

تعزيز ممارسات الدبلوماسية الرياضية وعلاقتها بتسويق الهوية الوطنية بقطاع الرياضة المصري

أ.م.د/ سارة إسماعيل محمد

أستاذ مساعد بقسم الإدارة الرياضية والترويج

كلية التربية الرياضية للبنات – جامعة حلوان

Doi: 10.21608/jsbsh.2024.321690.2825

المقدمة ومشكلة البحث :

تعتبر الرياضة في عصرنا الحالي مهمة جداً لما لها من فوائد إقتصادية وسياسية وإجتماعية وثقافية ورياضية ، فمن خلالها يجد الإنسان نفسه وذاته فهي تلعب دوراً هاماً على كل صعيد فردياً وجماعياً وإجتماعياً ووطنياً ، وتمثل واحدة من أهم وسائل التواصل بين الدول وتسهم في تعزيز العلاقات الدولية والتفاهم الثقافي ، ويعد دور الرياضة في تعزيز العلاقات الدبلوماسية بين الدول أمراً بالغ الأهمية في تعزيز الإستقرار والأمن وتحقيق التواصل الحضاري بين الشعوب .

حيث أشار كلاً من ستورت ميارى وجيوفري الين بيجمان Stuart Murray, Geoffrey Allen Pigman (٢٠١٤) إن هناك علاقة وثيقة بين السياسة والرياضة ، خصوصاً عندما توفر الرياضة فرص عمل تتجاوز مضمونها الرياضي لتصل إلى أهداف سياسية تتعلق بالهيمنة والتفوق ، ويمكن للدولة إستخدام الرياضة كوسيلة لتعزيز نفوذها وزيادة شعبيتها ، وكذلك لإثبات قوتها وتحقيق أهداف سياسية ، ومن المثالية أن تكون الرياضة محايدة وخالية من السياسة ، لكن في الواقع فإن هذا الأمر يعد صعب التحقيق في كثير من الأحيان (٢٨ : ١٠٩) ، وقد زاد الإهتمام من الدول والنخب الحاكمة بالرياضة لأغراض تجارية أيضاً ، وذلك بسبب قابلية الرياضة للتسويق والترويج وزيادة الإيرادات المالية والإقتصادية (٣٠ : ٦) .

وتعد الأنشطة الرياضية شكلاً مهماً من أشكال الدبلوماسية الشعبية ، وتعد الرياضة من الأنشطة المهمة والمؤثرة في المجتمعات السياسية وكذلك في العلاقات الدولية ، وتشكل الرياضة حيزاً مهماً في العمل الدبلوماسي أيضاً والعلاقات بين الشعوب وهو ما يطلق عليه بالدبلوماسية الرياضية (٢١ : ٤٠٠) ، حيث إن الدبلوماسية الرياضية تمثل شكلاً من أشكال القوة الناعمة ، إذ تمتلك الرياضة شعبية عالمية وقدرة كبيرة على التأثير في الرأي العام الأجنبي (١٨ : ١٢٩) .

ويعني مصطلح القوة الناعمة القدرة على الإقناع والتأثير عبر الإيجابية والجدب والتأثير غير القسري بعيداً عن إستخدام القوة الصلبة ، وتستخدم الدول الرياضة كوسيلة للتأثير في الرأي العام العالمي وتحسين صورتها وجذب الإستثمارات الخارجية وزيادة القدرة التنافسية (٢٦ : ٨) .

كما تمثل الأحداث الرياضية فرصة ذات قيمة إستراتيجية للدول في تحقيق أهدافها الدبلوماسية

، إذ تشكل وسيلة فعالة للتواصل مع المجتمع الدولي وتعزيز علاقاتها كما تمكن الأحداث الرياضية الدول من تعبير دبلوماسيتها وإبراز مكانتها الدولية ، وتعد فرصة كبيرة لإظهار قوتها الناعمة على الساحة الدولية (١٥ : ٤٧) ، حيث ساعدت تلك الأحداث الرياضية على تغيير التصورات الذهنية لدى الدول الغربية وتغيير الصور النمطية التي كرسها الإعلام لدى الشعوب سواء كانت سلبية أم إيجابية (٣ : ٥٥) .

والدبلوماسية الرياضية هي نوع خاص من الدبلوماسية توصف بأنها غامضة ومعقدة ، وتتشكل عندما تبدأ الدول في إقامة علاقات رياضية مشتركة وتنظيم نشاطات رياضية مشتركة ، فإن ذلك يشير أيضاً إلى الشروع في إعادة العلاقات الرسمية بينهما ، وفي الوقت نفسه قد يرغب أحد الأطراف في التفوق رياضياً لإيصال رسالة بأن الدولة قوية وغير قابلة للعبث بها ، ومع ذلك فإن الدبلوماسية الرياضية مرنة وقابلة للتفاوض .

وقد تطورت الدبلوماسية الرياضية في السنوات الأخيرة ، وأصبح ينظر إليها من الحكومات على إنها أداة مهمة للنفوذ السياسي ومجالاً واسعاً لممارسة الدبلوماسية العامة (٩ : ٢٧) ، وإستناداً إلى ذلك فإن العلاقة بين الرياضة والسياسة والدبلوماسية علاقة مثيرة للإهتمام ويتمثل ذلك عندما توفر الرياضة وظيفة تتجاوز اللعبة بوصفها رياضة إلى الإستعمال السياسي من قبل النخب الحاكمة (٢٧ : ١) ، وعلى الرغم من الرياضة بوصفها ظاهرة مدروسة في العلاقات الدولية لا تزال مستبعدة في السياسة الدولية ، إلا إن الدول بدأت في الإستفادة من الأحداث الرياضية في تعزيز صورة الدولة والإستفادة من القوة الناعمة التي توفرها (٢٣ : ١٤٧) .

وفي هذا الإطار تمثل الهوية الوطنية للدول والشعوب أحد أهم مقومات تشكيل ملامحها داخل المجتمع الدولي ، وأحد أهم مكونات بناء وتعزيز صورتها النمطية بهذا المجتمع ، وتمثل الهوية الوطنية حجر الزاوية في بناء الوطن (٢٥ : ٢٩٣) ، فهي تعكس روح الإنتماء بين أفرادها ، وهي الدافع للشباب والمواطنين على بناء وتطوير أنفسهم ، والعمل من أجل نهضة أوطانهم ، والحفاظ على كرامته ، وتجاوز الأزمات الداخلية والمخاطر الخارجية ، وهي ضمان حصول الأفراد على حقوقهم وأداء واجباتهم (٣١ : ٥٦) .

والهوية الوطنية واحدة من مجموعة الهويات الفرعية التي تنبع من هوية أساسية تتشكل داخل الفرد وتعكس العادات والإتجاهات والآراء ووجهات النظر والدوافع والمعايير ، والمعتقدات والأفكار ، والطموح الآمال التي يشترك فيها أفراد الأمة (١٧ : ٥٢٦) ، وهي العامل المشترك بين جميع فئات وطوائف المجتمع والذي يضمن الإنسجام والتوافق بينهم .

والإحساس بالهوية خبرة متراكمة ومتعلمة من الواقع الثقافي الذي يعيشه الأفراد في مجتمعهم ، وهذا الإحساس يولد لديهم شعور بالإنتماء للمجتمع بكل أنظمتها ، ويساعد على تخطي الأزمات التي

يواجهها المجتمع ، والعكس أن وجود أزمة في الهوية يؤدي إلى فقدان المجتمع لفكرة الشعب الواحد والوطن الواحد ، والأمة الواحدة ، والهدف الواحد ، والمصير الواحد (٢٩ : ٢٤٦) .

وتتبع مقومات الهوية الوطنية من إنسجامها مع معطيات الفكر السياسي والقانوني الذي تقوم عليه المواطنة في تحقيق المساواة في الواجبات والحقوق لمن يحملون هذه الهوية ، والعمل على توحيد الحراك الإجتماعي والإقتصادي والسياسي في البلاد ، والقدرة على البقاء والمصادقية في قدرتها على التطور والتفاعل مع المعطيات الإجتماعية والسياسية والثقافية والتاريخية ، والوعي بالخصوصية والإنتفاع والإستجابة النقدية (١٩ : ٦١) .

تلعب الرياضة دوراً هاماً في السياسة العالمية ، حيث أنها هي الوحيدة التي لديها القدرة على جمع الناس من مختلف الطوائف ، فالرياضة تعزز روح التبادل الثقافي بين الشعوب المختلفة ، فضلاً عن الدور الذي تقوم به الرياضة لمواجهة بعض الأزمات التي قد تمر على الشعب من فقر وجوع وبطالة ورفع الروح المعنوية للشعب .

ولما كانت الهوية الوطنية للدول والشعوب أحد أهم مكونات بناء وتشكيل وتعزيز صورتها النمطية ، ولما كانت مهمة نشر وتسويق ملامح هذه الهوية مهمة تقوم في جوهرها علي التفاعل النشط والمستمر مع الجمهور العام في مختلف أنحاء العالم ، وبالنظر إلي ممارسات الدبلوماسية الرياضية بوصفها تلك الجهود المنظمة والمخططة والموجهة لبناء علاقات التفاهم المتبادل بين الدول بوجه عام ، وإلي ما أصبحت تمتلكه الدبلوماسية الرياضية من منصات تفاعلية رسمية تمكنها من التواصل الدائم مع المجتمع الدولي ، يتبين أهمية الدور الذي يمكن أن تقوم به ممارسات الدبلوماسية الرياضية داخل الدول المختلفة في نشر وتسويق ملامح هويتها الوطنية ، ومن ثم تشكيل مكانتها داخل المجتمع الدولي ومن خلال إستقراء الدراسات السابقة العربية والأجنبية التي تناولت موضوع البحث والتي منها على سبيل المثال وليس الحصر :

- ما أرتبط بالدبلوماسية الرياضية : كدراسة (نبيه وأخرون ، ٢٠٢٤) (١٤) والتي أكدت على أن من أهداف الدبلوماسية الرياضية توظيف الرياضة كأحد مجالات القوة الناعمة لإظهار قوة النظام السياسي للدولة المصرية ، ودراسة (مروان محمد ، ٢٠٢٣) (١١) والتي أكدت نتائجها على أهمية الدبلوماسية الرياضية في تحسين العلاقات بين الشعوب المتجاورة ، ودراسة (أحمد قاسم ، ٢٠٢٢) (١) والتي أثبتت نتائجها تأثير الظاهرة الرياضية في السياسة الدولية .

في حين أشارت دراسة (Kulleborn,2021) (٢٢) والتي أكدت نتائجها على أن الرياضة تلعب دوراً في القوة الناعمة وأن دبلوماسيتها الرياضية تحتوي على موضوعين رئيسيين حقوق الإنسان والإستدامة ، ودراسة (Noof,2021) (٢٣) والتي أكدت على أن الأحداث الرياضية تعزز صورة الدولة والإستفادة من القوة الناعمة التي توفرها ، ودراسة (حسين علي ، ٢٠٢٠) (٤) والتي

أشارت إلى أنه يمكن استخدام الدبلوماسية الرياضية في السعي لتحقيق المصلحة الوطنية وأنه يمكن اعتبار الدبلوماسية الرياضية جزءاً من بناء هوية الدولة .

كما أثبتت نتائج دراسة (محمود محمد ، ٢٠٢٠)(١٠) والتي أكدت على أنه تعتبر الدبلوماسية الرياضية بمثابة قوة كبيرة للوصول إلى الأفراد في شتى أنحاء العالم ، بإعتبار الرياضة لها القدرة على تجاوز الحدود ، ودراسة (خالد محمد ، مريم أحمد ، ٢٠١٩)(٦) والتي أكدت على وجود درجة مرتفعة لدور الرياضة في خدمة السياسة الداخلية للدولة وعلى جميع مجالات الدراسة ، ودراسة (Stuart,2018)(٢٧) والتي أكدت على وجود علاقة بين الرياضة والسياسة ويتمثل ذلك عندما توفر الرياضة وظيفة تتجاوز اللعبة بوصفها رياضة إلى الإستعمال السياسي .

- ما أرتبط بتسويق الهوية الوطنية : كدراسة (رضا محمد ، ٢٠٢٣)(٧) والتي أكدت على أن مستوى الهوية الوطنية لدى عينة البحث مرتفع ، ودراسة (مروة وأخرون ، ٢٠٢٣)(١٢) والتي أشارت نتائجها إلى أن مستوى الهوية الرياضية جاء متوسطاً لدى عينة البحث ، ودراسة (نرمين علاء الدين ، ٢٠٢٢)(١٦) والتي أكدت على نجاح الدول المنظمة لبطولات كأس العالم في تمثيل هويتها الوطنية بأبعادها المختلفة ، ودراسة (Supratiknya,2021)(٢٩) والتي أشارت نتائجها إلى أن مستوى الهوية الوطنية كان مرتفعاً لدى أفراد العينة ، ودراسة (Rizwan,2019)(٢٥) والتي أكدت على تنوع مرتكزات بناء التأييد لعناصر الهوية الوطنية في المدونات موضع التحليل .

كما أثبتت نتائج دراسة (إسلام أحمد ، ٢٠٢٠)(٢) على وجود علاقة إرتباطية بين التعرض للأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة الدولية ومستوي إدراك عناصر الهوية الوطنية ، ودراسة (منصور وأخرون ، ٢٠٢٠)(١٣) والتي أكدت نتائجها على أهمية دور المشاركة في الأنشطة الرياضية في تعزيز الهوية الوطنية ، ودراسة (خالد سالم ، ٢٠١٩)(٥) والتي أكدت نتائجها على أهمية دور الإعلام الرياضي في تعزيز الهوية الوطنية والهوية التنافسية للدول ، ودراسة (عبد الله المطوع ، ٢٠١٩)(٨) والتي أكدت على أن هناك حاجة للعمل على زيادة وتفعيل الدور التربوي للأندية الرياضية في تعزيز الهوية الوطنية .

وفي النهاية ، أن غالبية الدول تمتلك إستراتيجية خاصة بها في صنع أهداف سياستها الخارجية ، وفي جزء منها أدوات تحقيق تلك الأهداف ، وهنا تأتي الدبلوماسية الرياضية كأحد أهم أدوات السياسة الخارجية في عالمنا اليوم لتحقيق تلك الأهداف ، لاسيما الأهداف العليا التي تمس جوهر الهوية الوطنية للدولة ، وبالتالي كلما إعتمدت الدولة على إستراتيجية ناجحة في توظيف دبلوماسيتها الرياضية ، كلما نجحت في تسويق هويتها الوطنية ، ومن خلال تحليل ما سبق ترى الباحثة أهمية إجراء تلك الدراسة للتعرف على ممارسات الدبلوماسية الرياضية بقطاع الرياضة المصري ومدى إتساقها مع تسويق الهوية الوطنية .

هدف البحث :

- يهدف البحث إلي تعزيز ممارسات الدبلوماسية الرياضية وعلاقتها بتسويق الهوية الوطنية بقطاع الرياضة المصري ، وذلك من خلال التعرف على :
- ممارسات الدبلوماسية الرياضية بقطاع الرياضة المصري .
 - عناصر وملامح تسويق الهوية الوطنية بقطاع الرياضة المصري .
 - مدى وجود علاقة بين ممارسات الدبلوماسية الرياضية وتسويق الهوية الوطنية بقطاع الرياضة المصري .
 - سبل تعزيز ممارسات الدبلوماسية الرياضية في تسويق الهوية الوطنية بقطاع الرياضة المصري .

تساؤلات البحث :

في ضوء هدف البحث تضع الباحثة التساؤلات التالية :

- ١- ما ممارسات الدبلوماسية الرياضية بقطاع الرياضة المصري ؟
- ٢- ما عناصر وملامح تسويق الهوية الوطنية بقطاع الرياضة المصري ؟
- ٣- هل توجد علاقة إرتباطية طردية دالة إحصائياً بين ممارسات الدبلوماسية الرياضية وتسويق الهوية الوطنية بقطاع الرياضة المصري ؟
- ٤- ما سبل تعزيز ممارسات الدبلوماسية الرياضية في تسويق الهوية الوطنية بقطاع الرياضة المصري ؟

مصطلحات البحث :**الدبلوماسية الرياضية :**

هي الإستخدام الواعي والإستراتيجي للرياضيين والأحداث الرياضية من الجهات الحكومية وغير الحكومية ، لإشراك وإعلام وإنشاء صورة مواتية بين الجماهير لتشكيل تصورات معينة وتحقيق مجموعة من الأهداف المرغوب بإنجازها عن طريق الرياضة (٢٤ : ٥١٢) .

الهوية الوطنية :

هي شعور الفرد بالإنتماء إلى أمة واحدة ، وترتبط بهوية الفرد داخل المجموعة والتمايز بين المجموعات ، من خلال الإطار المرجعي الذي يعرف من خلاله أعضاء المجتمع ، ويظهر إنتمائهم لهذا المجتمع ، ويبني عليه إستحقاقات ومصالح للأعضاء والمجتمع معاً (٢٠ : ٣٥٣) .

إجراءات البحث :

منهج البحث : إستخدمت الباحثة المنهج الوصفي (الدراسات المسحية) ، حيث أنه المنهج المناسب لطبيعة هذا البحث ، وذلك لملائمته لتحقيق هدف البحث ومناسبته لطبيعة إجراءاته بوصف ما هو كائن وتحليله وإستخلاص الحقائق منه .

مجتمع وعينة البحث :

يتمثل مجتمع البحث في القيادات بوزارة الشباب والرياضة، وقيادات مديريات الشباب والرياضة ، وأعضاء اللجنة الأولمبية المصرية ، وأعضاء مجلس إدارة بعض الإتحادات الرياضية ، وأعضاء مجلس إدارة بعض الأندية الرياضية ، والسياسيين العاملين بالمجال الرياضي ، والأكاديميين من العاملين بالمجال السياسي ، والعاملين بإدارة الشباب والرياضة بجامعة الدول العربية ، وقامت الباحثة بإختيار عينة بالطريقة الطبقية العمدية من مجتمع البحث ، حيث بلغ حجم العينة الأساسية (١٦٠) فرداً ، وقد قامت الباحثة بإختيار عدد (٢٠) فرد للعينة الإستطلاعية ومن خارج عينة البحث الأصلية ، وجدول (١) يوضح ذلك .

جدول (١) توصيف عينة البحث

م	العينة	العينة الأساسية	العينة الإستطلاعية
١-	القيادات بوزارة الشباب والرياضة	٣٩	٣
٢-	قيادات مديريات الشباب والرياضة	٢٤	٣
٣-	أعضاء اللجنة الأولمبية المصرية	٧	٢
٤-	أعضاء مجلس إدارة بعض الإتحادات الرياضية	٢٨	٣
٥-	أعضاء مجلس إدارة بعض الأندية الرياضية	٣٥	٣
٦-	السياسيين العاملين بالمجال الرياضي	١١	٢
٧-	الأكاديميين من العاملين بالمجال السياسي	٨	٢
٨-	العاملين بإدارة الشباب والرياضة بجامعة الدول العربية	٨	٢
	الإجمالي	١٦٠	٢٠

أدوات جمع البيانات :

قامت الباحثة بتحديد أدوات جمع البيانات المستخدمة في البحث كالتالي :

أولاً : تحليل المحتوى والسجلات والوثائق :

من خلال حصر وتحليل المراجع والكتب العلمية والدراسات السابقة وتحليلها والإستفادة منها في صياغة الأهداف والتساؤلات ، والمرتبطة بموضوع الدبلوماسية الرياضية والهوية الوطنية ، والتي ترى الباحثة أنها مرتبطة بموضوع البحث .

ثانياً : الإستبيان : قامت الباحثة بتصميم عدد (٢) إستبيان (إعداد الباحثة) :

١- إستبيان " ممارسات الدبلوماسية الرياضية بقطاع الرياضة المصري "

قامت الباحثة بإعداد إستبيان يهدف للتعرف على ممارسات الدبلوماسية الرياضية بقطاع الرياضة المصري ، وتم تحديد (٤) أربعة محاور (ملحق ٢) ، ثم قامت الباحثة بعرضها على مجموعة من الخبراء (ملحق ١) ، قوامها (٧) سبعة خبراء وذلك لإبداء الرأي في مدي مناسبتها ، وقد تم إختيار المحاور التي حصلت على نسبة (٧٠%) فأكثر من مجموعة آراء الخبراء ، وبناءً على آراء السادة الخبراء تم الموافقة

على جميع محاور الإستبيان .

ثم قامت الباحثة بوضع مجموعة من العبارات لكل محور من محاور الإستبيان النهائية ، وقد بلغ عدد العبارات (٣٠) ثلاثون عبارة موزعة على محاور الإستبيان (ملحق ٣) ، وتم عرضها على مجموعة من الخبراء ، وقد تم حذف العبارات التي حصلت على نسبة أقل من (٧٠٪) من إتفاق الخبراء ، وقد بلغت عدد العبارات المحذوفة (٣) ثلاثة عبارات لتصبح الصورة النهائية (ملحق ٤) مكونة من (٢٧) سبعة وعشرون عبارة .

المعاملات العلمية للإستبيان :

أ - الصدق : لحساب صدق الإستبيان إستخدمت الباحثة الطرق التالية :

(١) صدق المحتوى : قامت الباحثة بعرض الإستبيان في صورته المبدئية على مجموعة من الخبراء قوامها (٧) سبعة خبراء (ملحق ١) ، وذلك لإبداء الرأي في معرفة مدى ملائمة الإستبيان فيما وضع من أجله ، سواء من حيث المحاور والعبارات الخاصة بكل محور ومدى مناسبة تلك العبارات للمحور الذي تمثله ، وجدولى (٢ ، ٣) يوضحان النسب المئوية لأراء الخبراء في محاور وعبارات الإستبيان جدول (٢) النسبة المئوية لأراء الخبراء في محاور إستبيان ممارسات الدبلوماسية الرياضية

بقطاع الرياضة المصرى (ن=٧)

النسبة المئوية	رأى الخبير		المحاور	م
	غير موافق	موافق		
٪١٠٠	-	٧	أهداف الدبلوماسية الرياضية	-١
٪١٠٠	-	٧	وسائل الدبلوماسية الرياضية	-٢
٪١٠٠	-	٧	مصادر الدبلوماسية الرياضية	-٣
٪١٠٠	-	٧	خصائص الدبلوماسية الرياضية	-٤

يتضح من جدول (٢) :

تراوحت النسب المئوية لأراء الخبراء حول مدي مناسبة محاور الإستبيان (١٠٠٪) ، وبناءاً

على أراء السادة الخبراء تم الموافقة على جميع محاور الإستبيان .

جدول (٣) النسبة المئوية لأراء الخبراء في عبارات إستبيان ممارسات الدبلوماسية الرياضية

بقطاع الرياضة المصرى (ن=٧)

خصائص الدبلوماسية الرياضية		مصادر الدبلوماسية الرياضية		وسائل الدبلوماسية الرياضية		أهداف الدبلوماسية الرياضية	
العبارة	%	العبارة	%	العبارة	%	العبارة	%
١	٪١٠٠	١٥	٪٧١	٨	٪٧١	١	٪١٠٠
٢	٪٧١	١٦	٪٨٦	٩	٪٨٦	٢	٪٧١
٣	٪٢٩	١٧	٪٨٦	١٠	٪٥٧	٣	٪٢٩
٤	٪١٠٠	١٨	٪١٠٠	١١	٪٧١	٤	٪١٠٠

٥	%١٠٠	١٢	%٨٦	١٩	%٧١	٢٧	%٤٣
٦	%٧١	١٣	%١٠٠	٢٠	%٨٦	٢٨	%٧١
٧	%٨٦	١٤	%١٠٠	٢١	%٨٦	٢٩	%١٠٠
				٢٢	%١٠٠	٣٠	%١٠٠

يتضح من جدول (٣) ما يلي :

تراوحت النسب المئوية لأراء الخبراء حول عبارات الصورة المبدئية للإستبيان ما بين (٢٩٪ : ١٠٠٪) ، وبذلك تم حذف عدد (٣) عبارات أرقام (٣ ، ١٠ ، ٢٧) ، لحصولها على نسبة أقل من (٧٠٪) ، لتصبح الصورة النهائية للإستبيان مكونة من (٢٧) عبارة .

(٢) صدق الإتساق الداخلي : لحساب صدق الإتساق الداخلي للإستبيان قامت الباحثة بتطبيقه على عينه قوامها (٢٠) عشرون فرداً من مجتمع البحث ومن خارج العينة الأساسية ، و جدول (٤ ، ٥ ، ٦) يوضح ذلك .

جدول (٤) معاملات الإرتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور المنتمئة إليه (ن = ٢٠)

م	المحاور	معاملات الإرتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور المنتمئة إليه
-١	أهداف الدبلوماسية الرياضية	٠,٧٤ - ٠,٦١
-٢	وسائل الدبلوماسية الرياضية	٠,٧١ - ٠,٦٢
-٣	مصادر الدبلوماسية الرياضية	٠,٧٥ - ٠,٦٤
-٤	خصائص الدبلوماسية الرياضية	٠,٧٤ - ٠,٦٦

قيمة (ر) الجدولية عند درجة حرية (١٨) ومستوي دلالة (٠,٠٥) = ٠,٤٤٤

يتضح من جدول (٤) : تراوحت معاملات الإرتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور المنتمئة إليه ما بين (٠,٦١ : ٠,٧٥) ، وهي معاملات إرتباط جميعها دالة إحصائياً ، مما يشير إلى صدق الإتساق الداخلي للإستبيان .

جدول (٥) معاملات الإرتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للإستبيان (ن = ٢٠)

م	المحاور	معاملات الإرتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للإستبيان
-١	أهداف الدبلوماسية الرياضية	٠,٧١ - ٠,٥٩
-٢	وسائل الدبلوماسية الرياضية	٠,٧٤ - ٠,٦٢
-٣	مصادر الدبلوماسية الرياضية	٠,٧٢ - ٠,٦٠
-٤	خصائص الدبلوماسية الرياضية	٠,٧٠ - ٠,٦١

قيمة (ر) الجدولية عند درجة حرية (١٨) ومستوي دلالة (٠,٠٥) = ٠,٤٤٤

يتضح من جدول (٥) : تراوحت معاملات الإرتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للإستبيان ما بين (٠,٥٩ : ٠,٧٤) ، وهي معاملات إرتباط جميعها دالة إحصائياً ، مما يشير إلى صدق الإتساق الداخلي للإستبيان .

جدول (٦) معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل محور والدرجة الكلية للإستبيان (ن = ٢٠)

م	المحاور	معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل محور والدرجة الكلية للإستبيان
-١	أهداف الدبلوماسية الرياضية	٠,٦٣
-٢	وسائل الدبلوماسية الرياضية	٠,٦٩
-٣	مصادر الدبلوماسية الرياضية	٠,٧٢
-٤	خصائص الدبلوماسية الرياضية	٠,٧٠

قيمة (ر) الجدولية عند درجة حرية (١٨) ومستوي دلالة (٠,٠٥) = ٠,٤٤٤

يتضح من جدول (٦) :

تراوحت معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل محور والدرجة الكلية للإستبيان ما بين (٠,٦٣ : ٠,٧٢) ، وهي معاملات إرتباط جميعها دالة إحصائياً ، مما يشير إلى صدق الإتساق الداخلي للإستبيان .

ب - الثبات :

لحساب ثبات الإستبيان إستخدمت الباحثة طريقة معامل ألفا لكرونباخ على عينة قوامها (٢٠) عشرون فرداً من مجتمع البحث ومن خارج العينة الأصلية ، وجدول (٧) يوضح ذلك .
جدول (٧) معاملات إرتباط الثبات بإستخدام ألفا لكرونباخ للإستبيان (ن = ٢٠)

م	المحاور	معامل ثبات ألفا للمحاور
-١	أهداف الدبلوماسية الرياضية	٠,٦٢
-٢	وسائل الدبلوماسية الرياضية	٠,٧١
-٣	مصادر الدبلوماسية الرياضية	٠,٦٨
-٤	خصائص الدبلوماسية الرياضية	٠,٧٣

معامل الثبات الكلي لإستمارة الإستبيان (٠,٦٩)

قيمة (ر) الجدولية عند درجة حرية (١٨) ومستوي دلالة (٠,٠٥) = ٠,٤٤٤

يتضح من جدول (٧) ما يلي :

تراوحت معاملات ألفا للمحاور ما بين (٠,٦٢ : ٠,٧٣) ، بينما بلغ معامل ألفا للدرجة الكلية للإستبيان (٠,٦٩) ، وهي معاملات إرتباط دالة إحصائياً مما يشير إلى ثبات الإستبيان .
الإستبيان في صورته النهائية :

يتكون الإستبيان في صورته النهائية من (٢٧) عبارة ، ولتصحيح الإستبيان قامت الباحثة بوضع ميزان تقدير ثلاثي ، وتم تصحيح العبارات كالتالي : نعم (٣) ثلاثة درجات ، إلى حد ما (٢) درجتان ، لا (١) درجة واحدة ، وجدول (٨) يوضح ذلك .

جدول (٨) إستبيان ممارسات الدبلوماسية الرياضية بقطاع الرياضة المصري في صورته النهائية

الدرجة العظمى	الدرجة الدنيا	أرقام العبارات	عدد العبارات	المحاور
١٨	٦	٦-١	٦	أهداف الدبلوماسية الرياضية
١٨	٦	١٢-٧	٦	وسائل الدبلوماسية الرياضية
٢٤	٨	٢٠-١٣	٨	مصادر الدبلوماسية الرياضية
٢١	٧	٢٧-٢١	٧	خصائص الدبلوماسية الرياضية

٢- إستبيان " عناصر وملامح تسويق الهوية الوطنية بقطاع الرياضة المصري "

قامت الباحثة بإعداد إستبيان يهدف للتعرف على عناصر وملامح تسويق الهوية الوطنية بقطاع الرياضة المصري ، وتم تحديد (٥) خمسة محاور (ملحق ٥) ، ثم قامت الباحثة بعرضها على مجموعة من الخبراء (ملحق ١) ، قوامها (٧) سبعة خبراء وذلك لإبداء الرأي في مدي مناسبتها ، وقد تم إختيار المحاور التي حصلت على نسبة (٧٠%) فأكثر من مجموعة آراء الخبراء ، وبناءً على آراء السادة الخبراء تم الموافقة على جميع محاور الإستبيان .

ثم قامت الباحثة بوضع مجموعة من العبارات لكل محور من محاور الإستبيان النهائية ، وقد بلغ عدد العبارات (٢٤) أربعة وعشرون عبارة موزعة على محاور الإستبيان (ملحق ٦) ، وتم عرضها على مجموعة من الخبراء ، وقد تم حذف العبارات التي حصلت على نسبة أقل من (٧٠%) من إتفاق الخبراء ، وقد بلغت عدد العبارات المحذوفة (١) عبارة لتصبح الصورة النهائية (ملحق ٧) مكونة من (٢٣) ثلاثة وعشرون عبارة .

المعاملات العلمية للإستبيان :

أ - الصدق : لحساب صدق الإستبيان إستخدمت الباحثة الطرق التالية :

(١) صدق المحتوى : قامت الباحثة بعرض الإستبيان في صورته المبدئية على مجموعة من الخبراء قوامها (٧) سبعة خبراء (ملحق ١) ، وذلك لإبداء الرأي في معرفة مدى ملائمة الإستبيان فيما وضع من أجله ، سواء من حيث المحاور والعبارات الخاصة بكل محور ومدى مناسبة تلك العبارات للمحور الذي تمثله ، وجدولى (٩ ، ١٠) يوضحان النسب المئوية لآراء الخبراء في محاور وعبارات الإستبيان .

جدول (٩) النسبة المئوية لآراء الخبراء في محاور إستبيان عناصر

وملامح تسويق الهوية الوطنية بقطاع الرياضة المصري (ن=٧)

النسبة المئوية	رأى الخبير		المحاور	م
	موافق	غير موافق		
٪١٠٠	٧	-	عناصر الهوية الإقتصادية	١-
٪١٠٠	٧	-	عناصر الهوية الثقافية	٢-
٪١٠٠	٧	-	عناصر الهوية السياسية	٣-
٪١٠٠	٧	-	عناصر الهوية الرياضية	٤-
٪٨٦	٦	١	عناصر الهوية التاريخية	٥-

يتضح من جدول (٩) :

تراوحت النسب المئوية لأراء الخبراء حول مدي مناسبة محاور الإستبيان ما بين (٨٦٪) : (١٠٠٪) ، وبناءاً على أراء السادة الخبراء تم الموافقة على جميع محاور الإستبيان .

جدول (١٠) النسبة المئوية لأراء الخبراء في عبارات إستبيان عناصر وملامح تسويق الهوية الوطنية بقطاع الرياضة المصري (ن = ٧)

عناصر الهوية الاقتصادية		عناصر الهوية الثقافية		عناصر الهوية السياسية		عناصر الهوية الرياضية		عناصر الهوية التاريخية	
العبارة	%	العبارة	%	العبارة	%	العبارة	%	العبارة	%
١	٪١٠٠	٦	٪١٠٠	١٠	٪٧١	١٥	٪١٠٠	٢١	٪٨٦
٢	٪٥٧	٧	٪٧١	١١	٪١٠٠	١٦	٪٨٦	٢٢	٪١٠٠
٣	٪٨٦	٨	٪١٠٠	١٢	٪١٠٠	١٧	٪٨٦	٢٣	٪٨٦
٤	٪٧١	٩	٪٨٦	١٣	٪٨٦	١٨	٪١٠٠	٢٤	٪٧١
٥	٪١٠٠			١٤	٪١٠٠	١٩	٪٧١		
						٢٠	٪١٠٠		

يتضح من جدول (١٠) ما يلي :

تراوحت النسب المئوية لأراء الخبراء حول عبارات الصورة المبدئية للإستبيان ما بين (٥٧٪) : (١٠٠٪) ، وبذلك تم حذف عدد (١) عبارة رقم (٢) ، لحصولها على نسبة أقل من (٧٠٪) ، لتصبح الصورة النهائية للإستبيان مكونة من (٢٣) عبارة .

(٢) صدق الإتساق الداخلي :

لحساب صدق الإتساق الداخلي للإستبيان قامت الباحثة بتطبيقه على عينه قوامها (٢٠) عشرون فرداً من مجتمع البحث ومن خارج العينة الأساسية ، وجدول (١١) ، (١٢ ، ١٣) يوضح ذلك .

جدول (١١) معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور المنتمية إليه (ن = ٢٠)

م	المحاور	معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور المنتمية إليه
١-	عناصر الهوية الاقتصادية	٠,٧٢ - ٠,٦٠
٢-	عناصر الهوية الثقافية	٠,٧٣ - ٠,٦٢
٣-	عناصر الهوية السياسية	٠,٧٣ - ٠,٦١
٤-	عناصر الهوية الرياضية	٠,٧٥ - ٠,٦٨
٥-	عناصر الهوية التاريخية	٠,٧٤ - ٠,٦٥

قيمة (ر) الجدولية عند درجة حرية (١٨) ومستوي دلالة (٠,٠٥) = ٠,٤٤٤

يتضح من جدول (١١) :

تراوحت معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور المنتمية إليه ما بين (٠,٦٠ : ٠,٧٥) ، وهي معاملات إرتباط جميعها دالة إحصائياً ، مما يشير إلى صدق الإتساق

الداخلي للإستبيان .

جدول (١٢) معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للإستبيان (ن = ٢٠)

م	المحاور	معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للإستبيان
١-	عناصر الهوية الإقتصادية	٠,٧١ - ٠,٥٩
٢-	عناصر الهوية الثقافية	٠,٧٤ - ٠,٦٥
٣-	عناصر الهوية السياسية	٠,٧٣ - ٠,٦٢
٤-	عناصر الهوية الرياضية	٠,٧٤ - ٠,٦٠
٥-	عناصر الهوية التاريخية	٠,٧٢ - ٠,٦٣

قيمة (ر) الجدولية عند درجة حرية (١٨) ومستوي دلالة (٠,٠٥) = ٠,٤٤٤

يتضح من جدول (١٢) :

تراوحت معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للإستبيان ما بين (٠,٥٩ : ٠,٧٤) ، وهي معاملات إرتباط جميعها دالة إحصائياً ، مما يشير إلى صدق الإتساق الداخلي للإستبيان .

جدول (١٣) معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل محور والدرجة الكلية للإستبيان (ن = ٢٠)

م	المحاور	معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل محور والدرجة الكلية للإستبيان
١-	عناصر الهوية الإقتصادية	٠,٦٩
٢-	عناصر الهوية الثقافية	٠,٧١
٣-	عناصر الهوية السياسية	٠,٧٣
٤-	عناصر الهوية الرياضية	٠,٦٨
٥-	عناصر الهوية التاريخية	٠,٧٢

قيمة (ر) الجدولية عند درجة حرية (١٨) ومستوي دلالة (٠,٠٥) = ٠,٤٤٤

يتضح من جدول (١٣) :

تراوحت معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل محور والدرجة الكلية للإستبيان ما بين (٠,٦٨ : ٠,٧٣) ، وهي معاملات إرتباط جميعها دالة إحصائياً ، مما يشير إلى صدق الإتساق الداخلي للإستبيان .

ب - الثبات : لحساب ثبات الإستبيان إستخدمت الباحثة طريقة معامل ألفا لكرونباخ على عينة قوامها (٢٠) عشرون فرداً من مجتمع البحث ومن خارج العينة الأصلية ، وجدول (١٤) يوضح ذلك .

جدول (١٤) معاملات إرتباط الثبات بإستخدام ألفا لكرونباخ للإستبيان (ن = ٢٠)

م	المحاور	معامل ثبات ألفا للمحاور
١-	عناصر الهوية الإقتصادية	٠,٦٣
٢-	عناصر الهوية الثقافية	٠,٧١
٣-	عناصر الهوية السياسية	٠,٧٣

٠,٦٩	عناصر الهوية الرياضية	-٤
٠,٧٢	عناصر الهوية التاريخية	-٥

معامل الثبات الكلي لإستمارة الإستبيان (٠,٦٧)

قيمة (ر) الجدولية عند درجة حرية (١٨) ومستوي دلالة (٠,٠٥) = ٠,٤٤٤

يتضح من جدول (١٤) ما يلي :

تراوحت معاملات ألفا للمحاور ما بين (٠,٦٣ : ٠,٧٣) ، بينما بلغ معامل ألفا للدرجة الكلية للإستبيان (٠,٦٧) ، وهي معاملات إرتباط دالة إحصائياً مما يشير إلى ثبات الإستبيان .
الإستبيان في صورته النهائية :

يتكون الإستبيان في صورته النهائية من (٢٣) عبارة ، ولتصحيح الإستبيان قامت الباحثة بوضع ميزان تقدير ثلاثي ، وتم تصحيح العبارات كالتالي : نعم (٣) ثلاثة درجات ، إلى حد ما (٢) درجتان ، لا (١) درجة واحدة ، و جدول (١٥) يوضح ذلك .

جدول (١٥) إستبيان عناصر وملامح تسويق الهوية الوطنية بقطاع الرياضة المصري في صورته النهائية

المحاور	عدد العبارات	أرقام العبارات	الدرجة الدنيا	الدرجة العظمى
عناصر الهوية الإقتصادية	٤	٤-١	٤	١٢
عناصر الهوية الثقافية	٤	٨-٥	٤	١٢
عناصر الهوية السياسية	٥	١٣-٩	٥	١٥
عناصر الهوية الرياضية	٦	١٩-١٤	٦	١٨
عناصر الهوية التاريخية	٤	٢٣-٢٠	٤	١٢

البرنامج الزمني للبحث :

أ - الدراسة الإستطلاعية : قامت الباحثة بإجراء دراسة إستطلاعية للإستبيانات كأدوات لجمع البيانات في الفترة الزمنية من (٢٠٢٤/٣/١٠م إلى ٢٠٢٤/٣/٢٥م) ، حيث قامت الباحثة بتطبيقها على عينة من مجتمع البحث ومن خارج العينة الأساسية قوامها (٢٠) عشرون فرداً ، وذلك بغرض التعرف على مدى مناسبتها لطبيعة البحث وطبيعة العينة .

ب - تطبيق البحث : بعد تحديد العينة وإختبار صلاحية الإستبيانات كأدوات لجمع البيانات والتأكد من صدقها وثباتها قامت الباحثة بتطبيقه على أفراد العينة في الفترة الزمنية من (٢٠٢٤/٤/٨م إلى ٢٠٢٤/٥/٢٧م) على عينة قوامها (١٦٠) فرداً .

الأسلوب الإحصائي المستخدم : بعد جمع البيانات وجدولتها تم معالجتها إحصائياً ، ولحساب نتائج البحث إستخدمت الباحثة الأساليب الإحصائية الآتية : (النسبة المئوية ، معامل الإرتباط ، معامل ألفا لكرونباخ ، الوزن النسبي ، متوسط الإستجابة ، حدود الثقة) ، وقد إرتضت الباحثة مستوى دلالة عند مستوي (٠,٠٥) ، كما إستخدمت الباحثة برنامج Spss لحساب بعض المعاملات الإحصائية .

عرض النتائج ومناقشتها وتفسيرها :

للإجابة على التساؤل الأول والذي ينص على : ما ممارسات الدبلوماسية الرياضية بقطاع الرياضة المصري ؟

جدول (١٦) الوزن النسبي ومتوسط الإستجابة لآراء العينة بالنسبة لعبارات إستبيان ممارسات الدبلوماسية الرياضية بقطاع الرياضة المصري (ن = ١٦٠)

م	العبارات	الإستجابة			الوزن النسبي	متوسط الإستجابة
		نعم	إلى حد ما	لا		
المحور الأول : أهداف الدبلوماسية الرياضية :						
١-	تحقيق التنمية الاقتصادية وجذب الإستثمارات الخارجية وتعزيز الصورة الذهنية .	١١١	٣٠	١٩	٤١٢	٠.٨٦
٢-	تعزيز الإستقرار والسلام الدولي والتعاون والبعد الأمني .	٨٦	٣٨	٣٦	٣٧٠	٠.٧٧
٣-	الترويج لمدى التطور التكنولوجي والإنشائي للمنشآت والملاعب الرياضية .	٨٧	٤٢	٣١	٣٧٦	٠.٧٨
٤-	توفير فرص عمل تتجاوز مضمونها الرياضي لتصل إلى أهداف سياسية وإقتصادية	٩٨	٣٥	٢٧	٣٩١	٠.٨١
٥-	تعزيز الهوية الوطنية خلال المحافل الرياضية الدولية .	١١٦	٣٦	٨	٤٢٨	٠.٨٩
٦-	إبراز القيم السياسية والحضارية والتاريخية للدولة .	١٠٥	٣٩	١٦	٤٠٩	٠.٨٥
٠.٨٣	متوسط الإستجابة للمحور					

المحور الثاني : وسائل الدبلوماسية الرياضية :						
٧-	التركيز على الإستثمارات المالية الضخمة في مجال الرياضة .	١٠٥	٢٩	٢٦	٣٩٩	٠.٨٣
٨-	إستخدام الرياضيين كسفراء للدولة من خلال الأحداث الرياضية الضخمة .	١٢٤	٢٨	٨	٤٣٦	٠.٩١
٩-	تسويق المنتجات الثقافية بقوة من خلال البعثات الرياضية المختلفة .	٨٦	٤٧	٢٧	٣٧٩	٠.٧٩
١٠-	الترويج لتعزيز الإيديولوجية الإفريقية للوحدة الإفريقية خلال الأحداث الرياضية .	١٠١	٣٢	٢٧	٣٩٤	٠.٨٢
١١-	أداة مهمة لإيصال رأي الدولة بشأن القضايا الدولية .	١١٠	٢٦	٢٤	٤٠٦	٠.٨٥
١٢-	قابلية الرياضة للتسويق والترويج وزيادة الإيرادات المالية .	١١٢	٣٥	١٣	٤١٩	٠.٨٧
٠.٨٥	متوسط الإستجابة للمحور					

المحور الثالث : مصادر الدبلوماسية الرياضية :						
١٣-	تنمية الرياضة داخلياً .	٨٩	٣٩	٣٢	٣٧٧	٠.٧٩
١٤-	إستضافة أو المشاركة في تنظيم الأحداث والمنافسات الرياضية الدولية .	١٣٢	٢٨	٠	٤٥٢	٠.٩٤
١٥-	المنتخبات والفرق الرياضية وخاصة كرة القدم .	١٢٥	٢٥	١٠	٤٣٥	٠.٩١
١٦-	شراء كيانات رياضية أجنبية .	٩٢	٣٥	٣٣	٣٧٩	٠.٧٩

تابع جدول (١٦) الوزن النسبي ومتوسط الإستجابة لآراء العينة بالنسبة لعبارات إستبيان ممارسات الدبلوماسية الرياضية بقطاع الرياضة المصري (ن = ١٦٠)

م	العبارات	الإستجابة			الوزن النسبي	متوسط الإستجابة
		نعم	إلى حد ما	لا		
تابع المحور الثالث : مصادر الدبلوماسية الرياضية :						
١٧-	المؤتمرات الأكاديمية لبحث قضايا الرياضة .	١٠٩	٣٩	١٢	٤١٧	٠.٨٧
١٨-	الخدمات الرياضية مثل (المنتجات الرياضية ، العلامات التجارية للأندية) .	٩٦	٣٧	٢٧	٣٨٩	٠.٨١
١٩-	الحصول على حقوق البث الحصرية للأحداث الرياضية الدولية .	١٠١	٣٩	٢٠	٤٠١	٠.٨٤

٠.٨٢	٣٩٥	٢٢	٤١	٩٧	رعاية منافسات أو كيانات رياضية عديدة .
٠.٨٥	متوسط الإستجابة للمحور				
المحور الرابع : خصائص الدبلوماسية الرياضية :					
٠.٧٩	٣٧٩	٣١	٣٩	٩٠	إستخدام الرياضة في التنافس الإستراتيجي أو للمقاطعات الرياضية .
٠.٩٥	٤٥٦	٠	٢٤	١٣٦	تمثل شكلاً من أشكال القوة الناعمة لإظهار قوة النظام السياسي .
٠.٩٢	٤٤٠	٢	٣٦	١٢٢	أداة مهمة للنفوذ السياسي ومجالاً واسعاً لممارسة الدبلوماسية العامة .
٠.٨٨	٤٢٠	١٣	٣٤	١١٣	إستخدام الرياضة كوسيلة لتعزيز نفوذها وزيادة شعبيتها .
٠.٨٦	٤١٥	١٤	٣٧	١٠٩	إستخدام الرياضة لتضخيم سياستها الخارجية وإيصال رسائل دبلوماسية .
٠.٨٨	٤٢٠	١٦	٢٨	١١٦	إستخدام الأحداث الرياضية في تنظيم لقاءات دولية كجزء من الدبلوماسية المتعددة
٠.٩١	٤٣٦	١٠	٢٤	١٢٦	إستخدام جاذبية الرياضة لتوحيد المجتمع الدولي وتحقيق السلام والتفاهم بين الدول
٠.٨٨	متوسط الإستجابة للمحور				
٠.٨٥	متوسط الإستجابة للإستبيان				
الحد الأدنى للثقة = ٠,٥٨ الحد الأعلى للثقة = ٠,٧٦					

يتضح من جدول (١٦) ما يلي :

تراوحت متوسطات الإستجابة لآراء العينة بالنسبة لعبارات إستبيان ممارسات الدبلوماسية الرياضية بقطاع الرياضة المصري ما بين (٠.٧٧ : ٠.٩٥) ، وتراوحت متوسطات الإستجابة لآراء العينة بالنسبة لمحاور الإستبيان ما بين (٠.٨٣ : ٠.٨٨) ، بينما بلغ متوسط الإستجابة للدرجة الكلية للإستبيان (٠.٨٥) .

جاءت جميع متوسطات الإستجابة لعبارات إستبيان ممارسات الدبلوماسية الرياضية بقطاع الرياضة المصري ، وكذلك الدرجة الكلية أعلى من الحد الأعلى للثقة ، مما يدل على أهمية توافر ممارسات الدبلوماسية الرياضية .

تعزو الباحثة تلك النتيجة إلى أهمية ممارسات الدبلوماسية الرياضية حيث تساعد على إظهار القيم الحضارية والتاريخية والسياسية للدولة ، وذلك من منطلق كون أن الرياضة أحد أهم مجالات القوة الناعمة والتي يمكن أن تسهم بصورة كبيرة في تعزيز أهداف الدولة المصرية السياسية والأيدلوجية وتحقيق الإتصال السياسي غير المباشر مع جميع دول العالم ، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة (نبيه وأخرون ، ٢٠٢٤) (١٤) والتي أكدت على أن من أهداف الدبلوماسية الرياضية توظيف الرياضة كأحد مجالات القوة الناعمة لإظهار قوة النظام السياسي للدولة المصرية ، ودراسة (Kulleborn,2021) (٢٢) والتي أكدت نتائجها على أن الرياضة تلعب دوراً في القوة الناعمة وأن دبلوماسيتها الرياضية تحتوي على موضوعين رئيسيين حقوق الإنسان والإستدامة .

كذلك ينبغي أن تعكس ممارسات الدبلوماسية الرياضية أهمية الدور الذي يمكن أن تلعبه وتقوم به الرياضة في تعزيز الأمن القومي وتعزيز خدمة المصالح السياسية والإقتصادية والثقافية

والإجتماعية وغيرها وتعزيز سمعة الدولة المصرية ، والترويج لمدى التقدم التكنولوجي والتقني والإنشائي في مجال المنشآت والملاعب الرياضية ، والذي يمثل عاملاً حاسماً وهاماً عند التقدم بملف لإستضافة بعض الأحداث والمنافسات الرياضية العالمية أو القارية ، وهذا يتفق مع ما أكدتته نتائج دراسة (خالد محمد ، مريم أحمد ، ٢٠١٩) (٦) والتي أكدت على وجود درجة مرتفعة لدور الرياضة في خدمة السياسة الداخلية للدولة وعلى جميع مجالات الدراسة .

حيث أن إستضافة الأحداث الرياضية الكبيرة هو المسعى الحقيقي لجميع دول العالم ، وتظهر أهميتها بوجه خاص للدولة المصرية لكونها تعد حافزاً للإقتصاد المصري خاصة بعد تحول الرياضة إلى صناعة ومن جانب آخر ودورها في تعزيز الهوية الوطنية للدولة المصرية خلال المحافل الدولية ، وهو ما أشارت إليه نتائج دراسة (Noof,2021) (٢٣) والتي أكدت على أن الأحداث الرياضية تعزز صورة الدولة والإستفادة من القوة الناعمة التي توفرها .

لذا ينبغي على الدولة المصرية ممثلة في وزارة الشباب والرياضة بالتعاون مع وزارة الخارجية المصرية على توظيف الأحداث الرياضية كإستضافة أو المشاركة في الأحداث والبطولات الرياضية ، فضلاً عن توظيف الخدمات الرياضية ومنها المنتجات الرياضية والعلامات التجارية للأندية الرياضية ووسائل الإعلام الرياضي والعمل على إستثمار رأس المال البشري داخل المنظومة الرياضية المصرية ، وغيرها من المصادر كمدخل لتحقيق الأهداف المرجوة للدبلوماسية الرياضية المصرية .

للإجابة على التساؤل الثاني والذي ينص على : ما عناصر وملامح تسويق الهوية الوطنية بقطاع الرياضة المصري ؟

جدول (١٧) الوزن النسبي ومتوسط الإستجابة لآراء العينة بالنسبة لعبارات إستبيان عناصر وملامح تسويق

الهوية الوطنية بقطاع الرياضة المصري (ن = ١٦٠)

م	العبارات	الإستجابة			الوزن النسبي	متوسط الإستجابة
		نعم	إلى حد ما	لا		
المحور الأول : عناصر الهوية الإقتصادية :						
١-	الصناعات التي تتميز بها الدولة .	١٠١	٣٣	٢٦	٣٩٥	٠.٨٢
٢-	العلاقات الإقتصادية للدولة بالدول الأخرى .	١٠٧	٢٩	٢٤	٤٠٣	٠.٨٤
٣-	الرؤي والجهود التنموية للدولة .	٩٥	٣٦	٢٩	٣٨٦	٠.٨٠
٤-	النظام الإقتصادي للدولة .	١١٠	٣٠	٢٠	٤١٠	٠.٨٥
٠.٨٣	متوسط الإستجابة للمحور					
المحور الثاني : عناصر الهوية الثقافية :						
٥-	وسائل الإعلام البارزة بالدولة .	٩٩	٣٢	٢٩	٣٩٠	٠.٨١
٦-	المؤسسات الثقافية والفكرية بالدولة .	٨٣	٤٧	٣٠	٣٧٣	٠.٧٨

٠.٨١	٣٩١	٢٩	٣١	١٠٠	٧- العلماء والمتقنون والمشهورين في مختلف المجالات بالدولة .
٠.٩١	٤٣٨	٦	٣٠	١٢٤	٨- عادات وتقاليد الشعب .
٠.٨٣	متوسط الإستجابة للمحور				
المحور الثالث : عناصر الهوية السياسية :					
٠.٩٤	٤٥١	٠	٢٩	١٣١	٩- النظام السياسي بالدولة .
٠.٧٩	٣٧٧	٣٢	٣٩	٨٩	١٠- الإتفاقيات والمعاهدات الدولية التي أبرمتها الدولة .
٠.٨١	٣٨٨	٢٨	٣٦	٩٦	١١- المنشآت السياسية بالدولة .
٠.٧٧	٣٦٩	٣٠	٥١	٧٩	١٢- عضوية الدولة بالإتحادات والمنظمات العالمية والدولية .
٠.٧٩	٣٨١	٢٩	٤١	٩٠	١٣- القيادات السياسية بالدولة .
٠.٨٢	متوسط الإستجابة للمحور				
المحور الرابع : عناصر الهوية الرياضية :					
٠.٩٢	٤٤٠	٣	٣٤	١٢٣	١٤- الإنجازات والبطولات على كافة المستويات التنافسية .
٠.٨٧	٤١٩	١٥	٣١	١١٤	١٥- التثقيف بالموضوعات والقضايا الرياضية المختلفة .
٠.٨٤	٤٠١	٢١	٣٧	١٠٢	١٦- الإهتمام بالتاريخ الرياضى .

تابع جدول (١٧) الوزن النسبى ومتوسط الإستجابة لآراء العينة بالنسبة لعبارات إستبيان عناصر وملاح تسويق

الهوية الوطنية بقطاع الرياضة المصرى (ن = ١٦٠)

م	العبارات	الإستجابة			الوزن النسبى	متوسط الإستجابة
		لا	إلى حد ما	نعم		
تابع المحور الرابع : عناصر الهوية الرياضية :						
٠.٩١	١٧- الوعى الرياضى والتشجيع الإيجابى بالمنافسات والمحافل الرياضية .	٣	٣٨	١١٩	٤٣٦	٠.٩١
٠.٩٣	١٨- إنتهاج القيم السلوكية والروح الرياضية الحسنة لممارسات الرياضية .	٠	٣٣	١٢٧	٤٤٧	٠.٩٣
٠.٨٥	١٩- الولاء والإنتماء للفرق والمنتخبات الوطنية .	١٨	٣٥	١٠٧	٤٠٩	٠.٨٥
٠.٨٩	متوسط الإستجابة للمحور					٠.٨٩
المحور الخامس : عناصر الهوية التاريخية :						
٠.٩٤	٢٠- الأحداث التاريخية للدولة .	٤	٢٠	١٣٦	٤٥٢	٠.٩٤
٠.٨٨	٢١- المنشآت التاريخية الفريدة بالدولة .	١٧	٢٢	١٢١	٤٢٤	٠.٨٨
٠.٨٩	٢٢- رموز وأبطال الدولة .	٩	٣٥	١١٦	٤٢٧	٠.٨٩
٠.٨٩	٢٣- الإمتداد التاريخى للدولة .	١٣	٢٨	١١٩	٤٢٦	٠.٨٩
٠.٩٠	متوسط الإستجابة للمحور					٠.٩٠
٠.٨٥	متوسط الإستجابة للإستبيان					٠.٨٥
الحد الأدنى للثقة = ٠,٥٨ الحد الأعلى للثقة = ٠,٧٦						

يتضح من جدول (١٧) ما يلى :

تراوحت متوسطات الإستجابة لآراء العينة بالنسبة لعبارات إستبيان عناصر وملاح تسويق الهوية

الوطنية بقطاع الرياضة المصري ما بين (٠.٧٨ : ٠.٩٤) ، وتراوحت متوسطات الإستجابة لآراء العينة بالنسبة لمحاور الإستبيان ما بين (٠.٨٢ : ٠.٩٠) ، بينما بلغ متوسط الإستجابة للدرجة الكلية للإستبيان (٠.٨٥) .

جاءت جميع متوسطات الإستجابة لعبارات ومحاور إستبيان عناصر وملامح تسويق الهوية الوطنية بقطاع الرياضة المصري وكذلك الدرجة الكلية أعلى من الحد الأعلى للثقة ، مما يدل على أهمية توافر تلك العناصر والملاح لتسويق الهوية الوطنية عدم تطبيق .

تعزو الباحثة تلك النتيجة إلى أهمية توافر عناصر وملاح الهوية الوطنية والمتمثلة في عناصر الهوية الإقتصادية ، عناصر الهوية الثقافية ، عناصر الهوية السياسية ، عناصر الهوية الرياضية ، عناصر الهوية التاريخية ، حيث تمثل الهوية الوطنية للدول والشعوب أحد أهم مقومات تشكيل ملامحها داخل المجتمع الدولي ، وأحد أهم مكونات بناء وتعزيز صورتها النمطية بهذا المجتمع ، وهي الصورة التي تحدد إلي جانب غيرها من العوامل الأخرى مكانة الدولة ، وترسم شكل علاقاتها السياسية والإقتصادية والثقافية والسياسية والرياضية مع غيرها من الدول الأخرى ، وتمكنها من تنفيذ خططها التنموية التي ترسم وتحقق رؤيتها المستقبلية .

ومما سبق يتبين أن الهوية الوطنية للدولة تمثل أحد أهدافها الإستراتيجية ، وأنها ذات أهمية كبرى في ترابط المجتمع ونهضته ، فهي الحصن المنيع لأمته وإستقراره ضد التيارات الفكرية الوافدة الهدامة ، وهي الأساس الذي يبنى عليه باقي الأشياء الأخرى ، ومن ثم ضرورة إبرازها ونشرها ودعمها بين أبناء المجتمع وفق خطة عمل ممنهجة ، ومن هنا تبدو أهمية تعزيز الهوية الوطنية ، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة (Rizwan,2019)(٢٥) والتي أكدت على تنوع مرتكزات بناء التأييد لعناصر الهوية الوطنية في المدونات موضع التحليل ، ودراسة (عبد الله المطوع ، ٢٠١٩)(٨) والتي أكدت على أن هناك حاجة للعمل على زيادة وتفعيل الدور التربوي للأندية الرياضية في تعزيز الهوية الوطنية .

للإجابة على التساؤل الثالث والذي ينص على : هل توجد علاقة إرتباطية طردية دالة إحصائياً بين ممارسات الدبلوماسية الرياضية وتسويق الهوية الوطنية بقطاع الرياضة المصري ؟

جدول (١٨) معاملات الإرتباط بين ممارسات الدبلوماسية الرياضية وتسويق الهوية الوطنية بقطاع الرياضة المصري (ن = ١٦٠)

الهوية الرياضية						الدبلوماسية الرياضية
الدرجة الكلية	الهوية التاريخية	الهوية الرياضية	الهوية السياسية	الهوية الثقافية	الهوية الإقتصادية	
٠.٦٧	٠.٦٨	٠.٧٦	٠.٧٣	٠.٦٩	٠.٥٢	أهداف الدبلوماسية الرياضية
٠.٥٩	٠.٦٩	٠.٦٠	٠.٦٥	٠.٦٩	٠.٦٤	وسائل الدبلوماسية الرياضية

٠.٦٠	٠.٥٨	٠.٧٧	٠.٧١	٠.٧٣	٠.٧١	مصادر الدبلوماسية الرياضية
٠.٦٥	٠.٧١	٠.٦٥	٠.٦٣	٠.٥٧	٠.٧٤	خصائص الدبلوماسية الرياضية
٠.٧٢	٠.٧٠	٠.٦٩	٠.٧٤	٠.٧١	٠.٦٨	الدرجة الكلية

يتضح من جدول (١٨) ما يلي :

توجد علاقة إرتباطية طردية دالة إحصائياً بين ممارسات الدبلوماسية الرياضية وتسويق الهوية الوطنية بقطاع الرياضة المصري .

تعزو الباحثة تلك النتيجة إلى إن للدبلوماسية الرياضية تأثير في تسويق وتنمية الهوية الوطنية من عدة مقومات ، وذلك من خلال الإنتشار الواسع للرياضة من جهة ثانياً مكانة الرياضة وكونها في الوقت الحالي ظاهرة إجتماعية تستهوي إهتمام كافة أفراد المجتمع غالباً ، كذلك كون الرياضة تهتم بالشباب الذين هم عماد الأمة والوطن المعول عليهم في خدمته ، أيضاً ما تتيحه الرياضة لأبناء الوطن من فرصة المساهمة في التنمية وخدمة الوطن وإبراز الإلتزام إلية من خلال تمثيله في المنافسات والمناسبات الرياضية .

بالإضافة لتعدد مجالات إهتمام الرياضة إلى أبعد من الرياضة الجسمية فهي تشمل جوانب إجتماعية وثقافية بالإضافة للجوانب الرياضية وكل ما تقدم يلقي بظلاله على مكانة الدبلوماسية لتحمل مسئوليتها الرياضية الإجتماعية والثقافية والوطنية ، وهو ما أشارت إلية دراسة (حسين على ، ٢٠٢٠) (٤) والتي أشارت إلى أنه يمكن إستخدام الدبلوماسية الرياضية في السعي لتحقيق المصلحة الوطنية وأنه يمكن إعتبار الدبلوماسية الرياضية جزءاً من بناء هوية الدولة .

كما تبرز مسئولية الدبلوماسية الرياضية في جوانبها المختلفة من خلال وجوب إلتزامها بالأهداف التي قامت من أجل تحقيقها في المجتمع ، حيث أضحت الدبلوماسية الرياضية رمزاً من رموز القوة الوطنية التي تعرف بالقوة الناعمة ، التي باتت كثير من الدول تبنيها بدلاً من القوة الصلبة ، حيث تعتمد الدبلوماسية الرياضية على جاذبية الصورة والنشاط والحدث لتأكيد القوة والمكانة والهيمنة ، فغدت الإنجازات الرياضية عنصراً مهماً في دعم صورة الدولة (الوطن) وتلميحتها ، للتأثير في الرأي العام المحلي والإقليمي والقاري والدولي على حد سواء .

وهو ما يتفق مع نتائج دراسة (نبيه وأخرون ، ٢٠٢٤) (١٤) والتي أكدت على أن الدبلوماسية الرياضية تعمل على تعزيز الهوية الوطنية ، ودراسة (إسلام أحمد ، ٢٠٢٠) (٢) والتي أكدت على وجود علاقة إرتباطية بين التعرض للأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة الدولية ومستوي إدراك عناصر الهوية الوطنية ، ودراسة (منصور وأخرون ، ٢٠٢٠) (١٣) والتي أكدت نتائجها على أهمية دور المشاركة في الأنشطة الرياضية في تعزيز الهوية الوطنية .

للإجابة على التساؤل الرابع والذي ينص على : ما سبل تعزيز ممارسات الدبلوماسية الرياضية

في تسويق الهوية الوطنية بقطاع الرياضة المصري ؟

في ضوء نتائج البحث التي توصلت إليها الباحثة ومن خلال الإطلاع على الدراسات السابقة وإنطلاقاً من ممارسات الدبلوماسية الرياضية التي تناولها البحث ، ترى الباحثة أنه يمكن عرض مجموعة من الإجراءات التالية كسبل لتعزيز ممارسات الدبلوماسية الرياضية في تسويق الهوية الوطنية بقطاع الرياضة المصري :

- العمل على إنشاء مراكز وهيئات مختصة تضم أفراد من مختلف التخصصات والمستويات للعمل في مجال الدبلوماسية الرياضية ، لكي تكون قائمة على أساس علمي ومنهجي ، مع توفير كافة التدريبات والإرشادات اللازمة لهم ، وترفع تقاريرها وتوصياتها مباشرة لوزارة الخارجية ووزارة الشباب والرياضة
- وجود موارد بشرية ومادية مختصة للعمل الدبلوماسي الرياضي من قبل الدولة .
- عمل وبناء شراكات مع القطاعات ومراكز الدراسات الإستراتيجية العالمية الأكثر تأثيراً والمعنية بالدبلوماسية الرياضية .
- توظيف مصادر الدبلوماسية الرياضية للتأكيد على ما تمثله الرياضة وأحداثها من قيمة دولية واسعة النطاق وسريعة الإنتشار في تسويق الهوية الوطنية .
- التسويق للقدرة الإبتكارية المصرية في مجال الرياضة .
- إعداد حملات توعوية تؤكد على أهمية الفعاليات الرياضية كونها أهم أسس أرساء الهوية الوطنية ، ومن ثم ضرورة المشاركة في إعدادها وتنظيمها بشكل يحقق الغاية منها .
- إستخدام منصات وسائل الإعلام الرقمية في تعزيز ونشر مفهوم الدبلوماسية الرياضية ، ودورها على المستوى المحلي والدولي في تسويق الهوية الوطنية .
- تبني إستراتيجيات واضحة ومحددة للتواجد المصري للأحداث الرياضية ذات التأثير الخارجي وتحديد أهداف هذا التواجد ، ووضع معايير واضحة وملزمة لشكل هذا التواجد .
- التركيز على تطوير البنية التحتية الرياضية ، وتنظيم الأحداث الرياضية الكبرى .
- دمج تعزيز الهوية الوطنية كهدف أساسي ضمن أهداف الأحداث والمنافسات الرياضية التي يتم تنظيمها أو المشاركة فيها .
- قيام وزارة الشباب والرياضة على الإستثمار الأمثل للرياضة لتسويق وتعزيز الهوية الوطنية ، وكذلك للنظام السياسي للدولة داخلياً وخارجياً .
- تعزيز توجهات الدولة المصرية والحكومة لدعم الرياضة مادياً ومعنوياً للإستفادة من الرياضة في تسويق الهوية الوطنية ، والتي تعد وسيلة إجتماعية ذات مردود إيجابي على تماسك المجتمع .
- تشجيع رأس المال الخاص للإستثمار في المجال الرياضي ، من خلال توفير مرافق الدولة في هذا المجال ، مثل الإعفاءات الضريبية والجمركية .

- عقد مؤتمرات ولقاءات متخصصة تتضمن محاورها مجالات تفعيل القوة الناعمة والدبلوماسية الرياضية في تسويق الهوية الوطنية .

- مراعاة الشروط اللازمة لتنمية عناصر وملاح الهوية الوطنية عند التخطيط للتظاهرات الرياضية والأحداث الرياضية الدولية المختلفة .

الإستنتاجات :

في ضوء نتائج البحث توصلت الباحثة إلى الإستنتاجات التالية :

- معرفة أهم ممارسات الدبلوماسية الرياضية بقطاع الرياضة المصري .
- معرفة أهم عناصر وملاح الهوية الوطنية بقطاع الرياضة المصري .
- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين ممارسات الدبلوماسية الرياضية وتسويق الهوية الوطنية بقطاع الرياضة المصري .
- التوصل إلى مجموعة من الإجراءات لتعزيز ممارسات الدبلوماسية الرياضية في تسويق الهوية الوطنية بقطاع الرياضة المصري .

التوصيات :

في ضوء نتائج البحث توصي الباحثة بما يلي :

- ضرورة ممارسة الدولة المصرية للدبلوماسية الرياضية على المستوى الداخلي والخارجي ، وتحسين إدراك المجتمع بأهمية الدبلوماسية الرياضية في الحاضر والمستقبل في تسويق الهوية الوطنية .
- الإهتمام بالدبلوماسية الرياضية كقوة ناعمة في تحسين العلاقات بين الدول المتجاورة وشعوبها ، وذلك من خلال المشاركة في ثقافة جماعية تشترك فيها الدول من أجل تحقيق أهداف سياسية .
- مواجهة التغيرات العالمية التي تحدث بإسم العولمة والسموم التي تدسها داخل مجتمعنا والذي إنعكس على المنظومة الرياضية بصفة خاصة والمجتمع المصري وهويته الوطنية بصفة عامة .
- تسخير جميع مقدرات الدولة لتحقيق أهداف الدبلوماسية الرياضية على صعيد السياسة الخارجية .
- ضرورة إستلهاً التجارب الدولية الرائدة والفاعلة في مجال الدبلوماسية الرياضية ، بما يتفق مع الهوية الوطنية للدولة المصرية .
- ضرورة إجراء العديد من الدراسات والأبحاث على الدبلوماسية الرياضية وأثرها في تسويق الهوية الوطنية من أجل الرفع من مستوى أداء العمل الدبلوماسي ، خاصة مع التغيرات المتسارعة للعصر الجديد عالمياً .

قائمة المراجع

أولاً : المراجع باللغة العربية :

- ١- أحمد قاسم حسين (٢٠٢٢) : الرياضة وحقل العلاقات الدولية : التفكير في الرياضة عبر عدسات النظريات الوضعية ، مجلة سياسات عربية ، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات ، قطر ، المجلد (١٠) ، العدد (٥٨) .
- ٢- إسلام أحمد أحمد (٢٠٢٠) : فاعلية الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة الدولية بالمنظمات الدبلوماسية في تسويق الهوية الوطنية ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، كلية الإعلام (مركز بحوث الرأي العام) ، جامعة القاهرة ، المجلد (١٩) ، العدد (٢) .
- ٣- أفرح العتيبي ، سارة الأنصاري ، المهدي الحامد (٢٠٢١) : المحدد الإجتماعي في تشكيل صورة الدولة (حالة بطولة كأس العالم ٢٠٢٢ في دولة قطر) ، مجلة تجسير ، مركز ابن خلدون للعلوم الإنسانية والإجتماعية ، جامعة قطر ، المجلد (٣) ، العدد (٢) ، ص ٤٤-٦٨ .
- ٤- حسين على فوادة (٢٠٢٠) : دور الدبلوماسية الرياضية في تعزيز المصلحة الوطنية في إفريقيا (كينيا أنموذجاً) ، المجلة الجزائرية للدراسات السياسية ، جامعة أم البواقي ، المجلد (٧) ، العدد (٢) .
- ٥- خالد سالم عبد الإله (٢٠١٩) : دور الإعلام الرياضي في تعزيز الهوية الوطنية والهوية التنافسية للدول ، مجلة العلوم الرياضية والمرتبطة ، كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة ، جامعة طرابلس ، العدد (٢٧) .
- ٦- خالد محمد الزيود ، مريم أحمد أبو عليم (٢٠١٩) : دور الرياضة في خدمة السياسة الداخلية للدولة من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا في جامعة اليرموك (دراسة مقارنة) ، مجلة المناره للبحوث والدراسات ، جامعة اليرموك ، الأردن ، المجلد (٢٥) ، العدد (٣) .
- ٧- رضا محمد حسن (٢٠٢٣) : الأنشطة الطلابية ودورها في تعزيز الهوية الوطنية بجامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل على ضوء رؤية المملكة ٢٠٣٠ ، مجلة كلية التربية ، كلية التربية ، جامعة عين شمس ، العدد (٤٧) ، الجزء (٣) .
- ٨- عبد الله بن سعود المطوع (٢٠١٩) : الدور التربوي للأندية الرياضية في تعزيز الهوية الوطنية السعودية : دراسة تحليلية للتفاعل التربوي في مواقع التواصل الإجتماعي (تويتر أنموذجاً) ، مجلة كلية التربية ، كلية التربية ، جامعة الأزهر ، المجلد (٣٨) ، العدد (١٨٤) ، الجزء (١) .
- ٩- كمال حميدو (٢٠٢٢) : الإعلام والرياضة أداتين لبناء السمة الوطنية والتسويق لها (الإستراتيجية القطرية نموذجاً) ، مجلة سياسات عربية ، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات ، قطر ، المجلد (١٠) ، العدد (٥٧) .

- ١٠- محمود محمد سيد (٢٠٢٠) : تقييم النخبة لدور وسائل الإعلام الرياضي الجديد في تعزيز الدبلوماسية الرياضية والهوية التنافسية الدولية ، مجلة علوم الرياضة ، كلية التربية الرياضية ، جامعة المنيا ، المجلد (٣٣) ، العدد (٣) .
- ١١- مروان محمد عبود (٢٠٢٣) : دور الدبلوماسية الرياضية في تعزيز العلاقات بين الشعوب المتجاورة (دراسة حالة دول الخليج العربي) ، مجلة حمورابي للدراسات ، كلية القانون والعلوم السياسية ، جامعة الأنبار ، المجلد (١) ، العدد (٤٦) .
- ١٢- مروة بنت لافي الهنائي ، علي بن سلام اليعربي ، مروة حمدي نصر (٢٠٢٣) : الهوية الرياضية وعلاقتها بالإتجاهات والإستعداد نحو تناول المنشطات لدى لاعبي الأندية الرياضية العمّانية ، مجلة أسبوط لعلوم وفنون التربية الرياضية ، كلية التربية الرياضية ، جامعة أسبوط ، المجلد (٦٤) ، العدد (١) .
- ١٣- منصور سعيد المالكي ، عبد الرحمن عوض الأسمرى ، جابر محمد عبد الله ، نصره محمود إسماعيل ، أسامة عبد الفتاح محمد (٢٠٢٠) : دور المشاركة في الأنشطة الرياضية في تعزيز الهوية الوطنية لدى بعض فئات التلاميذ ذوي الإحتياجات الخاصة مقارنة بالعادين بالمملكة العربية السعودية ، المجلة التربوية ، كلية التربية ، جامعة سوهاج ، المجلد (٧٩) ، العدد (٧٩) .
- ١٤- نبيه عبد الحميد العلقامي ، عبد اللطيف صبحي محمد ، عبد الله مصطفى عبد العظيم ، محمد زيد حمدي (٢٠٢٤) : الدبلوماسية الرياضية في مصر كأحد أدوات القوة الناعمة (دراسة تحليلية) ، المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة حلوان ، العدد (١٠٣) ، الجزء (٤) .
- ١٥- نديم ناصيف (٢٠٢٢) : قياس قدرات الدول على إستخدام الرياضة أداة للقوة الناعمة (مؤشر القوة الرياضية العالمية) ، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات ، قطر ، المجلد (١٠) ، العدد (٥٧) .
- ١٦- نرمين علاء الدين (٢٠٢٢) : تمثيل أبعاد الهوية الوطنية في التصميمات البصرية للأحداث الرياضية الكبرى (دراسة كيفية بالتطبيق على كأس العالم) ، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، العدد (٢٤) ، الجزء (٣) .

ثانياً : المراجع باللغة الأجنبية :

- 17- Abdellatif, Mohamed Sayed, (2022) : The Role of the National Day Activities in Promoting the National Identity of University Youth (A Field Study on Prince Sattam bin Abdulaziz University Students), Journal for Educators, Teachers and Trainers JETT, Vol. 14 (3), PP,521-532.
- 18- Abdi, K., Talebpour, M., Fullerton, J., Ranjkesh, M. J., & Jabbari Nooghabi, H. (2018) : Converting sports diplomacy to diplomatic outcomes: Introducing a sports diplomacy model. International area studies review, 21(4),124-

133.

- 19- Baar, V., & Jakubek, D. (2017) : Divided National Identity in Moldova, Journal of Nationalism, Memory & Language Politics, 11. (1),pp 58-92.
- 20- Jianbin, F. W.(2016) : A Short History of New Media Studies in China: Practices and Identity Construction, 1980s-Today, Interactions: Studies in Communication & Culture, 7 (3),pp 345-360.
- 21- Jiri Zakravsky, Michał Marcin Kobierecki, Ivan Stulajter, (2021) : Sports Diplomacy Research in Poland, Czechia and Slovakia. Emerging Field of Study ?, Politics in Central Europe, vol(17), no(3), p.400.
- 22- Kulleborn, Henrik, (2021) : Sport a gateway to international influence ? A study of Sweden's sport diplomacy, Master's thesis, Lund University, Sweden .
- 23- Noof Al-Dosari, (2021) : Sport and International Relations: Qatari Soft Power and Foreign Policy Making, Tajseer Journal, vol (3), Issue (2), p.147.
- 24- Richard Parrish, (2022) : EU Sport Diplomacy: An Idea Whose Time Has Nearly Come, JCMS: Journal of Common Market Studies, vol (60), no (5), p. 512.
- 25- Rizwan, S. (2019) : National Identity Premises in Pakistani Social Media Debate Over Patriotism, Journal of Language and Politics, 18 (2),pp 291-311,
- 26- Simon Rofe J, (2018) : Sport and Diplomacy: Games within Games, Manchester: Manchester University Press .
- 27- Stuart Murray, (2018) : Sports diplomacy: Origins, theory and practice, Routledge, p.1.
- 28- Stuart Murray, Geoffrey Allen Pigman, (2014) : Mapping the relationship between international sport and diplomacy, Sport in Society, vol (17), No (9), p.109.
- 29- Supratiknya, A. (2021) : National Identity in the Indonesian youth, ANIMA, Indonesian Psychological Journal, 36(2), PP,231-273.
- 30- Trunkos, Jessica, Heere, Bob, (2017) : Sport diplomacy: A review of how sports can be used to improve international relationships, in Book: Case studies in sport diplomacy, FIT Publishing, p.6.
- 31- Umar, M., & Rasul, S. (2017). : National Identity Insinuations in The Advertising Discourse of Pakistani Clothing and Food Brands on Facebook, Kasbmir Journal of Language Research, 20 (1),pp 47-72.

ملخص البحث

تعزيز ممارسات الدبلوماسية الرياضية وعلاقتها بتسويق الهوية الوطنية
بقطاع الرياضة المصري

أ.م.د/ سارة إسماعيل محمد

يهدف البحث إلي تعزيز ممارسات الدبلوماسية الرياضية وعلاقتها بتسويق الهوية الوطنية بقطاع الرياضة المصري ، وإستخدمت الباحثة المنهج الوصفي بإسلوب (الدراسات المسحية) ، وذلك لملائمته لتحقيق هدف البحث ومناسبته لطبيعة إجراءاته .

يتمثل مجتمع البحث في القيادات بوزارة الشباب والرياضة ، وقيادات مديريات الشباب والرياضة ، وأعضاء اللجنة الأولمبية المصرية ، وأعضاء مجلس إدارة بعض الإتحادات الرياضية ، وأعضاء مجلس إدارة بعض الأندية الرياضية ، والسياسين العاملين بالمجال الرياضي ، والأكاديميين من العاملين بالمجال السياسي ، والعاملين بإدارة الشباب والرياضة بجامعة الدول العربية ، وقامت الباحثة بإختيار عينة بالطريقة الطبقية العمدية من مجتمع البحث ، حيث بلغت عينة البحث (١٦٠) فرداً ، وقد قامت الباحثة بإختيار عدد (٢٠) فرد للعينة الإستطلاعية ومن خارج عينة البحث الأصلية إستخدمت الباحثة عدد (٢) إستبيان الأول يهدف إلى التعرف على ممارسات الدبلوماسية الرياضية بقطاع الرياضة المصري ، والثاني يهدف إلى التعرف على عناصر وملامح تسويق الهوية الوطنية بقطاع الرياضة المصري ، وجميعهم من (إعداد الباحثة) .

وكانت من أهم النتائج معرفة أهم ممارسات الدبلوماسية الرياضية بقطاع الرياضة المصري ، معرفة أهم عناصر وملامح الهوية الوطنية بقطاع الرياضة المصري ، وجود علاقة إرتباطية دالة إحصائياً بين ممارسات الدبلوماسية الرياضية وتسويق الهوية الوطنية بقطاع الرياضة المصري ، التوصل إلى مجموعة من الإجراءات لتعزيز ممارسات الدبلوماسية الرياضية في تسويق الهوية الوطنية بقطاع الرياضة المصري .

وكان من أهم التوصيات ضرورة ممارسة الدول للدبلوماسية الرياضية على المستوى الداخلي والخارجي ، وتحسين إدراك المجتمع بأهمية الدبلوماسية الرياضية في الحاضر والمستقبل في تسويق الهوية الوطنية ، والعمل على إنشاء مراكز وهيئات مختصة للعمل في مجال الدبلوماسية الرياضية ، لكي تكون قائمة على أساس علمي ومنهجي .

Abstract

Promote practices sports diplomacy and their relationship to marketing national identity in the Egyptian sports sector

Dr. Sarah Ismail Mohamed

The research aims to Promote practices sports diplomacy practices and their relationship to marketing the national identity in the Egyptian sports sector , The researcher used the descriptive approach using the (survey studies) method, due to its suitability to achieve the research objective and its suitability to the nature of its procedures .

The research community is represented by the leadership of the Ministry of Youth and Sports, the leadership of the Youth and Sports Directorates, members of the Egyptian Olympic Committee, members of the Board of Directors of some sports federations, members of the Board of Directors of some sports clubs, politicians working in the sports field, academics working in the political field, and workers in the Youth and Sports Administration at the League of Arab States. The researcher selected a sample using the deliberate stratified method from the research community, as the research sample amounted to (160) individuals. The researcher selected (20) individuals for the exploratory sample from outside the original research sample .

The researcher used (2) questionnaires, the first aimed to Promote practices of sports diplomacy in the Egyptian sports sector, and the second aimed to identify the elements and features of marketing the national identity in the Egyptian sports sector, and all of them were prepared by the researcher .

The most important results were identifying the most important sports diplomacy practices in the Egyptian sports sector, identifying the most important elements and features of national identity in the Egyptian sports sector, the existence of a statistically significant correlation between sports diplomacy practices and marketing national identity in the Egyptian sports sector, and reaching a set of measures to enhance sports diplomacy practices in marketing national identity in the Egyptian sports sector .

One of the most important recommendations was the necessity for countries to practice sports diplomacy at the domestic and international levels, improve society's awareness of the importance of sports diplomacy in the present and future in marketing the national identity, and work to establish specialized centers and bodies to work in the field of sports diplomacy, so that they are based on a scientific and methodological foundation .