



كلية الإعلام  
المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال

# ملامح القوة الناعمة للمملكة العربية السعودية في المجال الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية للمحتوى الإعلامي لوزارة الرياضة والأندية السعودية

د . مروه عطية محمد

أستاذ مشارك - كلية الاتصال والإعلام  
جامعة الملك عبد العزيز

د . آسية يوسف خوجة

أستاذ مساعد - كلية الاتصال والإعلام  
جامعة الملك عبد العزيز

مقدمة الدراسة:

استثمرت المملكة العربية السعودية، أكبر مصدر للنفط في العالم، مليارات الدولارات في الرياضة، بما في ذلك تجديد الدوري السعودي للمحترفين، واستضافة سباق السيارات الفورمولا، ولعبة الغولف. ووفقا لسيمون تشادويك، أستاذ الرياضة والاقتصاد الجيوسياسي في كلية سكيما للأعمال في باريس، «تستخدم الدول في جميع أنحاء العالم الرياضة والترفيه كأداة سياسية لإظهار القوة الناعمة» (Chadwick, Widdop, & Goldman, 2023). فقد سبق هذا الأمر دولاً مثل بريطانيا والولايات المتحدة وفرنسا والهند والعديد من الدول الأخرى. والآن يفعل السعوديون الشيء نفسه». ويمكن تحديد الهدف الأهم وراء اهتمام السعودية بهذا الإنفاق الضخم في المجال الرياضي إلى كونه جزءاً من حملة أوسع لإعادة هيكلة اقتصادها بهدف تنويع مصادر الدخل بدلاً من الاعتماد على النفط فقط والذي يشكل حالياً أكثر من 40 في المئة من إجمالي الناتج المحلي السعودي (هاشمي، 2023).

وتعد الرياضة إحدى الركائز الأساسية لمشروع رؤية المملكة 2030، التي يقودها سمو ولي العهد الأمير محمد بن سلمان حيث تركز الرؤية بشكل أساسي على التنويع الاقتصادي من خلال تقليل اعتماد البلاد على عائدات الوقود الأحفوري وبناء صناعات جديدة لتوليد فرص عمل متنوعة. كما أن أحد أهداف الرؤية أيضاً تقديم الترفيه للشعب السعودي، وفي الوقت نفسه، تطوير المواهب المحلية التي من شأنها تعزيز مستوى الدوري السعودي للمحترفين على المدى الطويل (هاشمي، 2023).

### الصفقات الرياضية للأندية السعودية كجزء من القوة الناعمة:

يعد نادي الهلال، الذي يتخذ من الرياض مقراً له، فريق كرة القدم الأكثر تنوعاً في المملكة العربية السعودية، فقد فاز بـ 66 لقباً. كما فاز بدوري أبطال آسيا أربع مرات محققاً رقماً قياسياً، مما يجعله النادي الأكثر نجاحاً في آسيا.

وعلى الرغم من تاريخه الحافل بالبطولات، كان يوم 19 أغسطس 2023 بمثابة بداية حقبة جديدة للنادي عندما قدم نيمار جونيور كعضو جديد في الفريق في إطار احتفالية ضخمة شهدت حضور عدد ضخم من مشجعي النادي العريق (هاشمي، 2023).

ومع وصول كريستيانو رونالدو إلى نادي النصر في يناير/ كانون الثاني، في صفقة مدتها عامين ونصف، قيمتها تزيد عن 400 مليون دولار أمريكي يكون المشروع الطموح لجعل المملكة العربية السعودية مركزاً دولياً لكرة القدم قد بدأ بالفعل (هاشمي، 2023). وقد فتح هذا الانتقال الباب على مصراعيه لنافاذة انتقالات صيفية مذهلة، حيث استحوذ الدوري السعودي على بعض أكبر الأسماء في عالم المستديرة الساحرة. وكان كريم بنزيما هو الصفقة الكبيرة التالية في يونيو/ حزيران عندما انتقل إلى نادي الاتحاد ومقره جدة قادماً من ريال مدريد. (مكة، 2023). منذ ذلك الحين، أقدمت مجموعة من الأسماء البارزة في عالم كرة القدم، بما في ذلك ساديو ماني، ورياض محرز، وجوردان هندرسون، ونغولو كانتي، باستبدال الدوريات الأوروبية بالدوري السعودي للمحترفين (التييس، 2023).

وخلال الصيف، أنفق الدوري السعودي للمحترفين أكثر من 900 مليون دولار على رسوم الانتقالات لضم لاعبين أجانب، مما يجعله ثاني أعلى إنفاق بعد الدوري الإنجليزي الممتاز. ولا يشمل هذا الرقم الرواتب الهائلة المقدمة لجذب اللاعبين في المقام الأول من الدوريات الأوروبية الكبرى. كما تعهدت حكومة المملكة العربية السعودية بدعم الدوري المحلي مالياً حتى يحقق هدفه في أن يصبح أحد أفضل الدوريات في العالم من حيث الإيرادات والجودة (هاشمي، 2023).

### استقطاب البطولات الرياضية العالمية:

أشار (جوزيف ناي) في كتابه (القوة الناعمة وسيلة النجاح في السياسة الدولية) إلى أن الرياضة يمكن أن تلعب دوراً في نقل القيم وإيصالها، فمباريات كرة السلة تذاغ في 750 مليون منزلاً في 212 بلداً، وياثنتين وأربعين لغة، كما أن عدد مشاهدي البرامج الرياضية ينافس الـ 7300 مليون شخص الذي ذهبوا لمشاهدة الأفلام الأميركية في جميع أنحاء العالم العام 2002م (ناي، 2007).

في دراسة لجريكس وهوليهان ب الأحداث الرياضية الضخمة كجزء من الإستراتيجية الناعمة للأمة أشار الباحثان إلى أن بريطانيا قد بدأت منذ العام 2008 التعاون مع المجلس الثقافي البريطاني ومنظمة اليونسيف لتوفير الأنشطة الرياضية للشباب في عشرين دولة نامية (مثل: الهند، والبرازيل، وإندونيسيا)، وعقد معسكرات لتدريب شباب الجامعات في مجالات رياضية شتى (Grix, & Brannagan, & Lee, 2019).

كما أشار الباحثان إلى نموذج ألمانيا واستضافتها لكأس العالم 2006؛ حيث تحقق لها استمرار السياحة لمدة 6 سنوات بعد استضافة البطولة، بجانب الاستفادة المالية الضخمة لشركات الطيران ووسائل الإعلام، ووفود أكثر من 2 مليون سائح أجنبي إلى ألمانيا في العام 2006 وحدها. كما احتلت

ألمانيا المركز الأول في هذا المؤشر للمرة الأولى العام 2007 بعدما كانت تحتل المركز 17 في العام 2004 (حسن، 2023). كما أكد الباحثان على أن هناك عدة عوامل أدت إلى نجاح ألمانيا في استغلال الرياضة لدعم قوتها الناعمة، منها: الحملات المنسقة لرفع الوعي الألماني، بالإضافة إلى استراتيجية استضافة كأس العالم التي خططت لها ألمانيا بعناية لتحسين صورتها من خلال تنظيم حملات دولية ممولة بشكل رئيس من قبل الحكومة الاتحادية بالتعاون مع رجال الأعمال تحت شعار «مرحبا بك في ألمانيا: بلد الأفكار» (حسن، 2023).

وإدراكا من قيادة المملكة لما للرياضة من أهمية في تعزيز قوتها الناعمة؛ حرصت هيئة الرياضة على هذا الجانب من خلال العمل على تعزيز التنافسية على مستوى الرياضة المحلية بدعم الأندية وجلب اللاعبين المميزين في دوري الأمير محمد بن سلمان، وعلى المستوى الدولي فقد قفزت قفزات نوعية في هذا المجال من خلال استضافتها لبطولات رياضية عالمية؛ نذكر منها:

- رالي داكار 2020 .
  - كأس السوبر الإسباني 2020 في جدة.
  - الجولة الأولى الافتتاحية لبطولة العالم لفورمولا 1 للزوارق السريعة 2019 بالدمام.
  - عرض كراون جول للمصارعة 2019 .
  - مواجهة سوبر كلاسيكو 2018 بالرياض وجدة.
  - عرض رويال رمبل للمصارعة 2018 .
  - بطولة العالم في الملاكمة للوزن الثقيل التي جمعت بين (أندي رويز وأنتوني جوشوا) في الدرعية 2019 التي استقطبت عددا من المشاهير في الفن والرياضة وتوجهت لها أنظار المتابعين من مختلف الدول حول العالم.
  - استضافة الرياض لكأس السعودية العالمية لسباق الخيل. حيث شمل قيمة فوز مالية هي الأعلى في العالم، وكان الحضور من جنسيات متعددة وحظي بتغطية إعلامية كبيرة، وظهر فيه ارتداء السعوديين للباسهم الوطني الممثل لمناطق المملكة المختلفة.
  - اختيار الجمعية العمومية للمجلس الأولي الآسيوي الرياض لاستضافة دورة الألعاب الآسيوية الثانية والعشرون في 2034م. (سبق، 2021).
- مما سبق يمكن القول أن المملكة العربية السعودية لديها وعي كامل بأهمية الرياضة كجزء من قوتها الناعمة، ويظهر ذلك جليا من خلال حرصها على الاستثمار في المجال الرياضي عبر استضافة الفعاليات العالمية بشكل عام وجذب الأسماء اللامعة في عالم كرة القدم على وجه الخصوص. وفي ضوء ذلك تحاول الدراسة رصد ملامح هذه القوة الناعمة الرياضة عبر تحليل المحتوى الإعلامي لوزارة الرياضة السعودية وبعض الأندية الرياضية المشهورة في المملكة العربية والسعودية.

### الدراسات السابقة:

من المهم أن يتم تسليط الضوء بشكل مباشر على ملامح واستراتيجيات القوة الناعمة ودورها في بناء هوية العلامة التجارية للدول التي أشارت إليها الأدبيات الحديثة. من المهم أن تكون ملامح ودلالات القوة الناعمة واضحة وتتناسب مع الثقافة وفق السياق المحلي والعالمي. هذا ما قامت به

دراسة (ثابت، 2023) استهدفت الدراسة تحليل سيمولوجيا إستراتيجيات القوة الناعمة؛ المستخدمة في بناء هوية العلامة التجارية لدولة الإمارات العربية المتحدة عبر المنصات الرقمية الحكومية، وفي هذا السياق اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي في المسح والتحليل السيمولوجي البنيوي. وكانت أبرز إستراتيجيات القوة الناعمة التي رصدتها الدراسة كأداة للدبلوماسية الرقمية: تطوير هوية موحدة في مجالات الدبلوماسية الإنسانية كافة: الاقتصادية، والسياحية، والعلمية، والثقافية، والتسويق لدولة الإمارات كبوابة للمنطقة العربية، وشبكة الأنشطة والبنية التحتية والخدمات الذكية، جودة الحياة، الاستقرار الأمني، الهوية الوطنية الموحدة، التلاحم المجتمعي. كما رصدت النتائج سمات عدة لهوية العلامة التجارية للدولة من أبرزها: منفتحة، رقمية، حديثة، محبة للشعوب دولة التنوع الثقافي، متحدة تنافسية آمنة ومستقرة، مركز للاستثمار تتسم بثقافة اللامستحيل.

وتعد الرياضة بمثابة قوة ناعمة للدول لتحسين سمعتها وتحقيق أهدافها في المجال الدبلوماسي والتنموي الاقتصادي. وفي هذا المجال ركزت العديد من الدراسات تحليل القوة الناعمة في العديد من الدول كروسيا، وقطر، والولايات المتحدة، والصين. فعلى سبيل المثال تعد تغطية الأحداث الرياضية أداة فاعلة في التأثير على القوة الناعمة لدى الجماهير، حتى في الحالات التي تمتلك فيها الدولة المضيف سمعة دولية ضعيفة وتعاني من وجود فجوة كبيرة في المصادقية بين الصورة التي يحاول الإعلام تقديمها لنفسه والانطباع الفعلي الذي يحمله الجمهور الخارجي عنه. يؤيد ذلك دراسة (Crilley, Gillespie, Kazakov, & Willis, 2022) التي قامت بتحليل التغطية الإعلامية التي قامت بها شبكة RT لكأس العالم FIFA والذي استضافته روسيا في عام 2018 والاستجابات التي أثارها هذا الحدث لدى المشاهدين، وخرجت الدراسة بمجموعة من النتائج من أهمها نجد أن هذه الفجوة قد جُبرت جزئياً. حيث تُظهر نتائج تحليل أكثر من 700 مقال نُشرت على RT، بالإضافة إلى البحث في وسائل التواصل الاجتماعي ومجموعات النقاش، أن تغطية البطولة قدمت صورة إيجابية غير عادية عن روسيا وهي بذلك تكون قد استقطبت الجماهير العالمية وغيّرت النظرة السلبية إلى وسائل الإعلام الروسية التي كانت تعد بمثابة وسائل للدعاية الخبيثة.

وفي نفس السياق سعت العديد من الدراسات لإثبات التأثير الإيجابي لاستخدام القوة الناعمة في الحصول على النتائج ذاتها التي يمكن أن تحققها بالقوة العسكرية. مثل دراسة (العزاوي، 2022) التي درست صحة تأثير نظرية القوة الناعمة للولايات المتحدة الأمريكية من خلال الإجابة على مجموعة من التساؤلات شملت ( مفهوم القوة الناعمة - شروط القوة الناعمة - الأطر التطبيقية للقوة الناعمة وموقف السياسة الخارجية الأمريكية من القوة الناعمة) وأظهرت النتائج أن أطروحة القوة الناعمة تؤكد أنه باستطاعة الولايات المتحدة الأمريكية أن تحصل من القوة الناعمة على كل أهدافها خاصة وأن اغلب الدول الأخرى غالباً ما تريد اللحاق بها أو اتباعها كنموذج أو تقليدا لها وإعجابا بقيمتها ومن ثم فليس من الضرورة في شيء إجبار الآخرين على التغيير من خلل الإرغام والإغراء .

بل يمتد تأثير القوة الناعمة من أجل تحقيق أهداف الدول الدبلوماسية وتلك المتعلقة بالاستثمارات وتنويع إيرادات الدول أو المرتبطة بالأهداف السياسية بشكل عام. وهنا قامت دراسة (جميس، 2022) بالتعرف على نتائج كأس العالم 2022 من منظور القوة الناعمة والدور الذي تلعبه هذه الأخيرة في تشكيل وممارسة السياسة الخارجية القطرية، بالإضافة إلى دلالة القوة الناعمة في فهم استثمارات

قطر الضخمة في الرياضة الدولية الأمر الآخر الذي يمكن اعتباره الأكثر أهمية في هذه الدراسة، وأكدت تلك الدراسة ما أشارت إليه الأدبيات في أهمية القوة الناعمة في السياسة الخارجية القطرية ، وبالتأثير طويل الأمد للاعتماد المفرط على القوة الناعمة والخطاب الراجح في أغلب الأدبيات أن قطر تحاول استخدام قوتها الناعمة في شكل دبلوماسية رياضية أحيانا وكذلك في أشكال أخرى تعنى بتعزيز قوتها الاقتصادية أيضا.

وقدمت دراسة (هجيران و جل، 2021) تحليلا للتجارب السابقة لاستضافة الفعاليات الرياضية الضخمة مثل الألعاب الأولمبية وكأس العالم ، أن هناك عديد من الطرق التي يمكن أن تسهم فيها هذه الاستضافة في تمكين القوة الناعمة للدول المستضيفة من عدمه بالاعتماد على طيف من الأدبيات السابقة ، تستخدم هذه الورقة تجارب لستة دول قامت بتنظيم كأس العالم أو الألعاب الأولمبية منذ 2008 ، وتتضمن هذه التجارب كل من الصين ( بيجين 2008 - الألعاب الأولمبية ) وجنوب إفريقيا ( كأس العالم 2010 ) والمملكة المتحدة (الألعاب الأولمبية بلندن - 2012) والبرازيل ( كأس العالم - 2014) والألعاب الأولمبية سنة 2016 وروسيا 2014 واليابان 2020 . وتعتمد هذه الورقة مقارنة كأس العالم 2022 والذي نظّمته قطر من خلال تطبيق وتكييف تجارب الاستضافات السابقة لفهم أوجه تمكين القوة الناعمة للدول المستضيفة من عدمه . بالإضافة إلى التحديات الدولية حول وضعية العمالة المهاجرة في قطر . ونوعية القيم الإسلامية والثقافية السائدة في قطر والمختلفة عن الجمهور الغربي مع استمرار تحدى الإدارة والسمعة الدولية لتنظيم قطر للمونديال ومع ذلك فإن استمرار قطر في التزامها بتنظيم هذه الفعالية بالمعايير الأكثر صداقة للبيئة والحضور الدائم في حقل كرة القدم الدولية من خلال الرعاية والتملك والفوز في البطولات الرياضية العالمية بالإضافة إلى البحث الدائم عن تعزيز وتحسين وضعية الدولة مما ساعدها في تحقيق مساعي التمكين في مرحلة ما قبل تنظيم الفعالية وتعهد البلد وتفانيه في خلق إرث دائم بعد ديسمبر 2022 سيعين على تمكين قطر في مرحلة ما بعد الفعالية . ومن المهم التركيز على السياق الثقافي الذي تتم من خلاله تفعيل القوة الناعمة والأخذ في الاعتبار للتباينات في الكيفية التي تستخدم بها الدبلوماسية الرياضية في سياقات ثقافية مختلفة . ومن خلال اعتبار أن قطر تمثل تاريخيا وتقليدا ثقافيا متميزا قدمت دراسة (الدوسري، 2021) تحليلا للكيفية التي تمارس بها دولة قطر القوة الناعمة من خلال الدبلوماسية الرياضية واستضافة الفعاليات الرياضية الكبرى . وبالاعتماد على مقارنة ما بعد بنوية تأويلية ونظرية الخطاب قدمت تلك الورقة تحليلا للخطابات الرسمية المرافقة لاستضافة قطر لكأس العالم في 2022 وخلصت إلى أن استخدام الدبلوماسية الرياضية ساهم في تحقيق العديد من الأهداف الدبلوماسية .

أما دراسة (الشاوش، 2022) فتناولت تحليل النهج الانفتاحي الذي بدأ تمارسه الصين كقوة ناعمة حيث اشتهرت السياسة الخارجية للصين بالحذر والرصانة وعدم التدخل في شؤون غيرها من الدول، وتهدف من خلال تلك السياسة تحقيق المصالح الاقتصادية للصين بدرجة أساسية، والمحافظة على علاقات غير تصادمية مع غيرها من الدول وخاصة مع الولايات المتحدة الأمريكية، ومن أجل تحقيق تلك المصالح بدأت الصين تنتهج سياسة أكثر انفتاحا على العالم، مستخدمة في ذلك ما يعرف بالقوة الناعمة، وكانت الفترة 2019-2021 بمثابة اختبار حقيقي للقوة الناعمة الصينية، ففي هذه الفترة ظهرت جائحة (كوفيد-19) وكان الظهور الأول لها في الصين، وكان لذلك الظهور الكثير من التداعيات

الكبيرة ليس على الصين فحسب بل على جميع دول العالم، وإن كانت الصين قد كان لها تداعيات خاصة بها كون الجائحة قد ظهرت فيها . وفي هذه الدراسة يلقي الباحث الضوء على مقومات القوة الناعمة للصين، وهل استطاعت الصين توظيف تلك المقومات في تحقيق أهداف سياستها الخارجية، كما أن الدراسة قد ألقت الضوء على المعوقات التي تحول دون تطبيق القوة الناعمة الصينية، وتوصلت الدراسة إلى نتيجة مفادها أن الصين قد نجحت في استخدام قوتها الناعمة في سياستها الخارجية، وذلك خلال فترة الدراسة، وأوصت الدراسة بمزيد من الدراسات حول القوة الناعمة وكيفية تحقيقها والحد من معوقاتهما لتكون بمثابة أداة جديدة من أدوات السياسة الخارجية للدول.

وتأكيداً لعدم فاعلية القوة الصلبة في تحقيق أهداف الدول العظمى كالصين، قامت دراسة (مخلف، الراوي، و عبدال، 2021) في البحث في قدرة الصين في منافسة القوى العظمى في بسط نفوذها في منطقة الشرق الأوسط بوجه عام والخليج العربي خاصة، مستغلة ما بات يعرف بالقوة الناعمة، ومجموعة من التساؤلات حول مدى امتلاك الصين لأدوات القوة الناعمة وكيفية استغلالها لهذه الأدوات. اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي لاستقراء بعض النتائج من خلال تحليل أقوال وتصريحات مسؤولين وباحثين منظرين. خرجت الدراسة بمجموعة من النتائج، من أهمها أن هناك تعاضم للقوة الصينية مستمر منذ بداية القرن الحادي والعشرين إذا استطاعت الصين بناء قوتها الناعمة في مجالات شملت مقومات سياسية واقتصادية واجتماعية وتكنولوجية، كذلك أظهرت النتائج سعى الصين عن طريق أدوات القوة الناعمة إلى إرساء مبدأ السلم والتعاون الدولي والإقليمي انطلاقاً من مبدأ احترام وحدة أراضي الدول الأخرى وسيادتها والدفاع عنها في حالة التعرض إلى تهديدات خارجية. كذلك سعت الصين إلى زيادة استثماراتها في منطقة الخليج العربي في الصناعات النفطية كما تسعى الصين إلى إيجاد دور مهم لها في المستقبل في حماية خطوط الملاحة الدولية في منطقة الخليج العربي لحماية مصالحها الاقتصادية المتنامية.

حتى في تلك الدول التي امتازت بتفوقها في ممارسة الأساليب الدبلوماسية التقليدية، كان لممارسة القوة الناعمة تأثيراً عالمياً إيجابياً يضاف لتاريخ نجاحاتها السياسية. فعلى سبيل المثال تُعد الرياضة مساهماً هاماً في موارد القوة الناعمة للمملكة المتحدة. وقد قامت دراسة (Woodward, 2020) بدراسة حالة البعثات البريطانية إلى جبل إيفرست، وذلك استناداً إلى تحليل الأرشيف الخاص بهذه البعثات، وأظهرت النتائج أن مؤسسات الدولة البريطانية تدخلت بشكل منهجي واستراتيجي لاستغلال قصة تسلق قمة إيفرست لإظهار هيبة بريطانيا وتقديم صورة مواتية للعالم. وبذلك، تقدم الدراسة دليلاً على أن الرياضة كانت جزءاً لا يتجزأ من مجموعة الدبلوماسية وموارد القوة الناعمة للمملكة المتحدة لفترة أطول بكثير مما تميزه. علاوة على ذلك، تقدم حالة إيفرست إشارات مهمة لصانعي السياسات المعاصرين إلى أهمية الاستفادة من الأحداث الرياضية دبلوماسياً.

وبذلك يمكن أن نخلص أن علمية الممارسات الرياضية ساهم إلى اعتماد عدد كبير من دول العالم على الرياضة ضمن أدوات تفعيل القوة الناعمة لهذه الدول وبناء صور ذهنية إيجابية عنها ودعم أرصدة قوتها الناعمة التي تسعى لتسويقها وتحسين مكانتها عالمياً. كما وأن استضافة الدول للأحداث الرياضية الضخمة يقدم مزايا مهمة لهذه الدول منها (الاهتمام العالمي بالدولة، ونمو مكانتها السياحية، وعمل مصالحة محتملة بين شركاء الصراع) وقد تترك عواقب سلبية محتملة (أماكن رياضية فارغة بعد الحدث، لا توجد مكاسب دائمة في التوظيف، وتكاليف باهظة، وأحياناً الفساد وأثر بيئي سلبي) ولذا

تصاعدت اتجاهات اعتبار الحدث الرياضي الضخم بمثابة قوة تأثير ناعم للدولة أو المدينة المضيفة بهدف تحقيق وجود عالمي للدولة وتحقيق رضا جماهيري عالي، ومكانة عالمية للدولة (سنجر، 2019). كما أن تعدد صيغ الإنجاز الرياضي لم يعد تقتصر على حصد البطولات الدولية أو التقدم في التصنيف العالمي في الممارسات الرياضية المختلفة وإنما أصبح يتضمن اقتناء أندية رياضية عالمية، والاستحواذ على الامتياز الإعلاني لها والحصول على حقوق الرعاية الحصرية لبطولات كبرى واستضافة فاعليات رياضية أكثر جذبًا للجماهير (سنجر، 2019).

وفي دراسة حالة لكل من المملكة المتحدة البريطانية 2012 والبرازيل 2014، سلط (سنجر، 2019) الضوء على كيفية توظيف الدول للرياضة في إطار سياسات تدعيم القوة الناعمة، والترويج للنموذج الذي تُمثله عالميًا وتستهدف هذه الدراسة التحليلية للوثائق الإعلامية استخدام الأحداث الرياضية الضخمة كجزء من استراتيجية «القوة الناعمة» من خلال دراسة أربعة أهداف رئيسية هي: (1) تقديم مفهوم «القوة الناعمة» وربطه بالاستخدام السياسي للأحداث الرياضية الكبرى من قبل الدول. (2) فهم كيف ولماذا الأحداث الرياضية الضخمة جذابة للدول ذات الأنظمة السياسية المختلفة وفي مراحل مختلفة من التنمية الاقتصادية. ولتحقيق هذه الغاية تم إجراء دراسة حالة لأولبياد لندن 2012 وكأس العالم لكرة القدم 2014. (3) مع توضيح إمكانية الاستفادة من ذلك في خطة مصر لتنظيم كأس الأمم الإفريقية 2019. (4) وضع استراتيجيات إعلامية لتفعيل القوة الناعمة بين مصر والدول الأفريقية المشاركة. وخلصت بذلك دراسته إلى أن الرياضة تسهم في تعزيز القوة الناعمة دولياً.

وتتوافق نتيجة (سنجر، 2019) هذه مع ما توصل إليه (Grix & Houlihan, 2014) والتي تناولت اختلاف طريقة تفاعل المملكة المتحدة مع استراتيجية القوة الناعمة مقارنة بألمانيا قبل عام 2006، مشيراً إلى أن المفهوم الكلي للقوة الناعمة يقدم تفسيراً جزئياً على الأقل للسؤال الذي ظل دون إجابة في الأدبيات الرياضية عن الأسباب التي تدفع الدول لاستضافة هذه الأحداث الضخمة بالإضافة لدراسة التأثير الإيجابي المحتمل لاستضافة الأحداث الرياضية الضخمة على صورة الدولة، والذي تحوّل من كونه نتيجة مرحب بها إلى أحد المبررات الأساسية للتكاليف الكبيرة للاستضافة. من خلال استخدام مفهوم «القوة الناعمة» لجوزيف ناي، تم التحقيق في كيفية استفادة ألمانيا استراتيجياً من كأس العالم FIFA في عام 2006 لتغيير صورتها بنجاح بين الجماهير الأجنبية. ثم تم تحليل مثال الألعاب الأولمبية والبارالمبية في لندن 2012 وأثرها على الهيئة الدولية لبريطانيا. اعتمدت الدراسة في تحليلها على الوثائق الحكومية الرسمية ومصادر الصحف قبل وبعد الألعاب، حيث كشفت النتائج عن التناقض الواضح بين استراتيجيات ألمانيا وبريطانيا في مجال الرياضة والقوة الناعمة؛ فقد اعتمدت ألمانيا على نهج طويل الأمد مخطط له بعناية ومُدعم بموارد كبيرة لتعديل صورتها الدولية.

وبشكل عام، تركز الدراسات السابقة على الدور الذي تلعبه الرياضة ووسائل الإعلام والدبلوماسية الثقافية في تعزيز القوة الناعمة للدول المختلفة في قارة آسيا وأوروبا وأمريكا. كما تقيم هذه الدراسات الكيفية التي تمكن الدول من استخدام هذه الأدوات لتشكيل الصورة الدولية وتأثيرها على الرأي العام العالمي. وبشكل أكثر تحديداً، تراوحت أهداف الدراسات بين تحليل الاستراتيجيات المستخدمة في بناء الهويات الوطنية والعلامات التجارية للدول عبر الدبلوماسية الرقمية والإعلامية، وصولاً إلى تقييم تأثير استضافة الأحداث الرياضية الكبرى على السمعة الدولية والسياسة الخارجية للدول المضيفة.



وبالنظر إلى النطاقات التي أُجريت فيها الدراسات السابقة نجد أنها جميعاً كانت تمثل دراسات منهجية كمية شملت تحليل محتوى وسائل الإعلام الرسمية والرقمية، استطلاعات الرأي العام، وتحليل السجلات الأرشيفية والوثائق الحكومية. كذلك استهدفت العينات محتويات وسائل الإعلام مثل شبكة RT الروسية، الحملات الدبلوماسية الرقمية للإمارات، والأحداث الرياضية الكبرى مثل كأس العالم FIFA والأولمبياد.

وتشير أهم نتائج مراجعة الأدبيات إلى أن القوة الناعمة يمكن أن تكون أداة فعالة للدول لتحسين صورتها ومكانتها الدولية، ولكن يمكن أيضاً أن تواجه تحديات مثل مصداقية وسائل الإعلام والتأثيرات السلبية المحتملة للأحداث الرياضية الضخمة مع الأخذ بعين الاعتبار بضرورة تقديم صورة واضحة ومتسقة والاستفادة من الأحداث الرياضية بطريقة تعزز السلم والتعاون الدولي. ونتيجة لذلك تساهم هذه المراجعة في بلورة مشكلة البحث الحالي بحيث تتلخص في بناء أهداف ومنهجية دراسة القوة الناعمة الرياضية في السياق السعودي كما سيرد تفصيله في الأقسام اللاحقة.

### المدخل النظري للدراسة:

تتبنى الدراسة الحالية نظرية بناء المعنى في وسائل الإعلام والتي تقوم على فكرة أساسية مفادها أن وسائل الإعلام لا تعكس الواقع ببساطة، بل تشارك في بناء الواقع من خلال الطريقة التي تُقدم بها المعلومات والأحداث. هذه النظرية، التي نشأت في السبعينيات وتأثرت بالأفكار البنائية، تؤكد على أن الرسائل الإعلامية ليست مجرد انعكاسات محايدة للحقائق، بل هي عمليات معقدة لتمثيل الواقع وإعادة بنائه (مكاوي و السيد، 2020).

في سياق هذه النظرية، يُنظر إلى وسائل الإعلام كأجهزة ترميز معرفي تعالج الواقع وتعيد إنتاجه من خلال مختلف الأساليب اللغوية والدرامية. حيث يتم تحويل الأحداث إلى تمثيلات لغوية وذهنية تستحضر التفاعل بين الإنسان، الثقافة، والمجتمع. هذه التمثيلات تتضمن استخدام الأنماط اللغوية والتمثيلات الذهنية التي تنسجم مع المحددات المعرفية والسياقية للمرسل والمتلقي. كل ما سبق يفضي إلى القول بأن مهمة وسائل الإعلام تتلخص في بناء المعنى من خلال عملية تأطير الأحداث وقولبتها (عبد الله، 2014).

وبالتالي فإن نظرية بناء المعنى في الإعلام هي نظرية تهتم بدراسة كيفية تشكيل الوسائل الإعلامية للمعنى والرسالة التي تريد إيصالها إلى الجمهور. وهذه النظرية كما سبق وأن ذكرنا تنطلق من فكرة أن الوسائل الإعلامية لا تنقل الواقع بشكل محايد وموضوعي، بل تختار وترتب وتصور الأحداث والقضايا بطريقة تعكس رؤيتها وموقفها وأهدافها. وبالتالي، فإن الوسائل الإعلامية تؤثر على تفسير وتقييم الجمهور للمعلومات التي يتلقونها (مكاوي و السيد، 2020).

وفقاً لهذه النظرية، فإن بناء المعنى في الإعلام يتأثر بعدة عوامل، هي على النحو التالي:

- السياق: وهو المحيط الذي يحدث فيه التواصل الإعلامي، والذي يشمل الزمان والمكان والظروف والجمهور المستهدف.

- الأطر: وهي المفاهيم والأفكار والقيم التي تستخدمها الوسائل الإعلامية لتنظيم وتبسيط المعلومات، وتحديد ما هو مهم وما هو غير مهم، وما هو مقبول وما هو غير مقبول.

- الترميز: وهو عملية استخدام رموز لغوية أو صورية أو صوتية لتشفير المعنى والرسالة التي تراد إيصالها إلى الجمهور.
  - التفكيك: وهو عملية استخدام قدرات ذهنية وثقافية لفك شفرة المعنى والرسالة التي تصل إلى الجمهور من خلال الرموز المستخدمة.
- بناءً على ما سبق، يمكننا أن نستنتج أن نظرية بناء المعنى في الإعلام تبرز دور الوسائل الإعلامية كصانعة للحقائق، وليس كمجردة لها. كما تبرز دور الجمهور كشريك فعال في عملية التواصل الإعلامي، وليس كمستقبل سلبي. وبالتالي، فإن هذه النظرية تساعدنا على فهم طبيعة التأثيرات التي يحدثها الإعلام على المجتمع، وكذلك طبيعة التفاعلات التي يحدثها المجتمع مع الإعلام. كذلك يمكن القول أن الترابط بين نظرية بناء المعنى والقوة الناعمة الرياضية يكمن في أن كلا منهما يستخدم الرسائل والصور والرموز لتشفير وتفكيك المعنى، وللتأثير على مشاعر واتجاهات وسلوكيات الجمهور. فعندما تستخدم المملكة العربية السعودية المحتوى الإعلامي عبر حسابات وزارة الرياضة وبعض الأندية السعودية الأخرى على مواقع التواصل مثلًا، لبناء صورة ذهنية لها تتمثل في كونها دولة رائدة ومنتطورة بما تمتلكه من إمكانيات. فإنها بذلك تستخدم نظرية بناء المعنى لإظهار جانب من قوتها الناعمة في المجال الرياضي. وانطلاقاً من ذلك تم تبني هذه النظرية لمزيد من التحديد والفهم لملامح القوة الناعمة للمملكة العربية في المجال الرياضي.

### المشكلة البحثية:

تسعى الدراسة الحالية إلى فهم كيفية استخدام القوة الناعمة من قبل المملكة العربية السعودية في المجال الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي، مع التركيز على تحليل المحتوى الإعلامي المنشور من قبل وزارة الرياضة السعودية وحسابات الأندية الرياضية على منصة إكس (X). ويعد هذا الأمر بالغ الأهمية نظراً للدور الكبير الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في بناء الصورة الذهنية وتعزيز القوة الناعمة للدول ويتضمن هذا الرصد الكشف عن أنواع الرياضات وأنواع المحتوى الإعلامي وأهدافه كذلك رصد تصنيفات المحتوى الإعلامي بالإضافة الي تحديد الأطر العامة للقوة الناعمة التي يتم تعزيزها من خلال المحتوى، كذلك رصد كيفية توظيف حسابات الأندية الرياضية السعودية للمحتوى الإعلامي في بناء القوة الناعمة وفقاً لنظرية بناء المعنى في وسائل الإعلام.

### أهداف الدراسة:

- يمكن تحديد أهداف الدراسة على النحو التالي:
- التعرف على أنواع الرياضات التي يهتم بإبرازها حساب وزارة الرياضة السعودية على منصة إكس (X).
  - رصد أنواع المحتوى الإعلامي الذي ينشره حساب وزارة الرياضة السعودية على منصة إكس (X).
  - تحليل الأهداف الخاصة بالمحتوى الإعلامي (المنشورات) على حساب وزارة الرياضة السعودية على منصة إكس (X).
  - تصنيف المحتوى الإعلامي المقدم عبر المنشورات في حساب وزارة الرياضة السعودية على منصة إكس (X).

- تحديد الأطر العامة للقوة الناعمة للمحتوى الإعلامي المقدم في حساب وزارة الرياضة السعودية على منصة إكس (X).
- رصد مستوى التفاعل على المحتوى الإعلامي في حساب وزارة الرياضة السعودية على منصة إكس (X).
- التعرف على الكيفية التي وظفت من خلالها حسابات الأندية الرياضية السعودية محل الدراسة المحتوى الإعلامي في بناء القوة الناعمة في ضوء نظرية بناء المعنى في وسائل الإعلام.

### أهمية الدراسة:

- تتمثل أهمية الدراسة في مجموعة من النقاط هي على النحو التالي:
- فهم توظيف حساب وزارة الرياضة السعودية و الأندية الرياضية على منصة إكس ( X ) للمحتوى الإعلامي المتعلق بالرياضة كقوة ناعمة تعزز من الصورة الذهنية للملكة العربية السعودية .
- المساهمة في رسم صورة واضحة عن أهداف المحتوى المنشور على حساب وزارة الرياضة السعودية في منصة إكس (X) وكيفية تصنيفه في إطار دور الرياضة كقوة ناعمة .
- قياس مدى التفاعل مع المحتوى الرياضي المنشور على حساب وزارة الرياضة السعودية على منصة إكس (X) مما يعطي دلالة حول مدى فاعلية هذا المحتوى
- ستكون الدراسة الحالية ذات فائدة للجهات المعنية لوضع تصور مستقبلي للتوظيف الأمثل لحسابات منصات التواصل الاجتماعي .
- تضيف الدراسة معلومات قيمة حول الجهود التي تبذلها وزارة الرياضة، في بناء الصورة الذهنية للمملكة العربية السعودية من خلال توظيف الرياضة كأداة للقوة الناعمة عبر منصات التواصل الاجتماعي .

### تساؤلات الدراسة:

#### أولا / التساؤلات المتعلقة بالتحليل الكمي للمحتوى الإعلامي المنشور على حساب وزارة الرياضة السعودية في موقع أكس

- ما هي أنواع الرياضات المستهدفة التي اهتم حساب وزارة الرياضة السعودية على منصة إكس ( X ) بإبرازها عبر الحساب؟
- ماهي أنواع المحتوى الذي ينشره حساب وزارة الرياضة السعودية على منصة إكس ( X ) ؟
- ماهي الأهداف الخاصة بنشر المحتوى (المنشورات) على حساب وزارة الرياضة السعودية على منصة إكس ( X ) ؟
- ماهي تصنيفات المحتوى المقدم عبر المنشورات في حساب وزارة الرياضة السعودية على منصة إكس ( X )؟
- ماهي الأطر العامة للقوة الناعمة للمحتوى المقدم في حساب وزارة الرياضة السعودية على منصة إكس ( X )؟
- ما مستوى التفاعل على محتوى منشورات حساب وزارة الرياضة السعودية على منصة إكس ( X ) ؟

## ثانياً / التساؤلات المتعلقة بالتحليل الكيفي للمحتوى الإعلامي المنشور على حساب الأندية الرياضية (النصر - الأهلي - الهلال - الاتحاد) في موقع أكس

- ماهي السمات أو الخصائص العامة للحسابات الرسمية للأندية الرياضية محل الدراسة على منصة إكس ( X ) في ضوء عوامل نظرية بناء المعنى في وسائل الإعلام ( السياق - الأطر - الترميز - التفكيك ) .
- ماهي الكيفية التي وظفت من خلالها حسابات الأندية الرياضية السعودية محل الدراسة المحتوى الإعلامي في بناء القوة الناعمة في ضوء العوامل المرتبطة بنظرية بناء المعنى في وسائل الإعلام والتي تشمل (السياق - الأطر - الترميز - التفكيك) .

### فروض الدراسة :

#### طرحت الدراسة مجموعة من الفروض هي على النحو التالي:

- الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإطار العام للقوة الناعمة ونوع الرياضة المستهدفة.
- الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإطار العام للقوة الناعمة ومستوى التفاعل على المنشورات.
- الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معالم القوة الناعمة المرتبطة بالمحتوى ونوع الرياضة المستهدفة.
- الفرض الرابع: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معالم القوة الناعمة المرتبطة بالمحتوى ومستوى التفاعل على المنشورات.

### الإجراءات المنهجية للدراسة:

**نوع الدراسة ومنهجها:** تتبع هذه الدراسة المنهج الكمي وتستخدم طريقة تحليل المحتوى Content Analysis بهدف رصد ووصف الظاهرة محل الدراسة وهي توظيف الرياضة كأداة للقوة الناعمة من خلال تحليل المحتوى الإعلامي لحساب وزارة الرياضة السعودية وبعض الأندية الرياضية وهي من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية لوصف ملامح القوة الناعمة الرياضية للملكة العربية السعودية والحصول على البيانات والمعلومات عن موضوع البحث من العينة المختارة.

**مجتمع وعينة الدراسة:** تمثل مجتمع الدراسة في المحتوى الإعلامي المنشور على حساب وزارة الرياضة السعودية وحسابات الأندية الرياضية محل الدراسة (النصر - الأهلي - الهلال - الاتحاد) على منصة إكس (X). وفي ضوء صعوبة الحصر الشامل لجميع المحتوى الإعلامي المنشور فقد تم اختيار عينة عشوائية من المحتوى المنشور وبلغ حجم العينة من المحتوى الإعلامي المنشور في حساب وزارة الرياضة السعودية على منصة إكس (X) ( 205 منشور) بالإضافة إلي ثماني منشورات من المحتوى الإعلامي المنشور على حسابات الأندية الرياضية.

**أداة الدراسة:** اعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون لتحقيق أهداف الدراسة من حيث رصد ملامح القوة الناعمة الرياضية للملكة العربية السعودية وذلك بالتطبيق على حساب وزارة الرياضة السعودية حيث تم تطبيق التحليل الكمي و تم استخدام التحليل الكيفي في ضوء نظرية بناء المعنى في وسائل الإعلام بالتطبيق على حسابات أربعة من الأندية الرياضية المعروفة ذات الشعبية والجمهورية (الأهلي - الهلال - الاتحاد - النصر) لرصد الكيفية التي تم خلالها توظيف المحتوى الإعلامي لدعم القوى الناعمة للرياضة السعودية.

### إجراءات الصدق والثبات:

**أولا / صدق القياس:** تم استخدام أسلوب الصدق الظاهري من خلال إعداد استمارة التحليل بدقة وصياغة فئاتها ثم عرضها على مجموعة من الأساتذة والمحكمين والخبراء في مجال الإعلام للحكم على صلاحية الاستمارة للتطبيق. وفي ضوء ملاحظتهم تم إعادة الصياغة وترتيب الفئات.

**ثانيا / ثبات القياس:** لقياس الثبات في أداة الدراسة تم إجراء التحليل الأولي للمحتوى الإعلامي محل الدراسة ثم تم إعادة التحليل بعد مرور أسبوعين بنفس الوحدات والفئات ، وبلغت نسبة الاتفاق بين التحليلين 95 % وهي نسبة عالية تدل على ثبات الوحدات والفئات المستخدمة في تحليل المضمون وبالتالي صلاحية الاستمارة للتحليل .

### التعريفات الإجرائية لمفاهيم الدراسة:

**القوة الناعمة Soft Power:** في سياق الدراسة الحالية يمكن تعريف القوة الناعمة بأنها القدرة على التأثير والجذب الذي تمارسه المملكة العربية السعودية من خلال الرياضة والإعلام وخصوصا منصات التواصل الاجتماعي. ويمكن تحديد ملامح هذه القوة من خلال مؤشرات مثل مستوى التفاعل والمتابعة لحسابات وزارة الرياضة والأندية الرياضية السعودية على منصات التواصل الاجتماعي، وكذلك من خلال تحليل محتوى الرسائل والمواد الإعلامية المنشور.

**المجال الرياضي Sport Sector:** يعرف المجال الرياضي وفق سياق الدراسة الحالية بأنه مجموع الأنشطة والفعاليات والبرامج الرياضية التي تقام في المملكة العربية السعودية أو خارجها ولكن ذات صلة بها .

### النتائج العامة للدراسة:

**أولا / نتائج التحليل الكمي للمحتوى الإعلامي المنشور على حساب وزارة الرياضة السعودية منصة إكس ( X )**

- **التكرارات والتوزيعات:**

جدول رقم (1) نوع الرياضة المستهدفة

النسبة	التكرار	الرياضة
11.2	23	الألعاب الفردية
56.1	115	الرياضة بشكل عام
9.8	20	السيارات
2.9	6	رياضات أخرى
2.9	6	كرة السلة
17.1	35	كرة القدم
<b>100</b>	<b>205</b>	<b>المجموع</b>

يوضح الجدول السابق توزيع الرياضات المستهدفة في المنشورات محل الدراسة، حيث يوضح الجدول أن النسبة الأكبر من المنشورات بقيمة %56.1 كانت تستهدف «الرياضة بشكل عام»، يليها «كرة القدم» بنسبة %17.1 ثم «الألعاب الفردية» بنسبة %11.2 و«السباقات» بأنواعها بنسبة %9.8، وأخيرا تأتي «كرة السلة» و«الرياضات الأخرى» بنسب متساوية بقيمة %2.9 فقط.

جدول رقم (2) نوع المحتوى

النسبة	التكرار	نوع المحتوى
41.0	84	أخبار
14.6	30	بطولات
16.1	33	قرارات حكومية
11.7	24	مناسبات وفعاليات
16.6	34	منشورات معلوماتية وتوعوية
<b>100</b>	<b>205</b>	<b>المجموع</b>

يوضح الجدول السابق توزيع أنواع المحتوى في المنشورات محل الدراسة، حيث يوضح الجدول أن «الأخبار» كانت المحتوى الأكثر ظهورا بنسبة %41.0، يليها «المنشورات المعلوماتية والتوعوية» بنسبة %16.6، ثم «القرارات الحكومية» بنسبة %16.1 و«البطولات» بنسبة %14.6، وأخيرا تأتي «المناسبات والفعاليات» بنسبة %11.7.

جدول رقم (3) أهداف نشر المنشورات

النسبة	التكرار	الهدف
13.7	28	إبراز إنجازات الرياضيين السعوديين
27.8	57	الترويج للأحداث الرياضية
41.0	84	التعريف بمبادرات الوزارة لتعزيز الرياضة
17.6	36	الدعوة لممارسة الرياضة
<b>100</b>	<b>205</b>	<b>المجموع</b>

يوضح الجدول السابق توزيع أهداف نشر المنشورات محل الدراسة، حيث يوضح الجدول أن «التعريف بمبادرات الوزارة لتعزيز الرياضة» كان الهدف الأكثر استخداما بنسبة %41.0، يليه «الترويج للأحداث الرياضية» بنسبة %27.8، ثم «الدعوة لممارسة الرياضة» بنسبة %17.6، وأخيرا يأتي «إبراز إنجازات الرياضيين السعوديين» بنسبة %13.7.

جدول رقم (4) تصنيف المحتوى المقدم عبر المنشورات

النسبة	التكرار	التصنيف
11.2	23	انفوجرافيك
22.0	45	تصميم إيضاحي
29.3	60	صور ونصوص
28.3	58	فيديو
9.3	19	موشن جرافيك
<b>100</b>	<b>205</b>	<b>المجموع</b>

يوضح الجدول السابق توزيع تصنيف المحتوى المقدم عبر المنشورات محل الدراسة، حيث يوضح الجدول أن «الصور والنصوص» كانت الأكثر استخداماً بنسبة 29.3%، يليها «الفيديو» بنسبة 28.3%، ثم «التصميم الإيضاحي» بنسبة 22.0% و«الانفوجرافيك» بنسبة 11.2%، وأخيراً يأتي «الموشن جرافيك» بنسبة 9.3%.

جدول رقم (5) الإطار العام للقوة الناعمة

النسبة	التكرار	الإطار
34.1	70	إبراز الإمكانيات الرياضية للمملكة
15.6	32	إبراز الثقافة السعودية
15.6	32	التركيز على الرياضيين السعوديين
21.5	44	تعزيز ثقافة الرياضة للجميع
13.2	27	تعزيز مفهوم الاختلاف وتقبل الآخر
<b>100</b>	<b>205</b>	<b>المجموع</b>

يوضح الجدول السابق توزيع الأطر العامة للقوة الناعمة في المنشورات محل الدراسة، حيث يوضح الجدول أن «إبراز الإمكانيات الرياضية للمملكة» كان الإطار الأكثر ظهوراً بنسبة 34.1%، يليه «تعزيز ثقافة الرياضة للجميع» بنسبة 21.5%، ثم «إبراز الثقافة السعودية» و«التركيز على الرياضيين السعوديين» بنسبة متساوية بقيمة 15.6%، وأخيراً يأتي «تعزيز مفهوم الاختلاف وتقبل الآخر» بنسبة 13.2%.

جدول رقم (6) معالم القوى الناعمة المرتبطة بالمحتوى

النسبة	التكرار	الدور
18.0	37	الترويج للقيم الإيجابية للمملكة
56.6	116	بناء الصورة والعلامة الذهنية للمملكة
4.4	9	دور المملكة في نشر السلام
21.0	43	زيادة الوعي الثقافي بالمملكة
<b>100</b>	<b>205</b>	<b>المجموع</b>

يوضح الجدول السابق توزيع معالم القوة الناعمة المرتبطة بالمحتوى في المنشورات محل الدراسة، حيث يوضح الجدول أن «بناء الصورة والعلامة الذهنية للمملكة» كان الدور الأكثر ظهوراً بنسبة 56.6%، يليه «زيادة الوعي الثقافي بالمملكة» بنسبة 21.0%، ثم «الترويج للقيم الإيجابية للمملكة» بنسبة 18.0%، وأخيراً يأتي «دور المملكة في نشر السلام» بنسبة 4.4% فقط.

جدول رقم (7) مستوى التفاعل على المنشورات

النسبة	التكرار	المستوى
16.6	34	تفاعل ضعيف
42.0	86	تفاعل متوسط
41.4	85	تفاعل كثيف
<b>100</b>	<b>205</b>	<b>المجموع</b>

يوضح الجدول السابق توزيع مستوى التفاعل على المنشورات محل الدراسة، حيث يوضح الجدول أن النسبة الأكبر من المنشورات كان عليها «تفاعل متوسط» بنسبة 42.0%، يليه «التفاعل الكثيف» بنسبة 41.4% من المنشورات، وأخيراً يأتي «التفاعل الضعيف» على 16.6% من المنشورات.

### نتائج فروض الدراسة:

**الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإطار العام للقوة الناعمة ونوع الرياضة المستهدفة**

جدول رقم (8) يوضح العلاقة بين الإطار العام للقوى الناعمة ونوع الرياضة المستهدفة

قيمة الدلالة	درجة الحرية	الرياضة												
		رياضات أخرى		كرة السلة		كرة القدم		السباقات		الرياضة بشكل عام		الألعاب الفردية		الإطار
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0.000	20	4.3	3	4.3	3	27.1	19	7.1	5	55.7	39	1.4	1	إبراز الإمكانيات الرياضية للمملكة
		0	0	0	0	6.3	2	31.3	10	53.1	17	9.4	3	إبراز الثقافة السعودية
		0	0	3.1	1	28.1	9	0	0	28.1	9	40.6	13	التركيز على الرياضيين السعوديين
		6.8	3	4.5	2	2.3	1	0	0	77.3	34	9.1	4	تعزير ثقافة الرياضة للجميع
		0	0	0	0	14.8	4	18.5	5	59.3	16	7.4	2	تعزير مفهوم الاختلاف وتقبل الآخر



- تم استخدام اختبار كا2 لدراسة العلاقة بين الإطار العام للقوى الناعمة ونوع الرياضة المستهدفة، حيث أوضحت نتائج الجدول السابق وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين حيث كانت قيمة كا2 (86.847) دالة عند مستوى معنوية (0.000) ودرجة الحرية (20). كما تم حساب قيمة معامل التوافق Contingency Coefficient لدراسة قوة العلاقة بين المتغيرين، أوضحت النتائج أن العلاقة متوسطة حيث كانت قيمة معامل التوافق (0.546). كما يوضح الجدول السابق النتائج التالية:
- بالنسبة لإطار «إبراز الإمكانات الرياضية للمملكة»، كانت النسبة الأكبر من المنشورات تستهدف «الرياضة بشكل عام» بنسبة كبيرة تصل إلى 55.7%، يليها «كرة القدم» بنسبة 27.1% و«السباقات» بنسبة 7.1%، ثم «كرة السلة» و«الرياضات الأخرى» بنسبة متساوية بقيمة 4.3%، وأخيرا تأتي «الألعاب الفردية» بنسبة 1.4% فقط.
  - بالنسبة لإطار «إبراز الثقافة السعودية»، كانت النسبة الأكبر من المنشورات تستهدف «الرياضة بشكل عام» بنسبة كبيرة تصل إلى 53.1%، يليها «السباقات» بنسبة 31.3% و«الألعاب الفردية» بنسبة 9.4%، وأخيرا تأتي «كرة القدم» بنسبة 6.3%.
  - بالنسبة لإطار «التركيز على الرياضيين السعوديين»، كانت النسبة الأكبر من المنشورات تستهدف «الألعاب الفردية» بنسبة كبيرة تصل إلى 40.6%، يليها «الرياضة بشكل عام» و«كرة القدم» بنسبة متساوية بقيمة 28.1%، وأخيرا تأتي «كرة السلة» بنسبة 3.1% فقط.
  - بالنسبة لإطار «تعزيز ثقافة الرياضة للجميع»، كانت النسبة الأكبر من المنشورات تستهدف «الرياضة بشكل عام» بنسبة كبيرة تصل إلى 77.3%، يليها «الألعاب الفردية» بنسبة 9.1% و«الرياضات الأخرى» بنسبة 6.8%، ثم «كرة السلة» بنسبة 4.5%، وأخيرا تأتي «كرة القدم» بنسبة 2.3% فقط.
  - بالنسبة لإطار «تعزيز مفهوم الاختلاف وتقبل الآخر»، كانت النسبة الأكبر من المنشورات تستهدف «الرياضة بشكل عام» بنسبة كبيرة تصل إلى 59.3%، يليها «السباقات» بنسبة 18.5% و«كرة القدم» بنسبة 14.8%، وأخيرا تأتي «الألعاب الفردية» بنسبة 7.4%.

## الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإطار العام للقوة الناعمة ومستوى التفاعل على المنشورات

جدول رقم (9) يوضح العلاقة بين الإطار العام للقوة الناعمة ومستوى التفاعل على المنشورات

قيمة الدلالة	درجة الحرية	كثيف		متوسط		ضعيف		مستوى التفاعل
		%	ك	%	ك	%	ك	
		الإطار						
0.250	8	50.0	35	37.1	26	12.9	9	إبراز الإمكانيات الرياضية للمملكة
		40.6	13	50.0	16	9.4	3	إبراز الثقافة السعودية
		46.9	15	40.6	13	12.5	4	التركيز على الرياضيين السعوديين
		27.3	12	45.5	20	27.3	12	تعزيز ثقافة الرياضة للجميع
		37.0	10	40.7	11	22.2	6	تعزيز مفهوم الاختلاف وتقبل الآخر

تم استخدام اختبار كا2 لدراسة العلاقة بين الإطار العام للقوى الناعمة ومستوى التفاعل على المنشورات، حيث أوضحت نتائج الجدول السابق **عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية** بين المتغيرين حيث كانت قيمة كا2 (10.217) غير دالة عند مستوى معنوية (0.250) ودرجة الحرية (8). كما يوضح الجدول السابق النتائج التالية:

- بالنسبة لإطار «إبراز الإمكانيات الرياضية للمملكة»، كانت النسبة الأكبر من المنشورات عليها «تفاعل كثيف» بنسبة تصل إلى 50.0%، ثم «التفاعل المتوسط» بنسبة 37.1%، وأخيراً «التفاعل الضعيف» بنسبة 12.9%.
- بالنسبة لإطار «إبراز الثقافة السعودية»، كانت النسبة الأكبر من المنشورات عليها «تفاعل متوسط» بنسبة تصل إلى 50.0%، ثم «التفاعل الكثيف» بنسبة 40.6%، وأخيراً «التفاعل الضعيف» بنسبة 9.4%.
- بالنسبة لإطار «التركيز على الرياضيين السعوديين»، كانت النسبة الأكبر من المنشورات عليها «تفاعل كثيف» بنسبة تصل إلى 46.9%، ثم «التفاعل المتوسط» بنسبة 40.6%، وأخيراً «التفاعل الضعيف» بنسبة 12.5%.
- بالنسبة لإطار «تعزيز ثقافة الرياضة للجميع»، كانت النسبة الأكبر من المنشورات عليها «تفاعل متوسط» بنسبة تصل إلى 45.5%، ثم «التفاعل الكثيف» و«التفاعل الضعيف» بنسبة متساوية بقيمة 27.3%.
- بالنسبة لإطار «تعزيز مفهوم الاختلاف وتقبل الآخر»، كانت النسبة الأكبر من المنشورات عليها «تفاعل متوسط» بنسبة تصل إلى 40.7%، ثم «التفاعل الكثيف» بنسبة 37.0%، وأخيراً «التفاعل الضعيف» بنسبة 22.2%.

الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معالم القوة الناعمة المرتبطة بالمحتوى ونوع الرياضة المستهدفة

جدول رقم (10) يوضح العلاقة بين معالم القوة الناعمة المرتبطة بالمحتوى ونوع الرياضة المستهدفة

الرياضة	الألعاب الفردية	الرياضة بشكل عام		السباقات		كرة القدم		كرة السلة		رياضات أخرى		درجة الحرية	قيمة الدلالة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
الترويج للقيم الإيجابية للمملكة	10.8	4	67.6	25	8.1	3	2.7	1	0	0	4	16	0.008
	11.2	13	56.0	65	6.0	7	21.6	25	4.3	5	1		
	22.2	2	55.6	5	0	0	22.2	2	0	0	0		
	9.3	4	46.5	20	23.3	10	16.3	7	2.3	1	1		

تم استخدام اختبار كا2 لدراسة العلاقة بين معالم القوى الناعمة المرتبطة بالمحتوى ونوع الرياضة المستهدفة، حيث أوضحت نتائج الجدول السابق وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين حيث كانت قيمة كا2 (31.366) دالة عند مستوى معنوية (0.008) ودرجة الحرية (16). كما تم حساب قيمة معامل التوافق Contingency Coefficient لدراسة قوة العلاقة بين المتغيرين، أوضحت النتائج أن العلاقة ضعيفة حيث كانت قيمة معامل التوافق (0.364). كما يوضح الجدول السابق النتائج التالية:

- بالنسبة لدور «الترويج للقيم الإيجابية للمملكة»، كانت النسبة الأكبر من المنشورات تستهدف «الرياضة بشكل عام» بنسبة 67.7%، يليها «الألعاب الفردية» و«الرياضات الأخرى» بنسبة متساوية بقيمة 10.8%، ثم «السباقات» بنسبة 8.1%، وأخيراً تأتي «كرة القدم» بنسبة 2.7% فقط.
- بالنسبة لدور «بناء الصورة والعلامة الذهنية للمملكة»، كانت النسبة الأكبر من المنشورات تستهدف «الرياضة بشكل عام» بنسبة 56.0%، يليها «كرة القدم» بنسبة 21.6% و«الألعاب الفردية» بنسبة 11.2%، ثم «السباقات» بنسبة 6.0% و«كرة السلة» بنسبة 4.3%، وأخيراً تأتي «الرياضات الأخرى» بنسبة 0.9% فقط.
- بالنسبة لدور «دور المملكة في نشر السلام»، كانت النسبة الأكبر من المنشورات تستهدف «الرياضة بشكل عام» بنسبة 55.6%، يليها «كرة القدم» و«الألعاب الفردية» بنسبة متساوية بقيمة 22.2%، في حين لم تستهدف أي من الرياضات الأخرى.
- بالنسبة لدور «زيادة الوعي الثقافي بالمملكة»، كانت النسبة الأكبر من المنشورات تستهدف «الرياضة بشكل عام» بنسبة 46.5%، يليها «السباقات» بنسبة 23.3% و«كرة القدم» بنسبة 16.3%، ثم «الألعاب الفردية» بنسبة 9.3%، وأخيراً تأتي «كرة السلة» و«الرياضات الأخرى» بنسبة متساوية بقيمة 2.3% فقط.

الفرض الرابع: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معالم القوة الناعمة المرتبطة بالمحتوى ومستوى التفاعل على المنشورات

جدول رقم (11) يوضح العلاقة بين معالم القوة الناعمة المرتبطة بالمحتوى ومستوى التفاعل على المنشورات

قيمة الدلالة	درجة الحرية	مستوى التفاعل						الدور
		كثيف		متوسط		ضعيف		
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.459	6	29.7	11	43.2	16	27.0	10	الترويج للقيم الإيجابية للمملكة
		46.6	54	39.7	46	13.8	16	بناء الصورة والعلامة الذهنية للمملكة
		44.4	4	44.4	4	11.1	1	دور المملكة في نشر السلام
		37.2	16	46.5	20	16.3	7	زيادة الوعي الثقافي بالمملكة

تم استخدام اختبار كا2 لدراسة العلاقة بين معالم القوة الناعمة المرتبطة بالمحتوى ومستوى التفاعل على المنشورات، حيث أوضحت نتائج الجدول السابق **عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية** بين المتغيرين حيث كانت قيمة كا2 (5.690) غير دالة عند مستوى معنوية (0.459) ودرجة الحرية (6). كما يوضح الجدول السابق النتائج التالية:

- بالنسبة لدور «الترويج للقيم الإيجابية للمملكة»، كانت النسبة الأكبر من المنشورات عليها «تفاعل متوسط» بنسبة %43.2، يليه «التفاعل الكثيف» بنسبة %29.7، وأخيرا يأتي «التفاعل الضعيف» بنسبة %27.0.
- بالنسبة لدور «بناء الصورة والعلامة الذهنية للمملكة»، كانت النسبة الأكبر من المنشورات عليها «تفاعل كثيف» بنسبة %46.6، يليه «التفاعل المتوسط» بنسبة %39.7، وأخيرا يأتي «التفاعل الضعيف» بنسبة %13.8.
- بالنسبة لدور «دور المملكة في نشر السلام»، كانت النسبة الأكبر من المنشورات عليها «تفاعل متوسط» و«تفاعل كثيف» بنسبة متساوية بقيمة %44.4، وأخيرا يأتي «التفاعل الضعيف» بنسبة %11.1.
- بالنسبة لدور «زيادة الوعي الثقافي بالمملكة»، كانت النسبة الأكبر من المنشورات عليها «تفاعل متوسط» بنسبة %46.5، يليه «التفاعل الكثيف» بنسبة %37.2، وأخيرا يأتي «التفاعل الضعيف» بنسبة %16.3.

ثانيا / نتائج الدراسة الكيفية للمحتوى الإعلامي المنشور على حساب الأندية الرياضية ( النصر - الأهلي - الهلال - الاتحاد ) على منصة إكس ( X )  
- السمات أو الخصائص العامة للحسابات الرسمية للأندية الرياضية محل الدراسة على موقع أكس في ضوء عوامل نظرية بناء المعنى في وسائل الإعلام (السياق - الأطر - الترميز - التفكيك) .

جدول رقم (14) رؤية عامة على الحسابات للنادي الأربعة

النادي	النصر	الأهلي	الهلال	الاتحاد
المتابعون	4.2 مليون	215 ألف	11.8 مليون	4.8 مليون
من يتابعهم النادي	29 حساب	136 حساب	68 حساب	54 حساب
التغريدات	42.9 ألف	38.7 ألف	41.9 ألف	40.9 ألف
تاريخ الانضمام	مايو 2012	مايو 2009	ابريل 2009	يونية 2011
وصف الحساب				

من الجدول السابق يتضح ما يلي:

- نادي الهلال لديه أكبر عدد من المتابعين، يليه الاتحاد، ثم النصر، ثم الأهلي.
- جميع الأندية انضمت إلى منصة إكس ( X ) في سنوات متفاوتة
- نادي النصر لديه أكبر عدد من التغريدات، يليه الهلال، ثم الاتحاد، ثم الأهلي.

تحليل الحسابات في ضوء نظرية بناء المعنى في وسائل الإعلام

تم تحليل الحسابات في ضوء نظرية بناء المعنى، بالنظر للعوامل التالية:

- السياق: يشير تحليل السياق لهذه الحسابات على أنها حسابات رسمية موثقة، تهتم في المقام الأول بنشر الأخبار والمعلومات والصور والفيديوهات المتعلقة بالأندية واللاعبين والمباريات والبطولات. تعتمد اللغة العربية بشكل أساسي، وتستخدم الهاشتاقات والإيموجي والمنشن لزيادة التفاعل والانتشار.. السياق المكاني للحسابات هو تويتر سابقا (منصة إكس ( X ) حاليا) ، وهي منصة شهيرة تستخدمها العديد من الجهات الرياضية واللاعبين للتواصل مع الجمهور والتعبير عن آرائهم ومشاعرهم. ويشير السياق الظرفي للحسابات هو أن الأندية تسعى للحفاظ على مكانتها وتحقيق البطولات في الموسم الحالي، والتفوق على منافسيها وخصومها. ويتضح من السياق الجمهوري للحسابات أنها موجهة لمتابعي الأندية والمهتمين بالرياضة السعودية والعلمية، وخاصة كرة القدم.

• الأطر: تستخدم الحسابات إطارات مختلفة لتنظيم وتبسيط المعلومات، وتحديد ما هو مهم وما هو غير مهم، وما هو مقبول وما هو غير مقبول. علي سبيل المثال، تعتمد الحسابات على إطارات تحفيزية ومشجعة لإظهار أداء وإنجاز الأندية واللاعبين في المباريات، ولإظهار العاطفة والولاء والفخر التي يشعر بها الأندية والجمهور. كما تستخدم أحياناً إطارات تنافسية ومميزة لإظهار قوة ومهارة وتميز الأندية واللاعبين، ولإظهار الثقة والطموح والتفوق على منافسيها وخصوصها. بالإضافة إلى توظيف إطارات تفاعلية وتشاركية لزيادة التواصل والتبادل مع الجمهور، وللحصول على الدعم والتشجيع والردود.

• الترميز: تعتمد الحسابات رموز لغوية وصورية وصوتية لتشفير المعنى والرسالة التي تريد إيصالها إلى الجمهور. منها الهاشتاقات والإيموجي والمنشن لزيادة التفاعل والانتشار، وللدلالة على الزمان والمكان، والظروف، والمواضيع، والمشاعر. كما تستخدم الصور والفيديوهات والجغرافيكس لزيادة الجاذبية والوضوح، وللدلالة على الأحداث، والقضايا، والشخصيات، والحركات. كما تستخدم أيضاً النصوص والتعليقات والتغريدات لزيادة المعلومات والتفسيرات، وللدلالة على الأخبار، والآراء، والتحليلات، والنتائج.

• التفكيك: تتطلب الحسابات من الجمهور استخدام قدرات ذهنية وثقافية لفك شفرة المعنى والرسالة التي تصل إليهم من خلال الرموز المستخدمة. فمثلاً، يحتاج الجمهور إلى معرفة الأندية واللاعبين والمباريات والبطولات والهاشتاقات والإيموجي والمنشن والصور والفيديوهات والجغرافيكس والنصوص والتعليقات والتغريدات لتمييز الحسابات وتقييم المعلومات التي يتلقونها، وللتفاعل معها بشكل إيجابي أو سلبي.

وبالتالي، يمكننا أن نستنتج أن الحسابات وفق نظرية بناء المعنى في الإعلام ساهمت في إظهار جانب من القوة الناعمة الرياضية للأندية، والتأثير على مشاعر واتجاهات وسلوكيات الجمهور. فالحسابات تعبر عن هوية الأندية وانتمائها للرياضة السعودية، وتعبر عن أدائها وإنجازاتها في المباريات والبطولات، وتعبر عن العاطفة والولاء والفخر التي تشعر بها الأندية والجمهور، كما تعبر عن القوة والمهارة والتميز التي تتمتع بها الأندية واللاعبين.

- **الكيفية التي وظفت من خلالها حسابات الأندية الرياضية السعودية محل الدراسة المحتوى الإعلامي في بناء القوى الناعمة في ضوء العوامل المرتبطة بنظرية بناء المعنى في وسائل الإعلام والتي تشمل (السياق - الأطر - الترميز - التفكيك)**

**أولا / المحتوى الإعلامي على حساب نادي النصر**



تم تحليل المنشور في ضوء نظرية بناء المعنى في الإعلام وذلك بالنظر إلى العوامل التالية:

- **السياق:** المنشور هو بوستر ترويجي لنادي النصر السعودي، والذي يعد أحد أشهر الأندية الرياضية في السعودية. كتب البوستر باللغة العربية، ويتضح من السياق الظرفي للبوستر سعي النادي للحفاظ على مكانته وتحقيق البطولات في الموسم الحالي، وللتفوق على منافسيه وخصومه. كما أن البوستر موجه لمتابعي النادي بشكل أساسي ومتابعي كريستيانو رونالدو
- **الأطر:** يستخدم المنشور إطاراً تنافسياً ومميزاً، لإظهار قوة ومهارة وتميز النادي وللاعبيه، ولإظهار الثقة والطموح والفخر التي يشعر بها النادي والجمهور. كما يتضمن الإطار صوراً للاعبين في حركات رياضية، تعبر عن القوة والمهارة والحركة. كذلك يتضمن الإطار نصاً باللغة الإنجليزية "THE BEST"، يعبر عن الثقة والطموح والتفوق. كذلك يتضمن الإطار وجه كريستيانو رونالدو في وسط الصورة، يعبر عن الغموض والتشويق والتحدي. ويلاحظ أن الإطار لا يحتوي على أي نص أو تعليق على الصورة، ولكنه يعتمد على الرموز الصورية واللونية لتنظيم وتبسيط المعلومات.
- **الترميز:** الصورة تستخدم رموز صورية ولونية لتشفير المعنى والرسالة التي تريد إيصالها إلى الجمهور. فمثلاً، الصورة تستخدم اللونين الأصفر والأزرق، للدلالة على هوية النادي وانتمائه للألوان الرسمية، وللدلالة على القوة والمهارة والتميز. كما تستخدم الصورة صوراً للاعبين في حركات رياضية، للدلالة على أدائهم وإنجازاتهم في اللعب، وللدلالة على القوة والمهارة والحركة.

- التفكيك: من خلال الرموز المستخدمة نجد أن الجمهور يحتاج إلى معرفة بالنادي والألوان واللاعبين والنص والشعار والوجه لتمييز الصورة وتقييم المعلومات التي يتلقونها، وللتفاعل معها بشكل إيجابي أو سلبي. مما سبق نستنتج أن المنشور وفقاً لنظرية بناء المعنى في الإعلام أظهر جانب من القوى الناعمة الرياضية للنادي، وذلك للتأثير على مشاعر واتجاهات وسلوكيات الجمهور. فالصورة تعبر عن هوية النادي وانتمائه، وتعبر عن قوته ومهارته وتميزه، وتعبر عن ثقته وطموحه وتفوقه.



تم تحليل المنشور في ضوء نظرية بناء المعنى في الإعلام وذلك بالنظر إلى العوامل التالية:

- السياق: المنشور هو لقطة شاشة تتضمن إعادة نشر لتغريدة للمنتخب البرتغالي، تتضمن صورة لكريستيانو رونالدو في زي منتخب البرتغال. تظهر الصورة رونالدو وهو يشعر بالفخر بتمثيل بلاده. وبالنظر للسياق الظرفي للمنشور يتضح أنه يشير إلى مباراة تعتبر من المباريات المهمة والمثيرة في تصفيات كأس العالم، وتجمع بين منتخب البرتغال وآخر. الصورة بشكل أساسي موجهة لمتابعي رونالدو والبرتغال والمهتمين بالرياضة العالمية، وخاصة كرة القدم.
- الأطر: يستخدم المنشور إطاراً تحفيزياً ومشجعاً لإظهار أداء وإنجاز رونالدو والبرتغال في المباراة، ولإظهار العاطفة والولاء والفخر التي يشعر بها رونالدو نحو منتخب بلاده.
- الترميز: يستخدم المنشور رموز صورية ولغوية لتشفير المعنى والرسالة التي تريد إيصالها إلى الجمهور. فمثلاً، الصورة تستخدم صورة لرونالدو في زي منتخب البرتغال، للدلالة على هوية رونالدو وانتمائه للبرتغال، وللدلالة على أدائه وإنجازه في المباراة. كما تستخدم الصورة الهاشتاقات #BIHPOR و #WEARTHEFLAG، للدلالة على الزمان والمكان والظروف للمباراة، وللدلالة أيضاً على الدعم والتشجيع والتفاعل للمباراة.
- التفكيك: من خلال الرموز المستخدمة نجد أن الجمهور يحتاج إلى معرفة رونالدو والبرتغال والهاشتاقات والصورة لتمييز الصورة وتقييم المعلومات التي يتلقونها، وللتفاعل معها بشكل إيجابي أو سلبي.



وبالتالي، يمكننا أن نستنتج أن المنشور وفق نظرية بناء المعنى في الإعلام أظهر جانب من القوى الناعمة الرياضية لرونالدو والبرتغال، فالصورة تعبر عن هوية رونالدو وانتمائه للبرتغال، وتعبر عن أدائه وإنجازه في المباراة، وتعبر عن العاطفة والولاء والفخر التي يشعر بها رونالدو والجمهور، وتعبر عن الدعم والتشجيع والتفاعل للمباراة. كما أن حساب النادي أعاد تغريد هذا المحتوى للربط بين اللاعب الدولي والنادي السعودي في المملكة العربية السعودية ولإظهار الترابط بين اللاعب ونادي النصر

## ثانياً / المحتوى الإعلامي على حساب النادي الأهلي

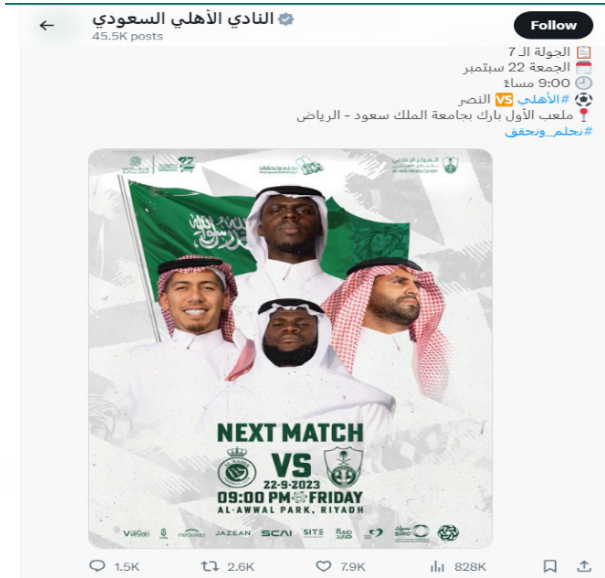


تم تحليل المنشور في ضوء نظرية بناء المعنى في الإعلام وذلك بالنظر إلى العوامل التالية:

- السياق: المنشور هو بوستر ترويجي لمباراة كرة قدم بين فريقي الأهلي والاتحاد، وهما من أشهر الأندية الرياضية في السعودية. البوستر كتب باللغة العربية، كما يتضمن أيضاً التاريخ والوقت والنص "Match Day" باللغتين العربية والإنجليزية. وبالنظر للسياق الطرقي للمنشور يتضح أنه يتعلق بمباراة تعتبر من المباريات الكلاسيكية والمثيرة في الدوري السعودي، وتجمع بين فريقين من الأندية الكبيرة والمحبوبة في المملكة. البوستر موجه بشكل أساسي لمتابعي الفريقين.
- الأطر: تستخدم المنشور إطاراً تنافسياً وحماسياً لإظهار أهمية وجاذبية المباراة، ولإظهار قوة، ومهارة الفريقين ولاعبيهما. ويتضمن أيضاً شعارات الفريقين، ويعبر عن الهوية والانتماء والتميز.
- الترميز: يستخدم المنشور رموز صورية ولونية لتشفير المعنى فنجد استخدام شعارات الفريقين، للدلالة على هوية الفريقين وانتمائهما للسعودية، وللدلالة على القوة والمهارة والتميز. كما تستخدم الصورة التاريخ والوقت والنص "Match Day" باللغتين العربية والإنجليزية، للدلالة على الزمان والمكان والظروف

للمباراة، وللدلالة على الأهمية والجاذبية للمباراة. كما تستخدم الصورة كرة قدم، للدلالة على الرياضة والمتعة والتحدي للمباراة.

- التفكيك: من خلال الرموز المستخدمة. يتضح أن الجمهور يحتاج إلى معرفة الفريقين والشعارات والتاريخ والوقت والنص لتمييز المحتوى وتقييم المعلومات التي يتلقونها، وللتفاعل معها بشكل إيجابي أو سلبي. وبالتالي، يمكننا أن نستنتج أن المنشور وفق نظرية بناء المعنى في الإعلام سعى لإظهار جانب من القوى الناعمة الرياضية للفريقين، فالصورة تعبر عن هوية الفريقين وانتمائهما للسعودية، وتعبّر عن قوتها ومهارتها وتميزها، وتعبّر عن أهمية وجاذبية المباراة، وتعبّر عن الرياضة والمتعة والتحدي للمباراة.

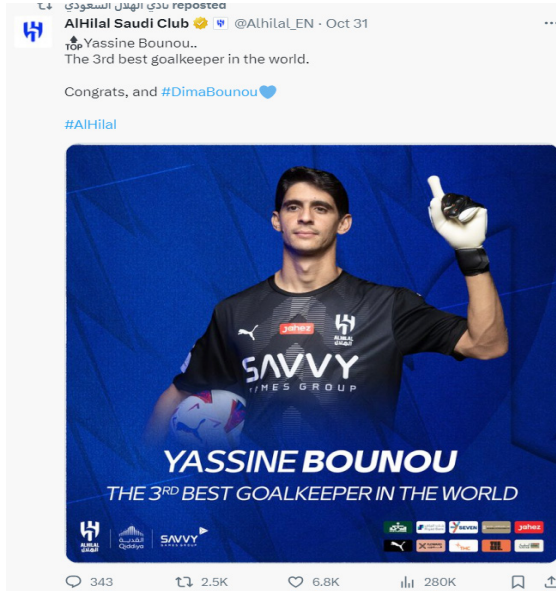


تم تحليل المنشور في ضوء نظرية بناء المعنى في الإعلام وذلك بالنظر إلى العوامل التالية:

- السياق: المنشور هو بوستر ترويجي لمباراة كرة قدم بين فريقين (النصر والأهلي) في السعودية. كتب البوستر باللغة العربية، ويتضمن المنشور علم السعودية وشعارات الفريقين. البوستر يتضمن أيضاً التاريخ والوقت والمكان للمباراة. الخلفية بيضاء مع تدرج رمادي. يتضح أيضاً من البوستر أن المباراة تعتبر من المباريات المهمة والمثيرة في الدوري السعودي، وتجمع بين فريقين من الأندية الكبيرة في السعودية، كما أنه موجه لمتابعي الفريقين والمهتمين بالرياضة السعودية.
- الأطر: يستخدم المنشور إطاراً تناظرياً وحامساً لإظهار أهمية وجاذبية المباراة، وإظهار قوة ومهارة الفريقين، ولإعبيهما.
- الترميز: يستخدم المنشور رموزاً صورية ولونية لتشفير المعنى تتضمن علم السعودية وشعارات الفريقين، للدلالة على هوية الفريقين وانتمائهما للسعودية.
- التفكيك: من خلال الرموز المستخدمة. يتضح أن الجمهور يحتاج إلى معرفة الفريقين والشعارات

والتاريخ والوقت والمكان لتمييز الصورة وتقييم المعلومات التي يتلقونها ، وللتفاعل معها بشكل إيجابي أو سلبي. وبالتالي، يمكننا أن نستنتج أن المنشور في ضوء نظرية بناء المعنى في الإعلام يهدف لإظهار جانب من القوى الناعمة الرياضية للفريقين، فالصورة تعبر عن هوية الفريقين وانتمائهما للسعودية، وتعبر عن قوتها ومهارتهما وتميزهما، وتعبر عن أهمية وجاذبية المباراة.

### ثالثاً / المحتوى الإعلامي على حساب نادي الهلال



- تم تحليل المنشور في ضوء نظرية بناء المعنى في الإعلام وذلك بالنظر إلى العوامل التالية:
- السياق: المنشور هو بوستر يعلن فيه نادي الهلال عن حارسه ياسين بونو كثالث أفضل حارس في العالم. وبالنظر للسياق الظرفي للمنشور نجد هو أن الهلال يفخر بإنجاز حارسه ويهنئه على تميزه وتألقه. كما ان المنشور موجه لمتابعي النادي والمهتمين بالرياضة السعودية والعالمية على حد سواء.
  - الأطر: يستخدم المنشور إطاراً رسمياً لإبراز إنجاز حارسها وتقديره على المستوى العالمي، وهو عبارة عن خلفية زرقاء اللون بتوسطها صورة لبونو واضحة الملامح. يوجد نص على الصورة، وبشكل عام يتضح أن الأطر النصية والصورية تعمل على تنظيم وتبسيط المعلومات، حيث يبرز الإطار الرسومي هوية الحارس وانتمائه للنادي، ويعبر عن تقديره واحترامه على المستوى العالمي. كما يستخدم الإطار النص بالغة الإنجليزية للدلالة على مركز الحارس في التصنيف العالمي، وللتواصل مع الجمهور الدولي.
  - الترميز: استخدم المنشور رموز لغوية وصورية ولونية لتشفير المعنى حيث تم اعتماد اللغة الإنجليزية للتواصل مع الجمهور الدولي والمحلي، وللدلالة على إنجاز الحارس وتقديره على المستوى العالمي. كما وظف المنشور صورة الحارس وهو يمثل النادي للدلالة على المهارة والثقة والحماسة. كما استخدم المنشور أيضا اللون

الأزرق للدلالة على هوية النادي.

● التفكيك: الصورة تتطلب من الجمهور استخدام قدرات ذهنية وثقافية لفك شفرة المعنى والرسالة التي تصل إليهم من خلال الرموز المستخدمة. فمثلاً، يحتاج إلى الجمهور معرفة اللغة الإنجليزية لفهم النص المكتوب، ويحتاج إلى معرفة الحارس والنادي واللون الخاص بهما لتمييزهما. كما يحتاج الجمهور أيضاً إلى معرفة السياق الزمني والمكاني والظرفي والجمهوري للمنشور لتقييم المعلومات التي يتلقونها، وللتفاعل معها بشكل إيجابي أو سلبي.

وبالتالي، يمكننا أن نستنتج أن المنشور في ضوء نظرية بناء المعنى في الإعلام أظهر جانب من القوى الناعمة الرياضية للنادي فالصورة تعبر عن هوية الحارس وانتمائه للنادي، وتعبر عن تقديره واحترامه على المستوى العالمي، وتعبر عن المهارة والثقة والحماسة، وتعبر أيضاً عن التواصل مع الجمهور الدولي والمحلي.



تم تحليل المنشور في ضوء نظرية بناء المعنى في الإعلام وذلك بالنظر إلى العوامل التالية:

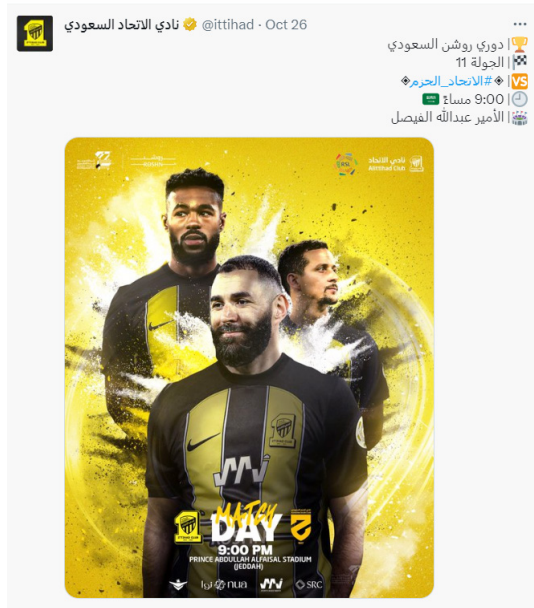
● السياق: المنشور هو مجموعة من الصور للإعلان عن التعاقد مع لاعب جديد (نيمار). التغريدة تتضمن أربع صور للاعب وهو يحمل قميص الفريق. وجه اللاعب واضح في جميع الصور. وبالنظر للسياق الظرفي للتغريدة نجد أن نادي الهلال يريد إثارة الفضول والتشويق لدى متابعيه ومنافسيه، ويعبر عن ثقته وطموحه في الموسم الجديد.

● الأطر: يوظف المنشور إطاراً تشويقياً وغامضاً لإبراز هوية اللاعب الجديد، وإظهار قيمة النادي وقوته في السوق الرياضي. الإطار الصوري يبرز هوية النادي وانتمائه، ويعبر عن قيمة اللاعب ورغبته في الانضمام للفريق، ويعبر عن الغموض والتشويق لدى الجمهور، كما يعبر عن الثقة والطموح لدى النادي.

● الترميز: يوظف المنشور رموز صورية ولونية لتشفير المعنى تتمثل في صورة للاعب وهو يحمل قميص الفريق، ووجهه واضح، للدلالة على هوية اللاعب الجديد، وللدلالة على الغموض والتشويق لدى الجمهور. كما تستخدم الصورة اللون الأزرق والأبيض للدلالة على الهوية هوية النادي.

- التفكيك: من خلال الرموز المستخدمة. يتضح أن، الجمهور يحتاج إلى معرفة النادي واللون الخاص به، والرقم ١٠ الذي يرتديه اللاعب، والتاريخ الذي تم نشر التغريدة فيه، لتمييز الصورة وتقييم المعلومات التي يتلقونها، وللتفاعل معها بشكل إيجابي أو سلبي.
- وبالتالي، يمكننا أن نستنتج أن المنشور في ضوء نظرية بناء المعنى في الإعلام أظهر جانب من قوى الناعمة الرياضية للنادي، فالصورة تعبر عن هوية النادي وانتائمه، وتعبر عن قيمة اللاعب ورغبته في الانضمام للفريق.

#### رابعا / المحتوى الإعلامي على حساب نادي الاتحاد



- تم تحليل المنشور في ضوء نظرية بناء المعنى في الإعلام وذلك بالنظر إلى العوامل التالية:
- السياق: الصورة هي ملصق ترويجي لمباراة كرة قدم بين فريقين، ويتمثل السياق الظرفي للملصق في كون المباراة تعتبر من المباريات المهمة في الدوري السعودي، حيث يتنافس الناديان على الصدارة واللقب. كما أن البوستر موجه لمحبي ومشجعي النادييين.
- الأطر: يستخدم الملصق الترويجي إطاراً رسومياً لجذب انتباه الجمهور وتحفيزهم على متابعة المباراة، وهو إطار أصفر وأسود يحمل نص "MATCH DAY" باللغة الإنجليزية وبحروف سوداء كبيرة. كما يضم شعاري النادييين. كذلك يبرز الإطار الرسومي أهمية المباراة وتوقيتها ومكانها، ويعبر عن الحماسة والتشويق والتنافس. كما يظهر الإطار الصورة للاعبين وهم يمثلون نادي الاتحاد والألوان الخاصة بهما، ويعبر عن الحركة والسرعة والمهارة.
- الترميز: يوظف المنشور رموز لغوية وصورية ولونية لتشفير المعنى حيث تم توظيف اللغة الإنجليزية

للتواصل مع الجمهور الدولي والمحلي، وتم استخدام النص "MATCH DAY" للدلالة على أهمية المباراة والترويج لها. كما تم أيضا استخدام شعار النادي وأسمائهم للدلالة على هويتها وتميزهما. كذلك تم توظيف اللون الأصفر والأسود للدلالة على الحماسة والتشويق والتنافس، وللتناسب مع ألوان النادي..

- التفكيك: من خلال الرموز المستخدمة. يتضح أن الجمهور يحتاج إلى معرفة اللغة الإنجليزية لفهم النص المكتوب، ويحتاج إلى معرفة الشعارات والأسماء لتمييز النادي، ويحتاج إلى معرفة الألوان والصور لتفسير المعاني والرسائل التي تحملها. كما يحتاج الجمهور إلى معرفة السياق الزمني والمكاني والظرفي والجمهوري للمصق لتقييم المعلومات التي يتلقونها، وللتفاعل معها بشكل إيجابي أو سلبي.
- وبالتالي، يمكننا أن نستنتج أن المنشور وفق نظرية بناء المعنى في الإعلام أظهر جانب من قوى الناعمة الرياضية للناديين، فالصورة تعبر عن هوية النادي وانتماؤها وتاريخها، وتعبر عن الحماسة والتشويق والتنافس، وتعبر عن الحركة والسرعة والمهارة، وتعبر عن الاستعداد للمباراة والترويج لها. كما تستخدم الصورة اللغة الإنجليزية للتواصل مع الجمهور الدولي والمحلي.



@ittihad · Oct 31 نادي الاتحاد السعودي

...  
#أعلى\_الكؤوس  
الدور ثمن النهائي  
#الاتحاد\_الفيحاء  
العميد إلى ربع النهائي



تم تحليل المنشور في ضوء نظرية بناء المعنى في الإعلام وذلك بالنظر إلى العوامل التالية:

- السياق: الصورة هي تغريدة من الحساب الرسمي لنادي الاتحاد السعودي، وبالنظر للسياق الزمني للتغريدة يتضح أنه بعد انتهاء مباراة كرة القدم بين الاتحاد والفيحاء، وهما منافسان تقليديان في الدوري السعودي. وبالنظر للسياق الظرفي للتغريدة، نجد أنه يتمثل في إعلان فوز الاتحاد بالمباراة وهي نتيجة جيدة للنادي ومحبيه

• الأطر: استخدم المنشور إطاراً رسومياً لعرض النتيجة النهائية للمباراة، وهو إطار أسود وذهبي يحمل شعار النادي واسمه. ويحتوي على صورة لثلاثة لاعبين من الاتحاد وهم يحتضنون بعضهم البعض في وسط الملعب. كذلك يضم أيضاً شعار النصر واسمه، وكذلك نص "FULL TIME" باللغة الإنجليزية. ويمكن القول أن الأطر النصية والصورية تعمل على تنظيم وتبسيط المعلومات، حيث يبرز الإطار الرسومي هوية النادي وانتماؤه وتاريخه، ويعبر عن احترامه للخصم والمنافسة الشريفة. كما يظهر الإطار صور اللاعبين وهم يحتفلون بالنصر ويتضامنون مع بعضهم البعض، ويعبر عن مشاعرهم ومشاعر الجمهور. كما استخدم الإطار أيضاً النص "FULL TIME" للدلالة على انتهاء المباراة والحسم في النتيجة، وللتواصل مع الجمهور الناطق بالإنجليزية.

• الترميز: استخدم المنشور رموز لغوية وصورية ولونية لتشفير المعنى منها استخدام اللغة العربية للتواصل مع الجمهور السعودي والعربي، واستخدام اللغة الإنجليزية للتواصل مع الجمهور الدولي. كذلك استخدام شعارات الناديين وأسمائهم للدلالة على هويتهم وتميزهما..

• التفكيك: من خلال الرموز المستخدمة. يتضح أن الجمهور يحتاج إلى معرفة اللغة العربية والإنجليزية لفهم النصوص المكتوبة، ويحتاج إلى معرفة الشعارات والأسماء لتمييز الناديين، ويحتاج أيضاً إلى معرفة الألوان والصور والإيموجي لتفسير المعاني والرسائل التي تحملها. كما يحتاج الجمهور إلى معرفة السياق الزمني والمكاني والظرفي والجمهوري للتغريدة لتقييم المعلومات التي يتلقونها، وللتفاعل معها بشكل إيجابي أو سلبي.

• وبالتالي، يمكننا أن نستنتج أن المنشور في ضوء نظرية بناء المعنى في الإعلام أظهر جانب من القوة الناعمة الرياضية للنادي، كما أثر على مشاعر واتجاهات وسلوكيات الجمهور. فالصورة تعبر عن هوية النادي وانتماؤه وتاريخه، وتعبر عن احترامه للخصم والمنافسة الشريفة، وتعبر عن الروح الرياضية والتعاطف والتضامن، وتعبر أيضاً عن الشجاعة والقوة والعزيمة.

### خاتمة الدراسة:

حاولت الدراسة رصد ملامح القوى الناعمة للمملكة العربية السعودية عبر مجموعة من المؤشرات التي تظهر توظيف الرياضة كأحد أدوات القوى الناعمة للمملكة، والتي تزيد من تعاطف نفوذها إقليمياً ودولياً وتسهم في بناء صورتها الذهنية وعلامتها التجارية. وذلك من خلال التحليل الكمي للمحتوى الإعلامي المنشور حساب وزارة الرياضة السعودية والذي يعطي مؤشرات حول جهود وزارة الرياضة السعودية في توظيف الرياضة كقوة ناعمة بالإضافة الي التحليل الكيفي لبعض حسابات النوادي الرياضية المعروفة(النصر - الأهلي - الهلال - الاتحاد) في المملكة على منصة أكس ( X) وذلك في ضوء نظرية بناء المعنى في وسائل الإعلام وخرجت الدراسة بمجموعة من النتائج يمكن تلخيصها على النحو التالي : أولاً / أظهر تحليل المحتوى الكيفي لحسابات الأندية الرياضية وفق نظرية بناء المعنى في وسائل الإعلام الفعالية في توصيل رسائل تعزز من مكانة الرياضة كعنصر من عناصر القوة الناعمة السعودية. وتتنوع هذه الرسائل بين تشجيع وتحفيز الجماهير، والتعبير عن الهوية الوطنية والتميز الرياضي، وكذلك تقدير الإنجازات الدولية للاعبين الدوليين، مثل تكريم ياسين بونو كثالث أفضل حارس في العالم. كما عرِضت الجهود في إبراز انتماء لاعبين عالميين للأندية السعودية، وذلك بغية تعزيز الصورة الذهنية للمملكة وتقوية روابطها الرياضية عالمياً.

ثانياً / أظهرت نتائج اختبارات الفروض وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأطر العامة للقوة الناعمة ونوع الرياضة المستهدفة مما يعطى دلالة على مدى الوعي في توظيف المحتوى الإعلامي بطريقة تبرز الإنجازات الرياضية وتسهم في ذات الوقت في تعزيز القوة الناعمة الرياضية للملكة العربية السعودية، كذلك أظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معالم القوة الناعمة المرتبطة بالمحتوى الإعلامي ونوع الرياضة وهذا يعنى أن هناك ارتباط بين الرياضة كنشاط وبين تعزيز القوة الناعمة.

وبهذا، تؤكد الدراسة على أن الرياضة ليست فقط منصة للتنافس والتحدي البدني، بل أيضاً أرضية خصبة لبناء وتعزيز العلاقات الدولية وتقوية النفوذ الثقافي والاجتماعي للدول. وتشير النتائج إلى أن السعودية استطاعت بنجاح استغلال هذا البعد الأساسي من القوة الناعمة لتعزيز مكانتها وصورتها الذهنية على الصعيدين الإقليمي والدولي.



هوامش الدراسة:

أولاً: العربية

- الأورفلي، خ.، وحاووط، ع. (2015). أنموذج تمكين القوة الناعمة بين دولتين. *مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية*، مجلد (37)، عدد (3)، ص ص. 383-395.
- التيس، ع. (2023، يناير 4). رونالدو في السعودية... صفقة رياضية وسياحية لتعزيز «القوة الناعمة» للمملكة. *تم الاسترداد من* <https://t.ly/OpFuT>
- الدوسري، ن. (2021). الرياضة والعلاقات الدولية: القوة الناعمة القطرية وصناعة السياسة الخارجية. *مجلة تجسير لدراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية والبيئية*، مجلد (3) عدد (2)، مركز ابن خلدون، دار نشر جامعة قطر، ص ص. 1-27.
- الشاوش، س. (2022). القوة الناعمة في السياسة الخارجية للصين (2021-2019). *مجلة جامعة عمران*، مجلد (2)، عدد (4)، ص ص. 135-156.
- العزاوي، خ. (2022). القوة الناعمة والتحديات السياسية. *مجلة كلية مدينة العلم*، مجلد (14)، عدد (3)، ص ص. 1-14.
- الفهيد، م. (2023، سبتمبر 4). القوة الناعمة السعودية.. تقدم مذهل في العلاقات العالمية والشهرة والسمعة والتأثير. *تم الاسترداد من* <https://www.alwatan.com.sa/article/1133084>
- ثابت، غ. (2023). سميولوجيا القوة الناعمة كأداة الاتصالات الدبلوماسية الرقمية ودورها في بناء هوية العلامة التجارية للدولة: دراسة حالة دولة الإمارات العربية المتحدة. *مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية*، مجلد (20)، عدد (4)، ص ص. 1-38.
- جميس، ت. (2021). القوة الناعمة وكأس العالم 2022 في قطر. *مجلة تجسير لدراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية والبيئية*، مجلد (3) عدد (2)، مركز ابن خلدون، دار نشر جامعة قطر، ص ص. 1-16.
- حسن، ع. (2023). قراءة في كتاب القوة الناعمة، وسيلة النجاح في السياسة الدولية. *تم الاسترداد من* <https://almaarefcs.org/4759/296>
- سبق. (2021، يوليو 28). جدة تحتضن السوبر الإسباني في يناير 2022. *تم الاسترداد من* <https://sabq.org/sports/r6nt5q>
- سنجر، ن. (2019). علاقة القوة الناعمة بتنظيم الأحداث الرياضية الضخمة لحالي البرازيل وإنجلترا: دراسة إعلامية وثائقية للاستفادة منها في تنظيم مصر لبطولة كأس الأمم الأفريقية 2019. القاهرة: جامعة عين شمس، *المؤتمر السنوي لكلية الآداب: القوى الناعمة وصناعة المستقبل*، ص ص. 619-654.
- عبد الله، ش. (2014). الحرب في وسائل الإعلام: آليات بناء المعنى وإنتاج المعرفة. *المستقبل العربي*، مجلد (37)، عدد (429)، ص ص. 1-14.
- فرنس 24. (2018، أغسطس 1). السعوديات يمكنهن دخول ملاعب كرة القدم لأول مرة اعتباراً من الجمعة. *تم الاسترداد من* <https://t.ly/isXKt>
- مخلف، و.، الراوي، ح.، وعبدال، أ. (2021). القوة الناعمة الصينية وآثارها على الدول العربية. *مجلة الآداب*، عدد(136)، كلية الآداب بجامعة بغداد، ص ص. 1-26.
- مكاوي، ح.، والسيد، ل. (2020). *الاتصال ونظرياته المعاصرة*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- مكة. (2023، يناير 30). 5 بطولات عالمية نظمها السعودية خلال يناير 2023. *تم الاسترداد من* <https://t.ly/bb-bj>

ناي، ج. (2007). **القوة الناعمة: وسيلة النجاح في السياسة الدولية**. الرياض: العبيكان.  
هاشي، س. (2023). أغسطس 29). رهان سعودي بمليارات الدولارات على كرة القدم كـ«قوة ناعمة». تم الاسترداد من <https://www.bbc.com/arabic/articles/c4n26wyl8zdo>  
هجيران، م.، وجل، ب. (2021). القوة الناعمة وكأس العالم 2022: الاستفادة من التجارب السابقة في استضافة الفعاليات الرياضية الضخمة. **مجلة تجسير لدراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية والبيئية**، مجلد (3) عدد (2)، مركز ابن خلدون، دار نشر جامعة قطر، ص ص. 1-24.

### ثانياً: الأجنبية

- Chadwick, S., Widdop, P., & Goldman, M. (2023). **The Geopolitical Economy of Sport: Power, Politics, Money, and the State**. Routledge.
- Crilley, R., Gillespie, M., Kazakov, V., & Willis, A. (2022). 'Russia isn't a country of Putins!': How RT bridged the credibility gap in Russian public diplomacy during the 2018 FIFA World Cup. **The British Journal of Politics and International Relations**, 24(1), 136-152.
- Grix, J., & Houlihan, B. (2014). Sports Mega-Events as Part of a Nation's Soft Power Strategy: The Cases of Germany (2006) and the UK (2012). **The British Journal of Politics and International Relations**, 16(4), 572-596.
- Grix, J., Brannagan, P. M., & Lee, D. (2019). Sports Mega-Events and the Concept of Soft Power. In: **Entering the Global Arena**. Mega Event Planning. Palgrave Pivot, Singapore.
- Woodward, R. (2020). Sport and UK soft power: The case of Mount Everest. **The British Journal of Politics and International Relations**, 22(2), 274-292.