



Utilizing Artificial Intelligence Techniques in Big Data Analysis of Social Media Users' Sentiments towards World Cup 2022

Mohammad Ali Alquaary¹ , Abdalrhman Alquaary^{2*} 

¹Department of Journalism and New Media, College of Media and Communication, Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University (IMSIU).

²Department of Information Systems Engineering, Faculty of Computer and Information Science, Sakarya University, Sakarya, Turkey.

Abstract

Objectives: The study aimed to explore the use of artificial intelligence (AI) techniques in analyzing big data on social networks concerning the 2022 FIFA World Cup, focusing on the platform X (formerly Twitter). This was achieved using a survey methodology and social network analysis tools.

Methods: The study provided a comprehensive analysis of sentiments and topics discussed on the X platform during three time periods: before the World Cup, during the event, and after the tournament. A massive dataset exceeding 8.5 million tweets was collected using eight hashtags related to the global sporting event. The data was analyzed with advanced AI algorithms and machine learning techniques, including sentiment analysis and topic modeling.

Results: The findings revealed a significant positive shift of 43.87% from the first to the third period of the study, accompanied by a corresponding decline in negative sentiments by -13.51%. These shifts highlight the successful execution of the World Cup and increased satisfaction and positive perceptions among users, as evidenced by the rise in positive sentiments and the decline in negative ones regarding the World Cup as a whole.

Conclusion: Big data was analyzed with high efficiency and accuracy to uncover shifts in sentiments and topics discussed during the World Cup. Additionally, the study evaluated the role of Qatar's hosting of the event and its impact on global sentiments. This prominent event led to notable changes in emotional responses toward Arabs, with particular emphasis on the host country of the 2022 FIFA World Cup.

Keywords: Artificial intelligence; social media analysis; sentiment analysis; topic modeling; big data; Qatar World Cup 2022

Received: 11/9/2024
Revised: 24/10/2024
Accepted: 9/12/2024
Published online: 1/1/2026

* Corresponding author:
maalquaary@imamu.edu.sa

Citation: alquaary, M. A., & Alquaary, A. (2026). Utilizing Artificial Intelligence Techniques in Big Data Analysis of Social Media Users' Sentiments towards World Cup 2022. *Dirasat: Human and Social Sciences*, 53(6), 8995. <https://doi.org/10.35516/Hum.2026.8995>

توضيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات الضخمة لمشاعر المغردين في الشبكات الاجتماعية تجاه مونديال كأس العالم 2022

محمد علي القعاري¹, عبد الرحمن محمد القعاري^{2*}

¹قسم الصحافة والإعلام الجديد، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، السعودية

²هندسة نظم معلومات، كلية علوم الحاسوب والمعلومات، جامعة سكاريا، سكاريا، تركيا

ملخص

الأهداف: التعرف على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات الضخمة في الشبكات الاجتماعية تجاه مونديال كأس العالم 2022. في منصة إكس، من خلال منهج المسح، وأداة تحليل الشبكات الاجتماعية.

المهاجة: قدمت الدراسة تحليلًا وافيًا للمشاعر والموضوعات التي نوقشت على منصة إكس خلال ثلاثة فترات زمنية قامت بها الدراسة (قبل فعاليات مونديال كأس العالم، وأثناء المونديال، وبعد المونديال) حيث جمعت مجموعة بيانات ضخمة تجاوزت (٨,٥) مليون تغريدة، جُمعت باستخدام (٨) هاشتاجات مرتبطة بالحدث الرياضي العالمي، وتم تحليلها باستخدام تقنيات متقدمة في خوارزميات الذكاء الاصطناعي، وتعلم الآلة، بما في ذلك تحليل المشاعر ونمذجة الموضوع.

النتائج: كشفت النتائج تحولًا إيجابيًّا كبيرًا من الفترة الأولى إلى الفترة الثالثة للدراسة بنسبة (43.87%)، مع انخفاض مماثل في المشاعر السلبية بنسبة (-13.51%). وتسليط هذه التحولات الضوء على التنفيذ الناجح لكأس العالم، وتزايد الرضا والتصورات الإيجابية بين المستخدمين، كما يتضح من تزايد المشاعر الإيجابية وانخفاض المشاعر السلبية تجاه موضوع كرة القدم ككل.

الخلاصة: خللت البيانات الضخمة بكفاءة عالية وحقيقة لاستكشاف التحولات في المشاعر والموضوعات المطروحة للنقاش خلال فعاليات المونديال، إلى جانب تقييم دور استهضافة قطر وتأثيرها على المشاعر العالمية، إذ كان هذا الحديث البارز قد أدى إلى تحولات ملحوظة في استجابات الناس العاطفية تجاه العرب، مع التركيز بشكل خاص على الدولة المضيفة لمونديال كأس العالم 2022.

الكلمات الدالة: الذكاء الاصطناعي، تحليل الشبكات الاجتماعية، تحليل المشاعر، نمذجة الموضوع، البيانات الضخمة، كأس العالم 2022، قطر.



© 2026 DSR Publishers/ The University of Jordan.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) license <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

مقدمة:

ارتبطة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الرقمية بظهور تطبيقات الجيل الثاني للويب، والمتمثلة في تطبيقات موقع الشبكات الاجتماعية (Social Network Websites) وشبكات التدوين المصغر (Microblogging) (Weblogs) والمدونات (Blogs)، حيث تشير الإحصائيات لعام 2017 في موقع أليكسا Alexa لترتيب موقع الإنترنت إلى وجود عدة شبكات اجتماعية تأتي في مقدمة تفضيلات المستخدمين، وهي بالترتيب موقع الفيس بوك (Facebook) وموقع يوتيوب (Youtube) وموقع تويتر (Twitter)، وموقع ماي سبيس (MySpace) وموقع لينكdin (LinkedIn) وموقع جوجل بلس (Google Plus)، حيث تتميز هذه الشبكات بعنصر الثراء في التفاعلية والمعلوماتية (Informatics & Interactivity Richness)، وكسر الحاجز الزمني والمكاني، وتعدد الاستخدامات وسهولة الاستخدام (Usability) (رفعت، 2018).

وقد ساهمت التطورات التقنية المتسارعة في الفضاء الرقمي من تغيير الأدوار والوظائف المترافق عليها منذ بدء الاتصال كعملية منظمة ومكتملة العناصر، فتكونت فضاءات إلكترونية جديدة، احتضنت الفاعلين الجدد، في موقع التواصل الاجتماعي، التي تولدت من التأثيرات التكنولوجية على عملية الاتصال وتغيير سيرورتها من الخطية إلى التفاعلية، حيث يتشارك أعضاء المجتمع الإلكتروني أهداً وأغراضًا مشتركة، فيحدث الاتصال بين الأفراد لتلبية الاحتياجات الاجتماعية، وتكوين علاقات مع الآخرين وتبادل الأفكار ومشاركة معلومات في أشكال محادثات تمثل التفاعل الاجتماعي الافتراضي (مدهشة، 2024).

وكلية لهذه التطورات المتسارعة فقد بدأ الاهتمام الأكاديمي بقضايا الشبكات الاجتماعية والمجتمع الافتراضي بالتزامن من أن شكل الإنترنت فضاء المعلوماتي ونجاحه في تأسيس جماعاته الافتراضية، وعبوره إلى الملايين بصورة ملفتة للانتباه. فلقد أصبح الإنترنت بتفاعلاته جزءاً من الحياة اليومية للكثير من البشر، ولم يعد مصطلح المجتمع الافتراضي من المفاهيم التي تستوقف الانتباه عند سماعه إذ أصبح ذا عومنية وانتشار ليس على المستوى والتحليلات العلمية، ولكنه أصبح مفهوماً متداولاً عند العديد من المستخدمين لشبكة الإنترنت (زكي، 2015).

وقد أدى ظهور المجتمع الافتراضي إلى ولادة مفاهيم ونظريات جديدة أعادت النظر في العديد من المفاهيم المرتبطة بالحقل الإعلامي والاتصالي، كما ساعد التطور الهائل لاستخدامات الشبكات الاجتماعية في بلورة بعض المقاربات النظرية والمداخل العلمية حولها.

وتعتبر شبكات التواصل الاجتماعي من أكثر وأوسع المواقع على شبكة الإنترنت انتشاراً واستمراً، لتقديمها خاصية التواصل بين الأفراد والجماعات المستخدمين لها، حيث تمكّنها من التواصل وتبادل الأفكار والآراء والمعلومات والملفات والصور وأفلام الفيديو وغيرها.

فقد أثّرت شبكات التواصل الاجتماعي منذ ظهورها حتى الأن في ميادين الحياة المختلفة. السياسية والدينية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية وغيرها؛ وأصبحت تؤدي دوراً أساسياً في تغيير نمط حياة الناس (Siddiqui, S., & Singh, T. 2016)، كما أصبحت منصات وسائل التواصل الاجتماعي مصدرًا غنياً للمعلومات والرؤى حول الآراء والمشاعر العامة حول مختلف القضايا والمواضيع (Kwak, H., 2010). ومن بين هذه المنصات، تبرز منصة إكس (Twitter) كوسيلة شائعة للمستخدمين للتعبير عن آرائهم ومشاركة في الحوارات والمناقشات، حيث يوفر تحليل بيانات منصة (x) رؤى قيمة حول المشاعر العامة، والفضائل والاتجاهات المتعلقة بأحداث أو موضوعات محددة محل الاهتمام.

وكلية لهذه التطورات الاتصالية الرقمية وانتشارها على مستوى الأفراد والجماعات والدول، فقد جذبت بطولة كأس العالم في قطر 2022، الحدث الرياضي العالمي الكبير والذي حظي، باهتمام واسع النطاق وأثار مناقشات حيوية عبر منصات مختلفة، بما في ذلك منصة إكس (x) باعتبارها مصدرًا غنياً للآراء والمناقشات والتفاعلات، حيث تقدم منصة إكس (x) رؤى قيمة حول المشاعر العامة المحيطة بالأحداث الكبرى.

تهدف الدراسة الحالية استكشاف المشاعر المتطورة والдинاميكيات الموضعية خلال ثلاثة فترات مختلفة من كأس العالم قطر 2022، (قبل وأناء وبعد) فعاليات مونديال كأس العالم، من خلال استخدام تقنيات تحليل المشاعر ونمذجة الموضوع، واستراتيجيات التعلم الآلي المبنية على بنية المحوّلات (transformers) (Vaswani et al., 2017) في تحليل المشاعر على مجموعة مختارة من أحدث النماذج، والتي تم ضبطها بدقة لتناسب لغات مختلفة وسياقات ثقافية متنوعة.

وقد تم في هذه الدراسة، استخدام خوارزمية ونمذج ذكاء اصطناعي خاضعة للرقابة (Supervised Learning) مختلفة لتناسب مع اللغات المختلفة لتحليل المشاعر، حيث تم تدريجها على كم كبير جدًا من البيانات وخوارزمية تعليمية متقدمة غير خاضعة للرقابة (Unsupervised Learning) تعتمد على حالة - نموذج فهم اللغة المتطور لنمذجة الموضوعات، وهو فعال بشكل خاص. وتكمّن براعته في القدرة على تمييز العلاقات الدلالية بين الكلمات، متداوّلة مجرد التردد أو التواجد المشترك. هذه القدرة على فهم تقييدات اللغة تزيد بشكل كبير من تماسك وأهمية الموضوعات المحددة، مما يؤدي إلى تصوير أكثر دقة وثاقبة للمحادثات التي جرت خلال كأس العالم قطر 2022. والتي تهدف إلى استخلاص ودراسة الموضوعات السائدة التي تظهر على مختلف المستويات في مراحل كأس العالم 2022.

مشكلة الدراسة:

انطلاقاً من التراث العلمي للدراسات السابقة، وتطبيقات خوارزميات الذكاء الاصطناعي في الدراسات الإعلامية، و كنتيجة للتطورات التقنية والاتصالية المتسارعة، والتي أتاحت لمستخدمها مجالاً عاماً افتراضياً (Virtual Public Sphere)، يمكن من خلاله التعبير عن آرائهم المختلفة والتعليق على الشأن العام وممارسة الرأي والنقاشات الافتراضية والمواطنة النشطة أو الفاعلة (Active Citizenship) من خلال هذا المجال الاجتماعي (Social Domain) الذي ينخرط فيه المشاركون لمناقشة القضايا السياسية والاجتماعية المطروحة على الساحة، بكل الأفكار والآراء والأيديولوجيات المختلفة من خلال الشمول أو التضمين العام (Inclusion Universal) فكل المستخدمين لديهم فرص متساوية في المشاركة والتحاور وإنتاج المحتوى (User) (Generated Content) (رفعت، 2018)، بهدف الحصول على فهم شامل لتحول المشاعر العامة والمواضيع الناشئة ذات الاهتمام كما عكستها مشاعر المغردين في المنصات الاجتماعية أثناء فعاليات مونديال 2022، والتحقق مما إذا كانت استضافة كأس العالم قد أثرت على الآراء ووجهات النظر العامة، لا سيما فيما يتعلق بالمنطقة العربية ككل وقطر على وجه الخصوص، حيث تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات الضخمة لمشاعر المغردين في الشبكات الاجتماعية أثناء فعاليات مونديال كأس العالم 2022، باستخدام منهج تحليل الشبكات الاجتماعية.

أهمية الدراسة:

1. تستقي الدراسة أهميتها من تزايد الاهتمام البحثي بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في البيئة الرقمية، حيث يمثل أحد أهم الاتجاهات البحثية الحديثة في ظل تناقل التطبيقات الرقمية والقنوات الإعلامية الجديدة.
2. تبني الدراسة نظرية الشبكة، وهي من النظريات الحديثة التي تلائم خصائص الوسائل الإعلامية الجديدة في محاولة للخروج عن النظريات التقليدية في مجال الإعلام والاتصال.
3. تعتبر من أوائل الدراسات الجديدة نسبياً، حيث تحاول الدراسة تأسيس دارسات تهتم بتقنيات الذكاء الاصطناعي ودمجها بالدراسات الإعلامية.
4. إثراء المكتبة الأكاديمية الإعلامية من خلال ما ستقدمه من إضافة علمية في دراسات تقنيات الذكاء الاصطناعي، وإفاده الباحثين فيما يخص موضوعات بيئة الاتصال الجديدة.
5. مواكبة الدراسة للتغيرات الاتصالية المصاحبة لتطور البيئة الاتصالية كالتغيرات الاتصالية والتغيرات التكنولوجية، وبالتالي يمكن الإفاده منها في مختلف التغيرات التي قد تصاحب أي تطور في الوسائل الإعلامية والاتصالية.
6. تعتبر من الدراسات النادرة التي تستطيع معالجة كمية ضخمة من البيانات حيث أن عينة الدراسة تتجاوز الـ 8.5 مليون مفردة.
7. توفر نموذج أو منهجية تحليل يمكن الاعتماد عليها في الدراسات الإعلامية في منصات التواصل الاجتماعي أو الواقع ذات المدونات القصيرة التي قد تتضمن بيانات وصفية أيضاً وتعرف باسم "Metadata".

أهداف الدراسة:

1. التعرف على سمات وخصائص البيانات الضخمة خلال فعاليات مونديال كأس العالم 2022 في منصة (x).
2. تحديد أهم الموضوعات الخاصة بمونديال كأس العالم 2022 في منصة (x).
3. الكشف عن اتجاه الموضوعات الخاصة بمونديال كأس العالم 2022 في منصة (x).
4. التعرف على اتجاهات مشاعر المغردين تجاه مونديال كأس العالم 2022 في منصة (x).
5. التعرف على التحول في المشاعر في البلدان التي اتخذت موقفاً عدائياً من إقامة كأس العالم في قطر.
6. تحديد المدى الزمني للتغيرات الخاصة بفعاليات مونديال كأس العالم 2022 في منصة (x).
7. التعرف على التغير الذي طرأ تجاه مشاعر المغردين أثناء وبعد مونديال كأس العالم 2022 في منصة (x).

الدراسات السابقة:

من خلال الاستعراض العلمي للدراسات السابقة فقد قسمت الدراسات السابقة إلى محورين أساسيين:
المحور الأول: دراسات تناولت التغطية الإعلامية لمونديال كأس العالم 2022:

تعرضت قطر لحملة تشكيك وتضليل بعدم قدرتها على تنظيم ونجاح مونديال كأس العالم 2022، خصوصاً من وسائل الإعلام الغربية، وهذا ما كشفته دراسة (Abdel Aziz, Feda, 2023) والتي طبقت على 10 صحف أجنبية، وخلصت الدراسة إلى أن (8) من هذه الصحف قد توصلت إلى أن

خطاب الكراهية قد جرت صياغته وإدراجه في الخطاب الإخباري لجميع صحف الدراسة تقريباً، خصوصاً الغربية منها، باستثناء صحيفة بونيس إيرس تايمز الأرجنتينية، التي ركزت على الرياضة والمنتخب الأرجنتيني في المقام الأول، وصحيفة جابان تايمز اليابانية التي خلت من خطاب الكراهية تجاه فعاليات مونديال قطر 2022. ودراسة (عكوباش، حمدي، 2023) التي طبقت على (4) صحف فرنسية، وكشفت النتائج أن الإعلام الفرنسي ركز على موضوع الكراهية وتشويه الدولة المستضيفة للمونديال، من خلال التركيز على موضوعات معينة، مثل: حقوق الإنسان والعمال وظروف العمل، ومقاطعة كأس العالم، والتشكيل في قوى التأثير والبني التحتية، وموضوع المثليين والتمييز الجنسي، وكذلك حملة قطر الإعلامية لتبييض صورها، وكشفت الدراسة أيضاً حملة تقدّمها الصحف الفرنسية تتمركز حول النزعة المركبة للانتخاب الأوروبيّة، والتزعة الاستعلانية وإظهار قطر على أنها دولة تقليدية ذات نزعة وهابية رجعية غير متحضرة. في ذات الإطار خلصت دراسة (حداد، 2022) إلى تركيز الموقع الإلكتروني لصحيفة نيويورك تايمز على الموضوعات المتعلقة بمحاربات المباريات والتوقعات والتحليلات الرياضية، السلبية دون الإيجابية في تناولها للأخبار المتعلقة بتنظيم قطر بطولة كأس العالم 2022، والتجارب التي حظي بها المشجعون أثناء فترة إقامتهم في قطر، وركزت الصحيفة على الخطاب الاستشرافي والاستعلاء الثقافي في تغطية الصحيفة لمونديال قطر 2022، إلى جانب وجود ازدواجية معابر واضحة في تغطية الصحيفة لمونديال قطر 2022. وفي المسار ذاته خلصت دراسة (Paul Michael Brannagen, 2022) إلى أن صحف الدراسة قد تعمّدت توجيه الانتقادات حول تنظيم قطر كأس العالم، من خلال الادعاء أن حكومة قطر قدمت رشوة من أجل الحصول على حق تنظيم واستضافة كأس العالم، وشكّلت صحف الدراسة في عدم قدرة قطر على تنظيم الدورة من خلال الادعاء أن قطر دولة صغيرة لا تستطيع تنظيم حدث ضخم مثل كأس العالم، مما يدعو إلى التشكيل في قدرة قطر على تنظيم وإعداد الملاعب وفق المواصفات العالمية، وكشفت النتائج ادعاءات حقوق الإنسان وتدّهور التنمية البشرية المتعلقة بالعمالة داخل قطر، وأنه لا توجد حرّيات أو حقوق سياسية في قطر، ومن ثم تكون صورة سلبية عنها لدى الجمهور العالمي.

المحور الثاني: دراسات تناولت تقنيات الذكاء الاصطناعي:

تظهر القوة المتزايدة لخوارزميات التعلم الآلي، وخاصة في معالجة اللغة الطبيعية، كفاءتها في تحليل مجموعات البيانات الضخمة، مما يجعلها أدوات مهمة لاستخلاص الرؤى والمعلومات من البيانات الضخمة. حيث شهد مجال معالجة اللغة الطبيعية (NLP) ثورة بفضل نماذج المحولات (Transformers)، التي مثلت تقدماً حقيقياً في هذا المجال، مما مكن من فهم ومعالجة اللغة بدقة أكبر وعلى نطاق أوسع. وفي ضوء التحديات المرتبطة بتنوع اللغات على منصات التواصل الاجتماعي، تستكشف دراسة بعنوان التفاعل بين المتغير والحجم ونوع المهمة في نماذج اللغة العربية المدرية مسبقاً "تأثيرات المتغيرات اللغوية، وأحجام البيانات، وأنواع MSA" The Interplay of Variant, Size, and Task Type in Arabic Pre-trained Language Models" مهام الضبط الدقيق في نماذج اللغة العربية المدرية مسبقاً. لتحقيق ذلك، تم بناء ثلاثة نماذج لغوية مُدرِّبة مسبقاً تغطي ثلاثة متغيرات من اللغة العربية: العربية الفصحى الحديثة (MSA)، والعربية العامية، والعربية الكلاسيكية، إضافةً إلى نموذج رابع مُدرِّب مسبقاً على مزيج من النماذج الثلاثة. ويتم دراسة حجم بيانات التدريب المسبق من خلال بناء نماذج إضافية مُدرِّبة مسبقاً على مجموعة مُصغرَة من متغير MSA وتم مقارنة النماذج المختلفة مع بعضها البعض، وكذلك مع ثمانية نماذج متاحة للجمهور من خلال ضبطها بدقة على خمس مهام في معالجة اللغة الطبيعية تمتد عبر 12 مجموعة بيانات. وتشير النتائج إلى أن قرب المتغيرات من بيانات التدريب المسبق لبيانات الضبط الدقيق له أهمية أكبر من حجم بيانات التدريب المسبق. حيث تُستغل هذه الرؤية في تحديد نموذج اختيار النظام الأمثل للمهام المدرسة. في ذات السياق تناول دراسة بعنوان TWEETEVAL: معيار موحد وتقدير مقارن لتصنيف التغريدات"Classification TWEETEVAL:Unified Benchmark and Comparative Evaluation for Tweet" مشهد معالجة اللغة الطبيعية لمحظى وسائل التواصل الاجتماعي، والذي يتميز بتنوع كبير في المهام ومجموعات البيانات، بدءاً من تحليل المشاعر إلى اكتشاف السخرية. حيث تُقدم الورقة إطاراً تقييمياً جديداً (TWEETEVAL) يضم سبع مهام تصنيف مخصصة لـTwitter، إضافةً إلى مجموعة من النماذج الأساسية للفياس. وتشير النتائج إلى فعالية النماذج العامة المدرية مسبقاً عند إعادة تدريبيها على بيانات توينتر، وتم استخدام هذا الإطار لإنشاء نموذج لتحليل المشاعر باللغة الإنجليزية. في ذات الإطار تقدم الدراسة المعرونة "XLM-T: Multilingual Language Models in Twitter for Sentiment Analysis" نهجاً مبتكرًا لتحسين فهم اللغة وتحليل المشاعر عبر اللغات المتعددة. تم تطوير نموذج XLM-T، وهو نموذج متعدد اللغات تم تدريبيه مسبقاً على ملايين التغريدات بأكثر من ثلاثة لغة، وصلقه لاحقاً لمهام تحليل المشاعر. يُظهر هذا النموذج القدرة على التعامل مع تعقيدات التواصل اللغوي والثقافي على توينتر، مما يسهم في تحسين دقة التحليلات اللغوية في هذه البيئة المتعددة اللغات (Barbieri et al 2022).

في مجال معالجة اللغات الطبيعية، يعد فهم الخطاب على وسائل التواصل الاجتماعي عنصراً حيوياً لاستخراج الرؤى المفيدة. نموذج KeyBERT يقدم طريقة فعالة في تحديد الكلمات الرئيسية، مما يساعد في تحليل الموضوعات ضمن النصوص الكبيرة. يستخدم هذا النموذج تقنيات BERT لتحديد الكلمات المفتاحية بشكل دقيق وفعال، ويعتبر أداة قيمة للغاية في استكشاف الأنماط والمواضيع الرئيسية في البيانات النصية الضخمة. من خلال تحليل هذه الكلمات والموضوعات يمكن للباحثين فهم الخطاب السائد والآراء والمشاعر المعبر عنها في وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أكثر عمقاً ودقة (Grootendorst, 2020)، بعد تطور KeyBERT في استخراج الكلمات الرئيسية، يأتي نموذج BERTopic ليعزز قدرات تحليل النصوص بطريقة

مبتكرة من خلال تصنيف التغريدات إلى موضوعات محددة. يستفيد BERTopic من تمثيلات BERT ويدمج خوارزميات التجميع لتحديد الموضوعات بطريقة يمكن فهمها بسهولة من البيانات النصية. هذه الطريقة تمكن من تحديد الأنماط والمواضيع الرئيسية بكفاءة عالية، مما يجعله أداة قوية لتحليل المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي. يسمح BERTopic بالغوص في البنية العميقية للخطابات المتناولة، مما يوفر فهماً أعمق للديناميكيات الثقافية والاجتماعية التي تشكل النقاشات عبر المنصات الرقمية (Grootendorst, 2022).

تبرز أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل التفاعلات الإخبارية، حيث إن منصات مثل إكس (تويتر سابقاً) لا تعمل فقط كقنوات لنشر الأخبار، بل كذلك كمصادر تأثير قوية تسهم في تعزيز التفاعل والمشاركة. وُجد أن هذه المنصات تسهم في تكوين وعي عام وتصورات حول قضايا معينة بناءً على كيفية تقديم المحتوى وتفاعل المستخدمين معه، مما يعكس الحاجة الماسة لفهم كيفية تأثير وسائل التواصل على توزيع الأخبار والتفاعل معها "Sentiment" (Kimpel, A. S., 2020). تبرز أهمية نمذجة الموضوعات في تحليل المشاعر على منصات التواصل الاجتماعي من خلال دراسة بعنوان "Analysis in Social Networks through Topic Modeling".

الموضوعات في المحادثات وربطها بالمشاعر المتعددة. من خلال هذا النجاح، يمكن تحديد الجماعات أو الوحدات الفرعية للمستخدمين داخل الشبكة، مما يتيح تقييم تأثير الانتساع إلى مجموعة معينة على مشاعر المستخدمين. كما يسمح هذا الأسلوب بفهم أعمق لكيفية تأثير الموضوعات والمشاعر على تفاعلات الشبكات الاجتماعية ويوفر رؤى حول توزيع المشاعر والموضوعات عبر الشبكة (Naskar et al., 2016).

التعليق على الدراسات السابقة:

- حظيت الأدبيات المتعلقة بموبيديال كأس العالم باهتمام كبير، حيث تناولت العديد من الدراسات الجوانب المختلفة للحدث. ومع ذلك، فإن أحد القيود الملحوظة في أدبيات الدراسات السابقة هو ندرة الأبحاث التي تركز على وجهات نظر وأراء الأفراد من جميع أنحاء العالم.
- هناك فجوة منهجية تتمثل في عدم وجود دراسات تطبق تقنيات متقدمة في خوارزميات الذكاء الاصطناعي، مثل: نمذجة الموضوعات غير الخاضعة للرقابة بناءً على المحولات، أو نماذج تضمين الكلمات المتقدمة مع تحليل المشاعر.
- تتمتع هذه الأساليب بالقدرة على استخلاص رؤى دقيقة ومعلومات موثوقة من الكم الهائل من بيانات المدونات الصغيرة المتاحة. ومن خلال معالجة هذه القيود ودمج المنهجيات المتقدمة، تقدم هذه الدراسة منهجاً يشمل الآراء المختلفة بين مختلف دول العالم، بالإضافة إلى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي المتقدمة التي توفر فهماً أكثر شمولاً ودقة لوجهات النظر العامة.
- تتضمن الخطوات المنهجية في هذا البحث أيضاً نموذجاً لعملية تحليل وسائل التواصل الاجتماعي.
- تقدم هذه الدراسة رؤية ومساعدة لمنظمي الأحداث المستقبلية، مثل كأس العالم القادم والذي يليه، وواعضي السياسات والباحثين في اكتساب رؤى ومهارات بحثية ومنهجية قيمة.

التعريفات الإجرائية:

الذكاء الاصطناعي: الذكاء الاصطناعي هو مجال يهدف إلى تطوير نظم قادرة على محاكاة وتنفيذ مهام تتطلب ذكاءً بشرياً، مثل التعلم من البيانات، واتخاذ القرارات، وحل المشكلات. في سياق هذه الدراسة، يُستخدم الذكاء الاصطناعي، بما في ذلك نماذج BERT، لتحليل المشاعر ونمذجة الموضوعات من التغريدات المتعلقة بكأس العالم قطر 2022.

البيانات الضخمة: تشير إلى مجموعة ضخمة ومعقدة من البيانات التي يتعدى على أدوات معالجة البيانات التقليدية التعامل معها بفعالية. **تحليل المشاعر:** أحد تطبيقات معالجة اللغة الطبيعية، ويقصد في هذه الدراسة عملية تكوين الاتجاه بأنواعه الثلاثة (الإيجابي – السلبي – المحايد) والتي يتم التعبير عنها داخل النص، عبر تحديد النغمة العامة للنص.

نمذجة الموضوع: تطبيق آخر لمعالجة اللغة الطبيعية، وفي هذه الدراسة، يُستخدم BERTopic لنمذجة الموضوعات، حيث يستفيد من التجسيدات التضمينية لـBERT مع خوارزميات التجميع لتحديد الموضوعات بطريقة أكثر دقة وتماسكاً.

التحليل الشبكي: خوارزمية الشبكة تستخدم في عدة مجالات وتم إسقاطها في هذه الدراسة على الهاشتاجات، حيث يوضح التحليل الشبكي العلاقة بين الهاشتاجات المتناولة في هذه الدراسة. تفسر هذه العلاقة الروابط بين هذه الهاشتاجات كشبكة.

الإطار النظري للدراسة:

أ- نظرية الشبكة

يشير العديد من المنظرين في حقل الإعلام والاتصال وحقول العلوم الاجتماعية عامة إلى ضرورة الحاجة إلى أدوات بحث متقدمة في دراسة الشبكات الاجتماعية، ومن ضمن تلك الأدوات ما وصف بأسلوب تحليل الشبكات الاجتماعية، حيث أشاروا إلى أن هذا التحليل يعد منهجية أكثر من كونه نظرية قائمة بذاتها (Van Hulst, 2008).

وتعتبر نظرية الشبكة (Network Theory) جزءاً أساسياً من نظرية الرسم البياني، التي تُعنى بدراسة الرسوم البيانية؛ كتمثيل للمعلومات وال العلاقات المتناظرة أو العلاقات غير المتناظرة بين الكائنات المنفصلة، في علوم الحاسوب وعلوم الشبكات. ويطلق على النظرية مدخل الشبكة، أو تحليل الشبكة الاجتماعية، أو ممثل الشبكة، وهي كلها مستمدة من علوم الحاسوب. وتم استخدامها في مجال الإعلام الجديد لتوصيف أشكال التشبث الاجتماعي على الإنترنت وتشخيصها، والتعرف بالعلاقات التي تربط المواطنين بالتقنيات الجديدة، ومحاولة الوصول إلى التغيرات الاجتماعية والثقافية المعاصرة في ضوء مفاهيم الفردية واللامركزية (البدري، 2029):

وقد تم استخدام نظرية الشبكة في هذه الدراسة من خلال تحليل وفحص الأبنية الاجتماعية المعقّدة التي تسمح بتطبيقات واسعة، تشمل على الكثير من الرسوم البيانية، وتستخدم التقنيات الحسابية المتقدمة التي يتم من خلالها تحليل الأنماط العلائقية للعقد - التي تمثل الماشتاجات في التغيرات - والارتباطات أي الروابط مستندة إلى الحسابات الرياضية، وتخرج هذه الحسابات بمقاييس لبناء الشبكي أو بaramترات تحدد خصائص النشاط الشبكي والأدوار الاجتماعية والمشاركات، والغرض الأساسي للتحليل الشبكي يمكن في الكشف عن أنواع الروابط بين الماشتاجات، وتحديد المنافع والقيود والبناء الشبكي، بالإضافة إلى التركيز على خصائص الشبكة، مع الأخذ بعين الاعتبار أن هذا التحليل الشبكي قد يسهم في بناء السيناريوهات التي تخرج بنتائجها من تحليل لارتباطات والعقد بين المجموعات.

ب- تحليل المشاعر:

هو فرع من معالجة اللغة الطبيعية (NLP) يتضمن تحديد وتصنيف الآراء المعبّر عنها في النص لتحديد موقف الكاتب تجاه موضوع معين. تعتمد هذه الدراسة على نماذج Bert لتحليل المشاعر، مستفيدة من فهمها المتقدم لسياق اللغة وتفاصيلها (التجسيدات التشفيرية من المحوّلات ثنائية الاتجاه) تتيح تحليلات أكثر دقة وواعيّاً بالسياق من خلال معالجة النص بشكل ثانوي الاتجاه، على عكس النماذج التقليدية التي تقرأ النص بشكل تسلسلي. تحليل المشاعر، المرتكز على نظريات استخراج الآراء والحوسبة العاطفية، يُستخدم على نطاق واسع لقياس الحالة المزاجية العامة في مجالات متنوعة مثل التسويق والسياسة وتحليل وسائل التواصل الاجتماعي، وتنقسم مستويات تحليل المشاعر وفقاً لمخرجات النص إلى المستويات التالية (Zong et al., 2021):

- 1- تحليل العاطفة على مستوى الوثيقة ويقصد بها تحليل عاطفة كاتب النص والكشف عن مشاعر الغضب والفرح وهكذا.
- 2- تحليل المشاعر الدقيق يقصد به تحليل المشاعر المترتبة على النص والمعكّسة منه، مشاعر إيجابية وسلبية ومحايدة.
- 3- تحليل المشاعر القائم على الجانب يقصد به الآراء التي ركز عليها كاتب النص في جانب ما من الوثيقة دون غيره.
- 4- تحليل المشاعر القائم على بناء معجم يقصد به بناء معجم الآراء لمعرفة ما ينوي إليه الآخرين نحو موضوع الوثيقة من خلال الكلمات المعبّرة عن ذلك بالنص.

كما تتنوع مراحل تحليل المشاعر وتقنياته وبرامجه، وتتمثل أهم مراحل خطوات إجراء البحث وفقاً لتحليل المشاعر كما يلي (الخليفي، 2019م):

- 1- مرحلة جمع البيانات من منصات التواصل الاجتماعي.
- 2- مرحلة تأهيل البيانات أو المعالجة المسبقة باستخدام تقنيات معالجة اللغة الطبيعية (NLP).
- 3- مرحلة استخدام الخوارزميات لإجراء التحليل واستخراج الآراء أو المشاعر المتضمنة في النصوص الذاتية وتحديد قبطيتها.
- 4- مرحلة عرض النتائج باستخدام الأشكال والرسوم البيانية.

ج- علاقة النظرية بالدراسة الحالية:

تم استخدام نظرية الشبكة في هذه الدراسة من خلال تحليل وفحص الأبنية الاجتماعية المعقّدة والتي تسمح بتطبيقات واسعة، تشمل على الكثير من الرسوم البيانية، وتستخدم التقنيات الحسابية المتقدمة التي يتم من خلالها تحليل الأنماط العلائقية للعقد - التي تمثل الماشتاجات في التغيرات - والارتباطات أي الروابط مستندة إلى الحسابات الرياضية، وتخرج هذه الحسابات بمقاييس لبناء الشبكي أو بaramترات تحدد خصائص النشاط الشبكي والأدوار الاجتماعية والمشاركات، والغرض الأساسي للتحليل الشبكي يمكن في الكشف عن أنواع الروابط بين الماشتاجات، وتحديد المنافع والقيود والبناء الشبكي، بالإضافة إلى التركيز على خصائص الشبكة، مع الأخذ بعين الاعتبار أن هذا التحليل الشبكي قد يسهم في بناء السيناريوهات التي تخرج بنتائجها من تحليل لارتباطات والعقد بين المجموعات .

تساؤلات الدراسة:

1. ما سمات وخصائص البيانات الضخمة خلال فعاليات مونديال كأس العالم 2022 في منصة (x)؟
2. ما أهم الموضوعات الخاصة بمونديال كأس العالم 2022 في منصة (x)؟
3. كيف تكونت اتجاه الموضوعات الخاصة بمونديال كأس العالم 2022 في منصة (x)؟
4. ما اتجاهات مشاعر المغردين تجاه مونديال كأس العالم 2022 في منصة (x)؟

5. كيف تحولت مشاعر البلدان التي اتخذت موقفاً عدائياً من إقامة كأس العالم في قطر؟
6. ما المدى الذي تغيرت المشاعر الخاصة بفعاليات مونديال كأس العالم 2022 في منصة (x)؟
7. ما التغيير الذي طرأ تجاه مشاعر المغاردين أثناء وبعد مونديال كأس العالم 2022 في منصة (x)؟

نوع الدراسة:

تعد الدراسة من البحوث الوصفية التفسيرية التي تستهدف وصف تفاعل المغاردين في الشبكات الاجتماعية حول مونديال كأس العالم 2022 الذي أقيم في قطر، دراسة تحليلية على منصة (x) تويتر سابقاً. من خلال الأساليب الإحصائية التقليدية لتحليل البيانات من النواحي الكمية (التكارات والبيانات الكمية في البيانات) وأدوات وخوارزميات الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات من النواحي الكيفية (تحليل المشاعر ونمذجة الموضوع في البيانات النصية).

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح (Survey Method)، حيث يوفر هذا المنهج عدداً من الأدوات الحديثة، التي من خلالها يمكن الوصول لأبرز القضايا المتداولة والأكثر تغريداً يمكن من خلاله رصد ما يتم النقاش حوله وتحليل كيفية النقاش، ومن خلال منهج أداة تحليل الشبكات الاجتماعية والتي تسمح بطرق تحليل جديدة لم تكن بالسهلة أو المتاحة بالمناهج التقليدية التي تعتمد على أدوات بحث مثل: المقابلات واللاحظات، وطُور هذا المنهج ليلاً تحليل البني الاجتماعية الافتراضية. وتكمّن أهمية تحليل الشبكات الاجتماعية في أنها توضح لنا أسباب قيام أعضاء الشبكات بتصرفات ما، ذلك أن فهمنا لهذه التصرفات ليس منسلاً عن العوامل الأخرى كعلاقة الأفراد والمجموعة بعضهم مع بعض، وثقافة المجتمع الذي يدرس، وتساعد على فهم ديناميكية المجتمع الناتجة عن تفاعل أعضائه، وتأثير الفرد على من يجاوره في الشبكة، وبالتالي تأثيره التراكيزي على الشبكة ككل.

مجتمع وعينة الدراسة:

مثل مجتمع المنصات الاجتماعية مجتمع الدراسة الحالية، وبالتحديد منصة إنستغرام (x) تويتر سابقاً، حيث أُجريت الدراسة على (8) هاشتاجات مرتبطة بمونديال قطر 2022، وكانت الهاشتاجات المختارة للدراسة #qatar2022، #FIFAworlcup#، #كأس_العالم_قطر_2022، #كأس_العالم، #قطر_2022، #boycottfifa، #boycottqatar (86) يوماً أي المدة الزمنية من 21 أكتوبر 2022 إلى 17 يناير 2023. وقد بلغت أعداد التكارات المرتبطة بهذه الهاشتاجات خلال هذه الفترة (4,751,294)، 312,451، 361,156، 2,883,070، 174,217، 116,915، 70,341، 1,279، على التوالي، وبلغ إجمالي عدد التغريدات خلال هذه الفترة (8,670,723).

ومن الجدير بالذكر أن الهاشتاج #boycottqatar# و #boycottfifa# كانا أقل الهاشتاجات من حيث عدد التغريدات، وقد تم تضمينهما لتقديم وجهات نظر متنوعة وحصر الآراء المتعارضة داخل الدراسة.

أدوات جمع المعلومات:

جُمعت المعلومات عن طريق الاشتراك في (API) الخاص بمنصة إنستغرام (Python) للحصول على هذه البيانات من منصة إنستغرام (x)، ونظرًا لحجم البيانات الضخم فقد استمرت هذه العملية لمدة عام كامل من الجمع والفرز والتحليل.

حدود الدراسة:

1- الحد الموضوعي: اقتصر الحد الموضوعي للدراسة على ثمانية هاشتاجات، كان منها الهاشتاجات الأكثر تداولاً في مونديال كأس العالم قطر 2022، أيضًا تم الأخذ بالاعتبار أخذ هاشتاجات ليست أكثر انتشاراً ولكن لتداولها كرأي معارض لإقامة المونديال في قطر بغرض أخذ فكرة شاملة من قبل الجميع حول المونديال.

2- الحد الزمني: اقتصر الحد الزمني للدراسة على ثلاثة أشهر تقريرًا مدة (86) يوماً للمدة الزمنية من 21 أكتوبر 2022 وحتى 17 يناير 2023، وقد قسمت الدراسة إلى ثلاثة فترات: قبل وأثناء وبعد كأس العالم، تتكون كل فترة من 30 يوماً، باستثناء مدة كأس العالم نفسها، التي امتدت إلى 29 يوماً.

3- الحد المكاني: اقتصر الحد المكاني للدراسة بما تم تداوله على منصة (x) حيث كان المتفاعلون من مختلف الدول.

الأساليب الإحصائية:

نظرًا للكمية البيانات الضخمة تم استخدام العديد من الأدوات والخوارزميات التقليدية والمعاصرة والذكاء الاصطناعي لتحليل هذه البيانات من حيث النواحي الكمية (التكارات والبيانات الكمية في البيانات) والكيفية (تحليل المشاعر ونمذجة الموضوع في البيانات النصية)، وقد كانت لغة البايثون هي الأداة المستخدمة في التحليل.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

قام الباحثان بالعديد من الإجراءات المنهجية للحصول على هذه النتائج وهي: (جمع البيانات ومعالجتها، تحليل المشاعر، نمذجة الموضوع، ثم تحليل النتائج المستخرجة من التحليل الكيفي إلى كمي). يوضحها الشكل 1:



شكل (1) يوضح الإجراءات المنهجية المستخدمة في الدراسة

تم استخدام نماذج الذكاء الاصطناعي المذكورة في محور الدراسات السابقة للذكاء الاصطناعي، حيث تم استخدام ثلاثة نماذج لتحليل المشاعر. حيث تم استخدام النموذج الأول لتحليل المشاعر باللغة العربية والذي نتج عن دراسة (Inoue, 2021)، أما النموذج الثاني فقد اهتم بتحليل مشاعر اللغة الإنجليزية والذي ذكر في دراسة (Barbieri, 2020) ، أما النموذج الثالث المستمد من دراسة (Barbieri, 2022) فقد استخدم في تحليل مشاعر بقية اللغات حيث تم تدريبه على أكثر من 198 مليون تغريدة. واستخدام KeyBERT في استخراج الكلمات الرئيسية، ونموذج BERTopic لتعزيز قدرات هذه الخطوات من نتائج دراسة (Grootendorst, 2020)، من خلال نموذج KeyBERT في استخراج الكلمات الرئيسية، ونموذج BERTTopic لاستخراج الكلمات الرئيسية، واستخراج المفاهيم من خلال تطبيق التصنيف إلى موضوعات محددة. واستفاداة نموذج BERTTopic من تمثيلات BERT ويدمج خوارزميات التجميع لتحديد الموضوعات بطريقة يمكن فهمها بسهولة من البيانات النصية. حيث يسمح BERTTopic بالغوص في البنية العميقية للخطابات المتداولة، مما يوفر فهماً أعمق للديناميكيات الثقافية والاجتماعية التي تشكل النقاشات عبر المنصات الرقمية.

نتائج الدراسة:

هدفت الدراسة إلى رصد التحولات والتغيرات في المشاعر والموضوعات مع مرور الوقت، مع تقييم تأثير جهود دولة قطر لخلق انطباع عالمي إيجابي، وتعتبر منصة إكس (x)، الذي غالباً ما يُنظر إليها على أنها وسيلة إخبارية مهمة، وليس مجرد منصة للتواصل الاجتماعي، بمثابة مصدر بيانات الدراسة الأساسية. ومن خلال الاستفادة من الدور المزدوج الذي تلعبه منصة إكس (x) في تغطية وسائل الإعلام الإخبارية والتفاعلات الاجتماعية.

جدول (1) يوضح سمات وخصائص بيانات الدراسة

المحور الأول: حدود الدراسة					
المجموع	بعد كأس العالم	أثناء كأس العالم	قبل كأس العالم	فترات الدراسة	المدد الزمنية
2022-10-21 - 2023-01-17	2022-12-19 - 2023-01-17	2022-11-20 - 2022-12-18	2022-10-21 - 2022-11-19		
المحور الثاني: خصائص التغريدات					
		نُشرت التغريدات بأكثر من 60 لغة		اللغة	
		نُشرت التغريدات عبر 130 دولة		الموقع	
5877253	191121	5243812	442320	التغريدات	
1513144	103989	1238383	170772	الحسابات	
139233089	7094223	117698849	14440017	الإعجابات	
8030887	289100	6765150	976637	التعليقات	
23059922	909289	19306001	2844632	إعادة التغريد	
170323898	8292612	143770000	18261286	مجموع التفاعل	
المحور الثالث: بناء المحتوى					
2254031	106715	1929508	217808	الصور	
390517	23303	319359	47855	الفيديوهات	
902053	74422	638707	188924	الإشارات	
996951	49328	833877	113746	الروابط	
554814	74172	369914	110728	الم Hastag	

يعرض الجدول (1) خصائص مجموعة البيانات المستخدمة في الدراسة، حيث تنقسم مجموعة البيانات إلى ثلاثة فترات وهي: (ما قبل كأس العالم، وأثناء كأس العالم، وبعد كأس العالم)، وحد كل منها بتاريخ بداية ونهاية محددة، حيث يوضح هذا التقسيم الزمني تحليل التصور العام خلال المراحل المختلفة لكأس العالم وما تلاها.

تضمنت مجموعة البيانات الكلية للدراسة (5,877,253) تغريده، مع أعلى حجم، (5,243,812) تغريده، تمت ملاحظتها خلال فعاليات كأس العالم، ويرجع هذا العدد الكبير نظرًا لاهتمام العالمي لفعاليات المونديال والمشاركـات المتعددة خلال فعاليات المونديال، ومن المحتمـل أن تكون المناقشـات في الوقت الفعلي وردود الفعل على المباريات ومشاركة أبرز الأحداث قد غـدت هذه الـزيادة في نشـاط منصـة (x) توـيـتر سابـقـاً. وعلى العكس من ذلك، بلغـت الفـواصـل الزـمنـية قبل كـأسـ الـعالـمـ وبعدـ كـأسـ الـعالـمـ حـوـالـيـ (442,32ـ) وـ (191,12ـ) تـغـريـدةـ علىـ التـوـالـيـ، حيثـ يـمـكـنـ أنـ يـعـزـىـ انـخـفـاضـ حـجمـ التـغـريـدـاتـ خـلـالـ الـفـترـيـنـ إـلـىـ التـرـقـبـ الـمـتـرـاـيدـ قـبـلـ الـحـدـثـ وـفـتـرـةـ الـتـهـيـةـ الـتـيـ تـلـيـ الـمـيـارـاـتـ الـمـهـاـيـةـ. وـمـعـ ذـلـكـ، لـاـ تـزـالـ هـذـهـ الـفـترـاتـ توـفـرـ رـؤـىـ مـهـمـةـ حـولـ التـوـقـعـاتـ وـالـتـبـيـؤـاتـ وـالـأـحـدـاثـ الـاسـتـرـاجـعـيـةـ الـمـتـعـلـقـةـ بـالـبـطـولـةـ.

تعرض مجموعة البيانات الطبيعية العالمية للمناقشـاتـ، معـ تـغـريـدـاتـ منـشـورـةـ بـأـكـثـرـ مـنـ (60) لـغـةـ وـمـصـدـرـهـ أـكـثـرـ مـنـ (130) دـولـةـ. وـهـذـاـ بـدـلـ عـلـىـ المـشـارـكـةـ الـلـغـوـيـةـ الـمـتـنـوـعـةـ وـالـمـشـارـكـةـ الـدـولـيـةـ فـيـ كـأسـ الـعالـمـ، بـالـإـضـافـةـ إـلـىـ ذـلـكـ، تـتـضـمـنـ مـجمـوعـةـ الـبـيـانـاتـ تـغـريـدـاتـ مـنـ إـجمـالـيـ (1,513,144) حـسـابـاـ، مـاـ يـسـلـطـ الضـوءـ عـلـىـ الـمـسـاـهـمـينـ الـمـتـعـدـدـينـ فـيـ خـطـابـ منـصـةـ (x).

وعند النظر إلى الجدول رقم (1) مرة أخرى يمكن الكشف عن مـسـتـوىـ التـفـاعـلـ النـاتـجـ عـنـ التـغـريـدـاتـ، حيثـ تـوضـحـ المـقـايـيسـ، مـثـلـ:ـ الإـعـجابـاتـ،ـ إـيـادـةـ التـغـريـدـ،ـ وـالـتـفـاعـلـاتـ،ـ وـمـدـىـ التـفـاعـلـ مـعـ الـمـحـتـوىـ،ـ حيثـ إـنـ مـجمـوعـ الـبـيـانـاتـ تـسـجـلـ عـدـدـًاـ كـبـيرـاـ كـبـيرـاـ مـنـ الإـعـجابـاتـ،ـ إـيـادـةـ التـغـريـدـ (139,233,089)،ـ وـالـتـفـاعـلـاتـ (23,059,922)،ـ وـالـتـفـاعـلـاتـ (170,323,898)ـ عـرـجـعـ جـمـيعـ الـفـواصـلـ الزـمنـيةـ الـثـلـاثـ.

في المـقـابـلـ تـتـضـمـنـ عـنـاصـرـ إـنـشـاءـ الـمـحـتـوىـ ضـمـنـ مـجمـوعـ الـبـيـانـاتـ،ـ وـهـيـ:ـ الـصـورـ،ـ وـمـقـاطـعـ الـفـيـديـوـ،ـ وـالـإـشـارـاتـ،ـ وـالـرـوـابـطـ،ـ وـعـلامـاتـ التـصـنـيفـ،ـ وـتـمـتـ مـشارـكـةـ عـدـدـ كـبـيرـ مـنـ الـصـورـ (2,254,031)ـ وـمـقـاطـعـ الـفـيـديـوـ (390,517)،ـ مـاـ يـشـيرـ إـلـىـ طـبـيـعـةـ الـوـسـائـطـ الـمـتـعـدـدـ لـمـنـاقـشـاتـ منـصـةـ (x).ـ عـلـاـوةـ عـلـىـ ذـلـكـ،ـ تـحـتـويـ مـجمـوعـ الـبـيـانـاتـ عـلـىـ عـدـدـ كـبـيرـ مـنـ الـإـشـارـاتـ (902,053)،ـ وـالـرـوـابـطـ (996,951)،ـ وـالـهـاشـتـاجـاتـ (554,814)،ـ مـاـ يـؤـكـدـ اـنـتـشـارـهـاـ فـيـ التـغـريـدـاتـ بـأـشـكـالـ وـطـرـقـ مـخـتـلـفـةـ.ـ وـتـتـقـفـ هـذـهـ النـتـيـجـةـ مـعـ نـتـائـجـ درـاسـةـ (Kimpel, A. S., 2020)،ـ الـتـيـ أـوـضـحـتـ أـهـمـيـةـ وـسـائـلـ التـوـاـصـلـ الـاجـتـمـاعـيـ فـيـ تـشـكـيلـ التـفـاعـلـاتـ الـإـخـبـارـيـةـ،ـ حيثـ إـنـ مـنـصـاتـ مـثـلـ (x)ـ لـاـ تـعـلـمـ فـقـطـ كـقـنـوـاتـ لـنـشـرـ الـأـخـبـارـ،ـ بلـ كـذـلـكـ كـمـصـادـرـ تـأـثـيرـ قـوـيـةـ تـسـهـمـ فـيـ تـعـزـيزـ التـفـاعـلـ وـالـمـشـارـكـةـ.ـ وـتـسـهـمـ فـيـ تـكـوـينـ وـعـيـ عـامـ وـتـصـورـاتـ حـولـ قـضـاياـ مـعـيـنـةـ بـنـاءـ عـلـىـ كـيـفـيـةـ تـقـديـمـ الـمـحـتـوىـ وـتـفـاعـلـ الـمـسـتـخـدـمـينـ مـعـهـ،ـ وـمـاـ يـعـكـسـ الـحـاجـةـ الـمـاسـةـ لـفـهـمـ كـيـفـيـةـ تـأـثـيرـ وـسـائـلـ التـوـاـصـلـ عـلـىـ تـوزـعـ الـأـخـبـارـ وـالـتـفـاعـلـ مـعـهـ.



شكل (2) يوضح الجدول الزمني للتغريدات الخاصة بمونديال قطر 2022

يوضح الشكل (2) عدد التغريدات الخاصة بمونديال قطر 2022، بدءاً من اليوم الأول للفاصل الزمني الأول في 21 أكتوبر 2022، حتى اليوم الأخير للفاصل الزمني الثالث في 17 يناير 2023، حيث يبين الرسم البياني ذروتين ملحوظتين: النزوة الأولى: حدثت في 22 نوفمبر 2022، بالتزامن مع المباراة التي فازت فيها السعودية على الأرجنتين، وأدى ذلك إلى فرحة كبيرة لمشجعي المنتخب السعودي، وصادمة كبيرة لمشجعي المنتخب الأرجنتيني في جميع أنحاء العالم، كما يتضح من الارتفاع الكبير في نشاط التغريدات. وفي هذا اليوم بالذات، وصل عدد التغريدات إلى (385.549) تغريدة، مما يدل على ارتفاع كبير في المناقشات وردود الفعل عبر الإنترنت المتعلقة بالنتيجة غير المتوقعة. أما النزوة الثانية والأكثر بروزاً فتلاحت في 18 ديسمبر 2022، وهو الموافق للمباراة النهائية لكأس العالم، حيث حصلت الأرجنتين على لقب البطولة، وقد استحوذت هذا الحدث العالمي على اهتمام كبير وأثار حماسة وترقباً واسع النطاق، كما يوضح الرسم البياني ارتفاعاً ملحوظاً في نشاط التغريدات، مما يشير إلى مستوى كبير من المشاركة والحماس المحيط بال المباراة النهائية.

جدول (2) يوضح اتجاهات المغردين قبل فعاليات مونديال كأس العالم 2022

اتجاهات المغردين قبل المونديال		
%	ك	ل
25.18	111359	إيجابية
24.03	106305	سلبية
50.79	224656	محايدة
100	442320	المجموع

يقدم الجدول (2) تحليلًا متممًا للمشاور التي تم التقاطها خلال فترة ما قبل مونديال كأس العالم. ومن بين (442,320) تغريدة تم تحليلها، تم تصنيف (50.79%) من التغريدات على أنها محايدة، و(25.18%) على أنها إيجابية، و(24.03%) على أنها سلبية.

جدول (3) يوضح اتجاه البلدان في المرحلة الأولى لفعاليات مونديال كأس العالم 2022

نوع الدولة	المشاور								التفاعل
	المجموع		محايدة		سلبية		إيجابية		
إعادة التغريد	التعليقات	الإعجابات	ك	%	ك	%	ك	%	
1840152	492509	8428136	192950	47.99	92604	25.15	48518	26.86	51828
194284	104221	950366	30378	59.84	18177	6.35	1930	33.81	10271
54205	35911	352524	20559	52.12	10716	28.08	5773	19.8	4070
76214	63543	179380	16867	59.16	9978	11.9	2008	28.94	4881
94210	38834	766445	14854	46.19	6861	33.92	5039	19.89	2954

نوع الدولة	المشاعر								نوع الدولة	
	التفاعل		الإعجابات	المجموع		محايدة		سلبية		
إعادة التغريد	التعليقات	ك		ك	%	ك	%	ك	%	
المتحدة										
الأرجنتين	77811	25239	680908	14329	57.89	8295	23.87	3421	18.24	2613
أمريكا	44917	20971	220750	13635	53.22	7257	24.9	3395	21.88	2983
إسبانيا	45750	17140	408255	10173	49.19	5004	31.07	3161	19.74	2008
المند	23165	6039	106312	9050	63.38	5736	14.52	1314	22.1	2000
فرنسا	45035	22843	212300	8142	22.45	1828	56.08	4566	21.47	1748
الإكوادور	23332	9874	133009	6437	55.79	3591	22.46	1446	21.75	1400
ألمانيا	19875	8896	139565	5742	27.81	1597	60.57	3478	11.62	667
إيطاليا	29416	9717	332880	5011	41.13	2061	42.97	2153	15.91	797
الكويت	13238	6895	36123	4812	50.71	2440	10.58	509	38.72	1863
مصر	15377	6822	89654	4257	57.95	2467	15.22	648	26.83	1142
دول أخرى	247651	107183	1403410	85124	54.09	46044	22.26	18946	23.65	20134
المجموع	2844632	976637	14440017	442320	50.79	224656	24.03	106305	25.18	111359

يقدم الجدول (3) تحليلًا تفصيليًّا لمشاعر التغريدات المصنفة حسب البلد خلال الفترة التي حُلّت، ويتضمن توزيع المشاعر لأفضل (15) دولة تم التغريد عليها بشكل متكرر، وتمثل الفئة "غير معروف" التغريدات بدون موقع محدد، وتشير فئة "أخرى" إلى البلدان التي تقع خارج قائمة أفضل (15) دولة من حيث تكرار التغريدات، والفئة الأكثر أهمية في هذا الاتجاه هي الفئة المسماة "غير معروف"، حيث لا يمكن التأكيد من موقع التغريدات، وفي هذه المجموعة تتفوق المشاعر الإيجابية بنسبة (26.86%) على المشاعر السلبية (25.15%).

الجدول (4) يوضح الاتجاهات المصاحبة للموضوعات قبل فعاليات المونديال (المراحل الأولى)

نوع الموضوع	المشاعر								نوع الدولة	
	التفاعل		الإعجابات	المجموع		محايدة		سلبية		
إعادة التغريد	التعليقات	ك		ك	%	ك	%	ك	%	
كأس العالم	2353959	866518	12777821	389124	51.95	202149	21.68	84368	26.37	102607
انتقاد	61184	23426	270637	18798	26.52	4985	63.92	12016	9.56	1797
نشيد المونديال	370362	56715	1127739	14362	56.5	8115	14.4	2068	29.1	4179
موضوعات أخرى	29615	13965	134818	9464	63.06	5968	14.18	1342	22.76	2154
الكحول	14421	8982	74175	7360	38.64	2844	55.2	4063	6.15	453
LGBT	15091	7031	54827	3212	18.52	595	76.21	2448	5.26	169
المجموع	2844632	976637	14440017	442320	50.79	224656	24.03	106305	25.18	111359

يتطرق الجدول (4) إلى الطبقات المعقّدة من المشاعر المرتبطة بموضوعات مختلفة في الفترة التي سبقت كأس العالم لكرة القدم 2022. حيث يقدم صورة مثيرة للاهتمام للاتجاهات العاطفية، ونظرة ثاقبة للنبع الرئيسي لفترة ما قبل كأس العالم. حيث هيمن موضوع "كأس العالم" على المحادثات بإجمالي (389,124) تغريدة، حيث تتمتع بحصة أكبر من المشاعر الإيجابية بنسبة (26.37%) مقارنة بنسبة (21.68%) من المشاعر السلبية، في حين تقع أغلبية قدرها (51.95%) ضمن الفئة المحايدة.

في المقابل يتميز موضوع "النقد"، على الرغم من صغر حجمه في المحادثة العامة، بمشاعر سلبية عالية بشكل لافت للنظر بنسبة بلغت (63.92%).، وينبع هذا بشكل أساسى من الاتهامات والمخاوف بشأن سوء معاملة العمال المهاجرين في قطر، مما ألهم دعوات المقاطعة، مع نسبة محدودة (9.56%) فقط من المشاعر الإيجابية، حيث يسلط هذا الموضوع الضوء على القضايا المثيرة للجدل المحاطة بالحدث.

كانت "أناشيد" كأس العالم بمنزلة نقطة نقاش رئيسية، حيث حظيت بمشاعر إيجابية في الغالب. بإجمالي (14.362) تغريدة، لديه مشاعر إيجابية

بنسبة (29.1%) وشعور سلبي بنسبة (14.4%)، وقد نال قرار قطر بتأليف العديد من الأناشيد لهذا الحدث، بما في ذلك النشيد الذي طال انتظاره والمسمي "جونغكوك"، إعجاب مجموعة واسعة من محبي الموسيقى ومشجعي كرة القدم على حِلَّ سواء. وتدل المشاعر الإيجابية على الموافقة على هذا النهج الفريد والرغبة في سماع هذه الأناشيد.

وهنالك موضوعات أخرى تحمل أغلبية المشاعر المحايدة بنسبة (63.06%)، مما يؤكد تصنيفها على أنها خارج الموضوع، مع وجود مشاعر إيجابية بنسبة (22.76%) وسلبية بنسبة (14.18%)، حيث تتكون هذه الفتنة من التغيرات التي تستغل الهاشتاجات المتعلقة بكأس العالم في مناقشات غير ذات صلة، مثل بيع أو تداول سلع غير ذات صلة، هذه الموضوعات المتنوعة بطبيعتها ولدت بشكل أساسي مشاعر محايِدة بسبب سياقها غير ذي الصلة بالحدث الرياضي العالمي.

في ذات السياق أثار موضوع "الكحول" مشاعر سلبية كبيرة بنسبة بلغت (55.2%)، بعد قرار قطر بتقديم المشروبات غير الكحولية فقط في ملاعب المباريات، حيث قوبل هذا القرار باستياء المشجعين الذين يعتبرون البيرة جزءاً تقليدياً من تجربة الاستاد، ومع ذلك، ظهرت بعض المشاعر الإيجابية بنسبة (15.6%) من أولئك الذين اعتقدوا أن هذا القرار يمكن أن يمنع السكر بعد المباراة والمشاجرات المحتملة. أخيراً، حصل موضوع "LGBT" والذي يعني بمجتمع الشواد على مشاعر سلبية هائلة بنسبة بلغت (76.21%)، بينما بلغت المشاعر الإيجابية حدتها الأدنى عند حدود (5.26%)، مما يشير إلى استياء الغالبية العظمى من هذه القضية الحساسة.

الجدول (5) يوضح اتجاهات المغردين أثناء فعاليات المونديال (المراحل الثانية)

اتجاهات مشاعر المغردين		
%	ك	
29.36	1539339	إيجابية
22.42	1175430	سلبية
48.23	2529043	محايدة
100	5243812	المجموع

يكشف الجدول (5) المشاعر العامة خلال فعاليات كأس العالم، (المراحل الثانية)، مقارنة بالمشاعر التي لوحظت قبل بدء فعاليات المونديال (المراحل الأولى) كما هو موضح في الجدول رقم (2)، يمثل هذا التحول في المشاعر من أحداث (قبل مونديال كأس العالم) إلى أحداث (أثناء مونديال كأس العالم) أول حدث رئيسي تحول المشاعر في هذه الدراسة، وفي المراحل الأولى (قبل مونديال كأس العالم) توزعت المشاعر على النحو التالي: إيجابية بنسبة (25.18%)، وسلبية بنسبة (24.03%)، ومحايدة بنسبة (50.79%).

الجدول (6) يوضح اتجاه البلدان أثناء فعاليات المونديال (المراحل الثانية)

نوع الدولة	المشاعر											
	التفاعل	الإعجابات	التعليقات	إعادة التغريد	المجموع		محايدة		سلبية		إيجابية	
					ك	%	ك	%	ك	%	ك	
غير معرفة	10308130	3262928	56395520	2432726	47.47	1154890	23.76	577957	28.77	699879		
المملكة المتحدة	830338	372373	7096803	220056	49.78	109545	22.42	49346	27.8	61165		
الولايات المتحدة	611210	144995	2474362	195570	48.1	94063	21.25	41561	30.65	59946		
الهند	342727	114119	3067270	182170	54.23	98785	14.41	26250	31.36	57135		
البرازيل	369517	139774	3600705	175535	43.16	75755	34.34	60274	22.51	39506		
المكسيك	270157	179644	1915010	170844	43.83	74888	26.65	45537	29.51	50419		
الأرجنتين	777018	168100	5891996	131737	47.54	62627	22.95	30228	29.51	38882		
السعودية	562998	472796	1010647	107287	45.65	48981	10.28	11034	44.06	47272		
إسبانيا	307614	141759	2832591	106371	41.23	43852	28.71	30543	30.06	31976		
فرنسا	359935	155912	2657532	80026	28.53	22833	36.23	28991	35.24	28202		
قطر	672466	300025	2985151	77518	63.18	48975	6.08	4713	30.74	23830		
نيجيريا	104416	55509	575211	71568	55.36	39618	13.68	9787	30.97	22163		
اليابان	611565	49209	3143265	62625	89	55737	3.52	2203	7.48	4685		
باكستان	87125	22068	589708	60985	49.43	30147	14.27	8703	36.3	22135		

نوع الدولة	المشاعر								نوع الدولة	
	إعادة التغريد	التعليقات	الإعجابات	المجموع		محايدة		سلبية		
				ك	%	ك	%	ك	%	
الإكوادور	104743	30186	606709	57569	49.68	28601	18.8	10824	31.52	18144
دول أخرى	2986042	1155753	22856369	1111225	48.57	539746	21.37	237479	30.06	334000
المجموع	19306001	6765150	117698849	5243812	48.23	2529043	22.42	1175430	29.36	1539339

يقدم الجدول (6) والشكل رقم (5) منظوراً تفصيلياً حول توزيع المشاعر حسب البلد والقارة أثناء مونديال كأس العالم (المرحلة الثانية)، حيث تشير التغيرات في المشاعر من الجدول رقم (3) قبل مونديال كأس العالم، في (المرحلة الأولى) إلى الجدول رقم (6) ملحوظة للغاية يشير إلى تحول كبير من السلبية إلى الإيجابية في العديد من الدول، وخاصة في أوروبا وأمريكا الشمالية والجنوبية، حيث يُعزى هذا التغيير إلى التنظيم الجيد والتنفيذ الرائع لكأس العالم من قبل دولة قطر، الذي فاق التوقعات بكثير، مما أدى إلى نظرة إيجابية من المغردين في منصة (x) وغيرها من التطبيقات الرقمية.

الجدول (7) يوضح الاتجاهات المصاحبة للموضوعات أثناء فترة المونديال (المرحلة الثانية)

نوع الموضوعات	المشاعر								نوع الموضوعات	
	إعادة التغريد	التعليقات	الإعجابات	المجموع		محايدة		سلبية		
				ك	%	ك	%	ك	%	
كأس العالم	17743627	6458823	113841393	5090668	48.63	2475665	21.59	1098898	29.78	1516105
موضوعات أخرى	1418404	258154	3195146	120698	35.97	43414	47.73	57608	16.3	19676
الانتقاد	53200	21709	182684	15689	19.86	3116	73.01	11454	7.13	1119
الكحول	34475	7109	144126	8152	45.39	3700	39.03	3182	15.58	1270
LGBT	22637	8912	167466	4479	25.39	1137	67.18	3009	7.43	333
المرأة	33658	10443	168034	4126	48.74	2011	31	1279	20.26	836
المجموع	19306001	6765150	117698849	5243812	48.23	2529043	22.42	1175430	29.36	1539339

يقدم الجدول (7) تحليلياً تفصيلياً لتوزيع المشاعر عبر مختلف الموضوعات خلال كأس العالم، فعند المقارنة مع الفترة التي سبقت كأس العالم في الجدول رقم (4)، تظهر بعض التحولات في المشاعر بشكل واضح.

وقد شهد موضوع كأس العالم بحد ذاته ارتفاعاً ملحوظاً في المشاعر الإيجابية، حيث ارتفع من (26.37%) قبل المونديال إلى (29.78%) خلال فعاليات المونديال، وتشير هذه النسبة إلى أن مجتمع كرة القدم العالمي وجد المزيد من جوانب كأس العالم التي تستحق التقدير والثناء مع تقديم البطولة، ومن المحتمل أن يكون الحضور والمشجعون قد أشادوا بجوانب مثل: البنية التحتية أو التنظيم أو الجودة الشاملة للألعاب. وعلى الرغم من وجود مشاعر سلبية، فلم يكن هناك سوى انخفاض طفيف من (21.58%) إلى (21.68%) غالباً ما كانت هذه المشاعر السلبية ترتكز على إصابات اللاعبين أو قرارات التحكيم أو نتائج مباريات معينة، ومع ذلك، فإن هذه الانتقادات لم تطغ على التفاعل الإيجابي العام مع أحداث المونديال. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Abdel Aziz, Fedaa, 2023) ودراسة (Brannagen, 2022) ودراسة (حداد، 2022) التي توصلت أن صحف الدراسة التي خضعت للتحليل قد عمدت على تقديم موضوعات سلبية في تناولها للأخبار المتعلقة بتنظيم قطر لبطولة كأس العالم 2022، وعلى وجه الخصوص موضوعات المرأة، والعمال، والكحول، والمتدينين.

الجدول (8) يوضح اتجاهات المغردين بعد انتهاء فعاليات المونديال (المرحلة الثالثة)

اتجاهات المغردين	ك	%
إيجابية	71313	37.31
سلبية	35495	18.57
محايدة	84313	44.11
المجموع	191121	100

تشير بيانات الجدول (8) إلى بروز المشاعر المحايدة للمغردين في منصة (x) بنسبة (44.11%)، مقابل (37.31%) للمشاعر الإيجابية، وبنسبة أقل للمشاعر السلبية (18.57%)، وهو ما يشير إلى أن المشاعر المحايدة والإيجابية حظيت باهتمام كبير من المغردين تجاه فعاليات مونديال قطر - 2022. وتشير النتائج أن المشاعر السلبية رغم ورودها في آخر قائمة الاتجاهات، إلا أنها حظيت باهتمام كبير في وسائل الاعلام الغربية، واتجاهات المغردين في هذه الدول، كما يتضح من الجداول (3) و(6) و(9).

الجدول (9) يوضح اتجاه البلدان بعد انتهاء المونديال (المرحلة الثالثة)

نوع الدولة	المشاعر									التفاعل	
	إعادة التغريد	التعليقات	الإعجابات	المجموع		محايدة		سلبية			
				ك	%	ك	%	ك	%		
غير معرفة	550139	152516	4166338	86461	44.22	38230	20.16	17432	35.62	30799	
الهند	46593	10482	427341	16574	47.26	7833	10.89	1805	41.85	6936	
أمريكا	9590	4375	65935	5708	46.57	2658	17.94	1024	35.49	2026	
بريطانيا	19085	6751	164218	4219	45.77	1931	18.91	798	35.32	1490	
الأرجنتين	101660	30666	1248504	9741	37.78	3680	18.6	1812	43.62	4249	
قطر	25524	13335	180690	8870	54.9	4870	4.59	407	40.51	3593	
المكسيك	6922	5688	56444	4699	35.65	1675	28.41	1335	35.94	1689	
فرنسا	13078	5881	61714	3615	18.28	661	49.52	1790	32.2	1164	
السعودية	15575	5975	30258	3316	39.41	1307	13.87	460	46.71	1549	
نيجيريا	4510	2437	25492	3039	49.82	1514	10.6	322	39.59	1203	
إسبانيا	6624	6862	45673	3037	37.6	1142	28.22	857	34.18	1038	
باكستان	3021	701	20721	2834	47.35	1342	12.99	368	39.66	1124	
إيطاليا	3752	2713	32983	2142	35.06	751	39.59	848	25.35	543	
اليابان	10003	851	46540	2094	77.51	1623	2.39	50	20.11	421	
الإمارات	3889	2222	31949	2079	54.64	1136	9.04	188	36.32	755	
دول أخرى	89324	37645	489423	32693	42.7	13960	18.35	5999	38.95	12734	
المجموع	909289	289100	7094223	191121	44.11	84313	18.57	35495	37.31	71313	

تشير بيانات الجدول (9) إلى اتجاه المشاعر البلدان بعد انتهاء المونديال حيث تشير النتائج إلى أن اتجاه المشاعر يميل إلى الإيجابية بشكل كبير، في ظل تضليل المشاعر السلبية، باستثناء دولتين فقط طغى الجانب السلي على الجانب الإيجابي، هما دولي فرنسا وإيطاليا بنسبة (49.52%) و(39.59%) على التوالي، ولعل السبب في ذلك يعود إلى اقصاؤهما من بطولة كأس العالم، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Abdel Aziz, Fedaa, 2023) التي توصلت أن اتجاهات المغردين في فرنسا قد احتوت على نسب سلبية عالية تجاه قطر في مختلف الموضوعات أهمها: حقوق الإنسان والعمال وظروف العمل ومقاطعة كأس العالم، والتشكيك في قوى التأثير والبني التحتية، وموضوع المثليين والتمييز الجنسي. كما اتفقت مع نتائج دراسة (عكوباش، حمدي، 2023)، التي كشفت أن الإعلام الفرنسي ركز على موضوع الكراهية وتشويه الدولة المستضيفة للمونديال، من خلال حملة تقودها الصحف الفرنسية تتمركز حول النزعة المركبة للنخب الأوروبية، والنزعة الاستعلائية وإظهار قطر على أنها دولة تقليدية ذات نزعة وهابية رجعية غير متحضرة. كما تشير بيانات الجدول إلى بروز المشاعر الإيجابية للمشجعين من الأرجنتين، حيث بلغت المشاعر الإيجابية بنسبة (43.62%) والإعجابات بـ (1,248,504) اعجاباً، والتعليقات بـ (30,666)، وإعادة التغريد بـ (101,660)، وهذه المشاعر لربما تعود إلى فوزها بكأس العالم 2022.

الجدول (10) يوضح الاتجاهات المصاحبة لموضوعات فعاليات mondial في (المرحلة الثالثة)

نوع الموضوعات	التفاعل										
	إعادة التغريد	التعليقات	الإعجابات	المجموع		محبادة		سلبية		إيجابية	
				ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
كأس العالم	867004	275456	6749481	180329	43.31	78093	18.75	33811	37.94	68425	
موضوعات أخرى	27005	9395	251474	5507	73.49	4047	10.31	568	16.2	892	
Messi	12934	3480	81651	4178	46.98	1963	8.02	335	45	1880	
العنصرية	573	317	3120	419	11.22	47	85.44	358	3.34	14	
الانتقاد	425	176	2316	363	15.43	56	73	265	11.57	42	
LGBT	744	189	2770	181	23.76	43	67.4	122	8.84	16	
الكحول	604	87	3411	144	44.44	64	25	36	30.56	44	
المجموع	909289	289100	7094223	191121	44.11	84313	18.57	35495	37.31	71313	

يقدم الجدول (10) رؤى حول توزيع المشاعر لمختلف الموضوعات خلال فترة كأس العالم قطر 2022 بعد مونديال كأس العالم، (المرحلة الثالثة)، ومن خلال المقارنة بين النتائج الواردة في الجدول (7) والنتائج الواردة في الجدول رقم (10)، نلاحظ أن موضوع كأس العالم حصل على أكبر عدد من التغريدات، مع نسبة ملحوظة في المشاعر الإيجابية بنسبة بلغت (37.94%)، وتشير هذه النتيجة إلى أنه خلال الفترة الفاصلة بين كأس العالم لكرة القدم، كان هناك رضا كبير ومشاعر إيجابية تحيط بكأس العالم قطر 2022، حيث أعرب مستخدمو منصة (x) تويتر سابقاً عن تقديرهم للجوانب الثقافية للحدث وتقديم دولة قطر لبطولة، بالإضافة إلى ذلك، أتاحت القرب بين اللاعبين للجماهير الاستمتاع بتجربة فريدة من نوعها لمشاهد مبارياتين في وقت واحد، نصفهما في ملعب والنصف الآخر في ملعب آخر، وينبئ أن هذا الجانب بالذات يأسر الناس، مما يؤدي إلى عدد أكبر من التغريدات الإيجابية.

مناقشة نتائج الدراسة:

كشف تحليل بيانات وسائل التواصل الاجتماعي خلال بطولة كأس العالم قطر 2022 عن عدة نتائج رئيسية كانت كالتالي:

1- مرحلة ما قبل فعاليات مونديال كأس العالم:

كشفت نتائج الدراسة كما يتضح من الجدول وشكل (1) في ملخص الدراسة على هيمنة طفيفة للمشاعر الإيجابية على المشاعر السلبية، في هذه المرحلة، مما يشير إلى وجود مشاعر إيجابية بشكل عام بين المستخدمين في جميع أنحاء العالم، ومع ذلك، عند دراسة توزيع المشاعر عبر البلدان، أظهرت الدول الأوروبية وبلدان قاري أمريكا الشمالية والجنوبية انتشاراً للمشاعر السلبية كما في (الجدول 3)، حيث أشارت هذه النتائج إلى وجود اختلافات ثقافية ومخاوف تؤثر على التصورات المختلفة في المرحلة الأولى، أي قبل انطلاق فعاليات مونديال كأس العالم، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (حداد، 2022) التي توصلت إلى تبني الموقع الإلكتروني لصحيفة نيويورك تايمز على الموضوعات السلبية دون الإيجابية في تناولها للأخبار المتعلقة بتنظيم قطر لبطولة كأس العالم 2022، والتجارب التي حظي بها المشجعون أثناء فترة إقامتهم في قطر.

2- مرحلة أثناء فعاليات مونديال كأس العالم:

حدث تحول كبير في المشاعر وشهدت بعض البلدان في أمريكا الشمالية والجنوبية تحولاً نحو مشاعر أكثر إيجابية، كما يتضح من الجدول وشكل (2) في ملخص الدراسة، وأظهر عدد قليل من البلدان الأوروبية تغييرات ملحوظة وكما يظهر في الجدول (6) تشير هذه التحولات إلى تحول في المشاعر العامة، مما قد يعكس تقييماً أكثر إيجابية لكأس العالم قطر 2022، ومع ذلك، من المهم ملاحظة أن استمرار المشاعر السلبية بين بعض الدول الأوروبية يشير إلى مخاوف أو تحيزات تتجاوز النقاش العقلي والسليم والنقد البناء.

3- مرحلة بعد انتهاء فعاليات مونديال كأس العالم:

لوحظ تحول كبير نحو المشاعر الإيجابية، مع تجاوز النسبة المئوية للمرحلة الأولى، وتعكس الزيادة في المشاعر الإيجابية بنسبة (48.10%) كما يتضح من الجدول (2) إلى الجدول (8) التصور المتزايد بأن قطر نظمت بطولة كأس العالم بنجاح، وحصلت على تقييم إيجابي من الجمهور والرأي العام العالمي، بينما انخفضت المشاعر السلبية أيضاً بنسبة (22.71%) كما يتضح من الجدول (2) إلى الجدول (8)، مما يشير إلى انخفاض المشاعر السلبية، ومع ذلك، فمن الجدير باللاحظة أن بعض الدول الأوروبية لا تزال تحتفظ بمستوى عالٍ من المشاعر السلبية تجاه قطر، على الرغم من التحول الإيجابي العام كما يتضح من الجدول (9).

- توضح هذه النتائج مدى تعقيد المشاعر العامة وتسلط الضوء على أهمية معالجة وجهات النظر والاهتمامات المتنوعة والتحولات الإيجابية التي لوحظت خلال المراحلتين، مع زيادة المشاعر الإيجابية بنسبة (16.59%) من المرحلة الأولى إلى المرحلة الثانية وزيادة أخرى بنسبة (27.05%) من الفترة الثانية إلى المرحلة الثالثة، حيث تؤكد المشاعر الإيجابية المتزايدة والرضا المحيط بكأس العالم كما يتضح من الجدول (2)، والجدول (5)، والجدول (8)، أن الانخفاض في المشاعر السلبية بنسبة (6.69%) من الفترة الأولى إلى الفترة الثانية ومن (17.19%) من الفترة الثانية إلى الفترة الثالثة، يسلط الضوء على انخفاض المشاعر السلبية، ومع ذلك، فإن وجود مشاعر سلبية مستمرة بين بعض الدول الأوروبية يشير إلى الحاجة إلى مواصلة الجهود معالجة هذه المخاوف، وتؤكد هذه النتائج التأثير المحتمل على العلاقات المستقبلية بين البلدان وتسلط الضوء على أهمية تعزيز بيئة إيجابية وشاملة تحيط بالأحداث العالمية، مثل: كأس العالم، فمعالجة المشاعر السلبية المتبقية والعمل على بناء علاقات دولية أقوى أمر بالغ الأهمية لخلق جو من التناغم والتعاون.

- وقد شهد موضوع كأس العالم تحولاً إيجابياً كبيراً خلال فترات الدراسة: في التحول الأول: كان هناك تحول إيجابي بنسبة بلغت (12.94)، مما يشير إلى زيادة في المشاعر الإيجابية وانخفاض طفيف في المشاعر السلبية (-0.41%)، ويشير هذا إلى ارتفاع الإيجابية وانخفاض السلبية تجاه كأس العالم. وفي التحول الثاني: استمرت المعنويات الإيجابية في الارتفاع بشكل ملحوظ بنسبة (27.4%)، مصحوبة بانخفاض في المعنويات السلبية (-13.15%)، مما عزز التقييمات والمناقشات الإيجابية المتزايدة المحيطة بالحدث، كما يتضح من الجدول وشكل (3) في ملخص الدراسة.

- عند النظر في التحول الكامل من الفترة الأولى إلى الفترة الثالثة، شهد موضوع كأس العالم تحولاً إيجابياً ملحوظاً بنسبة (43.87%)، مع انخفاض مماثل في المشاعر السلبية (-13.51%). وتسلط هذه التحولات الضوء على التنفيذ الناجح لكتاب العالم من قبل قطر وتزايد الرضا والتصورات الإيجابية بين المستخدمين، كما يتضح من تزايد المشاعر الإيجابية وانخفاض المشاعر السلبية تجاه موضوع كأس العالم ككل، كما يتضح من الجدول (4) في ملخص الدراسة.

- شهد موضوع "النقد" تحولات كبيرة خلال فترات الدراسة: في التحول الأول: كان هناك تحول سلبي بنسبة (25.42%)، مما يشير إلى زيادة كبيرة في المشاعر السلبية، ربما يغدوها الاستياء الشديد الذي عبر عنه الناس، وكان هذا الشعور واضحاً بشكل خاص في الدول الأوروبية، كما انعكس في مشاعر هذه البلدان، حيث انتقدت وسائل الإعلام والأفراد قطر بشدة، وسلطوا الضوء على المخاوف بشأن جوانب مختلفة، بما في ذلك حقوق العمال وقضايا حقوق الإنسان. ومع ذلك في التحول الثاني: كان هناك تحول إيجابي ملحوظ بنسبة (62.28%)، مصحوباً بانخفاض ضئيل في المشاعر السلبية (-0.01%). وتفقق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Paul Michael Brannagan, 2022) التي توصلت إلى عدم صحف الدراسة في توجيه الانتقادات حول تنظيم قطر كأس العالم، من خلال الادعاء أن حكومة قطر قدمت رشوة من أجل الحصول على حق تنظيم واستضافة كأس العالم، وشككت صحف الدراسة في عدم قدرة قطر على تنظيم الدورة من خلال الادعاء أن قطر دولة لا تستطيع تنظيم حدث ضخم، مثل كأس العالم، مما يدعو إلى التشكيك في قدرة قطر على تنظيم وإعداد الملاعب وفق المعايير العالمية.

- كشفت التحولات في محادثات الشوادع المثليين "LGBT" خلال فترات الدراسة عن ديناميكيات مثيرة للاهتمام في المشاعر، وفقاً للجدول (11)، خلال التحول الأول (من الفاصل الزمني الأول إلى الفاصل الزمني الثاني)، كان هناك تحول إيجابي بنسبة (41.25%) في المشاعر الإيجابية، مصحوباً بانخفاض قدره (-11.85%) في المشاعر السلبية، ويشير هذا إلى تغيير ملحوظ في النغمة العامة وتصور المحادثات المتعلقة بمجتمع المثليين، وفي التحول الثاني (من الفترة الثانية إلى الفترة الثالثة)، كان هناك تحول إيجابي آخر بنسبة (18.98%) في المشاعر الإيجابية، مع زيادة هامشية بنسبة (0.33%) في المشاعر السلبية، حيث تشير هذه التحولات إلى انخفاض الانتقادات الموجهة إلى قرار قطر بحضور أنشطة المثليين خلال كأس العالم، وتزايد الشعور بفضل كرة القدم عن المحادثات السياسية والجنسية.

- نجحت قطر في استضافة بطولة كأس العالم لكرة القدم والتأثير بشكل كبير على أفكار الناس ووجهات نظرهم، ومن خلال التخطيط الدقيق والبنية التحتية الحديثة والالتزام بخلق تجارب لا تنسى، أثبتت قطر قدرتها على تقديم بطولة استثنائية. لقد ترك الاهتمام بالتفاصيل في تصميم الاستاد، ومشاركة المشجعين، وتنظيم الأحداث، انطباعاً دائمًا لدى الحضور والمشاهدين في جميع أنحاء العالم، ومن خلال عرض ثقافتها الغنية وكرم ضيافتها ونهجها المبتكر، نجحت قطر في تغيير مفهوم كأس العالم، وتركت إرثاً دائمًا في عالم كرة القدم.

- أسمحت جهود قطر لفصيل السياسة والجنس عن كأس العالم في خلق بيئة أكثر شمولاً للمحادثات المتعلقة بكأس القدم، يسلط هذا التحول في المنظور الضوء على أهمية تعزيز جو الروح الرياضية، حيث يكون التركيز فقط على اللعبة نفسها. إن نجاح قطر في تحويل المنتقدين إلى مؤيدين يجسد قدرتها على تشكيل المشاعر العامة والتأثير عليها من خلال إجراءات حاسمة وموافقة مبدئية. ومع ذلك، من المهم الاعتراف بأن الانتقادات المتعلقة بحقوق العمال استمرت طوال فترة كأس العالم، على الرغم من تصريحات قطر التي تدحض الأرقام التي قدمتها منظمات حقوق الإنسان.

- بشكل عام، تؤكد هذه الدراسة على التأثير الكبير لقرارات وإجراءات قطر في تشكيل المشاعر العامة خلال بطولة كأس العالم. وحققت قطر نجاحاً كبيراً، حيث تحولت أفكار الناس ومشاعرهم تجاه البلاد نحو الإيجابية، وفقاً للنتائج، ومن خلال التزامها بالشمولية والروح الرياضية ومعالجة القضايا المهمة، وضعت قطر معياراً جديداً لاستضافة البطولات الدولية الناجحة والمؤثرة. وتؤكد النتائج ضرورة مواصلة الجهود لمعالجة الانتقادات،

بما في ذلك تلك المتعلقة بحقوق العمال، ومواصلة تعزيز التصورات والتجارب الإيجابية المرتبطة باستضافة قطر للفعاليات المستقبلية، ومن خلال القيام بذلك، تستطيع قطر ترسیخ مكانتها كدولة رائدة عالمياً في تعزيز بيئة رياضية إيجابية وتحويلية، ومع ذلك، تجدر الإشارة إلى أنه لا تزال هناك مستويات عالية من المشاعر السلبية في بعض الدول الأوروبية تتجاوز مجرد النقد. وتشكل هذه المشاعر السلبية المستمرة تحدياً تستدعي اتباع نهج استباقي لإيجاد الحلول. إن معالجة هذه المخاوف وتعزيز الحوار المفتوح يمكن أن يساعد في سد الفجوة ومنع أي تأثير سلبي محتمل على العلاقات بين البلدان في المستقبل. ومن خلال الانخراط النشط مع هذه الدول والعمل من أجل تحقيق تفاهم أفضل، يمكن لدولة قطر تعزيز صورتها الإيجابية، وتعزيز الشراكات الدولية في مجال الرياضة وخارجها.

وعلى وجه الإجمال فقد اثبتت نتائج الدراسة أن المشاعر السلبية تعددت أسلوب النقد وهذا بسبب تأثير وسائل الإعلام الغربية التي صاغت خطاب الكراهية وأدراجه في الخطاب الإخباري في صحفها.

توصيات الدراسة:

- توصي الدراسة باستخدام نماذج اللغة الضخمة (Large Language Models) في التحليل عوضاً عن نماذج التصنيف، حيث تتميز نماذج اللغة الضخمة على قدرات أعلى في تفسير النصوص والكلمات.
- توصي الدراسة بالعمل على الدراسات التي تحتوي على بيانات ضخمة عبر تقنيات الذكاء الاصطناعي واستخراج اساليب وادوات بحثية تمكن الباحثين من استخدامها في البحث العلمي مستقبلاً.
- تدعى الدراسة بقوة الباحثين المستقبليين إلى استكشاف التقنيات الحديثة وتقنيتها واستخدامها في المجال الإعلامي، حيث إن دمج هذه الأساليب يمكن أن يؤدي إلى نتائج أكثر دقة وشمولاً وتفصيلاً.
- توصي الدراسة باستخدام (Knowledge Graph) في تمثيل واستخراج معلومات قيمة من البيانات النصية، حيث يوضح العلاقة الشبكية بشكل أفضل وأوضح.

ما يثيره البحث من بحوث مستقبلية:

- يمكن للأبحاث المستقبلية أن توسيع نطاق تركيزها من خلال استخدام المنهجية المستخدمة في هذه الدراسة من أجل تحليل البيانات الكيفية، لاسيما في تحليل المدونات القصيرة، وليس بالضرورة أن تتبع هذه المنهجية حرفيًا، بل يمكن تكييفها بتحديث نماذج الذكاء الاصطناعي في تحليل المشاعر ونمذجة الموضوع، بل وحتى تغيير أجزاء منها.
- يساعد هذا البحث في توضيح منهجية تحليل الشبكات الاجتماعية من خلال عملية جمع البيانات وتحليلاً وعرضها، مما يتطلب العمل على إجراء المزيد من الدراسات والبحوث.

بيان التمويل

تم دعم هذا العمل وتمويله من قبل عمادة البحث العلمي بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (رقم المنحة IMSIU-DDRSP2502).

المصادر والمراجع

الشهري، م. (2024). *أخلاقيات خطاب الجمهور السعودي في موقع التواصل الاجتماعي بشأن القضايا البارزة*. رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، السعودية.

البدوي، ث. (2019). *نظريات الإعلام الجديد*. (ط1). الرياض: مكتبة الرشد للنشر والتوزيع.

الحوت، م. (2023). *تغطية قنوات الإخبارية لمونديال كأس العالم 2023*. دراسة تحليلية. ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

حداد، ع. (2022). *تغطية الموقع الإلكتروني لصحيفة نيويورك تايمز الأمريكية لمونديال قطر 2022*. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*, العدد (2) الجزء (2).

رفعت، م. (2018). *الرأي العام في الواقع الافتراضي، وقوة التعبئة الافتراضية*. (ط1). مصر: العربي للنشر والتوزيع.

زكي، و. (2015). *نظرية الشبكات الاجتماعية: من الأيديولوجيا إلى الميئوديولوجيا*. المنتدى العربي للعلوم الاجتماعية والإنسانية، من موقع <https://socio.yoo7.com/t3886-topic>

صوان، ف. (2016). *البحث العلمي - المفاهيم - الأفكار - الطرق - العمليات*. (ط1) ابن النذير للنشر والتوزيع، الجزائر.

5. عبد العظيم، ط. (2019). *قياس إدراك الطلاب لدور وسائل الإعلام السعودية في تنمية الوعي بالมوروث الثقافي المحلي*. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة حائل، (3).

عبد المحسن، م. (2023). معالجة صحافة الانفوجرافيك بالموقع الإلكتروني للأحداث الرياضية: دراسة حالة لبطولة كأس العالم لكرة القدم 2022م. *مجلة بنى سويف لعلوم التربية والرياضية*, 6(11).

فيصل، ع. وحمدي، م. (2023). العلام الفرنسي وكأس العالم، 2022 في قطر، قراءة تحليلية لعينة من الصحف الفرنسية. *مجلة المستقبل العربي*, 529.

References

Abdel Azim, T. (2019). Measuring students' perception of the role of Saudi media in raising awareness of local cultural heritage. *Journal of Humanities and Social Sciences, University of Hail*, 3(8).

AbdelAziz, F. M. (2023). Political employment of hate speech in sports coverage: Case study of Qatar 2022 World Cup. *Journal of Mass Communication Research*, 64, 1697-1724.

Abdul Mohsen, M. (2023). Processing infographic journalism on online websites for sports events: A case study of the 2022 FIFA World Cup. *Beni Suef Journal of Education and Sports Sciences*, 6(11).

Al-Badawi, T. (2019). *New media theories* (1st ed.). Al-Rushd Publishing and Distribution.

Al-Hout, M. (2023). *Coverage of Al Jazeera News Channel on the 2023 World Cup: An analytical study* (Unpublished Master's thesis). Middle East University, Amman, Jordan.

Al-Shahri, M. (2024). *Ethics of public discourse in Saudi social media regarding prominent issues* (Unpublished PhD dissertation). Imam Muhammad bin Saud Islamic University, Riyadh, Saudi Arabia.

Azzalini, A., & Scarpa, B. (2012). *Data analysis and data mining: An introduction*. Oxford University Press.

Barbieri, F., Anke, L. E., Camacho-Collados, J., & et al. (2022). XLM-T: Multilingual language models in Twitter for sentiment analysis and beyond. *Proceedings of the Thirteenth Language Resources and Evaluation Conference*, Marseille, France.

Barbieri, F., Camacho-Collados, J., Neves, L., & et al. (2020). TWEETEVAL: Unified benchmark and comparative evaluation for tweet classification. *Findings of the Association for Computational Linguistics: EMNLP 2020*, 1644–1650. Association for Computational Linguistics.

Barbieri, F., Camacho-Collados, J., Neves, L., & et al. (2020). TWEETEVAL: Unified benchmark and comparative evaluation for tweet classification. *Association for Computational Linguistics, Findings of the Association for Computational Linguistics: EMNLP 2020*, 1644–1650.

Blei, D. M., Ng, A. Y., & Jordan, M. I. (2003). Latent Dirichlet allocation. *Journal of Machine Learning Research*, 3, 993-1022.

Brannagan, P. M., & Reiche, D. (2022). The controversial games: Responses to Qatar's 2022 World Cup. In *Qatar and the 2022 FIFA World Cup* (pp. xx-xx). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-030-96822-9_4

Devlin, J., Chang, M., Lee, K., & et al. (2019). BERT: Pre-training of deep bidirectional transformers for language understanding. *Proceedings of the 2019 Conference of the North American Chapter of the Association for Computational Linguistics: Human Language Technologies*, Volume 1 (Long and Short Papers), Minneapolis, Minnesota.

Faisal, A., & Hamdi, M. (2023). The French image and the 2022 World Cup in Qatar: An analytical reading of a sample of French newspapers. *Arab Future Magazine*, 529.

Grootendorst, M. (2022). BERTopic: Leveraging BERT and c-TF-IDF to create easily interpretable topics. *arXiv preprint arXiv:2007.03788*.

Haddad, A. (2022). *Coverage of the New York Times website on the Qatar 2022 World Cup*. Egyptian Journal of Public Opinion Research, No. 2, Part 2.

Inoue, G., Alhafni, B., Baimukan, N., & et al. (2021). The interplay of variant, size, and task type in Arabic pre-trained language models. *WANLP 2021 - 6th Arabic Natural Language Processing Workshop*, Kyiv, Ukraine.

Kumar, S., Morstatter, F., & Liu, H. (2014). *Twitter data analytics*. Springer.

Kwak, H., Lee, C., Park, H., & et al. (2010). What is Twitter, a social network or a news media? In *Proceedings of the 19th International Conference on World Wide Web (WWW '10)*. Association for Computing Machinery, New York, NY, USA.

Naskar, D., Mokaddem, S., Rebollo, M., & et al. (2016). Sentiment analysis in social networks through topic modeling. In *10th Conference on International Language Resources and Evaluation (LREC'16)*, Valencia, Spain.

Nisyah, C., & Sayuti, S. A. (2023). Formation of a positive image through FIFA policy in Qatar 2022 on online news media (Model Teun A Van Dijk). *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*, 6(8), 3484-3489.

Refaat, M. (2018). *Public opinion in virtual reality and the power of virtual mobilization* (1st ed.). Al-Arabi Publishing and Distribution.

Sawwan, F. (2016). *Scientific research – Concepts – ideas – methods and processes* (1st ed.). Ibn Al-Nazir Publishing and Distribution.

Sharda, R., Delen, D., & Turban, E. (2020). *Analytics, data science & artificial intelligence: Systems for decision support*. Pearson Education, Inc.

Siddiqui, S., & Singh, T. (2016). Social media: Its impact with positive and negative aspects. *International Journal of Computer Applications Technology and Research*, 5(2), 71-75.

Van Der Hulst, R. C. (2019). Introduction to network analysis (SNA) as an investigative tool. *Springer Science and Business Media*, 12, 104-105.

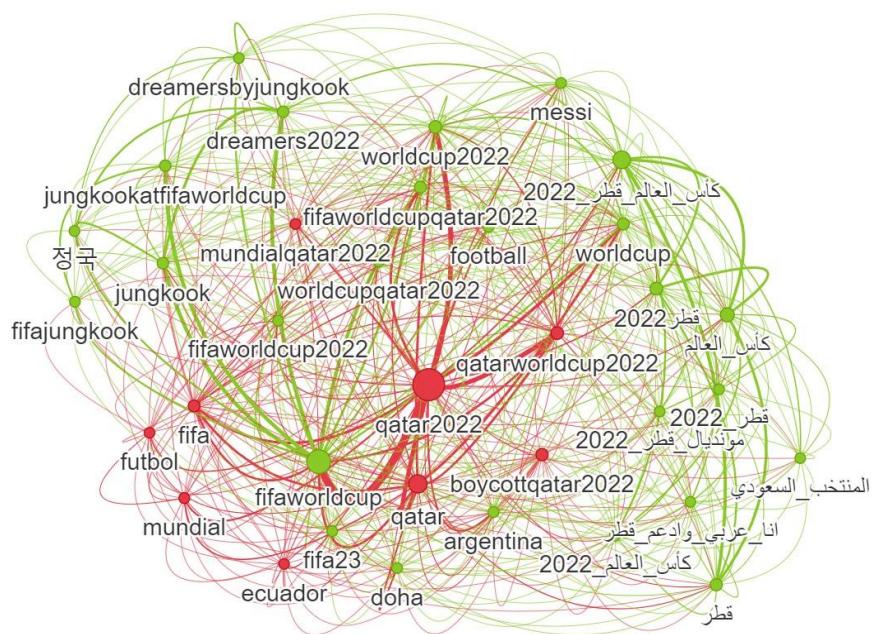
Vaswani, A., Shazeer, N., Parmar, N., & et al. (2017). Attention is all you need. *31st Conference on Neural Information Processing Systems (NIPS 2017)*, Long Beach, CA, USA.

Zaki, W. (2015). *Social network theory: From ideology to methodology*. Arab Forum for Social and Human Sciences. Retrieved from <https://socio.yoo7.com/t3886-topic>

ا: التحليل الشبكي للهاشتاجات قبل فعاليات مونديال كأس العالم 2022

جدول (1) يوضح اتجاهات الهاشتاجات قبل فعاليات مونديال كأس العالم 2022

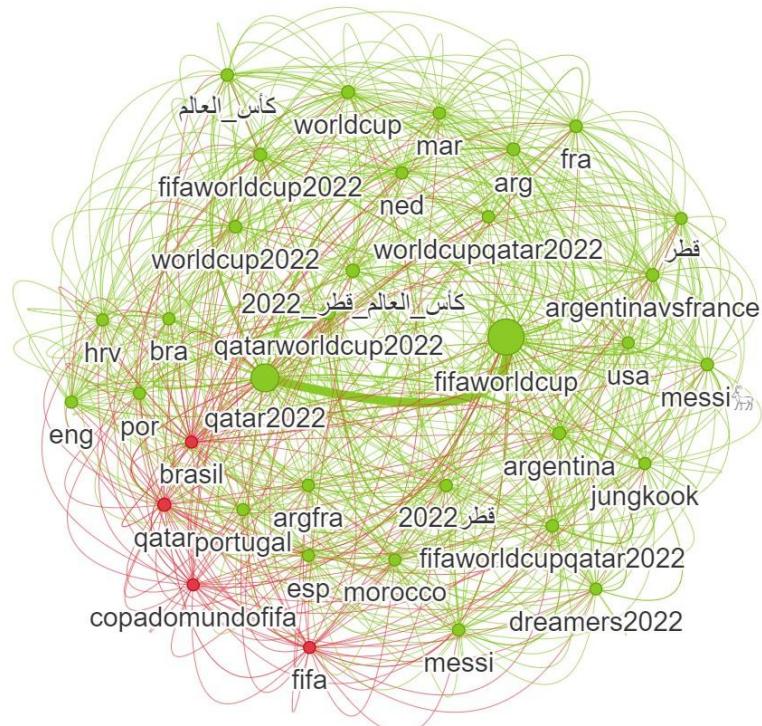
الهاشتاج	قطر	العالم	2022	worldcup	qatar	fifaworldcup	qatar2022	متحابية	سلبية	محايدة
qatar2022							99,423	48,299	39,014	186,736
fifaworldcup							62,817	17,375	36,695	116,887
qatar							32,388	24,108	12,225	68,721
كأس_العالم_قطر_2022							32,765	8,280	21,776	62,821
كأس_العالم							22,332	3,103	7,529	32,964
قطر_2022							12,322	2,180	7,044	21,546
worldcup2022							12,447	4,034	4,478	20,959
qatarworldcup2022							10,512	5,779	4,206	20,497
boycottqatar2022							2,260	13,960	1,372	17,592
قطر							8,247	2,534	6,342	17,123
worldcup							9,157	2,792	3,153	15,102
fifaworldcupqatar2022							8,382	2,318	3,424	14,124
fifa							6,836	4,471	2,140	13,447
jungkook							5,064	388	5,724	11,176
dreamers2022							4,819	299	5,128	10,246
jungkookatfifaworldcup							3,341	234	6,612	10,187
كأس_العالم_2022							4,721	766	2,173	7,660
football							4,445	1,189	1,743	7,377
argentina							3,493	953	1,288	5,734
mundial							3,433	1,220	893	5,546



شكل (1) تحليل شبكي لتحليل مشاعر الهاشتاجات قبل فعاليات مونديال كأس العالم

2: تحليل شبكي لتحليل مشاعر المنشآت اثناء فعاليات مونديال كأس العالم 2022

جدول (2) اتجاهات المنشآت اثناء فعاليات مونديال كأس العالم 2022

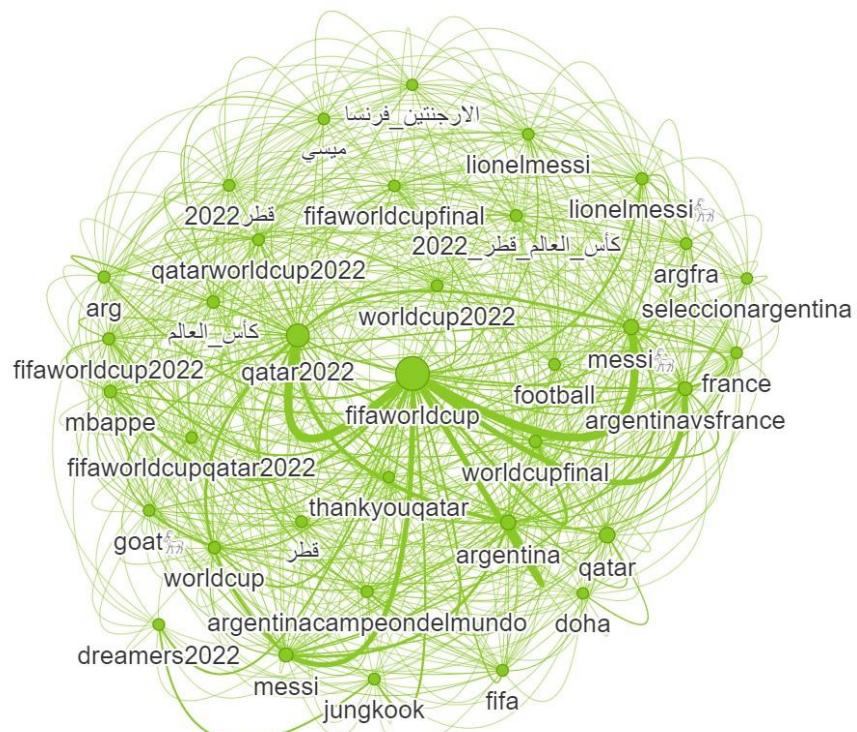


شكل (2) تحليل شبيكي لتحليل مشاعر المشتريات أثناء فعاليات مونديال كأس العالم 2022

3: التحليل الشبكي للهشتاجات بعد انتهاء مونديال كأس العالم 2022

جدول (3) اتجاهات الياشتاجات بعد انتهاء فعاليات مونديال كأس العالم 2022

الهاشتاج	النوع	الكلمة المفتاحية	الكلمة المفتاحية	النوع	النوع
fifaworldcup	كلمة مفتاحية	التكرار	إيجابية	سلبية	محايدة
qatar2022	كلمة مفتاحية	60817	23780	11874	52419
qatar	كلمة مفتاحية	24480	6537	5792	12151
messi	كلمة مفتاحية	22177	9414	3147	9616
argentina	كلمة مفتاحية	20536	8986	2931	8619
messi	كلمة مفتاحية	16364	6766	2315	7283
argentinavsfrance	كلمة مفتاحية	14506	5878	2477	6151
mbappe	كلمة مفتاحية	7627	2908	1364	3355
worldcupfinal	كلمة مفتاحية	7471	3288	944	3239
كأس العالم	كلمة مفتاحية	7086	2227	831	4028
worldcup	كلمة مفتاحية	6065	2326	705	3034
argentinacampeondelmundo	كلمة مفتاحية	5537	2488	1086	1963
fifaworldcup2022	كلمة مفتاحية	5419	2316	528	2575
arg	كلمة مفتاحية	4879	1997	745	2137
كأس العالم قطر 2022	كلمة مفتاحية	4790	2063	643	2084
lionelmessi	كلمة مفتاحية	4783	2194	460	2129
jungkook	كلمة مفتاحية	4426	2416	28	1982
قطر 2022	كلمة مفتاحية	3925	1703	394	1828
qatarworldcup2022	كلمة مفتاحية	3819	1483	752	1584
dreamers2022	كلمة مفتاحية	3751	1989	22	1740



شكل (3) تحليل شبكي لتحليل مشاعر المهاشتاجات بعد انتهاء فعاليات مونديال كأس العالم 2022

4- جدول (4) يوضح تحول اتجاهات المفردات خلال فترات الدراسة الثلاث لفعاليات مونديال كأس العالم

التحول الكلي (المراحل الأولى إلى المراحل الثالثة)		التحول الثاني (المراحل الثانية إلى المراحل الثالثة)		التحول الأول (المراحل الأولى إلى المراحل الثانية)		نوع الموضوع
نسبة نمو الاتجاه السلبي	نسبة نمو الاتجاه الإيجابي	نسبة نمو الاتجاه السلبي	نسبة نمو الاتجاه الإيجابي	نسبة نمو الاتجاه السلبي	نسبة نمو الاتجاه الإيجابي	
-13.51	43.87	-13.15	27.4	-0.41	12.94	كأس العالم
14.21	21.05	-0.01	62.28	14.24	-25.42	الانتقادات
-54.71	397.07	-35.92	96.28	-29.31	153.50	الكحول
-11.58	68.06	0.33	18.98	-11.85	41.25	LGBT (الشواذ)