

جامعة ميدأوشن

كلية العلوم الإنسانية

قسم / تخصص ماجستير العلاقات العامة



القوة الرمزية للأحداث الرياضية العالمية: دور استراتيجيات العلاقات العامة في إبراز الهوية الاجتماعية للمجتمع السعودي

إعداد الطالب/ عبدالكريم بن سعود الدرويش

الرقم الأكاديمي / 253002142

إشراف/

د. الفیصل عبد الحمید

د. فايز جراد

العام الدراسي:

2026

فهرس المحتويات:

3	مقدمة:
4	مشكلة الدراسة
4	أهمية الدراسة:
7	أهداف الدراسة
7	تساؤلات الدراسة
8	فروض الدراسة:
8	الدراسات السابقة:
10	الفجوة البحثية:
12	المنطلقات النظرية للدراسة:
14	المنهجية وطرق البحث:
14	مجتمع وعينة الدراسة
15	أداة الدراسة
16	أساليب التحليل الإحصائي
17	خامسًا: حدود الدراسة
19	المراجع

المقدمة:

منذ القدم، سعت الدول إلى تعزيز مكانتها على الساحة الدولية من خلال توظيف مختلف الأدوات والوسائل التي تسهم في إبراز قوتها وتأثيرها، ولم يعد مفهوم القوة مقتصرًا على الجوانب العسكرية أو الاقتصادية فحسب، بل امتد ليشمل أشكالًا حديثة من التأثير تعتمد على الجاذبية والإقناع، وهو ما يُعرف بالقوة الناعمة (Nye, 2004).

وفي هذا السياق، برزت الأحداث الرياضية العالمية كأحد أهم الأدوات التي تستخدمها الدول لتعزيز حضورها الدولي وبناء صورتها الذهنية، حيث لم تعد هذه الأحداث مجرد منافسات رياضية، بل أصبحت منصات استراتيجية لإبراز الهوية الثقافية والاجتماعية، وتعزيز التفاعل بين الشعوب (Grix & Lee, 2013).

وفي المملكة العربية السعودية، شهد قطاع الرياضة تطورًا ملحوظًا خلال السنوات الأخيرة، في ظل توجهات رؤية المملكة ٢٠٣٠، التي أولت اهتمامًا كبيرًا بتنظيم واستضافة الفعاليات الرياضية العالمية، لما لها من دور في دعم الاقتصاد الوطني، وتعزيز الهوية الوطنية، وتحسين الصورة الذهنية للمملكة على المستوى الدولي.

ويُعد توظيف استراتيجيات العلاقات العامة من العوامل الأساسية في نجاح هذه الأحداث، حيث تسهم في إدارة الاتصال مع الجمهور، وتعزيز التفاعل، وبناء علاقات إيجابية تسهم في ترسيخ القيم الاجتماعية والثقافية المرتبطة بهذه الفعاليات (Grunig & Hunt, 1984).

ومن جهة أخرى، تبرز أهمية مفهوم القوة الرمزية الذي يشير إلى قدرة الرموز والممارسات الثقافية على التأثير في إدراك الأفراد وتشكيل المعاني الاجتماعية، وهو ما يجعل الأحداث الرياضية أداة فعالة في إعادة تشكيل الهوية الاجتماعية وتعزيز الانتماء الوطني (Bourdieu, 1991).

وانطلاقًا من ذلك، تأتي هذه الدراسة لفهم الدور الذي تؤديه استراتيجيات العلاقات العامة في توظيف القوة الرمزية للأحداث الرياضية العالمية، وتحليل تأثيرها في إبراز الهوية الاجتماعية للمجتمع السعودي، بما يسهم في تقديم رؤية علمية تساعد في تطوير الممارسات الاتصالية وتعزيز الاستفادة من هذه الأحداث في تحقيق الأهداف الوطنية. مشكلة

مشكلة الدراسة:

شهد القطاع الرياضي في المملكة العربية السعودية تطورًا ملحوظًا خلال السنوات الأخيرة، حيث استضافت المملكة أكثر من 100 حدث رياضي دولي منذ عام ٢٠١٩، كما بلغت قيمة القطاع الرياضي نحو 32 مليار ريال سعودي مع توقعات بوصوله إلى نحو 22.4 مليار دولار بحلول عام ٢٠٣٠ نتيجة التوسع في الاستثمارات الرياضية واستضافة البطولات الدولية.

وعلى الرغم من هذا التوسع الكبير في استضافة الأحداث الرياضية العالمية، فإن الدور الذي يمكن أن تؤديه استراتيجيات العلاقات العامة في توظيف هذه الأحداث بوصفها قوة رمزية لإبراز الهوية الاجتماعية للمجتمع السعودي ما يزال بحاجة إلى مزيد من الدراسة والتحليل.

ومن هنا تتمثل مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس الآتي:

ما دور استراتيجيات العلاقات العامة في توظيف القوة الرمزية للأحداث الرياضية العالمية لإبراز الهوية الاجتماعية للمجتمع السعودي؟

أهمية الدراسة:

الأهمية العلمية:

١. تعزيز دور العلاقات العامة في القطاع الرياضي:

يساعد البحث المؤسسات الرياضية على تطوير استراتيجيات فعّالة في العلاقات العامة تساهم في إبراز الهوية الوطنية وتعزيز الصورة الذهنية.

٢. دعم صنع القرار:

تساهم نتائج الدراسة في تزويد الجهات المعنية بالمعلومات التي تساعد في اتخاذ قرارات استراتيجية تتعلق بتنظيم واستثمار الأحداث الرياضية العالمية.

٣. تحسين الصورة الذهنية للمملكة العربية السعودية:

يسهم البحث في إبراز كيفية توظيف الأحداث الرياضية كأداة لتعزيز مكانة المملكة دوليًا، بما يتماشى مع مستهدفات رؤية المملكة ٢٠٣٠.

الأهمية المجتمعية:

١. تعزيز الهوية الاجتماعية:

يساعد البحث في توضيح دور الأحداث الرياضية في تعزيز الانتماء الوطني وترسيخ القيم الاجتماعية لدى أفراد المجتمع.

٢. رفع الوعي المجتمعي:

يسهم في زيادة وعي المجتمع بأهمية الأحداث الرياضية وتأثيرها في تشكيل الصورة الذهنية والثقافية.

تعريفات الدراسة:

• القوة الرمزية:

التعريف النظري:

هي القدرة على التأثير في إدراك الأفراد وتشكيل المعاني الاجتماعية من خلال الرموز والممارسات الثقافية، بحيث يتم قبولها بوصفها حقائق طبيعية، كما أشار إليها بورديو (Bourdieu, 1991).

التعريف الإجرائي:

تُعرف القوة الرمزية إجرائيًا بأنها مدى إدراك أفراد العينة لدور الأحداث الرياضية العالمية في تعزيز المعاني المرتبطة بالهوية والانتماء الوطني.

• الأحداث الرياضية العالمية:

التعريف النظري:

هي الفعاليات الرياضية الكبرى التي تحظى بمتابعة دولية واسعة، مثل كأس العالم والألعاب الأولمبية، وتُستخدم كأداة لتعزيز الصورة الذهنية للدول على المستوى الدولي (Grix & Lee, 2013).

التعريف الإجرائي:

تُعرف إجرائيًا بأنها الفعاليات الرياضية الدولية التي يتابعها أفراد العينة، ويتم قياس تأثيرها من خلال آرائهم حول دورها في تعزيز صورة المملكة والهوية الاجتماعية.

• استراتيجيات العلاقات العامة:

التعريف النظري:

هي عملية اتصال استراتيجية تهدف إلى بناء علاقات إيجابية ومتبادلة بين المؤسسة وجمهورها، من خلال استخدام وسائل الاتصال المختلفة والتفاعل المستمر (Grunig & Hunt, 1984).

التعريف الإجرائي:

تُعرف إجرائيًا بأنها مجموعة الأنشطة الاتصالية التي تستخدمها المؤسسات الرياضية للتواصل مع الجمهور، ويُقاس ذلك من خلال تقييم أفراد العينة لمستوى التفاعل والتواصل الإعلامي المصاحب للأحداث الرياضية.

• الهوية الاجتماعية:

التعريف النظري:

هي مجموعة القيم والخصائص التي تميز مجتمعًا معينًا وتعكس انتماء أفراد له، وتتكون من خلال التفاعل الاجتماعي والثقافي بين أفراد المجتمع (Tajfel, 1981).

التعريف الإجرائي:

تُعرّف إجرائيًا بأنها مستوى شعور أفراد العينة بالانتماء والاعتزاز بالهوية الوطنية نتيجة تأثرهم بالأحداث الرياضية العالمية.

أهداف الدراسة:

الهدف العام

تحليل دور استراتيجيات العلاقات العامة في توظيف القوة الرمزية للأحداث الرياضية العالمية لإبراز الهوية الاجتماعية للمجتمع السعودي.

الأهداف الفرعية:

١. التعرف على مفهوم القوة الرمزية للأحداث الرياضية.
٢. تحليل دور العلاقات العامة في إدارة الأحداث الرياضية العالمية.
٣. دراسة تأثير هذه الأحداث في إبراز الهوية الاجتماعية للمجتمع السعودي.

تساؤلات الدراسة:

١. ما المقصود بالقوة الرمزية للأحداث الرياضية العالمية؟
٢. ما دور استراتيجيات العلاقات العامة في إدارة الأحداث الرياضية؟
٣. كيف تسهم الأحداث الرياضية العالمية في إبراز الهوية الاجتماعية للمجتمع السعودي؟

فروض الدراسة:

وبناءً على ما تم عرضه من إطار نظري ودراسات سابقة، تمت صياغة فروض الدراسة بما يعكس طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة، في ضوء مشكلة الدراسة وتساؤلاتها، تسعى هذه الدراسة إلى اختبار الفروض الآتية:

١. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات العلاقات العامة والقوة الرمزية للأحداث الرياضية

العالمية.

٢. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين القوة الرمزية للأحداث الرياضية العالمية وإبراز الهوية الاجتماعية

للمجتمع السعودي.

٣. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات العلاقات العامة وإبراز الهوية الاجتماعية للمجتمع

السعودي.

٤. يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لاستراتيجيات العلاقات العامة في توظيف القوة الرمزية للأحداث الرياضية

العالمية.

٥. يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للقوة الرمزية للأحداث الرياضية العالمية في إبراز الهوية الاجتماعية

للمجتمع السعودي.

سيتم اختبار هذه الفروض باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة، وذلك للتحقق من طبيعة العلاقات بين متغيرات

الدراسة.

الدراسات السابقة:

تناولت العديد من الدراسات العلاقة بين الأحداث الرياضية العالمية وبناء الصورة الذهنية للدول، بالإضافة إلى دورها

في تعزيز الهوية الاجتماعية والثقافية، وذلك من زوايا تحليلية متعددة.

فقد أوضحت دراسة (Smith 2020) أن استضافة الأحداث الرياضية الكبرى تمثل أداة فعالة لتعزيز القوة الناعمة للدول، حيث تسهم في تحسين صورتها الدولية وتعزيز مكانتها على الساحة العالمية. واعتمدت الدراسة على تحليل تأثير الألعاب الأولمبية على الدول المستضيفة، وأظهرت النتائج أن التغطية الإعلامية المصاحبة لهذه الأحداث تلعب دورًا محوريًا في تشكيل الانطباعات الدولية.

وتختلف هذه الدراسة عن الدراسة الحالية في تركيزها على البعد الدولي العام، في حين تركز الدراسة الحالية على تحليل التأثير في السياق السعودي وربطه بالهوية الاجتماعية.

كما ركزت دراسة (Chalip 2018) – والتي تُعد من الدراسات الأساسية في هذا المجال – على دور الفعاليات الرياضية في الترويج السياحي والثقافي، حيث بيّنت أن الأحداث الرياضية تمثل منصة استراتيجية لتعزيز الجاذبية السياحية وبناء روابط ثقافية بين الدول. وأكدت الدراسة أن نجاح هذه الفعاليات لا يعتمد فقط على الحدث ذاته، بل على استراتيجيات الاتصال والتسويق المصاحبة له، خصوصًا تلك التي تُدار عبر العلاقات العامة.

وتتقاطع هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في اهتمامها بدور الاتصال، إلا أنها تركز بشكل أكبر على الجانب السياحي، بينما تسعى الدراسة الحالية إلى إبراز البعد الرمزي وتأثيره في الهوية الاجتماعية.

وفي السياق العربي، تناولت دراسة العتيبي (٢٠٢٢) أثر الفعاليات الرياضية في المملكة العربية السعودية، حيث أظهرت نتائجها أن استضافة الأحداث الرياضية أسهمت في تعزيز المشاركة المجتمعية وزيادة الوعي الرياضي بين أفراد المجتمع، إضافة إلى دعم التوجهات الوطنية المرتبطة برؤية المملكة ٢٠٣٠.

وبشكل عام، تشير هذه الدراسات إلى أن الأحداث الرياضية العالمية تُعد وسيلة فعالة لتعزيز الصورة الذهنية للدول، ودعم التفاعل الثقافي، والمساهمة في تحقيق أهداف التنمية الاجتماعية والاقتصادية.

وتتفق هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في تركيزها على السياق السعودي، إلا أنها تركز على الجانب المجتمعي العام، بينما تتناول الدراسة الحالية العلاقة بين القوة الرمزية واستراتيجيات العلاقات العامة وتأثيرهما في الهوية الاجتماعية.

تشير دراسة (Grix & Lee, 2013) إلى أن الأحداث الرياضية الكبرى تُستخدم كأداة لتعزيز القوة الناعمة للدول، من خلال ما يُعرف بسياسة الجذب، والتي تسهم في تحسين الصورة الدولية وبناء علاقات إيجابية مع الشعوب.

وتختلف هذه الدراسة عن الدراسة الحالية في تركيزها على البعد السياسي الدولي، في حين تركز الدراسة الحالية على البعد السوسيولوجي المرتبط بتشكيل الهوية الاجتماعية.

أظهرت دراسة (يوسف خوجة وعطية محمد، ٢٠٢٤) أن الرياضة تمثل أحد أهم أدوات القوة الناعمة في المملكة العربية السعودية، حيث تسهم المنصات الإعلامية في تعزيز الهوية الوطنية وإبراز الصورة الإيجابية للدولة على المستوى الدولي. وتتقاطع هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في تناولها للقوة الناعمة والسياق السعودي، إلا أنها تركز على الإعلام الرقمي، بينما تسعى الدراسة الحالية إلى الربط بين القوة الرمزية واستراتيجيات العلاقات العامة وتأثيرهما في الهوية الاجتماعية.

التعليق على الدراسات السابقة:

يتضح من خلال استعراض الدراسات السابقة أنها ركزت على دور الأحداث الرياضية في تعزيز الصورة الذهنية والترويج السياحي، إلا أنها لم تتناول بشكل كافٍ البعد الرمزي لهذه الأحداث وعلاقته بالهوية الاجتماعية.

كما أن معظم الدراسات الأجنبية ركزت على السياقات الغربية، في حين تفتقر الدراسات العربية إلى الربط بين استراتيجيات العلاقات العامة والقوة الرمزية للأحداث الرياضية.

وتتميز هذه الدراسة عن غيرها بتركيزها على الحالة السعودية، وربطها بين الأبعاد السوسيولوجية والاتصالية في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠.

الفجوة البحثية:

على الرغم من تنامي الاهتمام الأكاديمي بدراسة الأحداث الرياضية العالمية ودورها في تعزيز الصورة الذهنية للدول والترويج السياحي والثقافي، إلا أن معظم الدراسات السابقة ركزت على الأبعاد الوظيفية والاقتصادية لهذه الأحداث،

خاصة فيما يتعلق بدورها في دعم التنمية السياحية وتحقيق المكاسب الاقتصادية (Chalip, 2018)، أو في تعزيز

القوة الناعمة وتحسين المكانة الدولية للدول (Grix & Lee, 2013).

إلا أن هذه الدراسات، رغم أهميتها، لم تتناول بشكل كافٍ البعد السوسولوجي الرمزي للأحداث الرياضية، بوصفها أدوات قادرة على إنتاج المعاني الاجتماعية وإعادة تشكيل الهوية الاجتماعية للأفراد والمجتمعات، وهو ما يشكل فراغاً نظرياً مهماً في الأدبيات.

كما أن أغلب الدراسات الأجنبية ركزت على السياقات الغربية أو الدول المتقدمة، دون مراعاة خصوصية السياقات الثقافية والاجتماعية في الدول العربية، وخاصة المملكة العربية السعودية، التي تشهد تحولات متسارعة في قطاع الرياضة ضمن إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠.

ومن جهة أخرى، يلاحظ أن الدراسات العربية – على محدوديتها – تناولت الأحداث الرياضية من زوايا جزئية، مثل تعزيز المشاركة المجتمعية أو الترويج الإعلامي، دون تقديم نموذج تحليلي متكامل يربط بين:

• القوة الرمزية للأحداث الرياضية.

• واستراتيجيات العلاقات العامة.

• وتأثير ذلك في تشكيل الهوية الاجتماعية.

كما لم تُعالج هذه الدراسات بشكل كافٍ الدور الوسيط الذي تلعبه العلاقات العامة في نقل المعاني الرمزية للأحداث الرياضية إلى الجمهور، وتحويلها إلى أدوات فاعلة في بناء الهوية الاجتماعية وتعزيز الانتماء الوطني.

وبناءً على ذلك، تتحدد الفجوة البحثية في غياب الدراسات التي تقدم إطاراً تكاملياً يجمع بين البعد الرمزي (السوسولوجي) والبعد الاتصالي (العلاقات العامة)، في تفسير دور الأحداث الرياضية العالمية في تشكيل الهوية الاجتماعية، خاصة في السياق السعودي.

ومن هنا، تسعى هذه الدراسة إلى سد هذه الفجوة من خلال تقديم تحليل متكامل يربط بين القوة الرمزية، واستراتيجيات العلاقات العامة، والهوية الاجتماعية، بما يساهم في تطوير الفهم العلمي لدور الأحداث الرياضية في المجتمعات المعاصرة.

كما تتميز هذه الدراسة بتقديم نموذج تحليلي يربط بين المتغيرات الثلاثة في إطار واحد.

المنطلقات النظرية للدراسة:

يُعد الإطار النظري أحد الركائز الأساسية في بناء الدراسات العلمية، حيث يوفّر الأساس المفاهيمي الذي تستند إليه الدراسة في تفسير العلاقات بين متغيراتها. وتنبع أهمية الإطار النظري في هذه الدراسة من كونه يربط بين الأبعاد السوسيولوجية والاتصالية، لفهم الدور الذي تؤديه الأحداث الرياضية العالمية في تشكيل الهوية الاجتماعية، من خلال توظيف استراتيجيات العلاقات العامة.

نظرية القوة الناعمة (Soft Power Theory)

يُعد مفهوم القوة الناعمة من المفاهيم الحديثة في العلاقات الدولية، حيث قدمه جوزيف نوي بوصفه قدرة الدولة على التأثير في سلوك الآخرين من خلال الجاذبية والإقناع بدلاً من الإكراه أو استخدام القوة العسكرية (Nye, 2004). وترتكز القوة الناعمة على مجموعة من الموارد الأساسية، أبرزها الثقافة، والقيم، والسياسات العامة، حيث تسهم هذه العناصر في بناء صورة إيجابية للدولة وتعزيز مكانتها الدولية. وفي هذا السياق، أصبحت الأحداث الرياضية العالمية من أبرز أدوات القوة الناعمة، لما توفره من منصة عالمية تتيح للدول عرض ثقافتها وهويتها أمام جمهور دولي واسع.

كما أن استضافة الأحداث الرياضية لا تقتصر على الجانب الترفيهي، بل تمثل أداة استراتيجية لتعزيز النفوذ غير المباشر، حيث تسهم في تحسين الصورة الذهنية للدولة وتعزيز جاذبيتها السياحية والثقافية. وبذلك، تساعد هذه النظرية في تفسير كيفية توظيف الأحداث الرياضية في تعزيز الهوية الاجتماعية من خلال التأثير غير المباشر.

نظرية القوة الرمزية (Symbolic Power Theory)

تُعد نظرية القوة الرمزية من أبرز إسهامات بيير بورديو في علم الاجتماع، حيث تشير إلى أن القوة لا تقتصر على الأبعاد المادية، بل تشمل التأثير غير المباشر من خلال الرموز والمعاني الثقافية التي تشكل إدراك الأفراد للواقع الاجتماعي (Bourdieu, 1991).

وتتمثل القوة الرمزية في قدرة المؤسسات والفعاليات الكبرى على إنتاج معانٍ وقيم يتم تقبلها بوصفها طبيعية، مما يجعل تأثيرها عميقًا ومستمرًا. وفي هذا السياق، تُعد الأحداث الرياضية العالمية أدوات رمزية تحمل دلالات ثقافية واجتماعية، تعكس هوية الدولة وتسهم في تشكيل وعي الأفراد.

كما تسهم هذه الأحداث في تعزيز الانتماء الوطني من خلال الرموز والشعارات والممارسات المرتبطة بها، مثل الأعلام، والتهنئات، والتغطية الإعلامية، مما يعزز من حضور الهوية الاجتماعية في وعي الأفراد.

نظرية الهيمنة الثقافية (Cultural Hegemony)

قدم أنطونيو غرامشي مفهوم الهيمنة الثقافية، والذي يشير إلى قدرة الفئات المهيمنة على فرض قيمها وأفكارها على المجتمع، بحيث يتم قبولها بوصفها طبيعية ومشروعة (Gramsci, 1971).

وتلعب وسائل الإعلام والمؤسسات الثقافية دورًا مهمًا في ترسيخ هذه الهيمنة، من خلال إعادة إنتاج الخطاب الثقافي والاجتماعي الذي يعكس توجهات معينة. وفي هذا السياق، يمكن اعتبار الأحداث الرياضية وسيلة لإنتاج خطاب ثقافي يعزز من الهوية الوطنية ويوجه إدراك الأفراد نحو معانٍ محددة.

كما تسهم استراتيجيات العلاقات العامة في نقل هذا الخطاب وتعزيزه، مما يجعلها أداة فاعلة في تشكيل الوعي الجمعي وتعزيز الانتماء الاجتماعي.

نظرية التميز في العلاقات العامة (Excellence Theory)

تُعد نظرية التميز في العلاقات العامة من أهم النظريات الاتصالية، حيث تركز على أهمية الاتصال ثنائي الاتجاه في بناء علاقات متوازنة بين المؤسسة وجمهورها (Grunig & Hunt, 1984).

وتؤكد هذه النظرية أن فعالية العلاقات العامة تعتمد على التفاعل مع الجمهور والاستجابة لاحتياجاته، وليس فقط على نقل الرسائل. وفي سياق الأحداث الرياضية، تلعب العلاقات العامة دورًا محوريًا في إدارة الاتصال، والترويج للفعاليات، وتعزيز التفاعل الجماهيري.

كما تسهم العلاقات العامة في نقل المعاني الرمزية المرتبطة بالأحداث الرياضية، مما يعزز من تأثيرها في تشكيل الهوية الاجتماعية.

الربط بين النظريات ومتغيرات الدراسة

يمكن تفسير العلاقة بين متغيرات الدراسة من خلال التكامل بين النظريات السابقة، حيث توضح نظرية القوة الناعمة الدور الذي تؤديه الأحداث الرياضية في تعزيز الصورة الدولية للدول، بينما تفسر نظرية القوة الرمزية كيفية تأثير هذه الأحداث في إدراك الأفراد وتشكيل معاني الهوية. ومن جانب آخر، تبرز نظرية الهيمنة الثقافية دور الخطاب الإعلامي والثقافي في ترسيخ هذه المعاني داخل المجتمع، في حين توضح نظرية التميز في العلاقات العامة الآليات الاتصالية التي يتم من خلالها نقل هذه الرسائل وتعزيز تأثيرها. وبناءً على ذلك، يمكن القول إن استراتيجيات العلاقات العامة تسهم في توظيف القوة الرمزية للأحداث الرياضية، والتي بدورها تؤثر في إبراز الهوية الاجتماعية، وهو ما يشكل الإطار التفسيري لهذه الدراسة. كما يمكن تمثيل العلاقة بين متغيرات الدراسة في نموذج نظري يوضح تأثير استراتيجيات العلاقات العامة في توظيف القوة الرمزية للأحداث الرياضية، وانعكاس ذلك على إبراز الهوية الاجتماعية.

المنهجية وطرق البحث:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، الذي يُعد من أكثر المناهج استخدامًا في الدراسات الاجتماعية، حيث يهدف إلى وصف الظاهرة وتحليلها من خلال جمع البيانات وتنظيمها وتفسيرها. ويتم استخدام هذا المنهج لدراسة دور استراتيجيات العلاقات العامة في توظيف الأحداث الرياضية العالمية، وتحليل تأثيرها في إبراز الهوية الاجتماعية للمجتمع السعودي، وذلك من خلال تطبيق أداة الاستبانة على عينة من المجتمع.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع المتابعين للأحداث الرياضية في المملكة العربية السعودية، بالإضافة إلى العاملين في مجال الإعلام والعلاقات العامة، نظرًا لارتباطهم المباشر بموضوع الدراسة.

سيتم اختيار عينة الدراسة بطريقة العينة العشوائية البسيطة، حيث سيتم توزيع الاستبانة على مجموعة من أفراد المجتمع المستهدف.

ومن المتوقع أن يبلغ حجم العينة (١٠٠) مفردة، بحيث تمثل مختلف الفئات المرتبطة بالأحداث الرياضية، مثل المتابعين، والإعلاميين، والعاملين في مجال العلاقات العامة.

أداة الدراسة:

ستعتمد الدراسة على الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات، نظرًا لملاءمتها لطبيعة الدراسة، وسيتم تصميمها بما يتناسب مع أهداف الدراسة وتساؤلاتها.

ستشتمل الاستبانة على ثلاثة محاور رئيسة، وهي:

١. محور استراتيجيات العلاقات العامة.

٢. محور القوة الرمزية للأحداث الرياضية.

٣. محور الهوية الاجتماعية.

مقياس الدراسة:

سيتم استخدام مقياس ليكرت الخماسي (Likert Scale) لقياس استجابات أفراد العينة، حيث سيتم توزيع الإجابات على النحو الآتي:

• موافق بشدة.

• موافق.

• محايد.

• غير موافق.

• غير موافق بشدة.

وسيتم إعطاء كل درجة قيمة رقمية لتحليل البيانات إحصائيًا.

صدق الأداة:

سيتم التحقق من صدق الاستبانة من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجال العلاقات العامة وعلم الاجتماع، وذلك للتأكد من مدى ملاءمة العبارات لموضوع الدراسة.

وسيتم إجراء التعديلات اللازمة بناءً على ملاحظاتهم، بما يساهم في تحسين جودة الأداة.

ثبات الأداة:

سيتم التحقق من ثبات الاستبانة باستخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha)، وذلك لقياس مدى اتساق العبارات.

ومن المتوقع أن تكون معاملات الثبات ضمن الحدود المقبولة إحصائيًا، بما يسمح بالاعتماد على الأداة في جمع البيانات.

أساليب التحليل الإحصائي:

سيتم تحليل بيانات الدراسة باستخدام برنامج SPSS، وذلك من خلال استخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

- التكرارات والنسب المئوية.

- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

- معامل ارتباط بيرسون.

- تحليل الانحدار.

وذلك بهدف اختبار فروض الدراسة وتحليل العلاقات بين متغيراتها.

حدود الدراسة:

الحدود المكانية: الرياض - المملكة العربية السعودية.

الحدود الزمنية:

سيتم تطبيق الدراسة خلال عام ٢٠٢٦ م.

الحدود البشرية:

تقتصر الدراسة على الأفراد المهتمين بالأحداث الرياضية، بالإضافة إلى العاملين في مجال الإعلام والعلاقات العامة.

الحدود الموضوعية:

تتناول الدراسة دور استراتيجيات العلاقات العامة في توظيف القوة الرمزية للأحداث الرياضية العالمية، وتأثير ذلك في إبراز الهوية الاجتماعية.

خاتمة خطة البحث:

في ضوء ما تم عرضه من إطار نظري ودراسات سابقة، يتضح أن الأحداث الرياضية العالمية لم تعد تقتصر على كونها مجرد فعاليات ترفيهية أو تنافسية، بل أصبحت أدوات استراتيجية ذات أبعاد متعددة، يمكن أن تسهم في تعزيز القوة الناعمة للدول، وتؤدي دورًا محوريًا في تشكيل الصورة الذهنية وإبراز الهوية الاجتماعية.

كما تسعى هذه الدراسة إلى بحث دور استراتيجيات العلاقات العامة بوصفها عنصراً أساسياً في توظيف هذه الأحداث، من خلال إدارة الاتصال مع الجمهور، وتعزيز التفاعل، ونقل المعاني الرمزية المرتبطة بالفعاليات الرياضية، وذلك بما قد يسهم في تحويل الأحداث الرياضية إلى أدوات فاعلة في ترسيخ القيم الاجتماعية وتعزيز الانتماء الوطني.

ومن جانب آخر، تُبرز مفاهيم القوة الرمزية والهيمنة الثقافية أن التأثير المحتمل للأحداث الرياضية لا يقتصر على الجانب الظاهري، بل قد يمتد إلى تشكيل وعي الأفراد وإدراكهم للهوية الاجتماعية، من خلال الرموز والمعاني التي يتم إنتاجها وتداولها عبر وسائل الإعلام المختلفة.

وتبرز أهمية هذه الدراسة في سعيها إلى الربط بين الأبعاد السوسيولوجية والاتصالية، من خلال تقديم إطار تحليلي يوضح العلاقة بين استراتيجيات العلاقات العامة، والقوة الرمزية، والهوية الاجتماعية، في سياق سعودي يشهد تحولات متسارعة في ظل رؤية المملكة ٢٠٣٠.

وبناءً على ذلك، تسعى الدراسة إلى تقديم إضافة علمية تسهم في تطوير فهم دور الأحداث الرياضية في المجتمعات المعاصرة، وتفتح المجال أمام دراسات مستقبلية تتناول هذا الموضوع من زوايا متعددة، سواء من الناحية النظرية أو التطبيقية.

المراجع:

- Black, D. (2007). *The symbolic politics of sport mega-events: 2010 in comparative perspective*. *Politikon*, 34(3), 261–276.
- Bourdieu, P. (1991). *Language and symbolic power*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Chalip, L. (2018). *Sport events and destination promotion*. *Journal of Sport & Tourism*.
- Cornelissen, S. (2010). *The geopolitics of global aspiration: Sport mega-events and emerging powers*. *The International Journal of the History of Sport*, 27(16–18), 3008–3025.
- Grix, J., & Lee, D. (2013). *Soft power, sports mega-events and emerging states: The lure of the politics of attraction*. *Global Society*, 27(4), 521–536.
- Gramsci, A. (1971). *Selections from the prison notebooks* (Q. Hoare & G. Nowell Smith, Eds.). New York: International Publishers.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Horne, J., & Manzenreiter, W. (2006). *An introduction to the sociology of sports mega-events*. *The Sociological Review*, 54(2), 1–24.
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. New York: Public Affairs.
- Smith, A. (2020). *Sport and international development*. *Journal of Sport Management*.
- Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories*. Cambridge: Cambridge University Press.

المراجع العربية:

- العتيبي، محمد. (٢٠٢٢). أثر الفعاليات الرياضية في تعزيز المشاركة المجتمعية في المملكة العربية السعودية.

- الشمري، خالد بن عبدالله. (٢٠٢١). دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات الحكومية. الرياض: دار النشر الجامعي.
- القحطاني، عبدالعزيز بن محمد. (٢٠٢٠). الإعلام الرياضي وتأثيره في تشكيل اتجاهات الجمهور. مجلة الإعلام العربي، ١٢(٢)، ٤٥-٧٨.
- الحربي، فهد بن سعد. (٢٠١٩). استراتيجيات العلاقات العامة في إدارة الفعاليات الكبرى. مجلة الدراسات الإعلامية، ٨(١)، ٣٣-٦٠.
- الزهراني، محمد بن علي. (٢٠١٨). دور الإعلام في تعزيز الهوية الوطنية في المملكة العربية السعودية. مجلة العلوم الاجتماعية، ١٠(٣)، ١٠١-١٣٠.
- العنزي، عبدالله بن فهد. (٢٠٢٠). الاتصال الاستراتيجي ودوره في بناء الصورة الذهنية. الرياض: مكتبة الرشد.
- يوسف خوجة، آسية، وعطية محمد، مروة. (٢٠٢٤). ملامح القوة الناعمة للمملكة العربية السعودية في المجال الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، (٤٦)، ٩٣-١٢٥.

التقارير الرسمية

- الهيئة العامة للإحصاء. (٢٠٢٣). تقرير ممارسة النشاط الرياضي في المملكة العربية السعودية.
- وزارة الرياضة. (٢٠٢٢). تقرير قطاع الرياضة في المملكة العربية السعودية.
- رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠. (٢٠١٦). وثيقة الرؤية.