المعلوماتية المعرفة او المعارف والمعتقدات التي يحملها الفرد نحو الشيء سواء كان ذلك فرد او منظمة او منتج معين والذي يكتسبها بشكل مباشر من خلال البيئة المحيطة التي تعتبر المحرك الأول في تشكيل الصورة الذهنية لدى الفرد، او بشكل غير مباشر من خلال وسائل الاعلام المقروءة والمكتوبة والمسموعة والمرئية. لذا يمكن تعريف البعد المعرفي ((على انه المعلومات التي تتعلق بالمنظمة من حيث منتجاتها واخبارها ومسؤوليتها الاجتماعية وكل مايتعلق بانشطتها، التي تبني عليها الصورة الذهنية التي يكونها الفرد عنها))

(2) البعد الوجداني : في هذا البعد يعتمد على وجدان الشخص وميوله تجاه القضايا الاخرى او شخص معين، او شركة او مؤسسة محددة بالسلب والايجاب وعن طريق هذه الميول تتشكل الصورة الذهنية لدى الفرد، ويتشكل الجانب المعرفي والوجداني مع بعضهم البعض، ومع الاستمرارية تتلاشى المعلومات والمعارف التي تشكل الصورة الذهنية تجاه الفرد او المؤسسة او قضية معينة، كذلك يعتمد هذا البعد على المشاعر والعواطف التي قد تكون متصلة بحالات الفرح او السعادة او الحزن او الغضب تجاه الشيء التي تتوضع وتقاس بردود الافعال العاطفية للفرد تجاه علامة تجارية، او منتج معين سواء كانت ردود الافعال سلبية او ايجابية، اي بمعنى يتأثر بحالة الفرد النفسية من وقت لآخر او وفقاً لاتجاهات ودوافع داخلية تسهم في تشكيل الصورة لدى الفرد نفسه، لذي يعرف البعد الوجداني ((على انه الانشطة الانفعالية الصادرة عن الفرد نحو المنظمة ومنتجاتها سواء كانت ايجابية او سلبية)).

(3) البعد السلوكي : يركز هذا البعد على الطريقة التي يتصرف بها الانسان وسلوكه الشرائي تجاه المنتج المتشكل لديه بناءً على ما يجمعه من صور ذهنية تجاه الآخرين وهذا ما اوضحته الادبيات والدراسات حول هذا البعد ان علاقة الفرد بالمؤسسة يتحدد من خلاله سلوكه الشرائي، اي بمعنى هنالك علاقة ارتباطية بين صورة المنظمة والسلوك الشرائي للفرد، فالصورة المتشكلة سواء ايجابية او سلبية تؤثر على صورة المؤسسة مستقبلاً. (رضوان، 2013، صفحة 114) ويمكن تعريف البعد السلوكي ((على انه انعكاس اتجاهات الافراد الناتجة عن الصورة الذهنية المتكونة لديهم عن المنظمة او منتجاتها)) (عبد الحميد، 2019، صفحة 52)

### المطلب الثالث : انواع الصورة الذهنية

قسمت الصورة الذهنية بحسب طبيعتها ومدى ارتباطها بمختلف الانشطة الذهنية الى ثلاث انواع هي : (ابراهيم، 2013، صفحة 44)

1- الصورة ذات الخصائص الملموسة : هي صور تعتمد على الخصائص الذاتية التي تمتلكها المتمثلة في الجدية ووضع التفاصيل، وحيوية الالوان، وعلى الرغم من اختلافها عن بعضها البعض من حيث شروط الانطلاق، الا انها تحتفظ بالميزات التي تتصف بها المواقف او الشيء نفسه.



- 2- الصورة المرتبطة بالادراك : يعتمد الادراك الحسي بالدرجة الاساس على الحواس من خلال المثيرات الخارجية التي تتحول بدورها الى الذهن وبذلك تتشكل الصورة لدى الفرد، وبذلك يستطيع الانسان ان يصفها بشكل يكاد ان يكون دقيق جداً.
- 3- الصورة المرتبطة بالنشاط الذهني الواعي : يركز النشاط الذهني الواعي على مضمون ومحتوى الصورة والتي يتوصل من خلالها الفرد الى الادراك الواعي، وتعتبر من اكثر انواع الصورة تعبيراً عن افكار الفرد وذكرياته وخيالاته الواعية.

كما ذهب اخرون الى تصنيف انواع الصورة والتي تشمل الأتي : (المزاهرة، 2019، صفحة 295)

- 1- الصورة المرآة : تعتبرها المؤسسة انعكاس لصورتها لدى جمهورها اي بمعنى ترى نفسها من خلالها.
- 2- الصورة الحالية : وهي الصورة المتشكلة لدى الجمهور التي يرى عن طريقها المؤسسة "صورة المؤسسة".
- 3- الصورة المرغوبة : تمثل الصورة المرغوبة التي تريد الشركة او المؤسسة تكوينها لدى الجمهور.
- 4- الصورة المثلى : هي الصورة الامثل والافضل للمؤسسة اذ اخذ بالاعتبار موضوع التنافس بين الشركات ووضع برامج معينة للتأثير على الجماهير. (طالب، 2010، صفحة 59)
- 5- الصورة المتعددة : تتشكل هذه الصورة عندما يكون للشركة او المؤسسة اكثر من ممثل وبهذا يشكل انطباعات مختلفة لدى الجمهور، اذ ان من الطبيعي الا يستمر هذا الاختلاف طويلاً اي بمعنى ستأخذ فيما بعد منحى ايجابي او سلبي، وكذلك يمكن ان تجمع بين الاتجاهين تتخللها العناصر الايجابية او السلبية تبعاً لشدة التأثير على العملاء.

اما الباحثان (Azoury & El khoury, 2013, p. 5) يران ان للصورة الذهنية ثلاث انواع رئيسية :

- 1- الصورة الذاتية : تتكون هذه الصورة نتيجة احساس المنظمة بذاتها وتقديرها لذاتها من خلال العاملين فيها وجمهورها الخارجي، اي بمعنى انعكاس لما تقوم به المؤسسة من أنشطة وما تركته من انطباعات داخلية وخارجية، وذلك للتعبير عما تمتلكه من قدرات تتبلور في الصورة الذهنية المتشكلة لدى الآخرين.
- 2- الصورة المرغوبة : تشير الصورة المرغوبة الى الكيفية التي ترغب المؤسسة الوصول اليها والظهور فيها امام جماهيرها، اي تمثل رؤى واتجاهات المنظمة الداخلية لتحسين العلاقة مع الجمهور وتحسين سمعة المؤسسة لدى كافة الاطراف، اعتماداً الى ما تصل اليه في نفوس تلك الجهات، وبالتالي هي صورة هدفية ذات هدف تسعى المؤسسة الى تحقيقها.
- 3- الصورة المدركة : وتشير الصورة المدركة الى مرحلة متقدمة من الوعي المتشكل لدى الآخرين من خلال الصورة المرسومة في توقعاتهم وانطباعاتهم عن المنظمة ومنتجاتها والتي تعكس سلوكياتهم وقراراتهم، وتتكون من خلال التفسير العقلاني والعاطفي، والتي تبني على مكونات معرفية (المعتقدات) وعاطفية (المشاعر).

وعليه يتفق الباحث في بحثه الحالي مع الانواع الثلاث الاولى وهي (الصورة ذات الخصائص الملموسة، الصورة المرتبطة بالادراك، الصورة المرتبطة بالنشاط الذهني الواعي) التي تعبر عن مدى إدراك الجمهور الرياضي للاحداث الكروية العالمية ومدى اثبات او تززع تشكيل تلك الصورة لديهم. لذلك يعد هدف تكوين الصورة الذهنية احد الاهداف الاساسية التي يدور حولها عمل المؤسسات، فالصورة الذهنية المتشكلة لدى الجمهور تكون نتاج تخطيط طويل الاجل على مدى سنوات عديدة، لذلك تحرص المنظمات للحفاظ على هذه الصورة، وان اي تدهور يؤثر سلباً على نشاطها. (الجبوري، 2010)



### الإطار الميداني للدراسة

#### المطلب الأول: فرضيات البحث

أولاً: الفرضية الرئيسية الأولى: "هنالك دور للصفحات الالكترونية الرياضية في بناء الصورة الذهنية للدولة".

ثانياً: الفرضية الرئيسية الثانية: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (5%) في ردود عينة الدراسة في دور الصفحات الالكترونية الرياضية في بناء الصورة الذهنية للدولة للجُمهور العَراقي إزاء دولة قطر بعد كأس العالم 2022" تعزى للمتغيرات الديموغرافية

ثالثاً: الفرضية الرئيسية الثالثة: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (5%) وفقاً للمتغيرات الديموغرافية للعينة ( الجنس، العمر، التحصيل الدراسي، المهنة) في دور البعد السلوكي للصفحات الالكترونية الرياضية في بناء الصورة الذهنية للدولة للجُمهور العَراقي إزاء دولة قطر بعد كأس العالم 2022".

رابعاً: الفرضية الرئيسية الرابعة: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (5%) وفقاً للمتغيرات الديموغرافية للعينة ( الجنس، العمر، التحصيل الدراسي، المهنة) في دور البعد العاطفي للصفحات الالكترونية الرياضية في بناء الصورة الذهنية للدولة للجُمهور العَراقي إزاء دولة قطر بعد كأس العالم 2022".

خامساً: الفرضية الرئيسية الخامسة: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (5%) وفقاً للمتغيرات الديموغرافية للعينة ( الجنس، العمر، التحصيل الدراسي، المهنة) في دور البعد المعرفي للصفحات الالكترونية الرياضية في بناء الصورة الذهنية للدولة للجُمهور العَراقي إزاء دولة قطر بعد كأس العالم 2022".

#### المطلب الثاني: التحليل الوصفي للبيانات

أولاً: الوصف الديموغرافية لعينة الدراسة: تناولت الدراسة جملة من المتغيرات الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة، واستناداً الى ذلك تم وصف عينة الدراسة على النحو الآتي:-

#### 1- النوع الاجتماعي:

جدول 5 توزيع عينة وفق النوع الاجتماعي

النسبة %	التكرار	الفئات
69%	265	ذكر
31%	119	انثى
100%	384	الكلي

يتبين من النتائج الاحصائية المثبتة في الجدول (5) وكذلك في الشكل (2) تصنيف المشاركين في الدراسة وفق متغير الجنس، حيث سجل عدد المشاركين من الذكور في الدراسة (265) وبنسبة بلغت (69%) وهي اعلى من نسبة الاناث المشاركات والتي بلغت (119) بنسبة بلغت (31%). ويلاحظ ان الفارق كبير بين الفئتين، ويرجع ذلك الى ان الصورة الطبيعية من الجمهور الرياضي العراقي هو معظمهم من فئة الذكور.

#### 2- العمر

جدول (6) وصف متغير العمر

النسب %	التكرارات	الفئات
14.6	56	27-18 سنة
20.8	80	37-28 سنة



35.7	137	47-38 سنة
12.0	46	57-48 سنة
16.9	65	58 فما اكثر
%100	384	المجموع

يتضح من خلال نتائج التحليل الاحصائي المثبتة في الجدول (6) وكذلك في الشكل (3) تصنيف المشاركين من عينة الدراسة وفقاً لمتغير العمر، حيث يتبين ان الفئة ( 47-38 ) بتكرار (137) قد سجلت النسبة الاكبر من اجمالي المشاركين من عينة الدراسة، بينما نلت الفئة ( 28 الى 37 ) بتكرار بلغ (80) المرتبة الثانية من حيث حجم العينة المشارك في الدراسة ومن ثم سجلت الفئة (58 فأكثر) المرتبة الثالثة بنسبة بلغت (16.9%) وبتكرار بلغ (65) ثم تليها الفئة (18 الى 27) بنسبة بلغت (14.6%) وبتكرار بلغ (56) ثم اخيرا الفئة (48-57) بنسبة بلغت (12%) وبتكرار بلغ (46) ويرجع توزيع هذه النسب في تنوع الفئات العمرية المشاركة من عينة الدراسة في تنوع الفئات العمرية للجمهور الرياضي العراقي والتي تسهم في توافر المعرفة الكافية للإجابة عن فقرات المقياس.

### 3- التحصيل الدراسي

جدول 7 التحصيل الدراسي

النسب %	التكرارات	الفئات
11.2	43	يقراً ويكتب
20.6	79	أبتدائي
20.1	77	ثانوي
9.1	35	دبلوم
24.5	94	بكالوريوس
14.5	56	شهادة عليا
%100	384	المجموع

يتضح من خلال نتائج التحليل الاحصائي المثبتة في الجدول (7) والشكل (6) توزيع افراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير التحصيل الدراسي، حيث سجلت الفئة ( بكالوريوس ) المرتبة الاولى بمساهمة بلغت (24.5%) وبتكرار بلغ ( 94 ) ثم تليها الفئة (أبتدائي) بنسبة بلغت (20.6%) و بتكرار بلغ (79) ثم تليها الفئة (ثانوي) بنسبة بلغت ( 20.1%) وبتكرار بلغ (77) ثم تليها الفئة (شهادة عليا) بنسبة بلغت (14.5%) و بتكرار بلغ (56) ثم تليها الفئة (يقراً ويكتب) بنسبة بلغت ( 11.2%) وبتكرار بلغ (43)، وأخيراً سجلت الفئة (دبلوم) بنسبة بلغت (9.1%) وبتكرار بلغ (35). و تفسر هذه النسب الى التنوع التحصيل العلمي بدرجات متفاوتة من الجمهور الرياضي حيث منهم من خريجي الجامعات وحملة الشهادات العليا ومنهم ممن ليس لديه تحصيل علمي.

### 4- المهنة

جدول (8) وصف العينة وفق المهنة

النسب %	التكرارات	الفئات
6.0	23	كاسب
14.1	54	طالب



43.5	167	موظف
17.7	68	ربة بيت
7.6	29	متقاعد
11.1	43	عاطل عن العمل
%100	384	المجموع

يوضح الجدول (9) والشكل (8) التوزيع الديمغرافي لعينة الدراسة وفقاً لمتغير المهنة، حيث سجلت الفئة (موظف) أعلى نسبة مشاركة من الجمهور الرياضي العراقي بنسبة بلغت (43.5%) وبتكرار بلغ (167) م تليها الفئة (ربة بيت) بنسبة بلغت (17.7%) ثم تليها الفئة (طالب) بنسبة بلغت (14.1%) ثم تليها الفئة (عاطل عن العمل) بنسبة بلغت (11.1%) ثم تليها الفئة (متقاعد) بنسبة بلغت (7.6%) ثم أخيراً الفئة (كاسب) بنسبة بلغت (6%)، حيث نلاحظ الى التنوع الفئات للعينة من الجمهور الرياضي العراقي حيث تسهم هذه النسب في تعزيز قوة الدراسة و التي تؤثر بشكل إيجابي في رفع جودة النتائج.

### المطلب الثالث: الاحصاءات الوصفية لمتغيرات الدراسة

الغرض من التحليل الوصفي هو عرض وتحليل وتقييم مستوى الاتفاق في محتوى الابعاد الرئيسية و لكل فقرة، لتحديد درجة اعتمادها وتنفيذها واهتمام عينة الدراسة. وكما هو مبين في الجدول التالي الذي يوضح مستوى الاتفاق.

جدول (9) مستويات الاتفاق بتدرجات ليكرت الثلاثي

العبارات	المتوسط المرجح	مستوى الاتفاق
لا اتفق	من 1 الى 1.66	غير موافق
محايد	من 1.67 الى 2.33	محايد
اتفق	من 2.34 الى 3	موافق

طول الفئة = المدى \ عدد التدرجات =  $3 \setminus 2 = 0.66$   
الوسط الفرضي = مجموع بدائل المقياس \ عدد البدائل  
الوسط الفرضي =  $2 = 3 \setminus (1+2+3)$

المصدر (عبدالفتاح، 2008، صفحة 451)

### 1-تحليل نتائج بيانات المتعلقة بالبعد السلوكي

جدول (10) عرض وتحليل بيانات فقرات البعد السلوكي

ت	الفقرات	موافق		محايد		غير موافق		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية		
		أ	ذ	أ	ذ	أ	ذ					
1.	التمس تغير في مدى ادراك الأجانب للثقافة العربية	التكرار	243		46		95		2.385	0.8565	79.50 %	
			%	17	72	31	15	63				32
				1	1	1	1	1				1
2.	اتابع ردود أفعال	التكرار	341		15		28		2.815	0.5453	93.83	



%			9	19	5	10	10	23	ر	الأجانب حول ما ينشر عن الرياضة العربية عبر الصفحات الالكترونية الرياضية	
			7.3		3.9		88.8				
91.83 %	0.6153	2.755	37		20		327		التكرار	ادعم الدول العربية عبر الصفحات الالكترونية الرياضية في استضافة البطولات العالمية	.3
			11	26	9	11	99	22			
			9.6		5.2		85.2		%		
93.23 %	0.5648	2.796	30		18		336		التكرار	أبدي رأي باستمرار حول تطور الإمكانيات الرياضية لدولة قطر	.4
			12	18	4	14	10	23			
			7.8		4.7		87.5		%		
90.19 %	0.6618	2.705	44		25		315		التكرار	اساند موقف قطر في منع رفع علم المثلية	.5
			12	32	9	16	98	21			
			11.5		6.5		82		%		
88.80 %	0.7037	2.664	52		25		307		التكرار	شاركت برأي عبر الصفحات الالكترونية الرياضية في دعم ثقافة التسامح التي برزها المونديال	.6
			20	32	6	19	93	21			
			13.5		6.5		79.9		%		
89.57 %	0.2880	2.687	286		149		1869		التكرار	الاجمالي	
			96	19	48	10	57	12			
			12%		6%		%82		%		

## 2-نتائج بيانات المتعقلة بالبعد العاطفي

جدول (11) عرض وتحليل بيانات فقرات البعد العاطفي

ت	الفقرات	موافق		محايد		غير موافق		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية
		أ	ذ	أ	ذ	أ	ذ			
		التكرار		%		%				
.1	اود زيارة قطر للتعرف على الإمكانيات الرياضية التي شاهدها عبر الصفحات الالكترونية الرياضية	321		25		38		2.737	0.6267	91.23 %
		10	218	5	20	11	27			
		83.6		6.5		9.9		%		



91.20 %	0.605 5	2.736	33		35		316		التكرار ر %	أسعدني التطور الهائل في بناء المنشآت الرياضية بدولة قطر	.2
			12	21	14	21	93	223			
			8.6		9.1		82.3				
88.54 %	0.716 5	2.656	55		22		307		التكرار ر %	أحببت فعاليات قطر في إبراز الهوية العربية	.3
			17	38	10	12	92	215			
			14.3		5.7		79.9				
84.11 %	0.781 3	2.523	69		45		270		التكرار ر %	لم أجد تغييراً في نظرة وسائل الاعلام العالمية لدولة قطر	.4
			20	49	17	28	82	188			
			18		11.7		70.3				
81.94 %	0.850 9	2.458	91		26		267		التكرار ر %	موندリアル قطر 2022 أظهر بشكل لافت أحد أهم الظواهر الإنسانية والاجتماعية، كتقوية الشعور المشترك	.5
			28	63	7	19	84	183			
			21.9		10.7		69.4				
88.78 %	0.400 7	2.663	286		153		1481		التكرار ر %	الاجمالي	
			88	19 8	53	10 0	45 4	102 7			
			15%		8%		%77				

3- نتائج بيانات المتعقلة بالبعد المعرفي  
جدول (12) عرض وتحليل بيانات فقرات البعد المعرفي

ت	الفقرات	موافق		محايد		غير موافق		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية
		أ	ذ	أ	ذ	أ	ذ			
.1	كانت للصفحات الالكترونية دورا في إبراز أنشطة قطر الرياضية	267		26		91		2.455	0.829	81.83 %
		18 3	84	19	7	63	28			
		69.5		6.8		23.7				
.2	أصبحت افضل الساحة في قطر بعد ما شاهدته في موندリアル 2022	259		41		84		2.601	0.744	86.70 %
		18 3	76	24	17	58	26			
		67.4		10.7		21.9				
.3	لا أرى تقدير كبير للمشجعين من البلدان الأخرى في موندリアル 2022 في دولة قطر	301		25		58		2.632	0.732	87.73 %
		20 4	97	14	11	47	11			
		78.4		6.5		15.1				
.4	نجحت قطر في موندリアル 2022 ببناء أفضل	302		19		63		2.622	0.751	87.40 %
		20	93	11	8	45	17			



							9		المنشآت الرياضية حول العالم	
			16.4	4.9	78.6	%				
81.40 %	0.850	2.442	91	32	261	التكرار	17 8	83	نجحت دولة قطر في ابراز عمق الحضارة العربية	.5
			24	67	12					
			23.7	8.3	68	%				
84.64 %	0.793 93	2.539	73	31	280	التكرار	18 9	91	أرى ان دولة قطر نجحت في تغير صورته العرب لدى الاجانب	.6
			68	54	9					
			19.1	8.1	72.9	%				
77.67 %	0.877	2.330	105	47	232	التكرار	16 3	69	نجحت قطر دبلوماسيا في تنظيم مونديال 2022	.7
			39	66	11					
			27.3	12.2	60.4	%				
76.90 %	0.907	2.307	117	32	235	التكرار	15 9	76	استطاعت دولة قطر من توصيل رسالة الى العالم بإمكانية العرب من تنظيم البطولات العالمية	.8
			35	82	8					
			30.5	8.3	61.2	%				
76.10 %	0.911 29	2.283	120	35	229	التكرار	15 3	76	تدعم قطر محاربة الحملات التي تدعوا الى المثلية	.9
			31	89	12					
			31.3	9.1	59.6	%				
74.90 %	0.921	2.247	127	35	222	التكرار	15 5	67	شهد مونديال قطر منع الخمر في الملاعب	.10
			38	89	14					
			33.1	9.1	57.8	%				
82.20 %	0.845	2.466	89	27	268	التكرار	18 7	81	ارى ان دولة قطر ابرزت دور المرأة العربية في مونديال 2022	.11
			29	60	9					
			32.2	7	69.8	%				
75.87 %	0.912	2.276	121	36	227	التكرار	15 7	70	استطاعت الصفحات الالكترونية الرياضية محاربه الحملات الإعلامية التي شنت ضد دولة قطر	.12
			38	83	11					
			31.5	9.4	59.1	%				
81.57 %	0.853	2.447	92	28	264	التكرار	18 7	77	كان للصفحات الالكترونية دور في زيادة معرفتي على الامكانات الرياضية لدولة قطر من حيث التنظيم والمنشآت	.13
			33	59	9					
			24	7.3	68.8	%				



92.87 %	0.588	2.786	34		14		336		التكرار	أرى ان دولة قطر نجحت في استراتيجيتها لبناء صورة الدولة	.14		
			15	18	1	13	10	23				2	4
			8.9		3.6		87.5					%	
81.93 %	0.838	2.458	87		34		263		التكرار	كانت للصفحات الالكترونية الأثر الأكبر في بناء صورة قطر لدي	.15		
			32	55	6	28	81	18				2	2
			22.7		8.9		68.5					%	
86.37 %	0.766	2.591	66		25		293		التكرار	تعرفت عن طريق مونديال 2022 على هويته قطر الثقافية	.16		
			22	44	9	16	88	20				5	5
			17.2		6.5		76.3					%	
91.83 %	0.602	2.755	34		26		324		التكرار	سوقت قطر عن طريق مونديال 2022 هويتها الدينية للعالم	.17		
			10	24	12	14	97	22				7	7
			8.9		6.8		84.4					%	
97.73 %	0.339	2.932	10		6		368		التكرار	مونديال 2022 عكس تطورا كبيرا في بناء المنشآت الرياضية في قطر	.18		
			3	7	1	5	11	25				5	3
			2.6		1.6		95.8					%	
83.57 %	0.258	2.507	1462		519		4931		التكرار	الاجمالي			
			49	10	16	35	15	34				23	08
			21%		8%		71%					%	

#### نتائج الدراسة الميدانية والتوصيات:

#### نتائج الدراسات الميدانية:

- ١- ان الجمهور العراقي الرياضي يتابع ردود افعال الاجانب حول ماينشر عن المونديال عبر الصفحات الالكترونية الرياضية المتخصصة
- ٢- ان الجمهور العراقي الرياضي يبدي رأيه باستمرار عبر الصفحات الالكترونية الرياضية حول تطور الامكانات الرياضية لدولة قطر.
- ٣- بينت النتائج ان الجمهور العراقي الرياضي يدعم استضافة الدول العربية للبطولات العالمية.
- ٤- بينت النتائج ان الجمهور العراقي الرياضي يدعم قطر في منع رفع اعلام المثلية.
- ٥- شارك الجمهور العراقي الرياضي عبر الصفحات الالكترونية الرياضية بدعم ثقافة التسامح.
- ٦- بينت النتائج ادراك الجمهور العراقي الرياضي هنالك تغيير في الصورة الذهنية المتشكلة لدى الاجانب عن الثقافة العربية.
- ٧- بينت النتائج ان الجمهور العراقي الرياضي يرغب بزيارة دولة قطر للتعرف على الامكانيات الرياضية التي شاهدها عبر الصفحات الالكترونية الرياضية.
- ٨- بينت النتائج سعادة الجمهور العراقي بالتطور الهائل في بناء المنشآت الرياضية بدولة قطر.
- ٩- اوضحت النتائج دعم الجمهور العراقي لدولة قطر في ابراز الهوية العربية في مونديال ٢٠٢٢.



- ١٠- لم يجد الجمهور العراقي تغييراً في نظرة وسائل الاعلام العالمية لدولة قطر.
- ١١- بينت النتائج ان موندリアル قطر اظهر بشكل لافت احد اهم الظواهر الانسانية والاجتماعية، تقوية الشعور المشترك.
- ١٢- اظهر موندリアル قطر تطوراً كبيراً في بناء المنشآت الرياضية في دولة قطر.
- ١٣- اظهرت النتائج نجاح دولة قطر في استراتيجيتها لبناء صورة الدولة.
- ١٤- نجحت قطر في موندリアル ٢٠٢٢ بتسويق هويتها الدينية.
- ١٥- اصبح الجمهور العراقي الرياضي يفضل السياحة في دولة قطر بعد مشاهدته في موندリアル ٢٠٢٢.
- ١٦- تعرف الجمهور العراقي عن طريق كاس العالم ٢٠٢٢ على هوية قطر الثقافية بنحو جيد.
- ١٧- التمس الجمهور العراقي نجاح دولة قطر بتغيير صورة العرب لدى الاجانب.
- ١٨- بينت النتائج ان موندリアル ٢٠٢٢ ابرز دور المرأة العربية في البطولة.
- ١٩- كان للصفحات الالكترونية الرياضية الدور الاكبر في بناء صورة دولة قطر لدى الجمهور العراقي.
- ٢٠- نجحت قطر في كاس العالم ٢٠٢٢ بابرار عمق الحضارة العربية.
- ٢١- نجحت قطر دبلوماسياً في تنظيم موندリアル ٢٠٢٢.
- ٢٢- استطاعت دولة قطر اىصال رسالة الى العالم بامكانية العرب في تنظيم البطولات العالمية.
- ٢٣- يدعم الجمهور العراقي الرياضي دولة قطر في محاربة الحملات التي تدعو للمثلية.

#### التوصيات:

- ١- الاهتمام بمحتوى الصفحات الالكترونية الرياضية من حيث الشكل والمضمون.
- ٢- الاهتمام باختيار الانساق والالوان داخل الصفحات الالكترونية الرياضية بما يتناسب مع الذائقة الجماهيرية والاحداث الرياضية من اجل اثاره انتباههم.
- ٣- ضرورة تغطية الاحداث الرياضية بنحو فوري من اجل وضع الجمهور على تماس مع الاحداث الرياضية
- ٤- ضرورة متابعة ردود افعال الجمهور الرياضي وتقييمها، والعمل على تصحيح بعض الجوانب غير المحببة لدى الجمهور وتعديلها او الغائها.
- ٥- اجراء دراسات علمية من قبل الباحثين لدراسة مضامين الصفحات الالكترونية الرياضية.

#### المصادر والمراجع

##### 1- العربية

- احمد فاروق رضوان. (2013). العلاقات العامة – دراسة حالة وموضوعات متخصصة. القاهرة: دار العالم العربي.
- احمد معنز ابراهيم. (2013). الصورة الذهنية. بغداد: الدار الجامعية للنشر والتوزيع والترجمة.
- إرادة زيدان الجبوري. (2010). مفهوم الصورة الذهنية في العلاقات العامة. الباحث الإعلامي، 2(10)، 161-176. تم الاسترداد من <https://www.iasj.net/iasj/article/4269>
- الهيئة العامة لتنظيم قطاع الاتصالات. (2021). اساسيات تصميم المواقع الالكترونية. دولة الامارات العربية المتحدة: نشر بواسطة الهيئة العامة لتنظيم قطاع الاتصالات.
- ايمن يحيى النحاس ايمان محمد وشوقي عبد السلام. (2013). تاثير الصورة الشركة وسمعتها على جودة الخدمة ورضا الزبائن، وولاء الزبائن: اختبار دور الوسيط، تحليل حالة في شركة خدمات دولية. مصر: مجلة الاعمال والادارة، المجلد 3، العدد 2.
- بسمة بوحملة. (2023). الصورة الذهنية للرياضة في الجزائر من خلال مواقع التواصل. كلية العلوم الانسانية والاجتماعية.



- بوصلة ايمان. (2022). استخدامات المؤسسات الاقتصادية لمواقع التواصل الاجتماعي في بناء الصورة الذهنية لدى الجمهور، دراسة تحليلية ميدانية لاستخدام مؤسسة IRIS لموقع الفاييسوك. سطييف: اطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه، قسم الاعلام والاتصال، جامعة لمين دباغين.
- حامد مجيد الشطري. (بلا تاريخ). الاعلام التلفزيوني ودوره في تكوين الصورة الذهنية. دار اسامة للنشر والتوزيع.
- حسين محمد نعيم، و لطيفة منادي. (2021). المحدد الاجتماعي في تشكيل صورة الدولة. قطر: دار نشر جامعة قطر، العدد 2، مجلد 3.
- حميدة مهدي سميسم. (2009). بنية الصورة وسياسة الاتصال دراسة في إشكالية البنية الاتصالية للاستهلاك والثقافة العربية. الباحث الإعلامي، 2(6)، 11-27. تم الاسترداد من <https://www.iasj.net/iasj/article/4194>
- د.سامية عواج. (2020). الاتصال في المؤسسة. مركز الكتاب الاكاديمي.
- ريام علاء الدين عبدالحميد. (2018). دور الاتصال التفاعلي لصفحات الاندية الرياضية العراقية على الفيس بوك في التواصل مع الجمهور، رسالة ماجستير. بغداد: جامعة بغداد.
- سعد سلمان المشهداني. (2017). مناهج البحث العلمي. بيروت: دار الكتاب الجامعي.
- سعد فاضل عباس المحمود. (2019). دور القيمة المبدعة في تكوين الصورة الذهنية للمنظمة. مجلة العلوم الانسانية لجامعة زاخو، العراق، مجلد 7.
- طلعت اسعد عبد الحميد. (2019). العلاقة بين الصورة الذهنية والاداء التسويقي. مصر: جامعة قناة تونس.
- عذراء هادي كاظم العامري. (2015). دور العرض البصري في تعزيز المكانة الذهنية للمنظمة، دراسة تحليلية لآراء بعض العاملين في المجتمعات التجارية في مركز محافظة بابل. العراق: رسالة ماجستير، العراق: جامعة كربلاء، كلية الادارة والاقتصاد، قسم ادارة الاعمال.
- عز عبدالفتاح. (2008). مقدمة في الاحصاء الوصفي والاستدلالي بأستخدام (Spss). دار الخوارزمي للطباعة والنشر.
- علاء فرحان طالب. (2010). المزيج التسويقي واثره في الصورة المدركة للزبائن. دار صفاء للنشر والتوزيع.
- منال هلال المزاهرة. (2019). ادارة العلاقات العامة وتنظيمها. عمان: دار المسرة للنشر والتوزيع.
- نشوى سمير عبده عطية. (2022). الصورة الذهنية للقبوات الرياضية الحكومية والخاصة ودورها في تشكيل اتجاهات الافراد، رسالة ماجستير. مصر: المجلة العلمية لعلوم وفنون الرياضة.
- نورة الهاجري، و عبد الرحمن سالم المري. (2021). دور وزارة الثقافة والرياضة القطرية في تشكيل صورة الدولة اثناء تنظيم كأس العالم. قطر: دار نشر جامعة قطر، العدد 2، المجلد 3.

## 2- الأجنبية

- Kim, S. S. (2005). *Change of images of South Korea among foreign tourists after the 2002 FIFA World Cup*. Tourism Management.
- Liu.c. (2022). *Web design: A Complete Guide*. springer.
- n Azoury, c El khoury. (2013). *University Image and its Relationshi to student satisfaction: case of the Holy spirit University of Kasik*. Lebanon: journal of Executive Education, Vol. 12, Issue. 1.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods for Business*. (4th edition). New York: John Wiley and Sons.



- T. Murray .(2012) .*Web Development and Design founddations with HTML5.7th ed* .pearson Education.
- Kim، S. S. (2005). *Change of images of South Korea among foreign tourists after the 2002 FIFA World Cup*. Tourism Management.
- Liu.c .(2022) .*Web design: A Complete Guide*. springer.
- n Azoury و ،c El khoury .(2013) .*University Image and its، Relationshi to student satisfaction: case of the Holy spirit University of Kasik* .Lebanon: journal of Executive Education، Vol. 12،Issue. 1.
- Sekaran، U. (2006). *Research Methods for Business*. (4th edition). New York: John Wiley and Sons.
- T. Murray .(2012) .*Web Development and Design founddations with HTML5.7th ed* .pearson Education.