

## Al-Hilal's victory over Manchester City: an analysis of Western media representations of the event and its symbolic connotations

Co-Prof. Mona Mohammed Ibrahim Al-Sheddi

College of Education | King Saud University | KSA

Received:  
27/07/2025

Revised:  
15/08/2025

Accepted:  
24/08/2025

Published:  
30/09/2025

\* Corresponding author:  
[mms\\_123@hotmail.com](mailto:mms_123@hotmail.com)

**Citation:** Al-Sheddi, M. (2025). Al-Hilal's victory over Manchester City: an analysis of Western media representations of the event and its symbolic connotations. *Journal of Humanities & Social Sciences*, 9(9), 73 – 85.  
<https://doi.org/10.26389/AJSRP.S290725>

2025 © AISRP • Arab Institute for Sciences & Research Publishing (AISRP), United States, all rights reserved.

• Open Access



This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) license

**Abstract:** Al-Hilal's victory over Manchester City in the 2025 FIFA Club World Cup was an unprecedented sporting event that attracted wide attention from Western media. This study analyzed how this victory was represented in Western coverage, approaching it as a symbolic moment laden with meanings that transcend the sporting context, in order to understand its reception within global media discourse. A qualitative analytical approach was employed through content analysis of articles published in leading Western outlets during the first week after the match, aiming to uncover discursive framings and representational patterns. The analysis revealed four main themes: downplaying the importance of the victory, framing the event as an unexpected surprise, reproducing Eurocentric perspectives in the narrative, and adopting a cautious and controlled approach to its broader implications. These findings show that the event was not ignored, but was at times stripped of its symbolic significance—either through questioning its meaning or confining it to the frame of a fleeting shock. The findings from this sample of Western media coverage indicate a variation between celebratory and cautious tones, with early signs of a relative shift in representing the Saudi football project—from being portrayed merely as financial investment to being recognized as a serious competitive project—alongside a relative decline in the prevalence of the usual negative discourse. Based on these results, the study recommends strengthening international communication and media strategies to highlight Saudi sporting achievements, with emphasis on constructing alternative narratives that transcend entrenched stereotypes in Western discourse, and encouraging future comparative studies to assess the impact of such events on perceptions of the Kingdom's image and its global football standing.

**Keywords:** Saudi sports investment, Western media, representations of Saudi Arabia, Al-Hilal FC, thematic analysis.

## فوز الهلال على مانشستر سيتي: تحليل تمثيلات الإعلام الغربي للحدث ودلائله الرمزية

الأستاذ المشارك / منى محمد إبراهيم الشدي

كلية التربية | جامعة الملك سعود | المملكة العربية السعودية

المستخلص: يُعد فوز نادي الهلال السعودي على مانشستر سيتي الإنجليزي حدثًا رياضيًّا غير مسبوق استرعى انتباه وسائل الإعلام الغربية. من هنا، سعت هذه الدراسة إلى تحليل تمثيلات الإعلام الغربي لفوز نادي الهلال السعودي على مانشستر سيتي الإنجليزي في بطولة كأس العالم للأندية 2025، بوصفه حدثًا رمزياً محملًا بدلالات تتجاوز السياق الرياضي، ولفهم كيفية تلقي هذا الفوز ضمن الخطاب الإعلامي العالمي. اعتمدت الدراسة على مقاربة نووية تحليلية، من خلال تحليل مضمون مقالات صحفية نشرت في منصات إعلامية غربية مرموقة خلال الأيام الأولى التي أعقبت المباراة. بهدف الكشف عن التأثيرات الخطابية والأنماط التمثيلية المصاحبة. كشف التحليل عن أربع ثيمات رئيسية هي: التقليل من أهمية الفوز، وتأطير الحدث كمفاجأة غير متوقعة، وإعادة إنتاج مركبة أوروبا في السرد الإعلامي، والتناول الحذر والمضبوط للدلائل الفوز. أظهرت هذه الثيمات أن الخطاب الإعلامي لم يتوجه بالحدث كليًا، لكنه أفرغه أحياناً من أبعاده الرمزية، إما عبر التشكيك في دلالته، أو من خلال إيقائه ضمن إطار المفاجأة العابرة. تُشير نتائج هذه العينة من التغطيات الإعلامية الغربية لفوز الهلال إلى تباين بين الاحتفاء والحدر، مع بوادر تحول نسبي في تمثيل المشروع الكروي السعودي من مجرد استثمار مالي إلى مشروع تنافسي جاد، إضافةً إلى تراجع نسبي في حضور الخطاب السلي المعتاد. بحسب هذه النتائج، توصي الدراسة بضرورة تعزيز أدوات الاتصال والإعلام الدولي لإبراز النجاحات الرياضية السعودية، مع التركيز على إبراز سردية بديلة متباينة للصور النمطية في الخطاب الغربي، وتشجيع بحوث مستقبلية مقارنة تقيس أثر مثل هذه الأحداث على مؤشرات الصورة الذهنية للمملكة ومكانتها الكروية عالميًّا.

**الكلمات المفتاحية:** الاستثمار الرياضي السعودي، الإعلام الغربي، تمثيلات السعودية، نادي الهلال، تحليل الموضوعات.

**1- المقدمة**

لم يكن فوز نادي الهلال السعودي على مانشستر سيتي الإنجليزي مجرد انتصار رياضي، إنما يbedo أنه تحول إلى حدث رمزي يعكس تصاعد المكانة الرياضية والدبلوماسية للسعودية على الساحة العالمية. وقد ظهر ذلك بوضوح في التغطيات الإعلامية وردود الأفعال الرسمية، ومنها تهنئة وزير الخارجية الروسي سيرغي لافروف لنظيره السعودي الأمير فيصل بن فرحان، واصفًا فوز الهلال بأنه كان "رائعاً ومستحضاً" (العربية. نت، 2025). من غير المعടاد أن تثير مباراة في نصف نهائي بطولة كأس العالم للأندية هذا القدر من التفاعل السياسي والدولي، وهو ما يشير إلى أن الحدث تجاوز دلالاته الكروية التقليدية، لينخرط في فضاء من التمثيلات الثقافية والخطابات الإعلامية المتعددة.

لقد أصبح من المُسلم به في دراسات الإعلام والتَّمثيل أن تغطية الأحداث الرياضية لا تقتصر على نقل الواقع، إنما تتضمن سردِيات تتقاطع مع قضاياً أوسع، مثل الصورة الذهنية للدولة وموضعها في النظام العالمي (Dinnie, 1997; Hall, 2016). في هذا السياق، يُنظر إلى الانتصارات الرياضية –لا سيما على فرق عريقة– باعتبارها أحداً قد تُعيد تشكيل التمثيلات أو التصورات السائدة. فالمواجهة بين الهلال ومانشستر سيتي، من هذا المنظور، لم تكن فقط بين فريقين، إنما بين مشروعين أحدهما يمثل المركز الأوروبي التاريخي، والآخر يجسّد الطموح الكروي السعودي الجديد، المبني على استثمارات ورؤى سياسية واضحة لإعادة تشكيل صورة المملكة عالمياً (Agerschou-Madsen, 2025; Park, 2021).

من هنا تبرز أهمية الخطاب الإعلامي في تأثيره على إدراك الأحداث وتقييمها، ومن ثم، تشكيل الرأي العام ((Happer & Philo, 2013)). فوفقاً لنظرية التأطير (Entman, 1993)، من المعടاد انتقاء وسائل الإعلام لجوانب معينة من الحدث وإبرازها، بناءً على افتراضات ضمنية مسبقة. من الملاحظ في هذا الصدد، غلبة التصورات النمطية على تمثيلات وسرديات الإعلام الغربي لاستثمارات وأنشطة دول الخليج في المجال الرياضي، التي تُصور أحياناً بأن غايتها الوحيدة تحسين سمعة الدولة عالمياً، أو أنها مجرد إنفاق غير مدروس لدى دول نفطية (Brannagan & Reiche, 2022; Kaneva & Popescu, 2014). لذا، فإن تحليل التغطية الغربية لفوز الهلال يمكن أن يكشف مدى تأثير هذا الحدث على مثل هذه السردِيات التقليدية، وما إذا كانت لا تزال محكومة بالصور النمطية السائدة، أم أنها تشهد تحولاً تدريجياً نحو تمثيلات أكثر توازناً للمشهد الرياضي السعودي.

يُمثل هذا الحدث الكروي البارز، بما يحمله التناول الإعلامي له من تمثيلات وصور ذهنية، فرصة مميزة لتحليل طبيعة الخطاب الإعلامي الغربي حول المنجزات الرياضية السعودية، وتكمّن فرادته في كونه حدثاً تنافسيّاً داخل الملعب، مغايراً للموضوعات التي شكلت محور اهتمام غالبية الأديبيات البحثية السابقة، مثل الاستثمارات الرياضية أو تنظيم الفعاليات الكبرى. كما يُتيح هذا الحدث إمكانية التحقق من مدى فاعلية مشاريع "العلامة الوطنية" السعودية، التي تهدف إلى إعادة تعريف موقع المملكة في التصور الدولي، واستكشاف ما إذا كانت قد بدأت تؤثّر ثمارها على مستوى التلقى الإعلامي العالمي. إذن، من خلال التركيز على هذا الفوز تحديداً، تسعى الدراسة إلى تحليل المعاني والأنمط التي يتضمّنها الخطاب الإعلامي الغربي، واستقصاء ما إذا كان يُمثل نقطة تحول في الطريقة التي تُصور بها كرة القدم السعودية، أم أنه مجرد تكرار لتمثيلات سابقة وسائدة.

**مشكلة البحث**

رغم تعدد الدراسات التي تناولت الاستثمارات الخليجية في الرياضة، ومظاهر القوة الناعمة من خلال استضافة البطولات الدولية أو التعاقد مع نجوم عالميين، إلا أن تركيز السواد الأعظم من هذه الأبحاث كان على تأثير الاستضافة والاستثمار الرياضي فيما يتعلق بجوانب مثل العلامة الوطنية للدولة، والهوية الوطنية، والإرث الاجتماعي (انظر على سبيل المثال: Brannagan & Reiche, 2022; Kerry et al., 2024; Rookwood, 2022; Williams, 2017).

من جانب آخر، تمثل حالات الانتصار غير المسبوقة –كفوز نادي خليجي على نادي أوروبي عريق– ظاهرة جديرة بالدراسة، خصوصاً من حيث التمثيلات الإعلامية الغربية لها. وتزداد أهمية هذا التناول في ظل التباين بين الطموحات المتضادة لدول الخليج في الاستثمار في قطاع الرياضة، والخطابات الإعلامية الغربية التي ما تزال، في كثير من الأحيان، تنظر إلى هذه الطموحات بريبة أو تعرضاً بصورة سلبية. بناءً على ما سبق، يُمثل فوز الهلال على مانشستر سيتي فرصة بحثية نادرة، باعتبار أن الهلال أول فريق عربي وأسيوي يحقق الفوز على فريق أوروبي في بطولة رسمية (العربية. نت، 2025). لا يُعد هذا مجرد تفوق رياضي فحسب، بل قد يُشكل حدثاً كاشفاً لمدى استعداد الخطاب الإعلامي الغربي لإعادة تقييم تصوراته النمطية عن السعودية واستثمارها الرياضي، في ظل ما شهدتهُ العالم أجمع من تألق كروي غير مسبوق لأحد أنديةها. إن كيفية تناول هذا الحدث في الصحافة الغربية لم تخضع -حسب اطلاع الباحثة- حتى الآن لتحليل يكشف الأطر المستخدمة، والتمثيلات، والرسائل التي تحملها هذه التغطيات حول السعودية باعتبارها دولة ذات تأثير مت不理 في عالم كرة القدم.

من هنا يأتي هذا البحث ليثير سؤالاً رئيسياً: ما طبيعة التغطيات الصحفية الغربية لفوز الهلال على مانشستر سيتي في بطولة كأس العالم للأندية 2025؟ يتفرع عن هذا السؤال عدد من الأسئلة الفرعية، أبرزها: ما الأطر والتمثيلات الخطابية التيُوظفت في تناول فوز الهلال؟

ما الدلالات الرمزية والمعاني الضمنية لهذا الفوز؟ إلى أي مدى عكست هذه التغطية تحويلًا—ولو محدودًا—في تمثيل السعودية كفاعل ذو تأثير متتامي في المشهد الكروي العالمي، أم أنها ما تزال محكومة بأطر تقليدية وسرديات متسلكة تقلل من شأن هذا التفوق الكروي؟

### أهداف البحث

- يهدف هذا البحث في المقام الأول إلى تحليل الكيفية التي تناولت بها التغطيات الصحفية الغربية فوز نادي الهلال السعودي على مانشستر سيتي. ويترافق عن هذا الهدف العام عدد من الأهداف المنسقة مع الأسئلة الفرعية للبحث، وهي:
1. رصد الأطر الإعلامية والتمثلات الخطابية التي تضمنتها تغطية الصحافة الغربية لفوز الهلال، ورصد كيفية بناء السردية حول الحدث.
  2. الكشف عن تمثيلات السعودية والهلال في الإعلام الغربي، وما تحمله من أبعاد تتجاوز الوصف الرياضي المباشر.
  3. استكشاف دلالات فوز الهلال ضمن سياق "العلامة الوطنية السعودية"، وتقييم ما إذا كان الإعلام الغربي ينظر إليه كجزء من مشروع سعودي أشمل لإعادة تشكيل صورتها دوليًّا.
  4. تقييم ما إذا كان الخطاب الإعلامي الغربي يُظهر بوادر تحويل—ولو محدود— نحو تمثيل السعودية كفاعل مؤثر في كرة القدم، أم أنه ما يزال أسيئاً لهيمنة الصور النمطية والأطر التقليدية.

### أهمية البحث

تبين أهمية هذا البحث من خلال عدد من الجوانب النظرية والتطبيقية، وذلك على النحو التالي:

- هذا أول بحث - في حدود علم الباحثة - يسلط الضوء على حدث رياضي يتمثل في فوز الهلال على مانشستر سيتي، وينحلله بوصفه نقطة تحويل محتملة في إعادة تشكيل الصورة الذهنية لكرة القدم السعودية كقوة رياضية صاعدة، لا تقتصر على استضافة البطولات الكبرى أو الاستثمار في المجال الرياضي، إنما تتجاوز ذلك إلى المنافسة والندية على المستوى الدولي.
- يساعد على فهم سردية الإعلام الغربي، واستكشاف ما إذا كانت التغطيات الإعلامية تشير إلى بداية إدراك للمكانة الجديدة للسعودية في المشهد الكروي، أو أنها مستمرة للخطابات النمطية.
- يُثري أدبيات دراسات الصورة الذهنية والدلبلوماسية الرياضية، من خلال تقديم حالة تحليلية معاصرة تُظهر كيف أنه من المحتمل أن تُسهم أحداث رياضية معينة أن تساهم في إعادة تشكيل المكانة الدولية للدول.
- يمكن الاستفادة من نتائج هذا البحث في السياسات الرياضية السعودية، من خلال تقديم مؤشرات نوعية حول مدى تأثير الاستثمار في الرياضة على صورة السعودية عالميًّا، بما يخدم صناع القرار الثقافي والرياضي في المملكة.

## 2- الإطار النظري والأدبيات البحثية

يستند هذا البحث على عدة نظريات مفيدة في تناول الأبعاد الإعلامية والثقافية والرمزية المرتبطة بفوز الهلال على مانشستر سيتي، بوصفه حدثًا رياضيًّا غير مسبوق ومن المتوقع أن يحمل دلالات معينة بحسب تناول الصحف الغربية له. تم تضمين ثلاث نظريات أساسية بغية فهم وتفسير الكيفية التي تناول بها الإعلام الغربي الفوز، وهي: نظرية التأثير، ونظرية التأثير، ونموذج العالمة الوطنية. تتبع هذه النظريات فهم آليات إنتاج المعنى عبر اللغة والسرد الإعلامي، وتحليل تصوير وتمثيلات الاستثمار السعودي في كرة القدم. كما يشتمل هذا القسم على عرض موجز لمعالم الاستثمار السعودي في كرة القدم، باعتباره أساساً ضروريًّا لهم طبيعة التغطية الإعلامية وأدواتها المحمولة. هذا وسيُعرض في نهايته، الأبحاث القليلة التي عُيّنت بتحليل تغطية الإعلام الغربي لأوجه الاستثمار الرياضي الخليجي والسعودي، وذلك لتبيان أوجه القصور في الأدبيات القائمة التي يسعى هذا البحث إلى معالجتها، وإبراز إسهامه في تقديم تحليل نوعي عميق لغطية إعلامية حديثة ومثيرة للإهتمام، تنطوي فيها كرة القدم على دلالات رمزية وثقافية.

### نظريّة التمثيل Representation Theory

تُعد نظرية التمثيل كما طورها عالم الاجتماع والمفكر البريطاني ستيفوارت هول Stuart Hall من أهم النظريات في الدراسات الثقافية والإعلامية التي لازالت مؤثرة حتى وقتنا الحاضر. يفترض هول أن المعاني لا تُنقل من العالم إلى اللغة على نحو مباشر، إنما تُنتج من خلال أنظمة رمزية وثقافية. يرى هول أن اللغة ليست مرآة للواقع، إنما تصوغه وتنظمه وتعيد إنتاجه عبر عمليات تأثير ذات دلالات معينة (Hall, 1997).

في ضوء هذه النظرية، يعتقد الباحثون أن التمثيل لا ينفصل عن بناء الهويات، بل هو الأداة التي يُحدد من خلالها التمايز والتباين الثقافي،

مثـل "نـحن" وـ"الـآخـرـ" ، وـ"المـتحـضـرـ" وـ"غـيرـ المـتحـضـرـ" ، مما يـمنـحـ التـمـثـيلـ وـظـيـفـةـ ثـقـافـيـةـ عـمـيقـةـ تـتـجـاـزـ مـجـرـدـ التـوـاـصـلـ الـظـاهـرـيـ (Woodward, 1997). وـعـلـيـهـ، يـصـبـعـ التـمـثـيلـ فـعـلـاـ ثـقـافـيـاـ يـعـيدـ تـشـكـيلـ عـالـمـاـ الـاجـتمـاعـيـ وـيـضـبـطـ فـهـمـنـاـ لهـ.

فـضـلـاـ عنـ ذـلـكـ، يـنـظـرـ هـوـلـ إـلـىـ التـمـثـيلـ بـوـصـفـهـ خـطـابـاـ، أيـ بـوـصـفـهـ نـظـامـاـ مـعـرـفـيـاـ يـنـتـجـ الـحـقـيـقـةـ مـنـ خـلـالـ ماـ يـسـمـحـ بـظـهـورـهـ، وـماـ يـتـجـاهـلـهـ أوـيـمـشـهـ. وـهـذـاـ الـمعـنـىـ، فـإـنـ وـسـائـلـ الـإـعـلـامـ، عـنـدـ اـسـتـخـادـهـاـ لـلـغـةـ وـالـصـوـرـةـ، لـيـسـ نـاقـلـةـ لـلـمـعـلـومـاتـ وـحـسـبـ، إـنـماـ هـيـ بـالـأـحـرـيـ تـؤـطـرـ الـأـحـادـثـ وـالـأـفـرـادـ ضـمـنـ أـنـسـاقـ دـلـالـيـةـ مـسـبـقـةـ (Hall, 1997). تـسـبـبـ هـذـهـ التـمـثـيلـاتـ فيـ تـرـسيـخـ الـفـوـارـقـ الـثـقـافـيـةـ، وـإـعادـةـ إـنـتـاجـ ثـنـائـيـاتـ مـثـلـ "ـالـمـركـزـ/ـالـهـامـشـ"ـ، وـ"ـالـفـاعـلـ/ـالـمـفـعـولـ بـهـ"ـ. يـرـيـ الـبعـضـ كـذـلـكـ أـنـ يـتـسـنىـ لـنـاـ الـكـشـفـ عـنـ أـنـمـاطـ التـمـثـيلـ فيـ الـوـسـائـلـ الـإـعـلـامـيـةـ الـمـعاـصرـةـ، مـنـ خـلـالـ التـحـلـيلـ النـقـديـ لـلـخـطـابـ، لـاـ سـيـماـ عـنـدـمـاـ تـوـظـفـ الـلـغـةـ وـالـصـوـرـةـ وـالـرـمـزـ لـتـوـلـيدـ رـسـائـلـ ثـقـافـيـةـ مـضـمـرـةـ (Machin & Mayr, 2012).

فيـ هـذـاـ الإـطـارـ، يـشـيرـ تـوـمـاسـ كـوـهـنـ Thomas Kuhn فيـ تـحـلـيلـهـ الـمـعاـصرـ لأـعـمـالـ هـوـلـ إـلـىـ أـنـ التـمـثـيلـ لـاـ يـفـهـمـ فـقـطـ مـنـ حـيـثـ مـضـمـونـهـ، إـنـماـ مـنـ حـيـثـ عـلـاقـتـهـ بـالـبـنـىـ الـخـطـابـيـةـ الـمـيـمـيـنـةـ الـتـىـ تـمـلـىـ مـاـ يـمـكـنـ قـوـلـهـ عـنـ جـمـاعـةـ أوـ ظـاهـرـةـ مـعـيـنـةـ. فـالـإـنـتـاجـ الـثـقـافـيـ، وـفـقـًاـ لـنـظـرـيـةـ هـوـلـ كـمـاـ يـعـرـضـهـاـ كـوـهـنـ، لـيـسـ حـيـادـيـاـ، إـذـ أـنـهـ يـخـضـعـ لـقـوـيـ أـيـدـيـوـلـوـجـيـةـ تـحدـدـ مـنـ يـمـلـكـ الـحـقـ فيـ الـحـدـيـثـ، وـمـنـ يـمـثـلـ مـنـ، وـبـأـيـ طـرـيـقـ (Kuhn, 2022). يـؤـكـدـ أـيـضـاـ كـوـهـنـ عـلـىـ جـانـبـ الـطـبـيـعـةـ الـمـتـغـيـرـةـ ضـمـنـ نـظـرـيـةـ التـمـثـيلـ، إـذـ لـاـ يـنـبـغـيـ النـظـرـ إـلـىـ التـمـثـيلـاتـ بـوـصـفـهـاـ ثـابـتـةـ أوـ مـغـلـقـةـ، بلـ كـفـضـاءـاتـ قـابـلـةـ لـإـعادـةـ الـتـفـاوـضـ وـالـتـحدـيـ، الـأـمـرـ الـذـيـ يـتـبـعـ آفـاـقـ رـحـبـةـ لـلـتـحـلـيلـاتـ الـنـقـديـةـ لـاـقـدـ يـظـهـرـ مـنـ تـحـولاتـ رـمـزـيـةـ فيـ شـتـىـ الـخـطـابـاتـ الـإـعـلـامـيـةـ.

انـطـلـاقـاـ مـنـ هـذـاـ الـأـسـاسـ الـمـفـاهـيـمـيـ، أـسـعـينـ بـنـظـرـيـةـ التـمـثـيلـ فيـ هـذـاـ الـبـحـثـ نـظـرـاـ لـأـنـهـ تـبـعـ فـهـمـ وـتـفـسـيرـ كـيفـيـةـ تـشـكـيلـ الـمـعـانـيـ فيـ الـتـغـطـيـةـ الـإـعـلـامـيـةـ الـدـولـيـةـ لـفـوزـ الـهـلـالـ، وـتـمـثـيلـاتـ الـإـعـلـامـ لـلـسـعـودـيـةـ فيـ هـذـاـ السـيـاقـ. تـسـاعـدـ هـذـهـ النـظـرـيـةـ عـلـىـ تـحـلـيلـ الـلـغـةـ وـالـسـرـدـيـاتـ الـمـسـتـخـدـمـةـ، لـلـكـشـفـ عـنـ الـأـبـعـادـ الـرـمـزـيـةـ الـتـيـ تـتـجـاـزـ مـلـكـ الـحـدـيـثـ، وـمـنـ يـمـلـكـ الـحـدـيـثـ، وـتـمـكـنـ الـنـظـرـيـةـ مـنـ اـسـتـجـاءـ الـمـعـانـيـ الـكـامـنـةـ فيـ الـخـطـابـ (Machin & Mayr, 2012). لـهـذـاـ، تـعـدـ نـظـرـيـةـ التـمـثـيلـ ضـرـوريـةـ فيـ هـذـاـ الـبـحـثـ لـفـهـمـ مـاـ إـذـ كـانـتـ الـتـغـطـيـةـ الـإـعـلـامـيـةـ تـعـيـدـ إـنـتـاجـ صـورـ نـمـطـيـةـ تـقـليـدـيـةـ، أـمـاـ هـنـالـكـ اـخـتـالـفـ مـاـ فـيـ الـخـطـابـ الـإـعـلـامـيـ حـوـلـ السـعـودـيـةـ وـاستـهـارـهاـ الـرـياـضـيـ.

### نظـرـيـةـ التـأـطـيرـ Framing Theory

تـعـدـ نـظـرـيـةـ التـأـطـيرـ أـحـدـ أـبـرـ النـظـريـاتـ وـأـكـثـرـهـاـ شـيـوـعـاـ فيـ فـهـمـ دورـ الـإـعـلـامـ فيـ تـشـكـيلـ الـوـاقـعـ الـاجـتمـاعـيـ وـإـنـتـاجـ مـعـانـيـهـ. نـشـأتـ النـظـرـيـةـ مـنـ أـعـمـالـ عـالـمـ الـاجـتمـاعـ إـرـفـينـ غـوفـمانـ Erving Goffman (1974) الـذـيـ طـوـرـ مـفـهـومـ "ـF~r~ame~"ـ باـعـتـبارـهـ آلـيـةـ إـدـراـكـيـةـ يـسـتـخـدـمـهـاـ الـأـفـرـادـ لـتـنـظـيمـ تـجـارـبـهـمـ وـفـهـمـ مـاـ يـحـدـثـ حـولـهـ. لـاحـظـ غـوفـمانـ أـنـ الـأـفـرـادـ يـعـمـدـونـ عـلـىـ "ـإـطـارـاتـ"ـ ذـهـنـيـةـ مـنـظـمـةـ تـبـعـ لـهـمـ مـعـرـفـةـ طـبـيـعـةـ الـحـدـيـثـ وـتـفـسـيرـهـ وـتـأـوـيلـهـ. نـقـلـ لـاحـقـاـ هـذـاـ الـمـفـهـومـ إـلـىـ مـجـالـ الـإـعـلـامـ، حـيـثـ يـفـهـمـ التـأـطـيرـ بـصـفـتـهـ أـسـلـوـبـاـ تـنـتـهـجـهـ الـوـسـائـلـ الـإـعـلـامـيـةـ لـانتـقاءـ نـوـاـحـيـ مـعـيـنـةـ مـنـ الـوـاقـعـ وـابـرـازـهـاـ، بـيـنـماـ تـقـصـيـ فـيـ ذاتـ الـوقـتـ نـوـاـحـيـ أـخـرـىـ، بـهـدـفـ تـكـوـنـ سـرـدـيـةـ مـعـيـنـةـ حـوـلـ حـدـثـ ماـ (Entman, 1993).

وـفـقـًاـ لـإـنـتـمانـ Entmanـ –ـ أـحـدـ أـبـرـ الـمـسـاـهـمـيـنـ فيـ تـطـوـرـ هـذـهـ النـظـرـيـةـ ضـمـنـ دـرـاسـاتـ الـإـعـلـامـ وـالـتـوـاـصـلـ الـسـيـاسـيـ –ـ التـأـطـيرـ الـإـعـلـامـيـ عـبـارـةـ عـنـ اـخـتـيـارـ عـنـاصـرـ مـنـ الـوـاقـعـ الـمـدـرـكـ، ثـمـ إـبـرـازـهـاـ فـيـ النـصـ الـإـعـلـامـيـ بـمـاـ يـخـدـمـ تعـيـنـ الـمـشـكـلـةـ، وـتـفـسـيرـ أـسـبـابـهـاـ، وـتـقـيـيـمـهـاـ أـخـلـاقـيـاـ، وـواقـتـاجـ حلـولـهـاـ (Entman, 1993). أـضـجـيـ هـذـاـ الـتـعـرـيفـ مـرـكـزـاـ فـيـ دـرـاسـاتـ الـإـعـلـامـ، فـانـطـلـاقـاـ مـنـهـ، يـمـكـنـ لـلـبـاحـثـيـنـ مـعـالـجـةـ الـإـعـلـامـ لـلـقـضـاـيـاـ، مـنـ خـلـالـ الـكـلـمـاتـ الـمـفـاتـحـيـةـ، وـالـصـورـ، وـالـعـنـاوـينـ، وـالـمـصـادـرـ الـمـسـتـشـهـدـهـاـ، وـحتـىـ الـبـنـيـةـ الـسـرـدـيـةـ لـلـنـصـ. يـرـيـ الـبعـضـ أـنـ التـأـطـيرـ لـيـسـ مـجـرـ طـرـيـقـ لـعـرـضـ الـوـاقـعـ، إـنـماـ أـيـضـاـ إـعـادـةـ تـشـكـيلـهـ، لـأـنـهـ يـوـجـهـ الـجـمـهـورـ نـحـوـ قـرـاءـةـ مـعـيـنـةـ لـلـأـحـدـاثـ مـنـ خـلـالـ التـرـكـيزـ عـلـىـ جـوـانـبـ دـوـنـ أـخـرـىـ، وـعـلـىـ هـذـاـ النـحـوـ يـكـونـ الـإـطـارـ بـمـثـابـةـ عـدـسـةـ تـفـسـيرـيـةـ تـمـنـجـ الـوـقـائـعـ مـعـانـيـ وـدـلـالـاتـ مـخـلـفـةـ. لـقدـ أـشـارـ بـاـحـثـوـنـ إـلـىـ أـنـ هـذـهـ الـأـطـرـ لـيـسـ فـقـطـ دـوـاتـ تـحـلـيلـيـةـ، إـنـماـ يـمـكـنـ كـذـلـكـ اـعـتـبارـهـاـ دـوـاتـ أـيـدـيـوـلـوـجـيـةـ تـكـرـسـ لـتـوجـيهـ الرـأـيـ الـعـامـ ضـمـنـ سـيـاقـاتـ ثـقـافـيـةـ وـاجـتمـاعـيـةـ مـحـدـدـةـ (Reese, 2001; Pan & Kosicki, 1993).

تـمـيـزـ دـرـاسـاتـ التـأـطـيرـ الـحـدـيـثـ بـتـرـكـيزـهـاـ عـلـىـ آلـيـاتـ إـنـتـاجـ الـأـطـرـ، وـأـنـوـاعـهـاـ، وـتـأـيـرـاـتـهـاـ الـإـدـراـكـيـةـ وـالـانـفـعـالـيـةـ وـالـسـلـوـكـيـةـ عـلـىـ الـأـفـرـادـ. فـمـثـلاـ، عـيـنـ الـبـاحـثـوـنـ أـنـوـاعـاـ مـتـعـدـدـةـ مـنـ الـأـطـرـ الـإـعـلـامـيـةـ، مـهـاـ: إـطـارـ النـزـاعـ، وـإـطـارـ التـأـيـرـ الـاـقـتصـاديـ، وـإـطـارـ الـمـسـؤـلـيـةـ، وـإـطـارـ الـإـنـسـانـيـ، وـكـلـ مـنـهـاـ يـسـتـخـدـمـ لـحـلـقـ اـنـطـبـاعـ مـخـلـفـ عـنـ نـفـسـ الـحـدـيـثـ (Liu & Qi, 2025; Zakkala, 2025). تـظـهـرـ الـدـرـاسـاتـ كـيـفـ أـنـهـاـ تـؤـطـرـ لـلـصـفـاتـ أـلـعـزوـ (Chong, 2007)ـ. كـمـاـ تـكـشـفـ عـنـ الدـورـ الـكـبـيرـ لـثـقـافـةـ الـمـؤـسـسـاتـ الـإـعـلـامـيـةـ وـالـسـيـاسـيـةـ فـيـ اـنـتـقاءـ هـذـهـ الـأـطـرـ وـتـكـيـيـفـهـاـ بـمـاـ يـخـدـمـ أـهـدـافـاـ بـعـيـنـهـاـ. عـلـىـ سـبـيلـ الـمـثالـ، فـيـمـاـ يـتـصـلـ بـتـغـطـيـةـ الـبـطـوـلـاتـ وـالـمـنـاسـبـاتـ الـرـياـضـيـةـ الـكـبـرـيـةـ، يـعـادـ إـنـتـاجـ الـرـمـوزـ الـوـطـنـيـةـ، وـتـرـقـ سـرـدـيـاتـ الـقـوـةـ وـالـجـدـلـ حـوـلـ الـشـرـعـيـةـ وـالـمـهـوـيـةـ (Carter, 2013; Liu & Qi, 2025).

لـذـاـ وـعـطـعـاـ عـلـىـ مـاـ سـيـقـ، تـسـعـيـنـ هـذـهـ الـدـرـاسـةـ بـنـظـرـيـةـ التـأـطـيرـ بـوـصـفـهـاـ أـداـةـ مـنـهـجـيـةـ لـتـحـلـيلـ كـيـفـيـةـ بـنـاءـ وـتـقـديـمـ الـمـعـانـيـ ضـمـنـ التـغـطـيـاتـ الـإـعـلـامـيـةـ الـغـرـبـيـةـ لـفـوزـ الـهـلـالـ. تـبـعـ هـذـهـ تـحـلـيلـ وـفـهـمـ كـيـفـيـةـ الـتـيـ تـنـتـقـيـ بـهـاـ الـوـسـائـلـ الـإـعـلـامـيـةـ عـنـاصـرـ مـعـيـنـةـ مـنـ الـحـدـثـ وـتـبـرـزـهـاـ، وـتـحـجـبـ أـخـرـىـ، بـمـاـ يـفـضـيـ إـلـىـ إـيـصالـ دـلـالـاتـ مـحـدـدـةـ تـتـجـاـزـ مـلـكـ الـحـدـيـثـ. فـعـنـ طـرـيـقـ تـحـلـيلـ الـإـطـارـاتـ الـمـسـتـخـدـمـةـ، يـمـكـنـ الـكـشـفـ

عن تمثّلات أعمق تتصل مثلاً بصورة الآخر والبيمنة الرمزية. وعليه، لا يمكن إغفال أهمية استحضار مفهوم التأطير الإعلامي بوصفه مدخلاً لفهم آليات الخطاب الإعلامي الغربي حول انتصار نادي سعودي على نادي أوروبي عريق.

### Nation Branding العلامة الوطنية

يُشير مفهوم العلامة الوطنية - يترجم أحياناً إلى العلامة التجارية الوطنية أو التسويق للدولة - إلى الجهود الاستراتيجية التي تبذلها الدول لأجل تشكيل صورتها الذهنية على نحو معين، والتسويق لهويتها ورؤيتها دولياً، وتستلهم في ذلك أساليب مستمدّة من مجال التسويق والعلاقات العامة. وقد يُعرّف بأنه مزيج مُتفرد ذو أبعاد عدّة تمنّع الدولة تمنّياً يتماشى مع اهتمام الفئات المستهدفة (Dinnie, 2016). يتضمن نموذج العلامة الوطنية جوانب مثل السمعة الدولية، والهوية الثقافية، والانطباعات العامة عن الدولة، كما أنه يتداخل مع مفاهيم أخرى كالقوة الناعمة والدبلوماسية العامة (Fan, 2006; Kobierecki & Strożek, 2017). من الملاحظ الاستعانته بهذا النموذج على نحوٍ مُطْرَد في مجال الرياضة، حيث تسعى الدول إلى تحسين صورتها من خلال استضافة البطولات العالمية أو الاستثمار في أندية كبرى (Bocquet & Dalakas, 2023).

يقوم نموذج العلامة الوطنية على ركائز أساسية مثل الهوية الوطنية national identity، والصورة الذهنية image، والوضع أو التَّمَرُّكَر positioning. وتشير الدراسات إلى أن الأداء الرياضي المميز، واستضافة الفعاليات الرياضية العالمية، وامتلاك الأندية الكبّرى هي أدوات فعالة لتعزيز صورة الدولة (Park, 2021; Bocquet & Dalakas, 2023). تُفيد الدراسات بأن نجاح الدول في البطولات العالمية، مثل الألعاب الأولمبية، يسهم في رفع ترتيبها في مؤشرات العلامة الوطنية، ويسهل من صورتها عالمياً (Kobierecki & Strożek, 2017). في هذا الصدد، لا تُعد الرياضة مجرد وسيلة ترفية، إنما فرصة أو وسيلة لصياغة خطاب عالمي حول الدولة وقدراتها.

أحد النماذج النظرية المفيدة لفهم عملية تكوين العلامة الوطنية هو نموذج مفهوم الدولة Country Concept Model الذي يجمع بين عدة أبعاد لصورة الدولة، بما في ذلك كونها مصدراً للسلع والخدمات، ووجهة سياحية، وفاعلاً سياسياً وثقافياً على الساحة الدولية. يسهم هذا النموذج في تحليل كيفية تفاعل الجماهير الدولية مع رموز الدولة، سواء كانت لاعبين، أو أندية، أو شعارات تسويقية مرتبطة بالأحداث الرياضية. وقد استُخدم هذا النموذج في دراسات حول قطر والإمارات، فمثلاً كشفت النتائج أن ملكية دولة قطر لأندية مثل باريس سان جيرمان Paris Saint-Germain واستخدام الشعارات السياحية على قمصان اللاعبين كان مؤثراً في اتجاهات الجماهير نحو قطر (Bocquet et al., 2021). وفي السياق ذاته، يُعد استحواذ مجموعة أبوظبي المتّحدة على نادي مانشستر سيتي Manchester City عام 2008 مثلاً بارزاً على توظيف الاستثمار الرياضي كأدلة للعلامة الوطنية؛ إذ تحول النادي إلى منصة دولية تعكس التزام الإمارات بالحداثة والتّنوع الاقتصادي، وتعزز صورتها الذهنية عالمياً من خلال الرياضة. وقد بيّنت أبحاث أخرى أن العلامة الوطنية ليست مجرد مفهوم يتعلق بالدعائية للدولة وحسب، إنما هو خطاب ثقافي يتّشكل جراء التفاعلات المتعددة بين الدول والأفراد في شتى أرجاء العالم (Kaneva & Popescu, 2021; Millington et al., 2014).

تكمّن أهمية الاستعانته بنموذج العلامة الوطنية في هذا البحث في إسهامه في تحليل التغطية الإعلامية الغربية لفوز الهلال على مانشستر سيتي. إذ سُيُظْهِر تحليل التغطية الإعلامية كيف يتم تمثيل السعودية من خلال هذا الحدث، وما إذا كان يُنظر إليه كجزء من مشروع أوسع لإعادة تشكيل الصورة المُدرَّكة للسعودية وتعزيز طموحها العالمي. بذلك، لا يُستخدم نموذج العلامة الوطنية لتحليل التناول الإعلامي العربي لفوز الهلال فحسب، بل أيضاً لاستكشاف ما إذا كانت هذه التغطية تُظهر اعترافاً صريحاً أو ضمنياً بالمشروع السعودي للعلامة الوطنية أو تتضمّن مقاومةً له، وذلك عبر تمثيلاتها الإعلامية له.

### الاستثمار السعودي في كرة القدم

شهدت السعودية في السنوات الأخيرة، تحولاً استراتيجياً في نظرتها إلى الرياضة، لا سيما كرة القدم، باعتبارها أدلة فاعلة لتعزيز مكانتها الدولية وتحقيق أهداف رؤية 2030. لا يقتصر هذا التوجّه على تطوير البنية التحتية الرياضية، إنما يُوصَف بأنه مشروع وطفي شامل يُوظِّف كرة القدم كوسيلة لتحقيق "التحديث الرمزي" للدولة (Agerschou-Madsen, 2025). لقد تحولت كرة القدم من مجرد نشاط رياضي إلى آلية اقتصادية وثقافية، يُعاد من خلالها تشكيل صورة السعودية كدولة منفتحة على العالم. يتمثل أحد أبرز معالم هذا الاستثمار في التوسيع غير المسبوق في استقطاب النجوم العالميين إلى الدوري السعودي، وفي طليعتهم كريستيانو رونالدو Cristiano Ronaldo، الذي أعقبه سلسلة من التعاقدات مع كبار نجوم كرة القدم العالميين، في إطار مشروع تقوده رابطة دوري المحترفين بالتنسيق مع صندوق الاستثمار العام PIF (Agerschou-Madsen, 2025; Rasmussen, 2023). مما يشير إلى مركزية الدولة في إدارة هذا التحول .Rookwood, 2022)

ينطوي هذا الاستثمار على تأثيرات عديدة، حيث أصبح ملعب كرة القدم مجالاً لإعادة تشكيل الاتجاهات المجتمعية، مثل حضور النساء في المدرجات وتأسيس أولية كروية نسائية رسمية. كما أظهرت الاستثمارات في الأندية والمراقب الرياضية تحولاً في علاقة المجتمع مع النشاط الرياضي، وساهمت في إعادة صياغة صورة السعودية دولياً، وأصبحت فاعلاً مؤثراً في مشهد كرة القدم عالمياً & Almamudin, 2023; Kaur, 2020).

يُعد تقديم هذه اللحمة الموجزة عن الاستثمار السعودي في كرة القدم ضروريًا في هذا البحث لأنه الأساس التي تقوم عليه عمليات التمثيل والتاطير في الخطاب الإعلامي الغربي حول السعودية. فهذه الاستثمارات ليست مجرد عمليات اقتصادية أو رياضية، بل هي أيضًا أدوات استراتيجية ذات دلالات رمزية سياسية، وهي من ضمن آليات أخرى تستهدف تعزيز صورة السعودية بما يتسمق مع تطلعات القيادة نحو التحديث والانفتاح على العالم (Agerschou-Madsen, 2025; Kaur, 2020; Koch, 2013).

### الأدبيات البحثية ذات العلاقة

في إطار الدراسات التي تناولت تغطية الإعلام الغربي لمناسبات الرياضية الكبرى التي استضافتها دول عربية وخليجية، توجد عدة دراسات تَقصَّت معالجة الصحف الغربية لهذه الاستضافات. على سبيل المثال، قدمت دراسة فداء عبد الدايم (2022) تحليلًا لطبيعة ومضمون التقارير الصحفية الأجنبية حول كأس العالم قطر 2022، وذلك من خلال عينة من الصحف في اثنين عشرة دولة. كشفت نتائج الدراسة عن معالم واضحة لخطاب الكراهية في هذه التقارير، إذ هيمن على المعالجات الخبرية آراء سياسية تتعلق بانتهاكات مزعومة لحقوق الإنسان، وحقوق العمال، والحربيات الجنسية، ورافق ذلك تجاهل لنفي الدولة المضيفة لهذا الاتهامات. من الجلي أن تسييس الحدث الرياضي كان طاغيًا، مما أفضى إلى تصاعد التوتر بين الدولة المضيفة وبعض الأطراف الغربية. تتسق هذه النتائج مع ما أسفرت عنه دراسة أخرى (Brannagan & Reiche, 2022). حللت تناول الصحف الغربية لمثل هذه استضافة قطر لكأس العالم، وقد تمحور تحليلها حول الاتهامات التي وجهت للدولة بشأن شراء الأصوات والفساد في الاتحاد الدولي لكرة القدم. أشارت الدراسة إلى أن الصحف شَكَّكت مراراً في قدرة دولة عربية صغيرة المساحة كقطر على تنظيم حدث عالمي بهذا الحجم، وركَّزت على مزاعم من قبيل ضعف البنية التحتية، وغياب الحرفيات السياسية، وسوء أوضاع العمال. لقد لُوِّحَتُ الطرح السلي والمت Shank في كفاءة دولة قطر لاستضافة هذا الحدث الكروي الكبير، وُصِّدَّت صورة نمطية اخترالية عن الدولة المضيفة.

وبالانتقال للسوق السعودي، وعلى الرغم من الاهتمام الإعلامي الغربي اللافت بالاستثمار السعودي في الرياضة، ومن ضمنها كرة القدم، فلا تزال الدراسات التي تتناول كيفية تصوير هذا الاستثمار في الإعلام الغربي محدودة نسبيًا. يأتي من ضمنها دراسة استهدفت تحليل دور اللاعبين الدوليين في تعزيز العلامة الوطنية السعودية واستراتيجيات العلاقات العامة الدولية، مع تسليط الضوء على الجوانب الاتصالية والدبلوماسية للرياضة، إلا أنها لم تتناول بالتفصيل الكيفية التي يجري بها تمثيل هذه المسائل في الإعلام الغربي (Alawi, 2024). كما حلَّ المخرج معالجة الصحافة البريطانية لاستضافة المملكة العربية السعودية لمناسبات الرياضة العالمية انطلاقاً من نموذج مفهوم الدولة Country concept model. كشفت دراسته عن غلبة الطابع السلي على تناول الصحافة البريطانية لاستضافة السعودية بهذه الأحداث، مع ملاحظة انخفاض هذا الطابع مع مرور الوقت (Almahraj, 2023).

من هنا، تأتي هذه الدراسة لسدّ نقص واضح في الأدبيات البحثية التي تناولت تمثيلات الانتصارات الكروية السعودية في الإعلام العربي، من زاوية تحليلية نوعية تتجاوز الرصد الكمي العام. في حينما انصبَت الدراسات السابقة على الجدل الحقوقي أو على إطار الاستضافة ومفاهيم القوة الناعمة، تُغيب المقاريب التي تُعنى بفهم الخطاب الإعلامي المرافق للنجاحات الرمزية السعودية في الملاعب، وما قد تحمله من أثر أو تمثيلات معينة، وتحولات في الصورة الذهنية للمملكة، وموقعها المستجد في مجال كرة القدم عالمياً. بذلك، تسعى هذه الدراسة إلى الإسهام في إثراء هذا الحقل البحثي، عبر تحليل عميق للتغطية فوز الهلال على مانشستر سيتي، بوصفه لحظة رمزية تحمل أبعاداً ذات مغزى تتجاوز حدود المستطيل الأخضر.

### 3- الإجراءاتمنهجية للبحث

#### منهج البحث

اعتمد هذا البحث على تحليل الموضوعات أو التحليل الموضوعي Thematic analysis، بوصفه الأنسب لتحليل التغطية الإعلامية الغربية لفوز نادي الهلال السعودي على مانشستر سيتي، نظرًا لما يوفره من أدوات لفهم السياقات الرمزية والثقافية الكامنة في الخطاب الإعلامي، واستخراج أنماط التمثيل والدلائل الضمنية. هذا النوع من التحليل عبارة عن عملية وصفية تهدف إلى عرض البيانات النوعية من خلال تلخيصها وتنظيمها بصورة منهجية في موضوعات Themes ذات دلالة ما (Anderson, 2007).

يُعد التحليل الموضوعي أسلوبًا مفيدًا ومرنًا للكشف عن التمثيلات والمعاني الضمنية في المواد الإعلامية، إذ يُمكن من استخلاص نتائج ذات دلالة تُسهم في فهم كيفية تجسيد تمثيلات الهلال والسعوية في هذا الحدث الرمزي ضمن السياق الإعلامي الغربي (Braun et al., 2019; Kiger & Varpio, 2020).

### عينة البحث

ركزت هذه الدراسة على تحليل التغطية الإعلامية الغربية لفوز نادي الهلال السعودي على مانشستر سيتي ضمن منافسات بطولة كأس العالم للأندية 2025، باعتباره حدثًا رياضيًّا فريدًا يحمل دلالات رمزية وثقافية تتجاوز حدود المنافسة الكروية. لأجل ذلك، تم اعتماد فترة زمنية لجمع البيانات امتدت لأسبوع واحد (1-7 يوليو 2025) بعد المباراة. بهدف رصد الانطباعات المباشرة وردود الفعل الأولية كما تجلّت في الخطاب الإعلامي الغربي. وقد تم اختيار المقالات الصحفية المنشورة خلال هذا الأسبوع بناءً على منهجيات مشابهة لما طُبّق في دراسات تحليل التغطية الإعلامية لأحداث رياضية كبيرة (Miall, Crabill et al., 2022) التي تؤكد على أهمية المرحلة الزمنية للحدث كمصدر غني بالخطابات الرمزية الأولية، لما تحمله من تمثيلات عفوية ودلالات تعكس التأويلات الأولية للحدث قبل أن تخضع لاحقًا لسرديات مؤسساتية مُوجهة أكثر. تم اختيار المقالات بناءً على كيفية تناولها لهذا الحدث، وتحليلها لأبعاد الفوز، واستحضارها لسيارات رمزية أو سياسية أو ثقافية ذات صلة، وكذلك تمثيلها لانعكاسات الحدث على صورة كرة القدم السعودية والاستثمار السعودي فيها. لذلك، استبعدت المقالات التي اكتفت بالسرد الإخباري الخبري دون تقديم تحليل أو دلالة أوسع.

تم جمع المواد الصحفية باستخدام محرك Google News، من خلال عدة كلمات مفاتيحية مثل: (Manchester City, Al Hilal, Club World Cup, Saudi football, Reuters, The Guardian, BBC, The National, Last Word on Sports, France 24, TalkSport, CBS Sports, The Athletic, The Economic Times, Associated Press, Inside World Football, Geo News).

### تحليل بيانات البحث

بعد الانتهاء من جمع المواد الصحفية التي تناولت فوز نادي الهلال السعودي على مانشستر سيتي، أجرت الباحثة وزميلة لها تحليلًا موضوعيًّا للبيانات، من خلال تطبيق عملية منهجية منظمة لترميز المحتوى وتصنيفه، بُعْدية استخلاص الثيمات الرئيسية التي تتكرر في التغطيات الصحفية. استند في ذلك إلى الخطوات المنهجية المعتمدة في ترميز البيانات (Takona, 2024)، وذلك من خلال أولًا قراءة أولية شاملة لتكوين تصور عام عن المقالات المختارة والمنشورة في منصات إعلامية غربية واسعة الانتشار، تلتها عدة قراءات متعمقة تستهدف لإجراء ترميز مفتوح Open Coding لاستخراج الأنماط الأساسية، ثم تصنيف المحتوى ضمن فئات موضوعية Thematic categories لأجل تعزيز موثوقية التحليل وثباته الداخلي، ناقشت الباحثتان الفئات الموضوعية باستمار، لتجنب أي تباينات في الترميز من وللتوصيل إلى اتفاق حول مضامين البيانات ومعانها (Braun & Clarke, 2022; Nowell et al., 2017). يجدر بالذكر هنا أن التأكيد على أهمية التوصل إلى اتفاق بين المحللين يُعد أساسياً لضمان دقة الترميز وتعزيز الاتساق في التحليل، لذلك يُعد النقاش والتفاوض بين المحللين ضروريًا لضبط جودة التحليل وتعزيز الثبات الداخلي للنتائج (Hemmler et al., 2020).

### موثوقية إجراءات البحث

سعت هذه الدراسة إلى تعزيز الموثوقية من خلال اتباع خطوات تحليل منهجية دقيقة، وضبط عملية جمع البيانات وتحليلها بما يتوافق مع معايير البحث النوعي. أُجري التحليل عبر ترميز مفتوح وقراءة متكررة للنصوص الإعلامية وفق خطوات التحليل الموضوعي كما وضّحها (Braun & Clarke, 2022)، لضمان استخراج الثيمات Themes أو الفئات الموضوعية بطريقة منهجية (Nowell et al., 2017).

كما تم الالتزام بالشفافية في توثيق مراحل التحليل، مع الحفاظ على تنوع العينة وشموليها لوسائل إعلام من توجيهات مختلفة، بما يضمن تمثيلاً متوازناً للخطاب الإعلامي. إلى جانب التحقق من المصداقية credibility من خلال العودة المتكررة لمحتوى المقالات، والوصول إلى تَشَبُّه نظري Theoretical saturation في استخلاص الثيمات الرئيسية (Adler, 2022; Enworo, 2023).

فضلاً عما سبق، وضمن مساعي تعزيز الموثوقية، وُضحت جميع خطوات التحليل، مما يتيح إمكانية مراجعتها لاحقًا ويعزز من قابلية الدراسة للتدقيق Auditability. ويُقصد بها في إطار التحليل الموضوعي توثيق الخطوات المتخذة أثناء التحليل، وجعلها شفافة ومنهجية، على نحو يتيح للباحثين الآخرين فهم الكيفية التي تم بها الوصول إلى النتائج والتحقق منها. تُعد هذه المسألة باللغة الأهمية لضمان جودة البحث ودقته، وللتتأكد من أن التحليل مبني على خطوات واضحة، تُتيح تبرير نتائجه بصورة منهجية (Janis, 2005; Tuckett, 2022).

أخيراً، أثناء إجراء هذا التحليل، كان هنالك وعي بدور الباحثة وزميلتها في تحديد الموضوعات الرئيسية واستنتاج دلالاتها، حيث لم يُنظر إلى الذاتية هنا بوصفها تهديدًا لموثوقية البحث، إنما كمصدر لفهم أعمق وأكثر مرؤنة، شريطةً اقتراحها بتأمل نقدي. وانطلاقاً من هذا

الوعي، فقد أعتبرت الموثوقة في هذا البحث بمثابة عملية حوارية، تُعرض من خلالها القراءات والتحليلات ضمن إطارها التأويلي، مع إتاحة المجال للقاريء لتقييم مدى معقوليتها واتساقها، وهو ما ينسجم مع الطروحات النقدية الحديثة التي ترفض المفاهيم غير المرنة حول الصدق والحياد في مثل هذا النوع من الأبحاث (Schwandt et al., 2007).

#### 4- نتائج البحث ومناقشتها

فُسّمت نتائج تحليل المحتوى إلى أربع موضوعات أو ثيمات رئيسية للتغطية الإعلامية الغربية لفوز الهلال، تتعلق بكيفية التناول، والاستعارات المتكررة، وبعض التغيرات في تمثيلات الكرة السعودية، وإبراز التنوع في التناول الغربي. هنا خُتمت النتائج بثيمة خامسة بخصوص إعادة تأطير الانتقادات الغربية للاستثمار الخليجي والعربي في الرياضة.

##### من "مفاوضات رياضية" إلى "بيان عالمي"

رغم أن بعض العناوين الأولية وصفت فوز الهلال بأنه "أحد أكبر الصدمات في تاريخ كرة القدم (talkSPORT)"، فإن التغطية الغربية سرعان ما تجاوزت السرد التقليدي للمفاجآت الرياضية، لتمثّل الحدث أبعاداً رمزية أعمق ترتبط بتغيير خريطة القوى الكروية عالمياً، وصعود السعودية كلاعب مؤثر في هذا المجال. فمثلاً وصفت الجارديان البريطانية The Guardian النتيجة بأنها "لحظة رمزية مفصلية"، وكتبت بتعابير مجازي لافت: "انحجبت شمس مانشستر سيتي تحت هلال الهلال، وأصبح لعالم كرة القدم لون جديد مختلف"، ويشتهر منه دلالة انبثاق لقوة جديدة من خارج المركز الأوروبي التقليدي. وبالمثل، ذكر أحد الصحفيين أن استقطاب الدوري السعودي لنجم عالميين مثل كريستيانو رونالدو، ونيمار، وربما لاحقاً ليونيل ميسي، يعد خطوة مهمة، إلا أنه لا يُضافي الفوز على فريق مميز يلعب في أقوى دوري في العالم، لإيصال رسالة واضحة ومباشرة مفادها أن السعودية لم تعد على الهاشم في كرة القدم، إنما باتت تنافس في مركزها.

هذا وقد أشارت في ذات السياق، وكالة أسوشيتد برس AP إلى النتيجة بأنها "فوز مُزلزل"، مضيفةً: "هذه هي النتيجة التي كانت السعودية تنتظّرها لتأثّرها أن مشروعها الكروي ليس مجرد إتفاق مالي، بل خطّة استراتيجية طويلة المدى"، وأن "السعودية أرادت أن ترسل للعالم رسالة واضحة: لسنا هنا فقط لشراء اللاعبين، بل لنكون بين الكبار". مثل هذه التغطيات تتقدّم بوضوح مع ما تفترضه أدبيات "العلامة الوطنية" (Agerschou-Madsen, 2025)، من أن صورة الدولة ومكانتها عالمياً لا تقوم فقط على السياسة أو الاقتصاد، إنما أيضاً من خلال ما تقدمه من نموذج ثقافي وجاذبية رمزية في مجالات مثل الإعلام، والرياضة، والفن. في هذا الإطار، يمكن اعتبار نادي الهلال من خلال هذا الفوز وسيطاً رمزاً في "دبلوماسية الرياضة"، ومثلاً للطموحات والتحولات الكبرى في المشروع السعودي. ومساهماً في إعادة تشكيل صورة المملكة وتعزيز حضورها الدولي من خلال كرة القدم في المحافل العالمية.

##### استعارة متكررة

تكررت استعارة "كنا كمن يتسلق جبل إيفرست بدون أوكسجين" في أكثر من تقرير صحفي غربي، واستُخدمت لوصف صعوبة المواجهة والانتصار غير المتوقع الذي حققه الهلال، مما يكشف عن ميلٍ لتأطير الحدث ضمن إطار "الملحمة البطولية". صرّح مدرب الهلال إنزاغي Inzaghi، قائلاً: "كان علينا تسلق جبل إيفرست بدون أوكسجين، ونحجزنا (Reuters, BBC)". ورغم أنها صدرت من مدرب الهلال، فإن تكرارها في التغطيات الإعلامية الغربية قد يُفهم على أنها ذات دلالة رمزية أوسع، تتجاوز السياق اللحظي لتُفهم في بناء سردية أعمق حول معنى الفوز، بوصفه نجاحاً غير متوقع في اختبارٍ صعب. ومن هذا المنظور، لم يُقدم الهلال كفريق من خارج أوروبا فحسب، إنما كمنافس نجح في مخالفة التوقعات ومجاراة أحد أكثر الأنديّة رسوحاً في النظام الكروي العالمي.

وفقاً لنظرية التمثيل (Hall, 1997)، لا تُعد الاستعارات أدوات لغوية محايضة، بل تُشكّل أنظمة دلالية تساهم في بناء المعنى وتمثيل الواقع، هو ما يتضح في كيفية توظيف استعارة "تسلق إيفرست" لتميز هذا الحدث الكروي خارج سياقه الرياضي المباشر.

##### تحولات في خطاب التمثيل

أظهرت التغطيات نزعةً لإعادة النظر في الصورة النمطية عن الكرة السعودية، التي كانت تُخترل سابقاً في "المال" و"اللاعبين الكبار في السن". فمثلاً، كتب مراسل BBC أن الهلال "أول نادٍ حارق في آسيا"، مشيراً إلى أنه بات "ضمن نخبة كرة القدم العالمية"، بينما يعتبر تقرير "The National" أن "الهلال ليس مجرد نادٍ مدعوم مالياً، إنما نادٍ جاد، يملك نخبة محلية وأجنبية، ويؤمن بالمنظومة".

كشفت التغطية أيضاً تحولاً ملحوظاً في خطاب تمثيل دوري كرة القدم السعودية. فكثيراً ما كان يُختزل في "دوري الأموال" أو "وجهة اعتزال"، أما في التناول الإعلامي لفوز الهلال، فلنلاحظ انتراً بجودة المشروع الكروي السعودي. فمثلاً، وصفت صحيفة الجارديان الفوز بأنه "يضع السعودية في قلب خريطة كرة القدم"، مضيفةً أن الهلال السعودي "لم يكن أبداً نادياً صغيراً، لكنه أصبح الآن نادياً لا يمكن تجاهله".

كذلك، أشارت وكالة أسوشيتد برس إلى أن الهلال "يُجسد الآن مشروعًا استراتيجيًّا تتجاوز دلالاته حدود المنافسة"، وأن "الفوز ليس مجرد نتيجة مباراة بل لحظة إعلان". وفي هذا السياق، ورد مصطلح Sportswashing - يمكن ترجمته إلى تلميع الصورة أو استخدام الرياضة لتحسين سمعة الدولة - مرَّة واحدة فقط، ضمن إشارة عابرة إلى الاتهامات الغربية التي تُوجه أحيانًا للاستثمار الرياضي السعودي باعتباره محاولة لتلميع صورة المملكة العربية السعودية. إلا أن السياق العام للمقال ذاته يُقلل من هذا التوصيف، ويُستدل منه أن المشروع الكروي السعودي كخطوة طويلة الأمد ذات أبعاد تنافسية حقيقة. يُشير هذا المصطلح استخدام الرياضة كأداة لصرف الانتباه عن انتهاكات أو ممارسات مثيرة للجدل، أو لتحسين صورة الدولة أمام المجتمع الدولي (Skey, 2023).

تبين هذه النتيجة بوضوح مع ما توصلت إليه دراسة المحرج (Almahraj, 2023)، التي حللت تغطية الصحف البريطانية للأحداث الرياضية الدولية التي استضافتها المملكة بين عامي 2017 و 2021، وأفادت بأن مصطلح Sportswashing تكرر ذكره في تغطيات متعددة، ضمن سياق نقي و واضح للاستثمار السعودي في الرياضة، مما يعكس تشككًا في النوايا السياسية الكامنة خلف تنظيم السعودية لهذه الفعاليات الرياضية. إن محدودية حضور هذا المفهوم في التغطيات الإعلامية الغربية لفوز الهلال، مقارنةً بزخم الاهتمام بالجانب التنافسي والرمزي للفوز، تعكس تحولًا تدريجيًّا في تمثيل المشروع الكروي السعودي، من كونه موضع تشكيك إلى كونه تجربة تستحق التوقف والتأمل.

هذا التفاوت بين التناول الإعلامي لفوز الهلال والتتابع الذي توصل إليها المحرج قد يُعزى أيضًا إلى عوامل أخرى، من أبرزها اختلاف السياق؛ ففي حالة فوز الهلال على مانشستر سيتي لا يتعلّق الأمر باستضافة حدث رياضي عالمي تنظمه الدولة، إنما بفوز نادي سعودي في منافسة كروية، وهو ما قد يفسّر غياب الخطاب الاتهامي المعتمد المرتبط بالتنظيم الرسمي. كما يمكن أن يُشير هذا الاختلاف إلى تحول فعلي في بعض التغطيات الغربية تجاه الاستثمار السعودي في كرة القدم، بما يعكس إدراكًا متزايدًا لأبعاد المشروع الرياضي بوصفه أكثر من مجرد أداة لتحسين السمعة الدولية. تجدر الإشارة إلى أن وزير الرياضة السعودي رفض علنًا هذا الاتهام في مقابلة على قناة CBS ، مؤكداً أن الاستثمارات الرياضية تمثل ركيزة مركبة في رؤية السعودية 2030، لا غطاءً للملفات أو ممارسات أخرى (Wertheim, 2023).

نستطيع القول إجمالاً، أن هذه التغطيات تعكس ما طرحته أنهولت Anholt (2007) حول استخدام الأحداث الرمزية الكبرى لإعادة تشكيل "العلامة الوطنية" وتقديم الدولة بوجهية تنافسية جديدة في الأسواق الثقافية العالمية. هنا بزرت تغطية فوز الهلال كعلامة سعودية مغايرة لعدد من التغطيات السابقة، إذ جاءت هذه العلامة أكثر تعقيدًا وندية، وتجاوزت ثنائية "المال مقابل الشرعية" التي لطالما هيمنت على تناول الاستثمار السعودي والخليجي في الرياضة العالمية.

#### تنوع Heterogeneity الخطاب الإعلامي الغربي

كشفت المقارنة بين المقالات عن تنوع لافت في طبيعة الخطاب الإعلامي الغربي تجاه فوز الهلال، يتراوح بين الاحتفاء والانهيار، والتحليل الواقعي، والشك والريبة، وصولاً إلى التناول الرمزي والثقافي العميق. فمثلاً، بينما عبرت مقالات من BBC و The National عن إعجاب صريح بتقدّم الهلال، وذهب إلى وصفه بأنه "نادي خارق" و "نقطة تحول"، جاءت مقالات أخرى وإن كانت قليلة مُحملة بتسلّفات ذات طبيعة سياسية ضمنية أو نقد غير مباشر للنفوذ السعودي في الرياضة.

يكشف هذا التباين أن الخطاب الإعلامي الغربي ليس أحدى النبرة أو ثابت الاتجاه، كما يفترض أحيانًا في عدد من القراءات العربية. إن التعامل مع الإعلام الغربي بوصفه كيّاناً متاجنساً يُغفل السياقات المؤسسية، والاختلافات الأيديولوجية، وتعدد الأصوات داخل المجال الإعلامي الغربي نفسه. تشير دراسات الإعلام الثقافي إلى أن المؤسسات الإعلامية، حتى ضمن السياق الغربي، تُنتج خطاباً متنوّعاً يتأثر بعوامل مثل الجمهور المستهدف، السياسات التحريرية، والمواقف الأيديولوجية المتباينة (Couldry, 2012; Hallin & Mancini, 2004). ووفقًا لما يوضحه نيك كولديري Nick Couldry، فإن الخطاب الإعلامي ليس مجرد انعكاس للواقع، بل هو عملية تفاوض رمزي ينبع عنها معانٍ متعددة، وقد تتضمن أصواتًا متعارضة داخل نفس المنصة أو المؤسسة (Couldry, 2012). وبالمثل، يؤكد البعض أن النظم الإعلامية الغربية ليست متجانسة، بل تختلف من حيث استقلالية الصحفيين ودرجة التسييس، وهو ما ينعكس في تنوع أنماط التغطية والخطاب (Hallin & Mancini, 2004).

لذلك، من المهم عدم إغفال مسألة دينامية الخطاب الغربي، واستجابته للسياقات، وتطوره المحتمل مع تغير موازين القوى في الرياضة العالمية. وبالتالي، يتطلب فهم التغطية الإعلامية تحليلًا نوعياً دقيقاً يراعي هذه التعددية، بدلاً من اللجوء إلى افتراضات مسبقة من استشراق أو عنصرية.

#### ليس استشر أفالاً فقط – إعادة تأطير الانتقادات الغربية

رغم شيوخ وصف الانتقادات الغربية للاستثمار الخليجي في الرياضة بـ"الاستشراق"، إلا أن هذا التوصيف يُسْطَع المشهد ويُغفل أبعاد الأيديولوجية والسياسية الأعمق. إذ تُظهر بعض الخطابات الإعلامية الغربية ما يُشبهه قلقاً جيوسياسيًّا مستترًا، يتمثل في الخوف من

صعود قوى غير غريبة إلى مجال النفوذ الرمزي. فمن الوارد اعتبار استثمار السعودية في كرة القدم – ولو ضمنياً – تحدياً لاحتكار الغرب التقليدي لأدوات القوة الناعمة، وعلى رأسها الرياضة والإعلام والثقافة.

نلاحظُ في هذا الصدد، معاييرًا مزدوجة في الخطاب الإعلامي الغربي تحضر أحيانًا وتغيب أحيانًا أخرى. فبينما يحتفى بالاستثمارات الأمريكية أو الأوروبية في الرياضة كخطوات استراتيجية، توصف نظيراتها الخليجية بأنها تلميع صورة أو تحسين سمعة من خلال الرياضة.

يعكس هذا التناقض اشكاليةً لدى بعض الأمصوات في الإعلام الغربي لا تتعلق بالاستثمار الرياضي ذاته، إنما في هوية الفاعل الثقافي. علاوةً على ذلك، يبدو أن هناك ما هو أشبه بـ“ترزة حصرية للتمثيل”，حيث يُنظر إلى السردية الرياضية العالمية كمجال ينبغي أن يبقى تحت سيطرة الغرب، مع مقاومة واضحة لأى محاولة لإعادة كتابتها من “البامش الجغرافي”. لذا يُثير الاستثمار الرياضي السعودي والخليجي عمومًا القلق لتحديه الصور النمطية المعتادة عن هذه الدول. لذلك، لم يستقبل الفوز الهلالي – في بعض التغطيات الإعلامية الغربية – بوصفه مجرد حدث رياضي، بل كواقعٍ رمزيٍ تُعيد توزيع أدوار السرد والسيادة الرمزية في الساحة العالمية.

ختاماً، تجدر الإشارة إلى بعض أوجه القصور التي ينبغي أخذها في الاعتبار عند تفسير النتائج. فقد استند البحث على محتوى إعلامي خلال فترة زمنية قصيرة (الأسبوع الأول بعد المباراة)، وهو ما قد لا يعكس التطورات اللاحقة في الخطاب الإعلامي الغربي. كما اقتصر التركيز على الصحافة الإلكترونية دون التطرق إلى وسائل إعلامية أخرى مثل البث المرئي أو منصات التواصل الاجتماعي الغربية، الأمر الذي قد يحدّ من شمول التمثيلات الإعلامية. إضافًةً إلى ذلك، اقتصرت العينة على منصات إعلامية كبرى محددة، مما يعني أن النتائج تعكس توجهات هذه المنصات أكثر مما تعكس المشهد الإعلامي الغربي بمختلف تنوّعاته. وعليه، يمكن اعتبار هذه النتائج مؤشرات أولية قابلة للتتوسيع والتعميم في دراسات مستقبلية أوسع وأكثر مقارنة.

## الخلاصة والتوصيات والمقترحات

كشفت نتائج هذا البحث عن أن فوز نادي الهلال السعودي على مانشستر سيتي ليس حدثاً رياضياً عابراً وحسب، إنما يُمكن اعتباره من خلال بعض أشكال المعالجة الغربية له، حدثاً رمزاً أثار استحضار دلالات ثقافية وسياسية متفاوتة، وتغييراً وإن كان نسبياً في أساليب التمثيل والتأثير. أظهر التحليل أن التغطية الغربية لم تكن متجانسة، إنما تراوحت بين الاحتفاء والخذلان، وخلت من هيمنة السردية السلبية المعتادة. لقد تجلّى في بعض التغطيات توجّه نحو الاعتراف الضمني بتحول موقع السعودية الرمزي في المجال الرياضي، وهو ما يُشير إلى بوادر تحول – ولو أنه تدريجي أو نسبي – في التمثيل الإعلامي الغربي للمشاريع الرياضية السعودية.

يمكن النظر إلى هذا البحث على أنه يسهم في إثارة النقاش النظري والمعرفي المرتبط بدراسات الإعلام والرياضة. فقد كشفت النتائج أن التغطيات الغربية لفوز الهلال لا تُقرّأ فقط بوصفها انعكاساً لحدث رياضي، إنما بالأحرى خطاب ينطوي على أنماط معينة ومتعددة من التمثيل والتأثير لكرة القدم السعودية. ومن هذا المنطلق، يوسع البحث من تطبيقات نظرية التمثيل ونظرية التأثير في سياق جديد يرتبط بالرياضة، كما يثير الأدبيات المتعلقة بالعلامة الوطنية، من خلال تسلیطه الضوء على مسألة كيف يمكن لانتصار رياضي أن يُسهم ولو نسبياً في إعادة تشكيل الصورة الذهنية للدولة ومكانتها ضمن المشهد العالمي.

تتأكد في ضوء هذه النتائج، الحاجة إلى تعزيز أدوات الاتصال الإعلامي الدولي، بما يسمح بإبراز النجاحات الرمزية وتوسيع حضور السردية السعودية في المشهد الإعلامي العالمي. ويتطلب ذلك تنمية قدرات المؤسسات الإعلامية السعودية والعربية في رصد وتحليل الخطاب الإعلامي الغربي، وتطوير استراتيجيات اتصال قادرة على إنتاج سردية بديلة تتجاوز الصور النمطية الراسخة. كما تُعد النجاحات الرياضية الرمزية فرصة مناسبة لتفعيل السياسات الثقافية والدبلوماسية العامة، من خلال إدماج هذه الإنجازات ضمن جهود “العلامة الوطنية”， وترويجها بصفتها مؤشرات على تحول ثقافي واستراتيجي في موقع المملكة.

أما فيما يتعلق بالدراسات في هذا الموضوع، فهناك عدد من المسارات البحثية التي من شأنها أن تُثري الأدبيات ذات الصلة، مثل إجراء دراسات مقارنة بين تغطيات وسائل الإعلام الغربية والعربية وغيرها من وسائل خارج نطاق هذه الثنائية لهذا الحدث، وتحليل التفاعل الجماهيري في منصات التواصل الاجتماعي الغربية بوصفه امتداداً غير رسمي للخطاب الإعلامي. كما تبدو الحاجة ملحة إلى دراسة تأثير هذه اللحظات الرمزية على إدراك الجماهير العالمية لكرة القدم السعودية، وذلك من خلال مناهج كمية وكيفية، كما من أنه من الممكن أيضًا الاستعاضة بمنهج السيناريوهات التمثيلية Vignette Method لاستقصاء مواقف الإعلاميين الغربيين، وتحليل استجاباتهم لسيناريوهات افتراضية تتعلق بتمثيل الفرق الخليجية. فضلاً عن ذلك، يمكن دراسة العلاقة بين التأثير الإعلامي لمثل هذه الأحداث ومؤشرات الصورة الذهنية الدولية، بالاستعاضة بمؤشرات “العلامة الوطنية” أو نتائج استطلاعات من ثقافات مختلفة.

ختاماً، تؤكد هذه الدراسة أن لحظات الانتصار الكروي، وإن بدت رياضية في ظاهرها، إلا أنها تُسهم بعمق في إعادة تشكيل موازين التمثيل الإعلامي، وتفتح المجال أمام الدول الصاعدة – مثل السعودية – لتحدي أنماط الهيمنة الرمزية، وإعادة التفاوض على موقعها في السردية الرياضية العالمية.

## المراجع

### المراجع باللغة العربية

- عبد الدايم، فداء. (2022). التوظيف السياسي لخطاب الكراهية في تغطية الرياضة: دراسة حالة لكأس العالم بقطر ٢٠٢٢. مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، 64(3)، 1697 - 1724. <https://doi.org/10.21608/jsb.2023.185880.1549>
- العربية. نت. (2025 أ، 1 يوليو). لهلال يكتب التاريخ .. أول فوز عربي وأسيوي على فريق أوروبي. العربية. <https://www.alarabiya.net/topics/club-world-cup/2025/07/01/الهلال-يكتب-التاريخ-أول-فوز- عربي-واسيي-على-مانشستر-سيتي>
- العربية. نت. (2025 ب، 4 يوليو). لافروف يهنئ بن فرحان بفوز الهلال: كان رائعًا ومستحقاً. العربية. <https://www.alarabiya.net/social/media/2025/07/04/لافروف-يهنئ-بن-فرحان-بفوز-الهلال-كان-رائعًا-ومستحقا->

### المراجع باللغة الإنجليزية

- Adler, R. H. (2022). Trustworthiness in qualitative research. *Journal of Human Lactation*, 38 (4), 598-602. <https://doi.org/10.1177/08903344221116620>
- Agerschou-Madsen, F. (2025). Football Fever in Saudi Arabia: Nation Branding and Framing Images of Transformation. *Middle East Journal of Culture and Communication*, 18(1), 1-33. <https://doi.org/10.1163/18739865-01801003>
- Alawi, A. H. (2024). Sporting Diplomacy: The Role of International Players in Enhancing Saudi Arabia's Nation Branding and International PR Strategies. *Journal of Media & Management*, 6(9), 1–5. [https://doi.org/10.47363/JMM/2024\(6\)180](https://doi.org/10.47363/JMM/2024(6)180)
- Almahraj, Y. A. (2023). British press coverage of international sports events hosted by Saudi Arabia: content analysis study in light of country concept model. *Humanities and social sciences communications*, 10 (1), 1-9. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-02266-w>
- Anderson, R. (2007). Thematic Content Analysis (TCA): Descriptive Presentation of Qualitative Data Using Microsoft Word. *Descriptive Presentation of Qualitative Data*, 1–4.
- Bocquet, M., & Dalakas, V. (2023). Nation branding through sports: The impact of Qatar's ownership of Paris Saint-Germain (PSG) on Qatar's image by French soccer fans. *Atlantic Marketing Journal*, 12(1), 1-16.
- Brannagan, P. M., & Reiche, D. (2022). The controversial games: responses to Qatar's 2022 World Cup. In *Qatar and the 2022 FIFA World Cup: Politics, Controversy, Change* (pp. 85-122). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-96822-9\\_4](https://doi.org/10.1007/978-3-030-96822-9_4)
- Braun, V., Clarke, V., Hayfield, N., & Terry, G. (2019). Thematic analysis. In *Handbook of research methods in health social sciences* (pp. 843-860). Springer, Singapore. [https://doi.org/10.1007/978-981-10-5251-4\\_103](https://doi.org/10.1007/978-981-10-5251-4_103)
- Braun, V., Clarke, V. (2022) *Thematic analysis: A practical guide*. London: SAGE Publications. <https://doi.org/10.53841/bpsqmip.2022.1.33.46>
- Carter, M. J. (2013). The Hermeneutics of Frames and Framing: An Examination of the Media's Construction of Reality. SAGE Open, 1-12. <https://doi.org/10.1177/2158244013487915>
- Couldry, N. (2012). *Media, society, world: Social theory and digital media practice*. Polity.
- Crabill, E., Maddox, C., & Beissel, A. (2022). We did it: A content analysis of Australian and New Zealand online news media coverage of the bid process for the 2023 FIFA Women's World Cup. *International Journal of Sport Communication*, 16(1), 53-63. <https://doi.org/10.1123/ijsc.2022-0133>
- Dinnie, K. (2016). *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice*. 2nd edition. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315773612>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43 (4), 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Fan, Y. (2006). Branding the nation: What is being branded?. *Journal of Vacation Marketing*, 12(1), 5-14. <https://doi.org/10.1177/1356766706056633>

- Enworo, O. C. (2023). Application of Guba and Lincoln's parallel criteria to assess trustworthiness of qualitative research on indigenous social protection systems. *Qualitative research journal*, 23 (4), 372-384. <https://doi.org/10.1108/QRJ-08-2022-0116>
- Fauzul, A. Y., & Imamuddin, B. (2023). The Development Dynamics of Football and Its Influence on Conservatism Culture in Saudi Arabia. *International Review of Humanities Studies*, 8(2), 577-592. <https://doi.org/10.7454/irhs.v8i2.1125>
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Harvard University Press.
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge University Press.<https://doi.org/10.1017/CBO9780511790867>
- Happer, C., & Philo, G. (2013). The role of the media in the construction of public belief and social change. *Journal of Social and Political Psychology*, 1(1), 321-336. <https://doi.org/10.5964/jspp.v1i1.96>
- Hemmeler, V. L., Kenney, A. W., Langley, S. D., Callahan, C. M., Gubbins, E. J., & Holder, S. (2020). Beyond a coefficient: An interactive process for achieving inter-rater consistency in qualitative coding. *Qualitative Research*, 22, 194–219. <https://doi.org/10.1177/1468794120976072>
- Janis, I. (2022). Strategies for establishing dependability between two qualitative intrinsic case studies: A reflexive thematic analysis. *Field Methods*, 34 (3), 240-255. <https://doi.org/10.1177/1525822X211069636>
- Kaneva, N., & Popescu, D. (2014). National identity lite: Nation branding in post-communist Romania and Bulgaria. *International Journal of Cultural Studies*, 17(5), 499-515.
- Kaur, R. (2020). *Branding the Nation: The Global Business of National Identity*. Stanford University Press.
- Kerry, L., Aguerrebere, P. M., Burgess, S., & Chadli, L. (2024). Branding countries through multicultural events: a quantitative analysis of the impact of the FIFA World Cup 2022 on Qatar's brand. *Frontiers in Communication*, 9, 1337088. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1337088>
- Kiger, M. E., & Varpio, L. (2020). Thematic analysis of qualitative data. AMEE Guide No. 131, Medical Teacher. *Medical Teacher*, 42(8), 846–854. <https://doi.org/10.1080/0142159X>
- Kobierecki, M. M., & Strożek, P. (2017). Sport as a factor of nation branding: A quantitative approach. The International *Journal of the History of Sport*, 34 (7-8), 697-712. <https://doi.org/10.1080/09523367.2017.1403901>
- Koch, N. (2013). Sport and soft authoritarian nation-branding: Qatar and the Asian Games. *Geopolitics*, 18 (3), 270-294.
- Kühn, T. (2022). Stuart Hall: Teaching Representation, Teaching Cultural Studies. In A. Ganser, E. Lechner, B. Maly-Bowie, & E. M. Schörgenhuber (Eds.), *Caring for Cultural Studies* (pp.101-114). V&R Unipress. <https://doi.org/10.14220/9783737014946.101>
- Liu, Z., & Qi, H. (2025). Media framing of mega sport events: a case study of the Beijing 2022 Winter Olympics. *Managing Sport and Leisure*, 1-15. <https://doi.org/10.1080/23750472.2025.2470270>
- Machin, D., & Mayr, A. (2012). *How to Do Critical Discourse Analysis: A Multimodal Introduction*. SAGE.
- Millington, S., Steadman, C., Roberts, G. y Medway, D. (2021). The Tale of Three Cities: Place branding, scalar complexity and football. En D. Medway, G. Warnaby y J Byrom (eds.). *A Research Agenda for Place Branding* (pp. 131-149). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781839102851.00017>
- Nowell, L.S, Norris, J.M., White, D.E., & Moules, N.J. (2017) Thematic analysis: Striving to meet the trustworthiness criteria. *International Journal of Qualitative Methods*, 16(1): 1–13. <https://doi.org/10.1177/1609406917733847>
- Pan, Z., & Kosicki, G. M. (1993). Framing Analysis: An Approach to News Discourse. *Political Communication*, 10(1), 55-75. <https://doi.org/10.1080/10584609.1993.9962963>
- Park, T. (2021). Nation Branding and its Significance: A Literature Perspective. *Ilkogretim Online*, 20 (6), 947-959. <https://doi.org/10.17051/ilkonline.2021.06.103>
- Rasmussen, M. K. (2023). A New Flagship of Global Football? The Rise of Global Attention Towards Saudi Arabia's Pro League. *Soccer & Society*, 24(4), 385-403.

- Reese, S. D. (2001). Framing Public Life: A Bridging Model for Media Research. In S. D. Reese, O. H. Gandy, & A. E. Grant (Eds.), *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World* (pp. 7-31). Lawrence Erlbaum. <https://doi.org/10.4324/9781410605689>
- Rookwood, J. (2022). *Sport, Globalization and Nation Branding in the Middle East: Qatar and the 2022 World Cup*. Routledge.
- Satish, K., Portet, X. G., & Vela, J. D. S. E. (2024). Football and nation branding: A case study of Saudi Arabia's strategy for global football recognition. *adComunica*, 27-52.<https://doi.org/10.6035/adcomunica.7776>
- Schwandt, T. A., Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (2007). Judging interpretations: But is it rigorous? Trustworthiness and authenticity in naturalistic evaluation. *New Directions for Evaluation*, 114, 11–25. <https://doi.org/10.1002/ev.223>
- Skey, M. (2023). Sportswashing: Media headline or analytic concept?. *International review for the sociology of sport*, 58 (5), 749-764. <https://doi.org/10.1177/10126902221136086>
- Takona, J. P. (2024). Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. *Quality & Quantity*, 58 (1), 1011-1013.<https://doi.org/10.1007/s11135-023-01798-2>
- Tuckett, A. G. (2005). Applying thematic analysis theory to practice: A researcher's experience. *Contemporary nurse*, 19(1-2), 75-87.<https://doi.org/10.5172/conu.19.1-2.75>
- Wertheim, J. (2023, April 9). *Saudi Arabia shelling out on sports, athletes amid accusations of sportswashing* [Transcript of TV segment]. CBS News. <https://www.cbsnews.com/news/saudi-arabia-sportswashing-accusations-60-minutes-transcript-2023-04-09/>
- Woodward, K. (1997). Identity and Difference. In S. Hall (Ed.), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* (pp. 29-48). Sage & The Open University
- Williams, L. (2017). Soft Power and Economic Development: The Case of Qatar's World Cup. *Journal of International Economics*, 12(1), 45-61.
- Zakkala, S. (2025). Exploring the Foundations of Media Framing Theory. *European Modern Studies Journal*, 9 (1), 75-81. [https://doi.org/10.59573/emsj.9\(1\).2025.7](https://doi.org/10.59573/emsj.9(1).2025.7)