

دور استضافة الأحداث الرياضية في تحسين الصورة الذهنية للمملكة العربية السعودية

د. نايف بن محمد المقهوي
أستاذ مساعد بقسم الدراسات العامة
كلية الجبيل الصناعية

(قدم للنشر في 2024/7/16م؛ وقبل للنشر في 2024/9/19م)

ملخص الدراسة: هدفت الدراسة للتعرف على دور تنظيم المملكة العربية السعودية للأحداث الرياضية العالمية في تحسين صورتها الذهنية، متبعةً المنهج الوصفي، باستخدام الاستبيان كأداة للدراسة، على عينة بلغت (200) فرداً من الجماهير الحاضرة لهذه الأحداث، وأظهرت النتائج أن الأحداث الرياضية المقامة بالمملكة، ساهمت بشكل كبير في تغيير صورتها الذهنية لدى الجماهير، بالإضافة إلى أن (92%) أكدوا أن تلك الأحداث ساهمت في تشكيل الصورة الحقيقية للمملكة وفي خلق صورة إيجابية عن المجتمع السعودي، وأن استضافة الأحداث الرياضية سيسهم في تعزيز السياحة، موصيةً بضرورة اهتمام الدول العربية بتنظيم واستضافة الأحداث الرياضية لما لها من أثر إيجابي على تشكيل الصورة الذهنية للدول المنظمة.

الكلمات المفتاحية: الصورة الذهنية - الأحداث الرياضية.

The Role of Hosting Sporting Events in Improving the Mental Image of Saudi Arabia

Dr. Naif Mohammed Almugahwi
Assistant Professor in General Study
Jubail College Industrial

(Received 16/7/2024; Accepted for publication 19/9/2024)

Abstract: The study aimed to identify the role of the Kingdom of Saudi Arabia organizing international sporting events in improving its mental image, following the descriptive approach, using the questionnaire as a tool for the study, on a sample of (200) individuals from the audiences attending these events, and the results showed that the sporting events held in the Kingdom contributed significantly. In changing its mental image among the masses, in addition to that (92%) confirmed that these events contributed to shaping the true image of the Kingdom and creating a positive image of Saudi society, and that hosting sporting events will contribute to enhancing tourism, recommending the need for Arab countries to pay attention to organizing and hosting sporting events. Because of its positive impact on shaping the mental image of the organizing countries.

Keywords: mental image - sporting events.

المقدمة

من الممكن اعتبار استضافة الأحداث الرياضية وسيلة قادرة على توليد القوة الناعمة للدول، كما أن الأحداث الرياضية يتم استخدامها لأجل تسويق المدن أو الدول لقدرتها على توليد عرض إعلامي يتم عرضه على نطاق واسع، حيث توفر استضافة حدث ضخم للمدينة المضيفة أو المنطقة فرصة فريدة لعرض الدولة على الجماهير المحلية والدولية، حيث تمتلك القدرة على تحويل المدينة أو البلد إلى وجهة سياحية رئيسية.

يحظى موضوع الصورة الذهنية بأهمية بالغة لا سيما في العصر الحديث، ذلك أن وسائل الإعلام أصبحت تقوم بعمليات تكوين وبناء مستمر عن الأحداث والشخصيات، وهذه الصورة تحمل قيماً واتجاهات؛ لانسجامها بنوع من النمطية أو الحكم المسبق، فأصبحت هذه الصورة مرتبطة بجوانب الحياة كافة، فالإنسان يتفاعل ويتحرك بناءً على الصور الذهنية التي تشكلها في ذهنه حول الأشياء (العقابي، 2015). وقد أدركت المؤسسات والمنظمات أهمية دراسة الصورة التي تكونت في أذهان الجماهير حيالها؛ بهدف وضع الخطط المناسبة وتشكيل الصورة التي ترغب هذه المؤسسات والمنظمات في تحقيقها، ويؤكد صايل (2019) أن تكوين صورة ذهنية إيجابية يُعد هدفاً أساسياً تسعى إليه المؤسسات والمنظمات على جميع المستويات وفي جميع المجالات من خلال وسائلها الإعلامية المتنوعة.

ويؤكد بودهان، وعكاك (2018) أن أهمية الصورة الذهنية تكمن في أنها تؤثر على الطريقة التي يسلك بها الأفراد وينظرون بها إلى موضوع محدد، حيث تسهم في تفسير المواقف والآراء، فالإنسان يتميز عن غيره من المخلوقات بأنه يستعمل الرموز للدلالة عن المعاني أو للتعبير عن الأفكار والعواطف، وقد تكون هذه الرموز عبارة عن صورة أو كلمة أو إشارة أو راية أو حركة تصدر من أي جزء من الجسم، ويشير أبو الفرج (2021) إلى أن الصورة الذهنية تتكون من ثلاثة أبعاد هي: البعد المعرفي، البعد الوجداني، والبعد السلوكي، فمن خلالها يتجلى لنا أن الصورة الذهنية ليست بالصورة العقلية التي يتعامل معها الفرد بطريقة مجردة، بل هي فكرة مؤثرة يتلقاها الفرد ويتفاعل معها على اختلاف في درجات التفاعل بحسب قوتها ومدى التأثير والاقتناع بها، ومن هنا جاءت أهمية العناية بها حيث تساهمت الدول في توظيفها لخدمة مصالحها المختلفة، كما أن الصورة الذهنية تعتبر اليوم إحدى أهم المرتكزات الرئيسة للدول والمؤسسات، حيث يزايد الاهتمام بموضوع الصورة الذهنية وأهميتها؛ لدورها في تشكيل الآراء وتكوين الانطباعات الذاتية وخلق السلوك الإيجابي لدى المجتمعات.

وتشير دراسة كل من Hahm, Tasci & Terry (2019) إلى أن دولة كوريا الجنوبية تعرف بدولة مصنعة ودولة صناعية تميزت بجودة التصنيع للسيارات، مثل سيارات هونداي وكيا، وأيضاً تشتهر بمجال الإلكترونيات بفضل شركة سامسونج و (LG) ولم تعرف على أنها بلد سياحي،

يشهد العالم اليوم تنافس عالمي على كافة الأصعدة السياسية والاقتصادية والرياضية لخلق صورة مميزة عن المجتمعات والدول، وترك انطباع إيجابي يبقى لفترة طويلة راسخة في أذهان العالم، وقد أدركت الدول ذلك الأمر وباتت تتصارع على استضافة الأحداث الرياضية، إيماناً منها بأن ذلك سيسهم في تعزيز السياحة لها وجذب الشركات والمنظمات الدولية للاستثمار (العمرى، 2016).

ويشير (Kobierecki & Strzok 2021) إلى أن استضافة الأحداث الرياضية الكبرى يعتبر أحد الوسائل المميزة لزيادة ظهور الدولة على المستوى الدولي وتعزيز صورتها الدولية، حيث تسهم تلك الأحداث في التعريف بالبلد من خلال اهتمام وسائل الإعلام بالبلد المضيف وتعتبر فرصة لتقديم صورة الدولة بشكل مميز وإيجابي، كما أنها تعتبر من الوسائل المميزة في توظيف الرياضة لزيادة ظهور البلد المضيف على المستوى الدولي وتعزيز صورته دولياً، لأن الاهتمام الكبير من الناس في جميع أنحاء العالم بالأحداث الرياضية الكبرى يؤدي إلى زيادة الاهتمام بالدول المضيفة مما يؤدي إلى البحث عنها للتعرف على تاريخها وسياساتها وثقافتها وديمقراطيتها وما إلى ذلك.

ويعرف علي والدرسري (2019) الأحداث الرياضية على أنها المسابقات والمباريات التي تقام بين فرق رياضية جماعية أو فردية بين اللاعبين؛ لمعرفة أحسن الفرق أو اللاعبين أو لترتيبها فيما بينها من حيث الأفضل، كما أن الأحداث الرياضية تعد أداة مناسبة لزيادة المكانة الدولية للدول المستضيفة، وتحسين صورتها وزيادة حضورها وتواجدها وقبولها خصوصاً على المسرح العالمي.

وفي ظل التطورات السريعة في العالم الرقمي والاتصالات ووسائل التواصل الاجتماعي، خلقت الأحداث الرياضية تأثيرات استثنائية على الصورة العامة للدول بشكل عام، وتعد المملكة العربية السعودية واحدة من الدول التي أدركت هذا الواقع ووظفت الإعلام الرياضي كوسيلة فعالة للترويج لهويتها وثقافتها، من خلال تنظيم واستضافة الفعاليات الرياضية الكبرى، التي تسعى من خلالها لتسليط الضوء على جوانبها الحديثة والمبتكرة، وتعكس التطور الذي تشهده في مختلف المجالات، حيث تعتبر الأحداث الرياضية فرصة مثالية للتعبير عن التواصل الثقافي والاجتماعي الذي تؤمن به المملكة، فهي تجمع بين شتى الثقافات والجنسيات، وتعزز من التفاهم والتعاون الدولي، مما يسهم في تعميق العلاقات الدبلوماسية وتعزيز الصداقات الدولية، بالإضافة إلى ذلك تمثل هذه الأحداث فرصة لتعزيز القيم المجتمعية الإيجابية ونشر رسائل التسامح والسلام.

ويعتقد الباحث بأن الأحداث الرياضية تحظى بمكانة بارزة على الساحة العالمية، نظراً لأن الرياضة أصبحت محور اهتمام واسع على مستوى السياسة والحياة الاجتماعية والاقتصادية والبيئية، وباتت تلعب دوراً مهماً في تغيير صورة الدول وتحسينها للعالم الخارجي، كما أنه

عائدات نطف فقط، فهي قوة مستمدة من الثقافة المتأصلة في كونها عاصمة العالم الإسلامي والعربي، فالمملكة هي أكبر دولة مساحةً في شبه الجزيرة العربية، وتمتلك أطول خط ساحلي وتمتد حدودها وحدودها المشتركة مع سبع دول عربية جغرافياً، كما أنها رائدة في مجال الأعمال الإنسانية، ويشير المدارمة (2018) إلى أن العوامل الاقتصادية مكنت المملكة من تكوين علاقات متينة بين كافة الدول، حتى أصبحت دولة ذات مكانة كبيرة في العالم.

ويرى الباحث بأن هناك عدة عوامل أساسية أثرت في صورة المملكة لدى الغرب وساهمت في تشكيلها إيجاباً وسلباً وتكاد تنفرد بها المملكة، وهي بدءاً من احتضانها للدين الإسلامي والحرب العرب الإسرائيلية مروراً بأحداث الحادي عشر من سبتمبر والثورات العربية الأخيرة وانتهاءً برؤية المملكة 2030، والتي كان من أهدافها تحسين صورة المملكة بالخارج وصناعة صورة مختلفة عن الصورة النمطية السابقة.

مشكلة الدراسة

تعتبر الأحداث الرياضية الكبرى من أهم الجوانب التي تحظى باهتمام كبير من قبل رؤساء الدول؛ لما لها من تأثير قوي في تشكيل قوة ناعمة وتعزيز أو تحسين صورة الدولة للعالم الخارجي، بالإضافة إلى أنها تعمل على تعزيز وجذب السياحة على المدى الطويل، وكذلك تعزيز القوة الاقتصادية للبلد من خلال العوائد المادية عبر الضرائب والتأثيرات السياحية التي يتم دفعها لأجل الدخول للبلد، وتحظى الأحداث الرياضية بأهمية واسعة من حيث المشاهدة والمتابعة والحضور الجماهيري باعتبارها أحداث جماهيرية وتحظى بمتابعة وتغطية واسعة من قبل وسائل الإعلام العالمية والمحلية، يتم فيها الحديث عن تلك الأحداث والبلد المستضيف والخدمات التي تقدم أثناء الحدث.

وتشير بعض الدراسات التي اهتمت بتأثير الأحداث الرياضية الكبرى في تحسين وتعزيز الصورة الذهنية، أن بعض هذه الأحداث كانت مساهمة في تحسين جودة الحياة في الدول المستضيفة، كالدراسة التي أجراها (Chen 2020) والتي استخلصت نتائجها من حدثين رياضيين كبيرين هما الأولمبياد الشتوي ببيكين 2022 والألعاب الأولمبية الصيفية بطوكيو 2020، حيث أسفرت نتائجها أن من أهم التأثيرات هي تحسين البنية التحتية الرياضية وإيجاد مرافق دائمة وسهلة الاستخدام، وتقوية وظائف البنية التحتية الرياضية وتحسين رفاهية الناس، بالإضافة إلى أن فوائد استضافة هذه الأحداث يتمحور أساساً في الاقتصاد وجودة الحياة، وقد لاحظ الباحث التناول الكبير في وسائل الإعلام الدولية للحراك السعودي في استقطاب النجوم العالميين واستضافة الأحداث الرياضية للحد الذي يستوجب دراسته وتحديد معايير بناءً على ما شهدته المملكة العربية السعودية من تطور ملحوظ، ومن هنا تسعى هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير استضافة المملكة العربية السعودية للأحداث الرياضية الكبرى وما مدى انعكاسها

إلا أنها أصبحت وجهة سياحية بفضل نجاحها وتميزها في استضافة دورة الألعاب الأولمبية سيول 1988، وكأس العالم 2002، حيث زاد نمو عدد السائحين الدوليين.

أصبح الإعلام هو الأداة المشتركة والرئيسة في حياتنا اليومية وأصبحت مكون أساسي سواء كانت وسائل مشاهدة أو مقروءة أو مسموعة، ولها دور كبير في تكوين الصورة الأولية عن كافة الجوانب، وتشير بعض الصحف العالمية بأن الصورة العامة للمملكة العربية السعودية، كانت سلبية، بينما تغيرت تلك الصورة بعد استضافتها للعديد من الأحداث والمناسبات الرياضية، وتسليط الإعلام الدولي عليها كدولة آمنة ومنفتحة على التطور والازدهار، ومن هنا تتضح أهمية وسائل الإعلام في تعزيز الصورة الذهنية للمملكة من خلال تنظيم الأحداث الرياضية، بالتعريف بمقدرات ومكتسبات المملكة الثقافية والسياحية والبيئية.

وتتشكل الصورة الذهنية من عدة أنواع، ومن ذلك الصورة الواقعية، الاتصالية، المأمولة، والصورة الناتجة عن الأزمات (حجازي، 2022). فالصورة الذهنية تلعب دوراً حاسماً في تكوين وجهات النظر واتخاذ القرارات، وتؤثر في سلوك الأفراد بشكل مباشر أو غير مباشر بناءً على الوصف الذي يتم تقديمه، كما تتأثر صورة الأفراد في العقول بعدة عوامل مهمة تشمل الأسرة، المؤسسات التعليمية والتربوية، الإنتاج المعرفي والثقافي، بالإضافة إلى وسائل الإعلام المتنوعة، وهذه العوامل تلعب دوراً مهماً في تكوين الصورة الذهنية، بسبب التقدم الكبير في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، بالإضافة إلى نمو صناعة الرسائل الإعلامية التي أصبحت واحدة من أهم وسائل نقل الصور وتشكيل الآراء والأفكار في أذهان الأفراد (الحمد، 2020).

ويشير العواج (2020) إلى أن عملية تكوين الصورة الذهنية تتبع الخطوات التالية:

- 1- تحديد الجمهور المستهدف من خلال فهم القطاعات الجماهيرية التي تؤثر على المؤسسات والمنظمات وتحديد دورها في المجتمع.
- 2- قياس الصورة الذهنية للمؤسسات والمنظمات والدول بين الجمهور، مما يساعد صناع القرار في فهم توجهات الأفراد وسلوكياتهم.
- 3- التخطيط لتحقيق الصورة المرغوبة بعد تحديد نقاط القوة والضعف في الصورة الحالية، ومراجعة الجوانب الإيجابية والسلبية، ثم وضع الخطط لتحقيق الصورة المرغوبة من قبل صناع القرار.
- 4- اختيار وسيلة الاتصال المناسبة للتفاعل مع الجمهور واستخدام الوسائل الجماهيرية والشخصية، بالإضافة إلى استخدام العناصر المادية التي ترمز للدولة أو المنظمة.

5- التقييم لفهم الأثر الفعلي لبرامج الصورة ونشاطاتها، مع وضع أهداف واقعية يمكن قياسها.

إن معادلة القوة السعودية حصراً بثرواتها النفطية يعد خاطئة تاريخياً، إذ لم يكن المصدر الرئيس والأكثر ثباتاً للقوة السعودية على المستويات المحلية والإقليمية والعالمية

غنية وبها الكثير من النفط ولا يوجد بها ديموقراطية والنساء فيها لا يتمتعن بالحرية، وأن التطور الذي تشهده في القرن العشرين مثير للدهشة، وأصبحت دولة متقدمة ولها دور كبير في الرياضة العالمية، وبالتالي يمكن الاستفادة من الأحداث الرياضية إعلاميًا في تغيير الصورة عند المجتمعات الخارجية وتحسينها.

ومن هنا تسعى هذه الدراسة إلى معرفة دور استضافة المملكة العربية السعودية للأحداث الرياضية المختلفة ومدى انعكاساتها وإسهاماتها في خلق صورة ذهنية عن المملكة، وهل حققت هذه الأحداث الرياضية أهدافها المرجوة في خلق إرث ثقافي واجتماعي وسياسي ورياضي يساهم في تحسين الصورة الذهنية للمملكة العربية السعودية وتحقيق عوائد اقتصادية لها، وتعريف المجتمع الدولي بثقافة المجتمع السعودي وطبيعة الحياة فيها للعالم الخارجي، وذلك من خلال تغطيات وسائل النقل الإعلامية الرياضية السعودية المختلفة قبل استضافة الحدث الرياضي وأثناء هذه الأحداث وبعد نهايتها، ودورها في التعريف بمقدرات ومكتسبات المملكة سواء الثقافية أو السياحية أو البيئية أو الرياضية.

مصطلحات الدراسة

الأحداث الرياضية: عبارة عن نشاط أو مجموعة من الأنشطة التي تحدث على فترات متفاوتة شبه منظمة لها مواعيد واضحة وبدايات ونهايات محددة (محمد، 2019). ويمكن تعريفها إجرائيًا بأنها مجموعة من المنافسات أو المسابقات الرياضية الدورية أو المتكررة في أزمنة محددة وأوقات معروفة، في أماكن محددة أو معروفة وتحت إشراف رسمي من هيئة أو اتحادات رياضية.

الصورة الذهنية: بعض المعارف والتجارب والخبرات التي يكتسبها الفرد وتشكل في ذهن الجمهور وترسم انطباعًا من خلال عدة وسائل اتصالية، وتشكل هذه الانطباعات وتؤثر في السلوك، وترتبط هذه المعارف المترامية بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم وعاداتهم الاجتماعية (الفرا، 2018).

الدراسات المرتبطة

دراسة العواد (2022) بعنوان انعكاس تنظيم المملكة العربية السعودية للبطولات الرياضية العالمية على صورتها الخارجية لدى الصحفيين الرياضيين الدوليين، والتي سعت إلى التعرف على مدى انعكاس تنظيم المملكة العربية السعودية للبطولات الرياضية العالمية على صورتها الخارجية لدى الصحفيين الرياضيين الدوليين، وكذلك التعرف على أكثر الأحداث الرياضية التي نظمتها المملكة متابعةً من قبلهم، حيث اتبعت الدراسة المنهج الوصفي، وتمثلت أداة الدراسة في استبانة تم تطبيقها على عينة الدراسة المكونة من (51) صحفيًا رياضيًا دوليًا من (35) دولة، وأظهرت نتائج الدراسة أن تنظيم المملكة للبطولات العالمية انعكس بشكل إيجابي على صورة المملكة الخارجية، حيث يؤكد أكثر من 80% من عينة

وإسهاماتها في خلق صورة ذهنية عن المملكة، وهل حققت هذه الأحداث أهدافها المرجوة في خلق إرث ثقافي واجتماعي وسياسي ورياضي يساهم في تحسين الصورة الذهنية للمملكة، وتحقيق عوائد اقتصادية لها، وتعريف المجتمع الدولي بثقافة المجتمع السعودي والعربي وطبيعة الحياة فيها للعالم الخارجي، وهل سوف تكون هذه الأحداث مصدرًا مستقبليًا للسياحة الرياضية في المملكة، ومن خلال ذلك يسعى الباحث لمعرفة الصورة الذهنية للمملكة، وهل تحسنت الصورة وساهم استضافة تلك الأحداث في تحسينها ومساهمتها في تعزيز السياحة.

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور استضافة الأحداث الرياضية الكبرى في تحسين الصورة الذهنية للمملكة العربية السعودية.

تساؤلات الدراسة

تسعى الدراسة الحالية للإجابة عن تساؤل رئيس مفاده ما دور استضافة الأحداث الرياضية الكبرى في تحسين الصورة الذهنية للمملكة العربية السعودية؟

أهمية الدراسة

يشير موسى (2014) إلى أن الصورة الذهنية تعني الخزين المتراكم من الأفكار والانطباعات والأحكام الموجودة في ذهن الإنسان، والتي تكونت بفعل قدرات حسية مباشرة أو غير مباشرة تجاه فرد أو جماعة أو منظمة أو ظاهرة، وبشكل هذا الخزين مصدرًا من مصادر العملية العقلية، والتي تقود إلى اتخاذ القرارات والأحكام تجاه الأشياء، وعادةً ما يكون ذلك الخزين المتراكم من الصورة الذهنية مشحونًا بالعاطفة، بحيث تكون تلك الانطباعات والأحكام سلبية أو إيجابية.

تكمن أهمية الصورة الذهنية في أنها تتصل اتصالًا وثيقًا بالاتجاهات وأنواع السلوك التي يتعامل بها الفرد أو الجماعة مع الموضوعات والقضايا والآخرين، وهذه الصورة الذهنية ليست جامدة، لكنها تتغذى بما يقدمه وسائل الإعلام وبالاتصال بأنماطه المتعددة (جاويش، 2007).

وفي ظل الاهتمام الكبير الذي تشهده الرياضة السعودية من لدن حكومة خادم الحرمين الشريفين في دعم الرياضة والرياضيين، ومن ذلك استضافتها للأحداث الرياضية العالمية وحرصها على إظهار قدراتها في إقامة المناسبات الرياضية وقدرتها على تنظيمها وتقديم كافة السبل والإمكانيات لنجاح الحدث الرياضي، إذ استضافت مؤخرًا بطولة رالي داکار وسباقات الفورمولا وبطولة المصارعة الحرة وكأس العالم لكرة اليد، بالإضافة إلى استضافة السوبر الإيطالي والإسباني لكرة القدم، وتشير دراسة أبو الفرج (2021) أن صورة المملكة في اليابان كانت عبارة عن دولة

الدراسة أن التنظيم كان له أثر إيجابي على صورة المملكة الخارجية.

دراسة فيود وعطية (2021) المعنونة باتجاهات الجمهور العربي نحو دور الهيئة العامة للترفيه في تغيير الصورة الذهنية عن المملكة العربية السعودية، حيث هدفت إلى معرفة دور الهيئة العامة للترفيه في تغيير الصورة الذهنية للمملكة العربية السعودية، حيث اتبعت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، واستخدمت الاستبيان كأداة للدراسة على عينة بلغ عددها (400) فرداً من الجمهور العربي، حيث أظهرت نتائج الدراسة أن أنشطة هيئة الترفيه ساهمت في خلق صورة إيجابية عن المملكة، كما أن أفراد العينة يرون أن دور الهيئة العامة للترفيه في تحسين صورة المملكة كان إيجابياً بنسبة (82.3%)، وأظهرت النتائج أن ما نسبته (42.7%) من أفراد العينة يرون أن شعب المملكة العربية السعودية شعب ودود ومضيف.

دراسة Chen (2020) بعنوان نظرة عامة على التأثيرات الاقتصادية للأحداث الرياضية الكبرى على الصين ودول أخرى، حيث هدفت هذه الدراسة إلى إلقاء نظرة عامة على التأثيرات الاقتصادية على الأماكن المستضيفة للأحداث الرياضية في مجال تطوير صناعة الرياضة والبنية التحتية وتطوير العمالة ووسائل الإعلام والسباحة، بالإضافة إلى استكشاف التأثيرات الإيجابية التي خلقتها الأحداث الرياضية الكبرى واستخلاص المزيد من الخبرة العملية وتوظيفها في الأنشطة الرياضية المستقبلية، حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وقامت الدراسة بالبحث واستخلاص النتائج من حدثين رياضيين كبيرين هما الألعاب الأولمبية الصيفية طوكيو 2020 والأولمبياد الشتوي بكين 2022، حيث بينت النتائج أن هناك قيوداً وانعكاسات على الآثار الاقتصادية التي تتأثر بها الأحداث الرياضية الكبرى، وأن من أهم هذه الآثار تحسين البنية التحتية، وإيجاد مرافق دائمة وسهلة الاستخدام، وتقوية وظائف البنية التحتية الرياضية وتحسين رفاهية الناس، ويمكن أن يستفيد مكان الاستضافة من فرصة الأحداث الكبرى لتحسين الهيكل الصناعي وتعزيز تنمية الصناعة الثالثة، والاستثمار الجيد للعقارات الراكدة حول الملاعب الرياضية وبناء منطقة أعمال تجارية، كما يمكن للأحداث الرياضية الكبرى تطوير التعليم الرياضي وتبني أنماط حياة صحية أكثر من خلال ممارسة الرياضة، وعليه فإن فوائد استضافة الأحداث الرياضية الكبرى تتمحور أساساً في الاقتصاد وجودة الحياة.

دراسة Nuseir (2020) بعنوان آثار الرعاية على الترويج للأحداث الرياضية، إذ هدفت هذه الدراسة إلى اختبار تأثير رعاية الرياضة على الترويج للأحداث الرياضية، حيث استخدم الباحث المنهج البحث الكمي مع استخدام الاستبيان كأداة لتحقيق أهداف الدراسة وتناولت أسئلة البحث كيف تتحسن صورة العلامة التجارية للرعاة عندما يرعون الأحداث الرياضية وما تأثير الرعاية على

نجاح الأحداث، حيث تكون مجتمع الدراسة من 400 مدير ومنظم للأحداث الرياضية، وقد أظهرت النتائج أن الشركات التي ترعى الأحداث الرياضية تحسن من صورة العلامة التجارية المملوكة لتلك الشركات، وتزيد من الوصول إلى العملاء والمبيعات، كما يستفيد مديرو الأحداث الرياضية واللاعبون الفرديون أيضاً من الرعاية، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الرعاية يقدمون الدعم الفني والخبرة والمالية للأحداث واللاعبين مقابل زيادة الوعي بالعلامة التجارية وصورتها، مما يؤدي في النهاية إلى زيادة عائداتهم.

دراسة Tasci, Hahm & Terry (2019) بعنوان دراسة طويلة لتأثير الألعاب الأولمبية على صورة البلد المضيف، هدفت هذه الدراسة إلى تتبع التغيير في صورة دولة البرازيل قبل وبعد استضافة دورة الألعاب الأولمبية الصيفية لعام 2016، حيث اتبعت هذه الدراسة المنهج شبه تجريبي، واستخدم الباحث الاستبيان كأداة لجمع بيانات الدراسة، حيث بلغ عدد عينة الدراسة (398) فرد كانوا على أربع مجموعات ذات خصائص متشابهة جداً، حيث تم تصميم استطلاع منظم للتحقق من صورة البلد، صورة المقصد، وصورة الألعاب الأولمبية قبل وبعد دورة الألعاب الأولمبية لعام 2016 في البرازيل، وقد أظهرت النتائج عدم وجود تأثير منهجي للألعاب الأولمبية على صورة الدولة أو صورة الوجهة، ولم تحدث تغييرات كبيرة في صورة المقصد أو صورة الألعاب الأولمبية بمرور الوقت، وهو ما قد يشير إلى مدى صعوبة تغيير تصورات الناس بشكل إيجابي في عالم مليء بالتغطية الإعلامية السلبية.

دراسة Hahm, Tasci & Terry (2019) بعنوان تأثير الألعاب الأولمبية على صورة كوريا الجنوبية، حيث هدفت هذه الدراسة إلى تتبع التغيير في صورة كوريا الجنوبية بسبب استضافة دورة الألعاب الأولمبية الشتوية 2018، باستخدام المنهج شبه التجريبي، واستخدم الباحث الاستبيان كأداة لجمع البيانات من عينة تكونت من (610) فرداً تم من خلالها قياس التصورات حول كوريا الجنوبية عند ستة نقاط زمنية (شهر واحد قبل، خلال، شهر واحد بعد، بعد ثلاثة أشهر، ستة أشهر بعد، و12 شهراً بعد)، وقدم كل المشاركين تقييماتهم حول صورة دولة كوريا الجنوبية وصورة المقصد وصورة الألعاب الأولمبية بالإضافة إلى خبرتهم واهتمامهم بالألعاب الأولمبية وتجربتهم مع كوريا الجنوبية، حيث أسفرت النتائج أنه لا يوجد أي تغييرات كبيرة في صورة البلد أو صورة المقصد أو صورة الألعاب الأولمبية بمرور الوقت، وقد يشير هذا إلى عدم وجود تأثير للألعاب الأولمبية على عكس التوقعات الشائعة.

دراسة Graeff et al, (2018) بعنوان قدرة ورائعة وغير متكافئة: تصوير وسائل الإعلام الدولية للبرازيل خلال كأس العالم 2014، حيث هدفت هذه الدراسة إلى البحث في الكيفية التي كان يُنظر بها إلى البرازيل في الخارج خلال كأس العالم لكرة القدم 2014، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي

اتبع الباحث في بناء الاستبانة المُعدة لتحقيق الغرض من الدراسة الخطوات التالية:

- 1- مراعاة الأسس العلمية من خلال القراءات النظرية في المراجع.
- 2- الاطلاع على الدراسات السابقة المتوفرة لدى الباحث والمرتبطة بالموضوع.
- 3- تحديد العبارات التي تُعبّر عن كل محور من المحاور الثلاثة، الجانب المعرفي، الجانب السلوكي، والجانب الوجداني.
- 4- عرض التصميم المبدئي للاستبانة على مجموعة من الخبراء في مجال الإدارة الرياضية لأخذ رأيهم في مناسبة المحاور من خلال معياري الملاءمة والوضوح.
- 5- تصميم الاستبانة بشكلها النهائي بعد أخذ الملاحظات، بالمقياس الثلاثي التالي:

موافق	محايد	غير موافق
-------	-------	-----------

6- القيام بدراسة استطلاعية على مجموعة من عينة الدراسة، حيث بلغ عددهم (20) فرداً وتم استبعادهم من العينة الأساسية؛ وذلك للتأكد من أسلوبها اللغوي، ومدى وضوحها، والمدة الزمنية المطلوبة للإجابة.

ب- اختبار صدق الاستبانة:

- تم التأكد من صدق الاستبانة من خلال الاعتماد على الصدق الظاهري، وهو الصدق المعتمد على آراء المحكمين، حيث قام الباحث بعرض الاستبانة بصورتها الأولية على عدد (7) من الخبراء والمختصين في مجال الإدارة الرياضية والاستثمار؛ لإبداء آرائهم فيها، من حيث مدى مناسبة العبارات وتحقيقها لأهداف الدراسة وشموليتها وتنوع محتواها ومناسبة كل عبارة لمحور الذي تنتمي له، ومناسبة المحاور لتحقيق أهداف الدراسة، وتقييم مستوى الصياغة اللغوية والإخراج.

- تم حساب صدق الاتساق الداخلي لعبارات الاستبانة بعد أن تم تطبيقها على عينة استطلاعية من (20) فرداً من خلال حساب ما يلي:

• معامل الارتباط بيرسون (العلاقة الارتباطية) بين درجة كل عبارة، والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي له كل عبارة.

• معامل الارتباط بيرسون (العلاقة الارتباطية) بين درجة كل محور والدرجة الكلية للاستبانة، والجدول رقم (2) يبين ذلك.

جدول رقم (2) معامل الارتباط بيرسون (العلاقة الارتباطية) بين درجة كل محور والدرجة الكلية للاستبانة

الرقم	البعد	معامل الارتباط
1	البعد المعرفي	0.933 **
2	البعد السلوكي	0.931 **
3	البعد الوجداني	0.883 **

من خلال مزيج من تحليل المحتوى وتحليل الخطاب النقدي، حيث تم تحليل تغطية تسعة وسائل إعلامية بثلاث لغات مختلفة، والتي نشرت معاً ما مجموعه 699 مقالة حول قضايا متنوعة تتعلق بالمجتمع البرازيلي، وقد أسفرت النتائج أن سبعة من المنافذ الإعلامية التسعة التي تمت دراستها اعتبرت أن كأس العالم كان ناجحاً بشكل عام، وشددت وسائل الإعلام المختارة على الروعة الطبيعية والمشاكل الاجتماعية مثل العنف وعدم المساواة والظلم الاجتماعي، وأولت اهتماماً خاصاً لعدم المساواة الاقتصادية، كما تم ذكر صورة البرازيل على أنها "دولة كرة القدم" بشكل متكرر، إن النهج الذي اتبعته وسائل الإعلام التي تمت دراستها كان متسقاً مع الصورة التقليدية العامة للبرازيل كدولة متخلفة، وبالتالي لا يمكن أن يُنسب أي تغيير جوهري في صورة البرازيل في الخارج إلى كأس العالم 2014 من خلال تغطية وسائل الإعلام

حدود الدراسة

الحدود البشرية: الجمهور الرياضي والإعلاميين والمهتمين بالمجال الرياضي.
الحدود المكانية: تم تطبيق الدراسة على الجمهور الرياضي الحاضر من خارج المملكة للأحداث الرياضية الكبرى بالمملكة العربية السعودية.
الحدود الزمانية: قام الباحث بتحليل الفترة الزمنية لاستضافة المملكة العربية السعودية في العام 2023م.

منهج الدراسة

تم استخدام المنهج الوصفي المسحي؛ لملائمته إجراءات وطبيعة الدراسة.

مجتمع الدراسة

الجمهور الحاضرة لمشاهدة الأحداث الرياضية من خارج المملكة.

عينة الدراسة

تم اختيارهم بطريقة عشوائية وبلغ عددهم (200) زائراً من الذكور والإناث، والجدول رقم (1) يوضح ذلك:

جدول رقم (1) توزيع أفراد الدراسة وفق متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	112	56%
أنثى	88	44%
المجموع	200	100%

أداة جمع بيانات الدراسة

قام الباحث بتصميم استبانة إلكترونية على Google forms باللغة العربية لتحقيق الغرض من الدراسة.

أ- الخطوات المتبعة في تصميم الاستبانة:

** دال إحصائيًا عند مستوى دلالة أقل من (0.01)

5- معامل الثبات ألفا كرونباخ؛ للتأكد من صلاحية الاستبيان، والجدول رقم (3) يوضح ذلك.

جدول رقم (3). معامل ثبات محاور الاستبانة بمعادلة ألفا كرونباخ

الرقم	البعد	عدد العبارات	معامل الثبات
1	البعد المعرفي	12	0.872
2	البعد السلوكي	10	0.921
3	البعد الوجداني	9	0.918
4	الاستبانة ككل	31	0.958

عرض النتائج:

جدول رقم (4). المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب وتقدير الدرجة عند جميع المحاور

م	المحور	المتوسط	الانحراف	الترتيب	الدرجة
1	البعد المعرفي	3.66	0.833	3	مرتفعة
2	البعد السلوكي	3.83	0.634	2	مرتفعة
3	البعد الوجداني	4.00	0.638	1	مرتفعة
	الاستبانة ككل	3.83	0.582		مرتفعة

الأساليب الإحصائية

هدفت هذه الدراسة للتعرف على دور استضافة الأحداث الرياضية على تحسين الصورة الذهنية للمملكة العربية السعودية، متبعةً المنهج الوصفي بالطريقة المسحية، باستخدام الأساليب الإحصائية التالية:

1- التكرارات والنسب المئوية؛ للتعرف على الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة.
2- المتوسط الحسابي؛ لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض إجابات أفراد عينة الدراسة عن المحاور الرئيسية.
3- الانحراف المعياري؛ للتعرف على مدى انحراف إجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة، ولكل محور من المحاور الرئيسية عن متوسطها الحسابي.

4- معامل ارتباط بيرسون؛ لقياس الاتساق الداخلي بين عبارات الأداة وكل محور تنتمي إليه.

جدول رقم (5). المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب والتقدير لمحور البعد المعرفي

الرقم	العبارة	المتوسط	الانحراف	الترتيب	الدرجة
3	للتغطية الإعلامية للأحداث الرياضية دور في التعرف بالمملكة العربية السعودية.	4.04	0.889	1	مرتفعة
12	ساهمت التغطية الإعلامية للأحداث الرياضية في التعرف بالبنية التحتية للمملكة العربية السعودية.	4.00	0.873	2	مرتفعة
11	تسهم تغطية وسائل الإعلام الرياضي للأحداث الرياضية بالتعرف بالمواقع السياحية بالمملكة العربية السعودية.	3.94	0.871	3	مرتفعة
2	تسعى تغطية وسائل الإعلام الرياضي للأحداث الرياضية في خلق صورة إيجابية عن المملكة العربية السعودية.	3.90	0.993	4	مرتفعة
8	تقدم وسائل الإعلام الرياضي الشعب السعودي بصورة فيها تسامح وكرم وضيافة.	3.89	0.910	5	مرتفعة
5	يصور الإعلام الرياضي المجتمع السعودي بأنه مجتمع يمتلك قيم ثقافية.	3.77	0.938	6	مرتفعة
7	تبرز وسائل الإعلام الرياضي صورة المملكة العربية السعودية بأنها دولة يسودها النظام.	3.69	0.921	7	مرتفعة
10	تصور وسائل الإعلام الرياضي المجتمع السعودي بأنه مجتمع متمسك بالقيم الدينية.	3.62	0.969	8	مرتفعة
4	أدت التغطية الإعلامية للأحداث الرياضية في التعرف بعادات وتقاليد الشعب السعودي.	3.59	0.630	9	مرتفعة
9	أبرزت وسائل الإعلام الرياضي الصورة الذهنية الأولية عن المملكة العربية السعودية.	3.56	0.834	10	مرتفعة
6	يبرز الإعلام الرياضي الدور الريادي الذي تلعبه المملكة العربية السعودية في تقديم الخدمات الإنسانية في كافة المجالات والأحداث.	3.37	0.690	11	متوسطة
2	الصورة العامة عن المملكة العربية السعودية قبل الأحداث الرياضية كانت سلبية.	2.51	0.920	12	منخفضة
	الدرجة الكلية البعد المعرفي	3.66	0.619		مرتفعة

جدول رقم (6). المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب والتقدير لمحور البعد السلوكي

الرقم	العبارة	المتوسط	الانحراف	الترتيب	الدرجة
3	صورة الشعب السعودي في وسائل الإعلام الرياضي تصفه بأنه شعب محب لوطنه وقيادته.	4.12	0.768	1	مرتفعة
4	توضح وسائل الإعلام الرياضي أن الشعب السعودي يتقبل الزوار والمشاركين في الأحداث الرياضية.	4.05	0.778	2	مرتفعة

الرقم	العبارة	المتوسط	الانحراف	الترتيب	الدرجة
6	تصور وسائل الإعلام الرياضي الشعب السعودي بأنه ملتزم بالقوانين.	3.85	0.816	3	مرتفعة
10	تصف وسائل الإعلام الرياضي الشعب السعودي بأنه شعب متسامح ويحب السلام.	3.84	0.899	4	مرتفعة
9	تقدم وسائل الإعلام الرياضي الشعب السعودي بأنه شعب صادق وأمين.	3.82	0.836	5	مرتفعة
5	من خلال وسائل الإعلام الرياضي يتقبل الشعب السعودي اختلاف الثقافات والمعتقدات التي يحملها الزوار.	3.78	0.913	6	مرتفعة
1	تبرز وسائل الإعلام الرياضي أن سلوكيات الشعب السعودي تنبع من عادات وتقاليد المجتمع.	3.77	0.782	7	مرتفعة
8	تصور وسائل الإعلام الرياضي أن الشعب السعودي يتسم بالبساطة.	3.74	0.833	8	مرتفعة
2	تصف وسائل الإعلام الرياضي المجتمع السعودي بالنضج والاعتدال.	3.73	0.878	9	مرتفعة
7	تبرز وسائل الإعلام الرياضي شخصية الفرد السعودي على أنها شخصية منتجة.	3.62	0.846	10	مرتفعة
	الدرجة الكلية البعد السلوكي	3.83	0.634		مرتفعة

جدول رقم (7). المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب والتقدير لمحور البعد الوجداني

الرقم	العبارة	المتوسط	الانحراف	الترتيب	الدرجة
9	أكدت تغطية وسائل الإعلام الرياضي بأن المجتمع السعودي يشعر بالفخر والاعتزاز تجاه تنظيم الأحداث الرياضية.	4.28	0.661	1	مرتفعة
2	من خلال تغطية وسائل الإعلام الرياضي للأحداث الرياضية تتميز المملكة بالأمن والأمان.	4.19	0.770	2	مرتفعة
7	تغطية وسائل الإعلام الرياضي جعلتني أحب المملكة العربية السعودية باعتبارها دولة تقدر الرياضة والرياضيين.	4.06	0.770	3	مرتفعة
1	صورة الشعب السعودي في وسائل الإعلام الرياضي تؤكد بأنه شعب ودود ومحب.	4.03	0.786	4	مرتفعة
8	أشعر بمشاعر إيجابية تجاه المملكة العربية السعودية وشعبها.	4.02	0.815	5	مرتفعة
6	تصف وسائل الإعلام الرياضي جودة الحياة في المملكة العربية السعودية بأنها مميزة.	3.97	0.839	6	مرتفعة
3	تبرز وسائل الإعلام الرياضي الأماكن الجذابة بالمملكة والتي تتمتع بأجواء الألفة والمحبة.	3.87	0.891	7	مرتفعة
6	تبرز وسائل الإعلام الرياضي أن المملكة العربية السعودية بلد يمكن العيش والإقامة فيه.	3.80	0.957	8	مرتفعة
5	نجحت التغطية الإعلامية الرياضية السعودية للأحداث الرياضية في خلق ارتباط عاطفي لدي بالمملكة العربية السعودية.	3.74	0.937	9	مرتفعة
	الدرجة الكلية البعد الوجداني	4.00	0.638		مرتفعة

هذا إلى عدم تأثير للأحداث الرياضية على المدى البعيد.

كما أشارت النتائج إلى أن الصورة العامة لدى عينة الدراسة عن المملكة قبل حضورهم لهذه الأحداث الرياضية كانت إيجابية، وقد يعزو الباحث ذلك إلى الجهود المبذولة التي قامت بها المملكة من خلال استضافتها للأحداث الرياضية، وكذلك بعض الاستثمارات والتسويق للبلد عبر النجوم واللاعبين السابقين وإظهار كل ما يميزها من المنشآت الرياضية والبنى التحتية، وتختلف نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (Tasci, Hahm, Terry, 2019)

مناقشة نتائج الدراسة:

أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة (88,2 %) من إجمالي أفراد العينة أكدوا أنهم تعرفوا على المملكة العربية السعودية بشكل أفضل من خلال هذه الأحداث الرياضية، ويعزو الباحث ذلك إلى دور الأحداث الرياضية في التعريف بالبلد المستضيف ودورها في تعريف الجمهور الرياضي على أهم الأماكن السياحية والتعرف على ثقافة البلد وعاداته وتقاليد، وتختلف نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة (Hahm, Tasci, Terry, 2019) والتي أشارت إلى أنه لا يوجد أي تغييرات كبيرة في صورة البلد بمرور الوقت، وقد يشير

استخلاصات الدراسة

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- 1- أن الأحداث الرياضية المقامة العربية السعودية ساهمت بشكل كبير في تغيير صورتها الذهنية لدى الجماهير.
- 2- أن (92%) من أفراد العينة أكدوا أن استضافة الأحداث للمملكة العربية السعودية ساهمت في تشكيل الصورة الحقيقية للمملكة وفي خلق صورة إيجابية عن المجتمع السعودي.
- 3- أن استضافة الأحداث الرياضية ساهم في تعزيز السياحة بالمملكة العربية السعودية.
- 4- كما أظهرت النتائج ارتفاع المتوسطات الحسابية في كافة أبعاد الدراسة المعرفية والسلوكية والوجدانية، حيث تراوحت ما بين (3.66- 4.00).

توصيات الدراسة:

- في ضوء ما توصلت إليه الدراسة الحالية من نتائج، يمكن للباحث وضع التوصيات على النحو الآتي:
- 1- ضرورة اتباع سياسات تسويقية تعتمد على مواكبة التقدم والتكنولوجيا للتسويق للأحداث الرياضية.
 - 2- اهتمام الدول العربية بتنظيم واستضافة الأحداث الرياضية الكبرى لما لها من أثر إيجابي على الصورة الذهنية للدول المنظمة.
 - 3- التنسيق بين الجهات الحكومية المختصة وشركات السياحة للاستفادة من إقامة الأحداث الرياضية.
 - 4- الاهتمام بجودة ونوعية البنى التحتية للمملكة.
 - 5- إجراء المزيد من الدراسات المماثلة في بيئات ومناطق ومجتمعات مهيئة أخرى.
 - 6- إجراء المزيد من الدراسات التي تهدف إلى التعرف على أهم المعوقات التي تعوق الدول المنظمة من استضافة الأحداث الرياضية الكبرى وكيفية التغلب عليها.

المراجع العربية:

- أبو الفرج، نهى. (2021). صورة المملكة العربية السعودية لدى الصحفيين اليابانيين: دراسة نوعية. مركز البحوث والدراسات الإسلامية، 2، (50)، 77 - 97.
- بودهان، أمال، وعكاك، فوزية. (2018). قراءة في مفهوم الصورة الذهنية. جامعة وهران: مخبر الاتصال الجماهيري وسيمولوجية الأنظمة البصرية، (22)، 131 - 147.
- الثبتي، يوسف. (2021). العوائد الاقتصادية من تنظيم الأحداث الرياضية الكبرى بالمملكة العربية السعودية. المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة، 9 (3).
- جاويش، خالد. (2007). الصورة الذهنية للولايات المتحدة وعلاقتها بتقييم المستهلك لمنتجاتها (دراسة تحليلية على

التي أكدت على أن صورة البرازيل قبل استضافة الألعاب الأولمبية كانت سلبية بسبب تغطية وسائل الإعلام ونشرها للقضايا السياسية الداخلية والبيئية والاجتماعية في البرازيل، كما أن حضورهم للأحداث الرياضية ساهم في تغيير صورة المملكة العربية السعودية وأظهرت نتائج الدراسة كذلك أن عينة الدراسة سيعادون زيارتهم للمملكة بشكلٍ سياحي، وهذه أحد أهداف المملكة من خلال استضافتها للأحداث الرياضية، بأن تكون وجهة سياحية يمكن أن تحقق عوائد اقتصادية للبلد، كما أظهرت النتائج أن الشعب السعودي شعب حضاري، ويعزو الباحث ذلك إلى الوعي والإدراك من قبل الشعب السعودي بأهمية استضافة الأحداث الرياضية والتي تساهم في نقل صورة الشعب السعودي وثقافته لزوار المملكة خلال فترة أيام إقامة تلك الأحداث، وهذا ما يجعلهم يتقبلون اختلاف الثقافات والجنسيات والعادات وحتى التصرفات من قبل الزوار، وتتفق هذه النتائج مع دراسة (Nair, 2021) التي أشارت إلى أن الأحداث الرياضية تولد تفاعلاً بين الثقافة المحلية والثقافة العالمية والذي سيؤدي بدوره إلى فهم قدرة السكان المحليين على أن يكونوا أكثر انفتاحاً على الثقافات الأجنبية.

وأشارت النتائج إلى أن استضافة المملكة للأحداث الرياضية ساهم في تشكيل الصورة الحقيقية عن المملكة، كما أنها دولة لها رؤية واعدة، ودولة سلام وأنها تمتاز بالثراء الفاحش، وأنها تشتهر بالصحراء والجمال وحرارة الشمس، وقد يعود ذلك إلى التخطيط الجيد الذي قامت به المملكة من خلال العمل على تحقيق رؤية الدولة المستقبلية 2030 والعمل على أن تكون متواجدة على كافة الأصعدة السياسية والرياضية، وجعل الرياضة قوة ناعمة لها من خلال الاستضافات الرياضية وكذلك الاستثمارات الرياضية وهذا ما جعل الجمهور الرياضية ينظر لها بهذه النظرة، وهذا ما أكدته نتائج دراسة (العواد، 2022) التي أكدت أن تنظيم المملكة العربية السعودية للأحداث الرياضية ساهم في تحسين صورتها الإيجابية في العالم.

وأشارت النتائج إلى أن الجانب السلوكي للجمهور الرياضي جاء بدرجة مرتفعة، بمتوسط حسابي (3.83)، وبانحراف معياري بلغ (0.634)، حيث أوضحت استجابات العينة أن تصرفات الشعب السعودي تنبع من عادات وتقاليد جيدة، وأن الشعب السعودي يتصف بالصدق والأمانة في تعاملاته، كما وأظهرت كذلك أن الجانب الوجداني لدى عينة الدراسة جاء بدرجة مرتفعة جداً، ومتوسط حسابي (4.00)، حيث أوضحت استجابات العينة أنه من خلال حضورهم للأحداث الرياضية أنهم يشعرون بمشاعر إيجابية عن المملكة وشعبها، وأن الأماكن فيها جذابة وتنتمتع بأجواء لطيفة، متناغماً ذلك مع دراسة (فيود وعطية، 2019) المشيرة إلى أن استضافة المملكة العربية السعودية ساعدت على تحسين صورة الشعب السعودي عالمياً وأنه شعب لطيف وودود وكريم.

محمد، ابن يحيى. (2019). تسويق الأحداث الرياضية في تعزيز السياحة: دراسة تجارب دول عربية. *المجلة العالمية للتسويق الإسلامي*، 8، (2)، 85 - 110.

المدارمة، محمد. (2018). *أثر العوامل الاقتصادية على مكانة الدولة*. [رسالة ماجستير غير منشورة]

موسى، باقر. (2014). *الصورة الذهنية في العلاقات العامة*. دار أسامة للنشر والتوزيع. الطبعة الأولى.

المراجع الأجنبية:

- Chen, B. (2020). An Overview of Major Sports Events Economic Impacts on China and Other Countries. *The International Conference on Economy Development and Social Sciences Research* (EDSSR 2022).
- Graeff, B., Monteiro Gutierrez, D., Sarda, T., Bretherton, P., & Bettine, M. (2018). Capable, splendorous and unequal: international media portrayals of Brazil during the 2014 World Cup. *Third World Quarterly*, 40(4), 796-814. <http://www.tandfonline.com/loi/ctwq>
- Hahm, J. J., Tasci, A. D., & Terry, D. B. (2019). The Olympic games' impact on South Korea's image. *Journal of destination marketing & management*, 14, 1. <http://www.elsevier.com/locate/jdmm>.
- Kobierecki, M. M., & Strzok, P. (2021). Sports mega-events and shaping the international image of states: How hosting the Olympic Games and FIFA World Cups affects interest in host nations. *International Politics*, 58(1), 49-70. <https://doi.org/10.1057/s41311-020-00216-w>.
- Nuseir, M. T. (2020). The effects of sponsorship on the promotion of sports events. *International Journal of Business Innovation and Research*, 22, (2), 191-207.
- Tasci, A. D., Hahm, J., & Terry, D. B. (2019). A longitudinal study of Olympic Games' impact on the image of a host country. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36, (4), 443-457. www.elsevier.com/locate/jdm

الأهرام والوفود)، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، (28)، 9.

حجازي، نهاد. (2022). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للقادة والمؤسسات السياسية: دراسة مسحية على الشباب المصري. *المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية*.

الحماد، خلف. (2020). *وسائل الإعلام ومنظمات المجتمع المدني*. دار اليازوري للنشر والتوزيع.

صايل، حردان. (2019). *الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني ودور العلاقات العامة في تكوينها*. دار اليازوري للنشر والتوزيع.

العقابي، جاسم. (2015). *مبادئ العلاقات العامة*. دار عدنان.

علي، جمال، والدسري، بادي. (2019). *الإدارة الرياضية في القرن الـ 21*. مكتبة الرشد ناشرون. الطبعة الأولى.

العمرى، عبدالرحمن. (2016). *الصورة الذهنية لوزارة التعليم السعودية لدى المعلمين والمعلمات بمدينة الرياض*. مجلة المعرفة.

العواج، سامية (2020). *الاتصال في المؤسسة: المفاهيم المحددات الاستراتيجية*. مركز الكتاب الأكاديمي.

العواد، تركي (2022). انعكاس تنظيم المملكة العربية السعودية للبطولات الرياضية العالمية على صورتها الخارجية لدى الصحفيين الرياضيين الدوليين: دراسة وصفية لأراء الصحفيين الرياضيين الدوليين نحو تنظيم المملكة للبطولات الرياضية العالمية. *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، (30)، 96-45.

الفرا، عبدالله. (2018). *دور الصورة الذهنية للمنظمات الأهلية في بناء العلاقة الاستراتيجية مع جمهور المستفيدين*. [رسالة ماجستير منشورة]. <https://search.emarefa.net/detail/BIM-913266>

فيود، إيمان، وعطية، رمضان. (2021). اتجاهات الجمهور العربي نحو دور الهيئة العامة للترفيه في تغيير الصورة الذهنية عن المملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية. *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*، 18 (18)، 1-56.