



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام



مطبوعة بيداغوجية بعنوان

جيوسياسية الرياضة والاعلام الرياضي

ضمن مقياس جيوسياسية الرياضة
السنة الثانية ماستر صحافة واتصال رياضي

الأستاذ: لعلاوي خالد

رئيس المجلس العلمي



الدكتور: فندوشي حمزة

أستاذ محاضر قسم "أ"

فونيسي رفيق

مدير المكتبة



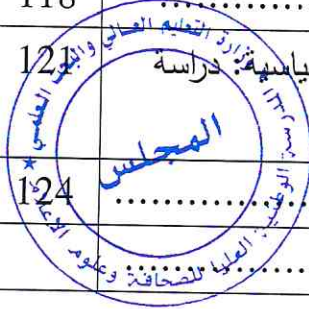
فيفري 2025

المحتويات

الرقم	العنوان	الصفحة
	مقدمة	
04	أولاً، الخلفية المفاهيمية: مفاهيم أساسية في الجيوسياسية والرياضة والاعلام الرياضي.	04
05	تمهيد:	05
05	1. مفهوم الجيوسياسية Geopolitics	05
06	1.1 إيتيمولوجيا وإيستيمولوجيا علم الجيوسياسية.....	06
07	2.1 تعريف الجيوسياسية Geopolitics	07
12	2. مفهوم الرياضة وأهميتها.. ..	12
12	1.2 مفهوم الرياضة.....	12
14	2.2 تعريف الاحداث الرياضية	14
15	3.2 أهمية الرياضة والأحداث الرياضية الكبرى	15
17	3. الاعلام الرياضي	17
17	1.3 ماهية الاعلام الرياضي	17
21	2.3 لمحة تاريخية عن نشأة وتطور الاعلام الرياضي	21
27	3.3 أهمية الاعلام الرياضي	27
29	4. لماذا جيوسياسية الرياضة والاعلام الرياضي؟	29
32	1.4 العلاقة بين السياسة الدولية والرياضة.....	32
34	2.4 الإعلام الرياضي كوسيط جيوسياسي.....	34
36	3.4 مفهوم جيوسياسية الرياضة.....	36
41	ثانياً، الأبعاد الجيوسياسية للرياضة	41
42	تمهيد	42
42	1. الرياضة كأداة جيوسياسية	42
43	1.1 الرياضة فاعل دولي قوي من الفواعل الدولية	43

45	2.1 الرياضة والدبلوماسية	
48	4.1 الرياضة والهوية الوطنية	
50	5.1 الرياضة كأداة للسيطرة والنفوذ	
52	2. عولمة الرياضة	
52	1.2 مفهوم العولمة وعولمة الرياضة	
54	2.2 مظاهر العولمة في الرياضة	
52	3.2 الهيآت الرياضية الدولية وعولمة الرياضة	
61	3. الجوانب الجيوسياسية للأحداث الرياضية الكبرى	
61	1.3 الألعاب الأولمبية وكأس العالم كنماذج جيوسياسية.....	
64	2.3 تأثير النزاعات السياسية على الأحداث الرياضية	
67	3.3 الرياضة والقوة الناعمة	
73	الإعلام الرياضي وتأثيره الجيوسياسي	III.
74	تمهيد	
74	1. دور الإعلام الرياضي في تشكيل الرأي العام.....	
78	2. الإعلام الرياضي كقوة ناعمة	
81	3. الإعلام الرياضي والصراعات الدولية	
83	4. الإعلام الرياضي والعولمة	
88	5. الإعلام الرياضي كركيزة لبناء السمة الوطنية للدول	
93	6. الإعلام الجديد والرياضة والبعد الجيوسياسي.....	
97	المشهد الجيوسياسي لاقتصاديات الرياضة والاعلام الرياضي.....	IV.
98	تمهيد	V.
99	1. الرياضة والاقتصادأية علاقة؟	
105	2. العائدات الاقتصادية للرياضة في العالم	
108	3. التمويل والاستثمارات الرياضية كأدوات نفوذ جيوسياسي.....	
109	1.3 استثمارات الدول في الأندية والبطولات الاقليمية والعالمية .	
112	2.3 النفوذ الاقتصادي والسياسي عبر استضافة الأحداث الرياضية الكبرى.	

115	4. حقوق البث الإعلامي والصراعات الجيوسياسية	
118	1.4 الاحتكار الإعلامي وتأثيره على الرياضة.	
121	2.4 المنافسة بين القنوات الرياضية وتأثيراتها الجيوسياسية: دراسة حالة: صراع beIN Sports و Sky Sports و DAZN.	
124	خاتمة.....	
	المراجع.....	



مقدمة

في عالم يتسم بالتغيرات السريعة والتحديات المتنوعة، تظل الرياضة واحدة من الثوابت التي تجمع بين الأفراد والمجتمعات، اذ تعتبر جزءاً أساسياً من حياة الإنسان، ليس فقط كوسيلة للتمتع والترفيه، وليس فقط كمجرد نشاطات وتمارين بدنية بحتة، بل كأداة لتطوير القيم الإنسانية وتعزيز الروابط الاجتماعية وهي تعد من الظواهر الاجتماعية-الثقافية التي تعكس تطور المجتمعات البشرية وتفاعلها مع البيئة المحيطة بها.

وفي عالم تتداخل فيه الخطوط بين الثقافي والسياسي والاقتصادي، تبرز، أيضاً، الرياضة كلعبة قوى متعددة الأبعاد، لا تقتصر على تسجيل الأهداف أو كسر الأرقام القياسية، بل تُحوّل إلى أداة جيوسياسية تُعيد تشكيل التحالفات الدولية وتُجسّد صراعات الهيمنة. فمنذ الألعاب الأولمبية القديمة في اليونان، حيث كانت المنافسات الرياضية وقفاً على النخب ووسيلة لتعزيز الوحدة بين المدن-الدول، وحتى كأس العالم الحديث الذي تحوّل إلى منصة لإبراز القوة الناعمة للدول الصاعدة، تظل الرياضة مرآة تعكس التحولات الجيوسياسية الكبرى. اذ تعتبر الرياضة ظاهرة ثقافية معقدة تتجاوز حدود الملاعب لتصبح أداة جيوسياسية فاعلة في تشكيل الخريطة السياسية العالمية. وفي عصر العولمة، لم تعد الأحداث الرياضية مجرد منافسات رياضية، بل تحولت إلى ساحات لصراعات النفوذ وبناء الهوية الوطنية وتعزيز الدبلوماسية العامة.

في هذا السياق، يلعب الإعلام الرياضي دوراً محورياً كمُضخّمٍ للرسائل السياسية وكُمُشكّلٍ للوعي الجمعي. فالتغطية الإعلامية للأحداث الرياضية ليست محايدة؛ إنما تُبنى عبر عدسات أيديولوجية تخدم مصالح جهاتٍ متنوعة، سواءً كانت حكومات تسعى لتعزيز شرعيتها، أو شركات عابرة للقارات تروج لعلاماتها التجارية تحت شعارات الوحدة الإنسانية.

لكن العلاقة بين الرياضة والسياسة ليست أحادية الاتجاه؛ فكما تُستغل الرياضة لخدمة الأجندات السياسية، تُغيّر السياسة بدورها مسارات الأحداث الرياضية. فمقاطعة الدول الأفريقية لدورة الألعاب الأولمبية في مونتريل 1976 احتجاجاً على التعاون مع نظام الفصل العنصري في جنوب أفريقيا، أو قرار الاتحاد الأوروبي لمنع ظهور رموز الدولة الروسية في البطولات الأوروبية بعد غزو أوكرانيا 2022، كلها أمثلة على كيف تُصبح الملاعب ساحاتٍ لفرض العقوبات أو تحشيد الرأي العام.

لقد تحولت الرياضة إلى رهان استراتيجي جديد، وأضحت رمزاً رئيسياً للقوة الناعمة التي بدأت تحل محل القوة الصلبة في مختلف الديناميات الدولية. وبعيداً عن الوسائل التقليدية للصراع الجيوسياسي التي تركز على القوة والحرب، تعتمد الرياضة على جاذبية الصورة لتأكيد التفوق في الساحة الدولية، وتشكل بذلك بديلاً للحرب وأداة لتحقيق السلام بين مختلف الشعوب والدول. وتشكل الإنجازات الرياضية عنصراً هاماً لتلميع صورة الدولة وللتأثير في الرأي العام العالمي.

تدرس هذه المطبوعة البيداغوجية التفاعل بين الرياضة والإعلام والسياسة، من خلال تحليل كيفية توظيف الدول والمؤسسات للرياضة كوسيلة لتعزيز "القوة الناعمة"، كما في حالة استضافة قطر لكأس العالم 2022 أو استخدام الصين للأولمبياد 2008 كمنصة للترويج العالمي. كما تتناول دور الإعلام الرياضي في تضخيم الروايات الوطنية أو تسييس الأحداث، مثل تغطية الصحافة الغربية للبطولات التي تستضيفها دول مُستهدفة سياسياً.

أولاً، الخلفية المفاهيمية:

مفاهيم أساسية في الجيو سياسية والرياضة والاعلام الرياضي

1- مفهوم الجيو سياسية Geopolitics

2- مفهوم الرياضة وأهميتها

3- الاعلام الرياضي

4- جيو سياسية الرياضة

تمهيد:

تشكّل العلاقة بين الجيوسياسية والرياضة والإعلام الرياضي نسيجًا معقدًا يعكس التفاعل بين القوة السياسية والظواهر الاجتماعية والاتصالية في العصر الحديث. فالجيوسياسية، بوصفها دراسة تأثير الجغرافيا على السياسة الدولية، تتقاطع مع الرياضة كظاهرة عالمية تُستخدم أحيانًا كأداة لتعزيز النفوذ أو تحقيق الأهداف الاستراتيجية للدول، سواء عبر استضافة الأحداث الكبرى أو توظيف الرموز الرياضية في بناء الصورة الذهنية للدول. من جهة أخرى، يُعتبر الإعلام الرياضي جسرًا حيويًا يربط بين هذه العناصر، حيث لا يقتصر دوره على نقل الأخبار والتحليلات الرياضية فحسب، بل يمتد إلى تشكيل الوعي الجماهيري وتوجيه الرأي العام، بما يتوافق مع السياقات السياسية والثقافية. فالرياضة، في بعدها الجيوسياسي، تُستخدم كمنصة لتعزيز الهوية الوطنية أو تخفيف التوترات بين الدول، بينما يعمل الإعلام الرياضي على تضخيم هذه الرسائل أو تحليلها عبر وسائطه المتنوعة، مما يجعله أداة فعّالة في ترسيخ المفاهيم السياسية والاجتماعية. فمن الناحية المفاهيمية، يُعرّف الإعلام الرياضي إجرائيًا بأنه "عملية نشر الأخبار والمعلومات الرياضية وشرح القواعد الرياضية بهدف نشر الثقافة الرياضية وتنمية الوعي المجتمعي"⁽¹⁾، في حين تُعرّف الجيوسياسية الرياضية كيفية توظيف الفعاليات الرياضية لخدمة المصالح الإقليمية أو العالمية. ويبقى التحدي الأكبر في فهم كيفية تفاعل هذه المكونات لخلق واقع إعلامي-سياسي يُؤثر في الجمهور ويُعيد تشكيل المفاهيم الجمعية. يسعى هذا المحور إلى تفكيك هذه العلاقات المتشابكة، من خلال استعراض المفاهيم الأساسية لكل مجال، وتحليل نقاط التقاطع بينها.

1. مفهوم الجيوسياسية Geopolitics : شهد تطور المعرفة والعلوم في مجال العلاقات الدولية ظهور العديد من المناهج والأطر النظرية التي تسعى إلى تفسير الأحداث الدولية، سواء أكانت ذات طابع تنازعي أو تعاوني.

(1) عويس، خير الدين علي و عبد الرحيم، عطا حسن : **الإعلام الرياضي**، ج1، مركز للنشر، ط 1، القاهرة، 1998، ص 23.

كما أسهم عدد من المفكرين والباحثين في القرن التاسع عشر في تأسيس علم جديد ضمن حقل العلاقات الدولية، هدف إلى تفسير الأوضاع الدولية استنادًا إلى قانون "الأرض" أو "الجغرافيا"، سواء على المستوى النظري أو التطبيقي. وقد ساعد هذا العلم، الذي عُرف باسم "الجيوبوليتيك"، في تشكيل وصياغة التوجهات الخارجية للدول، مما جعله أداة مهمة لفهم التفاعلات الدولية وتأثير العوامل الجغرافية عليها⁽¹⁾.

1.1 ايتيمولوجيا و إستمولوجيا علم الجيوبوليتيك أو الجيو سياسية Geopolitics :

قبل الخوض في مفهوم علم الجيو سياسية أو الجيوبوليتيك، يجدر بنا أولاً التمييز بين مصطلحي "الإيتيمولوجيا" و"الإستمولوجيا"، إذ يساعدان في فهم هذا المفهوم بشكل أعمق. من الناحية الإيتيمولوجية، تعود جذور كلمة "جيوبوليتيكا" إلى اليونانيين القدامى، حيث تتكون من مقطعين "Geia" : الذي يشير إلى آلهة الأرض، و "Polis" الذي يعني دولة المدينة. وبالتالي، فإن "Geiapolis" في الثقافة اليونانية تعني "استكشاف الأشكال الأرضية للمجال والأرض ومراقبتها وتنظيمها من قبل البشر."⁽²⁾

ابستمولوجيا، مصطلح "الجيوبوليتيكا" يتكون من شقين "Geo" :يعني الجغرافيا، و "Politic" الذي يشير إلى السياسة. هذا التركيب يوحي بوجود علاقة وثيقة بين الجغرافيا والسياسة. وعليه، يمكن تعريف الجيو سياسية أو الجيوبوليتيك على أنها العلم الذي يدرس تأثير الأرض (الجغرافيا) على السياسة، وفي المقابل، يسعى إلى فهم كيفية استغلال السياسة للمميزات الجغرافية ضمن رؤية مستقبلية، أي أنها علاقة تفاعلية بين التأثر والتأثير. و يُعرف أيضًا بـ"علم سياسة الأرض"، حيث يركز على دراسة تأثير السلوك السياسي في تغيير الأبعاد الجغرافية للدولة، مما يبرز دور فاعل يمارس علاقات قوة ضمن إطار جغرافي محدد⁽³⁾.

1. شاهر الشاهر، الجغرافية السياسية، المركز الديمقراطي العربي ألمانيا برلين، 2024، ص ص 2-3.

2. محمد، عبد السلام: الجغرافيا السياسية دراسة نظرية وتطبيقات عالمية، تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/07 عبر الرابط:

<https://almerja.net/more.php?idm=164200>

3. محمد، عبد السلام: نفس المرجع السابق.

وعليه يمكننا القول بأن علم الجيوبوليتيك في أبسط معانيه هو العلم الذي يُؤدنا إلى دراسة كيفية استخدام الجغرافيا كمصدر قوة للتعبير عن المواقف السياسية. وقد تعددت التعريفات المقدمة لعلم الجيوبوليتيك ولعلّ سبب هذا الاختلاف والتعدد يعود إلى عاملين أساسيين: أولهما، تعدد الاتجاهات الفكرية، وثانيهما، اختلاف الفترات الزمنية والأحداث الدولية.

يجمع مصطلح الجيوبوليتيك بين الجغرافية والسياسة، ويقوم على الدراسة الجغرافية للدولة من حيث سياستها الخارجية، وهنا يكون التأكيد على المظهر الجغرافي للعلاقات الخارجية، وهذا هو المفهوم الواسع للجيوبوليتيك، أي أنه العلم الذي يهدف إلى تحويل. فتعبير الجيوبوليتيك المعلومات الجغرافية إلى مادة علمية يتزود بها قادة الدولة وساستها مشتق من Geo بمعنى الأرض وPolitik أي السياسة فمعناها إذا سياسة الأرض وهذا على قرار وصف الأرض Geography أو تركيب الأرض Geomorphology.⁽¹⁾

2.1 تعريف الجيو سياسية Geopolitics :

حيث عرفه رودولف كيلين **Rudolf Kjellen** - والذي يُعد أول من استخدم مصطلح الجيوبوليتيك عام 1905 في كتابه "الدولة مظهر من مظاهر الحياة" على أنه: "دراسة البيئة الطبيعية للدولة، وأن أهم ما تُعنى به الدولة هو القوة، كما أنّ حياة الدول تعتمد على التربية والثقافة والاقتصاد، والحكم وقوة السلطان" كما يعتبره "علم الدولة كجسم جغرافي متجسد في المكان"،⁽²⁾ و يُحاول "كيلين" التأكيد على أنّ الغرض الأسمى للعلم هو جعل الجغرافيا في خدمة الدولة أيّ بعبارة أخرى أكثر دقة كيف يمكن لصانع القرار جعل الموقع الجغرافي كمصدر قوة للدولة في التعبير عن مواقفها السياسية؟.

¹. شاهر الشاهر، الجغرافية السياسية، م.س.د، ص 22.

². الكسندر دوغين، أسس الجيوبوليتيكا: مستقبل روسيا، ترجمة: عماد حاتم، طرابلس: دار الكتاب الجديد، 2004، ص 97.

أما كارل هاوسهوفر **Karle Hawshofer** - فقد عرف علم الجيوبوليتيك على أنه: "العلم القومي الجديد للدولة، و هي عقيدة تقوم على حتمية المجال الحيوي بالنسبة لكل العمليات السياسية"، حيث إعتبر هاوسهوفر علم الجيوبوليتيك بمثابة العلم الجديد للدولة الذي يستند إلى الجغرافيا السياسية بدل أمور أخرى، في حين عرفه بيار ماري كلاوس **Piène Marie Gallois** - على أنه: "دراسة العلاقات الموجودة بين تسيير أو قيادة القوة على المستوى العالمي والإطار الجغرافي الذي تمارس فيه." أما إلاكوست **Yves Lacoste** - فقد اعتبره: "دراسة لمختلف أشكال صراع السلطة على الأرض، والقدرة تقاس بالموارد التي يحتويها الإقليم وبالقدرة على التخطيط خارج الإقليم." في حين بارتس شابمن **Bert Chapman** - عرفه من منطلق العلم الذي يعكس الواقع الدولي ومجموعة القوى العالمية المنبثقة عن تفاعل الجغرافيا من جهة، والتكنولوجيا والتنمية الاقتصادية من جهة أخرى، وتتسم بالطابع الديناميكي لا الثابت⁽¹⁾.

وعليه انطلاقاً من كل هذه التعاريف يمكن تقديم تعريفاً عاماً لعلم الجيوبوليتيك بأنه: "معرفة علمية تتضمن مجموعة من المفاهيم، والتي تنطلق من المعطيات الفيزيائية والبشرية الصادرة عن الفواعل السياسية، وتهدف للسيطرة على مجال جغرافي معين."⁽²⁾

كما يعنى « الجيوبوليتيك Geopolitics » أو الجيو-سياسية بدراسة تأثير السلوك لصناع القرار في وحدة دولية ما، في زحزحة وتغيير الابعاد الجغرافية (حدود المكان) لتلك الدولة تجاه الوحدات الدولية الأخرى، الى حيث تقف مصالحها والبحث عن الاحتياجات التي تتطلبها هذه الدولة لتنمو وتمدد الى ما وراء الحدود، وبعبارة أخرى تعنى الجيوبوليتيك بالسياسة المتعلقة ب"السيطرة على الأرض" وبسط نفوذ الدولة في أي مكان تستطيع الوصول اليه، فالنظرة الجيو-سياسية لدى دولة ما

1. محمد، عبد السلام: م.س.ذ.

2. المرجع نفسه.

على المستوى الاقليمي أو الدولي تتعلق برغبتها في أن تكون لاعبا فاعلا ومؤثرا في أوسع مساحة ممكنة في حدود أهدافها وطموحاتها.

وبينها لم يفرق بعض الأدبيات المتخصصة بين "الجيو بوليتيك" و"الجغرافيا" السياسية كمفهوم واحد يعكس علاقة تأثير وتأثر بين الجغرافيا والسياسية عموما، تناولهما بعض الأدبيات الأخرى كمفهومين متضادين تماما. "Political geography" "Geopolitic"، من منطلق أن الجغرافيا السياسية تهتم بـ "دراسة الحقائق الجغرافية" - المساحة والموارد الطبيعية كالنفط والغاز واليورانيوم والانهار والممرات والمضايق - المتاحة للدولة وأثرها على السلوك السياسي الخارجي، بعبارة أخر هب الطريقة الة تؤثر بها الحقائق الجغرافية على ثقل وموقع ونفوذ الدول داخليا وخارجيا وحدث التحولات في موازين القوة لعديد من الدول، فمثلا تحولت أثينا سابقا الى امبراطورية بحرية واسبرطة الى قوة برية وفي المقابل دخلت بسببها دول عديدة صراعات وحروباً طويلة على مر التاريخ ولا تزال حتى وقتنا الراهن فلا تزال المنطقة مثلا بسببها تموج بالصراعات والأزمات الممتدة. (1)

أما الجيو بوليتيك فتعنى -وفقا لتلك الأدبيات- بالعكس تماما، ممت تعنيه الجغرافيا السياسية نفسها بتركيزها على "أثر السياسة على الجغرافيا" ومن ثم تشغل الجغرافيا السياسية نفسها بالواقع والحقائق، في حين تركز الجيو بوليتيك وأهدافها للمستقبل، وقد بدا واضحا أنه اذا كان الجغرافيون السياسيون وصناع القرار في دولة ما ينظرون الى الدولة كوحدة ستاتيكية لها حدود جغرافية قانونية معترف بها دوليا تلتزم بها وتحميها مع عدم الاعتداء على حدود الدول الاخرى المجاورة في الاقليم⁽²⁾، فان الجيو-سياسيين يعدونها كائنا عصويا في حركة متورة وفق المجال الحيوي، ينمو ويتمدد، يتغذى على دوافع مذهبية، أو امبريالية أو براغماتية أو قومية لتعظيم قوة الدولة ومكانتها للوصول الى تحقيق الاهداف الاستراتيجية وتدشين الدولة "السوبر"

1- محمد عبد الغني سعودي: دراسة الجغرافيا والعلاقات السياسية الدولية، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 2015، ص 54-56

2- محمد رياض: الأصول العامة في الجغرافيا السياسية: دراسة تطبيقية على الرق الأوسط، القاهرة، مؤسسة هنداي للتعليم، ط 1، 2014، ص. 55

اقليميا ودوليا. فبسبب النظرة الجيوسياسية لصناع القرار تشكلت الامبراطوريات والقوى الكبرى في وقت من الأوقات وبسببها تفككت الامبراطوريات والدول الاتحادية الكبرى أيضا نتيجة الحروب الي خاصتها بهدف التوسع والتعمق الاستراتيجي، والتي تكلفها أموالا طائلة لتسليح، مما يؤدي الى تفككها في النهاية، ومن ثم تهتم الجيوبوليتيك بما يلي (1):

- الحدود الشفافة.
- المجال الحيوي.
- التمدد الخارجي.
- المصدات الجغرافية.

ويمكن أن نفرق بين الجغرافيا السياسية والجيو-سياسية في الجدول التالي:

الجغرافيا السياسيّة Political geography	الجيوبوليتيك Geopolitics
تدرس الحقائق الجغرافية وأثرها على السياسة.	تدرس السياسة والقرارات السياسيّة وأثرها على الجغرافيا .
تهتم بتحليل بيئة الدولة تحليلاً موضوعياً .	تهتم بالدولة من ناحية مطالبها وأهدافها على مستوى السياسة الدوليّة.
تُعنى بدراسة الدولة كما هي كائنة.	تُعنى بدراسة الدولة كما يجب أن تكون.
هي الأصل الذي تفرعت منه الجيوبوليتيك.	تُعنى بالمطالب المكائنة للدولة.

(جدول يوضح الفرق بين الجغرافيا السياسية والجيو-سياسية)

وتقدم الجيوبوليتيك أيضا مفسرا جوهريا في النزاعات والصراعات الدائرة مطلع القرن الحادي والعشرين بهدف التوسع والتمدد جغرافيا والسيطرة على الموارد، وهو الدور الذي يؤديه بعض الدول في الوقت الراهن في منطقة الشرق الأوسط (2).

1- بير تيلور وكولن فلنت: الجغرافيا السياسية لعالمنا المعاصر، ترجمة: عبد الس ام رضوان وإسحق عبيد، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، ط 1، 2002، ص . 46 ومناح عى الرابط: <http://cutt.us/aOTTS>

2 . Mackinder, H.J. "The geographical pivot of history". The Geographical Journal, 1904, 23, pp. 421-37. Available online as Mackinder, H.J. "The Geographical Pivot of History", in Democratic Ideals and Reality, Washington, DC: National Defense University Press, 1996, pp. 175-194.

ويمكن تحديد ثلاث مصادر رئيسية للصراع الاقليمي والدولي وفقا للجيوبوليتيك⁽¹⁾:

- الصراع من أجل السيطرة على المناطق الجغرافية.
- الصراع من أجل السيطرة على الموارد.
- الصراع من أجل الهيمنة الايديولوجية.

وبتطور هذا العلم ونظراً لزيادة الاهتمام بالجغرافيا أصبح معظم الباحثين والمفكرين اليوم يعتمدون عليه في تحليل الأوضاع الدولية خاصة في شقها النزاعي، وأصبحنا نتكلم عن التحليل الجيوبوليتيكي للأحداث. كما أن هذا العلم لا يقتصر فقط على تحليل الحدود السياسية أو النزاعات الإقليمية، بل يمتد ليشمل مجالات أوسع مثل الأمن القومي، والاقتصاد، والتنمية المستدامة، وحتى التغيرات المناخية.

كما أن البعد الثقافي والإعلامي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بعلم الجيوبوليتيك، حيث يُعدّان أداتين فعاليتين في تشكيل السياسات الدولية والعلاقات بين الدول. فالجيوبوليتيك لا يقتصر فقط على العوامل الجغرافية المادية، بل يتعداها ليشمل العوامل الثقافية والإعلامية التي تؤثر في القوة الناعمة للدول وفي تشكيل الرأي العام العالمي. خاصة وأن المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والرياضية داخل الدول لم تعد منفصلة عن بعضها البعض بل أضحت متداخلة وحتى الحدود السياسية بين الدول لم تعد مانعة للاتصال بين الشعوب والامم وبالتالي فإن التداخل الثقافي المتعدد المجالات بين الشعوب هو قائم وتأثيراته على الأمن القومي قد تكون خطيرة، مما يجعل البعد الثقافي -بوجه عام- في القراءات الجيو سياسية ذو أهمية بالغة⁽²⁾.

1- مجّد رياض: الأصول العامة في الجغرافيا السياسية: دراسة تطبيقية على الشرق الأوسط، القاهرة، مؤسّسة هنداي للتعليم، ط1، 2014، ص 55

2- بومدين بولغراس: البعد الثقافي والمعرفي في الدراسات الجيو سياسية المعاصرة، الجزائر، مجلة أبعاد، المجلد 09، عدد 01، 2022، ص 478.

2. مفهوم الرياضة وأهميتها:

1.2 مفهوم الرياضة:

الرياضة فعالية فردية و جماعية و ظاهرة اجتماعية - تاريخية- فهي جزء من بنية حضارية متكاملة، تتجسد في الرياضة القيم و الأخلاق و الثقافة و التربية. تتأثر الرياضة بالعلم والتكنولوجية، و تقدم أدوارا وتحقق وظائف و تنجز مهام مختلفة. وهي أحد الأشكال الراقية للظاهرة الحركية لدى الإنسان، و هي طور متقدم من الألعاب وبالتالي من اللعب، و هي الأكثر تنظيما، و الأرفع مهارة، و كلمة الرياضة في اللغتين الإنجليزية والفرنسية Sport، و في اللاتينية Diport ، و الأصل الإيتمولوجي لها هي Disport ومعناها التحويل و التغيير، و لقد حملت معناها و مضمونها من الناس عندما يحولون مشاغلهم واهتماماتهم بالعمل و التسلية و الترويح من خلال الرياضة.

الرياضة هي لعب منظم و تعتبر حاجة أساسية من حاجات الإنسان يتحتم عليه أن يمارسها، كما يمارس الطعام و الشراب، و غيرها من حاجاته الضرورية، فالرياضة بذلك هي تربية، الرياضة صحة و وقاية، حضارة، الرياضة علم و أخلاق، فن وجمال، الرياضة صراع ضد الذات، صراع ضد الآخرين، الرياضة تنمية، فوز وانتصار، تفوق و ربح (1) .

و يعرف ماتيفيف Matveyev الرياضة بأنها « نشاط ذو شكل خاص جوهره المنافسة المنضمة من أجل قياس القدرات و ضمان أقصى تحديد لها». و بذلك فإن ما يميز الرياضة هو قيامها على فكرة النشاط التنافسي.

و تعرف كوسولا Kosola الرياضة بأنها « التدريب البدني بهدف تحقيق أفضل نتيجة ممكنة في المنافسة لا من أجل الفرد الرياضي فقط، و إنما من أجل الرياضة في حد ذاتها». و تضيف كوسولا أن التنافس سمة أساسية تضيف على الرياضة طابعا اجتماعيا ضروريا، ذلك لأن الرياضة نتاج ثقافي للطبيعة التنافسية للإنسان من حيث أنه كائن اجتماعي ثقافي. و تتميز الرياضة عن بقية ألوان النشاط البدني بالاندماج

1- أديب خضور -الإعلام الرياضي -دراسة علمية للتحرير الرياضي في الصحافة و الإذاعة والتلفزيون-المكتبة الإعلامية - دمشق1994 - ص9.

البدني الخالص، ومن دونه لا يمكن أن نعتبر النشاط رياضة أو ننسبه إليها، كما أنها مؤسسة أيضا على قواعد دقيقة لتنظيم المنافسة بعدالة و نزاهة، و هذه القواعد تكونت على مدى التاريخ سواء قديما جدا أو حديثا، و الرياضة نشاط يعتمد بشكل أساسي على الطاقة البدنية للممارسين، و في شكله الثانوي على عناصر مثل الخطط وطرق اللعب⁽¹⁾.

و يشير **لوشن و سيج** إلى أن الرياضة يمكن أن تعرف بأنها « نشاط مفعم باللعب، تنافسي، داخلي وخارجي المردود أو العائد، يتضمن أفرادا أو فرقا تشترك في مسابقة، و تقرر النتائج في ضوء التفوق في المهارة البدنية، و الخطط». و التعريف السابق يعبر عن النموذج المثالي للرياضة و التي من أمثلها: كرة القدم - ألعاب القوى - الملاكمة - السباحة.

و الرياضة تعتمد على القدرات و الإمكانيات البدنية و الحركية و التي تنتج من توظيف جيد لمعطيات الجسم الإنساني بشكل أساسي، و اختلاف الأنماط الرياضية و تباين الأنظمة يمكن فهمه على أنه استكشافات موسعة للقدرات الطبيعية لبني البشر في مجال الألعاب.

و يعتقد الكثير من الباحثين بأن الرياضة تبلورت اجتماعيا من نفس النسيج الثقافي للعب الألعاب، فمنهما أخذت الرياضة السمات الثقافية المتمثلة في أدوات اللعب كالمضرب و العصا الكرات و الشباك، و غير ذلك من سمات ثقافية عرفت لها الألعاب الشعبية البسيطة و التي كانت انعكاسا للواقع البيئي و الثقافي التي تنتسب له هذه الألعاب، و عبر المسيرة الحضارية للإنسان تطورت الأشكال التنظيمية لهذه الألعاب فاتخذ بعضها أطرا اجتماعية رسمية و بعضها ناله التطور والذيعوع إلى تخطي مجال المحلية أو الإقليمية إلى العالمية .⁽²⁾

حسب المفهوم الاولمبي " الرياضة هي بمثابة وضع فكري و فلسفي يقدم من خلال التدريب البدني ونشاط المنافسات، فتعتبر وسيلة للتفتح و الانطلاق عن طريق

1- أمين أنور الخولي- الرياضة و المجتمع- سلسلة عالم المعرفة- الكويت- العدد 1996 - 216 - ص31 .

2- أمين أنور الخولي: الرياضة و المجتمع- نفس المرجع السابق- ص32 .

تحقيق التناغم بين الجسم والفكر. " والرياضة هي مظهر من مظاهر تفوق الإنسان على الطبيعة و إظهار قدرته اللامحدودة في أن يكون (أقوى، أعلى وأسرع) فهذا هو شعار الألعاب الأولمبية (1) . أما مفهوم الرياضة حسب منظمة اليونسكو يتمثل في "كل نشاط بدني له صفة اللعب و يتضمن صراعا مع الذات أو مع الغير أو في مواجهة الطبيعة، هو رياضة" (2). و يرى "فروست" أن الرياضة هي مظهر من مظاهر التربية البدنية، فالتربية للرياضة (Une Education pour le Sport) و كذلك تربية لتحقيق و توفير الحياة الصحية (Une Education pour une vie saine). (3)

2.2 تعريف الأحداث (التظاهرات) الرياضية: هي تجمع بشري خلال فترة معينة في مكان واحد او عدة اماكن لاقامة سلسلة من المباريات و المسابقات و التي تقام من وحدات رياضية مختلفة تمثل هيئات او مدارس او اتحادات او منظمات او افراد يتنافسون فيما بينهم في ظل قواعد و قوانين واحده لمعرفة احسن هذه الوحدات قصد تحديد الفائزين و ترتيبهم وفقا لنتائجهم(4). و عرفت كذلك على سلسلة من المنافسات التي تقام بين مجموعة من الوحدات افرادا او جماعات بقصد تحديد الفائز بينهم او ترتيبهم حسب نتائجهم و هي تعبر على كثر من الحاجات الضرورية للافراد و الجماعات و من اهمها المنافسة من حيث انها ظاهرة طبيعية في الانسان و المنافسة السليمة تشكل عاملا مهما من عوامل الاتقان و التقدم و الارتفاع بالمستوى خاصة في المجال الرياضي فالنشاط الخالي من المنافسة يدعو الى الملل، و تنظيم اساليب المنافسة تكون قد اسهمت بقدر كبير في رفع المستوى الفني للنشاط الرياضي عن الافراد والجماعات(5). وتعتبر التظاهرات الرياضية عاملا مهما من عوامل الرقي للبلد المضيف و يدل على التقدم و التطور حيث ان الاستضافة الجيدة للتظاهرات الرياضية

1- أديب خضور -الإعلام الرياضي -مرجع سبق ذكره-ص 7.

2- أديب خضور --نفس المرجع السابق- ص 8.

3- أديب خضور -نفس المرجع -ص 91.

4. محمود حسن عبد الله مصطفى معايير ادارة الدورات الرياضية و البطولات العالمية . دار الوفاء للطباعة و النشر . الاسكندرية ،2010،ص،39 .

5. مروان عبد المجيد ابراهيم . ادارة البطولات و المنافسات الرياضية . الدار العلمية الدولية للنشر . عمان . الطبعة الاولى 2002 . ص 9

يرفع شأن البلد المضيف ناهيك على المكاسب الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية، هذا وتعد المنافسات التي تجري بين الرياضيين الأفراد أو الفرق الرياضية بمثابة المحتوى الذي تقوم عليه الرياضة ككل، كما أنها تمثل المنابع التي تتدفق منها جميع أشكال الصحافة الرياضية في النهاية. كما هي مجموعة من المباريات أو المسابقات الرياضية الدورية أو المتكررة في أزمنة محددة وأوقات معروفة في أماكن محددة أو معروفة وتحت إشراف هيئة أو اتحادات رياضية(1).

3.2 أهمية الرياضة والتربية البدنية والأخذات الرياضية الكبرى:

اهتم الإنسان من قديم الأزل بجسمه و صحته و لياقته و شكله، كما تعرف عبر ثقافته المختلفة على الفوائد و المنافع التي تعود عليه من جراء ممارسة الأنشطة البدنية و التي اتخذت أشكالاً اجتماعية كاللعب، والألعاب، و التمرينات البدنية، و الرقص و التدريب البدني، و الرياضة، كما أدرك أن المنافع الناتجة عن ممارسة هذه الأشكال من الأنشطة لم تتوقف على الجانب البدني -الصحي وحسب، و إنما تعرف على الآثار الإيجابية النافعة لها على الجوانب النفسية - الاجتماعية، و الجوانب العقلية - المعرفية، و الجوانب الحركية و المهارية، و الجوانب الجمالية - الفنية، و هي جوانب في مجملها تشكل شخصية الفرد تشكيلاً شاملاً متسقاً و متكاملًا، و تمثل الوعي بأهمية هذه الأنشطة في تنظيمها في أطر ثقافية و تربوية، عبرت عن اهتمام الإنسان و تقديره. وكانت التربية البدنية و الرياضة هي التتويج المعاصر لجهود تنظيم هذه الأنشطة، و التي اتخذت أشكالاً واتجاهات تاريخية و ثقافية مختلفة في أطرها و مقاصدها لكنها اتفقت على أن تجعل من سعادة الإنسان هدفاً غائياً وتاريخياً. و لعل أقدم النصوص التي أشارت إلى أهمية النشاط البدني على المستوى القومي ما ذكره سقراط Socrates مفكر الإغريق و أبو الفلسفة عندما كتب:

1. حبيب علي الربيعان، إدارة الدورات الرياضية، الدورة التدريبية التنظيم والإدارة الرياضية، كلية التدريب، قسم البرامج التدريبية، جامعة نايف العربية. للعلوم الأمنية، 2007، ص1

" على المواطن أن يمارس التمرينات البدنية للحفاظ على لياقته البدنية كمواطن صالح يخدم شعبه و يستجيب لنداء الوطن إذا دعا الداعي⁽¹⁾. "

كما ذكر المفكر شيللر Schiller في رسالته جماليات التربية، أن الإنسان يكون إنسانا فقط عندما يلعب. و يعتقد المفكر ريد Read أن التربية البدنية تمدنا بتهديب للإرادة، و يقول إنه لا يأسف على الوقت الذي يخصص للألعاب في مدارسنا، بل إنه على النقيض، الوقت الوحيد الذي يمضي على خير وجه و يذكر المربي الألماني جوتس موتس Muths Guts أن الناس تلعب من أجل أن يتعافوا و ينشطوا أنفسهم. وقد رأى بيير دي كوبرتان Pierre de Coubertin مؤسس الألعاب الأولمبية الحديثة أن التربية البدنية قد أهملت كلية، ولذلك فهو لم يؤكد أن التربية البدنية أحد المكونات الأساسية للتعليم الشامل فحسب، وإنما أيضا أكد ضرورة إعطاء المنافسات الرياضية وضعا خاصا في الحياة المدرسية، لأن عقيدة دي كوبرتان أن التربية البدنية " تعد الفرد و شخصيته لمعارك الحياة"⁽²⁾.

وفي السياق الدولي، تمثل الرياضة أحد الأدوات الجيوستاسية الأكثر تأثيرا في تشكيل العلاقات الدولية وترسيخ الهويات الوطنية، حيث تُستخدم كوسيلة لتعزيز النفوذ السياسي والثقافي للدول على الساحة العالمية. فاستضافة الأحداث الرياضية الكبرى، مثل كأس العالم أو الألعاب الأولمبية، ليست مجرد منافسات رياضية فحسب، بل تحوّلت إلى منصاتٍ لتعزيز الصورة الذهنية للدول، وإبراز قوتها الاقتصادية والتكنولوجية، وتأكيد مكانتها كفاعلٍ رئيسي في النظام الدولي. على سبيل المثال، تُستغل هذه الأحداث لتسويق "القوة الناعمة" للدول، عبر إظهار التقدم الحضاري أو تعزيز الروابط الدبلوماسية مع الدول الأخرى⁽³⁾.

من جهة أخرى، تُعتبر الرياضة أداةً لتحقيق الأهداف الاستراتيجية، كتخفيف التوترات بين الدول عبر "الدبلوماسية الرياضية"، أو توظيفها كسلاحٍ رمزي في

1- أمين أنور الخولي- أصول التربية البدنية و الرياضة- م.س.ذ- ص41 .

2- أمين أنور الخولي - نفس الرجوع السابق- ص42 .

3- أنظر: كتاب وقائع المؤتمر الدولي: الجيوبوليتيك والرياضة والعلاقات الدولية؛ الفواعل الجديدة في السياسة العالمية، ص 27-44.

الصراعات الإقليمية، كما في حالات المقاطعة الرياضية لتحقيق ضغوط سياسية. كما تُسهم الرياضة في بناء الهوية الوطنية من خلال ربط الانتصارات الرياضية بالفخر الجماعي، مما يعزز التماسك الداخلي ويُحوّل الرياضيين إلى سفراء غير رسميين لبلدانهم. وبالتالي، تبرز الرياضة كحلقة وصل بين السياسة والمجتمع، حيث تعكس التفاعلات الجيوسياسية من خلال قدرتها على تجاوز الحدود الجغرافية والثقافية، وتوظيفها في صياغة الروايات السياسية التي تُشكّل وعي الجماهير وتؤثر في الخريطة الجيوسياسية العالمية⁽¹⁾.

3. الاعلام الرياضي:

1.3 ماهية الاعلام الرياضي

مفهوم الإعلام:

إن كلمة الإعلام مشتقة من العلم، أي استعلم الخبر فأعلمه يعني صار يعرف الخبر بعد أن طلب معرفته، فقد عرفه عبد اللطيف حمزة (الإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحفية والمعلومات السليمة و الحقائق الثابتة)⁽²⁾.
و عرفه فرنان تيرو (الإعلام هو نشر الوقائع و الآراء في صيغة مناسبة بواسطة ألفاظ أو أصوات أو صور وبصفة عامة بواسطة جميع العلامات التي يفهمها الجمهور)⁽³⁾.
بصفة عامة الإعلام هو إيصال المعلومات و الفهم و ذلك بهدف إحياء التحفيز المطلوب في سلوك الآخرين.⁽⁴⁾ و هو عملية نشر و تقويم معلومات صحيحة و حقائق واضحة و أخبار صادقة و موضوعات دقيقة و وقائع محددة و أفكار منطقية و أداء راجح للجماهير مع مصادر خدمة للصالح العام.⁽⁵⁾

1- أنظر: كتاب وقائع المؤتمر الدولي: الجيوبوليتيك والرياضة والعلاقات الدولية؛ الفواعل الجديدة في السياسة العالمية.

2- زهير إحدادن -مدخل لعلوم الإعلام والاتصال - ديوان المطبوعات الجامعية -الجزائر -ط4 -2007- ص1 - 14 .

3- زهير إحدادن-نفس المرجع السابق- ص14 .

4- حسن احمد الشافعي -الاتصال في التربية البدنية والرياضة - دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر - الإسكندرية - 2004 - ص11 .

5- حسن احمد الشافعي -نفس المرجع السابق- ص12

إذا الإعلام هو عملية تعبير موضوعي يقوم على الحقائق و الأرقام والإحصاءات و يستهدف تنظيم التفاعل بين الناس من خلال وسائله العديدة ومنها الصحافة والإذاعة، و التلفزيون وغيرها .

- مفهوم الاتصال:

تعني كلمة الاتصال في اللغة العربية المعلومات المبلغة أو الرسالة الشفوية أو الخطية أو تبادل الأفكار والأداء (1) . و قد أعطى العلماء تعاريف كثيرة للاتصال فحسب فيردمان الاتصال هو إيصال الخبر بين مرسل له ومستقبل له سواء كان المرسل شخصا أو جهازا آليا (2) .

و يعرفه علي الشرقاوي بأنه عملية نقل الأفكار و الأداء من شخص لآخر أو داخل نفس الشخص بغرض خلق الفهم لدى الشخص الموجه إليه الاتصال (3) . كما عرفه صلاح الشنواني على أنه (إيصال المعلومات و الفهم و ذلك بهدف إحياء التحفيز المطلوب في سلوك الآخرين و لذلك فهي عملية تتكون على الأقل من مرسل واحد و مستقبل واحد (4) .

و يعرفه كذلك كمال درويش عن أليوث جاك الاتصال عبارة عن المشاعر والأحاسيس و الاتجاهات والرغبات المنقولة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة فهو يعد عملية حيوية في مجال العلاقات بين الرؤساء والمرؤوسين و يعد عنصر هام من عناصر عملية التوجيه (5) .

- علاقة الاتصال بالإعلام:

إن الإعلام مفهوم عصري ينطبق على عملية الاتصال التي تستعمل الوسائل العصرية من الصحافة والإذاعة و التلفاز . فمن خلال مفهوم الاتصال و مفهوم الإعلام نستخلص أن الاتصال في مجال الإعلام هو بث رسائل واقعية محددة على

1- حسن احمد الشافعي -الإعلام في التربية البدنية والرياضة - دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر -الإسكندرية - 2003 - ص35 .

2- زهير إحدادن- زهير إحدادن -مدخل لعلوم الإعلام والاتصال-م.س.ذ-ص11 .

3- حسن احمد الشافعي -الإعلام في التربية البدنية والرياضة - م.س.ذ-ص36.

4- حسن احمد الشافعي-نفس المرجع السابق - ص36 .

5- حسن احمد الشافعي -نفس المرجع- ص 37.

أعداد كبيرة من الناس بحيث يختلفون فيما بينهم من النواحي الاجتماعية والاقتصادية و الثقافية والسياسية و يتوزعون في مناطق متفرقة، و بهذا اعتبر الاتصال أساسا لكل تنظيم ناجح.

و رغم اتفاق الإعلام بالاتصال في الشرطين الأساسيين لوقوع العملية و هي الصيغة و نقل الخبر، فهما مختلفين، لأن الإعلام مرتبط بالوسائل الحديثة، و شيوخ الخبر ليس شرطا في وقوع عملية الاتصال إضافة أن عملية الاتصال لها مدلول اجتماعي في حين الإعلام يقتصر على مفهوم إعلامي محض.⁽¹⁾

غير أن عملية الاتصال بالجمهور و عملية الإعلام تحتوي على عناصر مشتركة ذكرها علماء الإعلام وفي مقدمتهم " لاسويل " و هذه العناصر هي: المرسل، المستقبل، الوسيلة، الرسالة والتأثير.

- مفهوم الإعلام الرياضي:

الإعلام الرياضي هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق و شرح القواعد و القوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع و تنمية وعيه الرياضي⁽²⁾.

و الإعلام الرياضي هو جزء من المنظومة الإعلامية التي تسعى إلى إحداث تغيير في الرأي العام، فالإعلام الرياضي و ما يملكه من إمكانيات يستطيع أن يحدث تغيير في المعرفة الرياضية وذلك بتوظيف بعض المتغيرات كشخصية الإنسان وخبرته في بيئته الاجتماعية والرياضية وتشكيله الثقافي . كذلك في التنشئة الاجتماعية، فكثير من الناس يتعامل مع الإعلام الرياضي على أنه مجرد أداة ترفيه و مصدر للأخبار الرياضية غير أن هذه النظرة الضيقة لا تخدم الإعلام الرياضي الذي يسعى أن يحدث في كل ما نسمعه أو نقرأه و نراه عن إزالة قيمة من القيم السلبية في المجال الرياضي و تثبيت أخرى ايجابية تخدم المتلقي لهذه الرسالة.

1- زهير إحدادن-مرجع سابق-ص13 .

2- حسن احمد الشافعي -الإعلام في التربية البدنية والرياضة -م.س.ذ ص 37.

و من جهة أخرى يتعامل الإعلام الرياضي مع جمهور كبير خاصة الفئة الشبابية، فيحدث فيهم نوع من الإثارة الجماعية، فحسن توظيف الإعلام الرياضي للتأثير في الجمهور قد يجعل الإثارة الجماعية إما تأثير ايجابي أو سلبي. فالإعلام الرياضي يحدث الاستثارة العاطفية خاصة عند فئة الشباب في فترة المراهقة، حيث أنه تتولد لديه المثيرات الحسية و المنبهات الذهنية مثل المشاعر و العواطف أو المنطق و العقل. فالإعلام الرياضي يتعامل مع عواطف الإنسان عندما يستعمل أسلوب العرض التي تخاطب الفكر والوجدان⁽¹⁾.

إذا الإعلام الرياضي و ما يملكه من إمكانيات أصبح من أهم أدوات الضبط الاجتماعي في المجال الرياضي، لكونه ذو طبيعة جماهيرية و كذلك لاعتماد الناس عليه كمصدر لكثير من المعلومات الرياضية لشريحة كبيرة من الجمهور. و تلعب وسائل الإعلام المختلفة من تلفزيون وإذاعة و صحف و مجلات، دورا هاما في عملية التنشئة الاجتماعية فهي تقوم بنشر المعلومات المرتبطة بمجالات الحياة المختلفة مما يؤدي إلى إشباع الحاجات النفسية لدى الأفراد.

و يشير كل من خير الدين عويس و عطا عبد الرحيم أن "الإعلام الرياضي هو تلك العملية التي تهتم بنشر الأخبار و المعلومات والحقائق المرتبطة بالرياضة وتفسير القواعد و القوانين المنظمة للألعاب و أوجه النشاط الرياضي للجمهور قصد نشر ثقافة الرياضة بين أفراد المجتمع وتنمية الوعي الرياضي، فمن خلال وسائل الاتصال الجماهيرية يتم التأثير في السلوكي و القيمي لجمهوره"⁽²⁾

أما محمد الحماحي يرى أن "الإعلام في مجال الرياضي يعد تلك المنظومة التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات و المعرفة المرتبطة بهذا المجال الرياضي بغرض تفسير القواعد و القوانين التي تنظم الألعاب و الرياضات المختلفة و تحكم المنافسات الرياضية، و الإعلام في المجال الرياضي يهتم بتوضيح الرؤى العلمية نحو العديد من المشكلات و القضايا المعاصرة للتربية البدنية و الرياضة، وذلك من خلال وسائل

1- خير الدين علي عويس/ عطا حسن عبد الرحيم - م.س.ذ-ص 49.

2- محمد الحماحي / احمد سعيد -الإعلام التربوي - في مجالات الرياضة واستثمار أوقات الفراغ -مركز الكتاب للنشر -القاهرة - ط1 -2006- ص98.

الاتصال أو الإعلام الجماهيري بغرض نشر الثقافة المرتبطة بهذا المجال لدى المواطنين، و تنمية اتجاهاتهم الإيجابية نحو ممارسة أوجه النشاط البدنية و الحركية وتوجيههم نحو استثمار أوقات فراغهم في متابعة الأحداث الرياضية⁽¹⁾ ويرى زاك و آخرون أن للإعلام الرياضي تأثير كبير في مجال الرياضة في الوقت الحاضر لزيادة عدد الممارسين الرياضية المختلفة نتيجة لإدخال نظام الأعمار الصناعية و التلفزيون و انتشار محطات البرامج الرياضية⁽²⁾.

2.3 لمحة تاريخية عن نشأة وتطور الاعلام الرياضي:

مما لا شك فيه ان ظهور الاعلام الرياضي يعود الفضل فيه الى الرياضة حيث قد تزامن تطور مختلف وسائل الإعلام مع زيادة انتشار الرياضة خاصة مع بروز المجتمع الجماهيري * في بداية القرن 19 الذي يتخذ من مشاهدة الرياضة وممارستها وسيلة هامة للترفيه والاسترخاء من التعب الناتج عن يومه الشاق-بحيث كان الفرد يعمل لساعات طويلة ويتطلب منه مجهود بدني كبير - فكانت وسائل الاعلام هي من تقوم بهذا الدور فتتقل اخبار المباريات (عبر صفحاتها او الاذاعة او التلفزيون) لمن يتعذر عليه مشاهدتها، واصبحت مشاهدة الرياضة عبارة عن صناعة. يقول جولداست Goldlust: " ان النمو الناجح لصناعة مشاهدة الرياضة كان يقوم على مجموعة من المبادئ التجارية الراسخة التي طبقت على جميع جوانب صناعة الترفيه. ويسمح لأي فرد من الجمهور بالدخول الى المكان الذي ستؤدى فيه المباراة أو الحدث الرياضي نظير سعر محدد. ومكان الحدث يعد من الناحية المادية بحيث يجلس فيه المشاهدون في اماكن معينة يستمتعون فيها بالحدث أو العرض من زوايا مختلفة في درجة تمايزها -وذلك حسب الثمن الذي دفعوه- وتتم اقامة حواجز أو اسوار مادية تمنع كل من لا يريدون شراء التذاكر أو لا يقدرّون على شرائها من الدخول الى موقع الحدث"⁽³⁾.

1- نفس المرجع السابق -ص98

2- حسن احمد الشافعي -الإعلام في التربية البدنية والرياضة -مرجع سابق -ص2

* في المجتمع الجماهيري الفرد هو اساس المجتمع وليس العائلة. بحيث ان تدفق الناس من القرية الى المدينة فكك مبنى العائلة التقليدية الموسّعة وقصّصها. وان التكنولوجيا الحديثة غيرت مهن الناس وخلقت مهن جديدة، وخلقت لديهم اساليب جديدة للترفيه.

3- روي ديفيد ، ترجمة فؤاد هدى: الرياضة، والثقافة ووسائل الاعلام الثالث الصعب-م س ذ- ص 54 .

وبحلول العقد الثاني من القرن العشرين اصبحت الرياضة في ذلك الوقت تجتذب جمهورا كبيرا من الطبقة العاملة وعلى هذا الاساس تطور اقتصاد رياضي كامل على النحو التالي:

- ❖ تم تشكيل نوادي واتحادات رياضية عن طريق اشتراك الاعضاء
 - ❖ اقيمت المباريات وكانت تقدم فيها جوائز مالية مغرية.
 - ❖ اقيمت الملاعب ومساحات رياضية ذات امكانات هائلة وتتسع لعدد كبير من المتفرجين.
 - ❖ ظهرت سوق للعمالة تتولى عملية تبادل وقيم اللاعبين المحترفين وشبه المحترفين وغيرهم من العاملين في مجال الرياضة.
 - ❖ قامت الدول والحكومات بتخصيص الاموال لتنمية الرياضة.
 - ❖ البدء في تصنيع وبيع الملابس الرياضية ومختلف السلع التي يقبل على شرائها مشجعو الاندية المختلفة.
 - ❖ اصبحت وسائل اعلام متخصصة في الرياضة، تتابع صناعة الرياضة وتنقلها الى المشاهدين.
- وقد توازي التطور المبدئي التجاري للرياضة مع التطور التجاري لسائر أشكال الترفيه والتشلية الاخرى، خاصة مع توافر المزيد والمزيد من المعلومات عن الاحداث الرياضية والمشاهير الرياضيين، والتي تقدمها مجموعة من المنشورات بدءا من اعمدة الرياضة على الصحف الى الصحف والمجلات المتخصصة.
- بيد ان اعتماد الرياضة بشكل اساسي على الجماهير التي تقوم بشراء التذاكر وتحمل تكلفة الانتقال الى مكان احداث رياضية معينة من قدرة الرياضة على التوسع والانتشار، فهناك جمهور عريض لم يتم الوصول اليه بعد، يمكن الوصول اليه دون ان تكون هناك ضرورة لانتقاله الى مكان الاحداث الرياضية، وذلك عن طريق تطوير التكنولوجيا السمعية البصرية -فالالعاب يمكن ان تاتي الى الجمهور بدلا من ان ينتقل هو اليها ولكن كيف يمكن تحول هذا الجمهور الكبير، المتشتت، الذي ليس من المحتمل ان يتقابل افراده معا، وليس من المحتمل ان يذهب افراده الى احد الملاعب الرياضية الى سوق ضخمة يمكن ان تجني من ورائها الارياح الطائفة؟ الاجابة بالطبع

هي قراء الصحف والمستمعين والمشاهدين بشكل خاص بسبب قدرة التلفزيون على اعطائهم الشعور بانهم يمرون بخبرة حسية حقيقية أي يشاهدون الحدث على الطبيعة، دون ان يدفع مقابل مالي بشكل مباشر نظير مشاهدة المبريات الرياضية (باستثناء تحمل تكلفة شراء المعدات، والكهرباء)، وما يحدث هنا هو ان هناك طرف ثالث - الشركات المعلنة- هو الذي سيدفع نيابة عن الجمهور تكاليف مشاهدة الرياضة ومشاهدة رسائل اعلانية منتقاة⁽¹⁾.

ومن ناحية اخرى فقد عملت الحكومات على استثمار الرياضة والبرامج الرياضية التلفزيونية (بما ذلك في معاهد الرياضة) استثمارا مكثفا بسبب الطريقة الفعالة التي يمكن ان تسهم بها الرياضة في بناء الامة. وفي الدول التي تعاني من انقسامات طبقية او عرقية او دينية او ي عوائق اخرى تعترض احساسا الشعب بوحدة الهوية، لا تكون هناك سوى القليل من الوسائل التي تمكن مواطني الامة من تنمية شعور قوي "بالوعي الجماعي بالهوية" والتي من بينها الحرب والتي غالبا ما يقال ان الرياضة تعتبر بديلا لها، لذلك فان المباريات التنافسية الرياضية اصبحت في القرن العشرين بمثابة تمثيل رمزي من اشكال التنافس غير العنيف وغير العسكري بين الدول، وقد تطورت فكرة الرياضة باعتبارها "تمثيلا رمزيا" للحرب الى درجة بعيدة، الى درجة انها كانت تعتبر احيانا كبديل وظيفي للحرب، تعمل على نزع فتيل العدوان العسكري بين الدول بطريقة آمنة الى حد بعيد⁽²⁾. ويبدو ان هذا التداخل بين الثقافة القومية والثقافة الرياضية لم يشهد في العديد من الدول وينتشر الى دول اخرى فحسب، بل ان احتمالات اطلاق جميع المواطنين في العالم على مثل هذا التقييم الرمزي للمنافسة الدولية قد تزايد مع انتشار المؤسسات الرياضية ووسائل الاعلام.

وكما حدث في في بريطانيا من ظهور المؤسسة الاجتماعية والشكل الثقافي للرياضة في البداية، كانت الدولة البريطانية هي الرائدة، من خلال اذاعتها الجماهيرية "هيئة الاذاعة البريطانية BBC"، في استغلال المناسبات الرياضية الهامة باعتبارها

1- روي ديفيد -م س ذ- ص 56 .

2- نفس المرجع السابق- ص 57 .

مهرجانات قومية، بحيث تكون اذاعة هذه الاحداث الرياضية بمثابة شكل جديد من اشكال القومية: "ومن خلال بث الاحداث القومية والرياضية الهامة الى جميع انحاء البلاد فان هذه الاحداث سوف تكون بمثابة عرس ملكي او وطني للامة كله، يظهر فيه مركزية التغطية الرياضية للحدث من جانب BBC مما يدعم الاحساس بالهوية القومية والهوية البريطانية"⁽¹⁾.

وسرعان ما ادركت الدول الاخرى قيمة هذه القوة الرمزية الموحدة للرياضة على المستوى القومي والدولي بشكل خاص، لذلك فان الاحداث الرياضية الهامة (دوري كرة القدم)، والاحداث الرياضية العالمية التي تنتقلها وسائل الاعلام (كاس العالم لكرة القدم) قد اصبحت مهرجانات للقومية ولتحول الرياضة والقومية الى سلع تجارية.

لقد وفرت وسائل الاعلام للرياضة امكانية الوصول الى جمهورها الضخم العريض في جميع انحاء العالم وخدمة هذا الجمهور، واعادة تقديم وتحويل الثقافة الرياضية من خلال عملية ضخمة ولانهائية من عرض الرياضة، واذاعتها، ومناقشتها، وتصويرها بثها. وخلاصة القول فان الرياضة بحاجة شديدة الى وسائل الاعلام وهذه الاخيرة بحاجة وبنفس الدرجة الى الرياضة.

وان تاريخ وسائل الاعلام هو قصة كفاح طويلة ومعقدة، مثل تاريخ الرياضة تماما، منذ ان كانت وسائل بسيطة للتعبير الى ان اصبحت مؤسسة ضخمة معقدة ذات اهمية اجتماعية وثقافية، وتشتمل وسائل الاعلام الجماهيرية على المؤسسات والاساليب والطرق التي تستطيع من خلالها جماعات اجتماعية متخصصة بث محتوى اعلامي رمزي الى جماهير ضخمة مختلفة ومتباينة تعيش على مساحة جغرافية شاسعة.

ومع تطور وسائل الاعلام الجماهيرية الى مؤسسات رسمية، ضخمة في مجال انتاج الاخبار والثقافة والتسلية بطريقة تشبه عمليات انتاج السلع المستمرة في المصانع، فقد ظهر لديها فهم لا يشبع للحصول على المحتوى الاعلامي -فالمساحات الواسعة في الصحف والمساحات الزمنية الطويلة في الارسل التلفزيوني يجب ان يتم ملئها بمحتوى يحقق وظيفتي وسائل الاعلام الاساسيتين وهما تقديم المعلومات (الاخبار) والتسلية.

وتعتمد اقتصاديات وسائل الاعلام التجارية والاعلانات على التوافر المستمر لمواد اعلامية اخبارية "جديدة" (ورغم ان شكلها قد يكون معتادا ومألوفا وحتواها يمكن التنبؤ به) وهذ العوامل تعمل باستمرار على جذب انتباه الجمهور، كما ستراعي التوازن بين توقعات الجمهور وبين عناصر التجديد والمفاجأة (Miller et rowe 1994). وبهذه الطريقة يمكن ان ننظر الى وسائل الاعلام الجماهيرية باعتبارها كيان مؤسسي ومساحة ينبغي ان يتم ملئها كل يوم لكي تقوم بوظيفتها.

وعلاوة على ذلك، فان وسائل الاعلام التي يتم تمويلها من المال العام تلقى على كاهلها مسؤولية اضافية هي تغذية روح الثقافة الوطنية، والاحساس بالانتماء للامة التي تضم وتجمع مواطنيها مهما تنوعت انتماءاتهم وترتفع فوق الحواجز المحلية، والطبقة الاجتماعية، والجنس، والعرق، غير ذلك. وهي ايضا مطالبة بتقديم محتوى اعلامي مستمر، واذا فشلت وسائل الاعلام العامة في انتاج كميات وافرة من الاخبار والتسلية فان هذا قد يعني ان هذه الوسائل لا تخدم الدولة؟⁽¹⁾

ولكون أن الصحافة عامة، أول وسيلة من وسائل الإعلام المعاصر فلقد بدأت الكتابة مع الإنسان في عصوره القديمة ثم حققت تطور كبيراً في القرن الخامس عشر حينما اخترعت المطبعة حتى تبلورت الصحافة في شكل من أشكال الدوريات التي تتناقل الأخبار بين الناس. ثم اتجهت الصحافة إلى التخصص فهناك الصحافة الاقتصادية والتجارية وهناك الصحافة العلمية والصحافة الفنية والصحافة الرياضية⁽²⁾.

وتعتبر الصحافة الرياضية من أكثر الصحف المتخصصة جماهيرياً فلا تخلو صحيفة عامة من الأبواب والصفحات الثابتة عن الرياضة.

ولقد ظهرت أخبار الرياضة في الصحف مع نشأة الصحف نفسها في نهاية القرن السادس عشر (16) وبداية القرن السابع عشر (17) في غرب أوروبا، وإن لم تحتل الرياضة نفس أهمية أخبار التجارة والمال والبنوك وحركة السوق، وخاصة أن ظهور

1- المرجع نفسه -ص 71 .

2 - خير الدين علي عويس-الإعلام الرياضي-م.س.د-ص 96.

الصحافة ارتبطت بازدياد نفوذ الرأسمالية الأوروبية واهتمامها الطبيعي بالنشاطات الاقتصادية.

وقد ظلت الشؤون الرياضية تحتل مرتبة أقل أهمية من الشؤون السياسية والشؤون الاقتصادية في صحافة القرن التاسع عشر (19)، ولكن ما لبثت أخبار الرياضة أن عرفت طريقها إلى الصفحات الأولى من الصحف في بداية القرن العشرين، وقد ارتبط ذلك بازدياد عدد قراء الصحف وظهور الصحافة الشعبية، ومنذ ذلك الوقت أصبحت أخبار الرياضة في الصحف، أداة لجذب أكبر عدد من القراء. (1)

ومع الوقت لم يعد الاهتمام بالشؤون الرياضية قاصرا على الصحف الشعبية وإنما امتد الاهتمام إلى صحف النخبة وان لم يكن بنفس قدر اهتمام الصحف الشعبية.

وبعد الحرب العالمية الثانية، بدأت تنتشر المجالات الرياضية المتخصصة، وبعدها بفترة قصيرة بدأت مرحلة أخرى وخاصة في الولايات المتحدة الأمريكية سميت بمرحلة التخصص الدقيق، حيث ظهرت صحافة متخصصة في رياضة معينة، فهناك مجالات لرياضة كرة القدم وأخرى لرياضة البيسبول، الملاكمة، التنس، ... الخ. (2)

وأصبح القسم الرياضي في هذه الصحف والمجلات يحتل مكانا هاما وأخذت الأنباء الرياضية تحتل مساحة تزيد في بعض الأحيان عن عشر مساحة المادة الإخبارية المنشورة يوميا في هذه الصحف، بل أصبح للأنباء الرياضية مكانها في عناوين الصفحة الأولى وتلجأ كثيرا من المؤسسات الصحفية إلى إصدار ملاحق رياضية أسبوعية توزع مع الصحيفة لزيادة توزيعها. ولقد تطورت هذه الملاحق لتصبح صحفا مستقلة تهتم بنشر الأخبار الرياضية والمنافسات الرياضية وتجري الأحاديث مع المشاهير من اللاعبين في مختلف الرياضات الذين يثيرون إقبال الجمهور.

1 - hough george : *Newswriting*. (houghton mifflin company)-boston-U S-1973-p:142

2 - فاروف أبوزيد-الصحافة المتخصصة-عالم الكتب-القاهرة-1986-ص 76.

3.3 أهمية الإعلام في مجال الرياضة و التربية البدنية:

إن للإعلام عبر وسائل الاتصال الجماهيري أهمية كبيرة في مجال التربية البدنية و الرياضة فهو يساهم في تحقيق الأهداف الإعلامية التالية (1):

- تكوين بنية معرفية لمتابعين الرسالة سوى كانت إذاعية أو تليفزيونية أو صحفية و ذلك فيما يخص مفاهيم وأهداف و وسائل التربية البدنية و الرياضة بوجه عام.

- تنمية مكونات الثقافة المرتبطة بمجال التربية البدنية و الرياضة لدى الجمهور بغرض محو الأمية المرتبطة بالمفاهيم و القضايا التي يتكون عنها مدركات خاطئة عند بعض الأفراد و فئات المجتمع.

- تدعيم المبادئ و القيم التربوية و ترسيخها في الأفراد و ذلك من خلال الاهتمام بالتنشئة الاجتماعية لهم في مجال الرياضي.

- تكوين الاتجاهات الايجابية نحو التربية البدنية و الرياضة التنافسية و الرياضة للجميع بغرض زيادة الطلب على المشاركة الفعالة لأوجه نشاطاتها، و ذلك من خلال توضيح أهميتها في حياة الإنسان و المجتمع والحاجة إلى ممارستها للوقاية من الأضرار البدنية الحديثة.

- من خلال الفقرات و البرامج الإعلامية في وسائل الاتصال يمكن التعرف على كل ما هو جديد أو مستحدث في مجال التربية البدنية و الرياضة، و كيفية استثمار أوقات الفراغ، أو التعريف عن بعض الحقائق العلمية التي تربط بين التفوق الرياضي أو بين ممارسة النشاط الحركي و الصحة .

- تكوين رأي عام مبنى على حقائق و معلومات صادقة و مناقشات علمية جادة للمشكلات و القضايا المعاصرة للتربية البدنية و الرياضة، حتى يكون هذا الرأي سندا في معالجة تلك المشكلات و القضايا مثل (2):

- نقص اهتمام المسؤولين بتعليم التربية البدنية المدرسية،
- مشكل عزوف النشء و الشباب عن ممارسة أشكال التربية البدنية و الرياضة،

1- نفس المرجع - ص101 .

2- نفس المرجع - ص104 .

- عدم الاهتمام بالجانب البدني و الصحي للتربية البدنية و الرياضة،
- ظاهرة التعصب الجمهور فهي تعد من المشاكل التي تواجه الرياضة و تعوق بذلك عن تحقيق أهدافها التربوية، لأنه ينتج عن هذه الظاهرة سلوكا عدائيا من قبل الجمهور يعرف بالشغب،
- عدم اهتمام وسائل الإعلام بمختلف أشكال الرياضة و العمل على الدعاية لها، في حين تولي اهتماما كبيرا بالرياضة التنافسية،
- مشكل الدعايات و الإعلانات التي تبث عبر وسائل الاتصال الجماهيرية لمنتجات بإمكانها المحافظة على الرشاقة دون بذل مجهود، و هذا يؤدي إلى تقليص كم النشاط البدني الذي يمارسه الفرد للحفاظ على صحته و رشاقته.
- من خلال برامج إعلامية متخصصة يمكن الإسهام بتطوير مستوى أداء لكل المهتمين بالرياضة من لاعبين، مدربين، إداريين، حكام، و الأخصائيين في مجال التربية البدنية، وتدعيمها بأهم النتائج و البحوث العلمية. .
- الإعلام الرياضي و قدرته على التأثير في المواطنين من أجل دعم الانتماء للمنتخبات الوطنية في الألعاب والرياضات المختلفة، و حثهم على مؤازرة من يمثل دولتهم في المحافل و البطولات الرياضية الإقليمية منها أو القارية أو العالمية أو الاولمبية.
- يلعب الإعلام الرياضي دور كبير في نبذ التعصب لدى الجماهير و توعيته بأهمية التحلي بالروح الرياضية، والبعد عن الشغب و أعمال العنف و العدوان هذا من جهة، و من جهة أخرى التأكيد على اللاعبين تطبيق مبادئ اللعب النظيف و تطبيق مبدأ العدالة و المساواة في التحكيم أثناء المباريات والمنافسات الرياضية.
- نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد و القوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة و التعديلات التي تطرأ عليها.
- من خلال الإعلام يمكن تسلية و الترويج عن الجمهور بأشكال و طرق مختلفة حتى نخفف عنهم صعوبات الحياة اليومية.
- من خلال الأدوار والأهداف التي يسعى إليها يتضح أن للإعلام في مجال التربية البدنية والرياضة أهمية مميزة، فهو يخاطب الجمهور مباشرة و يؤثر في سلوكه من

أجل تحقيق أهداف و فلسفة المجتمع نحو المجال الرياضي و يساهم في التنشئة الاجتماعية و التنمية المعرفية و الثقافية و تكوين اتجاهات ايجابية لدى أفراد المجتمع نحو التربية البدنية و الرياضة و بالتالي تشكيل رأي عام نحو قضاياها، انجاز مجموعة من البرامج الإعلامية في مجال الرياضة لمحو الأمية المرتبطة بهذا المجال لدى الجمهور الذين لديهم نقص في ذلك و هذا من خلال تقديم برامج و فقرات في مختلف وسائل الاتصال الجماهيرية المقروءة و المسموعة و المرئية فيكون الإقبال على ممارسة النشاط الرياضي كبيراً و مستمراً.

4. لماذا جيو سياسية الرياضة والاعلام الرياضي؟

مما لاشك فيه أن مئات الملايين من البشر تتابع التظاهرات الرياضية الكبرى ككأس العالم لكرة القدم أو الألعاب الأولمبية الدولية، وأن هذه التظاهرة الرياضية تسترعي اهتماماً إعلامياً عالمياً، وتأخذ أبعاداً تتخطى مجرد التنافس الرياضي لتتحول إلى نوع من التدافع السياسي العالمي. في هذا السياق باسكال بونيفاس في كتابه دور الرياضة في التفاعلات الجيو سياسية الدولية، أن القرن الحادي والعشرين سيكون قرناً رياضياً بامتياز، فالرياضة أصبحت إحدى فضاءات التفاعل والصراع بين الدول، وهي أفضل سلاح لإبراز الحضور القوي في أعين الآخرين في الساحة العالمية. لقد تحولت الرياضة إلى رهان استراتيجي جديد، وأضحت رمزاً رئيسياً للقوة الناعمة التي بدأت تحل محل القوة الصلبة في مختلف الديناميات الدولية، وبعيداً عن الوسائل التقليدية للصراع الجيو سياسي التي تركز على القوة والحرب، تعتمد الرياضة على جاذبية الصورة لتأكيد التفوق في الساحة الدولية، وتشكل بذلك بديلاً للحرب وأداة لتحقيق السلام بين مختلف الشعوب والدول، وتشكل الإنجازات الرياضية عنصراً هاماً لتلميع صورة الدولة وللتأثير في الرأي العام العالمي⁽¹⁾. ويرى باسكال بونيفاس أن هناك علاقة جدلية بين الرياضة والعلامة، فهما يسيران بشكل متواز ويقويان بعضهما بعضاً، فالرياضة تعزز مسار

1- أنظر: باسكال بونيفاس، الرياضة.. ساحة للتدافع الجيو سياسي، تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/10 وهو موجودة عبر الرابط:

<https://www.aletihad.ae/wejhatarticle/79352/> -الرياضة-ساحة-للتدافع-الجيو سياسي-

المسابقات أصبحت تجارة دولية مربحة بشكل كبير من خلال الإعلام ورعاية الحدث إذاعياً أو تلفزيونياً والعلاقات التسويقية، كما يمكن للمسابقات الرياضية أن تجعل الجمهور المحلي يري دولة ما بطريقة أفضل والتي كانت تظهر مسبقاً في الإعلام المحلي وفي الخطابات الرسمية على أنها دولة معادية وفي الغالب فإن ذلك التغيير الناتج في نظرة الجمهور المحلي لدولة أخرى وكذلك لشعب هذه الدولة والذي كان يعتبر في الماضي خصماً أو عدواً، تصبح تلك النظرة نفسها دافعاً للحكومة الوطنية كي تقوم بتصعيد التواصل الدبلوماسي مع الجانب الآخر⁽¹⁾.

كما أن الهيئات الدولية وكذلك المسابقات الدولية والتي تتم برعاية هذه الكيانات يمكن أن يكون كلاهما سبباً للتباعد الثقافي ووسيلة مهمة للقضاء على هذا التباعد من بين أكبر وأشهر هذه المؤسسات: اتحاد كرة القدم العالمي (الفيفا) على دراية بقدرتها على أداء دور في القضاء على التباعد الثقافي وكذلك قدرتها على أداء تلك المهام فعلي سبيل المثال، فإن بيان المهام الخاص بالفيفا (اتحاد كرة القدم العالمي) على موقعها الإلكتروني يذكر الآتي: (2)

"يعد العالم مكاناً يعج بجمال الطبيعة وكذلك الاختلافات الثقافية ولكنه أيضاً مليء بالمحرومين من حقوقهم الأساسية ولذلك فإن اتحاد كرة القدم العالمي الفيفا (تقع على عاتقه حالياً مسؤولية كبرى ألا وهي أن يصل إلى العالم ويحتك به من خلال كرة القدم والتي ترمز للأمل والتكامل... ونحن نري أن مسؤوليتنا أن نساهم في بناء مستقبل أفضل للعالم من خلال استخدام قوة شعبية كرة القدم... إن كرة القدم لم تعد فقط مجرد لعبة دولية، لكن أيضاً لديها القدرة على توحيد العالم ولديها من المميزات ما يجعلها قادرة على المساهمة بشكل كبير في المجتمع، نحن نستغل قوة لعبة كرة القدم كأداة للتقدم الإنساني والاجتماعي وذلك عن طريق تدعيم عمل العديد من المبادرات حول العالم التي تعمل على مساندة المجتمعات المحلية في مجالات نشر السلام والتكامل أو الاندماج الاجتماعي، والصحة والتعليم..."

1- ييجمان، جيفري إلين، الدبلوماسية المعاصرة، نفس المرجع السابق، ص 265.

2- المرجع نفسه، ص 268.

فلم تعد الرياضة مجرد نشاط ترفيهي أو منافسة بدنية، بل أصبحت ظاهرة عالمية ذات رهانات سياسية، اقتصادية، وثقافية. في هذا السياق، تتجلى أهمية الجيوسياسية الرياضية باعتبارها مجالاً يدرس تأثير الرياضة على العلاقات الدولية، والتحويلات الجيوسياسية، وأدوار الدول والفاعلين الدوليين في هذا المضمار⁽¹⁾. وعليه، وكما رأينا سابقاً، فإن الإعلام الرياضي بدوره يلعب دوراً أساسياً في تشكيل التصورات، توجيه الرأي العام، والتأثير في صناعة القرار السياسي والاقتصادي المتعلق بالرياضة. بهذا تُظهر العلاقة بين الجيوسياسية الرياضية والإعلام الرياضي مدى تعقيد وتشابك الرياضة بالسياسة والاقتصاد والإعلام. لم تعد الرياضة مجرد نشاط ترفيهي، بل أصبحت جزءاً من الاستراتيجيات الجيوسياسية للدول، حيث يتم استغلالها كأداة دبلوماسية، وكوسيلة لتعزيز النفوذ الدولي. في المقابل، يلعب الإعلام الرياضي دوراً أساسياً في توجيه الرأي العام، التأثير على القرارات السياسية، والمساهمة في تشكيل موازين القوى في عالم الرياضة. لذا، فإن فهم هذه العلاقة المتشابكة أصبح ضرورة لكل من يسعى إلى تحليل المشهد الرياضي من منظور أوسع، يتجاوز حدود الملاعب إلى أروقة السياسة والاقتصاد العالمي.

1.4 العلاقة بين السياسة الدولية والرياضة:

العلاقة بين السياسة الدولية والرياضة علاقة معقدة ومتعددة الأوجه، حيث تلعب الرياضة دوراً بارزاً في تشكيل التفاعلات السياسية بين الدول وتعكس في كثير من الأحيان التوترات والتحالفات الدولية. يمكن النظر إلى الرياضة كوسيلة لتعزيز السلام والتعاون الدولي، حيث توفر مناسبات مثل الألعاب الأولمبية وكأس العالم فرصاً للدول للتفاعل بشكل إيجابي بعيداً عن الصراعات السياسية⁽²⁾. ومن ناحية أخرى، يمكن أن تكون الرياضة أداة للضغط السياسي أو العقوبات، حيث يتم استخدامها كوسيلة لتوجيه رسائل سياسية قوية حيث تسعى الدول إلى تعزيز صورتها الدولية أو تحقيق مكاسب دبلوماسية. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تكون الرياضة مجالاً لتعزيز الهوية الوطنية

1. Yann Bernardini, Frédéric Moser, Le sport : entre jeux et enjeux géopolitiques, 2008, p 2-3.

2- بيجمان ، جيفري إلين، الدبلوماسية المعاصرة، نفس المرجع السابق، ص 269-271.

والوحدة، حيث تُعتبر الانتصارات الرياضية مصدر فخر للشعوب وتعزز الشعور بالانتماء. ومع ذلك، قد تتحول المنافسات الرياضية إلى ساحة للصراعات السياسية، خاصة عندما تكون هناك خلافات تاريخية أو سياسية بين الدول مثل ما حدث في عام 1980 بعد قرار تنظيم الألعاب الأولمبية في موسكو، بعد مقاطعة مجموعة من الدول الغربية لهذه الألعاب استجابة لأصداء الحرب الباردة الجديدة (1).

ومن الثابت أن ربع القرن الأخير قد شهد تزايد ملحوظاً في أهمية التظاهرات الرياضية وفي طبيعة الدور الذي تلعبه كعامل مؤثر في العلاقات الدولية ويرجع هذا التزايد إلى تفاعل عاملين أولهما تطور تكنولوجيا الاتصال الدولي، مما أتاح للجمهور الرياضي فرصة متابعة الأنشطة الرياضية في مختلف أنحاء العالم في الوقت ذاته، وثانيهما تطور ورسوخ التنظيمات الدولية العاملة في ميدان الألعاب الرياضية، ونجاح تلك التنظيمات في وضع قواعد محددة لممارسة تلك الألعاب تطبق في كل دول العالم، مما أدى إلى بروز ظاهرة وحدة الأنشطة الرياضية عبر الحدود السياسية الدولية وكان من المتصور أن يؤدي تعاظم أهمية الألعاب الرياضية إلى اتسام العلاقات الدولية بطابع أكثر تعاونية، وأقل صراعية فالمفهوم الأصلي "للألعاب الرياضية الأولمبية كما حدده دي كوبرتان، مؤسس الحركة الأولمبية الدولية، هو أنها أداة لتحقيق السلام الدولي" (2) من خلال التعارف بين الشعوب ولكن تعاظم أهمية الألعاب الرياضية صحبه في أن واحد تحول في وظيفتها بحيث أصبحت الألعاب الرياضية ظاهرة مؤثرة في النظام السياسي الدولي، وتحولت لتصبح ساحة من ساحات الصراع الدولي، وأداة من أدوات تنفيذ وتأكيد السياسة الخارجية، حتى اعترف اللورد كيلانين رئيس اللجنة الأولمبية الدولية السابق، بأن التداخل بين السياسة والألعاب الرياضية أمر حتمي (3).

1. باسكال بونيفاس، الجيوبوليتيك مقارنة لفهم العالم في 48 مقالاً، ترجمة: اياذ عيسى، الهيئة العامة السورية للكتاب، 2020، ص 254

2- بيجمان، جيفري إلين، الدبلوماسية المعاصرة، نفس المرجع السابق، ص 269.

3. أنظر: أماني بشير سعيد عثمان، أثر الدبلوماسية الرياضية في تنفيذ السياسة الخارجية القطرية، تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/10 وهو

موجودة عبر الرابط:

ولم يقتصر تأثير الألعاب والتظاهرات الرياضية الكبرى على المجتمعات الداخلية ولكنه امتد إلى ميدان العلاقات الدولية وقد بدأ تأثيرها يظهر في هذا الميدان منذ انعقاد الدورة الأولمبية الأولى في أتيينا سنة 1896 وازداد هذا التأثير بعد نهاية الحرب العالمية الثانية فقد كان التصور السائد عند انعقاد دوره أتيينا سنة 1896 أن الأولمبياد سيكون ساحة من ساحات التنافس الحر بين هواة الألعاب الرياضية بهدف الارتقاء بمستوى تلك الألعاب والتقارب بين شباب العالم وقد عبر **de Coubertin** عن هذا التصور بقوله⁽¹⁾: "تنشأ الحروب لأن الدول تسيء فهم بعضها البعض ولن نحصل على السلام ما لم يتم القضاء على التعصب الذي يفصل بين مختلف الأجناس ولكي نحقق هذا الهدف ينبغي أن نجمع شباب كل الدول معا في فترات دورية لكي يقدموا عروضاً ودية للقوة البدنية والإتقان"، ولكن الألعاب الرياضية، سواء على مستوى الدورات الأولمبية أو الألعاب النوعية (كرة القدم، كرة السلة الخ) تطورت لكي تصبح ساحة من ساحات التنافس السياسي الدولي، وأداة من أدوات السياسة الخارجية حتى اضطر اللورد كيلاني رئيس اللجنة الأولمبية الدولية منذ سنة 1972 إلى الاعتراف بالتداخل بين السياسة والألعاب الرياضية كأمر حتمي *politics in sports is inevitable* ما الذي أدى إلى اكتساب الألعاب الرياضية تلك الأبعاد السياسية⁽²⁾.

2.4 الإعلام الرياضي كوسيط جيوسياسي:

من خلال قدرته على تجاوز الحدود الجغرافية والثقافية، يتخطى الإعلام الرياضي كونه أداة لتغطية الأحداث الرياضية أو تسليط الضوء على البطولات، ليتحول الى وسيط جيوبوليتيكي فاعل يؤثر في خريطة العلاقات الدولية ويشكل التصورات

1. أنظر: cio, la paix par le sport تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/10 وهو موجودة عبر الرابط:

<https://www.olympics.com/cio/pierre-de-coubertin/la-paix-par-le-sport>

2. DP TOAKEY AND K ARNING, NATIONALISM: INEVITABLE AND INCURABLE, IN JETTREY SEGRAVE AND DONALD CHU ED - OLYMPISM CHAMPAIGN - III: FLUMAN KINETICS 1981P124.

الجماعية، وتصبح الرياضة لغة عالمية تُستخدم لتعزيز النفوذ السياسي أو تخفيف التوترات بين الدول. على سبيل المثال، تُستغل الأحداث الكبرى مثل كأس العالم أو الألعاب الأولمبية كمنصات لإبراز القوة الناعمة للدول المضيفة، كما حدث مع قطر 2022، حيث حوّلت البلاد الحدث الرياضي إلى فرصة لتعزيز مكانتها الإقليمية والعالمية وتصدير هويتها، وسط تغطية إعلامية مكثفة سلطت الضوء على البنى التحتية والرؤى التنموية⁽¹⁾. ومن ناحية أخرى، يُمكن أن تتحول المنافسات الرياضية إلى ساحات صراع رمزي تعكس التوترات الجيوسياسية، كما حدث في مقاطعة الولايات المتحدة أولمبياد موسكو 1980 ردًا على الغزو السوفييتي لأفغانستان، أو استخدام الصين لكرة الطاولة كجسر دبلوماسي مع الولايات المتحدة في سبعينيات القرن الماضي ("دبلوماسية البينج بونغ")⁽²⁾.

هنا، يلعب الإعلام دورًا محوريًا في تضخيم هذه الرسائل أو تليينها، عبر التركيز على قصص التعاون أو التنافس. كما يُساهم ، أيضا، الإعلام الرياضي في تشكيل الهوية الوطنية، حيث تُقدّم الأندية والمنتخبات كسفراء للدول، مما يُعمق الانتماء ويُحرك المشاعر الجماعية. في المقابل، قد تُوظف التغطية الإعلامية لتعزيز الصور النمطية أو كسرهما، كالتعامل مع مشاركة لاعبات من دول تُواجه تحديات في حقوق المرأة، مما يفتح نافذة لحوارات أوسع حول السياسة والثقافة⁽³⁾. بذلك، يصبح الإعلام الرياضي جسرًا بين الرياضي والسياسي، حيث تُترجم الأهداف والأدوار على الأرض إلى رموز وقصص تُعيد تشكيل التوازنات الجيوبوليتيكية في الخيال العالمي.

1. سني الخطيب، كأس العالم 2022 فضاء لتصدير هوية قطرية عالم-محلية، سياسات عربية، 2022، ص 78

2. باسكال بونيفاس، الجيوبوليتيك مقارنة لفهم العالم في 48 مقالاً، ترجمة: ايد عيسى، الهيئة العامة السورية للكتاب، 2020، ص 254

3- بيجمان ، جيفري إلين، الدبلوماسية المعاصرة، نفس المرجع السابق، ص 264-265.

3.4 مفهوم جيوستراتيجية الرياضة

1. تعريف جيوستراتيجية الرياضة ونشأتها:

تشير جيوستراتيجية الرياضة إلى دراسة التفاعل بين العوامل الجغرافية والسياسية والثقافية في تشكيل دور الرياضة كأداة للقوة الناعمة، والهوية الوطنية، والصراعات الدولية. (1) تُعتبر الرياضة هنا وسيطاً يعكس ويؤثر في التوازنات الجيوستراتيجية، سواء عبر استضافة الأحداث الكبرى أو استخدام الرموز الرياضية في تعزيز النفوذ الدولي. (2)

وجيوستراتيجية الرياضة (Sport Geopolitics) ، مجالٌ متعدد التخصصات يدرس التفاعل المعقد بين الجغرافيا والسياسة والثقافة في تشكيل دور الرياضة كأداة جيوستراتيجية، و لا يقتصر هذا الحقل على تحليل الأحداث الرياضية كظواهر معزولة، بل يركز على كيفية توظيفها لتعزيز النفوذ الدولي، أو بناء الهوية الوطنية، أو حتى كأداة للصراع. تُعتبر الرياضة هنا "مسرحاً" تعكس عليه الدول أهدافها الاستراتيجية، سواء عبر استثمار الموارد لاستضافة البطولات العالمية، أو توظيف الرموز الرياضية وانعكاساتها الإقليمية. (3)

- **الجغرافيا:** تشمل توزيع الموارد (كالملاعب والبنى التحتية)، والموقع الاستراتيجي لاستضافة الأحداث، وتأثير الحدود السياسية على المشاركة الرياضية.
- **السياسة:** تتجلى في استخدام الرياضة لتحقيق أهداف دبلوماسية، أو قمع المعارضين (كما في مقاطعة جنوب إفريقيا خلال الفصل العنصري)، أو تعزيز الشرعية الداخلية.

1. Pascal Boniface , Géopolitique du sport , arman colin, 2014, p 22-23

2. Joseph S. Nye Jr, Soft Power, The Means To Success In World Politics, New York, Public Affairs, 2004, 191 p

3. MAXIME JULIEN DESIRAT, LE SPORT, UN ENJEU GÉOPOLITIQUE ET DIPLOMATIQUE, UNIVERSITÉ DU QUÉBEC, 2017, p 17-34

• **الثقافة:** ترتبط ببناء الهوية من خلال الرياضة، مثل توحيد المجتمعات حول فرقٍ وطنية، أو تصدير القيم الثقافية عبر الرياضيين الدوليين (مثل ظاهرة "الدبلوماسية الثقافية" عبر كرة القدم البرازيلية).

ومما سبق يمكن القول أن جيو سياسية الرياضة هي مصطلح يشير إلى تفاعلات وتأثيرات العلاقات السياسية والقوى الجيو سياسية -الفاعلين- على مجال الرياضة، ترتبط الجيو سياسية بالتوازنات السياسية والاقتصادية والعسكرية بين الدول والمؤسسات الدولية، ويتم تطبيق هذا المفهوم على المجال الرياضي للتحليل والفهم.

في سياق جيو سياسية الرياضة، يتم تحليل الأحداث الرياضية والظواهر ذات الصلة من منظور سياسي واستراتيجي، بحيث يتم التركيز على كيفية استخدام الدول والمؤسسات السياسية الرياضة كوسيلة لتعزيز نفوذها وتحقيق أهدافها السياسية. كما يتم دراسة كيفية تأثير العوامل الجيو سياسية على الرياضة نفسها، بما في ذلك تنظيم البطولات الكبرى، اختيار المضيفين، وتوجيه الاستثمارات في مجال الرياضة⁽¹⁾.

بالرغم من الاهتمام بجيو سياسية الرياضة حديث نسبياً، لكن جذوره تعود إلى استخدام الرياضة كأداة سياسية في العصور القديمة، مثل "الهدنة الأولمبية" في اليونان القديمة، في العصر الحديث، برز المفهوم خلال القرن العشرين، مع أحداث مثل أولمبياد برلين 1936، التي استغلها النظام النازي للترويج للأيديولوجيا النازية⁽²⁾. خلال الحرب الباردة، تحولت المنافسات الرياضية بين الولايات المتحدة والاتحاد السوفيتي إلى ساحة لتصارع القوى العظمى، مثل مواجهات الهوكي الجليدي بين الفريقين في 1980 ("معجزة على الجليد")، والتي جسدت الصراع الأيديولوجي⁽³⁾.

1. باسكال بونيفاس، الجيوبوليتيك مقارنة لفهم العالم في 48 مقالة، م.س.ذ، ص 252

2. Pascal Boniface , Géopolitique du sport , arman colin, 2014, p 21-22

3. Dropping the thorch : jimmy carter, the Olympic bocott, and the Cold War, Nicholas Evan Sarantakes, Cambridge,2010, p 367-368.

بدأ الاهتمام الأكاديمي المنهجي بجيوبوليتيك الرياضة في التسعينيات من القرن العشرين، مع توسع دراسات العلاقات الدولية لتحليل الأدوار غير التقليدية للقوة، مثل:

- نظرية ما بعد الاستعمار **postcolonialisme** : درست كيف تحوّلت الرياضة من أداة استعمارية إلى وسيلة لمقاومة الهيمنة (مثل استخدام كرة القدم في جنوب إفريقيا لمحاربة الفصل العنصري).
- الدراسات النقدية للعولمة **critical studies of globalization** : ركزت على تناقضات العولمة الرياضية، مثل استغلال العمال المهاجرين في بناء ملاعب قطر 2022، مقابل خطابها عن التقارب الثقافي⁽¹⁾.
- الاقتصاد السياسي **political economy** : حلّت كيف تُسيطر مؤسسات مثل FIFA على الموارد العالمية، وتتحكم في توزيع حقوق الاستضافة، مما يخلق تحالفاتٍ سياسية واقتصادية معقد. ⁽²⁾

أهم الأطر النظرية لجيوبوليتيك الرياضة:

تتعدد النظريات التي تحلل دور الرياضة في التفاعلات الجيوسياسية، وتقدم إطارًا لفهم كيفية استخدام الرياضة كأداة للقوة أو الهيمنة أو التعاون الدولي. فيما يلي تفصيل أعمق لأبرز هذه النظريات مع أمثلة معاصرة:

1. نظرية القوة الناعمة (جوزيف ناي):

- ترى أن الرياضة أداة لتعزيز الجاذبية الثقافية والسياسية لدولة ما دون إكراه⁽³⁾.
- مثال: استضافة الصين للأولمبياد 2008 لتعزيز صورتها كقوة عالمية .

1. Jonathan Ervine (2014): AMARA, Mahfoud Sport, Politics and Society in the Arab World Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2011.

2. POWER AND RESISTANCE IN THE GOVERNANCE OF WORLD FOOTBALL: Theorizing FIFA's Transnational Impact, Journal of Sport and Social, Volume 22, Issue 3, 1998

3. Joseph S. Nye Jr, Soft Power, The Means To Success In World Politics, Opcit, 2004, p191

2. الرياضة كدبلوماسية عامة:

تُستخدم الرياضة لبناء الجسور بين الدول المتنازعة، مثل "دبلوماسية البينج بونغ" بين الولايات المتحدة والصين عام 1971، التي مهّدت لتحسين العلاقات الثنائية⁽¹⁾.

3. نظرية العولمة الرياضية:

ترتبط بين انتشار الرياضة كظاهرة عابرة للحدود وتشكيل هويات جديدة، حيث تُحوّل الأندية والبطولات العالمية (مثل دوري أبطال أوروبا) الرياضة إلى فضاء للتفاعل الثقافي والاقتصادي⁽²⁾.

4. نظرية "الرياضة-غسيل (Sportswashin) :

تشير إلى استخدام الدول أو الكيانات للأحداث الرياضية لتلميع سمعتها الدولية، كما في حالة استضافة قطر لكأس العالم 2022 وسط انتقادات حول حقوق الإنسان⁽³⁾.

5. نظرية الهيمنة الرياضية (أنطونيو غرامشي):

تُفسر هيمنة دول معينة على الرياضة العالمية عبر السيطرة الثقافية والمؤسسية⁽⁴⁾:

- الهيمنة الغربية: تحكم الولايات المتحدة وأوروبا في المنظمات الدولية مثل FIFA و IOC، مما يسمح لهما بتشكيل القواعد لصالحهما (مثل تخصيص معظم كؤوس العالم لأوروبا).

1. Nicholas Griffin , Ping-Pong Diplomacy: The Secret History Behind the Game That Changed the World, Scribner, 2014.

2. Richard Giulianotti, Roland Robertson, Globalization and Football, SAGE, 1 juil. 2009

3. Jonathan Ervine (2014): AMARA, Mahfoud Sport, Politics and Society in the Arab World Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2011.

4. David rowe : Antonio Gramsci: Sport, Hegemony and the National-Popular: springer,2004, pp 97-110.

- **المقاومة:** محاولات دول الجنوب تحدي هذه الهيمنة عبر إنشاء بطولات بديلة، مثل دوري السوبر الأفريقي المقترح، أو مطالبة أفريقيا بمزيد من مقاعد كأس العالم.

في الأخير، يمكننا التأكيد على أن فهم العلاقة المتشابكة بين الجيوسياسية والرياضة والإعلام الرياضي يُعد أمرًا أساسيًا لفك رموز العديد من الظواهر المعاصرة. فالرياضة ليست مجرد نشاط تنافسي أو ترفيهي، بل هي أداة قوية تعكس الصراعات السياسية وتُشكّل الهويات الثقافية، بينما يعمل الإعلام الرياضي كجسر يربط بين هذه العناصر، مما يعزز تأثيرها على الرأي العام وصناعة القرار، بتعبير آخر يمكن أن نلتمس "تكاملاً ثلاثة عوالم تبدو للوهلة الأولى منفصلة، لكنها في الواقع تُشكّل نسيجاً معقداً من التأثيرات المتبادلة. فالجيوسياسية تُدكّرنا بأن الرياضة ليست بمعزل عن الصراعات الدولية أو الاستراتيجيات الإقليمية، بينما يُظهر الإعلام الرياضي كيف تُحوّل الأحداث الرياضية إلى سرديات ثقافية وسياسية *Cultural and Political Narratives* تصل إلى الجمهور العالمي. ومن خلال الربط بين هذه المفاهيم، يتضح أن تحليل الرياضة كظاهرة عالمية يتطلب نظرة شمولية تدمج البعد السياسي والاجتماعي والإعلامي.

ثانيا:

الأبعاد الجيوسياسية للرياضة

- 5 الرياضة كأداة جيوسياسية
- 6 عولمة الرياضة
- 7 الجوانب الجيوسياسية للأحداث الرياضية الكبرى
- 8 مفهوم فلسفة الرياضة

تمهيد:

لقد رأينا أنفا أن الرياضة أضحت تشكل واحدة من أبرز الظواهر الاجتماعية التي تجمع بين الشعوب وتؤثر في العلاقات الدولية، لكنها في الوقت نفسه تعد أداة جيوسياسية قوية تعكس صراعات القوى وتوازنها على الساحة العالمية. كما تعد الرياضة ظاهرة عالمية تتجاوز حدود الملاعب والمسابقات، لتصبح أداة فاعلة في تشكيل التفاعلات السياسية والاقتصادية والثقافية بين الدول. ففي عصر العولمة، لم تعد الأحداث الرياضية الكبرى مجرد منافسات تنافسية، بل تحولت إلى ساحات تتصارع فيها الرؤى الجيوسياسية، وتعكس صورة القوة الناعمة للدول، وتستخدم كوسيلة لتعزيز الهوية الوطنية أو توسيع النفوذ الإقليمي. ويرى سايمون كوبر، صاحب الكتاب الأبرز حول كرة القدم والسياسة "كرة القدم في مواجهة العدو": "أن كرة القدم ليست مجرد كرة قدم: إنها تساعد في صنع الحروب والثورات، وتبهر المافيا والديكتاتوريين"⁽¹⁾. سنستعرض كيف تتفاعل الرياضة مع استراتيجيات القوى العالمية، وكيف تسهم في تشكيل السياسات الدولية وتأثيرها على العلاقات بين الدول. وتوظيف المنظمات الرياضية الدولية، مثل اللجنة الأولمبية أو الفيفا، كفاعلين جيوسياسيين يؤثرون في خريطة القوى العالمية.

1. الرياضة كأداة جيوسياسية:

الرياضة أكثر من مجرد لعبة، فهي العاطفة والأحاسيس ولحظات اليأس والفرح والأخوة، وهي أيضا جزء من الجغرافيا السياسية والقوة بشكلها "الناعم". إنها باختصار عنصر أساسي للارتقاء بالدولة، يرى جيمس دورسي أنه بمقدور الحكومات "استخدام كرة القدم لتعزيز صورتها الخاصة، أو بهدف صرف الانتباه عن قضايا أخرى"⁽²⁾. فهي ليست نشاطا محايدا، بل هي مرآة تعكس التفاعلات الجيوسياسية المعقدة، حيث توظف في - كثير من الأحيان - لتحقيق أهداف سياسية، وبناء التحالفات، أو كصراعات رمزية أو حتى خوض الحروب الرمزية⁽³⁾.

1. Simon Kuper, Football Against the Enemy, accessed at : 15 01/ 2023, available at: <https://bit.ly/3ZlpbiH>

2. أنظر: الرياضة قوة ناعمة جديدة على طاولة الحكومات، تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/15 وهو موجودة عبر الرابط: <https://alarab.co.uk> - الرياضة-قوة- ناعمة- جديدة- على - طاولة- الحكومات/

3. أنظر: الصراع على أرض الملعب، تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/15 وهو موجودة عبر الرابط: <https://alrai.com/article/10808259> رياضة-الصراع-على-أرض-الملعب-عن-الرياضة-في-زمن-الحرب-العالمية/

1.1 الرياضة فاعل دولي قوي:

تمثل الرياضة فاعلا دوليا قويا يتجاوز حدود الملاعب والمضامير، لتصبح أداة مؤثرة في تشكيل العلاقات الدولية وتعزيز الحوار بين الشعوب، ووسيطا غير تقليدي في السياسة والاقتصاد والثقافة، فمن خلال الأحداث الكبرى كالألعاب الأولمبية وكأس العالم، تتحول الرياضة إلى منصة عالمية تلتقي فيها الدول على قيم التنافس الشريف والتفاهم المتبادل، ما يعزز "الدبلوماسية الرياضية" التي تلين التوترات السياسية وتفتح قنوات اتصال غير مباشرة. على سبيل المثال، ساهم "دبلوماسية الكريكت" في تحسين العلاقات الهندية-الباكستانية بداية 2004 بعد فترة الصراع المسلح العنيف بينهما⁽¹⁾، بينما استخدمت موندiales كرة القدم كفرص لإبراز صورة الدول وتطبيع علاقاتها.

اقتصاديا، تولد الرياضة تدفقات مالية ضخمة عبر الاستثمارات في البنى التحتية، وحقوق البث، والرعايات، والسياحة، ما يجعلها ركيزة في استراتيجيات الدول لتعزيز النمو وخلق فرص العمل⁽²⁾. كما أن الهيئات الرياضية الدولية، مثل اللجنة الأولمبية والفيفا، تمتلك نفوذا شبيها بالكيانات السياسية، حيث تحدد معايير الاستضافة⁽³⁾ وتفرض عقوبات قد تؤثر على سمعة الدول. من جهة أخرى، تسهم الرياضة في تشكيل الهوية الثقافية العالمية، إذ تحول الأندية والنجوم الرياضيين إلى سفراء غير رسميين لثقافتهم، مثل انتشار "السامبا" البرازيلية عبر كرة القدم، فهي توفر مساحة للأداء العام للهويات المجتمعية، لكل من أولئك الذين يرسمون القيم الثقافية المهيمنة والآخرين الذين ينتقدون الوضع الراهن ويحفلون باختلافاتهم⁽⁴⁾.

1. بيجمان ، جيفري إلين، الدبلوماسية المعاصرة، م.س.ذ.ص 265.

2. كمال الدين عبدالرحمن درويش وآخرون، اقتصاديات الرياضة، ط1، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2013، ص09

3. بيجمان ، جيفري إلين، الدبلوماسية المعاصرة، م.س.ذ.ص 267.

4. James Carr, Daniel Parnell, Paul Widdop, Martin J. Power, Stephen R. Millar, eds(, Football, Politics and Identity, accessed at: 2025/01/15, available at: <https://bit.ly/3IV4rZx>

لا تقتصر القوة الرياضية على الجوانب الإيجابية، بل تمتد إلى كونها أداة ضغط في قضايا حقوق الإنسان والعدالة الاجتماعية. فمقاطعة الأحداث الرياضية أو سحب الاستضافات— كما حدث مع جنوب أفريقيا أثناء الفصل العنصري أو في أولمبياد بكين بسبب استهداف الصين للأويغور— أثبتت كيف يمكن للرياضة أن تكون سلاحا أخلاقيا في المعارك الدولية⁽¹⁾. كذلك، أصبحت الرياضة ساحة لمواجهة التحديات العالمية مثل التغير المناخي، عبر تبني ملاعب صديقة للبيئة، أو دعم أهداف التنمية المستدامة. كما أن الرياضة تعتبر أداة دبلوماسية فعالة، حيث تستخدم أحيانا كوسيلة لتخفيف التوترات السياسية أو تحسين العلاقات بين الدول، كما حدث في ظاهرة "دبلوماسية كرة الطاولة بينغ بونغ"⁽²⁾، بين الولايات المتحدة والصين في سبعينيات القرن الماضي.

أما الفاعلون الرئيسيون في المجال الرياضي على الصعيد الدولي، فيشملون⁽³⁾:

1. اللجنة الأولمبية الدولية: (IOC) تعتبر الهيئة الأبرز في تنظيم الألعاب الأولمبية، وتلعب دورا محوريا في تعزيز القيم الرياضية العالمية.
2. الاتحادات الرياضية الدولية: مثل الاتحاد الدولي لكرة القدم (FIFA)، والاتحاد الدولي لألعاب القوى (IAAF)، والتي تنظم المسابقات العالمية وتضع القواعد والمعايير الخاصة بكل لعبة.
3. الحكومات والجهات الحكومية: تلعب الدول دورا مهما في دعم الرياضة من خلال تمويل البنى التحتية، وتنظيم الفعاليات، واستخدام الرياضة كأداة لتعزيز السياسة الخارجية.

1. أنظر: حسن زينبد، الأولمبياد الشتوية في بكين.. الرياضة في مهبط حرب باردة جديدة، تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/10 وهو متوفر عبر الرابط: <https://www.dw.com/ar/60167502-a-لاولمبياد-الشتوية-في-بكين-الرياضة-في-مهبط-حرب-باردة-جديدة>

2. بيجمان ، جيفري إلين، الدبلوماسية المعاصرة، م.س.ذ، ص 266.

3. نفس المرجع السابق، ص 267-272.

4. الشركات الراعية: تعد الشركات الكبرى فاعلا رئيسيا في تمويل الأحداث الرياضية، حيث تستثمر في الإعلانات والرايات لتعزيز علاماتها التجارية⁽¹⁾.
5. المنظمات غير الحكومية: مثل منظمة "الرياضة من أجل التنمية والسلام"، التي تعمل على استخدام الرياضة كوسيلة لتعزيز السلام والتنمية الاجتماعية.
6. اللاعبون والفرق الرياضية: يعتبر الرياضيون أنفسهم فاعلين مهمين، حيث يشكلون قدوة للشباب ويساهمون في تعزيز القيم الإيجابية.
7. وسائل الإعلام: تلعب دورا محوريا في نقل الأحداث الرياضية إلى جمهور عالمي، مما يعزز من تأثير الرياضة كظاهرة عالمية⁽²⁾.

2.1 الرياضة والدبلوماسية:

يمكن أن تلعب الرياضة دورا في التواصل والتفاهم الدولي، وتسهم في تحقيق السلام والاستقرار، حيث يتم استخدام الدبلوماسية الرياضية في بعض الأحيان لحل النزاعات وتعزيز العلاقات الدولية، كوسيلة للتواصل بين الدول وإيجاد نقاط مشتركة وتعزيز الفهم المتبادل والتسامح، اذ تعتبر إحدى أبرز الأدوات الدبلوماسية الفعالة في بناء الجسور بين الشعوب وتعزيز الحوار بين الدول، حيث تتجاوز حدود اللغة والثقافة والسياسة لتصنع مساحة مشتركة للتفاهم والتعاون. فمن خلال الأحداث الرياضية الدولية، مثل الألعاب الأولمبية وكأس العالم، تتحول الميادين الرياضية إلى منصات للسلام، تجتمع فيها الأمم تحت مظلة التنافس الشريف، مما يخفف من حدة التوترات السياسية ويظهر الجانب الإنساني المشترك⁽³⁾. فقد ساهم "دبلوماسية كرة الطاولة" بين الصين والولايات المتحدة في سبعينيات القرن الماضي في إذابة الجليد بين البلدين، مهددة الطريق لإعادة العلاقات الدبلوماسية بعد عقود من القطيعة⁽⁴⁾.

1. كمال الدين عبد الرحمن، *اقتصاديات الرياضة* م.س.ذ.ص 100.

2. نفس المرجع السابق، ص 112.

3. بيجمان ، جيفري إلين، *الدبلوماسية المعاصرة*، م.س.ذ.ص 264-272.

4. MURRAY, Stuart The two halves of sports-diplomacy., Vol. 23, N° 3, 2012. p583.

كما يلعب الرياضيون دورا محوريا كسفراء غير رسميين لبلدانهم⁽¹⁾، حيث تحول إنجازاتهم الشخصية وقصص كفاحهم إلى رمز للإلهام العالمي، وتعكس صورة إيجابية عن ثقافة وطنهم وقيمهم. بالإضافة إلى ذلك، تستخدم الرياضة كأداة لتعزيز التماسك الاجتماعي في مناطق النزاع، من خلال مبادرات تجمع شبابا من خلفيات متنوعة لممارسة الرياضة معا، مما يعزز الثقة ويقلل من التحيز. ولا يقتصر الأمر على ذلك، فاستضافة الدول للأحداث الرياضية الكبرى يعد استثمارا في القوة الناعمة، يعكس تقدمها الاقتصادي والتنظيمي، ويجذب الاهتمام العالمي الإيجابي⁽²⁾. ومع ذلك، تبقى الرياضة مرآة تعكس أحيانا التحديات السياسية، كاحتجاجات ضد انتهاكات حقوق الإنسان خلال المنافسات، مما يؤكد أن التفاعل بين الرياضة والدبلوماسية ليس دائما منزها عن التعقيدات، لكنه يظل مسارا حيويا لصناعة التغيير الإيجابي.

وتعرف الدبلوماسية الرياضية بأنها: "استخدام الرياضة من أجل التأثير الدولي، وتحقيق نتائج مرغوبة في العلاقات الدولية، وتغيير الصورة الذهنية للدولة ونشر ثقافتها وهويته"⁽³⁾.

اليوم، العديد من الدول في عالم اليوم تسعى للاستفادة من الدعاية المصاحبة للتظاهرات الرياضية الدولية التي تضيف وتعكس مكانة دولية للدولة المنظمة مما يجعل من تنظيمها أحد استخدامات القوة الناعمة في السياسة الدولية⁽⁴⁾. ولكن تنظيم تلك البطولات يعتبر المحدد الأول من اثنين لقوة الدولة على مستوى الدبلوماسية الرياضية، فالمحدد الآخر هو تمثيل الدولة في الاتحادات الرياضية الدولية الكبرى

1 .BEACOM, Aaron, International Diplomacy and the Olympic Movement : the New Mediators. Basingstoke : MacMillan, 2012.p 247.

2 . Joseph S. Nye Jr, Soft Power, The Means To Success In World Politics opcit, p 191.

3. آية عنان، دبلوماسية الرياضة والعلاقات الدولية: كأس العالم 2022 نموذجاً، تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/10 عبر الرابط: <https://bit.ly/3SAFbuT>, 2023

4 .BEACOM, Aaron, International Diplomacy and the Olympic Movement, opcit.p 194.

واللجنة الأولمبية الدولية CIO، إذ إضافة الى سيطرة الدول الغربية الكبرى على ساحة تنظيم التظاهرات الرياضية الكبرى لفترات طويلة، فنجد أن العديد من الدول مثل البرازيل وجنوب إفريقيا والصين وروسيا وقطر وكوريا الجنوبية أضحت تستثمر في سوق تنظيم الفعاليات الرياضية الكبرى وذلك لتحقيق أغراض اقتصادية وسياسية وكتعبير عن المكانة الدولية، والمنافسة على تنظيم الفعاليات الرياضية أصبحت أصعب بسبب زيادة أعداد المتقدمين للتنظيم. ويشرح الباحثون كيف أن كل الملفات المترشحة التي تصل إلى المرحلة النهائية للتصويت في اللجنة الأولمبية الدولية تكون جميعها في حالة ومواصفات ممتازة وكلهم أهل لتنظيم الفعاليات، إلا أن الذي يفصل في النهاية لا يكون بالضرورة أموراً تقنية مثل البنى التحتية والمواصلات وإنما تكن أموراً أخرى، مثل القدرة على طمأننة الاتحادات من حيث التعامل مع الإشكاليات القانونية الداخلية المتعلقة بتنظيم الحدث، ودرجة الاستقرار السياسي للدولة المرشحة، ووزن اللوبي الخاص بالدولة وقدرته على التأثير⁽¹⁾.

وبعيداً عن تنظيم الفعاليات الرياضية الدولية الكبرى والتمثيل الوطني في الاتحادات واللجان الرياضية فإن الرياضة يمكن استخدامها كأداة للدبلوماسية الشعبية، والمقصود بالدبلوماسية الشعبية هنا هو التوجه نحو الشعوب الأجنبية باستخدام طرق مختلفة مثل الأداة الإعلامية والعلاقات الثقافية والتبادل التجاري بعكس الدبلوماسية الكلاسيكية التي تتجه نحو حكومات الدول، ونجد أن الهدف الأسمى للدبلوماسية الشعبية هو تحسين الروابط مع الشعب الآخر مما قد ينعكس على العلاقة مع حكومة هذا الشعب⁽²⁾.

هناك هدف آخر للدبلوماسية الشعبية وهو العمل على نشر - بطريقة مباشرة أو غير مباشرة - قيم معينة على المستوى السياسي. فعلى سبيل المثال أثناء الحرب الباردة كانت الدبلوماسية الشعبية الأمريكية تأمل فقط في نشر النموذج الاجتماعي

1 . Addi lahouri, sport est scène mondiale, institue des études politiques lyon, 2005, p9-20

2 .BEACOM, Aaron, International Diplomacy and the Olympic Movement, opcit. pp 208-209

والاقتصادي والثقافي والسياسي الأمريكي وكذلك الأمر بالنسبة للاتحاد السوفييتي الذي كان يطمح في نشر النموذج الشيوعي. يشرح الباحثون كيف أن الولايات المتحدة اليوم تستخدم الدبلوماسية الرياضية كوسيلة من وسائل الدبلوماسية الشعبية وذلك عن طريق دعوة شباب الرياضيين إلى الأراضي الأمريكية لإيضاح نجاحها على المستوى الاجتماعي والتعليمي والسياسي والرياضي⁽¹⁾.

4.1 الرياضة والهوية الوطنية:

تعد الرياضة إحدى أهم الروافد التي تساهم في بناء الهوية الوطنية وتعزيزها⁽²⁾، فمن خلال المنافسات الرياضية والبطولات العالمية تتجلى روح الوحدة والفخر الوطني التي تجمع شعبا واحدا خلف رمز أو لون أو علم، فعندما يرتدي الرياضي زي بلاده ويحمل علمها في المحافل الدولية، يصير سفيرا لقيم أمته ومثالا حيا لقدرتها على التميز⁽³⁾. لطالما كانت الألعاب الأولمبية وكأس العالم مسارح تتجسد فيها الهويات الوطنية؛ حيث تحول الانتصارات الرياضية إلى مصدر للابتهاج الجماعي، يعبر عنه الشعب بصورة تلقائية تجسيدا للتماسك والانتماء. فمثلا، تحوي كل دولة روايات رياضية خالدة تحدد مكانتها في الذاكرة الجماعية، كانتصارات الفروق الوطنية في كرة القدم أو تميز أبطالها في ألعاب القوى، مما يعزز شعور المواطن بالفخر والارتباط بأرضه وتاريخه. لهذا تهتم الدول بدعم الرياضة ورعايتها؛ لأنها ليست مجرد نشاط ترفيهي، بل أداة لصياغة سردية وطنية تلتقي عليها الأجيال، وتبرز من خلالها خصائص الشعب من إصرار وتنافسية وعمل جماعي. بهذا تصير الرياضة

1. سليمان صالح، الرياضة.. كيف أصبحت القوة الناعمة للدول وحصانها الرابع في سياستها الخارجية؟، تم الاطلاع على المادة بتاريخ : 2025/01/10 عبر الرابط:
/الدبلوماسية-الرياضية-ورفض-التطبيع-مع/https://www.aljazeera.net/opinions/2021/8/13

2. BEACOM, Aaron, International Diplomacy and the Olympic Movement, opcit. p 21

3. Dylan Wickman , Empowering brands: How athletes serving as brand ambassadors can make an impact beyond sports, https://www.sportendorse.com/empowering-brands-athletes-brand-ambassadors-impact-beyond-sports/

لغة عالمية تحدث بها الأمم عن هويتها⁽¹⁾، وجسرا يربط بين الماضي والحاضر، مساعدة على بناء صورة مشرقة تنعكس على شتى الجوانب الحضارية للوطن.

اذ تشكل الرياضة نسيجا وطنيا معقدا يتشابك مع التاريخ والثقافة والسياسة، فتتجاوز حدود المجرى اللعب أو الترفيه لتصير أداة لصياغة رواية وطنية تختزن في طياتها قيم الشعب وطموحاته. فمنذ القدم، كانت الألعاب الأولمبية اليونانية ميدانا لتجسيد الوحدة بين المدن المتحاربة، واليوم تحمل المسابقات الدولية رمزية أعمق؛ حيث تتحول الملاعب إلى ساحات لـ"الحروب السلمية"⁽²⁾ التي تقيمها الأمم لإثبات هويتها وقدرتها على التميز، فانتصار فريق وطني أو بطل فريد لا يكون مجرد فوز رياضي، بل حكاية تدخل كتب التاريخ.

ومن زاوية سيكولوجية، تولد الرياضة شعورا جماعيا بالانتماء يتعذر تحقيقه غيرها⁽³⁾؛ فعندما يرفع البطل الوطني العلم فوق منصة التتويج، أو تتهادى النشيد الوطني في الملعب، يذوب التنافس الفردي في بوتقة الفخر الجماعي، وتصاغ ذاكرة مشتركة تصل الأجيال. وللرياضة دورٌ خفيٌّ في تجاوز الانقسامات الداخلية؛ ففي جنوب إفريقيا، مثلا، ساهم انتصار فريق الرجبي الوطني في كأس العالم 1995 في تلميم جروح الفصل العنصري، وأصبح نيلسون منديلا، بقميص الفريق، رمزا للتسامح⁽⁴⁾.

1. تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/15 وهو موجودة عبر الرابط:

Alex Turner , The universal language of sport – Bringing cultures together :

<https://www.axcultures.com/sport-uniting-cultures>

2. تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/15 وهو موجودة عبر الرابط:

Stephen Cooper, War by other means': Rugby and warfare

<https://thehistorypress.co.uk/article/war-by-other-means-rugby-and-warfare/>

3. - أمين أنور الخولي- الرياضة و المجتمع- سلسلة عالم المعرفة- الكويت- العدد 216- 1996- ص 23-53

4. صلاح الدين الشبحاوي، مانديلا.. زعيم حارب العنصرية بسلاح الرياضة تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/15 وهو موجودة عبر الرابط:

<https://www.albayan.ae/sports/international/2013-12-21-1.2025168>

لكن لا ينبغي إغفال الجانب المعتم؛ فالرياضة قد تتحول إلى أداة للتعصب الوطني أو التمييز، كما حدث في بعض الصراعات العرقية أو الحروب، حيث تستخدم كفضاء لتجاذبات القوى⁽¹⁾، لكن الجوهر الأكثر إشراقا يظل في قدرتها على خلق لغة موحدة تتجاوز الحدود؛ فالشغف بكرة القدم، مثلا، جعل من الملعب الواحد مقرا للتعارف بين شعوب لا تجمعها إلا حب اللعبة، مما يعزز في النهاية هوية وطنية منفوذة بالقيم الإنسانية.

ان الرياضة تلعب دورا هاما وتقدما في مجال التوعية بالقيم الوطنية والمفاهيم الإنسانية النبيلة، وفي تصليب الجبهة الداخلية، وتجذير مفاهيم المواطنة والوطن الواحد مفهوما، وسلوكا، وممارسة عملية، وفي توعية المواطن بمنظومة الحقوق والواجبات المطلوبة منه وله تجاه وطنه، والتي تعمل على تعزيز شعور المواطن بالمجتمع الذي ينتمي اليه وارساء دعائم الامن والاستقرار من خلال نشر مبادئ الخير والتعاون والتسامح واحترام القانون ونبذ العنف واحترام قيم العدل والمساواة، وكلها تساهم في ترسيخ مفهوم المواطنة والهوية الوطنية الجامعة⁽²⁾.

5.1 الرياضة كأداة للسيطرة والنفوذ:

في السياق الجيوسياسي، تشير السيطرة إلى امتلاك السلطة المباشرة لإدارة دولة أو منطقة أو موارد، غالبًا عبر القوة العسكرية أو الاقتصادية، مثل الاحتلال أو التحكم في الموارد. أما النفوذ فيعني القدرة على التأثير في قرارات الآخرين بشكل غير مباشر، باستخدام أدوات مثل الدبلوماسية أو المساعدات الاقتصادية أو القوة الناعمة. بينما تتطلب السيطرة وجودًا فعليًا وقوة ملموسة، يعتمد النفوذ على الإقناع والتأثير غير المباشر⁽³⁾.

1 .Sezai ÖZÇELİK, International and Intra-State Conflicts, Peace and Sport Triangle: Conflict Analysis, Peace Studies and Sport Management Approaches, Conflict Studies Quarterly Issue 43, Türkiy 2023, pp. 24-25

2. أنظر: أمين أنور الخولي- الرياضة و المجتمع- سلسلة عالم المعرفة- الكويت- العدد 216.

3 Pour plus de détails voir : Brzezinski, Zbigniew, The grand chessboard American primacy and its geostrategic imperatives , 2022.

الرياضة، بوصفها ظاهرة إنسانية معقدة، تختزل في طياتها شبكة من العلاقات السلطوية التي تتجاوز حدود الملعب لتغوص في أعماق البنى السياسية والاقتصادية والثقافية العالمية، فمنذ نشأتها، عدت الرياضة أداة قوية للسيطرة⁽¹⁾ والنفوذ بسبب شعبيتها الواسعة وقدرتها على تجميع الناس وتأثيرها العاطفي والثقافي. و لم تكن مجرد لعبة، بل أداة هندسة اجتماعية تشكل الهويات وتسيطر على الجماهير عبر آليات قد تكون أكثر تعقيدا مما تبدو عليه. ورغم كونها مظهرا للترفيه والتنافس الشريف، تحولت عبر التاريخ إلى أداة قوية للسيطرة والنفوذ توظفها الدول والكيانات السياسية والاقتصادية لتعزيز هيمنتها وصياغة الوعي الجمعي⁽²⁾. فمنذ العصور القديمة، استخدمت الألعاب الأولمبية في اليونان كوسيلة لتأكيد الوحدة "الهدنة المقدسة" بين المدن المتحاربة، بينما حول الرومان المصارعة إلى أداة لاحتواء غضب الجماهير عبر مبدأ "خبز وسيرك". في العصر الحديث، تجلى توظيف الرياضة سياسيا خلال الحرب الباردة، حيث تحولت المنافسات الأولمبية إلى ساحة صراع رمزية بين المعسكرين الشرقي والغربي⁽³⁾، كرسالة لقوة الأنظمة الاشتراكية والرأسمالية عبر عدد الميداليات. كما تتنافس الدول اليوم لاستضافة الأحداث الكبرى ككأس العالم أو الأولمبياد، لا لتعزيز الاقتصاد فحسب، بل لصنع صورة مثالية تلمع بها على الخريطة السياسية، وتخفف من انتقادات حقوق الإنسان، كما حدث في حالة قطر 2022 أو الصين 2008.

ولا تقتصر السيطرة على الجانب السياسي، فالقوة الاقتصادية تلعب دورا محوريا عبر الرعايات الضخمة التي تتحكم بها الشركات العابرة للقارات في مسار الرياضة، فتوجه مسابقات الدوري الأوروبي مثلا وفق مصالحها التسويقية، بل وتؤثر في قواعد اللعبة ذاتها أحيانا⁽⁴⁾.

1. - أمين أنور الخولي- الرياضة و المجتمع- م.س.ذ- ص 214.

2 . David rowe : Antonio Gramsci: Sport, Hegemony and the National-Popular, opcit , pp 97-110

3. - أمين أنور الخولي- الرياضة و المجتمع- م.س.ذ- ص 61.

4. كمال الدين عبد الرحمن، اقتصاديات الرياضة م.س.ذ، ص 136-138

على الصعيد الاجتماعي، تستخدم الرياضة كأداة لصياغة الهوية الوطنية، حيث تحول انتصارات الفرق إلى سرديات ترفع شعبية الحكومات، أو تلهي الجماهير عن الأزمات الداخلية، كما تروج لثقافات محددة عبر تصدير رياضات كالكريكت في المستعمرات البريطانية سابقا. حتى على مستوى الأفراد، يمكن تحويل نجوم الرياضة إلى رموز توظف خطابيا لتأييد سياسات أو كتمويه عن قضايا شائكة. وهكذا، تظل الرياضة مرآة تعكس موازين القوى القائمة، وأحيانا أداة لإعادة تشكيلها، حيث تختلط الروح الرياضية بمصالح خفية تتحكم في الخيوط من خلف الكواليس.

2. عولمة الرياضة

1.2 مفهوم العولمة وعولمة الرياضة

العولمة بمعناها اللغوي هي التحول نحو الصبغة العالمية الأشمل و الأوسع لكي تكتسب الدولة و النظم الإقتصادية بها تلك الصبغة أو الجنسية العالمية، والتي لا بد أن تمون الخصخصة التي تعني تعظيم القطاع الخاص وفي الوقت نفسه عزل الدولة عن التدخل في ادارة الشؤون الإقتصادية. (1)

اعتبرها البعض طرحا بديلا نظريا و عمليا للنظام الدولي القائم، حيث أصبحت رائجة في العالم أفكار ومفاهيم طرحها مفكرون معظمهم أمريكيون أمثال بريجنسكي، بأن العالم أصبح عبارة عن قرية صغيرة نتيجة التطور العالمي السريع و الواسع الانتشار لتكنولوجيا الإتصال.

فالعولمة globalization هي القوى التي لا يمكن السيطرة عليها في الأسواق الدولية وخاصة الشركات المتعددة الجنسيات التي ليس لها ولاء لدولة قومية واحدة أي هي حركة حرة للسلع و الخدمات و اليد العاملة ورؤوس الأموال والمعلوماتية والثقافية و كذا الأسواق (2).

1- حسن أحمد الشافعي: التربية الرياضية و العولمة ظاهرة العصر - م.س.ذ-ص 11.

2 . Stephen G. Brooks : PRODUCING SECURITY, MULTINATIONAL CORPORATIONS, GLOBALIZATION, AND THE CHANGING CALCULUS OF CONFLICT, Princeton University Press, 2005, p 16-21

في حين يرى البعض العولمة هي درجة عالية من التفاعل بين المناطق والمجتمعات المختلفة والمتباينة يعتبرها البعض الآخر أنها مصطلح أشمل من نظام دولي بحكم أن العولمة هي علاقات تعاون دولية، يرى البعض الآخر أنها مصطلح أشمل من نظام دولي ووسيلة فكرية اعلامية جديدة ترقى لمستوى تثبيت استمرارية خلفيات اسس وأبعاد النظام الدولي في وضع متغير: تطور اقتصادي، اعلامي تكنولوجي، اجتماعي وثقافي⁽¹⁾.

فمن مجمل هذا يمكن حصر مفهوم العولمة في عبارة التداخل والإندماج والإتصال التي ترمي الى تثبيت النظام الدولي وتطويره.

الا انه يجب الإشارة الى أن العولمة ليست بنشاط جديد كونها نشاط قديم مارسه اوربا المصنعة وأمريكا فبهذا وجدت العولمة بوجود التجمعات الإقتصادية الرأسمالية وبتطور النهضة الصناعية في القرن الثامن عشر. ويؤكد بول هيرست على أن العولمة ليست شيئاً جديدا بل هي احدى مراحل التطور في عملية التدويل النظام الإقتصادي الدولي وأنها احدى المراحل التي مر بها النظام الدولي منذ أن قام وكما يرى أن التعريف النظري للعولمة الذي ينطلق من امكانية انحلال قيود كل الثقافات القومية والنظم الإقتصادية أمر ليس بعلمي ويكفيه الواقع المعاش في ظل النظام الاقصادي الدولي الراهن. ويرى كذلك أن هناك نوعا من الخيال في تحديد مفهوم العولمة من ناحية الشمولية والعمومية في معناها النظري.⁽²⁾

عولمة الرياضة:

تعد الرياضة بصورة عامة نظام شامل يجدد ويحسن العلاقات الاجتماعية على جميع الأصعدة وصولاً إلى تحسين العلاقات بين الدول وتحقيق الرفاهية والتقدم لجميع شباب العالم، وعالمية الرياضة ليست حديثة العهد، بل ساهمت الألعاب الاولمبية القديمة في اليونان إلى توحيد الشعوب والقبائل والدويلات الإغريقية القديمة، فالهدنة

1. أسعد عبد الرحمن، «العولمة» في عالم متغير، تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/15 وهو موجودة عبر الرابط:

د-أسعد-عبد-الرحمن-يكتب-العولمة-في-عنا//<https://natourcenters.com>

2- حسن أحمد الشافعي: التربية الرياضية و العولمة ظاهرة العصر - م.س.ذ-ص 12.

المقدسة خلال إقامة الألعاب الاولمبية التي تمت لعدة أشهر كانت من ابرز الممارسات للتدليل على عالمية الرياضة ودورها في ترك الآثار الايجابية في نفوس الرياضيين والقائمين الرياضة الاولمبية⁽¹⁾.

في التاريخ الاولمبي الحديث نشاهد تطبيق العولمة في الميدان الرياضي والاولمبي ممثلا نشوء اللجنة الاولمبية الدولية وإصدار الميثاق الاولمبي عام 1894 ، أي أن الميدان الرياضي والاولمبي سبق جميع التنظيمات السياسية على الصعيد العالمي، وكذلك منذ تنظيم أول العاب اولمبية للعصر الحديث عام 1896 بمشاركة 13 دولة وهذا العدد يعد أول عمل دولي مشترك وهو وجه جميل من أوجه العولمة حيث تطور عدد الدول المشاركة في الألعاب الاولمبية للعصر الحديث ليصل إلى 199 دولة في دورة سدي عام 2000 ، ومما تجدر الإشارة إليه هو أن هذا العدد يفوق عدد الدول الأعضاء في الهيئة العامة للأمم المتحدة، وفي ظل هذا الجو يعيش الرياضيون متنافسون ومطبوقون للشرائع واللوائح الاولمبية والرياضية في الألعاب والبطولات الدولية عبر القوانين الرياضية لاتحادات الدولية التي وصل عددها 35 قانون لمختلف الألعاب الرياضية الاولمبية⁽²⁾.

2.2 مظاهر العولمة في الرياضة

-العولمة الاقتصادية في الرياضة و التربية البدنية:

إن تكوين وتنوع معظم أنواع المؤسسات التي هي في طريقها نحو العالمية تم بحثها بشكل جيد وبكل أوجهها في عصر مابعد الحداثة مثل الرياضة والترفيه وهذه الأوجه تتنامى حاليا من حيث الأهمية و التعقيد الإداري والمؤسساتي، فرياضة الفرق وبخاصة كرة القدم تستحوذ على المزيد من عقول الناس في العالم، وهي تعرف استراتيجيات تجارية عالمية ودولية تظهر من خلال⁽³⁾:

1. أنظر: هديل داهي عبد الله، فلسفة الألعاب الأولمبية القديمة والحديثة، مجلة علوم التربية الرياضية، عدد42، 2011، ص 213

2 .voir : **GABRIEL BERNASCONI**, De l'universalisme au transnational :le Comité international olympique,acteur atypique des relations internationales, Bulletin de l'Institut Pierre Renouvin, n° 31 - 2010

3 -Hrald Dols, sten soderman : *Globalization of sports*. The case of football and its international management challanges, german institute of japanesse -2005.

- خلق اسواق جديدة وميزات تنافسية مدعومة.
- عبور وتخطي مسألة تداخل وتشابك العوائد المالية للرياضة.
- قاعدة المشجعين المتناثرة والمبعثرة وجمعها من خلال أنشطة نشر العلامات والرموز.

إن صناعة الرياضة أثرت على صناعة القرار الإقتصادي منذ حدوث الانفجار الإعلامي في فترة الثمانينات وبالصدفة فقد زاد من سرعة عملية العولمة وسرعة حدوثها وجود شبكة الأنترنت، وتكنولوجيا الاتصال، فالعولمة في هذا المجال هي عملية تطوير وارتقاء في عالم الأعمال اليوم فعوائد السياحة والإعلانات الناجمة عن الأحداث ذات المليون مشاهد قد أصبحت مصدر انتعاش رئيسي لإقتصاديات الدول خاصة المنظمة للأحداث الرياضية الكبرى، وقد وضعت العولمة تأكيدا عظيما على أهمية الإستثمارات الأجنبية المباشرة في استضافة الأحداث الرياضية. ويمكننا تلخيص مظاهر العولمة الاقتصادية في الرياضة في ما يلي:

❖ عولمة الممارسة الرياضية : لقد تركت عدد من الرياضات موطنها الأصلي وقامت دول أجنبية باستيرادها ومن ضمن هذه الحالات الشهيرة لعبة البيسبول في اليابان وكوريا الجنوبية في فترة الخمسينيات،

❖ عولمة المنافسات الرياضية: من توابع عولمة الممارسة الاضية أن عدد الدول و الأندية المشاركة في بطولات دولية وعالمية قد زاد منذ سبعينات القرن العشرين والشيء الأكثر أهمية هو زيادة عدد الأحداث الرياضية العالمية الحاصلة من 3 أحداث عالمية في عام 1896 الى 20 حدثا عام 2005،

❖ عولمة الإعلام الرياضي و البث الإذاعي والقنوات الرياضية،

❖ عولمة أسواق السلع الرياضية: ما جعل التجارة الدولية تتنامى و ايضا الاستثمارات في صناعة السلع الرياضية سواءا في الدول المتقدمة ا و النامية،

❖ تنامي الرعاية العالمية فشركات صناعة السلع الرياضية الرئيسية (نايك- أديداس- ريبوك-بوما...) ترعى للإتحادات الدولية الرئيسية، والأندية الرئيسية للمحترفين. و عولمة انتقالات اللاعبين المحترفين .

-العولمة الاجتماعية في الرياضة و التربية البدنية:

- الرياضة و التربية البدنية تساعدان الفرد على التكيف مع الجماعة فاللعب هو أحد مظاهر التآلف الاجتماعي و عن طريقه يمكن أن تزداد الأخوة و الصداقة بين الناس .
- الرياضة و التربية البدنية تعلمان العلاقات الإنسانية السليمة فاللاعب يبذل قصارى جهده لهزيمة خصمه ولكن بطرق اجتماعية مقبولة.
- الرياضة و التربية البدنية ينميان السمات الاجتماعية التي تحقق المصالح الشخصية في حين تأكد الخصائص الضرورية لحياة الجماعة.
- العديد من النظريات وضعها علماء الاجتماع تفسر لنا أسباب ميول الناس للعب وسميت بنظريات اللعب من أبرزها:

- نظرية الترويح

- نظرية الاستجمام

- نظرية الميراث

- نظرية الغريزة (جروس)

- نظرية الطاقة الفائضة (أو نظرية سبنسر -شيلة)

- نظرية الاتصال الجماعي

- نظرية التعبير الذاتي.

- إن ممارسة الرياضة هي مظهر اجتماعي عالمي - محلي يخضع إلى عوامل و نظريات اجتماعية تطبق على الإنسان في كل دول العالم دون تفرقة بين دول غنية أو فقيرة، غير أن الظواهر الاجتماعية و التنشئة هي التي تحدد نوعية ومظهر الألعاب المختارة و المنتشرة وفقا للقيم والعادات و التقاليد و الثقافة و المستوى الاجتماعي و الاقتصادي وفقا لسياسة الدولة أي أن الرياضة هي ظاهرة اجتماعية عالمية لا تقيد بها الحدود وتعبّر القارات وفقا لهذه المتغيرات⁽¹⁾.

1 -Nazarov Nurali Normirzaevich, The impact of the globalization process on physical education and sports (socio-philosophical analysis), Eurasian Journal of Sport Science 2023; 1(2): 83-86

العولمة الثقافية والرياضة و التربية البدنية: (1)

إن المجتمع اليوم هو مكون من مجموعات أو جماعات ذات انتماءات أو هويات مختلفة في الثقافة والدين لكنها متعايشة. والعولمة الثقافية مرتبطة بالرياضة و التربية البدنية، ولأن مظاهر التربية الرياضية (ألعاب الفردية أم الجماعية) تستمد من فلسفات ومذاهب المجتمعات المختلفة للدول ولا تعارض مع القيم الدينية لهذه المجتمعات. العولمة تنقل تلك الثقافات و الأفكار في المنافسات الرياضية إلى المستوى العالمي وبالتالي ينتقل التركيز والاهتمام بالمنافسات الرياضية من المحلية إلى العالمية. -تساهم العلاقات الرياضية بين الدول العالم إلى ربطه بقيم و سلوكيات و عادات مشتركة تساعد الإنسان على قدرة التكيف. -كل مجتمع يتميز بشخصية اجتماعية ثقافية حيث ينعكس ذلك على نوعية الألعاب الرياضية المنتشرة في دول العالم لأن الألعاب الرياضية ظاهرة اجتماعية تنشأ من ثقافة المجتمع و فلسفته وقيمه السائدة. -عولمة الثقافة الرياضية هي في الحقيقة الأمر هيمنة لثقافة معينة على الثقافات الرياضية الأخرى.

3.2 الهيآت الرياضية الدولية وعولمة الرياضة:

تلعب الهيآت الرياضية الدولية دورا محوريا في تنظيم وتطوير الرياضة على المستوى العالمي، مما يسهم بشكل كبير في عولمة الرياضة. هذه الهيآت، مثل والاتحاد الدولي لألعاب القوى (IAAF) الاتحاد الدولي لكرة القدم (FIFA)، واللجنة الأولمبية الدولية (IOC)، تعمل على وضع القواعد والمعايير التي تحكم الممارسات الرياضية في مختلف الدول، مما يضمن توحيد الأنظمة والقوانين عبر الحدود. هذا التوحيد يسهل إقامة المنافسات الدولية، مثل كأس العالم والألعاب الأولمبية، التي تجمع الرياضيين من مختلف الثقافات والخلفيات تحت مظلة واحدة⁽²⁾.

1. كامرون كورتني، تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/15 وهو موجودة عبر الرابط:

Cameron Courtney, Sports and Cultural Globalization :

<https://storymaps.arcgis.com/stories/43a177b961304bd6b7a9caa826615c8b>

2 .voir : **GABRIEL BERNASCONI**, De l'universalisme au transnational, opcit. P 15-18.

كما تسهم هذه الهيئات في تعزيز القيم الرياضية العالمية، مثل العدالة والتنافس الشريف والاحترام المتبادل، مما يعزز التفاهم والتعاون بين الشعوب. من خلال تنظيم البطولات الدولية، يتم تسليط الضوء على الرياضة كوسيلة للتواصل الثقافي وتبادل الخبرات، مما يعزز الروابط بين الدول ويقلل من الحواجز الثقافية والسياسية.⁽¹⁾

الهيئات الرياضية الدولية ليست فقط منظمات تنظيمية، بل هي أيضا قوى دافعة لعولمة الرياضة، تعمل على تعزيز القيم العالمية وتسهيل التفاعل الثقافي من خلال الأحداث الرياضية الدولية، وتلعب دورا محوريا في تشكيل المشهد الرياضي العالمي وتعزيز عولمة الرياضة من خلال مجموعة من الآليات والمسؤوليات المتعددة، غير أنه ما يلاحظ هو "هيمنة المنظمات الرياضية والثقافة الغربية"⁽²⁾، من جانب آخر، تسهم هذه الهيئات في توحيد المعايير الرياضية وتطوير البنية التحتية للرياضة في الدول النامية⁽³⁾، مما يساعد على توسيع قاعدة المشاركة العالمية وخلق مواهب جديدة من مناطق كانت مهمشة سابقا.

لا تقف العولمة الرياضية عند الجوانب التنظيمية والثقافية، بل تشمل أيضا الجانب الاقتصادي عبر عقود الرعاية العالمية وحقوق البث الممتدة عبر القارات، مما يحول الأحداث الكبرى مثل كأس العالم أو الأولمبياد إلى ظواهر جماهيرية تصل لملايين المشاهدين، وتسهم في إذابة الحواجز الجغرافية، كما تعمل هذه الهيئات على مواجهة التحديات المعاصرة مثل "التمييز وعدم المساواة بين الجنسين"⁽⁴⁾، حيث تطالب الاتحادات الرياضية الدول الأعضاء بتبني سياسات تضمن الشمولية والعدالة، كما يلاحظ في مبادرات دعم رياضة المرأة. رغم الانتقادات الموجهة لبعض الهيئات حول البيروقراطية أو الفساد، إلا أن تأثيرها الإيجابي في جعل الرياضة لغة عالمية مشتركة لا ينكر، حيث تحول الملاعب إلى منصات للوحدة الإنسانية، وتعزز فكرة أن الرياضة

1. كامرون كورتني، الرياضة والعولمة الثقافية، مرجع سبق ذكره.

2. BEACOM, Aaron, International Diplomacy and the Olympic Movement, opcit. p 43.

3. voir : **GABRIEL BERNASCONI**, De l'universalisme au transnational, opcit. P 14-17.

4. BEACOM, Aaron, International Diplomacy and the Olympic Movement, opcit. p 203.

قادرة على تجاوز الحدود السياسية والاجتماعية، لتصبح أداة فعالة للتواصل العالمي. وعموما يمكن تلخيص دور الهيئات الرياضية الدولية في عولمة الرياضة على النحو التالي:

1- التنظيم العالمي والتوحيد القياسي:

• وضع القواعد والمعايير مكافحة المنشطات:

تعمل الهيئات الرياضية الدولية على توحيد القوانين واللوائح الرياضية عبر الدول (مثل قوانين FIFA لكرة القدم، أو معايير World Athletics لألعاب القوى). كما تسعى تطوير أنظمة تحكيم عادلة وموحدة (مثل تقنية VAR في كرة القدم، أو تقنية Hawk-Eye في التنس) والى تعزيز مبادئ النزاهة ومكافحة الغش كإنشاء وكالات مثل الوكالة العالمية لمكافحة المنشطات (WADA) لضبط المنافسات وحماية النزاهة⁽¹⁾.

2- تنظيم الأحداث العالمية الرائدة:

• تنظيم استضافة البطولات الكبرى وخلق منصات للتفاعل الثقافي الدولي:

تسهر على تنظيم أحداث مثل كأس العالم (FIFA) ، والأولمبياد (IOC) ، وبطولات ألعاب القوى (World Athletics) ، التي تجذب جماهيرية عابرة للقارات، هذه الأحداث الكبرى تحول الملاعب إلى فضاءات للتبادل الثقافي⁽²⁾. (مثال: مشاركة لاعبات من دول محافظة في الأولمبياد).

1 .voir : Lincoln Allison and Alan Tomlinson , UNDERSTANDING INTERNATIONAL SPORT ORGANISATIONS , Principles, Power and Possibilities , First published , Routledge, New York, 2017

2 .voir : **GABRIEL BERNASCONI**, De l'universalisme au transnational, opcit. P .155

3- التأثير الاقتصادي والعولمة المالية:

- عقود الرعاية وحقوق البث و تحفيز الاقتصادات المحلية⁽¹⁾:
- جذب شركات عالمية (Coca-Cola ، Adidas) لرعاية الأحداث، مما يولد عائدات بمليارات الدولارات. وبيع حقوق البث لمختلف المنصات الإعلامية.
- بناء البنى التحتية (ملاعب، فنادق) في الدول المضيفة.

4- التنمية الرياضية الشاملة⁽²⁾:

- دعم الدول النامية و اكتشاف المواهب العالمية:
- برامج مثل *FIFA Goal* لتمويل لاعبي ومراكز تدريب في أفريقيا وآسيا.
- مبادرات اللجنة الأولمبية الدولية مثل (Olympic Solidarity) لتدريب الكوادر وتطوير الرياضات غير الشائعة.
- توسيع قاعدة المشاركة عبر اكتشاف مواهب من مناطق نائية (مثال: لاعبو كرة قدم من غرب أفريقيا في أوروبا).

5- تعزيز القيم الإنسانية والاجتماعية:

- مكافحة التمييز العنصري، و دعم الترويج للمساواة بين الجنسين:⁽³⁾
- حملات مثل *Say No to Racism* في UEFA ، ودعم زيادة مشاركة المرأة في الأحداث (مثل إضافة كرة القدم النسائية إلى الأولمبياد، أو بطولة FIFA (Women's World Cup)).
- الرياضة كأداة للسلام: استخدام الرياضة لبناء الجسور بين الدول المتنازعة.

1. كمال الدين عبدالرحمن درويش وآخرون، اقتصاديات الرياضة، م.س.ذ، ص 101.

2. نفس المرجع السابق، ص 107.

3. Lincoln Allison and Alan Tomlinson , UNDERSTANDING INTERNATIONAL SPORT ORGANISATIONS , Principles, Power and Possibilities , opcit, p 35.

3. الجوانب الجيوسياسية للأحداث الرياضية الكبرى:

الأحداث الرياضية الكبرى، كمناسبات دولية، تتجاوز كونها مجرد منافسات رياضية لتصبح منصات ذات أبعاد جيوسياسية واسعة. إذ غالباً ما تستغل الدول المضيفة هذه المناسبات لتعزيز صورتها الدولية، وإبراز قوتها الناعمة، وإظهار تقدمها الاقتصادي والتكنولوجي. وفي المقابل، يمكن أن تتحول هذه الأحداث إلى ساحات للتوترات السياسية، حيث تستخدم كأداة للمقاطعة أو الاحتجاج، تحسين العلاقات الدبلوماسية بين الدول، كما حدث في "دبلوماسية كرة الطاولة" بين الولايات المتحدة والصين في السبعينيات، والتي ساعدت في إذابة الجليد بين البلدين.

1.3 الألعاب الأولمبية وكأس العالم كنماذج جيوسياسية:

تعتبر الألعاب الأولمبية وكأس العالم من أبرز الأحداث الرياضية العالمية التي تتجاوز أبعادها التنافسية إلى التأثير في المشهد الجيوسياسي. تستخدم هذه الأحداث كمنصات لإظهار القوة الناعمة، وتعزيز الشرعية السياسية، وحتى كساحات للصراعات الدولية. فيما يلي توضيح تفصيلي لكيفية عملها كنماذج جيوسياسية:

❖ الألعاب الأولمبية: تاريخ من التوظيف السياسي

• استعراض القوة والهيمنة:

○ استخدمت دورة برلين 1936 كأداة دعائية لنظام هتلر، حيث أقيمت لتأكيد تفوق "العرق الآري"، لكن انتصارات الرياضي الأمريكي الأفريقي جيسي أوينز أفستت هذه الخطة. بينما في موسكو 1980، قاطعت الولايات المتحدة و60 دولة أخرى الألعاب احتجاجاً على الغزو السوفيتي لأفغانستان، بينما قاطع الاتحاد السوفيتي ألعاب لوس أنجلوس 1984 رداً على ذلك⁽¹⁾.

1. باسكال بونيفاس، الجيوبوليتيك مقارنة لفهم العالم في 48 مقالاً، ترجمة: أباد عيسى، الهيئة العامة السورية للكتاب، 2020، ص ص 252-254.

• مكافحة التمييز وتعزيز الشرعية الدولية:

- استبعدت جنوب إفريقيا من الألعاب بين 1964 و1992 بسبب سياسة الفصل العنصري (الأبارتايد)، ما أظهر دور الرياضة في الضغط السياسي⁽¹⁾.
- استخدمت الصين أولمبياد بكين 2008 لتعزيز صورتها كقوة عالمية، مع التركيز على "حقوق الإنسان والديمقراطية" وفقا لتصريحات مسؤوليها⁽²⁾.

• الاقتصاد والسياسة الخفية:

- تحولت الألعاب إلى مشاريع رأسمالية ضخمة، حيث تسيطر الشركات الكبرى واللجنة الأولمبية الدولية (IOC) على التمويل والتسويق، مما يعكس هيمنة الرأسمالية العالمية⁽³⁾.
- تفاقم الديون أحيانا⁽⁴⁾، إذ تكبدت مدن مثل أثينا (2004) وريو دي جانيرو (2016) ديونا ضخمة بسبب التكاليف الباهظة، مما أثار احتجاجات اجتماعية ضد "الامتيازات النخبوية".

❖ كأس العالم لكرة القدم: أداة للدبلوماسية والصراع

• تعزيز النفوذ الإقليمي والعالمي:

- استثمرت قطر مليارات الدولارات في كأس العالم 2022 "لتعزيز مكانتها الدولية"⁽⁵⁾ ك"محور جيوسياسي"، خاصة بعد أزمة الغاز الأوروبية الناتجة عن الحرب في أوكرانيا، حيث تسعى لتصبح مصدرا بديلا للطاقة.

1 .Sezai ÖZÇELİK, International and Intra-State Conflicts, opcit, p 30.

2 .Addi lahouri, sport est scène mondiale, opcit, p37.

3 .Lincoln Allison and Alan Tomlinson , , opcit, p 134.

4 .Alexander Budzier The Oxford Olympics Study: Are Cost and Cost Overrun at the Games Coming Down?, University of Oxford, Copenhagen, 2024, P 3

5 .Sezai ÖZÇELİK, International and Intra-State Conflicts, opcit, p 32.

○ استغلت روسيا كأس العالم 2018 لتحسين صورتها الدولية بعد اتهامات بالتدخل في الانتخابات الأمريكية وفضائح المنشطات، مع التركيز على البنية التحتية والقوة الإعلامية⁽¹⁾.

• الصراعات والتحالفات:

○ أصبحت الملاعب ساحة للقضايا السياسية، مثل ظهور العلم الفلسطيني في مباريات المنتخب العربية خلال كأس 2022، مما يعكس توظيف الرياضة لدعم القضايا القومية. في حين واجهت إيران تحديات بسبب العقوبات الأمريكية، حيث ألغت شركة "نايكي" اتفاقا لتجهيز فريقها بسبب الضغوط السياسية.

• الاقتصاد والسياحة:

حاولت دول مثل مصر وتونس استخدام مشاركتها في كأس العالم لإنعاش السياحة.

-الفرق الجوهرية بين النموذجين:

الألعاب الأولمبية	كأس العالم
تركز على التنوع الرياضي (35+ رياضة)	تركز على كرة القدم فقط.
تستضيفها مدن متنوعة (أثينا، بكين، باريس)	غالبا ما تستضيفها دول تسعى لشرعنة أنظمتها (قطر، روسيا....)
تاريخها مرتبط بالحروب والمقاطعات (1916)، (1940)	تاريخها الأحدث يرتبط بالصراعات الاقتصادية (فساد) روسيا (2018)
تستخدم كمنصة للاحتجاج (تحية القوة السوداء) (1968)	تستخدم لتعزيز القيم الثقافية (الثقافة الخليجية في) قطر 2022).

1 .Vitaly Kazakov, Can a "Good World Cup" Improve Russia's Image? Insights from Journalists and Fans at Russia 2018 : <https://www.durham.ac.uk/media/durham-university/research-/research-centres/open-world-research-initiative-owri/documents/outreach-and-impact/local-outreach/WorldCupinRussiasummaries.pdf>

- التأثيرات الجيوسياسية المشتركة:

• الدبلوماسية الرياضية:

- مثلت "دبلوماسية بينغ بونغ" بين الصين والولايات المتحدة في السبعينيات نموذجا لكسر الحواجز السياسية.
- ساهمت الألعاب الأولمبية الشتوية في كوريا 2018 في تقارب مؤقت بين الكوريتين.

• الهوية الوطنية والصراعات:

- مشاركة الرياضيين تحت العلم الأولمبي (مثل الكويت 2016 وروسيا 2016) تعكس تأثير العقوبات الدولية على الهوية الوطنية.

2.3 تأثير النزاعات السياسية على الأحداث الرياضية:

تؤثر النزاعات السياسية بشكل كبير على الأحداث الرياضية، حيث يمكن أن تحولها من منصات للترفيه والتواصل بين الشعوب إلى ساحات للصراع والتوتر. فغالبا ما تستخدم الرياضة كأداة سياسية لتعزيز الأجندات الوطنية أو للاحتجاج على سياسات معينة، مما يؤدي إلى إلغاء أو تأجيل الفعاليات الرياضية، أو حتى استبعاد فرق أو دول من المشاركة. فقد تفرض الحكومات عقوبات رياضية على دول أخرى بسبب خلافات سياسية، أو يتم تحويل المنافسات الرياضية إلى مساحات للتعبير عن مواقف سياسية، كرفع الأعلام أو الشعارات ذات الدلالات السياسية. هذه التداخلات لا تقوض روح الرياضة التنافسية فحسب، بل تؤثر أيضا على الجماهير واللاعبين الذين يفقدون فرصة المشاركة في حدث عالمي يجمع بين الثقافات المختلفة. ومع ذلك، يمكن للرياضة أن تلعب دورا إيجابيا في تخفيف حدة النزاعات عندما تستخدم كجسر للتفاهم والحوار بين الأطراف المتنازعة. وعموما تؤثر النزاعات السياسية على الأحداث الرياضية بعدة طرق، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، وذلك بسبب العلاقة الوثيقة بين الرياضة والسياسة يمكن أن نوجزها في مايلي:

❖ المقاطعات والاستبعادات(1):

- **المقاطعات:** قد تقرر دول أو فرق مقاطعة أحداث رياضية معينة احتجاجا على سياسات أو أفعال دولة مضيضة. على سبيل المثال، قاطعت العديد من الدول الألعاب الأولمبية في موسكو 1980 ولوس أنجلوس 1984 بسبب التوترات خلال الحرب الباردة.
- **الاستبعادات:** قد يتم استبعاد دول أو فرق من المشاركة في الأحداث الرياضية بسبب عقوبات سياسية أو نزاعات. مثال على ذلك هو استبعاد جنوب إفريقيا من الألعاب الأولمبية ومن بطولات كرة القدم الدولية خلال فترة الفصل العنصري واستبعاد روسيا من كأس العالم قطر 2022.

❖ تأثير على اختيار المضيف(2):

- قد تؤثر النزاعات السياسية على قرارات اختيار الدول المضيضة للأحداث الكبرى مثل كأس العالم أو الألعاب الأولمبية. على سبيل المثال، يمكن أن تستبعد دول معينة من استضافة الأحداث بسبب انتهاكات حقوق الإنسان أو عدم الاستقرار السياسي.

❖ تأثير على سلامة المشاركين والمشاهدين:

- النزاعات السياسية يمكن أن تزيد من مخاطر العنف أو الإرهاب، مما يؤثر على سلامة الرياضيين والجمهور. على سبيل المثال، قد يتم تعزيز الإجراءات الأمنية بشكل كبير في الأحداث التي تقام في مناطق تشهد توترات سياسية.
- في بعض الحالات، قد يتم إلغاء الأحداث الرياضية أو نقلها إلى دول أخرى بسبب المخاوف الأمنية.

1 .Lincoln Allison and Alan Tomlinson , UNDERSTANDING INTERNATIONAL SPORT ORGANISATIONS , opcit, pp90- 91.

2 .BEACOM, Aaron, International Diplomacy and the Olympic Movement, opcit. p 78

❖ تأثير على الروح الرياضية:

- النزاعات السياسية يمكن أن تخلق توترات بين الفرق أو الدول المشاركة، مما يؤثر على الروح الرياضية والمنافسة الشريفة. على سبيل المثال، قد تظهر مشاحنات أو احتجاجات خلال المباريات بسبب خلفيات سياسية.

❖ تأثير على الاقتصاد والاستثمارات الرياضية:

- النزاعات السياسية يمكن أن تؤثر على الاستثمارات في البنية التحتية الرياضية، حيث قد تتردد الشركات أو الحكومات في الاستثمار في دول تشهد عدم استقرار سياسي، كما قد تؤدي النزاعات أيضا إلى انخفاض عدد السياح أو المشاهدين الذين يحضرون الأحداث الرياضية، مما يؤثر على العوائد الاقتصادية⁽¹⁾.

❖ تأثير على العلاقات الدولية:

- الأحداث الرياضية يمكن أن تكون وسيلة لتحسين العلاقات الدولية أو تفاقمها. على سبيل المثال، يمكن أن تساعد الألعاب الرياضية في بناء جسور بين الدول المتحاربة⁽²⁾. وفي المقابل، يمكن أن تؤدي النزاعات السياسية إلى توتر العلاقات بين الدول المشاركة، مما يؤثر على التعاون الرياضي في المستقبل.

❖ تأثير على الرياضيين:

- قد يتعرض الرياضيون لضغوط سياسية أو اجتماعية للتعبير عن مواقف معينة أو لمقاطعة أحداث رياضية.
- في بعض الحالات، قد يتم منع الرياضيين من المشاركة بسبب جنسيتهم أو خلفياتهم السياسية.

1 .BEACOM, Aaron, International Diplomacy and the Olympic Movement, opcit, p 78.

2. بيجمان ، جيفري إلين، الدبلوماسية المعاصرة، م.س.ذ، ص 270-272.

أمثلة تاريخية:

- الألعاب الأولمبية 1936 في برلين :حاول النظام النازي استخدام الألعاب كأداة دعائية لتعزيز أفكاره. ومقاطعة الألعاب الأولمبية 1980 و1984 : بسبب الحرب الباردة، قاطعت الولايات المتحدة وحلفاؤها الألعاب في موسكو، وقاطعت الاتحاد السوفيتي وحلفاؤه الألعاب في لوس أنجلوس⁽¹⁾.
- كأس العالم 2022 في قطر : واجهت انتقادات بسبب انتهاكات حقوق الإنسان وقضايا تتعلق بالعمالة الوافدة، كما تم استبعاد منتخب روسيا من المشاركة.

3.3 الرياضة والقوة الناعمة:

إن موضوع القوة الناعمة⁽²⁾ له علاقة وطيدة وفيه إشارة شديدة إلى الدولة القوية، فالشيء البارز هو "القوة"، التي تعتبر الفاصل في تقرير مكانة ومصير الدول، حيث أن هناك من الدول من تمتلك أسلحة مدمرة تجعل العالم يحسب لها ألف حساب وتكون صانعة للقرارات الدولية وذو هيبة دولية واسعة، مثل روسيا والولايات المتحدة الأمريكية وبعض من الدول العظمى التي تمتلك الأسلحة النووية. في حين هناك دولاً صغيرة من حيث مساحتها وقلة شعبها وضعف جيشها وسلاحها، لكنها ذو تأثير عالمي لا نظير له وهي أيضاً يحسب لها ألف حساب يقال عنها أنها تسير بقوى خفية ويسميها الخبراء السياسيون بالدول التي تعتمد في سياستها على "القوة الناعمة". وهناك من الدول من يعتمد على كلا القوتين معا أي تمزج بين القوة الصلبة والقوة الناعمة في سياستها الداخلية والخارجية ولها سيادة عالمية ونجاحات مبهره على الصعيدين الوطني والدولي، وتسمى هذه الدول بالدول الذكية بحيث أن القوة الذكية هي قوة ناتجة عن مزج القوة الصلبة بالقوة الناعمة.

1. باسكال بونيفاس، الجيوبوليتيك مقارنة لفهم العالم في 48 مقالاً، ترجمة: اباد عيسى، الهيئة العامة السورية للكتاب، 2020، ص ص 252-254.

2. القوة الناعمة: هو مفهوم صاغه جوزيف ناي من جامعة هارفارد لوصف القدرة على الجذب والضم دون الاكراه أو استخدام القوة كوسيلة للاقتناع.

إن القوة الناعمة هي نظرية سياسية حديثة تم إبتكارها من طرف المنظر الأمريكي " جوزيف ناي" ⁽¹⁾ في تسعينيات القرن الماضي، وهي سلاح مؤثر يحقق الأهداف عن طريق الجاذبية والإقناع بدل الإرغام أو دفع الأموال، وموارد القوة الناعمة لأي بلد هي ثقافته إذا كانت تتمتع بالقدر الأدنى من الجاذبية وقيمه السياسية عندما يطبقها بإخلاص داخليا وخارجيا إضافة إلى السياسة الخارجية.

الرياضة هي إحدى الوسائل التي يمكن التركيز عليها من أجل تحقيق الأهداف كوجه من أوجه القوة الناعمة، لذلك تسعى الدول لاحتضان أكبر المنافسات الرياضية كالألعاب الأولمبية وكأس العالم لكرة القدم، بهدف الترويج لإمكانيات البلد وما تمتلكه من منشآت رياضية ضخمة بمعايير عالمية، وكذا الترويج لما تمتلكه من مناظر طبيعية وسياحية، فالأحداث الرياضية الكبرى هي فرصة لنشر صورة إيجابية عن الدولة، ومن أجل ذلك يجب أن تخصص لتغطيتها وسائل إعلامية جد متطورة لتكون في مستوى هذه الأحداث، حيث أن الترويج للأحداث الرياضية يدخل ضمن الدعاية الرياضية المصاحبة لمختلف التظاهرات الرياضية.²

إن هذا الشيء ينطبق تماما على ما هو موجود في المنافسات الرياضية بالأخص في رياضة كرة القدم، خاصة عندما يتعلق الأمر بمباراة مهمة مثل نهائي كأس العالم حيث يتقابل طرفان يمثلان منتخبين وطنيين يسعى كل واحد منهما للتغلب على الآخر، وذلك باستعمال كل الخطط المتاحة للترويج باللقب.

ان كتاب "القوة الناعمة وسيلة النجاح في السياسة الدولية" هو كتاب من تأليف " (JOSEPH NEY) الذي شغل منصب نائب لوزير الدفاع الأمريكي في حكومة (BILL KLINTON) ورئيس مجلس المخابرات الوطني، قسم المؤلف كتابه إلى خمسة فصول

1 Voir : .Joseph S. Nye Jr, Soft Power, The Means To Success In World Politics, New York, Public Affairs, 2004.

² جوزيف ناي القوة الناعمة وسيلة النجاح في السياسة الدولية ، ترجمة للعربية د. محمد توفيق البجيرمي، مكتبة العبيكان، الأردن 2012 ، ص08.

حاول من خلالها التفصيل في مفهوم القوة الناعمة التي تعمل جنبا إلى جنب مع القوة الصلبة، بهدف تقوية مصالح أمريكا في كل أرجاء العالم.¹

بحسب الكاتب فإن " القوة الناعمة " سلاح مؤثر يحقق الأهداف عن طريق الجاذبية والإقناع بدل الإرغام أو دفع الأموال، وموارد القوة الناعمة لأي بلد هي ثقافته إذا كانت تتمتع بالقدر الأدنى من الجاذبية وقيمه السياسية عندما يطبقها بإخلاص داخليا وخارجيا إضافة إلى السياسة الخارجية.

"يؤكد الكاتب أن بعض الدول الصغيرة أصبحت ذات تأثير كبير ومنها قطر التي تعتبر قناة " الجزيرة " حسب الكاتب مصدر قوتها الناعمة، كما يؤكد الكاتب أن مصدر قوة أمريكا ليس هو الجيش فقط وإنما مجموعة من الدواعم لهذه القوة فعلى سبيل المثال تجتذب الولايات المتحدة أكبر نسبة للمهاجرين، والطلبة الدارسون منهم سيحملون الكثير من القيم والمبادئ الأمريكية، ويمكن أن يكونوا سفراء للثقافة الأمريكية ويحتلون في دولهم مراكز القرار، كما تحتل الولايات المتحدة المرتبة الأولى في الفوز بجوائز نوبل في الفيزياء والكيمياء والاقتصاد، ومبيعاتها من المؤلفات الموسيقية تشكل الضعف مقارنة مع اليابان التي تحتل المرتبة الثانية، وتعتبر أمريكا أكبر مصدر للأفلام والبرامج التلفزيونية في العالم، رغم أن هوليوود الهندية تنتج أفلاما أكثر منها في كل عام. كمال يوضح الكاتب أن حسم الصراعات بالقوة العسكرية لوحدها أصبح أمرا من الماضي خاصة وأن الانفتاح وقوة وسائل الاتصال والبرمجيات قد تشكل عائقا كلما حاولت الولايات المتحدة شن حرب جديدة، ويدعو إلى اعتماد إستراتيجية القوة الناعمة لضمان حلفاء ليس من الحكام فقط بل من شعوب المناطق التي تريد أمريكا فرض سيطرتها عليها بشكل ما.²

إن من وسائل وأدوات القوة الناعمة وأكثرها تأثيرا نجد الرياضة التي تطورت بشكل بارز منذ أواخر القرن العشرين وحتى يومنا هذا، واستعملتها عديد من الدول في تنفيذ

¹ : Joseph S. Nye Soft Power opcit, 2004, p. 5

² محمد توفيق البجيرمي نفس المرجع السابق، ص64.

برامجها السياسية على الصعيد الداخلي والخارجي ومن بين هذه الدول نجد اسبانيا واغلب الدول الأوروبية التي تروج لسياستها عن طريق الدعاية الرياضية ، حيث أن اسبانيا تشارك في مختلف البطولات الأوروبية التي يتابعها اغلب عشاق الكرة المستديرة عبر العالم أجمع وامتلاكها لأشهر ناديين لكرة القدم في العالم " برشلونة وريال مدريد" اللذان يستقطبان مئات الملايين من المتابعين في مباراة كلاسيكو العالم الذي أعطى شهرة عالمية لاسبانيا وروج للثقافة الاسبانية عن طريق عرض لمختلف الحفلات الراقصة التي تقام موازاة مع كل انتصار تحققه الرياضة الاسبانية خارج الديار، بالإضافة إلى اختلاف الثقافات وتعدد الأيديولوجيات من مدينة إلى أخرى ومن إقليم إلى إقليم آخر، استطاعت الرياضة أن تجمع ما فرقته السياسة بحكم التاريخ في اسبانيا الملكية.

ألمانيا هي الأخرى معروفة عالميا في مجال الرياضة بمنتهى المعروف بالماكينة الألمانية نسبة إلى قوة صناعة ألمانيا التي تصل إلى مختلف دول العالم نظرا لبراعة الألمان في إتقان صناعتهم، وليست كرة القدم فقط من تمثل الرياضة، بل هناك رياضات أخرى لها تأثير قوي وتجذب أعداد هائلة من المتابعين، حيث طورت ألمانيا على مرور الزمن منشاتها الرياضية وأصبحت تمتلك ملاعب رياضية ذات مواصفات جد عالية أهلتها لاستضافة كأس العالم لعام 2006، وعندما نتحدث عن نجاح الدول في استضافة كبر بطولات العالم لا يمكن أن نمر مرور الكرام دون أن نتطرق إلى فوز ملف قطر باستضافة كأس العالم لكرة القدم عام 2022.¹

دور الرياضة في تعزيز القوة الناعمة للدول:

وفي هذا الإطار، تركز دراسة "جوناثان جريكس" و "باري هوليهان" على تحليل مدى إسهام الرياضة في تعزيز القوة الناعمة للدول من خلال دراسة حالتي ألمانيا في عام 2006 وبريطانيا في عام 2012؛ حيث تركز الدراسة على كيفية توظيف الدول

¹ Pim Verschuuren, « Les multiples visages du « sport power » », *Revue internationale et stratégique*, 2013/1 n° 89, p. 131

للرياضة في إطار سياسات تدعيم القوة الناعمة، والترويج للنموذج الذي تمثله عالميا؟⁽¹⁾.

تشير الدراسة إلى اتجاه الدول مؤخرا لاستخدام الرياضة كقوة ناعمة، وذلك عبر سعيها إلى استضافة الألعاب الرياضية لاستخدام مثل هذه الأحداث لتنشيط الدبلوماسية العامة، مدللة على ذلك بكيفية استخدام ألمانيا وبريطانيا ذلك لتغيير صورتها بين الجماهير الأجنبية وكسب هبة دولية. إذ زاد تنافس الدول على استضافة الألعاب الرياضية البارزة باعتبارها أداة لتسريع نمو الاقتصاد (مثل: انطلاق دورة ألعاب الكومنولث من الهند عام 2010، واستضافة البرازيل كلا من كأس العالم عام 2014، ودورة الألعاب الأولمبية، وأولمبياد المعاقين 2016)، كما زاد اهتمام دول الخليج كقطر والبحرين بتنظيم الأحداث الرياضية.

مع مرور الزمن تصاعدت اتجاهات تسييس الرياضة والتداخل بين الإنجازات الرياضية للدولة، والمكانة العالمية للدولة. وتعددت أساليب الإنجاز الرياضي التي لم تعد تقتصر على حصد البطولات العالمية، أو تقدم التصنيف العالمي في الممارسات الرياضية المختلفة، وإنما باتت تشمل اقتناء الأندية الرياضية العالمية، والاستحواذ على الامتياز الإعلاني لها، والحصول على حقوق الرعاية الحصرية للبطولات الكبرى، واستضافة الفاعليات الرياضية الأكثر جذبا للجماهير. كما أدى تصاعد التنظيم والاحترافية والعالمية في الممارسات الرياضية إلى اعتماد عدد كبير من دول العالم على الرياضة ضمن أدوات تفعيل القوة الناعمة للدولة وأبرزها قطر، وبناء صور ذهنية إيجابية عنها لتعزيز أرصدة القوة غير المادية، والترويج للنموذج الجاذب الذي تسعى لتسويقه، واستعراض مركزية مكانة الدولة على المستوى العالمي⁽²⁾.

1 Jonathan Grix, Barrie Houlihan, Sports Events as Part of a Nation's Soft Power Strategy: The Cases of Germany (2006) and the UK (2012), The British Journal of Politics and International Relations, p 572-596.

2. أنظر: كمال حميدو، الإعلام والرياضة أداتين لبناء السمعة الوطنية والتسويق لها: الاستراتيجية القطرية نموذجاً، سياسات عربية، 2022.

وتسهم الرياضة في إبراز صورة وهوية الدولة وعلامتها التجارية على الساحة الدولية، وتعزيز الفخر بإنجازات المنتخب الوطني؛ حيث تتجح الأحداث الرياضية الضخمة في جذب انتباه مليارات الأشخاص، فضلا عن أنها تعد منصة مثالية لتسليط الضوء على الدولة المضيفة. فعلى سبيل المثال، أدى استضافة ألمانيا لكأس العالم في عام 2006 إلى زيادة ثقة النخبة السياسية في أنفسهم، وتعزيز الوطنية بين المواطنين، وتحسين معدلات السياحة، ونمو الاستثمار الداخلي والصادرات¹.

في الختام، يتضح أن الرياضة ليست مجرد نشاط بدني ترفيهي أو تنافسي، وإنما هي ساحة تتداخل فيها العديد من الأبعاد الجيوسياسية، بل هي أداة جيوسياسية قوية تؤثر في تشكيل العلاقات الدولية. لقد استعرضنا كيف يمكن أن تعكس الأحداث الرياضية التوترات السياسية، وتعزز الهوية الوطنية، وتساهم في تشكيل العلاقات الدولية. كما تعمل الحكومات على استغلال الرياضة كأداة للدعاية وتعزيز النفوذ.

اذ يجب أن ندرك أن الرياضة يمكن أن تكون وسيلة للسلام والتواصل بين الشعوب، حيث تسهم في بناء جسور التعاون والتفاهم في زمن تتصاعد فيه النزاعات، اذ لاحظنا كيف يمكن أن تكون الأحداث الرياضية منصات لتعزيز التعاون الدولي أو، على العكس، وسيلة لتعزيز الصراعات والمنافسات بين الدول. فالرياضة، بوصفها لغة عالمية، تمتلك القدرة على تجاوز الحدود السياسية والثقافية، مما يجعلها أداة فاعلة في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للدول. علاوة على ذلك، فإن استضافة الأحداث الرياضية الكبرى، مثل الألعاب الأولمبية أو كأس العالم، أصبحت وسيلة للدول لإظهار قوتها الناعمة وتعزيز مكانتها على الساحة الدولية.. كما يمكن القول إن الأبعاد الجيوسياسية للرياضة تعكس التفاعل المعقد بين السياسة والاعلام والرياضة والمجتمع. ومن خلال فهم هذه الأبعاد، يمكن للدول والمؤسسات الدولية استغلال الرياضة كأداة لتعزيز السلام والتفاهم الدولي، مع تجنب تحويلها إلى ساحة للصراعات والمنافسات الضارة.

¹ Jonathan Grix, Barrie Houlihan, idem.

ثالثا:

الإعلام الرياضي وتأثيره الجيوسياسي

- 9- دور الإعلام الرياضي في تشكيل الرأي العام
- 10- الإعلام الرياضي كسلطة ناعمة
- 11- الإعلام الرياضي والعولمة
- 12- الإعلام الرياضي وبناء السمة الوطنية للدول
- 13- الإعلام الجديد والرياضة

تمهيد:

رأينا سابقا أن الرياضة تعتبر وسيلة تعبير ثقافي واجتماعي تلامس قلوب الملايين حول العالم، إذ تتجاوز حدود التسلية والتنافس لتصبح منصة للتفاعل الاجتماعي والسياسي، وفي عصر العولمة والتطور التكنولوجي المتسارع، أصبح الإعلام الرياضي أحد أبرز الأدوات الفاعلة في تشكيل الرأي العام وصياغة الرؤى الجيوسياسية. لا يقتصر دور الإعلام الرياضي على تغطية الأحداث والمنافسات الرياضية فحسب، بل يتعداه ليكون وسيلة تأثير قوية في تعزيز الهويات الوطنية، بناء الصور الذهنية والسمة الوطنية، فمن خلال التغطيات الاعلامية الضخمة للأحداث الرياضية الكبرى، يمكن تتحول الملاعب إلى ساحات دبلوماسية، إذ تصبح الرياضة لغة عالمية قادرة على تجاوز الحدود السياسية والثقافية. هذا المحور يستكشف البعد الجيوسياسي للإعلام الرياضي، وكيف يمكن أن يكون أداة لتعزيز السلام أو إشعال الصراعات، وكيف يساهم في تشكيل السياسات الدولية والعلاقات بين الدول.

1. دور الإعلام الرياضي في تشكيل الرأي العام:

يتعتبر الإعلام الرياضي أحد أبرز الأدوات الفاعلة في تشكيل الرأي العام⁽¹⁾، حيث يلعب دورًا محوريًا في صياغة وجهات النظر والمواقف تجاه الأحداث الرياضية والشخصيات الرياضية، بل ويتعدى تأثيره إلى القضايا الاجتماعية والسياسية والثقافية المرتبطة بالرياضة. من خلال تغطيته الواسعة والمتنوعة للبطولات والمباريات، يستطيع الإعلام الرياضي أن يسلط الضوء على الإنجازات الرياضية، ويعزز روح الانتماء والهوية الوطنية، خاصة في المنافسات الدولية التي تجمع الجماهير حول هدف مشترك⁽²⁾. كما يساهم في تشكيل الرأي العام من خلال تحليلاته ونقاشاته التي تقدم

1. نسمة فايق كمال، الصحافة الرياضية، ط1، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، مصر، 2016، ص 9.

2. عبد الحفيظ عبد المكرم مهلي، الصحف الرياضية ودورها في تشكيل الرأي العام الرياضي وتعزيز الاتجاهات نحو الرياضة، ماجستير، جامعة السودان،

2014. ص 38

للجمهور رؤى عميقة حول الأداء الفني للفرق واللاعبين، مما يزيد من وعي المشاهدين ويفتح المجال للحوار والنقاش حول الاستراتيجيات والتكتيكات الرياضية. كما أن الإعلام الرياضي يعمل كمرآة تعكس قيم المجتمع وتطلعاته⁽¹⁾، حيث يمكن أن يُبرز قصص النجاح والإصرار التي تلهم الأفراد وتحفزهم على تحقيق أهدافهم، ومن ناحية أخرى، يمكنه أن يؤثر سلباً على الرأي العام إذا ما تم استخدامه بشكل غير مسؤول، مثل التركيز المفرط على الجوانب السلبية أو الإشاعات التي تثير الجدل وتؤجج الصراعات بين الجماهير. لذلك، يقع على عاتق الإعلام الرياضي مسؤولية أخلاقية في تقديم محتوى متوازن وموضوعي، يعزز القيم الرياضية النبيلة مثل العدل والتنافس الشريف والاحترام المتبادل⁽²⁾. ويمكن توضيح ذلك من خلال عدة عناصر رئيسية:

- **المعلومات والتوعية⁽³⁾**: يقدم الإعلام الرياضي معلومات دقيقة حول الأحداث الرياضية، الفرق، اللاعبين، والقضايا المتعلقة بالرياضة. هذه المعلومات تساعد الجمهور على تكوين آراء مستنيرة.
- **التأثير على المشاعر**: يمتلك الإعلام قدرة على التأثير على مشاعر الجمهور تجاه فرق معينة أو لاعبين. يمكن أن يؤدي التغطية الإيجابية أو السلبية إلى تشكيل انطباعات قوية.
- **المناقشات والتحليلات الفنية**: يشجع الإعلام الرياضي على المناقشات العامة حول الأداء الرياضي، الاستراتيجيات، والقرارات التحكيمية. هذه المناقشات تؤثر على كيفية رؤية الجمهور للأحداث.
- **التسويق والعلامات التجارية⁽⁴⁾**: يلعب الإعلام دوراً في ترويج العلامات التجارية الرياضية، مما يؤثر على تفضيلات الجمهور وولائهم.

1. نسمة فايق كمال، الصحافة الرياضية، م.س، ذ، ص ص 46-47.

2. see : The Power of Media: How News and Sports Coverage Shapes Public Opinion :

<https://competehigh.com/news-and-sports-coverage-shapes-public-opinion/>

3. نسمة فايق كمال، الصحافة الرياضية، م.س، ذ، ص ص 131.

4. نفس المرجع السابق، ص 219.

- **التأثير الاجتماعي والسياسي⁽¹⁾**: الرياضة غالبًا ما تتداخل مع القضايا الاجتماعية والسياسية. يمكن للإعلام الرياضي أن يسلط الضوء على هذه القضايا، مما يؤثر على الرأي العام.
- **المشاركة المجتمعية⁽²⁾**: يشجع الإعلام الرياضي على المشاركة في الفعاليات الرياضية، مما يعزز الروابط الاجتماعية ويحفز المجتمع على التفاعل.
- **التوجهات الثقافية**: يعكس الإعلام الرياضي التوجهات الثقافية ويؤثر عليها، مما يساهم في تشكيل هوية المجتمع.

كما تلعب وسائل الإعلام الرياضية دورًا حاسمًا في تشكيل الرأي العام من خلال التأثير على كيفية إدراك الجماهير للرياضيين والفرق والدوريات والأحداث الرياضية الكبرى. ومن خلال وسائل مختلفة مثل التلفزيون والراديو والصحف والمنشورات الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي، تؤثر وسائل الإعلام الرياضية على طريقة تفاعل المشجعين مع الرياضة وتفسيرهم لها⁽³⁾. وفيما يلي بعض الطرق الرئيسية التي تؤثر بها وسائل الإعلام الرياضية على الرأي العام:

❖ صياغة السرد الإعلامي⁽⁴⁾:

- تتحكم وسائل الإعلام الرياضية في السرد من خلال تحديد القصص التي يتم تسليط الضوء عليها وكيفية تقديمها. إذ يمكن أن تؤدي التغطية الإيجابية إلى بناء نجوم رياضيين، بينما قد تؤدي التغطية السلبية إلى الإضرار بالسمعة. على سبيل المثال، يمكن للإعلام أن يصور رياضيًا كنموذج يُحتذى به أو كشخصية مثيرة للجدل بناءً على التغطية الانتقائية.

1. نفس المرجع السابق ، ص 26.

2. نفس المرجع السابق ، ص 40-45.

3 . see : O.A. Milshteyn, The Shaping of Public Opinion Regarding Sport by the Mass Media as a Factor Promoting International Understanding, :

<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/101269027601100305>

4. فيل اندروز، الصحافة الرياضية، ترجمة: بدران حامد، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر ، 2015، ص 192.

❖ صياغة التصورات والتأثير على الجماهير (1):

- تؤثر طريقة تغطية وسائل الإعلام الرياضية للفرق واللاعبين على كيفية رؤية المشجعين لهم.
- يمكن أن تؤدي التغطية المتحيزة إلى خلق تفضيل لفريق معين أو لاعب معين.
- يمكن أن يؤدي التعرض المتكرر لوجهات نظر معينة إلى تشكيل الولاء أو العداء بين الجماهير.

❖ خلق الإثارة والتوقعات (2):

- تلعب وسائل الإعلام دورًا في بناء الحماس حول الأحداث الرياضية الكبرى مثل الأولمبياد، والسوبر بول، وكأس العالم.
- من خلال المحتوى الترويجي، والتحليلات المتخصصة، ورواية القصص، تزيد وسائل الإعلام الرياضية من الترقب والاستثمار العاطفي من قبل الجماهير.

❖ تشكيل الخطاب الاجتماعي والسياسي (3):

- تغطي وسائل الإعلام الرياضية قضايا تتجاوز اللعبة، مثل المساواة العرقية، وتمثيل المرأة، والصحة النفسية.
- على سبيل المثال، أثارت تغطية احتجاج كولين كابرنيك ضد الظلم العنصري نقاشات وطنية وعالمية.
- يمكن أن تدعم وسائل الإعلام هذه القضايا الاجتماعية أو تعارضها بحسب طريقة تقديمها.

1. فيل اندروز، الصحافة الرياضية، المرجع السابق، ص 243.

2. نسمة فايق كمال، الصحافة الرياضية، م.س، ذ، ص 180.

3. نسمة فايق كمال، نفس المرجع السابق، ص 216.

❖ التأثير على سمعة الرياضيين:

- يمكن أن تؤثر التغطية الإعلامية بشكل كبير على مسيرة الرياضيين.
- قد تؤدي التغطية الإيجابية إلى صفقات رعاية وشعبية واسعة، بينما يمكن أن تؤدي التغطية السلبية إلى ردود فعل عامة سلبية.
- غالبًا ما يتم تضخيم الفضائح والتقييمات النقدية والأحداث خارج الملعب من خلال التغطية الإعلامية.

❖ تحفيز المصالح التجارية⁽¹⁾:

- ترتبط وسائل الإعلام الرياضية ارتباطًا وثيقًا بالإعلانات والرعاية، مما يؤثر على الفرق والدوريات واللاعبين الذين يحصلون على أكبر دعم مالي.
- غالبًا ما تتماشى التغطية الإعلامية مع المصالح التجارية، حيث تروج للأحداث والبضائع التي تدر أرباحًا.

وسائل الإعلام الرياضية قوة مؤثرة تتجاوز مجرد نقل النتائج والأخبار الرياضية، فهي تشكل الرأي العام من خلال التأثير على التصورات، وصياغة السرديات، وتحفيز النقاشات الاجتماعية. سواء من خلال الصحافة التقليدية أو منصات التواصل الاجتماعي، فإن طريقة تغطية الرياضة لها تأثير دائم على كيفية تفاعل الجماهير مع عالم الرياضة وفهمهم له⁽²⁾.

2. الإعلام الرياضي كقوة ناعمة:

الإعلام الرياضي يمكن أن يكون أداة قوية كقوة ناعمة (Soft Power) من خلال تأثيره الثقافي والاجتماعي والسياسي، وكما رأينا سابقًا أن القوة الناعمة تشير إلى القدرة

1. نسمة فايق كمال، نفس المرجع السابق، ص 133.

2. مجت أبو طامع، دور الصحافة الرياضية في تكوين الرأي العام تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/15 وهو موجودة عبر الرابط:

<https://www.maannnews.net/news/347427.html>

على الجذب والإقناع دون استخدام القوة أو الإكراه، وتعتمد على التأثير الثقافي والقيمي والسياسي لتحقيق الأهداف. فيما يلي بعض الطرق التي يمكن من خلالها أن يكون الإعلام الرياضي قوة ناعمة⁽¹⁾:

➤ تعزيز الهوية الوطنية والثقافية:

- الإعلام الرياضي يعكس نجاحات الفرق والرياضيين على المستوى الدولي، مما يعزز الفخر الوطني والهوية الثقافية.
- من خلال تغطية الأحداث الرياضية، يمكن للإعلام أن يعرض الثقافة المحلية والعادات والتقاليد للعالم، مما يعزز صورة الدولة إيجابياً.

➤ بناء العلاقات الدولية:

- الأحداث الرياضية الكبرى مثل كأس العالم أو الألعاب الأولمبية توفر منصة للدول لتعزيز العلاقات الدبلوماسية والثقافية.
- الإعلام الرياضي يمكن أن يعمل كجسر للتواصل بين الشعوب، مما يعزز التفاهم المتبادل ويقلل من التوترات السياسية.

➤ تعزيز القيم الإيجابية:

- الرياضة ترتبط بقيم مثل العمل الجماعي، الانضباط، العدالة، والتفاني. الإعلام الرياضي يمكن أن يعزز هذه القيم ويعكسها كجزء من الهوية الوطنية.
- من خلال تسليط الضوء على قصص النجاح والتحدي، يمكن للإعلام الرياضي أن يلهم الأفراد ويعزز الروح الإيجابية.

1. كمال حميدو، الإعلام والرياضة أدوات لبناء السمة الوطنية والتسويق لها: الاستراتيجية الفُطرية نموذجًا، سياسات عربية، 2022. ص 26-

➤ التأثير على الرأي العام المحلي أو الدولي (1):

- الإعلام الرياضي لديه القدرة على تشكيل الرأي العام من خلال تغطية الأحداث الرياضية بشكل معين، مما قد يؤثر على تصورات الجمهور تجاه قضايا سياسية أو اجتماعية محلية أو دولية. قضايا مثل حقوق الإنسان، المساواة، أو السلام.

➤ تعزيز الاقتصاد والسياحة (2):

- التغطية الإعلامية للأحداث الرياضية الكبرى يمكن أن تجذب السياح وتعزز الاقتصاد المحلي، والإعلام الرياضي يمكن أن يعرض المدن والمناطق المضيفة للأحداث الرياضية، مما يعزز صورتها كوجهات سياحية.

➤ التأثير على السياسة الخارجية (3):

- يمكن للدول استخدام الإعلام الرياضي كأداة لتحسين صورتها الدولية وتعزيز مصالحها السياسية. فعلى سبيل المثال، استضافت قطر كأس العالم 2022 واستخدمت الحدث كمنصة لعرض تطورها الثقافي والاقتصادي، مما ساهم في تحسين صورتها على المستوى الدولي.

➤ تعزيز السلام والتعاون الدولي:

- الأحداث الرياضية غالباً ما تكون منصات للسلام والتعاون بين الدول. الإعلام الرياضي يمكن أن يعزز هذه الرسالة من خلال تسليط الضوء على اللحظات التي تظهر فيها الروح الرياضية والتعاون بين الدول.

1. نسمة فايق كمال، م.س.ذ، ص 46-47.

2. نفس المرجع السابق، ص

3. كمال حميدو، الإعلام والرياضة أدوات لبناء السمة الوطنية: م.س.ذ، ص 28.

➤ تأثير النجوم الرياضيين:

- الرياضيون المشهورون يمكن أن يكونوا سفراء غير رسميين لبلادهم، حيث يتمتعون بتأثير كبير على الرأي العام العالمي. الإعلام الرياضي يمكن أن يستغل شهرة هؤلاء الرياضيين لتعزيز صورة الدولة وقيمها.

➤ مكافحة التعصب وتعزيز التسامح⁽¹⁾:

- يمكن للإعلام الرياضي أن يلعب دوراً في الحد من التعصب الرياضي من خلال تقديم محتوى يعزز قيم الاحترام والتسامح بين الجماهير.

3. الإعلام الرياضي والصراعات الدولية⁽²⁾:

العلاقة بين الإعلام الرياضي والصراعات الدولية علاقة معقدة ومتشابكة، تتأثر بعدة عوامل وتتجلى في عدة مظاهر. يمكن وصفها بأنها علاقة توظيف و تأثير متبادل.

أولاً: توظيف الإعلام الرياضي في الصراعات الدولية:

- كأداة للدعاية السياسية : لطالما استخدمت الدول الإعلام الرياضي للترويج لأيديولوجياتها وسياساتها، سواءً داخلياً أو خارجياً. فمثلاً، تنظيم الأحداث الرياضية الكبرى مثل الأولمبياد أو كأس العالم والتغطيات الاعلامية الضخمة المصاحبة لها، يُستخدم كمنصة لعرض قوة الدولة وتأثيرها على الساحة الدولية. كما يمكن استخدام الانتصارات الرياضية لتعزيز الشعور بالوطنية والفخر، وتجييش الجماهير لدعم سياسات الحكومة.

1. نسمة فايق كمال، م.س.ذ، ص 37.

2 . see : David Rowe, Global Media Sport : Flows, Forms and Futures, Bloomsbury Publishing, London, 2011. P 4-8.

- كوسيلة للضغط الدبلوماسي: يمكن استخدام مقاطعة الأحداث الرياضية أو سحب الفرق الرياضية والترويج لها اعلاميا، كوسيلة للضغط على الدول الأخرى لتحقيق أهداف سياسية معينة، مثل التنديد بانتهاكات حقوق الإنسان أو الاعتراض على سياسات خارجية محددة.
- كأرضية للصراعات بالوكالة: في بعض الأحيان، تتحول المنافسات الرياضية إلى ساحة لتصفية الحسابات السياسية بين الدول، حيث يُنظر إلى فوز فريق دولة ما على فريق دولة أخرى كنوع من الانتصار السياسي في ظل التركيز الاعلامي عليها . هذا يُمكن أن يؤدي إلى تأجيج الصراعات القائمة أو خلق صراعات جديدة.
- لنشر رسائل سياسية معينة: يمكن استخدام التغطية الإعلامية للأحداث الرياضية لنشر رسائل سياسية معينة، سواءً بشكل مباشر أو غير مباشر.

ثانياً: تأثر الإعلام الرياضي بالصراعات الدولية⁽¹⁾:

- التغطية الإعلامية المتحيزة: في أوقات الصراعات الدولية، قد تتأثر التغطية الإعلامية للأحداث الرياضية بالتحيزات السياسية، حيث يتم التركيز على جوانب معينة وتجاهل جوانب أخرى خدمةً لأجندات سياسية محددة.
- الرقابة والتضييق: قد تفرض الحكومات رقابة على الإعلام الرياضي في أوقات الصراعات الدولية، لمنع نشر أي معلومات قد تُعتبر ضارة بالأمن القومي أو تُضعف الروح المعنوية.
- استخدام الرياضة كسلاح: تتناول الاعلام الرياضي باسهاب لبعض الحالات، التي تُستخدم الرياضة كسلاح في الصراعات الدولية، كمنع الرياضيين من دولة معينة من المشاركة في المنافسات الدولية، أو من خلال فرض عقوبات على الاتحادات الرياضية لتلك الدولة قد يؤدي الى تأجيج الأوضاع⁽²⁾.

1. فيل اندروز، الصحافة الرياضية، المرجع السابق، ص 43.

2. نسمة فايق كمال، الصحافة الرياضية، م.س، ذ، ص 171.

• تأثير العولمة: في عصر العولمة، أصبح الإعلام الرياضي أكثر تأثيراً في تشكيل الهويات الوطنية والعلاقات الدولية. يمكن أن تؤدي التغطية الإعلامية للأحداث الرياضية إلى تعزيز الروابط بين الدول أو تقاوم الصراعات، بناءً على كيفية تقديم هذه الأحداث.

4.4 الإعلام الرياضي والعولمة:

ان عولمة الإعلام الرياضي نتيجة حتمية لعولمة الرياضة من جهة وعولمة الإعلام والاتصال ككل بفضل التطور الهائل والسريع لتكنولوجيا الإتصال والإعلام بل أن عولمة الرياضة تزامن مع عولمة الاعلام وظهر "القرية العالمية" ، ومما لاشك فيه أن تكنولوجيا الإتصال والأقمار الصناعية اثرت على وسائل الإعلام عامة والرياضية منها والمؤسسات الإعلامية في العالم من خلال تسهيل عمليات تغطية الأحداث الرياضية وسهولة بثها في زمن وقوعها - المباشر - والى أبعد نقطة في المعمورة⁽¹⁾، ولقد بدأت عولمة الإعلام الرياضي والبث الإذاعي والقنوات الرياضية بنهاية الإحتكار الحكومي للقنوات التلفزيونية في أوروبا في الثمانينات والذي أدى الى تنامي البرامج الرياضية بنسبة كبيرة. ان العلاقة بين الإعلام الرياضي والعولمة وثيقة ومتشابكة، حيث يؤثر كل منهما على الآخر بشكل كبير. يمكن توضيح هذه العلاقة من خلال النقاط التالية⁽²⁾:

1.4 الإعلام الرياضي كمساهم في العولمة:

• نشر الرياضات عالمياً: يساهم الإعلام الرياضي، من خلال البث التلفزيوني والمنصات الرقمية، في نشر الرياضات المختلفة حول العالم، مما يجعلها متاحة للجماهير في كل مكان. هذا الانتشار يزيد من شعبية هذه الرياضات ويخلق قاعدة جماهيرية عالمية، مُسهماً في تبادل الثقافات الرياضية ودمجها.

1. نسمة فايق كمال، الصحافة الرياضية، م.س، ذ ، ص ص 176-177.

2. هيثم سميمان النعيمات، ايدولوجية الاعلام الرياضي في ظل العولمة، مجلة جامعة الحسين بن طلال للبحوث، عدد2، مجلد 5، 2019، ص 179-

- خلق ثقافة رياضية عالمية: يعمل الإعلام الرياضي على خلق ثقافة رياضية عالمية مشتركة من خلال التركيز على الأحداث الرياضية الكبرى، والنجوم العالميين، والقيم الرياضية المشتركة مثل الروح الرياضية والتنافس الشريف.
- تسهيل انتقال اللاعبين والمدربين: يساهم الإعلام الرياضي في تسليط الضوء على المواهب الرياضية في مختلف أنحاء العالم، مما يسهل انتقال اللاعبين والمدربين بين الدول ويساهم في الاحتراف العالمي.
- الترويج للمنتجات والعلامات التجارية العالمية: يستخدم الإعلام الرياضي كمنصة للترويج للمنتجات والعلامات التجارية العالمية، مما يعزز من انتشارها ويساهم في العولمة الاقتصادية.

2.4 العولمة كعامل مؤثر على الإعلام الرياضي⁽¹⁾:

- التطور التكنولوجي: أتاحت العولمة وتطور التكنولوجيا ظهور منصات رقمية جديدة لنقل الأحداث الرياضية، مثل البث المباشر عبر الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، مما وسع من نطاق وصول الإعلام الرياضي.
- زيادة المنافسة: أدت العولمة إلى زيادة المنافسة بين المؤسسات الإعلامية الرياضية، مما دفعها إلى تطوير محتواها وتقديم خدمات أفضل للجماهير.
- تزايد الاستثمارات: جذبت العولمة استثمارات ضخمة في مجال الإعلام الرياضي، مما ساهم في تطوير البنية التحتية وتحسين جودة الإنتاج.
- ظهور قنوات رياضية متخصصة: أدت العولمة إلى ظهور قنوات رياضية متخصصة تبث مجموعة متنوعة من الرياضات من جميع أنحاء العالم، مما يوفر للجماهير خيارات مشاهدة أوسع.

1 . see : David Rowe, Global Media Sport : Flows, Forms and Futures, Bloomsbury Publishing, london, 2011. pp 32-76

لم تعد الرياضة تلك اللعبة التي تبدأ بصافرة الحكم وتنتهي بصافرة أخرى منه، فقد أصبحت تشارك مع الكثير من المجالات الأخرى، السياسية والحياة العامة، الإقتصاد والمال، ولقد ساهمت المنظمات الرياضية في العالم في عولمة الرياضة وبالتالي عولمة الإعلام الرياضي، ولاشك أن ان الإتحاد الدولي لكرة القدم FIFA أحسن مثالا على ذلك فهي تتحكم في كل قوانين كرة القدم وتفرضها على كل الدول خاصة عندما يتعلق الأمر بتنظيم الأحداث الرياضية الكبرى وما ينجر عنها عن استثمارات مالية واقتصادية هامة اعتمادا على وسائل الإعلام وما تقدمه من إعلانات واشهارات عن مختلف السلع والخدمات للشركات العالمية، وبفضل التنافس الشديد بينها على الرعاية والتغطية الإعلامية خلقت صعوبات وشروط في البث ونقل المباريات مايسمى بحقوق البث، وهذا مايعود سلبا على المشاهد في بعض الدول. وان إنتقال الرياضة من عصر الهوية الى الإحتراف، ادى الى تغيير العديد من المفاهيم، فقد نزعت الرياضة الى الإستثمار تهافتت اليها كبرى الشركات في العالم، وانتقلت بذلك من غاية "العقل السليم في الجسم السليم" الى غاية "الربح وكسب المال". ان هذا التغيير الذي فرضته العولمة على الرياضة تطلب استثمارا كبيرا في الإعلام الرياضي الذي يقدر جمهوره بالملايين، والجمهور يعني مستهلكين للسلع والخدمات التي تظهر من خلال البرامج الرياضية. مايلحظ في هذا الشأن أن عولمة الإعلام الرياضي هي في اتجاه واحد يفرضها الغرب و يخضعه الى قيم السوق، فصناعة الرياضة بمفهومها الواسع هي في الغرب. لقد ساهمت وسائل الاعلام الرياضي وخاصة في الدول المتقدمة في ظل نظام العولمة في افراغ الرياضة من مفاهيمها الاساسية التي تدعو إلى التآلف والتعاون وانتصار القيم والمفاهيم الاولمبية والمشاركة ولذة الكفاح بالوسائل الشريفة، كما ان اللجنة الاولمبية تمنع وضع جداول في النتائج والميداليات لكي لا تؤثر على مفاهيم المشاركة، لكن وسائل الاعلام الرياضي بدأت تضع جداولاً بالميداليات الذهبية والفضية والبرونزية وبالتالي اصبحت تحول الانجازات الرياضية إلى انجازات سياسية تظهر القوة السياسية والاقتصادية تبررز التقدم الاجتماعي والثقافي للدول الفائزة.

ان التطور الهائل الذي صاحب وسائل الاعلام الرياضي جعل من الناس في ارجاء المعمورة ان يعيشوا الاحداث لحظة وقوعها ويتابعوا المباريات والمسابقات في شتى بقاع الارض ولكن لم يسلم من الشركات الاحتكارية والمفاهيم المادية، فقد استغل المعلنون التطور التكنولوجي في مجال تغطية الاحداث الرياضية وخاصة شركات صناعة السجائر الممنوعة من الاعلان التجاري المباشر في معظم الدول المتقدمة، اخذت تمول وترعى المباريات الرياضية واصبحت الرياضة تجارة يديرها اشخاص من اجل تحقيق الربح وباتت كل مباراة رياضية موقعا تتنافس الشركات الكبيرة على احتكاره واحتكار حق الدعاية عنه ببذل الاموال الطائلة والخيالية..

وعموما يمكن تلخيص مظاهر العولمة وانعكاساتها على الاعلام الرياضي كما يلي (1):

➤ انتشار الرياضة عالمياً عبر الإعلام:

- ساهمت العولمة في توسيع نطاق الإعلام الرياضي، حيث أصبحت الأحداث الرياضية الكبرى (مثل كأس العالم، الألعاب الأولمبية، ودوريات كرة القدم) متاحة للمشاهدين في جميع أنحاء العالم. كما ينقل هذه الأحداث بشكل فوري، مما يعزز الاهتمام العالمي بالرياضة.

➤ تعزيز الهوية العالمية:

- الإعلام الرياضي يساهم في خلق ثقافة رياضية عالمية، حيث تصبح الأندية والفرق الرياضية معروفة على مستوى العالم (مثل ريال مدريد، برشلونة، مانشستر يونايتد).

1 . see : David Rowe, Global Media Sport : Flows, Forms and Futures,opcit,pp 89-94

➤ التأثير الاقتصادي:

- العولمة فتحت أسواقاً جديدة للإعلام الرياضي، حيث يتم بث حقوق الأحداث الرياضية لقنوات عالمية، مما يدر عائدات مالية ضخمة.
- الإعلانات والرعايات الرياضية أصبحت عالمية، حيث تستهدف الشركات متعددة الجنسيات جماهيراً واسعة عبر الإعلام الرياضي.

➤ التفاعل الثقافي:

- الإعلام الرياضي يعكس ويؤثر في الثقافات المختلفة، حيث يتم نقل تقاليد وعادات رياضية من بلد إلى آخر.
- العولمة تسهل تبادل الأفكار والقيم الرياضية، مما يعزز التفاهم بين الشعوب.

➤ تأثير التكنولوجيا:

- التطورات التكنولوجية (مثل البث المباشر، التلفزيون عالي الدقة، ومنصات البث الرقمي) جعلت الإعلام الرياضي أكثر تفاعلية وانتشاراً.
- العولمة ساعدت في توحيد المنصات التكنولوجية، مما يسمح للمشاهدين بمتابعة الأحداث الرياضية من أي مكان في العالم.

➤ تعزيز التنافسية:

- الإعلام الرياضي يعرض المنافسات العالمية، مما يحفز الرياضيين والفرق على تحسين أدائهم للوصول إلى مستوى عالمي.
- العولمة تخلق فرصاً للرياضيين للانتقال بين الدول والمشاركة في دوريات مختلفة، مما يعزز التنوع والتنافس.

5. الإعلام الرياضي كركيزة لبناء السمعة التجارية الوطنية للدول:

يختلف الباحثون (2010) Fetscherin و (2005) Anholt و (2006) Fan حول كيفية تعريف "العلامة/السمعة التجارية للأمة إذ لا يوجد إجماع حول تحديد نطاق ما يشكل العلامة التجارية للأمة. غير أنهم يتفقون على العموم على أن السمعة الوطنية أو "Branding Nation" هي عملية بناء صورة ذهنية إيجابية ومميزة لدولة ما على المستوى الدولي، بهدف تعزيز مكانتها وجذب الاستثمارات والسياحة وتعزيز الثقافة والهوية الوطنية. تعتمد هذه العملية على تسليط الضوء على العناصر الفريدة التي تميز الدولة، مثل تاريخها، ثقافتها، إنجازاتها الاقتصادية والعلمية، ومناظرها الطبيعية، وقيمها المجتمعية⁽¹⁾.

على سبيل المثال، عندما نفكر في اليابان، تتبادر إلى أذهاننا صورة دولة متقدمة تكنولوجياً، تحافظ على تقاليد العريقة، وتتمتع بثقافة غنية وفريدة. هذه الصورة لم تأت من فراغ، بل هي نتيجة جهود متواصلة في تعزيز السمعة الوطنية عبر وسائل الإعلام، الفعاليات الدولية، والسياسات الحكومية التي تعكس التزام الدولة بالجودة والابتكار. السمعة الوطنية ليست مجرد شعار أو حملة إعلانية، بل هي انعكاس حقيقي لقيم الدولة وإنجازاتها، وتلعب دوراً محورياً في تعزيز الثقة والاحترام على الساحة العالمية.

ويعد الإعلام الرياضي في ظل العولمة، أداة قوية ، بل ومن الركائز الأساسية، لبناء السمعة الوطنية للدول حيث يلعب دوراً حيوياً في تعزيز الهوية الوطنية وتعزيز الروابط الاجتماعية بين أفراد المجتمع من خلال تغطياته للأحداث الرياضية المحلية والدولية. وعموماً يساهم الاعلام الرياضي في بناء السمعة وطنية من خلال العناصر التالية:

1 . see : Andy W. Hao, Two decades of research on nation branding: a review and future research agenda, International Marketing Review, 2019, p p 3-4

1.5 عناصر السمة الوطنية عبر الاعلام الرياضي:

➤ الهوية الوطنية⁽¹⁾:

- خلق شعور بالانتماء :عندما يتنافس فريق وطني في محفل دولي، يُشعر الإعلام الرياضي المواطنين بالانتماء إلى كيان واحد، بغض النظر عن اختلافاتهم العرقية أو الدينية أو الاجتماعية. يتجلى ذلك في مشاعر الفخر والاعتزاز المشتركة عند تحقيق الانتصارات، والحزن الجماعي عند الخسارة.
- التأكيد على الرموز الوطنية :يعمل الإعلام الرياضي على إبراز الرموز الوطنية كالنشيد الوطني والعلم، وذلك خلال تغطية الأحداث الرياضية، مما يعزز الشعور بالوطنية لدى الجماهير.
- صهر الهويات الفرعية في بوتقة الهوية الوطنية :يساهم الإعلام الرياضي في تجاوز الهويات الفرعية الضيقة (كالانتماءات القبلية أو المناطقية) ويعزز الانتماء للهوية الوطنية الجامعة، حيث يصبح الانتماء للوطن هو الجامع الأكبر.

➤ صورة إيجابية للدولة⁽²⁾:

- إبراز القدرات والإمكانات :عند تحقيق المنتخبات الوطنية نتائج مشرفة في المحافل الدولية، يساهم الإعلام الرياضي في إبراز قدرات وإمكانات الدولة على مختلف الأصعدة، ليس فقط في المجال الرياضي، بل كذلك في مجالات التنظيم واللوجستيات والاستثمار في الكفاءات.
- الترويج للدولة سياحياً وثقافياً :يمكن للإعلام الرياضي أن يكون أداة فعالة للترويج للدولة سياحياً وثقافياً، خاصة عند استضافة الأحداث الرياضية الكبرى، حيث يتم تسليط الضوء على معالم الدولة وتراثها وثقافتها.

1 . see : David Rowe, Global Media Sport : Flows, Forms and Futures, opcit, pp 147-153

2. لمزيد من التفاصيل، أنظر: كمال حميدو، الإعلام والرياضة أدوات لبناء السمة الوطنية: م.س.د.

- تحسين صورة الدولة على الصعيد الدولي: يساهم النجاح الرياضي في تحسين صورة الدولة على الصعيد الدولي، ويعزز مكانتها ودورها في المجتمع الدولي، وذلك من خلال التغطية الإعلامية الواسعة التي تحظى بها هذه الإنجازات.

➤ القيم الوطنية⁽¹⁾:

- التشجيع على العمل الجماعي: يُظهر الإعلام الرياضي أهمية العمل الجماعي والروح الرياضية في تحقيق النجاح، وهي قيم أساسية لبناء أي مجتمع متماسك.
- غرس قيم التسامح والاحترام: يساهم الإعلام الرياضي في غرس قيم التسامح والاحترام بين مختلف مكونات المجتمع، وذلك من خلال التركيز على أهمية الروح الرياضية وقبول الآخر.
- بث روح العزيمة والإصرار: يعرض الإعلام الرياضي قصص نجاح الرياضيين وتحدياتهم، مما يُلهم الشباب ويبث فيهم روح العزيمة والإصرار على تحقيق أهدافهم.

2.5 آليات الإعلام الرياضي في بناء السمة الوطنية للدول

❖ تعزيز الوحدة والهوية المشتركة⁽²⁾:

التجارب الجماعية: تغطية الأحداث الرياضية الكبرى (ككأس العالم أو الأولمبياد) تُشكّل مناسبات وطنية تجمع المواطنين حول هدف مشترك، بغض النظر عن الاختلافات العرقية أو الدينية أو السياسية. مثال: دورة ريو 2016، حيث اجتمع البرازيليون خلف فريقهم رغم الأزمات الداخلية.

1. نسمة فايق كمال، الصحافة الرياضية، م.س، ذ، ص ص 168-171.

2. نفس المرجع السابق، ص ص 49-73-178.

❖ صناعة الأبطال الوطنيين - القدوة (1) :-

- نماذج يُحتذى بها :الرياضيون الناجحون دوليًا يُصَوِّرون كسفراء للهوية الوطنية، مما يُلهم الشباب ويعزز القيم مثل المثابرة والتفاني.
- سرديات الإنجاز :الإعلام يروي قصص نجاح اللاعبين التي غالبًا ما تُربط بمسيرة الوطن نفسه، كصعود لاعب من خلفية متواضعة لتمثيل بلاده، مما يعكس قيمًا وطنية كالتكافل الاجتماعي.

❖ تعزيز القيم الثقافية:

- نشر قيم مُشتركة :التركيز الإعلامي على مفاهيم مثل العمل الجماعي والانضباط والعدالة في الرياضة يعكس قيمًا تُعتبر أساسية للهوية الوطنية. مثال: تغطية الدوريات المحلية في ألمانيا التي تُبرز الانضباط والكفاءة.
- مواجهة التحديات :تصوير الرياضة كمجال للتغلب على الصعوبات (كتعافي لاعب من إصابة) يُستخدم كاستعارة لصمود الأمة في وجه التحديات.

❖ تحسين الصورة الدولية:

- التمثيل العالمي :نجاح الفرق أو الرياضيين في المحافل الدولية يُعزِّز صورة الدولة ك"قوة ناعمة". مثال: تأثير فريق الرجبي الجنوب إفريقي (1995) في تغيير صورة البلاد بعد الفصل العنصري (2).
- البث العابر للحدود :القنوات الرياضية العالمية (كقنوات beIN Sports أو ESPN) تنقل ثقافة الدولة عبر تغطية رياضاتها المحلية، كالدوري السعودي أو المصارعة اليابانية.

1. نفس المرجع السابق ، ص ص 104-221.

2 . see : David Rowe, Global Media Sport : Flows, Forms and Futures,opcit,p 116.

❖ التعامل مع التنوع⁽¹⁾:

- تجاوز الانقسامات: في الدول متعددة الثقافات (كالهند أو الولايات المتحدة)، يُظهر الإعلام الرياضي كيف تتعايش الجماعات المختلفة تحت مظلة الفريق الوطني. مثال: فريق كرة القدم الفرنسي الذي يجسد تنوع الأصول العرقية.
- المناقشات الإعلامية حول القضايا الرياضية (كتمثيل المرأة في الرياضة) تُساهم في تشكيل حوار حول الهوية الوطنية وقيمها.

❖ استخدام التاريخ والتراث⁽²⁾:

- إحياء الذاكرة الجماعية: الربط بين الأحداث الرياضية والمناسبات التاريخية (كذكرى الاستقلال) يعمق الارتباط بالهوية. مثال: مباريات كرة القدم في الجزائر التي تُذكر بثورة التحرير.
- الرياضة كتراث غير مادي: تسليط الضوء على الرياضات التقليدية (كالمصارعة التركية أو الكالاريبايات الهندية) يحافظ على التراث ويُدمجه في الهوية المعاصرة.

❖ الأثر الاقتصادي⁽³⁾:

- الاستثمار في البنية التحتية: التغطية الإعلامية للملاعب الحديثة أو المشاريع الرياضية تُظهر تقدم الدولة وتُعزز صورتها كدولة طموحة.
- خلق فرص العمل: نجاح الصناعة الرياضية الإعلامية يوفر وظائف ويربط المواطنين باقتصاد وطني قائم على الابتكار.

1 .David Rowe, idem,p 76.

2 . BEACOM, Aaron, International Diplomacy and the Olympic Movement : the New Mediators.Basingstoke , opcit,p 210.

3 .David Rowe, opcit,p 112.

6. الإعلام الجديد والرياضة

1.6 مفهوم الاعلام الجديد:

لم تتضح معالم هذا الإعلام الجديد أو البديل بعد، بالرغم من أنه أحدث نقلة نوعية بمفهوم الإعلام، تمثلت بالمواقع الإلكترونية والمواقع الإجتماعية والمدونات والبوابات ومواقع المحادثة أو الدردشة وغيرها على شبكة الإنترنت، وكذلك أثر في تغيير مفهوم الإعلام القديم وتطور وسائله المعتادة كالصحافة والإذاعة والتلفزيون، فقد شهدت جميعها تحولات كبيرة في السنوات القليلة الماضية، ولكن لغاية اليوم لم يتم الاتفاق على تعريف محدد لهذا الإعلام الجديد.

فيعرفه أياد الدليمي بالقول: "إن تلك الوسائل الحديثة للاتصال متمثلة ب (الفيس بوك وتويتر ويوتيوب) يمكن أن تكون مكملة للإعلام التقليدي، لينتج إعلام يزاوج بين المهنية وصرامة التقاليد التي نشأت عليها السلطة الرابعة، وبين التقنية الحديثة التي تتيح للإعلام التقليدي الفرصة ليكون أكثر قرباً ليس من الحدث فحسب، وإنما من الناس أيضاً وهذا هو جوهر الموضوع".⁽¹⁾

وتعترض (مرام عبد الرحمن مكاوي) على الدور الذي يقوم به الإعلام الجديد، وعلى إمكانياته المبالغ بها، حسب رأيها، وتعتبره إعلاماً مضللاً بالقول: "المشكلة الكبرى فيما يتعلق بالإعلام الجديد هي أنه بات يقدم صورة غير واقعية عن القدرات التي يملكها، فهو يملك أدوات رائعة غير مسبوقة في تداول المعلومات وتبادل الرؤى والأفكار والربط بين أصحاب القضية الواحدة، لكنه يظل في النهاية كما هو في الأصل وسيلة وأداة إعلامية غير قادرة على صنع الحدث كما يروج الكثيرون، وإنما قدرته تكمن في نقل صورة شديدة الصفاء عن هذا الحدث".⁽²⁾

ونتيجة للتباين والاختلاف في تعريفات ومفاهيم الإعلام الجديد رغم أنها تصب في بوتقة واحدة، فإن الدكتور مصطفى عباس صادق يرى فيها عملية: "التزاوج

1- الدليمي أياد- الإعلام الجديد... ثورة وثروة، العرب - تم الاطلاع على المادة بتاريخ 2014/11/15 وهي متوفرة على الرابط التالي:
http://www.alarab.qa/details.php?issueId=1447&artid=161413

2- مكاوي مرام عبد الرحمن- تضليل الإعلام الجديد- تم الاطلاع على المادة بتاريخ 2014/11/15 وهي متوفرة على الرابط التالي:
http://www.alwatan.com.sa/Articles/Detail.aspx?ArticleId=5795

(Convergence) ما بين تكنولوجيات الاتصال والبت الجديدة والتقليدية مع الكمبيوتر وشبكاتة، تعددت أسماؤه ولم تتبلور خصائصه النهائية بعد ويأخذ هذا الاسم لأنه لا يشبه وسائط الاتصال التقليدية، فقد نشأت داخله حالة تزامن في إرسال النصوص والصور المتحركة والثابتة والأصوات". (1)

ويضيف الدكتور صادق عباس تعريفاً آخر للإعلام الجديد أو الإعلام البديل بأنه: "الإعلام الرقمي (Media Digital) لوصف بعض تطبيقاته التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية مثل: التلفزيون الرقمي والراديو الرقمي وغيرهما، أو للإشارة إلي أي نظام أو وسيلة إعلامية تندمج مع الكمبيوتر. ويطلق عليه الإعلام التفاعلي (Interactive Media) طالما توفرت حالة العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الانترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين وصحافة الانترنت وغيرها من النظم الإعلامية التفاعلية الجديدة". (2)

ويمكن القول أن الاعلام الجديد هو الرأي والمعلومة والخبر والخبرات والتجارب والصور ومشاهد الفيديو، التي تنتشر إلكترونياً من قبل أفراد مستقلين غير خاضعين لأي نظام سياسي أو غيره، سوى التزام الفرد الشخصي بما يؤمن به من قيم ومبادئ، وفق ما لديه من رقابة ذاتية.

2.6 الإعلام الجديد والرياضة أية علاقة؟

لقد أصبح الإعلام الجديد ركيزة أساسية في عالم الرياضة الحديث، حيث أحدث ثورة في طريقة تفاعل الجمهور مع الأحداث الرياضية. فمن خلال منصات التواصل الاجتماعي مثل تويتر وإنستغرام ويوتيوب، وكذلك خدمات البث المباشر والتطبيقات الذكية، بات بمقدور المشجعين متابعة المباريات لحظة بلحظة، والاطلاع على الأخبار العاجلة، وحتى التفاعل المباشر مع اللاعبين والفرق دون حواجز زمنية أو جغرافية. ولم يعد الإعلام الرياضي تقليدياً يحتكره عدد محدود من القنوات؛ فالיום، يمكن

1- صادق- عباس مصطفى -الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة - م.س.ذ- 2007- ص 182.

2- صادق- عباس مصطفى - ن.م.س- ص 184

للرياضيين والنوادي بناء علاماتهم التجارية بشكل مستقل، ومشاركة محتوى حصري خلف الكواليس، مما يعزز الشفافية ويقرب المسافة بين النجوم وجماهيرهم. كما ساهم الإعلام الجديد في ديمقراطية démocratisation المعلومة الرياضية، حيث يتيح للجمهور الوصول إلى إحصاءات فورية، تحليلات متخصصة، وآراء متنوعة بضغطة زر. كما لعبت هذه المنصات دورًا محوريًا في توسيع قاعدة المشجعين globally ، خاصة بين الشباب، الذين يستهلكون المحتوى عبر الهواتف الذكية بسلاسة. لقد تحوّل الإعلام الجديد إلى جسر يربط بين شغف الرياضة وثقافة العصر الرقمي، مما يعيد تشكيل مستقبل الصناعة الرياضية بكل أبعادها الاقتصادية والاجتماعية والإعلامية. وعموماً فإن الاعلام الجديد والرياضة يرتبطان بشكل وثيق في عدة جوانب:

- ✓ تغطية الأحداث الرياضية
- ✓ التفاعل مع الجماهير
- ✓ تسويق الرياضة
- ✓ البث المباشر
- ✓ تحليل الأداء
- ✓ خلق محتوى مخصص

3.6 البعد الجيوسياسي للإعلام الرياضي الجديد:

في عصر العولمة الرقمي، أصبح الإعلام الجديد أداة جيوسياسية فاعلة في عالم الرياضة، حيث يتجاوز دوره نقل الأحداث إلى تكريس الهيمنة الثقافية أو تحديها. فمنصات التواصل الاجتماعي والبث المباشر حولت الرياضة إلى ساحة لصراعات ناعمة بين الدول، تعزز من خلالها صورتها كقوى ريادية، على سبيل المثال، استخدمت دولة قطر الأحداث الرياضية الكبرى - عبر تغطية إعلامية مكثفة - لتعزيز نفوذها الجيوسياسي وإعادة تشكيل سردياتها العالمية⁽¹⁾.

1. لمزيد من التفاصيل، أنظر: كمال حميدو، الإعلام والرياضة أداتين لبناء السمة الوطنية: م.س.ذ.ص 34.

في المقابل، تمكّن الإعلام الجديد دولاً صغيرة أو مُهمّشة من تسليط الضوء على إنجازاتها الرياضية دون حاجة إلى وسيط تقليدي، ما يُعيد ترتيب أولويات الاهتمام العالمي. لكن هذا التأثير ليس من دون مخاطر؛ فالحكومات تستغل هذه المنصات أحياناً لنشر سرديات مُسيّسة، بينما تُوظّف الخوارزميات لتعزيز أجندات محددة. هكذا تتحول الرياضة عبر الإعلام الجديد إلى مرآة تعكس التفاعلات الجيوسياسية المعقدة، حيث الصورة والتغريدة قد تُحدث تأثيراً يفعله الدبلوماسيون لعقود.

لقد أحدث الإعلام الجديد ثورة في مشهد الرياضة العالمي، متجاوزاً الحدود الجغرافية ومؤثراً في الديناميكيات الجيوسياسية. فمنصات التواصل الاجتماعي، ومواقع البث المباشر، والتطبيقات الرياضية، وغيرها من أشكال الإعلام الرقمي، أتاحت للجماهير حول العالم متابعة الأحداث الرياضية بشكل فوري وتفاعلي، بغض النظر عن موقعها الجغرافي، هذا الوصول المباشر للمعلومات والتحليلات الرياضية قلل من اعتماد الجماهير على وسائل الإعلام التقليدية⁽¹⁾.

كما أصبح بإمكان الرياضيين التواصل مباشرة مع جمهورهم العالمي، وبناء علاماتهم التجارية الشخصية، والتعبير عن آرائهم السياسية والاجتماعية، مما يمنحهم نفوذاً وقوة لم تكن متاحة لهم في السابق. وساهم الإعلام الجديد في تعزيز التنافس بين الدول على استضافة الفعاليات الرياضية الكبرى، نظراً للانتشار العالمي الذي توفره هذه المنصات. إلا أن هذه التغييرات تحمل في طياتها تحديات جيوسياسية، كاستخدام الإعلام الجديد لنشر المعلومات المضللة والدعاية السياسية، أو تأجيج التوترات بين الدول خلال المنافسات الرياضية⁽²⁾.

فتح الإعلام الجديد آفاقاً جديدة لتسويق الرياضة وجذب الاستثمارات، فالشركات العالمية تستغل هذه المنصات للوصول إلى شريحة واسعة من الجمهور، كما ساهم الإعلام الجديد في تطوير صناعة الرياضة الإلكترونية، التي أصبحت ظاهرة عالمية تجذب ملايين اللاعبين والمتابعين، وتشكل سوقاً ضخمة للاستثمارات والإعلانات.

1. نسمة فايق كمال، الصحافة الرياضية، م.س، ذ، ص 90-105.

2. فيل اندروز، الصحافة الرياضية، م.س، ذ، ص 251-257.

رابعاً:

المشهد الجيوسياسي لاقتصاديات

الرياضة والاعلام الرياضي

14- الرياضة والاقتصاد.... أية علاقة؟

15- العائدات الاقتصادية للرياضة في العالم

16- التمويل والاستثمارات الرياضية كأدوات نفوذ جيوسياسي

17- حقوق البث الإعلامي والصراعات الجيوسياسية

تمهيد:

في عالمٍ تتحوّل فيه الرياضة من مجرد منافساتٍ رياضية إلى أداةٍ جيوسياسية فاعلة، يصبح فهم التفاعل المعقّد بين الاقتصاد والسياسة والاعلام أمراً محورياً لاستيعاب تحولات المشهد الرياضي العالمي، فقد أصبح المشهد الجيوسياسي مؤثراً رئيسياً في رسم معالم اقتصاديات الرياضة، بدءاً من استضافة الفعاليات الرياضية الكبرى، مروراً بحركة انتقال اللاعبين والصفقات التجارية الضخمة، ووصولاً إلى توجيه الخطاب الإعلامي الرياضي وتشكيل الرأي العام . إذ لم تعد الملاعب مجرد ساحاتٍ للتنافس الرياضي، بل تحوّلت إلى منصاتٍ لتعزيز النفوذ الدولي، وبناء الصور الذهنية للدول، وخلق تحالفات اقتصادية وسياسية تترك بصماتها على الخريطة العالمية. فاستضافة الأحداث الكبرى مثل كأس العالم أو الألعاب الأولمبية لم تعد مسألة رياضية بحتة، بل هي استثمارات استراتيجية تُقاس بعوائدها السياسية والاقتصادية طويلة المدى، وتُدار عبر حساباتٍ دقيقة تربط بين القوة الناعمة للدول ومصالح الشركات العابرة للقارات.

في هذا السياق، يبرز دور الإعلام الرياضي كحلقة وصل حيوية بين الجماهير والمؤسسات، حيث لا يقتصر على نقل الأحداث بل يُشكّل رأياً عاماً ويوجّه التدفقات المالية عبر عقود البث القياسية وحقوق النشر الرقمية التي تتخطى قيمتها مليارات الدولارات. لكن هذا المشهد ليس بمنأى عن التحديات: فالتنافس بين القوى العالمية على الهيمنة الإعلامية، وتأثير العقوبات الاقتصادية على الرياضة، وتداخل المصالح بين الأنظمة السياسية والاتحادات الرياضية، كلها عوامل تُعيد تشكيل قواعد اللعبة.

يتناول هذا المحور التفاعلات المعقدة بين الجيوسياسية واقتصاديات الرياضة والاعلام الرياضي، مُسلطاً الضوء على دور الدول والمنظمات الدولية والشركات متعددة الجنسيات في تشكيل هذا المشهد المعاصر. كما يستعرض أثر التوترات والصراعات الدولية، بالإضافة إلى التحالفات والشراكات الاستراتيجية، على مستقبل صناعة الرياضة والاعلام الرياضي، مُسلطاً الضوء على كيفية تحوّل الرياضة والاعلام الرياضي إلى ساحاتٍ صامته للحروب التجارية في القرن الحادي والعشري.

1. الرياضة، الاعلام والاقتصاد.... أية علاقة؟

لوسائل الإعلام و الاتصال الجماهيري و في مقدمتها (التلفزيون و الراديو و الصحافة) لها أهمية في نشر وتطوير التربية الرياضية في أوساط شرائح المجتمع المختلفة. فالإعلام يمثل عملا له خصائصه من خلال العلاقة المتميزة بين المرسل و المستقبل، فلا تزال قنواته العديدة تشكل ظاهرة اجتماعية (حيث أن هذه القنوات تمثل إنتاجا و توزيعا لأولئك المستمعين و المشاهدين و المنتبئين) فالمجتمع الذي يفتقد إلى وسائل الإعلام المؤثرة و الفعالة يفتقد إلى الملامح الجماهيرية الصحية، لأن هذه الوسائل لها فعلها في صقل اتجاهات و ميول الجماهير وتحديد ما هو مهم و ما هو صحيح، وماله من ارتباطات سياسية واجتماعية و ثقافية في حياتهم، و سلوكهم كالأفراد و الجماعات، ولا شك في أن الثقافة هي النسق المنظم والمتكامل من السلوك من جهة، و من الأفكار و القيم التي تدعم ذلك السلوك من جهة أخرى. (1)

وبالمقابل فان الرياضة تقدم لوسائل الإعلام الكثير من الفوائد، فبالنسبة للجماهير مثلا: تستطيع الرياضة ان تقدم لوسائل الإعلام و بانتظام جماعات كبيرة وأحيانا ضخمة من القراء والمستمعين والمشاهدين الأوفياء لرياضة ما، ولم يبدأ الارتباط بين الرياضة ووسائل الإعلام منذ عصور ظهور التلفزيون فقط. فقد أوضح مايكل هاريس (Michael harris) مثلا أن أخبار مباريات الكريكت (2) كانت تحتل مكانا على صفحات الجرائد التي تصدر في لندن قبل عام 1750 م كجزء من الدائرة المتزايدة ذات الصبغة التجارية لما بدأت تسميته في ذلك الوقت بصناعات الترفيه (Leisure industries) وكجزء أيضا من الأنشطة الحضرية التي أصبحت ترتبط بشدة

1- مكارم حلمي أبو هرجة-مُحَمَّد سعد زغلول- أيمن محمود عبد الرحمن- م.س.د- ص 74.

2-الكريكت بالإنجليزية (Cricket): رياضة جماعية يلعبها فريقان، فيهم أحد عشر لاعبا لكل فريق. تضرب فيها كرة بحجم قبضة اليد من قبل لاعب يدعى رامي الكرة (بالإنجليزية(Bowler) ، أما اللاعب الخصم الذي يدعى رجل المضرب فيحاول صدّ الكرة باستخدام مضرب نحيف شبيه بالمخداف. يتركز الانتباه أساسا حول علامتين تشكلان الأهداف تدعيان وبيكت) بالإنجليزية (Wicket): وهما مجموعة من ثلاثة عصي متصلة تسمى جذوع الكريكت، يحاول رامي الكرة إصابتها لكي يوقع قطعان ز خشبتيان اثنتان مثبتتان على الجذوع ويدعيان كفالات الكريكت. في الواقع تاريخ بداية رياضة الكريكت مجهول نوعا ما ولكن بداية هذه الرياضة تنسب الى القرن السادس عشر في إنجلترا حيث انها كانت الرياضة المفضلة لدى الامير ادوارد ابن الملك ادوارد الاول. وهناك اقاويل اخرى ترجع اصلها الى عام 1598م حيث انها كانت تلعب من قبل الأطفال في إحدى المدارس البريطانية لتتطور فيما بعد الى رياضة تمارس من قبل الكبار والصغار. (انظر الموسوعة الحرة <http://ar.wikipedia.org/wiki>)

بجماعات الصفوة في المجتمع الانجليزي. ولذلك فان الصحف كانت من أدوات الترويج الهامة عندما بدا رجال الأعمال يتجهون الى إقامة مشروعات حول صناعة الترفيه الجماهيري (1).

ويعتبر جمهور مشجعي الرياضة (Sport fans) (2) سلعة قيمة يمكن بيعها للمعلنين وتحقيق أرباح من ورائها، وفي بعض المناسبات او الأحداث الرياضية الكبرى يمكن حث أعداد أكبر من الجماهير الأقل تعصبا على الاشتراك في الأحداث الرياضية الوطنية او الدولية التي تأتي أهميتها من مشاركة أعداد كبيرة من الجماهير فيها ومن نقلها عبر مختلف وسائل الإعلام. وفي الوقت الذي تستمر فيه الأحداث الرياضية الموجودة حاليا في مسارها الزمني المعتاد بشكل قد لا يكون ملحوظا من شدة الاعتياد عليه (وقد تكون في بعض الحالات أحداثا رياضية دولية او مباريات تدور على مدار العام توفر مادة للقنوات الفضائية)، فان الآلة الإعلامية تبحث من وقت لآخر عن أحداث رياضية ضخمة او دولية تثير ضجة إعلامية، وتصبح من تلقاء نفسها محور اهتمام المشاهدين والقراء لان تجاهلها أمر مستحيل.

فالرياضة لا تقدم لوسائل الإعلام التي تعرضها جماهير وفية لها فحسب، بل إنها تخلق لدى الجماهير أشكالا أخرى من الولاء مثل الولاء لمنتجات معينة (مثل منتجات الشركات الراعية للمباريات الرياضية والشركات التي تستثمر كثيرا من الأموال في الإعلانات المرتبطة بالرياضة مثل شركات كوكا كولا وبيبسي...)، وكذلك الولاء والانتماء للمدينة او الولاية او المقاطعة او الدولة (وهي العاطفة التي تدرك الحكومات قيمتها وأهميتها وتستغلها التجارة كثيرا). (3)

ورغم كل هذا التركيز القائم على الاعتياد والولاء والانتماء -درجة ان العديد من الرياضات في وسائل الإعلام تتخذ مظهر العلامات الشهيرة حتى تحضى بأكبر قدر من الاهتمام والاعتراف والإعجاب والمشاهدة- فان الرياضة تمتلك أيضا صفة القدرة

1- روي ديفيد ، ترجمة فؤاد هدى: الرياضة، والثقافة ووسائل الاعلام الثالث الصعب- الطبعة الاولى- مجموعة النيل العربية- مصر -200-- ص 74.

2- كلمة مشتقة في اللغة الانجليزية من كلمة متعصب (fanatic) الشخص الذي يشعر بإعجاب قوي -الى حد التعصب- لشخص أو مجموعة من الأشخاص ، او فريق رياضي، وغالبا ما يكون هذا الوصف صحيحا ومناسبا (انظر الموسوعة الحرة <http://ar.wikipedia.org/wiki>).

3- روي ديفيد ، ترجمة فؤاد هدى: الرياضة، والثقافة ووسائل الاعلام الثالث الصعب-م س ذ- ص 75.

على التجديد وعدم التوقع وهي صفة مرغوبة إلى حد بعيد، وغالبا ما يدور الخطاب الإعلامي (Media discourse) بمختلف أشكاله قبل وأثناء وبعد الأحداث الرياضية حول التوقعات والحكم على هذه التوقعات في ضوء ما حدث بالفعل، ثم التفكير فيما حدث ومحاولة البحث عن تفسيرات له. وبسبب مبدأ عدم ضمان النتائج في الرياضة - وبالتالي في وسائل الإعلام الرياضية- ، وانه لا يمكن توقع وحسم النتيجة النهائية إلا بعد أن يصفر الحكم. وهذه الصفة البارزة في وسائل الإعلام تساعد على إثباع الجمهور الدائم الى شيء جديد ومختلف إلى جانب الأشياء المألوفة والمعروفة. كما تقدم أيضا لوسائل الإعلام العناصر الأساسية لجمع الأخبار ونشرها (تزودها بأخر الأخبار باستمرار، وبنائج المباريات واهم الأخبار، وبالمعلومات السرية خلف الستار...)، وهكذا فان الرياضة تقف عند نقطة التقاء وظيفتين هامتين لوسائل الإعلام هما: تقديم الأخبار والتسلية ويتم وضعها بعناية وبأسلوب جذاب في المساحات المناسبة في النشرات الإخبارية والصحف⁽¹⁾. فهي تقدم لوسائل الاعلام المادة الإخبارية وتعتبر في الوقت نفسه عنصرا جوهريا من مكونات البنية التحتية للأخبار. يمكن للرياضة ان تقدم أخبارا غزيرة تشغل مساحات واسعة من الصحف ووقتا طويلا من أوقات وسائل الإعلام المسموعة والمرئية⁽²⁾.

وليس غريبا أن العلاقة بين الرياضة ووسائل الإعلام توصف بأنها جد متينة، وبتزايد الاعتماد المتبادل بين كلتا المؤسستين في شكل تبادل مكثف وباهظ التكاليف التي تتمثل في نفقات الحصول على حقوق العرض للرياضة مقابل قيام وسائل الإعلام بتقديم محتوى معين للمشاهدين واجتذابهم (Rowe david 1996). إلا أن هذه العلاقة مثل غيرها من العلاقات طويلة الأمد يوجد بها الكثير من نقاط التوتر والخلافات، واستعراض القوة، والمفاوضات، والاختلاف والأسرار، ويمكن أيضا لكل الطرفين أن يزعم أن الآخر يسيطر عليه. لذلك، فانه في الوقت الذي قد تشكو فيه شركات الإعلام من إن الثمن الذي تطلبه المؤسسات الرياضية مقابل إعطائها حقوق

1. David Rowe Global Media Sport : Flows, Forms and Futures, opcit, p 33.

2- روي ديفيد ، ترجمة فؤاد هدى: الرياضة، والثقافة ووسائل الاعلام الثالث الصعب-م س ذ- ص 77.

بث المباريات باهظ جدا فان الرياضة، ومشجعي الرياضة والصحفيون المتخصصون في شؤون الرياضة غالبا ما يتحسرون على مون مل شيء في الرياضة أصبح خاضعا لمصالح وسائل الإعلام مما قد يؤدي الى ضعف عدد مشجعي الرياضة⁽¹⁾. إن المكانة البارزة للرياضة كمادة إعلامية في مختلف وسائل الإعلام الرياضي (التلفزيون، الإذاعة، والصحافة المكتوبة والمجلات، والصحافة الالكترونية على الانترنت) هي امر واضح لا جدال فيه. فهناك من يرى ان الرياضة قد اكتسبت هذه المكانة بسبب عملية الاتجار الناجحة في السلع الثقافية والمعلومات والخدمات، وهي مثال جيد على ما يمكن ان تقدمه الصناعات الثقافية للذوق العام⁽²⁾. وهذه الآراء المتناقضة فقد وصفها منذ سنوات كلا من كوهين Cohen ويونج Young بأنها سياسة عدم التدخل -Laissez Faire-⁽³⁾ التجاري وسياسة استغلال الجماهير من جانب وسائل الإعلام التي تزداد تزداد الهوة بينها اتساعا ويزداد انجذابها نحو احد قطبي هذا المجال التحليلي. وهناك اتجاه قد يكون اقل حسما وإقناعا وهو ذلك الاتجاه الذي يؤكد على العلاقات المتناقضة أو القابلة للجدل بين وسائل الإعلام، والثقافة، والمجتمع.

و يبدو ان القوى التجارية وقوى وسائل الإعلام قد استطاعت إن تأخذ زمام السيطرة على الرياضة من "الجمهور" ، ولهذا السبب، فان تحليل الرياضة ووسائل الاعلام يجب ان يمضي في اتجاهات مختلفة ويوازن بدقة بدقة وبعناية بين المؤثرات الكبرى والصغرى، العامة والمحددة، التي تعمل معا لصياغة الحياة اليومية بالاستعانة بالمواد الاجتماعية المتوفرة. وهكذا كما يقول فوكالت (1950) Foucault فان هناك صيغ وآثار مختلفة للسلطة تقوم بدورها على مستويات عديدة في العالم الاجتماعي. والسلطة ليست بالضرورة مفهوما سلبيا: فهي تشير الى معاني متعددة بدءا من ممارسة أكثر

1- روي ديفيد ، نفس المرجع السابق- ص 77.

2- روي ديفيد ، م س ذ- ص 79.

3- هي مبدأ يقاوم التدخل الحكومي في الشؤون الاقتصادية والتجارية الا بمقدار ما يكون هذا التدخل ضروريا لصيانة الأمن وحقوق الملكية الشخصية (انظر الموسوعة الحرة <http://ar.wikipedia.org/wiki>).

أشكال القمع والقوة الى القدرة على إحداث تقدم فجائي وشامل، وتؤدي السلطة أيضا دورها في مجالات أخرى مثل مجال وسائل الإعلام الرياضية (1).

وحسب روي ديفيد (Rowe david) فان للسلطة ثلاثة أشكال، الأول هو السلطة على مستوى المؤسسات - الطريقة التي ترتبط بها المؤسسات الإعلامية والمؤسسات الرياضية مع، والطرق التي يمكن أن يقال فيها ام إحدى المؤسستين قد سيطرت على الأخرى (أو حتى استهلكتها)، والى أي مدى يمكن أن يكون هناك تأثير متبادل للتفاعل بينهما. والصورة الثانية هي السلطة على المستوى الرمزي -كيف يمكن ترجمة واستخدام المواضيع الرياضية المقدمة في وسائل الإعلام التي تقدمها وتشكلها المؤسسات الرياضية، وكيف يمكن قبولها وتقديرها، ورفضها والسخرية منها أحيانا أخرى، والصورة الثالثة هي السلطة على مستوى العلاقات - وتتمثل في النتائج الاجتماعية والثقافية المتشعبة الناجمة عن تطور الكيان الثقافي المضخم، شبه العالمي الذي يضم كلا من وسائل الإعلام الرياضية، والى أي مدى نجحت هذه الآلة الجبارة المكونة من الرموز Signs والأساطير Myths في تمثيل واقعنا الحالي في العالم وساعدت على إعادة صياغته وتشكيله (2).

ويتضح ان الرياضة ووسائل الإعلام بوصفهما مؤسستان اجتماعيتان قد تقاطعت مساراتها وتشابكت عندما أدى التطور السريع في صناعة الترفيه والاستهلاك الضخم، بالإضافة إلى مقتضيات بناء الدولة الحديثة إلى خلق الظروف المؤدية إلى الترابط الشديد الطويل المدى بينهما، وان الاستثمار الضخم لرأس المال والعامل البشري والجهود الاجتماعية والمساحة الثقافية التي أنتجت المواضيع الرياضية (3)، التي تقدمها وسائل الإعلام في العصر الحديث قد خلقت أيضا الظروف التي ساعدت على ظهور العديد من أشكال السلطة للقيام بمايلي:

1- روي ديفيد ، م س ذ- ص 81.

2- روي ديفيد ، م س ذ- ص 81.

3 -David Rowe Global Media Sport : Flows, Forms and Futures, opcit, p 172.

❖ جذب وتنظيم أعداد كبيرة من المواطنين في جميع أنحاء العالم لمشاهدة البرامج الرياضية التلفزيونية بأعداد متزايدة (مثلا حوالي 370 مليون شخص في 220 دولة شاهدوا اولمبياد سيدني عام 2000 وقد وصل العدد الإجمالي للجماهير التي شاهدت مباريات كاس العالم لكرة القدم عام 2002 والتي أقيمت في كوريا واليابان حوالي 2.8 مليار شخص)

❖ التأثير على سياسات الحكومات، مثل الضغط عليها لتقديم المساعدات اللازمة لاستضافة الأحداث الرياضية-الإعلامية الكبرى، وتحديد موقفها من المشاركة في مقاطعة بعض الأحداث الرياضية، ووضع أسس ومعايير ضابطة لحقوق إذاعة الأحداث الرياضية او للإعلان عن منتجات ضارة بالصحة مثل التبغ.

❖ تشكيل وصياغة الكثير من الصور اللفظية والمرئية المتداولة، بدءا من التشبيهات المستخدمة في التجارة والسياسة إلى اللوحات الإعلانية في الشوارع وما يقوم به التلفزيون من إعادة بعض اللقطات بالحركة البطيئة.

❖ وضع الأساس لجانب كبير من الخطاب الاجتماعي، بدءا من المزاج في المطاعم إلى أسلوب الحديث في المؤتمرات لعرض الأبحاث والذي يتم اختياره بدقة وعناية⁽¹⁾.

مما سبق يتضح أن البنية الثقافية لوسائل الإعلام الرياضية تمتلك سلطة لا يمكن تجاهلها بسهولة باعتبار ان الرياضة مجرد تسلية كما كان يقال عليها قديما. وهي تعمل على إضفاء الصبغة الثقافية على الأشياء Culturalization (هي العملية التي تصبح بمقتضاها الثقافة -وهي العلامات والرموز والمعاني والقيم المتداولة داخل المجتمع الواحد وبين المجتمعات- ركيزة محورية هامة لجميع العمليات التي تحدث في المؤسسات الاجتماعية على اختلاف أنواعها بما في ذلك الأجهزة السياسية والنظم الاقتصادية) وأن مجال الثقافة، يعتبر المجال الذي تحدث فيه العمليات الاقتصادية مثل الإنتاج، التوزيع والتبادل وفي نفس الوقت، فإن الإنتاج الثقافي مرتبط دائما بشكل مباشر او غير مباشر بعالم صناعة المنتجات، وتقديم الخدمات و الأرباح.

1- روي ديفيد ، م س ذ- ص 84.

لقد أصبحت الرياضة من أكثر الأحداث أهمية، وأصبحت بمثابة الصورة التي تتجلى فيها دائماً وبانتظام هذه الثقافة القومية، فإن وسائل الإعلام الرياضية قد أصبحت احد الجوانب الرئيسية الهامة في الميراث الثقافي الحالي.

وأن وسائل الإعلام تعتبر القوة الدافعة الاقتصادية والثقافية في الرياضة لأنها تقدم أو تجذب معظم رؤوس الأموال التي بدورها تساعد على إنشاء وبث الصور والمعلومات، والتي بدورها تؤدي إلى تحقيق مزيد من الأرباح والأموال الرياضية، في دورة حلزونية متصاعدة. ولكن قوة الدفع التي يبدو أنها لا يمكن إيقافها في اقتصاد وسائل الإعلام الرياضية (التقليدية) قد بدأت تبطئ من سرعتها مع بداية القرن الحالي بسبب ظهور نماذج أخرى لتقديم خدمة الأخبار والترفيه المتعلق بالشؤون الرياضية والذي تشكل شبكة الانترنت محوره.

2. العائدات الاقتصادية للرياضة في العالم:

أصبح الحجم الاقتصادي للرياضة العالمية مثيراً نوعاً ما، وبات يخطف أنفاس مجتمع المال، وكشفت دراسة أعدّها الاتحاد الأوروبي لتحليل الأنشطة الاقتصادية المرتبطة بالرياضة قبل 10 سنوات، أن حصة الرياضة في القيمة المضافة الإجمالية قد تصل إلى 2 في المئة من الناتج الإجمالي، وبآثار مضاعفة قد تبلغ 3 بالمئة في قطاعات مثل الترفيه والثقافة والتعليم والفنادق والمطاعم، إلى جانب النمو النسبي في معدلات التوظيف، فضلاً عن كون الرياضة محركاً لتعزيز التقارب والنمو الاقتصادي في دول الاتحاد الأعضاء. ووفقاً للإحصائيات الحديثة الصادرة عن شركة البحوث والأسواق (Research and Markets)، فإن من المتوقع أن تنمو سوق الرياضة العالمية إلى أكثر من نصف تريليون دولار العام الجاري (2023)، وتصل إلى 624 مليار دولار في عام 2027 بحسب توقعات السيناريوهات المتحفظة⁽¹⁾.

1. أنظر: علي محمد الخوري، القوة الاقتصادية للرياضة: الفرص والاستراتيجيات، تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/10 وهو موجودة عبر الرابط:

وتشمل هذه الأرقام تكاليف وعوائد إنتاج وتنظيم الأنشطة الرياضية، والإيرادات المباشرة من مصادر مثل حقوق البث والرعاية والتذاكر والمنتجات ومبيعات الأجهزة الرياضية ومراكز التدريب وغيرها. ولا توجد إحصائيات دقيقة بشأن التأثير الإيكولوجي الممتد لهذه الصناعة في القطاعات الأخرى، كالضيافة والتجزئة والسياحة، وفي ذلك دليل على الدور المتزايد لهذه الصناعة في المجتمعات الحديثة، التي أصبحت تزدهر فيها صناعة الرياضة، وتجذب استثمارات كبيرة بصفتها «ماكينة» الإيرادات المالية التي لا يمكن لأحد تجاهلها

كما تعد الهيئات الرياضية العامل الأساسي في اقتصاديات الرياضة التي تعمل على توزيع الموارد وإمكانيات الهيئات الرياضية لتحقيق أقصى إشباع ممكن لحاجات ورغبات أعضائه بما يحقق أهداف تكوينه وإنشائه وأهداف أعضائه من الاشتراك فيه، و يؤثر النظام الاقتصادي الذي تنتهجه الدولة الموجودة بها الهيئة الرياضية على اقتصادها. وتوجد تساؤلات رئيسية باعتبارها محكات اقتصادية متصلة بالرياضة تحدد سياسة الدولة نحو اقتصاد الرياضة وهي⁽¹⁾:

- ما هو حجم الإنتاج والاستهلاك في المجال الرياضي
- ما هي الأنشطة الرياضية الأكثر أهمية وشيوعا في المجتمع.
- ما هي مصادر تمويل الرياضة) الدولة - المجتمع المحلي - الأسرة)
- هل يمكن عقد مقارنات بين قطاع الرياضة وقطاعات اقتصادية أخرى لمعرفة ما يمكن أن تقدمه الرياضة إلي الاستهلاك الوطني.
- وما هو معدل أو نسبة استهلاك الأسرة في المجال الرياضي بالنسبة إلي سائر مجالات الاستهلاك الأخرى) أدوات رياضة - اشتراكات أندية - ملابس رياضية - تذاكر حضور مباريات).
- تُعَدّ الرياضة قطاعًا اقتصاديًا ضخمًا ذا تأثير واسع النطاق على مستوى العالم، حيث تساهم في توليد عائدات هائلة وتلعب دورًا محوريًا في التنمية الاقتصادية والاجتماعية. فيما يلي توضيح للعائدات الاقتصادية وأهمية الرياضة:

1- كمال الدين عبدالرحمن درويش وآخرون، اقتصاديات الرياضة، م س د- ص 36.

➤ العائدات الاقتصادية المباشرة:

- إيرادات الصناعة الرياضية: تُقدَّر قيمة السوق الرياضية العالمية بأكثر من 500 مليار دولار سنويًا (حسب تقارير 2023) ⁽¹⁾، تشمل ⁽²⁾:
- البث التلفزيوني والحقوق الإعلامية: مثل صفقات دوري كرة القدم الإنجليزية (البريميرليج) التي تصل إلى 5 مليارات دولار سنويًا، أو عقود دوري السلة الأمريكي (NBA) التي تتجاوز 2.6 مليار دولار سنويًا.
- الرعاية التجارية: تصل استثمارات الشركات في رعاية الفعاليات الرياضية إلى 70 مليار دولار عالميًا (مثال: رعاية .. Nike, adidas, puma).
- بيع التذاكر والتراخيص: مثل مبيعات تذاكر كأس العالم FIFA التي تُدرّ مئات الملايين من الدولارات.
- السلع الرياضية: تُقدَّر مبيعاتها بنحو 180 مليار دولار سنويًا.

➤ التأثيرات الاقتصادية غير المباشرة:

- السياحة: المدن التي تستضيف بطولات رياضية كبيرة تشهد زيادة في السياحة، مما يعزز الاقتصاد المحلي ويزيد من الإنفاق على الخدمات، إذ تستقطب الفعاليات الكبرى مثل كأس العالم أو الأولمبياد ملايين الزوار. على سبيل المثال، حققت بطولة كأس العالم 2022 في قطر زيادة في الناتج المحلي الإجمالي بنحو 17 مليار دولار ⁽³⁾.
- التنمية العمرانية ⁽⁴⁾: تشييد الملاعب والبنية التحتية (مثل مترو الدوحة في قطر، ملعب لوسيل) يُحفِّز الاستثمارات ويخلق فرص عمل، لكنه قد يُسبب أعباء

1. علي نَجْد الحوري، القوة الاقتصادية للرياضة: الفرص والاستراتيجيات، م، س، ذ.

2- كمال الدين عبدالرحمن درويش وآخرون، اقتصاديات الرياضة، م س ذ- ص 41.

3. أنظر: كأس العالم FIFA قطر 2022: 17 مليار دولار عائدات متوقعة للبطولة، تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/15 عبر الرابط:

قطر-2022-17-مليار-دولار-عائدات-متوقعة-للبطولة-fifa-كأس-العالم/alaraby.co.uk/economy/

4. أنظر: سني الخطيب، كأس العالم 2022 فضاء لتصدير هوية قطرية عالم، م، س، ذ، ص 80.

- مالية إذا لم تُدار المشاريع بكفاءة. بناء الملاعب والمرافق الرياضية يساهم في تطوير البنية التحتية، مما يعود بفوائد على المجتمع ككل.
- **خلق الوظائف⁽¹⁾** : يُوظّف القطاع الرياضي مباشرةً ملايين الأشخاص (كمدرّبين ولاعبين وعاملين في الإعلام)، بالإضافة إلى وظائف غير مباشرة في الفنادق والمطاعم والنقل.
 - فالرياضة تعتبر محرك اقتصادي يعزز النمو ويُحسّن جودة الحياة. توازنها بين الربح المادي والقيم الإنسانية يجعلها أداة فريدة في السياسة والاقتصاد العالمي.

3. التمويل والاستثمارات الرياضية كأدوات نفوذ جيوسياسي:

أصبحت الاستثمارات الرياضية أداةً استراتيجيةً للدول لتعزيز نفوذها الجيوسياسي، حيث تتحول الرياضة من مجرد نشاط ترفيهي إلى وسيلة لبناء التحالفات وتعزيز الهوية الوطنية وخلق تأثيرات اقتصادية وسياسية عابرة للحدود. فالدول، خاصة تلك الطامحة لتعزيز مكانتها الإقليمية أو العالمية، تستثمر مليارات الدولارات في استضافة الأحداث الكبرى، وتملك الأندية الرياضية المرموقة، وتطوير البنى التحتية، ما ينعكس على صورتها كقوى ناعمة قادرة على جذب الاهتمام الدولي. على سبيل المثال، استثمرت قطر بشكل مكثف في استضافة كأس العالم 2022، واقتناء نادي باريس سان جيرمان الفرنسي عبر صندوقها السيادي، مما عزز حضورها الإعلامي عبر قناة "بي إن سبورتس" وحقق لها نفوذاً في صناعة القرار الرياضي العالمي⁽²⁾، بالمثل، تعتمد السعودية على "رؤية 2030" لتحويل دورها المحلي إلى أحد أفضل عشر دوريات عالمية، مع استثمارات ضخمة في استضافة أحداث مثل كأس العالم 2034، مما يعزز تنويع اقتصادها ويضعها في قلب الخريطة الرياضية الدولية⁽³⁾.

1- كمال الدين عبدالرحمن درويش وآخرون، اقتصاديات الرياضة، م س ذ- ص ص 110-111..

2. أنظر: نفوذ دولي وريادة إقليمية.. تعرف على أسباب الاستثمار القطري في الرياضة:

أداة-نفوذ-عالمية-لماذا-تستثمر-قطر-في-4/16/2018/miscellaneous/sports/2018/4/16/

3. أنظر: مُجّد بن عبدالله العضاضي، التكامل بين الرياضة والاقتصاد، تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/15 وهو موجودة عبر الرابط:

https://www.aleqt.com/2024/12/16/article_2754275.html

من جهة أخرى، استثمرت قطر في تنظيم بطولات رياضية عالمية، مثل كأس العالم 2022، مما ساهم في تعزيز مكانتها كوجهة رياضية عالمية. هذه الاستثمارات لا تقتصر على الأندية والبطولات فحسب، بل تشمل أيضًا تطوير البنية التحتية الرياضية، مما يساهم في تحفيز الاقتصاد الوطني وخلق فرص عمل جديدة. مما يعكس اهتمام والتزام الدول بتطوير هذا القطاع الحيوي. وعموماً فيمكن للدول استخدام التمويل والاستثمار الرياضي لتحقيق أهداف سياسية واقتصادية وثقافية على المستوى الدولي:

➤ تعزيز الصورة الدولية: (1)

- الأحداث الرياضية الكبرى كمنصة عالمية: عندما تستضيف دولة ما حدثاً رياضياً كبيراً مثل الألعاب الأولمبية أو كأس العالم، فإنها تحصل على فرصة لعرض نفسها على الساحة الدولية. هذا الحدث يصبح وسيلة لإبراز التقدم الاقتصادي والتكنولوجي والثقافي والحضاري للدولة المضيفة.
 - مثال: استضافة قطر لكأس العالم 2022 كانت جزءاً من استراتيجية أوسع لتعزيز مكانتها كدولة ذات تأثير عالمي، وإظهار قدرتها على تنظيم حدث ضخم بمستوى عالٍ من الجودة.
 - مثال آخر: الألعاب الأولمبية في بكين 2008 كانت فرصة للصين لإظهار قوتها الاقتصادية وقدرتها التنظيمية، مما عزز صورتها كقوة عظمى ناشئة.
- تحسين السمعة الدولية: التمويل الرياضي يمكن أن يساعد في تحسين سمعة دولة ما، خاصة إذا كانت تعاني من صورة سلبية بسبب قضايا سياسية أو حقوقية.
 - مثال: استضافة روسيا لكأس العالم 2018 ساعدت في تحسين صورتها الدولية بعد سنوات من التوترات مع الغرب بسبب قضايا مثل ضم شبه جزيرة القرم.

1. أنظر: سني الخطيب، كأس العالم 2022 فضاء لتصدير هوية قطرية عالم، م، س، ذ، ص 80.

➤ بناء العلاقات الدبلوماسية⁽¹⁾:

- التمويل كجزء من الاتفاقيات الثنائية: يمكن للدول استخدام التمويل الرياضي كجزء من اتفاقيات تعاون مع دول أخرى. على سبيل المثال، قد تقدم دولة ما تمويلاً لبناء ملاعب أو تدريب فرق رياضية في دولة أخرى كبادرة حسن نية أو كجزء من اتفاقية اقتصادية أوسع.
- مثال: الصين قامت بتمويل بناء مرافق رياضية في عدة دول إفريقية كجزء من مبادرة "الحزام والطريق"، مما عزز علاقاتها مع هذه الدول.
- تعزيز العلاقات الثقافية: التمويل الرياضي يمكن أن يكون وسيلة لتعزيز العلاقات الثقافية بين الدول. على سبيل المثال، قد يتم تمويل برامج تبادل رياضي بين دولتين لتعزيز التفاهم المتبادل.
- مثال: الولايات المتحدة قامت بتمويل برامج رياضية في دول أمريكا اللاتينية كجزء من جهودها لتعزيز العلاقات الثقافية والسياسية في المنطقة.

➤ التأثير الثقافي:

- نشر القيم والثقافة: من خلال تمويل الأحداث الرياضية، يمكن للدول أن تعزز قيمها وثقافتها⁽²⁾. على سبيل المثال، قد تركز دولة ما على تعزيز قيم مثل التسامح أو التنمية المستدامة من خلال الأحداث التي تمولها.
- مثال: قطر ركزت خلال كأس العالم 2022 على تعزيز قيم التسامح والتنوع الثقافي، مما ساعد في تحسين صورتها كدولة منفتحة.

1. Lincoln Allison and Alan Tomlinson , UNDERSTANDING INTERNATIONAL SPORT ORGANISATIONS opcit, p 114.

2. idemt, p 158.

- **الرياضة كأداة للدبلوماسية العامة⁽¹⁾**: التمويل الرياضي يمكن أن يكون جزءاً من استراتيجية أوسع للدبلوماسية العامة، حيث يتم استخدام الرياضة كوسيلة للتأثير على الرأي العام العالمي.
- **مثال**: الصين استخدمت الألعاب الأولمبية 2008 كفرصة لعرض ثقافتها وتاريخها الغني، مما ساعد في تعزيز صورتها كدولة ذات تراث حضاري عريق.

➤ التمويل الرياضي كأداة للتنمية المحلية⁽²⁾:

- **تحسين البنية التحتية**: التمويل الرياضي يمكن أن يساعد في تطوير البنية التحتية المحلية، مثل بناء الملاعب والمرافق الرياضية، مما يعود بالفائدة على المجتمع المحلي.
- **مثال**: استضافة البرازيل لكأس العالم 2014 أدى إلى تحسين البنية التحتية في عدة مدن برازيلية، رغم الانتقادات المتعلقة بالتكاليف الباهظة.
- **خلق فرص عمل**: التمويل الرياضي يمكن أن يساهم في خلق فرص عمل في قطاعات مثل البناء والسياحة والخدمات، مما يعزز الاقتصاد المحلي.
- **مثال**: استضافة جنوب إفريقيا لكأس العالم 2010 ساعد في خلق آلاف الوظائف المؤقتة والدائمة.

2.3 النفوذ الاقتصادي والسياسي عبر استضافة الأحداث الرياضية الكبرى:

لقد استطاعت عدة دول تعزيز نفوذها الاقتصادي والسياسي عبر استضافة الأحداث الرياضية الكبرى، التي تعد منصات عالمية لجذب الانتباه وبناء الصورة الإيجابية. فعلى الصعيد الاقتصادي، تسهم هذه الأحداث في تنشيط السياحة وزيادة الاستثمارات وتطوير البنية التحتية. أما سياسياً، فإنها تعزز مكانة الدولة على الخريطة الدولية وتُظهرها كقوة قادرة على تنظيم فعاليات ضخمة. الصين تعزز مكانتها كقوة عالمية

1. BEACOM, Aaron, International Diplomacy and the Olympic Movement, opcit, p 25-53

2- أنظر: كمال الدين عبدالرحمن درويش وآخرون، اقتصاديات الرياضة، م س ذ.

بعد استضافة دورة الألعاب الأولمبية في بكين عام 2008، حيث استغلت الحدث لعرض تطورها الاقتصادي والتكنولوجي⁽¹⁾. وفي روسيا، ساعدت استضافة كأس العالم 2018 في تحسين صورتها الدولية رغم العقوبات السياسية، وجذبت ملايين السياح والاستثمارات. هناك العديد من الدول التي استفادت من استضافة الأحداث الرياضية الكبرى لتعزيز نفوذها الاقتصادي والسياسي، ومن أبرز هذه الأمثلة:

1- البرازيل:

استضافت البرازيل كأس العالم FIFA في عام 2014 وكأس القارات في 2013، بالإضافة إلى دورة الألعاب الأولمبية الصيفية في ريو دي جانيرو عام 2016⁽²⁾. هذه الأحداث ساعدت البلاد على تحسين بنيتها التحتية، مثل المطارات والطرق والمرافق الرياضية، كما عززت من مكانتها كواحدة من الاقتصادات الناشئة الكبرى في العالم. ومع ذلك، واجهت البرازيل انتقادات بسبب التكاليف الباهظة والتحديات الاجتماعية الداخلية.

2- جنوب إفريقيا⁽³⁾:

أصبحت جنوب إفريقيا أول دولة إفريقية تستضيف كأس العالم FIFA في عام 2010. هذا الحدث ساعد في تغيير الصورة النمطية عن القارة الإفريقية، وجذب الاستثمارات الأجنبية، وعزز السياحة. كما أظهر قدرة الدولة على تنظيم حدث عالمي ضخم، مما عزز مكانتها السياسية والإقليمية.

3- اليابان:

استضافت اليابان دورة الألعاب الأولمبية الصيفية في طوكيو عام 2021 (والتي تأجلت من 2020 بسبب جائحة كورونا). استغلت اليابان هذا الحدث لعرض تقدمها التكنولوجي والابتكاري، مثل استخدام الروبوتات والذكاء الاصطناعي في

1. Addi lahouri, sport est scène mondiale : les enjeux de l'attribution des JO pekin 2008, institue des études politiques lyon, 2005.

2. BEACOM, Aaron, International Diplomacy and the Olympic Movement, opcit, pp 220-222.

3. باسكال بونيفاس، الجيوبوليتيك مقارنة لفهم العالم في 48 مقالاً، ترجمة: اياد عيسى، م.س.ذ، ص 254.

تنظيم الفعاليات. كما ساعد الحدث في تعزيز الاقتصاد المحلي والسياحة، رغم التحديات التي فرضتها الجائحة.

4- ألمانيا:

عززت ألمانيا مكانتها العالمية بعد استضافة كأس العالم FIFA في عام 2006، والذي أطلق عليه "كأس العالم الأسطوري". ساعد هذا الحدث في تحسين صورة ألمانيا كدولة مضيافة، كما حقق فوائد اقتصادية كبيرة من خلال زيادة السياحة والإنفاق المحلي⁽¹⁾.

5- المملكة المتحدة:

استضافت لندن دورة الألعاب الأولمبية الصيفية في عام 2012، والتي اعتُبرت واحدة من أنجح الدورات في التاريخ الحديث. ساعد هذا الحدث في إعادة تطوير مناطق مهمة في العاصمة لندن، مثل استاد لندن الأولمبي ومنطقة "ستراتفورد"، كما عزز مكانة المملكة المتحدة كمركز عالمي للثقافة والرياضة.

6- قطر⁽²⁾:

قطر هي واحدة من أبرز الأمثلة الحديثة على كيفية استغلال الأحداث الرياضية الكبرى لتعزيز النفوذ الاقتصادي والسياسي. فباستضافتها كأس العالم FIFA 2022، أصبحت أول دولة عربية وخليجية تنظم هذه البطولة العالمية. وقد استثمرت قطر بشكل كبير في البنية التحتية، حيث أنفقت مليارات الدولارات على بناء ملاعب حديثة ومتطورة، وتطوير شبكات النقل، بما في ذلك مترو الدوحة، وتحسين المرافق السياحية.

1. Lincoln Allison and Alan Tomlinson , UNDERSTANDING INTERNATIONAL SPORT ORGANISATIONS opcit, p 229.

2. أنظر: سني الخطيب، كأس العالم 2022 فضاء لتصدير هوية قطرية عالم، م، س، ذ، .

من الناحية الاقتصادية، ساهمت الاستضافة في جذب ملايين السياح من مختلف أنحاء العالم، مما أدى إلى زيادة الإنفاق المحلي وتعزيز قطاعات مثل الضيافة والنقل والتجزئة. كما عززت قطر من مكانتها كمركز رياضي وثقافي عالمي، حيث أصبحت تستضيف العديد من الفعاليات الرياضية الدولية الأخرى، مثل سباقات الفورمولا 1 وسباقات الدراجات. أما على الصعيد السياسي، فقد استغلت قطر الحدث لتعزيز صورتها الدولية كدولة قادرة على تنظيم حدث ضخم بمستوى عالٍ من الكفاءة، رغم التحديات اللوجستية والسياسية. كما ساعدت الاستضافة في تعزيز العلاقات الدبلوماسية مع العديد من الدول، خاصة بعد الانتقادات التي واجهتها قطر في البداية حول حقوق العمال وقضايا أخرى، حيث عملت على تحسين سمعتها من خلال إصلاحات تشريعية وعملية. بالإضافة إلى ذلك، استخدمت قطر الحدث لتسليط الضوء على ثقافتها العربية والإسلامية، مما ساهم في تعزيز التفاهم الثقافي بين الشعوب. وبشكل عام، أصبحت كأس العالم 2022 علامة فارقة في تاريخ قطر، حيث عززت مكانتها كقوة إقليمية وعالمية فاعلة.

4. حقوق البث الإعلامي والصراعات الجيوسياسية:

تعد حقوق البث الإعلامي واحدة من القضايا الشائكة التي تتداخل فيها المصالح الاقتصادية مع الصراعات الجيوسياسية، حيث تسعى الدول والشركات الإعلامية الكبرى إلى السيطرة على حقوق بث الأحداث المهمة كالمباريات الرياضية والمناسبات السياسية والفنية. هذه الحقوق لا تقتصر فقط على الجانب المادي، بل تمتد لتشمل أداةً للقوة الناعمة، تُستخدم في تعزيز النفوذ الثقافي والسياسي للدول. فمن يتحكم في البث الإعلامي يتحكم جزئيًا في تشكيل الرأي العام وصياغة الروايات التي تصل إلى الجماهير. وفي ظل التنافس العالمي، تبرز الصراعات الجيوسياسية بشكل واضح، حيث تُستخدم حقوق البث كأداة ضغط أو تفاوض بين الدول. كما أن الشركات الإعلامية العملاقة، التي غالبًا ما تكون مرتبطة بمصالح دولية، تلعب دورًا محوريًا في هذا الصراع، حيث تتنافس للحصول على حقوق بث حصرية، مما يعمق من حدة

التنافس بين القوى العالمية. إذ أن حقوق البث الإعلامي ليست مجرد قضية تجارية، بل هي جزء من لعبة جيوسياسية معقدة، تُظهر كيف يمكن للإعلام أن يكون سلاحًا فعالًا في الصراعات الدولية، سواء عبر التحكم في المعلومات أو تعزيز النفوذ الثقافي.

ويقصد بحقوق البث الإعلامي، الحقوق القانونية والاقتصادية التي تمنح لجهة ما (مثل شبكات تلفزيونية، منصات بث رقمي، أو مؤسسات إعلامية) لنقل محتوى معين عبر وسائل الإعلام المرئية أو المسموعة أو الرقمية، سواء بشكل حصري أو غير حصري. تشمل هذه الحقوق بث الأحداث الحية (كالمباريات الرياضية، الحفلات الموسيقية، أو المؤتمرات السياسية)، أو الأعمال الفنية (كالأفلام والمسلسلات)، أو المحتوى الإخباري، وفقًا لشروط محددة في العقود بين مالكي الحقوق (مثل المنظمات أو الأفراد المنتجين) وبين الجهات الناقلة.

- حقوق البث التلفزيوني الرياضي TV broadcast rights :

"هو كافة الحقوق المادية والقانونية والملكية الفكرية للهيئة الرياضية والناطقة عن استخدام حق البث التلفزيوني للمباريات والبرامج والمؤتمرات الصحفية والأحداث الرياضية والتي يستخدم فيها اسم وشعار الهيئة وصور اللاعبين والمدربين وكافة حقوق الصورة لمباريات وتدريبات فرق أو لاعبي ومدربي ومنشآت الهيئة"⁽¹⁾.

تُباع عادةً حقوق البث الخاصة بالأحداث الرياضية لمن يدفع أعلى ثمن؛ بالرغم من أن المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية التي تستطيع أن تقدم معدل عرض أكثر للرياضة المعنية أو التغطية بمعايير أعلى يكون لها الأفضلية⁽²⁾.

1- أنظر: كمال الدين عبدالرحمن درويش وآخرون، اقتصاديات الرياضة، م س د، ص ص 21-22.

2- فيل اندروز، الصحافة الرياضية، ترجمة: بدران حامد، م.س.د، ص 232.

- مكونات حقوق البث الإعلامي⁽¹⁾:

1. الحقوق الحصرية: تمنح لجهة واحدة فقط لنقل المحتوى في منطقة جغرافية أو فترة زمنية محددة، مما يزيد من قيمتها التسويقية والاقتصادية.
2. الحدود الجغرافية: تُحدد المناطق التي يُسمح فيها بالبث (مثل دولة أو قارة)، وتُستخدم لضمان عدم تداخل البث مع حقوق أخرى في مناطق مختلفة.
3. الفترة الزمنية: تشمل مدة امتلاك الحقوق (سنوات أو أشهر) وحقوق إعادة البث أو التخزين الرقمي.
4. نوع الوسيلة: تختلف الحقوق حسب منصة النشر (التلفزيون التقليدي، الراديو، البث المباشر عبر الإنترنت، أو منصات البث حسب الطلب مثل "نتفليكس").

الأطر القانونية والاقتصادية⁽²⁾:

- القوانين الدولية والمحلية: تخضع حقوق البث لقوانين الملكية الفكرية والاتفاقيات الدولية مثل اتفاقية بيرن لحماية المصنفات الفكرية، بالإضافة إلى قوانين الاتصالات في كل دولة.
- العقود والتراخيص: تُنظَّم عبر اتفاقيات مُلزِمة تحدد شروط الاستخدام، التعويضات المالية، والعقوبات في حالة الانتهاك.
- الجانب الاقتصادي: تُعد مصدر دخل رئيسي للمنتجين والمنظمات (مثل الاتحادات الرياضية)، حيث تُباع الحقوق بملايين أو مليارات الدولارات (مثل: حقوق بث كأس العالم. FIFA).

1 - see : David Rowe Global Media Sport : Flows, Forms and Futures, opcit, pp 62-70.

2- أنظر : الياس مي، التظاهرات الرياضية والملكية الفكرية، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، 2009.

التداعيات الجيوسياسية: تُستخدم حقوق البث كأداة للسيطرة على الرأي العام وتعزيز النفوذ. فالدول أو الشركات المهيمنة قد تمنع بث محتوى معين لأسباب سياسية (مثل حظر قنوات إخبارية معارضة)، أو تشترط تعديل المحتوى ليتوافق مع خطابها. كما تُساهم المنافسة على حقوق البث الحصرية في تعزيز التحالفات أو الصراعات بين الدول والكيانات الإعلامية العملاقة (مثل "ديزني" أو "القنوات الرياضية العربية).

1.4 الاحتكار الإعلامي وتأثيره على الرياضة:

الاحتكار الإعلامي يشير إلى سيطرة عدد قليل من الشركات أو المؤسسات الإعلامية على توزيع وتغطية الأحداث والبرامج الإعلامية. في مجال الرياضة، يعد الاحتكار الإعلامي ظاهرة مقلقة تؤثر بشكل كبير على الطريقة التي يتفاعل بها الجمهور مع الرياضة وكيفية مشاهدة الأحداث الرياضية. حيث تُهيمن شركات إعلامية عملاقة على حقوق بث الأحداث الرياضية الكبرى، مثل الدوريات المحترفة أو البطولات العالمية، مما يحولها إلى سلعة خاضعة لمعايير الربح بدلاً من القيم التنافسية أو الشعبية. فمع سيطرة عدد محدود من المنصات (كالقنوات الرياضية المتخصصة أو منصات البث الرقمي) على أغلب الحقوق الحصرية، تتعرض الرياضة لتأثيرات سلبية متعددة؛ منها ارتفاع تكاليف المشاهدة على الجمهور، وتهميش الرياضات الأقل شيوعاً لصالح تلك التي تجذب جماهيرية واسعة، وتحول الفعاليات الرياضية إلى استثمارات تسويقية تخدم مصالح الشركات أكثر من روح الرياضة نفسها. كما يُعمق هذا الاحتكار من الفجوة بين الأندية الغنية والفقيرة، حيث تُوجه الموارد المالية الضخمة الناتجة عن صفقات البث نحو أندية أو بطولات محددة، مما يُضعف التنوع ويُهدد استدامة الرياضات المحلية. في المقابل، تُستخدم هذه السيطرة الإعلامية كأداة لتشكيل الرأي العام، عبر التركيز على روايات معينة أو إبراز نجوم بعينهم، مما قد يُغيّب الجوهر الرياضي لصالح الدراما الإعلامية⁽¹⁾.

1 -see : David Rowe Global Media Sport : Flows, Forms and Futures, opcit, pp 31-48.

هذا الاحتكار يؤدي إلى عدة تأثيرات سلبية على الرياضة يمكن أن نوجزها فيمايلي:

أولاً، يقلل من التنوع في تغطية الرياضة، مما ينعكس في تقديم محتوى موجه أو متحيز لوجهات نظر معينة أو لفرق رياضية محددة. بعض الأندية أو الدوريات قد تحصل على اهتمام إعلامي أكثر من غيرها، مما يؤثر في تصور الجمهور للأحداث الرياضية ويقلل من فرص الاهتمام بالرياضات الأخرى.

ثانياً، يزيد الاحتكار الإعلامي من الأسعار الخاصة بحقوق البث، مما يؤدي إلى رفع تكلفة الوصول إلى المباريات الرياضية. هذه الزيادة في التكاليف تؤثر بشكل كبير على فئات من الجمهور، خصوصاً من ذوي الدخل المحدود، الذين قد لا يتمكنون من مشاهدة المباريات المفضلة لهم. هذا يساهم في تقليص انتشار الرياضة بين جميع فئات المجتمع ويجعلها محصورة في طبقات اجتماعية معينة⁽¹⁾.

من جانب آخر، يمكن أن يؤثر الاحتكار الإعلامي على الرياضة نفسها من خلال فرض سياسات تحكمها مصالح الشركات الإعلامية أكثر من مصالح الأندية أو اللاعبين. في بعض الأحيان، قد تركز الشركات الإعلامية على نشر المباريات أو البطولات التي تحقق لها أكبر أرباح، مما يؤدي إلى تهميش الرياضات أو البطولات الأقل شعبية. كما أن الضغط المالي الناتج عن الاحتكار يمكن أن يؤثر على استراتيجيات الأندية في تطوير اللاعبين أو جذبهم، حيث قد يفرض عليها الالتزام بعقود مربحة تركز على الربح المالي بدلاً من الاهتمام بتطوير المنافسة الرياضية. يشكل الاحتكار الإعلامي تهديداً للرياضة على مستويات عدة، من انتشارها وحتى مسار تطورها. يتطلب الأمر توازناً بين حقوق البث التجاري وحقوق الجمهور في الوصول إلى محتوى رياضي متنوع وعادل⁽²⁾.

1 -Julian Le Grand and Bill New, Fair game? Tackling monopoly in sports broadcasting, Demos, London, 1998, pp 12-14.

2 -idem p 16-20.

المؤسسات المحكرة لحقوق البث الرياضي في العالم أصبحت تمثل جزءاً مهماً من صناعة الرياضة والإعلام في العصر الحديث. منذ سنوات طويلة، شهدت الرياضة تحولاً كبيراً في كيفية متابعتها وعرضها، حيث أصبحت حقوق البث الرياضي من أبرز الأصول الاقتصادية التي تتحكم فيها مجموعة من الشركات الكبرى. تُعتبر هذه المؤسسات بمثابة الحلقة الأساسية التي تربط بين الجمهور الرياضي، المباريات والبطولات الرياضية، وتساهم بشكل كبير في تمويل الأندية والاتحادات الرياضية.

من خلال احتكار حقوق البث، تمكنت هذه المؤسسات من فرض أسعار باهظة على الأفراد الذين يرغبون في متابعة الرياضة، كما أثرت على الطرق التي يتم بها عرض المباريات سواء عبر القنوات التلفزيونية أو المنصات الرقمية. إذ أصبح من الضروري للمشاهدين الاشتراك في باقات خاصة للوصول إلى المحتوى الرياضي الحصري. في بعض الأحيان، هذه المؤسسات تتخذ سياسات حصرية تجعل من المستحيل متابعة بعض البطولات إلا عبر وسيلة واحدة أو منصة معينة.

إضافة إلى ذلك، تُؤثر هذه الشركات على جدولة المباريات، حيث يمكن أن تقوم بتغيير مواعيد المباريات بما يتناسب مع أوقات الذروة التي تضمن أكبر عدد من المشاهدين والمشاركين. هذه الممارسات قد تكون غير محبذة من قبل الأندية والجمهور في بعض الأحيان، حيث تؤثر على سير البطولات بشكل عام.

من جهة أخرى، يمكن القول إن احتكار حقوق البث يساهم في تحسين الإنتاج الرياضي، حيث يتم استثمار الأموال في تحسين جودة التغطية الإعلامية، تجهيز الملاعب، توفير التحليل الرياضي المتقدم، وغيرها من الجوانب التي تضيف قيمة للمتابعين. لكن في نفس الوقت، فإن هذا الاحتكار يثير بعض القضايا القانونية والأخلاقية، مثل القلق بشأن الوصول المتساوي للمحتوى الرياضي بين الدول وداخلها، خصوصاً في الدول النامية التي قد تكون غير قادرة على تحمل تكاليف الاشتراكات.

2.4 المنافسة بين القنوات الرياضية وتأثيراتها الجيوسياسية:

تُعد المجموعات الاعلامية العالمية الكبرى، ومؤسسات البث الرياضي العالمية مثل **beIN Sports**، و **Sky Sports**، و **ESPN**، و **DAZN**، و **NBC Sports** من أبرز الجهات التي تهيمن على حقوق البث الحصري للأحداث الرياضية الكبرى حول العالم، مما يخلق سوقاً شبه احتكارية تؤثر على مشاهدات الجمهور وتوزيع المحتوى. ففي منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، تبرز **beIN Sports** كقوة مهيمنة بعد حصولها على حقوق بث أحداث كأس العالم FIFA وبطولات دوري أبطال أوروبا، رغم التحديات التي واجهتها مع قرصنة قناة **beoutQ**. أما في أوروبا، لا سيما المملكة المتحدة، فإن **Sky Sports** (و **BT Sport** المعروفة الآن باسم **TNT Sports**) تتحكمان في حقوق الدوري الإنجليزي الممتاز، التي تُعد الأعلى عالمياً، حيث تصل قيمة الصفقات إلى مليارات الدولارات. وفي الولايات المتحدة، تسيطر **ESPN** على حقوق بث دوري **NFL** و **NBA**، بينما تحتفظ **NBC** بحقوق الدوري الإنجليزي، مما يفرض على المشاهدين الاشتراك في منصات متعددة لمتابعة رياضات مختلفة⁽¹⁾.

من ناحية أخرى، تشهد صناعة البث تحولاً جذرياً مع صعود المنصات الرقمية مثل **DAZN**، التي ركزت على البث المباشر عبر الإنترنت، وحقت طفرة عبر شراء حقوق حصرية في رياضات مثل الملاكمة والدوري الإيطالي، خاصة في أوروبا وأمريكا اللاتينية. لكن هذا الاحتكار يتسبب في تحديات كبيرة، منها ارتفاع تكاليف الاشتراكات وتجزئة المحتوى، حيث يحتاج المشجعون إلى عدة خدمات لمتابعة جميع الأحداث، مما يدفع بعضهم إلى اللجوء للقرصنة. كما أن هيمنة هذه المؤسسات تحد من قدرة البثّات الصغيرة على المنافسة، وتثير مخاوف تنظيمية حول ممارسات الاحتكار، كما حدث في إسبانيا مع قيود على بث حقوق الليجا، أو في فرنسا مع منافسة **Canal+**.

1 -see : **Hutchins, B., & Rowe, D.** *Sport Beyond Television: The Internet, Digital Media and the Rise of Networked Media Sport.* Routledge. 2012

لا تقتصر هذه الظاهرة على الرياضات المحلية، بل تمتد إلى الأحداث العالمية مثل الأولمبياد، التي تحتكرها شبكات مثل **NBC** في الولايات المتحدة و**Eurosport** في أوروبا. وفي آسيا، تُهيمن **Star Sports** التابعة لـ (Disney) على حقوق بطولات الكريكت كالدوري الهندي الممتاز (IPL). ورغم أن هذه الصفقات توفر تمويلاً ضخماً للأندية والاتحادات الرياضية، إلا أنها تثير تساؤلات حول توازن السوق وإمكانية وصول الجمهور العريض، خاصة في الدول النامية حيث تكون الاشتراكات باهظة.

هذه المنافسة بين القنوات الرياضية شهدت توسعاً كبيراً في السنوات الأخيرة، حيث أصبحت لا تقتصر فقط على الصراع التجاري للحصول على حقوق البث، بل تشمل تأثيرات جيوسياسية كبيرة، تساهم في تشكيل العلاقات بين الدول والمنظمات الرياضية. مع تزايد أهمية الرياضة على الساحة العالمية، أصبحت القنوات الرياضية جزءاً من أدوات النفوذ السياسي والاقتصادي بين الدول. في هذا السياق، يمكن ملاحظة تأثيرات هذه المنافسة في عدة مجالات.

أولاً، هناك صراع بين الشركات الإعلامية الكبرى مثل "بي إن سبورتس (beIN)" و"سكاي سبورتس (Sky Sports)" التي تسيطر على البث في أوروبا، و"إي إس بي إن (ESPN)" في أمريكا الشمالية. هذا الصراع لا يقتصر على الربح التجاري فحسب، بل يمتد إلى الصراعات الجيوسياسية بين دول مختلفة، حيث يتم استغلال الرياضة كأداة لتعزيز العلاقات السياسية أو ممارسة الضغط على الحكومات.

أحد أبرز الأمثلة هو النزاع بين المملكة العربية السعودية وقطر في السنوات الأخيرة. ففي عام 2017، قُطعت العلاقات الدبلوماسية بين البلدين، وأدى ذلك إلى حدوث تأثيرات كبيرة على حقوق البث الرياضي. في هذا السياق، فرضت السعودية قيوداً على بث قناة "بي إن سبورتس" في أراضيها، ما أدى إلى تعزيز القنوات المنافسة مثل "SSC Sports" السعودية التي بدأت تبث العديد من البطولات الكبرى مثل دوري كأس محمد بن سلمان للمحترفين. هذه المنافسة، التي تتسم بظلال جيوسياسية، لم

تقتصر على الرياضة فقط، بل كانت جزءاً من الصراع السياسي بين الدولتين، حيث أصبحت الرياضة أداة للضغط والمواجهة بينهما⁽¹⁾.

من جانب آخر، في أوروبا، هناك حالة المنافسة المستمرة بين قنوات "سكاي سبورتس" و"دازن (DAZN)"، حيث تتنافس هذه القنوات للحصول على حقوق بث البطولات الرياضية الكبرى مثل دوري أبطال أوروبا والدوريات الأوروبية الكبرى. بينما تلعب هذه القنوات دوراً اقتصادياً مهماً، فإنها تساهم أيضاً في تعزيز الهوية الثقافية الأوروبية، بحيث يتم استثمار الأموال في تحسين جودة المحتوى وتقوية العلاقات بين الدول الأوروبية الكبرى عبر الرياضة. في بعض الأحيان، تتداخل هذه المنافسة مع السياسة الأوروبية، مثلما حدث عندما تم استثمار مبالغ ضخمة في حقوق البث لتحسين صورة بعض الدول في الاتحاد الأوروبي⁽²⁾.

وفي أفريقيا، حيث تشهد القارة صراعاً بين القنوات المحلية والدولية على حقوق البث، تُستخدم الرياضة كأداة لتقوية العلاقات مع القوى الكبرى. على سبيل المثال، قامت قناة "بي إن سبورتس" بتوسيع نفوذها في القارة الأفريقية من خلال صفقات مع اتحادات رياضية مثل الاتحاد الإفريقي لكرة القدم، مما جعلها في مواجهة مباشرة مع القنوات المحلية التي تحاول الحفاظ على حقوق البث في أسواقها.

1. BeIN Sports retains Champions League rights in MENA region in crucial renewal

<https://www.sportcal.com/media/bein-sports-retains-champions-league-rights-in-mena-region-in-crucial-renewal/?cf-view>

2. DAZN bags NZ rights to Uefa Champions League as football split over three streamers

https://www.nzherald.co.nz/business/dazn-grabs-nz-rights-to-uefa-champions-league-as-football-split-overthreestreamers/MXU7N7I4OZCQTB2MZXMUNDWJVE/#google_vignette

الخاتمة:

في ختام هذه المطبوعة، يتجلى بوضوح أن التفاعل بين الجيوسياسية والرياضة والإعلام الرياضي يشكل نسيجاً معقداً من القوى الاقتصادية والسياسية والثقافية التي تُشكل العالم المعاصر. فمن خلال استعراض المفاهيم الأساسية، كشفنا كيف تتحول الرياضة من مجرد نشاط تنافسي إلى أداة لتعزيز النفوذ الجيوسياسي، حيث تُستغل الأحداث الكبرى ككأس العالم أو الأولمبياد كمنصات لبث الرسائل السياسية وبناء الصورة الذهنية للدول. أما الإعلام الرياضي، بوصفه حلقة الوصل بين الجمهور والفعاليات، فإنه لا يقتصر على نقل الأحداث بل يلعب دوراً محورياً في صياغة التصورات العامة، وتعزيز الهويات الوطنية، أو حتى تكريس التمايزات الإقليمية عبر خطاب إعلامي موجّه.

لا يمكن فصل هذه الديناميكيات عن المشهد الاقتصادي الذي تهيمن عليه مؤسسات إعلامية عملاقة تحتكر حقوق البث، مما يعمق التفاوتات بين الدول الغنية والفقيرة، ويُحوّل الرياضة إلى سلعة خاضعة لمعايير السوق. وهنا تبرز إشكاليات أخلاقية وتنظيمية، مثل تأثير الاحتكارات على إتاحة المحتوى للجماهير، أو تحوّل بعض الرياضات إلى أدوات لخدمة أجنداث اقتصادية وسياسية بعيدة عن القيم التنافسية النبيلة. بيد أن فهم هذه التشابكات يظل مفتاحاً لاستيعاب كيف تُعاد تشكيل خريطة القوى العالمية عبر ملعب رياضي وإعلامي، حيث تتصارع الرؤى، وتتشكل التحالفات، وتُبنى الإمبراطوريات الرمزية. إن استكشاف هذه الجيوسياسية ليس مجرد تحليل أكاديمي، بل ضرورة لفك شفرات عالمٍ تتداخل فيه الرياضة بالإعلام، والاقتصاد بالسلطة، محققاً تأثيراتٍ تمتد من الشاشات الصغيرة إلى العلاقات الدولية الكبرى.

المراجع:

1- المؤلفات:

- باسكال بونيفاس، الجيوبوليتيك مقارنة لفهم العالم في 48 مقالاً، ترجمة: اياد عيسى، الهيئة العامة السورية للكتاب، 2020،
- بيجمان ، جيفري إلين، الدبلوماسية المعاصرة، ترجمة: حسن ، محمد صفوت، دار الفجر للنشر والتوزيع 2014،
- بير تيلور وكولن فلنت :الجغرافيا السياسية لعالمنا المعاصر، ترجمة: عبد السلام رضوان وإسحق عبيد، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون ، الكويت، ط1 ، 2002 ،
- حبيب علي الربيعان، إدارة الدورات الرياضية، الدورة التدريبية التنظيم والإدارة الرياضية، كلية التدريب، قسم البرامج التدريبية، جامعة نايف العربية . للعلوم الأمنية، 2007 ،
- فيل اندروز، الصحافة الرياضية، ترجمة: بدران حامد، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر ، 2015 ،
- الكسندر دوغين، أسس الجيوبوليتيكا: مستقبل روسيا الجيوبوليتيكي، ترجمة: عماد حاتم، طرابلس :دار الكتاب الجديد، 1001 ،
- كلاوس دودز وديفيد أتكسون :الجغرافية السياسية في مئة عام :التطور الجيوبوليتيكي العالمي، ترجمة: عاطف معتمد وعزت زيان، القاهرة المركز القومي للترجمة ، 2010.
- كمال الدين عبدالرحمن درويش وآخرون، *اقتصاديات الرياضة*، ط1، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2013،
- محمد رياض :الأصول العامة في الجغرافيا السياسية :دراسة تطبيقية على الرق الأوسط، القاهرة، مؤسّسة هنداوي للتعليم، ط1 ، 2014 ،
- محمد عبد الغني سعودي :دراسة الجغرافيا والعلاقات السياسية الدولية، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 2015،
- محمود حسن عبد الله مصطفى معايير ادارة الدورات الرياضية و البطولات العالمية . دار الوفاء للطباعة و النشر . الاسكندرية . الطبعة الاولى ،.. 2010
- مروان عبد المجيب ابراهيم . ادارة البطولات و المنافسات الرياضية . الدار العلمية الدولية للنشر . عمان . الطبعة الاولى 2002 .
- نسمة فايق كمال، الصحافة الرياضية، ط1، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، مصر، 2016.

الأبحاث العلمية، المجلات و المقالات:

- سنى الخطيب، كأس العالم 2022 فضاء لتصدير هوية قطرية عالم-محلية، سياسات عربية، 2022،
- عبد الحفيظ عبد المكرم مهلي، الصحف الرياضية ودورها في تشكيل الرأي العام الرياضي وتعزيز الاتجاهات نحو الرياضة، ماجستير، جامعة السودان، 2014.
- كمال حميدو، الإعلام والرياضة أدوات لبناء السمة الوطنية والتسويق لها: الاستراتيجية القطرية نموذجاً، سياسات عربية، 2022
- هديل دا هي عبد الله، فلسفة الألعاب الأولمبية القديمة والحديثة، مجلة علوم التربية الرياضية، عدد42، 2011،
- هيثم سميمان النعيمات، ايدولوجية الاعلام الرياضي في ظل العولمة، مجلت جامعت الحسين بن طلال للبحوث، عدد2، مجلد 5، 2019،

المراجع باللغة الأجنبية:

- Addi lahouri, sport est scène mondiale : les enjeux de l'attribution des JO pekin 2008, institue des études politiques lyon, 2005.
- Alexander Budzier The Oxford Olympics Study: Are Cost and Cost Overrun at the Games Coming Down?, University of Oxford, Copenhagen, 2024.
- Andy W. Hao, Two decades of research on nation branding: a review and future research agenda
- Basingstoke : MacMillan, 2012.
- BEACOM, Aaron, International Diplomacy and the Olympic Movement : the New Mediators.
- Brzezinski, Zbigniew, The grand chessboard American primacy and its geostrategic imperatives , 2022.
- David Rowe Global Media Sport : Flows, Forms and Futures, Bloomsbury Publishing, london, 2011.
- David rowe : Antonio Gramsci: Sport, Hegemony and the National-Popular springer,2004
- DP TOAKEY AND K ARNING,NATIONALISM: INEVITABLE AND INCURABLE, IN JETTREY SEGRAVE AND DONALD CHU ED - OLYMPISM CHAMPAIGN - III: FLUMAN KINETICS 1981.
- Dropping the torch : jimmy carter, the Olympic bocott, and the Cold War, Nicholas Evan Sarantakes, Cambridge,2010.
- **GABRIEL BERNASCONI**, De l'universalisme au transnational :le Comité international olympique,acteur atypique des relations internationales, *Bulletin de l'Institut Pierre Renouvin*, n° 31 – 2010
- International Marketing Review, 2019.
- Jonathan Ervine (2014): AMARA, Mahfoud Sport, Politics and Society in the Arab World Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2011.
- Joseph S. Nye Jr, Soft Power, The Means To Success In World Politics, New York, Public Affairs, 2004.
- Lincoln Allison and Alan Tomlinson , UNDERSTANDING INTERNATIONAL SPORT ORGANISATIONS , Principles, Power and Possibilities , First published , Routledge, New York,2017
- Mackinder, H.J. "The geographical pivot of history". The Geographical Journal, 1904, 23, pp. 421-37. Available online as Mackinder, H.J. "The Geographical Pivot of History", in Democratic Ideals and
- MAXIME JULIEN DESIRAT, LE SPORT, UN ENJEU GÉOPOLITIQUE ET DIPLOMATIQUE, UNIVERSITÉ DU QUÉBEC, 2017.
- MURRAY, Stuart, The two halves of sports-diplomacy In: Diplomacy and Statecraft, Vol. 23, N° 3, Septembre 2012.

- Nazarov Nurali Normirzaevich, The impact of the globalization process on physical education and sports (socio-philosophical analysis), Eurasian Journal of Sport Science 2023; 1(2): 83-86
- Nicholas Griffin , Ping-Pong Diplomacy: The Secret History Behind the Game That Changed the World, Scribner, 2014
- Pascal Boniface , Géopolitique du sport ,arman colin, 2014.
- POWER AND RESISTANCE IN THE GOVERNANCE OF WORLD FOOTBALL: Theorizing FIFA's Transnational Impact, Journal of Sport and Social, Volume 22, Issue 3, 1998
- Reality, Washington, DC: National Defense University Press, 1996.
- Richard Giulianotti, Roland Robertson, Globalization and Football, SAGE, 1 juil. 2009
- Sezai ÖZÇEL K, International and Intra-State Conflicts, Peace and Sport Triangle: Conflict Analysis, Peace Studies and Sport Management Approaches, Conflict Studies Quarterly Issue 43, Türkiye 2023.
- Stephen G. Brooks : PRODUCING SECURITY, MULTINATIONAL CORPORATIONS, GLOBALIZATION, AND THE CHANGING CALCULUS OF CONFLICT, Princeton University Press, 2005.
- Vitaly Kazakov, Can a “Good World Cup” Improve Russia’s Image? Insights from Journalists and Fans at Russia 2018 :
- Yann Bernardini, Frédéric Moser, Le sport : entre jeux et enjeux géopolitiques, 2008

المواقع والروابط الالكترونية:

- نعمان عبد الغني: فلسفه الرياضة والتربية البدنية، تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2024/11/03 وهو موجودة عبر الرابط:

<https://acakuw.com/archives/121468>

- الصراع على أرض الملعب، تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/15 وهو موجودة عبر الرابط:

<https://alrai.com/article/10808259/>رياضة/الصراع-على-أرض-الملعب-عن-الرياضة-في-
زمن-الحرب-العالمية

- أماني بشير سعيد عثمان، أثر الدبلوماسية الرياضية في تنفيذ السياسة الخارجية القطرية، تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/10 وهو موجودة عبر الرابط:

<https://democraticac.de/?p=99593>

- نفوذ دولي وريادة إقليمية.. تعرف على أسباب الاستثمار القطري في الرياضة:

أداة-نفوذ-4/16-2018/ <https://www.aljazeera.net/midan/miscellaneous/sports/2018/4/16>

عالمية-لماذا-تستثمر-قطر-في

- محمد بن عبدالله العضاضي، التكامل بين الرياضة والاقتصاد، تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/15 وهو موجود عبر الرابط:

https://www.aleqt.com/2024/12/16/article_2754275.html

- من الملاعب إلى الاقتصاد: كيف تولد الرياضة ثروات هائلة؟، تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/15 وهو موجود عبر الرابط:

[/https://al-investor.com/sports-economics](https://al-investor.com/sports-economics)

- صندوق الاستثمارات العامة يرفع حصته في "نيوكاسل" إلى 85%، تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/15 وهو موجود عبر الرابط:

<https://asharqbusiness.com/economics/48367/>صندوق-الاستثمارات-العامة-يرفع-

حصته-في-نيوكاسل-إلى-85-بالمئة/

- علي محمد الخوري، القوة الاقتصادية للرياضة: الفرص والاستراتيجيات، تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/10 وهو موجود عبر الرابط:

<https://arab-digital-economy.org/9301>

تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/10 وهو موجود عبر الرابط:

Alex Turner , The universal language of sport – Bringing cultures together :

<https://www.axcultures.com/sport-uniting-cultures>

تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/10 وهو موجودة عبر الرابط:

Stephen Cooper, War by other means': Rugby and warfare

<https://thehistorypress.co.uk/article/war-by-other-means-rugby-and-warfare/>

- صلاح الدين الشياوي، مانديلا.. زعيم حارب العنصرية بسلاح الرياضة تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/15 وهو موجود عبر الرابط:

<https://www.albayan.ae/sports/international/2013-12-21-1.2025168>

- باسكال بونيفاس، الرياضة.. ساحة للتدافع الجيوسياسي، تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/10 وهو موجود عبر الرابط:

[https://www.aletihad.ae/wejhatarticle/79352/-](https://www.aletihad.ae/wejhatarticle/79352/)

- عبد الله إيد، ألعاب في ساحة المعركة... ، تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/10 وهو موجود عبر الرابط:

<https://doc.aljazeera.net/goals-and-stories/2019/9/2/>

cio, la paix par le sport تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/10 وهو موجود عبر

الرابط:

<https://www.olympics.com/cio/pierre-de-coubertin/la-paix-par-le-sport>

- خالد الحلاق، الرياضة: دورها في تعزيز التواصل بين الثقافات، تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/10 وهو موجود عبر الرابط:

<https://www.almrsal.com/post/1456230>

- حسن زينيد، الأولمبياد الشتوية في بكين.. الرياضة في مهبط حرب باردة جديدة، تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/10 وهو موجود عبر الرابط:

<https://www.dw.com/ar/أولمبياد-الشتوية-في-بكين-الرياضة-في-مهبط-حرب-باردة-جديدة-a-60167502>

- آية عنان، دبلوماسية الرياضة والعلاقات الدولية: كأس العالم 2022 نموذجًا، تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/10 وهو موجود عبر الرابط:

<https://bit.ly/3SAFbuT>

- سليمان صالح، الرياضة.. كيف أصبحت القوة الناعمة للدول وحصانها الراجح في سياستها الخارجية؟، تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/10 وهو موجود عبر الرابط:

<https://www.aljazeera.net/opinions/2021/8/13/الدبلوماسية-الرياضية-ورفض-التطبيع-مع>

- بهجت ابو طامع، دور الصحافة الرياضية في تكوين الرأي العام تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/15 وهو موجود عبر الرابط:

<https://www.maanneews.net/news/347427.html>

- أسعد عبد الرحمن، «العولمة» في عالم متغير، تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/15 وهو موجودة عبر الرابط:

<https://natourcenters.com/> د-أسعد-عبد-الرحمن-يكتب-العولمة-في-عنا

- كأس العالم FIFA قطر 2022: 17 مليار دولار عائدات متوقعة للبطولة، تم الاطلاع على المادة بتاريخ: 2025/01/10 وهو موجود عبر الرابط:

قطر-2022-17-مليار-دولار--fifa-كأس-العالم/<https://www.alaraby.co.uk/economy/>عائدات-متوقعة-للبطولة

Cameron Courtney, Sports and Cultural Globalization :

<https://storymaps.arcgis.com/stories/43a177b961304bd6b7a9caa826615c8b>

The Power of Media: How News and Sports Coverage Shapes Public Opinion :

<https://competehigh.com/news-and-sports-coverage-shapes-public-opinion/>

O.A. Milshteyn, The Shaping of Public Opinion Regarding Sport by the Mass

Media as a Factor Promoting International Understanding, :

<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/101269027601100305>

Julian Le Grand and Bill New, Fair game? Tackling monopoly in sports

broadcasting, Demos, London, 1998, p

Hutchins, B., & Rowe, D. *Sport Beyond Television: The Internet, Digital Media and the Rise of Networked Media Sport.* Routledge. **2012**

SportBusiness (2021). "beIN Sports retains UEFA Champions League rights in Middle East and North Africa."

BeIN Sports retains Champions League rights in MENA region in crucial renewal

<https://www.sportcal.com/media/bein-sports-retains-champions-league-rights-in-mena-region-in-crucial-renewal/?cf-view>

DAZN bags NZ rights to Uefa Champions League as football split over three streamers

https://www.nzherald.co.nz/business/dazn-grabs-nz-rights-to-uefa-champions-league-as-football-split-over-three-streamers/MXU7N7I4OZCQTB2MZXMUNDWJVE/#google_vignette

Huizinga ,J,Homo Ludens ,essai sur la fonction sociale du jeu, 1976, p35

Luther and the German Reformation in education in European Renaissance
and Reformation

<https://www.britannica.com/topic/education/Luther-and-the-German-Reformation>

<https://www.durham.ac.uk/media/durham-university/research-/research-centres/open-world-research-initiative-owri/documents/outreach-and-impact/local-outreach/WorldCupinRussiasummaries.pdf>

Dylan Wickman , Empowering brands: How athletes serving as brand ambassadors can make an impact beyond sports,

<https://www.sportendorse.com/empowering-brands-athletes-brand-ambassadors-impact-beyond-sports/>