

# استراتيجيات الدبلوماسية الشعبية الرياضية للدولة المصرية في ظل

رؤية ٢٠٣٠

دراسة تحليلية

د. فاطمة الزهراء سعد محمد طه\*

## ملخص

تهدف الدراسة إلى التعرف على جهود الدولة المصرية في مجال الدبلوماسية الشعبية وتوظيفها للرياضة كأحد أدوات القوة الناعمة على الساحة الدولية، ومدى توافق الدبلوماسية الرياضية مع استراتيجية الدولة للتنمية المستدامة، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وتعتمد على منهج المسح الإعلامي، واعتمدت الدراسة على إجراء تحليل محتوى لموقع وزارة الشباب والرياضة (النسخة الإنجليزية) في الفترة من 1 يناير 2021 إلى 30 سبتمبر 2021، وتوصلت الدراسة إلى اعتماد الدولة على استضافة الأحداث الرياضية والمشاركة فيها كمصدر للدبلوماسية الشعبية، والاهتمام بتصدير تجربة الأحداث الرياضية الكبرى، وتراجع توظيف رأس المال البشري الرياضي كمصدر من مصادر الدبلوماسية، كذلك الاعتماد على العديد من استراتيجيات الاتصال الدبلوماسي الرياضي.

## الكلمات المفتاحية

الدبلوماسية الشعبية – الدبلوماسية الرياضية – القوى الناعمة

## Strategies of public sports diplomacy for the Egyptian state in term of 2030 vision. “An analytical study”

Fatmaelzahraa saad mohammed taha

### Summary

The study aims to identify the efforts of the Egyptian state in the field of public diplomacy and its use of sports as one of the effective soft power tools in the international arena and the extent to which sports diplomacy is compatible with the state's national strategy for sustainable development. This study belongs to descriptive studies and relies on the media survey method. The Ministry of Youth and Sports, English version, in the period from January 1, 2021 to September 30, 2021. The study concluded that the state relied on hosting and participating in sports events as a source of popular sports diplomacy, and interest in exporting the experience of major sports events, and the decline in the employment of sports human capital as a source of diplomacy, As well as relying on many strategies of diplomatic and sports communication.

### key words

public diplomacy - sports diplomacy - soft power

\*مدرس بقسم الإعلام- كلية الآداب - جامعة الوادي الجديد

**تمهيد:**

تعد الرياضة جزءًا مهمًا من المجتمع السياسي؛ فالعلاقة بين الرياضة والسياسة، ولاسيما الدبلوماسية قوية وقديمة بالمعنى الحرفي للكلمة. إلا أن الدبلوماسية الرياضية لم تحظَ بقدر كبير من الاهتمام كشكل فرعي خاص من الدبلوماسية العامة إلا في السنوات الأخيرة، رغم أن ممارستها تعود إلى القرن التاسع قبل الميلاد؛ حيث يذكر أنه خلال المهرجان الأولمبي الأول للألعاب القديمة، تم التوقيع على "هدنة أولمبية" (Ekecheiria) وتم الاتفاق على تعليق جميع الأعمال العدائية خلال المهرجان لضمان سلامة المشجعين والرياضيين المسافرين من المهرجان وإليه (Deos, 2014)، وهو ما يعد نوعًا من الدبلوماسية الرياضية.

والآن أصبحت دراسة الدبلوماسية الرياضية جزءًا شائعًا جدًا من البحث منذ العقد الثاني من القرن الحادي والعشرين (Zákravský, Kobierecki, & Štulajter, 2021, p:339) وفي الوقت الحالي يمكن للأداء الرياضي الوطني أن يسهم في تحسين الصورة المحلية والدولية لبلد ما من خلال قدرته على توحيد الصفوف، وخلق الهوية الوطنية والاعتزاز، وتشجيع الاستثمارات الأجنبية، وتحسين السياحة؛ حيث تتيح الرياضة للبلدان فرصة التنافس مع بعضها البعض، واكتساب مكانة دولية بوسائل أخرى غير القوة العسكرية، أو القوة الاقتصادية، وتمكن القوة الناعمة الفاعلين السياسيين من أن يُنظر إليهم على أنهم مؤثرون على الساحة الدولية (Ber, Yarchi, & Galily, 2017, p:221)

وتعد الرياضة أداة قوة ناعمة لأنها يمكن أن تسلط الضوء على ثقافة الدولة وقيمها، وتؤثر على الطرق التي ينظر بها الجمهور إليها في أنحاء العالم جميعًا (Reiche, 2015) وتوفر الأحداث الرياضية الدولية فرصًا ثمينة للعمل الدبلوماسي؛ حيث تعد الرياضة وسيلة لبناء علاقات مع الجماهير الأجنبية من خلال بناء جسور التواصل (Deos, 2014, p: 1170). فعلى سبيل المثال لاحظ الباحثون أن الأحداث الرياضية الدولية تخلق إمكانية للخطاب، وتبادل المعلومات، وإنشاء تجارب مشتركة (Pigman, 2010) وقد اهتمت الدولة المصرية مؤخرًا بوضع استراتيجية التنمية المستدامة، والتي تشكل خريطة طريق لرؤية الحكومة للدولة المصرية، وتجسيد أهدافها المستقبلية، واهتمت استراتيجية التنمية المستدامة بالسياسة الخارجية للدولة المصرية، واستعادة مكانتها، وتأثيرها، ونفوذها السابق؛ بل والعمل على زيادة تلك النفوذ، حيث تنص استراتيجية مصر للتنمية المستدامة على أن "السياسة الخارجية للدولة المصرية تكون فعالة ونشطة ومتوازنة على المستويات: الدولية / الإقليمية/ دون الإقليمية/ الثنائية/ المحافل الدولية، وقادرة على تحقيق العدالة والانتصار لسيادة القانون دون تمييز، وبناء محاور ارتكاز مؤثرة خارجية، والتنبيه بالمخاطر ودرئها، وإدارة الأزمان بشكل وقائي وفعال" (وزارة التخطيط والمتابعة والإصلاح الإداري، 2015، ص92)

وبالتوازي مع تلك الاستراتيجية شهدت الدولة المصرية اهتمامًا كبيرًا باستضافة كثير من الأحداث الرياضية والمشاركة فيها كما دعمت الدولة البنية التحتية للرياضة المصرية في كثير من المجالات، وأطلقت وزارة الشباب والرياضة كثيرًا من المشروعات منها مشروع البطل الأولمبي، ومن هنا تأتي مشكلة الدراسة التي تحاول إلقاء الضوء علي جهود الدولة المصرية في مجال الدبلوماسية الشعبية، وتوظيفها للرياضة كأحد أدوات القوة الناعمة الفاعلة علي الساحة الدولية، ومدى قدرتها علي تطويع الدبلوماسية الرياضية لتتوافق مع استراتيجية الدولة الوطنية للتنمية المستدامة، وبالتالي تحددت مشكلة الدراسة في استراتيجيات الدبلوماسية الشعبية الرياضية للدولة المصرية في ظل رؤية 2030 دراسة تحليلية.

**أهمية الدراسة:**

- 1 - تكتسب هذه الدراسة أهمية خاصة؛ نظرًا لحاجة المكتبة العربية لمزيد من الدراسات المتعلقة بالدبلوماسية الشعبية الرياضية، وتأثيراتها المختلفة، وكيفية توظيفها والاستفادة منها.
- 2 - تقدم الدراسة رؤية تحليلية لواقع الدبلوماسية الشعبية الرياضية للدولة المصرية؛ مما يساهم في الخروج بنتائج يمكن البناء عليها، وتطويرها من أجل زيادة فاعلية النشاط الدبلوماسي الرياضي وفقًا لرؤية الدولة المصرية 2030 وزيادة قوتها الناعمة.
- 3 - تعد الرياضة من الأنشطة المهمة، والتي تلقى اهتمامًا كبيرًا لدى الجماهير المختلفة؛ وبالتالي يمكن الاعتماد عليها للترويج لأنماط ثقافية واجتماعية معينة، وكذلك تحقيق ترويج سياحي، ونمو اقتصادي عن طريق الأنشطة الرياضية، والصناعات المرتبطة بها.

#### **أهداف الدراسة:**

- 1 - رصد القوالب الفنية التي اعتمدت عليها الدبلوماسية الرياضية لموقع وزارة الشباب والرياضة (النسخة الإنجليزية).
- 2 - الكشف عن أنواع الرياضات التي ركزت عليها الدبلوماسية الرياضية لموقع وزارة الشباب والرياضة (النسخة الإنجليزية).
- 3 - الوقوف على مصادر الدبلوماسية الرياضية لموقع وزارة الشباب والرياضة (النسخة الإنجليزية).
- 4 - تحليل استراتيجيات الاتصال الدبلوماسي الرياضي لموقع وزارة الشباب والرياضة (النسخة الإنجليزية).
- 5 - التعرف على أبرز نتائج الدبلوماسية الرياضية (الضمنية والصريحة) التي ركز عليها موقع وزارة الشباب والرياضة (النسخة الإنجليزية).

### تساؤلات الدراسة:

1. ما القوالب الفنية التي اعتمدت عليها الدبلوماسية الرياضية لموقع وزارة الشباب والرياضة (النسخة الإنجليزية)؟
  2. ما أنواع الرياضات التي ركزت عليها الدبلوماسية الرياضية لموقع وزارة الشباب والرياضة (النسخة الإنجليزية)؟
  3. ما مصادر الدبلوماسية الرياضية لموقع وزارة الشباب والرياضة (النسخة الإنجليزية)؟
  4. إلى أي مدى اعتمدت وزارة الشباب والرياضة على استراتيجيات الاتصال الدبلوماسي الرياضي في موقعها الإلكتروني (النسخة الإنجليزية)؟
  5. كيف ركزت وزارة الشباب والرياضة على نتائج الدبلوماسية الرياضية من خلال موقعها الإلكتروني (النسخة الإنجليزية)؟
- الدراسات السابقة: ويمكن تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين:  
المحور الأول- دراسات اهتمت بالتأصيل النظري للدبلوماسية الشعبية الرياضية:  
المحور الثاني - دراسات اهتمت بالتجارب الدولية في مجال الدبلوماسية الشعبية الرياضية:
- أ- دراسات اهتمت بالدبلوماسية الرياضية خلال تنظيم حدث رياضي معين .  
ب- دراسات اهتمت باستراتيجية الدبلوماسية الرياضية ككل خلال فترة زمنية او حقبة تاريخية.

### أولاً: دراسات اهتمت بالتأصيل النظري للدبلوماسية الشعبية الرياضية:

سعت دراسة (Garamvölgyi, Bardocz-Bencsik, & Dóczy, 2020) إلى توضيح الروابط بين الرياضة الشعبية ودبلوماسية الرياضة، والرياضة من أجل التنمية والسلام، مع محاولة وضع تصور لمصطلح "دبلوماسية الرياضة الشعبية"، وكذلك توضيح كيفية استخدام بعض الحكومات للتدخلات الرياضية على المستوى الشعبي من أجل استكمال استراتيجيات الدبلوماسية العامة، وأوضحت النتائج أن التعاون بين المنظمات غير الحكومية، والحكومات، والمؤسسات البحثية، والأفراد هو عنصر معروف في الدبلوماسية الشبكية، والمتكاملة، والمتعددة لأصحاب المصلحة، والتي تستفيد من الخبرة، والمصادقية، والعلاقات الاجتماعية لأصحاب المصلحة على مستوى القاعدة، كما أن المشاركة المباشرة القائمة على الرياضة مع مجموعات من المواطنين الأجانب تدعم الوكالات الحكومية لتحقيق أهداف دبلوماسية وتنمية أوسع، حيث تمثل دبلوماسية الرياضة الشعبية نهجاً جديداً، ومبتكراً، وأكثر مشاركة في الدبلوماسية العامة التي تقودها الحكومة.

وفي السياق ذاته اهتمت دراسة (Kobierecki, 2019) بتحليل الدبلوماسية الرياضية كوسيلة لإدارة العلاقات مع الدول الأخرى، وتشكيل التصور الخارجي

للدولة، و التعرف على مدى وجود آثار داخلية محتملة لها، ومحاولة رصد مفهوم البعد المحلي للدبلوماسية العامة، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن الدبلوماسية لها تأثير على الجمهور المحلي، وذلك فيما يتعلق باختبار المجتمع باستعداده للتغيير في حالة العلاقات مع دولة أخرى، كما يكون لها تأثير مرتبط بخلق الوحدة الوطنية أيضاً، فالدبلوماسية الرياضية الخارجية تخدم الأغراض المحلية المتمثلة في خلق الكبرياء، والوحدة الوطنية، أو بناء الأمة، وتخدم كذلك أهداف القادة السياسيين في نضالهم للبقاء في السلطة، كما توصلت النتائج كذلك إلى أنه من الصعب تحديد ما إذا كانت هناك أهداف خارجية، أو محلية تمثل دافعاً رئيساً لمساعي الدبلوماسية الرياضية، إلا أنه يوجد على الأقل تأثير أو دافع محلي طفيف لأنشطة الدبلوماسية الرياضية؛ ونتيجة لذلك تم تأكيد فرضية الدراسة القائلة بأن "الدبلوماسية الرياضية على الرغم من كونها أداة للسياسة الخارجية إلا أنها ليست منفصلة عن السياسة الداخلية".

وسعت دراسة (Dubinsky, 2019) إلى التعرف على استخدام البلدان، والمدن، والمجتمعات، ومجموعات الضغط الأخرى للألعاب الأولمبية منذ إحياء الحركة الأولمبية في أواخر القرن التاسع عشر، والتقاليد الجديدة بعد الحرب العالمية الأولى، والحقبة السياسية بعد الحرب العالمية الثانية، وأثناء الحرب الباردة، والعصر التجاري، وأوائل القرن الحادي والعشرين، وتحليل الجوانب المختلفة لصورة الدولة من خلال تطور الحركة الأولمبية، وأوضحت الدراسة أن الدول والحكومات استخدمت الألعاب، وستواصل استخدامها لتجديد البنية التحتية، وبناء مرافق جديدة، وتسويق منتجاتها المحلية والتقنيات الجديدة، وتعزيز السياحة، وتحسين الصورة السياسية، والاجتماعية المحلية والدولية، وإظهار التفوق في المجال الرياضي الذي من شأنه تمكينهم من محاولة الوصول إلى أهدافهم الاقتصادية، والسياسية، والاجتماعية.

وتوضح دراسة (Bolçay, 2018) أن العولمة فرضت على كثير من الحكومات استخدام القوة الناعمة لتكون قادرة على الظهور في السياسة الدولية، وأن الدبلوماسية العامة وهي مجال تطبيق القوة الناعمة، لديها قدرة على تحويل المفاهيم السلبية إلى تصورات إيجابية، وإقامة العلاقات وتنفيذها بين الطوائف، وخلق صورة الدولة، وباستخدام الدبلوماسية العامة تصل الحكومات إلى أهدافها، وتبقى على جدول الأعمال في السياسة الدولية، وتؤثر على الدول الأخرى، وتتمتع المنظمات الرياضية بميزة كونها مجالاً نشطاً مهماً يمكن استخدامه في الدبلوماسية الشعبية. وبالتالي أصبحت المنظمات الرياضية مجالاً يستخدم في نقل كثير من الرسائل السياسية، وسيستمر وجوده مستقبلاً.

وعن كيفية استفادة الدول من الأحداث الرياضية الدولية لتقوية علاقاتها الدولية ركزت دراسة (Trunkos, & Heere, 2017) بشكل أساسي على الأدوات التي تمتلكها الدول في إطار الدبلوماسية العامة، والتي تُستخدم لتحسين العلاقات المتوسطة والطويلة الأمد بين الدول من خلال التأثير على الجمهور في الخارج

لتحقيق الأهداف السياسية الخارجية، كما تركز الدراسة على فعالية الرياضة كمقدمة للدبلوماسية، وقد أوضحت نتائج الدراسة أن الأهداف الاستراتيجية الأكثر شيوعاً للدبلوماسية الشعبية الرياضية هي: توفير سبب ومكان غير رسمي للقادة الدوليين للالتقاء وبدء الحوار، وتقديم نظرة ثاقبة للبلد المضيف، وتثقيف الآخرين بشأنه، وتقريب الاختلافات الثقافية واللغوية بين الأمم، والبحث عن أرضية مشتركة من خلال الرياضة، وإنشاء منصة لاتفاقيات، أو تشريعات تجارية جديدة، والتوعية بالعلاقة الدولية من خلال سفراء الرياضة، وخلق إرث للبلد المضيف، وتحسين صورته في العالم، واستخدام الرياضة لإضفاء الشرعية على البلاد حديثة النشأة.

وتركز دراسة (Ushkovska & Petrushevska, 2015) على الأساليب التي يتم من خلالها تطبيق الدبلوماسية الرياضية كجزء من الدبلوماسية العامة في العلاقات الدولية الحديثة، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن الدبلوماسية الرياضية لها تأثير مفيد في تحسين التصورات العامة حول الدول، وتعزيز النفوذ السياسي لها، ونشر ثقافتها وقيمها، فضلاً عن تعزيز السلام؛ حيث أصبحت الرياضة بقدرتها على جذب الناس عبر الحدود أداة قيمة لحكومات كثير من البلدان لتحقيق مصالح سياسية عليا.

**المحور الثاني - دراسات اهتمت بالتجارب الدولية في مجال الدبلوماسية الشعبية الرياضية:**

أ- دراسات اهتمت بالدبلوماسية الرياضية خلال تنظيم حدث رياضي معين.

وكشفت دراسة (Crilley, Gillespie, Kazakov, & Willis, 2021) عن تأثير التغطية الإعلامية للأحداث الرياضية الكبرى التي تستضيفها الدولة على سمعتها، وذلك بالتطبيق على (موقع روسيا اليوم)، حيث تعاني روسيا من علاقات متدهورة مع الدول الغربية، وفي سياق ذلك غالباً ما ينظر إلى البث الإعلامي الروسي على أنه دعاية خبيثة؛ وبناء عليه اهتمت الدراسة ببحث التغطية الإعلامية لكأس العالم 2018 الذي استضافته روسيا على موقع روسيا اليوم، وكيف ينظر إليها الجمهور في الخارج، وقد أوضحت الدراسة أن فجوة المصادقية هذه تم سدّها جزئياً، حيث إن تغطية (RT.com/fifa2018) لكأس العالم قد خلقت رؤية إيجابية بشكل غير عادي لروسيا، وجذبت الجماهير الدولية؛ وبالتالي توضح الدراسة أنه يمكن للتغطية الإعلامية التي تمولها الدولة للأحداث الرياضية الكبرى أن تولد تأثيراً للقوة الناعمة على الجماهير حتى عندما تتمتع الدولة المضيفة - مثل روسيا - بسمعة دولية سيئة.

وعن الدبلوماسية الرياضية لإسرائيل اهتمت دراسة (Dubinsky, & Dzikus, 2019) بتحليل الاستراتيجيات والتكتيكات التي استخدمتها إسرائيل في ألعاب مكابيا ٢٠١٧، وذلك بهدف خدمة العلامة التجارية والدبلوماسية العامة لإسرائيل، وتعد ألعاب المكابيا المعروفة أيضاً باسم "الألعاب الأولمبية اليهودية" حدثاً دولياً متعدد الرياضات يقام كل أربع سنوات في إسرائيل، وهو متجذر بعمق في الحركة الصهيونية، وقد توصلت الدراسة إلى أن هناك تسعة تكتيكات مختلفة

تستخدمها منظمات المكابية وإسرائيل وهي: (الاحتفالات، والجولات، والفعاليات الثقافية، واستخدام المنتجات المحلية، وإحياء الذكرى الخاصة بالجيش، والأنشطة الدينية الشاملة، والتكامل مع الجمهور العام، واستخدام الرياضيين والسفراء، والحوافز الرياضية).

وتبحث دراسة ( Castro, 2018 ) في استراتيجية الدبلوماسية العامة الروسية خاصة ما يتعلق باستضافتها الأحداث الرياضية الضخمة بنجاح، وخاصة كأس العالم FIFA 2018 ، حيث إنه من خلال الرياضة وكرة القدم، تأمل روسيا في زيادة قوتها الناعمة، وعرض صورة مواتية لكل من الجماهير الأجنبية والمحلية، بشكل مختلف عن الذي اعتاد الغرب عليه. وسط تصاعد التوتر مع الغرب المتهم بسلوك المواجهة واستخدام أدوات أكثر صرام معها، وتوضح نتائج الدراسة أن الدبلوماسية الرياضية عنصر مهم في استراتيجية طويلة المدى لتعزيز مكانة روسيا كقوة عظمى، ومع ذلك يُقال إن قدرة روسيا على إبراز نفوذها على نطاق عالمي مقيدة، بسبب المشاكل والتحديات المحلية الخطيرة، وتشير النتائج إلى أن روسيا لا يزال أمامها طريق طويل لتقطعه من حيث التنفيذ الفعال لقوتها الناعمة، مما يشير إلى أن التنظيم الناجح للأحداث الرياضية الكبرى يجب أن يُستكمل بأدوات أخرى للقوة الناعمة في استراتيجية طويلة المدى.

وسعت دراسة ( de-San-Eugenio, Ginesta, & Xifra, 2017 ) إلى تحليل مبادرة نادي برشلونة " FC Barcelona Peace Tour 2013 " التي استهدفت فلسطين وإسرائيل، واعتمدت الدراسة على مقابلات مطولة مع أشخاص مرتبطين بالمبادرة، واستخدمت المصادر الأولية، والمؤسسية، والصحفية على حد سواء. كما تم استخدام مصادر ثانوية، مثل التقارير الصحفية للمبادرة، وتوضح نتائج الدراسة إلى أن نادي برشلونة كان قادرًا على العمل كوسيط بين مجتمعين متعارضين بسبب القيم العالمية المرتبطة بعلامته التجارية، على الرغم من ذلك؛ فإن المشاكل السياسية التي ظهرت أثناء التخطيط للمبادرة تسلط الضوء على التعقيد الجيوسياسي للشرق الأوسط، وبالتالي حدود تأثير الدبلوماسية الرياضية.

وسعت دراسة ( Lee, 2017 ) إلى التحديد لأي مدى مثلت استضافة كوريا لكأس العالم لكرة القدم 2002 مبادرة دبلوماسية عامة، وأوضحت نتائج الدراسة أن الرياضة والدبلوماسية العامة حققت نجاحات من حيث تفاعلها مع الجماهير الأجنبية بما في ذلك السياح، والأجانب، والحكومات الأجنبية، والهيئات الدولية؛ وقد كان لكأس العالم تأثير اقتصادي إيجابي على كوريا حيث بلغت عائداتها 1٪ من الناتج المحلي الإجمالي لكوريا في عام 2002؛ علاوة على ذلك، فقد سهلت أيضًا الاندماج الوطني، والذي كان متوقعًا للأجانب كواحد من أهداف الحدث، وحرصت الدولة على إقامة علاقات طويلة الأمد بين كوريا والجماهير الأجنبية، ونجحت الدولة في تعزيز مصداقيتها وشرعيتها.

وعن إمكانية استخدام الرياضة كأداة للدبلوماسية العامة بين دولتين بينهما صراع حاولت دراسة (Kunis, 2017) استكشاف إمكانية استخدام الرياضة كأداة للدبلوماسية العامة في حالة العلاقات بين كوريا الشمالية وكوريا الجنوبية، فعلى الرغم من الانقسام السياسي بين الكوريتين، إلا أن الرياضة لديها القدرة على التغلب على كثير من قيود الدبلوماسية العامة التقليدية؛ وبالتالي يمكن أن تؤدي دوراً فريداً في التأثير على الرأي العام، وتشكيل العلاقات بين البلدين. بناء عليه يستكشف هذا البحث آليات تأثير الدبلوماسية الرياضية على تحسين العلاقات بين الكوريتين خلال دورة الألعاب الأولمبية في أثينا ٢٠٠٤، ودورة الألعاب الآسيوية في إنتشون ٢٠١٤، وقد أوضحت النتائج أن الرياضة تسمح بالتفاعل بين الكوريتين على الرغم من حالة الجمود السياسي الحالية، كذلك توفر الدبلوماسية الرياضية وسيلة فعالة ومنخفضة التكلفة للتأثير على الجماهير في كلا البلدين من خلال التغطية الإعلامية؛ وأخيراً فإن الدبلوماسية الرياضية تعزز الطريقة الأكثر بروزاً للحفاظ على روح الوحدة والقومية الكورية بين البلدين.

وتبحث دراسة (Buarque, D., 2017) عن العلاقة بين استراتيجية القوة الناعمة الدولية، والظروف السياسية، والاقتصادية للدولة؛ وذلك بالتطبيق على دولة البرازيل، والتي نجحت في استضافة اثنين من أبرز الأحداث العالمية الرياضية (كأس العالم ٢٠١٤، ودورة الألعاب الأولمبية الصيفية ٢٠١٦)، حيث شهدت البرازيل ارتفاعاً في ملفها السياسي والاقتصادي الدولي، وكان استضافتها للأحداث جزءاً من إستراتيجية طويلة المدى للدبلوماسية العامة لجذب الأضواء الدولية، وجذب انتباه العالم، ومع ذلك سيطرت سلسلة من الأزمات الداخلية على البلاد، وتلا ذلك حالة من عدم الاستقرار؛ لذا طغت الأنباء السيئة على التنظيم الناجح للأحداث، وبدلاً من تحسين سمعة البرازيل ساءت صورتها، واعتمدت الدراسة على تحليل عدة مؤشرات من خلال الاستطلاعات، والمقابلات، وتحليل البيانات العامة، وقد أوضحت النتائج تغير النظرة العالمية للبرازيل إلى الأسوأ في السنوات الأربع بين 2013 قبل كأس العالم، وحتى 2017 بعد الألعاب الأولمبية؛ وهو ما يعني تأثير استراتيجية الدبلوماسية الشعبية بالظروف الداخلية للدولة.

ورصدت دراسة (Grix & Houlihan, 2014) أسباب استضافة الدول للأحداث الرياضية الكبرى، وكيفية استخدام الدول بشكل متزايد للأحداث الرياضية الضخمة كجزء من استراتيجيات "القوة الناعمة"؛ وذلك بالتطبيق على حالة استضافة ألمانيا لكأس العالم عام ٢٠٠٦، واستضافة المملكة المتحدة للألعاب الأولمبية في ٢٠١٢، وقد أوضحت نتائج الدراسة أن ألمانيا استفادت من الحدث بشكل كبير لتعزيز صورتها في الخارج، وأن حالة ألمانيا دفعت العديد من الدول "الناشئة" إلى السعي لتقديم عطاءات واستضافة مثل هذه الأحداث، وأما المملكة المتحدة فقد واجهت مشكلات كبرى في تنظيم أولمبياد ٢٠١٢، خاصة فيما يتعلق بقطاع النقل



والمواصلات، وتناقضته الصحف العالمية، وظهر للعالم أن بريطانيا لم تكن مهتمة بالاستفادة من الأولمبياد في تعزيز صورتها الخارجية.

كذلك اهتمت دراسة (Pope, 2014) بتحليل إنتاج واستقبال خطاب الدبلوماسية العامة المحيط بأولمبياد لندن 2012، من خلال التركيز على ثلاث جهات فاعلة: حكومة المملكة المتحدة، واللجنة الأولمبية الدولية، ووسائل الإعلام الإخبارية الدولية، وأظهرت النتائج أن الجهات الفاعلة في الدبلوماسية العامة في المملكة المتحدة، وشركاءها كانوا يركزون على الترويج لهوية تنافسية أكثر من التركيز على المشاركة والأجواء العالمية للحدث، واختفى الطابع العالمي الخاص بالتغطية؛ وهو ما ترتب عليه الحد من نجاح الدبلوماسية العامة للمملكة المتحدة في تحقيق أهدافها.

وتعتمد دراسة (Li, 2013) على إجراء مقارنه بين أولمبياد بكين وأولمبياد لندن، والتعرف على مدى نجاح كل منهم، وتأثيره على الجمهور، وأوضحت الدراسة أن الدبلوماسية العامة الصينية العالمية نجحت في إغواء العالم من خلال ثقافتها التقليدية الغنية والمذهلة. ومع ذلك فإن المقارنة مع دورة الألعاب الأولمبية في لندن تشير إلى خلاف ذلك، بل تكشفان أيضاً عن استراتيجيات الدبلوماسية العامة المتباينة التي تتبعها البلدان والمدن المضيفة حيث يكشف الظهور الأول للصين المُنسَّق جيداً، والذي يكاد يكون معصوماً عن التزامها بنهج من أعلى إلى أسفل يحركه المركز، ويسعى إلى إبراز القيم والرسائل المرغوبة للسلطات الحاكمة. في المقابل يتجاوز النهج البريطاني الاتجاه النخبوي من خلال إشراك مجموعة أوسع من الفاعلين داخل الحكومة وخارجها نتيجة لذلك، وعلى الرغم من أن ألعاب لندن كانت أقل إبهار من تلك التي كانت في بكين في العرض التقديمي؛ فإن إرث الدبلوماسية العامة السابق قد يثبت أنه أكثر ديمومة. وانطلاقاً من أن الأحداث الرياضية مثل الألعاب الأولمبية هي أماكن مثالية لدولة ما لممارسة الدبلوماسية العامة، ولتعزيز هوية تنافسية.

وعلى طول هذا الخط من التنظير فحصت دراسة (Zhou, Shen, Zhang, & Zhong, 2013) كيف خطت بريطانيا، وقدمت حفل افتتاح أولمبياد لندن، وكيف صورت وسائل الإعلام في بريطانيا، والولايات المتحدة، والصين الأحداث مع التركيز بشكل خاص على بروز التغطية الإعلامية، وتقدير التكافؤ، والتعبير عن مواقف معينة، والاختلافات في تغطية الموضوعات، وتم إجراء تحليل للمحتوى على 221 قصة إخبارية، وتم أخذ عينات الدراسة من وسائل الإعلام الرئيسية في هذه البلدان، فأظهرت النتائج أن عددًا قليلاً فقط من الموضوعات ذات الطابع البريطاني الفريد تمت تغطيتها بشكل بارز وإيجابي، في حين لم يتم ذكر الموضوعات الأخرى التي لا تتمتع بخصائص بريطانية مميزة.

ب- دراسات اهتمت باستراتيجية الدبلوماسية الرياضية ككل خلال فترة زمنية او حقبة تاريخية.

اهتمت دراسة (Dubinsky, 2021) بتحليل دور الرياضة الأمريكية في تعزيز العلامة التجارية للولايات المتحدة الأمريكية، والدبلوماسية العامة لها خلال

فترة رئاسة ترامب لأمريكا، وأوضحت الدراسة أن الانقسامات داخل الرياضة والمجتمع قد تجاوزت السياق الأمريكي إلى السياق العالمي، حيث تسببت سياسات ترامب الخطابية في حدوث انقسامات في الولايات المتحدة وخارجها، وأثارت ردود فعل معاكسة من مختلف أصحاب المصلحة في الرياضة الأمريكية، كذلك أوضحت الدراسة أن فترة رئاسة ترامب أحدثت بعض الآثار التي يمكن تجاوزها، وأثار أخرى سوف تستمر على المدى الطويل، حيث يمكن أن تؤدي استضافة أمريكا لبعض الأحداث الرياضية إلى تحسين البعد الجمالي للدولة، ولكن الأبعاد الوظيفية والمعارية ستحتاج لمزيد من الوقت.

واستكمالاً لدراساته في مجال الدبلوماسية الرياضية اهتم كذلك (Dubinsky, 2020) باستكشاف ومناقشة تأثير النظام البيئي الرياضي التكنولوجي على العلامة التجارية لإسرائيل، وعلى نشاطها الدبلوماسي في مجال الرياضة خاصة مع تدهور صورتها، وتأثير الصراع العربي الإسرائيلي على تلك الصورة، وأوصت الدراسة بأن تركز جهود الدبلوماسية الرياضية، والعلامة التجارية لإسرائيل على التسويق الجزئي، وذلك حتى يمكنها الالتفاف على قضايا الصراع العربي الإسرائيلي، وكذلك أوصت الدراسة بالاهتمام والتركيز على استخدام إسرائيل للنظام البيئي الرياضي التكنولوجي الذي تستخدمه كبرى المنظمات الدولية الرياضية، حيث إنه يجسد فرصاً جديدة خاصة في سياق "دبلوماسية الرياضة والتكنولوجيا".

واهتمت دراسة (حسين، 2020) بتحديد دور الدبلوماسية الرياضية في السعي لتحقيق المصلحة الوطنية لإفريقيا عموماً وكينيا على وجه الخصوص. من خلال دراسة وتحليل دور الدبلوماسية الرياضية في تعزيز المصالح الإقليمية لإفريقيا، وتحقيق المصلحة الوطنية لكينيا في علاقاتها الخارجية. أثبتت الدراسة أنه يمكن استخدام الدبلوماسية الرياضية في السعي لتحقيق المصلحة الوطنية وأنه يمكن اعتبار الدبلوماسية الرياضية جزءاً من بناء هوية الدولة. كما توصلت الدراسة إلى أن تكوين الصورة – عن طريق الدبلوماسية الرياضية – كان بمثابة إستراتيجية فعالة تهدف إلى تغيير الصورة النمطية السلبية عن كينيا وجذب المستثمرين، وفي الوقت نفسه تضعها في موضع الرائد إقليمياً.

واهتمت دراسة (Popov, 2020) باستكشاف جهود الدولة في إضفاء الطابع المؤسسي على الحركة الأولمبية في "جمهورية مولدفا"، وكذلك مدى دعم الدولة للرياضة كأداة للسياسة الخارجية، وأحد عوامل القوى الناعمة للدولة، واعتمدت الدراسة على تحليل مقارن لإنجازات رياضية محددة وفقاً لفترتين سياسيتين وتاريخيتين للدولة هما "السوفيتية"، و"ما بعد السوفيتية"، وقد أوضحت النتائج غياب وعي السلطات المولدوفية بفوائد الرياضة، وما يمكن أن تجلبه من الرياضة من قيمة مضافة للبلد؛ مما يؤدي لتطوير النشاط الرياضي لمصلحة تنمية الدولة، حيث تفتقر الرياضة في "مولدفا" إلى الأدوات التشريعية للرعاية، وتعاني من ضعف القاعدة

المادية والتقنية؛ مما يؤثر على استخدامها كأداة لتوحيد المجتمع، وتعزيز صورة لائقة للبلد على الساحة الدولية.

واهتمت دراسة (Cooper, 2019) ببحث أثر الاعتماد على نجوم الرياضة الأمريكيين بشكل عام، والأمريكيين من أصل أفريقي بشكل خاص في جهود الدبلوماسية الشعبية منذ الحرب الباردة وحتى الآن، وأوضحت نتائج الدراسة نجاح برنامج سفير النوايا الحسنة لوزارة الخارجية الأمريكية الذي ضم نجوم الرياضة، وذلك بالتوازي مع المسار العام للدبلوماسيين المشاهير خلال الحرب الباردة، إلا أن ذلك تأثر ببيئة الاستقطاب العنصري خلال إدارة ترامب، وعلى الرغم من ذلك التأثير إلا أنه لا يوجد شك في أن نجوم الرياضة الأمريكيين الأفارقة البارزين يظلوا رصيماً ضخماً إذا كانت وزارة الخارجية الأمريكية لديها الرغبة والقدرة على الاستفادة منهم. وتسعى دراسة (Murray, 2017) إلى التعرف على العلاقة بين الرياضة والدبلوماسية، وكيفية التوفيق بين النظرية، والممارسة العملية، وذلك من خلال وصف الجهود وتحليل التحديات والتقلبات التي واجهتها وزارة الشؤون الخارجية والتجارة في أستراليا عند بناء أول استراتيجية للدبلوماسية الرياضية في العالم في عام 2015. وتوصلت الدراسة إلى أنه مع الدعم الوزاري المناسب، والدبلوماسيين المبتكرين، والاحترافيين؛ فإن كلا من النظرية والتطبيق في الدبلوماسية الرياضية له مستقبل مشرق واعد.

اهتمت دراسة (محمود، 2017) بموضوع الدبلوماسية العامة الفلسطينية عبر بحث الرياضية كمصدر للقوة الناعمة الفلسطينية. اتبعت الدراسة المنهج الاستنباطي بإسقاط واختبار منظورات الدبلوماسية العامة التي تطورت عالمياً على الواقع الفلسطيني، وبحث الرياضة باعتبارها إحدى وسائل تلك الدبلوماسية وخلاصت الدراسة إلى أن النشاط الرياضي الفلسطيني، أخذت منحى دبلوماسي يتميز بتطبيق أدوات الدبلوماسية العامة ويستخدم القوة الناعمة لتحقيق الأهداف السياسية الفلسطينية لإثبات هويته في المجتمع الدولي وتأكيد وجود الشعب الفلسطيني، سواء على مستوى الحكومات أو الشعوب.

وتناولت دراسة (JAMIALAHMADI, KALASHI & KIYANI, 2015) استكشاف مدى استخدام الحكومة الإيرانية للرياضة كأداة لتعزيز الدبلوماسية الشعبية لها على الساحة الدولية، وتعد هذه الدراسة تطبيقية وصفية، واعتمدت على المنهج التحليلي، وأظهرت النتائج أنه على الرغم من اهتمام كثير من الدول بمجال الدبلوماسية الرياضية نظرًا لقدرتها على تعزيز السلام، وتعزيز صورة إيجابية لبلدهم في المجال الدولي، إلا أن دبلوماسية الجمهورية الإسلامية الإيرانية أهملت ذلك، ولا يوجد للرياضة حصة مناسبة في الدبلوماسية الخارجية لإيران.

#### التعليق على الدراسات السابقة :

1- اتسمت الدراسات السابقة بالتنوع والتعدد في إجراءاتها المنهجية حيث استخدمت الدراسات منهج المسح والمنهج المقارن والمنهج التاريخي ودراسة الحالة

- واستخدمت أدوات مختلفة لجمع البيانات كأستمارة الاستبيان وتحليل المضمون ، والمقابلات والملاحظة المباشرة واهتمت بعض الأبحاث بالتأصيل النظري لظاهرة الدبلوماسية الرياضية ، بينما اهتمت ابحاث اخري بتحليل مضمون وسائل الإعلام أثناء الأحداث الرياضية أو قياس الرأي العام.
- 2- اظهر نتائج تحليل الدراسات السابقة تصاعد الأهتمام البحثي خلال العقدين الماضيين بالدبلوماسية الرياضية ، رغم التأكيد علي ان ممارستها قديمة جداً وذلك يعطي تفسير لتزايد الأبحاث المهمة بالتأصيل النظري لتلك الظاهرة ، ويلاحظ ايضاً اهتمام الأبحاث الأجنبية أكثر من العربية بذلك المجال .
- 3- يتأثر نجاح الدبلوماسية الشعبية الرياضية بشدة بالعوامل السياقية وبالتالي يجب علي المهتمين بذلك المجال، خاصة الجانب التطبيقي منه دراسة العوامل التاريخية والسياسية واتجاهات الجمهور جيداً قبل وضع استراتيجيات الدبلوماسية الرياضية ، حتي لا تأتي بنتائج عكسية.
- 4- استخدام الدبلوماسية الرياضية لا يؤدي دائماً الي التقارب بين الشعوب والثقافات وبعضها البعض ، بل ان بعض الدول تستغل الدبلوماسية الرياضية للتأكيد علي تفوقها وقيادتها، وقدرتها علي إلحاق الهزيمة بأعدائها.
- 5- من خلال عرض الدراسات السابقة تتمكن الباحثة من التعرف علي أهم الجوانب النظرية والتطبيقية التي لم تتناولها تلك البحوث والدراسات ، وبالتالي البدء مما انتهت إليه ، كما أن إدراك جوانب القصور والقوة في تلك الدراسات تمنح البحث الحالي فائدة الإضافة العلمية المأمولة.

#### نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، حيث تهتم بتحديد الاتجاهات السائدة في الدبلوماسية الرياضية للدولة المصرية، ورصد مصادرها، ووصف استراتيجيتها؛ وصولاً لنتائجها وتشخيصها بعد التعرف على العوامل التي ترتبط بها، وتعتمد الدراسة على منهج المسح بشقيه التحليلي والوصفي الذي يهدف لجمع معلومات وبيانات دقيقة حول مضمون الموقع الإلكتروني -عينة الدراسة- بهدف معرفة كيفية توظيف الموقع لاستراتيجيات الاتصال المختلفة من أجل تحقيق أهداف الدبلوماسية الشعبية.

**عينة الدراسة:** أجرت الباحثة تحليلاً لموقع وزارة الشباب والرياضة النسخة الإنجليزية (<https://www.emys.gov.eg/en>) باعتبار أن وزارة الشباب والرياضة هي الجهة المسؤولة عن الفاعليات الرياضية جميعاً داخل مصر وخارجها، وذلك لمدة تسعة أشهر في الفترة ما بين 1 يناير 2021م وحتى 30 سبتمبر 2021م، وكان عدد المواد الإعلامية المنشورة خلال تلك الفترة "65 مادة إعلامية" ويرجع السبب لاختيار تلك الفترة؛ لأنها شهدت نشاطاً ملحوظاً للرياضة المصرية، ورغم أزمة كوفيد-19 إلا أن الدولة المصرية احتوت الأزمة، وقامت باستضافة كثير من البطولات ككأس العالم لليد، واستضافت بعض الفاعليات التي اعتذرت عنها بعض الدول لظروف كوفيد-19، كما شاركت كذلك في أولمبياد طوكيو.

**أدوات جمع البيانات:** اعتمدت الباحثة على صحيفة تحليل المضمون كأداة لوصف محتوى الموقع الإلكتروني لوزارة الشباب والرياضة النسخة الإنجليزية، وذلك لوصف المحتوى الظاهر، والمضمون الصريح للمواد الإعلامية المنشورة المراد تحليلها على موقع الوزارة؛ تلبية لاحتياجات البحث وأهدافه، وقد تم تقسيم صحيفة الاستبيان لعدة فئات، شملت: (فئة القوالب الفنية، وفئة أنواع الرياضة)، وكذلك فئات (مصادر الدبلوماسية الرياضية، واستراتيجيتها، ونتائجها) وفقاً لنموذج الدبلوماسية الرياضية **sports diplomacy model** الذي اعتمدت عليه الدراسة.

#### إجراءات الصدق والثبات:

لاختبار صدق استمارة تحليل المضمون، والتأكد من قدرتها على تحقيق أهداف الدراسة، واختبار فروضها، تم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين، عدهم (5)<sup>1</sup>، وفي إطار الملاحظات التي أبدتها المحكمون تم تعديل الاستمارة، كما قامت الباحثة بتحليل مضمون استراتيجيات الدبلوماسية الشعبية الرياضية للدولة المصرية في ظل رؤية 2030، ثم قامت بالاستعانة بأحد الباحثين، والذي يمتلك المقدرة على تحليل المضمون قيد البحث في فترة التحليل ذاتها، حيث قامت بتوجيهه نحو كيفية التعامل مع الاستمارة، وتحليل مفرداتها، وقد بلغ معامل الارتباط بين آراء المحللين الاثنين (0.956) وهو معامل ارتباط دال إحصائياً؛ مما يشير إلى ثبات الاستمارة.

#### جدول (1)

#### إجراءات الثبات لاستمارة تحليل المضمون

م	الفئات	عدد الفئات
1	القوالب الفنية للمادة الإعلامية: خبر، تقرير، مقال، صورته وتعليق، فيديو، بيان، أخرى تذكر.	7
2	نوع الرياضة: (كرة قدم، يد، سلة، طائرة)، درجات، رماية، مصارعة، مبارزة، جمباز، كارتيه، أخرى تذكر.	11
3	مصادر الدبلوماسية الرياضية: (6) أحداث رياضية، (6) رأس المال البشري الرياضي، (4) المنتجين الرياضيين والمنتجات الرياضية.	16
4	نتائج الدبلوماسية الرياضية: (3) نتائج صريحة، (3) نتائج ضمنية.	6
5	استراتيجيات الاتصال الدبلوماسي الرياضي: (3) أداء عالي، (1) التضامن الدبلوماسي الرسمي والرياضي، (2) سفراء الثقافة الأكفاء.	6
	الإجمالي	46

\* أسماء السادة المحكمين مرتبة ترتيباً هجائياً:

الأستاذة:

أ.د. فوزي عبد الغني خلاف أستاذ الإعلام وعميد معهد الإسكندرية العالي للإعلام.

الأستاذة المساعدون:

د. طارق عبد المنعم أستاذ التدريب الرياضي وعلوم الحركة المساعد كلية التربية الرياضية – جامعة الوادي الجديد.

د. عبد الباسط هاشم أستاذ العلاقات العامة والإعلان المساعد كلية الآداب- جامعة سوهاج

د. فاطمة الزهراء صالح أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد كلية الآداب -جامعة سوهاج

د. يسرا حسني أستاذ العلاقات العامة والإعلان المساعد كلية الآداب -جامعة أسيوط

م ن = عدد الفئات التي اتفق عليها المحلل الأول والثاني ن 1= عدد الفئات التي حللها المحلل الأول (الباحثة) ن 2= عدد الفئات التي حللها المحلل الثاني (الباحث المستعان به) نفترض أن نسبة الاتفاق بين المحلل الأول والثاني 44 فئة	باستخدام مُعادلة هولستي 2 م ن ن 1 + 2 ن 44*2 0.956 = 46 + 46
95.6% هي نسبة ثبات جيدة لثبات التحليل	

### الإطار النظري:

#### أولاً- نموذج الدبلوماسية الرياضية sports diplomacy model:

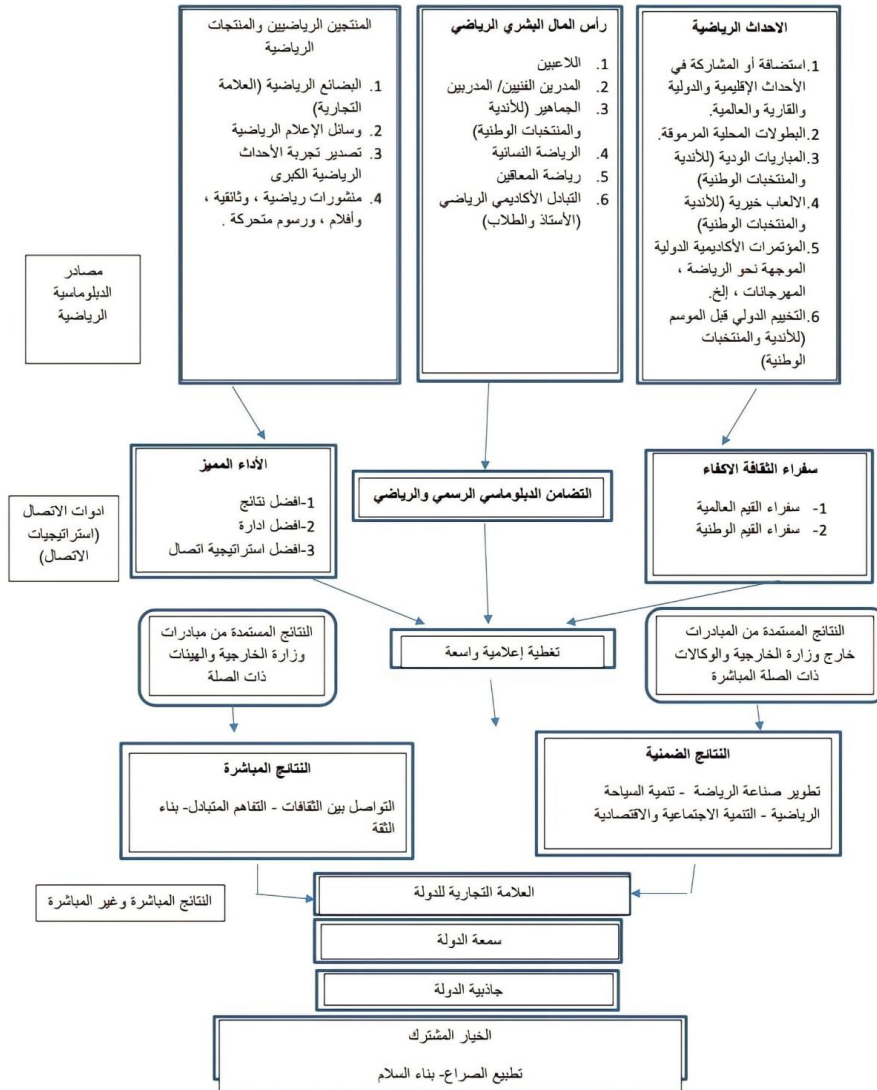
يستهدف النموذج بشكل أساسي تحديد استراتيجيات الدبلوماسية الرياضية "القدرات الحاسمة" القادرة على تحويل أدوات القوة الناعمة الرياضية إلى موارد ونتائج دبلوماسية، ويتكون النموذج من ثلاث مراحل رئيسية (Abdi, Talebpour, Fullerton, Ranjkesh, & Jabbari, 2018):

- 1- مصادر الدبلوماسية الرياضية، وتشمل: الأحداث الرياضية، ورأس المال البشري الرياضي، والمنتجين والمنتجات الرياضية.
- 2- استراتيجيات الاتصال الدبلوماسي الرياضي، وتشمل: الأداء المتميز، والتضامن الدبلوماسي الرسمي والرياضي، وسفراء الثقافة الأكفاء.

3- نتائج الدبلوماسية الرياضية، وتشمل: نتائج صريحة مباشرة، ونتائج ضمنية غير مباشرة، وينعكس ذلك كله على العلامة التجارية للدولة، وسمعتها، وجاذبيتها، وعلى حالة السلام، أو الصراع التي تعيشها الدولة مع الدول الأخرى.

حيث يمكن للأحداث الرياضية أن "تسهل التعاون، وتزيد من التفاهم، وتخلق نوعاً من التفاهم حول الاختلافات العميقة، وتحطم الصور النمطية، وتحصر النزاعات في ساحة اللعب بدلاً من ساحة المعركة (Merkel, 2008, p:290)، ويؤكد النموذج على أن النتائج الدبلوماسية الصريحة غالباً ما تغطي أهداف وزارة الخارجية من "الاتصالات بين الثقافات"، و"التفاهم المتبادل"، و"بناء الثقة"، أما المجموعة الثانية فغالباً ما تغطي أهداف المؤسسات خارج وزارة الخارجية كوزارة الرياضة، ووزارة السياحة، وذلك عندما ترى الحكومات الرياضة على أنها حافز داخل الاقتصادات الوطنية، وتستثمر بكثافة من خلال وزارة الرياضة والشباب، والاتحادات الرياضية، والمؤسسات الأخرى خارج نظام الدبلوماسية الرسمية، وإذا نجحت هذه الاستثمارات في صناعة الرياضة، مع نجاح الرياضة في جذب الأجانب يؤدي ذلك إلى "تطوير صناعة الرياضة"، "تنمية السياحة الرياضية"، "التنمية الاجتماعية والاقتصادية للدولة (Abdi, et al., 2018, p:373-374)، وقد أوضح النموذج أن

الدبلوماسية الرياضية قد يكون لها آثار سلبية، حيث يمكن أن تعاني الحكومات من آثار سلبية لجهود الدبلوماسية العامة عندما تكون غير قادرة على تلبية المتطلبات الأساسية للأحداث الرياضية الدولية لتكون آمنة، وصحية، وخالية من النزاعات (Pigman, 2014,p:106).



نموذج الدبلوماسية الرياضية sports diplomacy model ( Abdi, et al., 2018, p:378 )

**ثانياً- التحول نحو الدبلوماسية الرياضية :**

إن التغييرات في المجتمع العالمي مثل زيادة عدد الديمقراطيات، والقضايا العالمية، والابتكار في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) مهدت الطريق لمجتمع دولي حديث جديد (Murray, Stuart.,2012,p:579) ، تطورت فيه الدبلوماسية نحو ممارسات عامة أكثر، تؤثر فيها كل من الجهات الفاعلة غير الحكومية، والإعلام المحلي، والأجنبي على العلاقات الدولية والسياسة الخارجية (Deos, , 2014, p:1171)، وقد لاقت فكرة تأثير التغييرات المجتمعية العالمية على الممارسات الدبلوماسية اهتمام كبير، حيث تلعب الأفكار والقيم والصور والقواعد دوراً أكبر في الممارسة الدبلوماسية الحالية (Deos, 2014, p:1172) ، ويرى (Melissen, Jan, 2011) أن "الدبلوماسية العامة الجديدة" تتميز بمشاركة الجمهور العام حيث تتعاون الجهات الفاعلة المتعددة بما في ذلك المؤسسات الحكومية، وغير الحكومية للاستماع والتفاعل في الحوار، والعمل لتطوير علاقات طويلة الأجل. ويعد التركيز المعاصر على الدبلوماسية الرياضية هو جزء من تطور الدبلوماسية عموماً، ويحدد (Murray, Stuart. 2012, p:581) تعريف الدبلوماسية الرياضية كشكل فرعي للدبلوماسية العامة التي تساعد فيها الرياضة في تحقيق الأهداف الدبلوماسية، وتعد الرياضة ولاسيما كرة القدم أداة مؤثرة في إقامة العلاقات الدبلوماسية وبنائها، فضلاً عن تعزيز الهوية الوطنية، وفيما يتعلق بالإطار الدولي الأوسع يهدف عدد متزايد من الحكومات إلى ابتكار مجموعة أدوات لسياساتها الخارجية ودبلوماسيتها؛ وغالباً ما توصف الرياضة بأنها منصة تواصل شعبية، ويسهل الوصول إليها، وتتغلب بسهولة على الحواجز الثقافية، والانقسامات العرقية القومية، ونظراً لطبيعة الرياضة، وشعبيتها العالمية، يمكن أن تكون أحد أصول القوة الناعمة الجذابة للحكومات، ووزارات خارجيتها، كما يمكن القول إن استخدام الرياضة في الدبلوماسية العامة مدفوع من قبل الدول الأكثر قوة، والأكثر ثراءً مثل: الولايات المتحدة، ومثلاً لذلك برنامج (Sports United)، وأستراليا (أول دولة تقدم علناً استراتيجيتها للدبلوماسية الرياضية)، وفرنسا (التي تستضيف دورة الألعاب الأولمبية الصيفية لعام 2024)، أو اليابان (الدولة المضيفة لدورة الألعاب الأولمبية الصيفية 2020/2021)، أو قطر الدولة المضيفة لكأس العالم لكرة القدم 2022 (Garamvölgyi, & Dóczy, 2021, p:46) ، كذلك تخلق المسابقات الرياضية الدولية والاستثمارات القائمة على الرياضة فرصاً لتقوية العلاقات بين الدول، فعلى مدى العقد الماضي استفاد كثير من قادة الدول والسياسيين من المسابقات الرياضية لإجراء اجتماعات سياسية رفيعة المستوى (Garamvölgyi, & Dóczy, 2021, p:42).

**ثالثاً- الرياضة كأداة من أدوات السياسة الخارجية للدولة:**

تعد الرياضة أداة من أدوات السياسة الخارجية، ويمكن وصفها كجزء من استراتيجية القوة الناعمة للفاعلين السياسيين، حيث تساعد استضافة الأحداث الرياضية



الضخمة مثل الألعاب الأولمبية، أو ألعاب فيفا FIFA على تحسين صورة الأمة من خلال زيادة الدعاية، والوعي ببلد ما في وسائل الإعلام الدولية (Ber, et al., 2017)؛ فالرياضة تسمح للدولة بنشر علامتها التجارية، ولغتها، وتراثها، وثقافتها، وتسهم في جذب السياحة نتيجة لاستضافتها للأحداث الدولية المهمة (Grix, & Brannagan, 2016)، فعلى سبيل المثال أدت الرياضة دورًا استراتيجيًا وطنيًا في المجر، حيث استثمرت الحكومة أصولًا مالية كبيرة في البنية التحتية الرياضية، وازدادت أهمية الرياضة في مجال السياسة الخارجية والعلاقات الدولية بشكل سريع، واعتمدت عليها الحكومة في تحقيق كثير من أهدافها، وأصبحت المسابقات الرياضية الدولية جزءًا لا يتجزأ من مساعي الدبلوماسية العامة التي تقودها الدولة حتى أصبحت الأحداث الرياضية النخبوية، والنجاح الرياضي الدولي يُنظر إليها على أنها أساس القوة الناعمة للدولة التي تزيد من شهرتها، وتصنع لها صورة خارجية إيجابية، وقد أصبحت المجر بعد إنشاء إدارة الدبلوماسية الرياضية في وزارة الخارجية والتجارة مؤخرًا رائدة في منطقة وسط وشرق أوروبا لإضفاء الطابع المؤسسي على الدبلوماسية الرياضية في إدارة شؤونها الخارجية، وعلى الرغم من عدم حصول الدولة على حق استضافة الألعاب الأولمبية لعام 2024، إلا أن الدولة استثمرت في الاستثمار في البنية التحتية الرياضية، ولم تتمكن حتى جائحة COVID-19 من إيقافها عن تنظيم المسابقات الرياضية الدولية (Garamvölgyi, & Dóczy, 2021, p:46).

ومن جانب آخر هناك من المعارضين من ينتقدون الخلط بين الرياضة والدبلوماسية، ويقدمون وجهة نظر معاكسة للتشكيك في أي فوائد محتملة، وتشير دراسة (Jackson, and Jay, 2013, p:889) إلى أن الأحداث الرياضية قد توفر مسرحةً للمنافسات السياسية والأيدولوجية التي تمثل سيناريوهات حربية، وأعمال عدائية مشتتة، أو أنها تعزز الانقسام بدلًا من الوحدة بين المجموعات عادةً وفقًا للجنسية (Falcous, and Alan, 2009, p:161)، أو أنها قد تنشئ صور عالمية سلبية لبعض الدول من خلال استضافتها لأحداث رياضية كبرى، أو قد يتم التركيز على بعض السلبيات الموجودة داخل الدولة خلال تلك الأحداث، وفي هذه الحالات يمكن أن يكون لاستراتيجية القوة الناعمة تأثير سلبي على صورة ذلك البلد (Ber, et al., 2017)، فعلى سبيل المثال احتجاجات الشعب البرازيلي ضد التكاليف الباهظة لاستضافة كأس العالم ٢٠١٤، والألعاب الأولمبية 2018 أثرت على الإنجاز المتوقع للدبلوماسية الرياضية، كذلك رغم أن الحكومة الصينية أنفقت 44 مليار دولار في دورة الألعاب الأولمبية التي أظهرت الصين كدولة في طليعة التكنولوجيا مع البنية التحتية، والمرافق الأكثر تطورًا، وأن شعبها منفتح وودود، إلا أن الحكومة الصينية كانت قلقة بشأن إمكانية بث صور المتظاهرين في مجال حقوق الإنسان في بكين (Pigman, 2014, p:101). وإجمالاً فإن البلدان التي لديها صور مثيرة للجدل لا تستفيد بالضرورة من استخدام الرياضة كأداة للقوة الناعمة عند محاولة تحسين صورتها.

## نتائج الدراسة :

## جدول رقم ( 2 ) يوضح القوالب الفنية للمادة الإعلامية المنشورة علي موقع وزارة الشباب والرياضة النسخة الإنجليزية

القوالب الفنية للمادة المنشورة	ك	%
خبر	50	76.9
تقرير	10	15.4
بيان	2	3.1
صورة وتعليق	3	4.6
المجموع	65	100

يتضح من الجدول السابق أن الخبر جاء في المرتبة الأولى، وذلك بنسبة 76.9% من بين القوالب التي تم الاعتماد عليها لتغطية المواد الإعلامية المنشورة علي موقع وزارة الشباب والرياضة، ويتميز قالب الخبر الصحفي بقدرته علي توصيل المعلومات، والأحداث الجديدة بسهولة ويسر للقراء دون الدخول في تفاصيل كثيرة، ويأتي في المرتبة الثانية قالب التقرير، وذلك بنسبة 15.4% من إجمالي القوالب التي تم الاعتماد عليها، وقد اعتمد عليه الموقع بشكل أساسي في تغطية بعض الأحداث، والافتتاحات الرياضية، ونقل صورة عنها فيما يسمى بالتقرير الإخباري. إلا أنه لم يتم استخدام التقارير في عرض أبرز الشخصيات الرياضية المصرية من لاعبين، ومدربين، ومدربين، وفنيين، وإلقاء الضوء عليهم، وعلي مسيرتهم، فلم يلجأ الموقع لاستخدام تقرير عرض الشخصية التي يمكن أن تتناول بعض الجوانب الإنسانية في مسيرة بعض الرياضيين، ومسارات التحول في حياتهم، وانطلاقاتهم، وغيرها مما يمكن أن يمثل إلهامًا لكثير من الشباب حول العالم وفي الداخل أيضًا ويتماشى مع مشروع البطل الأولمبي الذي أطلقتها الدولة المصرية ضمن استراتيجيتها الوطنية، كذلك لم يستخدم الموقع التقارير الموجزة التي تستطيع تقديم تقرير عن سير بعض البطولات، والأحداث بشكل عام للقارئ حتي يكون ملمًا بالأحداث من حوله، وحتى يكون الموقع ذا فاعلية أكبر لمتابعيه، وجاء في المرتبة الثالثة فئة الصورة، والتعليق، وذلك بنسبة 4.6% وعلي الرغم من انخفاض النسبة لكن يمكن القول إن موقع وزارة الشباب اعتمد بشكل كبير علي الصور في القوالب الفنية جميعًا؛ حيث كانت جميع الأخبار، والتقارير، والبيانات مصحوبة بصور، واحتوي الموقع علي صور شخصية، وموضوعية، وصور رسمية، وصور أخرى لفاعليات رياضية.

وجاء في المرتبة الأخيرة البيان الصحفي، وذلك بنسبة 3.1%، ومن هنا يتضح بشكل عام اعتماد الموقع علي قالب الخبر، يليه قالب التقرير، ثم الصورة والتعليق، ثم استخدام البيانات، وأهمل الموقع الاهتمام بكثير من القوالب منها قالب الفيديو، والذي له دور كبير في نقل صورة حية وحقيقية للحدث، يكون لها تأثير علي الجمهور، وكذلك اختفت قوالب الحوار الصحفي والتحقيق وغيرها، وكان هناك اهتمام بنقل الصورة الكلية للأحداث الرياضية علي حساب الاهتمام بتفاصيل المنافسة، والقيم، والتراث

الثقافي. حيث أهمل الموقع الاهتمام بالصورة الإنسانية للمنافسات الرياضية، والتي يكون لها تأثير كبير علي الجمهور، وتتناقلها وسائل الإعلام بشكل كبير مما يخدم أهداف الدبلوماسية الشعبية الرياضية.

من الملاحظ أيضا عدم وجود دورية نشر منتظمة للأحداث علي النسخة الإنجليزية لموقع وزارة الشباب والرياضة، فعلي سبيل المثال لم تكن هناك تغطية تتابعية لمنافسات كأس العالم لكرة اليد، ولا حتي لتلك المباريات التي يشارك فيها المنتخب المصري، بالطبع كان هناك اهتمام بتغطية أخبار المنتخب المصري لكرة اليد، ولكن ليس في الفاعليات جميعًا، كذلك أيضًا فإن تغطية الموقع لأولمبياد طوكيو لم تتابع المنافسات جميعًا التي يخوضها اللاعبون، والفرق المصرية، وحتى اللاعبين الذين فازوا بميداليات أولمبيا تم تغطية نتائجهم الأخيرة فقط، ولم يتم إلقاء الضوء علي مسيرتهم خلال البطولة، ولعل تلك الأحداث المهمة وتغطيتها، ونقلها للجماهير الأجنبية يمكن أن تضاعف من تأثير الدبلوماسية الرياضية؛ فالجماهير العالمية تهتم بالتفاصيل.

**جدول رقم (3) يوضح نوع الرياضة التي اهتم بها موقع وزارة الشباب والرياضة**

النسخة الإنجليزية

نوع الرياضة	ك	%	نوع الرياضة	ك	%
كرة اليد	21	32.2	معسكر كشتفي	2	3.07
كرة القدم	4	6.1	سباق الدرجات	2	3.07
المبارزة	3	4.6	كارتية	4	6.1
الجمباز	3	4.6	خماسي حديث	3	4.6
كرة السلة	2	3.07	رمية	2	3.07
مصارعة	2	3.07	العدو	2	3.07
الرياضة عمومًا	13	20	أخري	5	7.7
ن <sup>2</sup>			68		

يوضح الجدول السابق نوع الرياضة التي ركزت علي معالجتها المواد الإعلامية بموقع وزارة الشباب والرياضة النسخة الإنجليزية، وقد أوضحت نتائج الرياضة أن كرة اليد جاءت في المرتبة الأولى، وذلك بنسبة 32.2% من بين جميع الرياضات التي قام الموقع بتغطيتها، ولعل ذلك يرجع لسببين رئيسيين هما تنظيم مصر لبطولة كأس العالم لكرة اليد، وتفوق المنتخب المصري لكرة اليد، وتحقيقه لنتائج متقدمة في الفترة الأخيرة، وبالتالي عُدت كرة اليد مصدرًا مهمًا وغنيًا للدبلوماسية الرياضية المصرية؛ حيث سمح ذلك التفوق الرياضي لرفع اسم مصر في كثير من المحافل الدولية، وأصبح انعكاسًا إيجابيًا لصورة مصر، ولقدرتها علي المنافسة العالمية، هذا فضلًا عن أن استضافة مصر لبطولة كأس العالم لكرة اليد قد شهدت زيادة عدد

<sup>2</sup> حيث ان (ن) = عدد التكرارات وحدة التحليل وليس مجموع المواد التي تم تحليلها وفي حساب النسبة المئوية تم الاعتماد علي عدد المواد التي تم تحليلها وهي 65 وحدة.

المشاركين في ظل الظروف الدقيقة في العالم كله التي شهدت انتشار فيروس كورونا، لكن التنظيم الدقيق ذا المستوي المرتفع كان له أثر كبير في نجاح البطولة. وجاءت الرياضة بشكل عام في المرتبة الثانية؛ حيث اهتم الموقع الإلكتروني لوزارة الشباب والرياضة بإلقاء الضوء علي المنشآت الرياضية الحديثة، وتطور البنية التحتية الرياضية في البلاد عمومًا، وربط السياحة بالرياضة وهو ما يأتي متوافق مع استراتيجية الدولة؛ أما المرتبة الثالثة فقد جاءت كرة القدم والكراتيه، وذلك بنسبة 6.1% لكل لعبة، وهي تعد نسبة متدنية؛ فكرة القدم تتمتع بشعبية كبيرة في العالم، ويمكن الاستفادة منها لتصدير التراث الثقافي والشعبي، وكذلك فإن لعبة الكاراتيه لم تلقَ هي الأخرى اهتمامًا كبيرًا إلا بعد تحقيق المشاركين في أولمبياد طوكيو مراكز متقدمة، وحصولهم علي ميداليات أولمبية، وحتى بعد تلك الإنجازات ظلت التغطية الإعلامية محدودة وضعيفة، وكان من الممكن الاستفادة من هذا الإنجاز الرياضي وتوظيفه بشكل أكبر في مجال الدبلوماسية الرياضية، أما بالنسبة لألعاب الخماسي الحديث، والجمباز، والمبارزة؛ فقد جاءت في المرتبة الرابعة وذلك بنسبة 4.6% لكل لعبة رغم تحقيق مصر لنتائج متقدمة في الخماسي الحديث في أولمبياد طوكيو، وكذلك استضافة مصر لكأس العالم للمبارزة، وكأس العالم للجمباز الفني. أما المرتبة الخامسة فقد جاءت كرة السلة والمصارعة، وسباق الدرجات، والرماية، والمعسكرات الكشفية، والعدو، وذلك بنسبة 3.07% وفي المرتبة الأخيرة جاءت مجموعة من الرياضات هي رفع الأثقال والإسكواش، والكرة الطائرة، والألعاب الإلكترونية، وكرة الريشة، وذلك بنسبة 7.7% لجميع الرياضات مجتمعة، وبنسبة 1.5% لكل رياضة علي حدة.

#### الجدول رقم (4) يوضح توظيف الأحداث الرياضية كمصدر للدبلوماسية الرياضية كما جاء علي الموقع الإلكتروني لوزارة الشباب والرياضة

الأحداث الرياضية	ك	%
استضافة أو المشاركة في الأحداث (الدولية، والقارية، والإقليمية)	50	76.8
البطولات المحلية المرموقة	2	3.1
المباريات الودية (الوطنية والأندية)	2	3.1
ألعاب خيرية (وطنية وأندية)	2	3.1
المؤتمرات الأكاديمية والمهرجانات وغيرها من الأنشطة الموجهة نحو الرياضة	7	10.8
التخييم الدولي قبل المواسم (للمنتخبات الوطنية والأندية)	2	3.1
ن	65	

يتضح من الجدول السابق أن استضافة الأحداث الرياضية جاءت في المرتبة الأولى كمصدر للدبلوماسية الرياضية من بين جميع فئات الأحداث الرياضية، وذلك بنسبة 76.8%؛ حيث حرصت وزارة الشباب والرياضة علي استضافة كثير من الأحداث الرياضية داخل مصر، ومنها كأس العالم لكرة اليد، وبطولة العالم لسلاح الشيش، وكأس العالم للجمباز الفني، وكأس العالم للرماية، وكأس العرب للشباب، وبطولة العالم للناشئين في مضمار السبق، وغيرها رغم ظروف كورونا إلا أن استضافة مثل

تلك الأحداث أظهر الدولة بشكل لائق، وأنها قادرة علي استيعاب كل الأزمات، كذلك أوضح أيضًا استعداد الدولة وجهازيتها لعودة السياحة مرة أخرى بعد توقفها عقب تفشي فيروس كورونا، وقد استعانت الدولة بتطبيق نظام الفعّاعات الصحية بنجاح في جميع البطولات، وساعدت تلك البطولات في رفع كفاءة البنية التحتية للمنشآت الرياضية، وكذلك حرصت وزارة الشباب والرياضة في تنظيمها علي ربط التنظيم بالهوية المصرية، وركزت التغطية الإعلامية لموقع وزارة الشباب (النسخة الإنجليزية) علي الأحداث الكبرى كأولمبياد.

أما في المرتبة الثانية فقد جاءت المؤتمرات، والمهرجانات، والفاعليات الموجهة ناحية الرياضة، وذلك بنسبه 10.8% ورغم أنها نسبة قليلة إلا أن وزارة الشباب والرياضة نجحت في توظيفها بشكل جيد، فبعض تلك الفاعليات كانت في أماكن سياحية وأثرية، وبعضها الآخر كان داخل بعض المدن الجديدة، وبالتالي نجحت تلك التغطية بطريقة غير مباشرة في جذب أنظار العالم لما يحدث علي أرض مصر من مشروعات قومية؛ وفي المقابل فإن البطولات المحلية المرموقة، والمباريات الودية (سواء للأندية أو للمنتخب) والألعاب الخيرية (سواء للأندية أو للمنتخب) قد جاءت في المرتبة الثالثة، وذلك بنسبة 3.1%، وذلك لكل فئة من الفئات الثلاثة علي حدة، وهي نسبة منخفضة، علي الرغم من أهمية البطولات المحلية المرموقة في إلقاء الضوء علي أجواء المنافسة، والثقافة، والجماهير المحلية، خاصة مع وجود فرق مصرية قوية وأيضًا ألعاب يتفوق فيها اللاعبون المصريون، كذلك فإن المباريات الودية يكون لها دور كبير علي بناء جسور التواصل بين الشعوب وبعضها البعض، وتوضح مدي انفتاح الشعوب ونشابه قيمها مع القيم الإنسانية العالمية كالتسامح، والسلام، وغيرها إلا أن موقع وزارة الشباب والرياضة لم يول اهتمامًا كبيرًا بتغطية تلك النوع من الأحداث.

كذلك فإن اهتمام الدولة باستضافة الألعاب الخيرية وتنظيمها يكون في الغالب انعكاسًا للمسئولية الاجتماعية للدولة علي المستوي المحلي، والإقليمي، والدولي، ورغم ذلك لم تلق تلك الأحداث اهتمامًا بالتغطية داخل موقع وزارة الشباب والرياضة المصرية.

#### جدول رقم (5) يوضح المنتجين والمنتجات الرياضية كمصدر للدبلوماسية الرياضية كما جاء علي الموقع الإلكتروني لوزارة الشباب والرياضة

المنتجون الرياضيون والمنتجات الرياضية	ك	%
البضائع الرياضية (العلامة التجارية)	5	7.7
وسائل الإعلام الرياضية	2	3.1
تصدير تجربة الأحداث الرياضية الكبرى	37	56.9
منشورات رياضية أو وثائقية أو أفلام ورسوم متحركة	-	-
ن	44	

يتضح من الجدول السابق أن فئة " تصدير تجربة الأحداث الرياضية الكبرى " جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 56.9% كمصدر للدبلوماسية الرياضية علي موقع وزارة الشباب والرياضة، وقد حرصت مصر الفترة الأخيرة علي استضافة كثيرة من الأحداث الكبرى بنجاح ، وفي ظل ظروف كوفيد 19. وحرص الموقع الإلكتروني علي تصدير تجربة الأحداث الرياضية الكبرى وتوضيح القدرات والأماكن الهائلة للدولة المصرية من بنية تحتية ونظم إدارة رياضية متقدمة ، ويعد نجاح مصر في تنظيم تلك الأحداث في ظل ظروف الوباء، ونجاح تطبيق نظام الفقاعة الصحية له أثر كبير علي صورة الدولة، وقوتها الناعمة بالخارج، وعلي الرغم من عدم وجود عدد كبير من الجماهير داخل تلك الفاعليات إلا أن تفاعل تلك الوفود الرياضية وزيارتها لمصر شكل فرصة ذهبية للتقارب الفكري والثقافي بين المصريين ومختلف الجنسيات، وسمح بنقل صورة جيدة عن مصر.

جاءت فئة البضائع الرياضية في المرتبة الثانية وذلك بنسبة 7.7% فعلي سبيل المثال ألقى موقع وزارة الشباب والرياضة الضوء حول عمل قاموس مصطلحات رياضية عربي أسباني، والمنتجات الثقافية بالطبع من شأنها أن تعزز العلاقات بين الدول، وتحقق تقارباً ثقافياً بين الشعوب، أما وسائل الإعلام الرياضي فقد جاءت في المرتبة الأخيرة وذلك بنسبة 3.1% ولم تلق وسائل الإعلام الرياضي اهتماماً كبيراً حسبما ظهر من خلال تحليل محتوى موقع الوزارة، رغم التأثير الكبير الذي يمكن أن تضيفه وسائل الإعلام علي جهود الدبلوماسية الشعبية، كذلك فإن الفئة المتعلقة باستخدام المنشورات الرياضية الورقية، والوثائقية، والأفلام، والرسوم المتحركة لم تظهر طوال فترة التحليل.

جدول رقم (6) يوضح رأس المال البشري كمصدر للدبلوماسية الرياضية كما جاء علي الموقع الإلكتروني لوزارة الشباب والرياضة (النسخة الإنجليزية)

رأس المال البشري	ك	%
اللاعبون	22	33.8
المديرون الفنيون والمدربون	2	3.1
الجماهير (الوطنية والأندية)	1	1.5
الرياضة النسائية	8	12.3
رياضة المعاقين	2	3.1
التبادل الأكاديمي الرياضي (الأستاذة والطلاب )	1	1.5
ن		36

يتضح من الجدول السابق أن اللاعبين كمصدر للدبلوماسية الرياضية كانوا في المرتبة الأولى، وذلك بنسبة 33.8%، ويمكن أن يرجع ذلك إلى أن اللاعبين في المجال الرياضي هم الأكثر شهرة، وبالتالي يتم تسليط الضوء عليهم باستمرار، وتعرفهم الجماهير المحلية والعالمية، وقد ركزت تغطية موقع وزارة الشباب والرياضة بالأساس علي اللاعبين أصحاب الانجازات الدولية كأبطال الأولمبياد، ولاعبين

منتخب مصر لكرة اليد، وكذلك بعض اللاعبين الدوليين ذوي الشهرة علي المستوى المصري كمحمد صلاح.

وجاء الاهتمام بالرياضات النسائية في المرتبة الثانية، وذلك بنسبة 12.3% ولعل ذلك يرجع لإحراز كثير من اللاعبات المصريات مراكز متقدمة في الأولمبياد وغيرها من الفاعليات الدولية، ورغم أنها جاءت في المرتبة الثانية إلا أن نسبتها تعد محدودة للغاية، وكان يجب أن يولي موقع وزارة الشباب والرياضة مزيداً من الاهتمام للرياضات النسائية؛ لأن ذلك يعكس وبشكل مباشر مدي الاهتمام الذي توليه الدولة للمرأة، وبالتالي يعكس علي صورة الدولة الخارجية، أما فيما يتعلق بفئة المديرين الفنيين، والمدربين، وفئة رياضة المعاقين؛ فقد جاءت في المرتبة الثالثة، وذلك بنسبة 3.1% لكل فئة، فرغم أن الرياضة المصرية بها كثير من النماذج الناجحة في مجال التدريب إلا أن موقع وزارة الشباب والرياضة لم يعطِ الاهتمام الكافي بها، وبمسيرتها، وتأهيلها، وخبراتها، كذلك أيضاً رياضة المعاقين لم تلقَ الاهتمام الكافي رغم أن ذلك يعكس المسؤولية الاجتماعية للدولة المصرية، وينعكس علي قوتها الناعمة بوصفها عضواً مسئولاً في المجتمع الدولي، ويساعدها في أن تتلقَ دعماً لقضاياها، ووجهات نظرها داخل المحافل الدولية.

أما فئة الجماهير وفئة التبادل الأكاديمي الرياضي فقد جاء في المرتبة الأخيرة، وذلك بنسبة 1.5% لكل فئة، وتعد الجماهير من العناصر الفاعلة في مجال المنافسات الرياضية، ويعتمد عليها لتعزيز التواصل الثقافي، وتحقيق الفهم المشترك في قضايا الدبلوماسية. كما تعد انعكاساً للهوية المجتمعية، والانتماء الوطني، ونظراً للتطورات التكنولوجية الهائلة في مجال الاتصالات فقد أصبح هناك علاقات قائمة بين بعض الجماهير الوطنية، وبعض جماهير الأندية للدول الخارجية، ويتم تبادل التهاني في المناسبات الكروية المختلفة، وبالتالي تعد الجماهير عنصراً فاعلاً يجب أن يأخذ حيزاً أكبر من الاهتمام نظراً لأدواره الفاعلة في المجال الدبلوماسي.

#### جدول رقم (7) يوضح مصادر للدبلوماسية الرياضية كما جاء علي الموقع الإلكتروني لوزارة الشباب والرياضة

مصادر للدبلوماسية الرياضية	ك	%
المنتجون والمنتجات الرياضية	44	67.7
الأحداث الرياضية	65	100
رأس المال البشري الرياضي	36	55.4
ن	145	

يتضح من الجدول السابق أن الأحداث الرياضية جاءت في المرتبة الأولى كمصدر من مصادر الدبلوماسية الرياضية التي اعتمد عليها موقع وزارة الشباب والرياضة، وذلك بنسبة 100% حيث إن جميع المنشورات التي جاءت علي موقع وزارة الشباب والرياضة استخدمت الأحداث الرياضية كمصدر للدبلوماسية الرياضية، يليها في المرتبة الثانية المنتجون والمنتجات الرياضية، وذلك بنسبة 67.7% حيث تناولت البنية التحتية الرياضية، وتصدير تجربة الأحداث الناجحة، أما

رأس المال البشري فقد جاء في المرتبة الأخيرة، وذلك بنسبة 55.4% وعليه فيجب أن تولي وزارة الشباب والرياضة اهتمامًا بتوظيف رأس المال البشري في الدبلوماسية الرياضية؛ نظرًا لأنه عنصر مهم، ويحتوي على كثير من القصاص الإنسانية المؤثرة والملهمة في الوقت نفسه، مما يسهم في بناء جسور من الثقة مع الجماهير الأجنبية .

**جدول رقم (8) يوضح استراتيجيات الاتصال الدبلوماسي الرياضي التي اعتمد عليها موقع وزارة الشباب والرياضة (النسخة الإنجليزية)**

استراتيجيات الاتصال الدبلوماسي الرياضي		ك	%
اداء عال	أفضل نتائج	25	38.5
	أفضل إدارة	43	66.2
	أفضل استراتيجيات اتصال	12	18.4
سفراء الثقافة الألقاء	سفراء القيم العالمية	6	9.2
	سفراء القيم الوطنية	5	7.7
التضامن الدبلوماسي الرسمي والرياضي		44	67.7
		123	ن

يتضح من الجدول السابق أن استراتيجية الأداء العالي جاءت في المرتبة الأولى حيث تضمنت تلك الاستراتيجية ثلاث استراتيجيات فرعية (أفضل نتائج - أفضل إدارة - أفضل استراتيجيات اتصال) ، حيث جاءت الاستراتيجية الفرعية المتعلقة بأفضل إدارة في المرتبة الأولى ، وذلك بنسبة 66.2% ولعل ذلك يأتي متوافقًا مع استراتيجية وزارة الشباب والرياضة التي اهتمت مؤخرًا باستضافة كثير من الأحداث الرياضية الدولية ، وحرصت على إظهار تفوقها وقدرتها على إدارة تلك الأحداث مما يمثل ميزة تنافسية جديدة للدولة المصرية، ويؤكد على جودة الخبرة المصرية في مجال التنظيم ويعكس أيضًا مدى تمتعها باستقرار وسلام داخلي ، وجاءت الفئة الفرعية أفضل نتائج في المرتبة الثانية، وذلك بنسبة 38.5% حيث ركزت التغطية الإعلامية لوزارة الشباب والرياضة على النتائج الإيجابية للرياضيين المصريين، والفرق المصرية مما يمثل ميزة تنافسية جديدة للدولة على الساحة العالمية، ويجعل أخبارها متصدرة وسائل الإعلام الدولية، مما يجعل صورتها أكثر قبولاً لدى الجمهور الدولي، ويصب في ميزان قواتها الناعمة وتأثيرها الدولي، يليه بعد ذلك الفئة الفرعية أفضل استراتيجيات اتصال، وذلك بنسبة 18.4%.

أما بالنسبة لاستراتيجية التضامن الدبلوماسي الرسمي والرياضي؛ فقد جاءت في المرتبة الثانية، بنسبة 67.7% ، وذلك كاستراتيجية اتصال دبلوماسي رئيسة اعتمد عليها موقع وزارة الشباب والرياضة؛ حيث اتضح من خلال التغطية حجم التضامن الرسمي الذي توليه الدولة للأنشطة الرياضية المختلفة داخل مصر وخارجها، وكذلك اهتمامها بتنمية الرياضة، ورفع كفاءة البنية التحتية الرياضية، والارتقاء برأس المال البشري في مجال الرياضة، ومتابعة القيادة السياسية للأنشطة الرياضية الكبرى، وإرسال الوزراء، والسفراء، والمندوبين لمتابعة تلك الأحداث عن قرب.



فيما يتعلق باستراتيجية الاعتماد علي سفراء الثقافة الأكفاء فقد جاءت في المرتبة الثالثة حيث تضمنت تلك الاستراتيجية ( سفراء القيم العالمية- سفراء القيم الوطنية ) حيث جاءت سفراء القيم العالمية بنسبة 9.2%، ثم سفراء القيم الوطنية، وذلك بنسبة 7.7% ورغم أن مصر بها كثير من الرموز الرياضية إلا أن موقع وزارة الشباب والرياضة لم يهتم بالقدر الكافي بتوظيف تلك الرموز في الدبلوماسية الرياضية، وبشكل عام يلاحظ اعتماد موقع وزارة الشباب والرياضة علي استراتيجية الأداء العالي في المقام الأول، ثم استراتيجية التضامن الدبلوماسي، ثم في المرتبة الأخيرة سفراء القيم.

### جدول رقم (9) يوضح نتائج الدبلوماسية الرياضية المستهدفة من خلال التغطية الإعلامية علي موقع وزارة الشباب والرياضة

نتائج الدبلوماسية الرياضية		ك	%
نتائج صريحة	التواصل بين الثقافات	40	61.5
	التفاهم المتبادل	36	55.4
	بناء الثقة	48	73.8
نتائج ضمنية	تطوير صناعة الرياضة	25	38.5
	تنمية السياحة الرياضية	33	50.8
	التنمية الاجتماعية والاقتصادية	30	46.2
ن		212	

الجدول السابق يوضح نتائج الدبلوماسية الرياضية المستهدفة من خلال التغطية الإعلامية علي موقع وزارة الشباب والرياضة، وتنقسم النتائج إلي نتائج صريحة ونتائج ضمنية.

وفيما يتعلق بالنتائج الصريحة فقد جاءت فئة بناء الثقة في المرتبة الأولى بنسبة 73.8% حيث حرصت أغلب المواد الإعلامية المنشورة علي التأكيد علي قدرة الدولة المصرية في استضافة الأحداث الرياضية، والتغلب علي الظروف الصعبة، وعمل التجهيزات اللازمة، والعمل بشكل دائم علي رفع كفاءة بنيتها التحتية الرياضية وكفاءه رأسمالها البشري، وقدرته علي تحطي الصعاب، وتحقيق أعلى النتائج. وجاء التواصل بين الثقافات في المرتبة الثانية وذلك بنسبة 61.5% وانعكس ذلك من خلال استضافة الأحداث الرياضية الكبرى، وتنظيمها، والمشاركة فيها مما يسهم في التقريب بين الرياضيين من البلدان المختلفة، ومن المعروف أن المبتعثين الرياضيين المشاركين في الأحداث الرياضية الدولية يعدون سفراء رياضيين عن بلدهم، كما أن البلد التي تستقبل الوفود لا تسمح لهم بمشاركة الأنشطة الرياضية فقط، بل والتعرف أيضًا علي الثقافة، والتراث، والقيم، كما أنها تشكل فرصة ذهبية لتعزيز السياحة والاقتصاد الوطني للدولة.

جاء تحقيق التفاهم المتبادل في المرتبة الثالثة، وذلك بنسبة 55.4% حيث اظهرت التغطية الإعلامية لموقع وزارة الشباب والرياضة ان الدبلوماسية الرياضية قد سعت إلي توثيق الروابط، وتعزيز العلاقات الدولية مع بعض الدول كدولة جنوب السودان ( على سبيل المثال) من خلال توثيق الروابط الرياضية بين البلدين، وتنظيم

الفاعليات المشتركة، وتقديم الدعم والخبرات في مجال الرياضة للدولة المنفصلة حديثاً، وهذا بالطبع يخدم استراتيجية الدولة المصرية 2030 الخاصة بالسياسة الخارجية؛ حيث تسعى الدولة المصرية إلى زيادة نفوذها في أفريقيا. فيما يتعلق بالنتائج الضمنية للدبلوماسية الرياضية المستهدفة من خلال تغطية موقع وزارة الشباب والرياضة (النسخة الإنجليزية)، فقد جاءت فئة تنمية السياحة الرياضية في المرتبة الأولى، وذلك بنسبة 50.8%، حيث تناولت التغطية الإعلامية جودة السياحة الرياضية، وما تتمتع به الدولة المصرية من أجواء مميزة لممارسة كافة أنواع الرياضات المختلفة، وتقوم في ممارسة رياضات معينة، فضلاً عن توافر كوادر بشرية يمكنها تقديم المساعدة في مجال السياحة الرياضية، وربط بعض الأحداث الرياضية بالأماكن التاريخية. في المرتبة الثانية جاءت فئة التنمية الاجتماعية والأقتصادية، وذلك بنسبة 46.2% وذلك من خلال استثمار الأحداث الرياضية لنقل الثقافة المحلية وتحقيق تفاهم مشترك ونقل صورة مشرفة عن الدولة لدى الجماهير الدوليين مما يعكس اجتماعياً واقتصادياً علي الدولة في المرتبة الثالثة جاءت فئة تطوير صناعة الرياضة، وذلك بنسبة 38.5% وكان ذلك عن طريق الاهتمام بالبنية التحتية الرياضية، وتطوير عملية إدارة الأحداث الرياضية لتكون متوافقة مع المعايير العالمية في الجوانب الفنية، وكذلك الصحية.

#### النتائج العامة للدراسة

توجه الحكومة المصرية اهتماماً كبيراً بالنشاط الرياضي الدولي، واستضافة الأحداث الرياضية، وقد أكد وزير الرياضة د. أشرف صبحي استضافة مصر لنحو 50 حدثاً وفعالية رياضية دولية عام (2021)، وأكد أنه من المستهدف إقامة 100 حدث آخر خلال عام 2022 بمشاركة وفود مختلف الدول الأجنبية، مشيراً إلى العوائد الإيجابية من تلك الفعاليات على مستوى الترويج، والتنشيط السياحي لمصر، ونشر ثقافة الممارسة الرياضية، وتحقيق العوائد الاقتصادية للمنشآت الشبابية والرياضية، مؤكداً علي دعم الدولة لتلك الأنشطة (جريدة الوطن، 2021)، وذلك رغم ظروف انتشار فيروس كوفيد 19 حيث يشير موقع (الهيئة العامة للاستعلامات، 2021) "إلى أن وزارة الرياضة جسدت الرغبة في استعادة الشكل الطبيعي للحياة في مصر مع الالتزام التام بالإجراءات الاحترازية للسيطرة على انتشار كوفيد 19 فبعد تعليق النشاط، تم استئناف الفعاليات الرياضية وفقاً للتدابير الوقائية التي أقرتها الدولة".

وتأتي تلك السياسات متمشية مع رؤية مصر 2030 خاصة فيما يتعلق بالسياسة الخارجية، حيث تنص رؤية مصر 2030 في بعض أهدافها علي "جعل مصر محور الارتكاز الإقليمي في الشرق الأوسط، وتطوير مؤسساتها الخارجية، وتمكينها من الاضطلاع بدورها كحلقة وصل بينها وبين العالم الخارجي، والتفاعل الإيجابي مع منظمات المجتمع المدني بما يسمح بتحقيق مصالح مصر الخارجية، والتحرك دولياً وإقليمياً من خلال محاور ارتكاز دولية وإقليمية، وإيجاد ظهير قوي من الدول المتشابهة فكرياً مع مصر" (وزارة التخطيط والمتابعة والإصلاح الإداري، 2015)

- ومما لا شك فيه أن الدبلوماسية الرياضية لها دور كبير في تحقيق أهداف السياسة الخارجية، وذلك نظرًا لدورها الكبير في التأثير علي الرأي العام العالمي، ويتضاعف ذلك التأثير عندما يكون مصحوبًا بتغطية إعلامية قوية، وتسعى الدراسة الحالية إلي تحليل وتقييم التغطية الإعلامية لموقع وزارة الشباب النسخة الإنجليزية، وذلك لتوصيف حدود ومجالات تأثيرها، وقد توصلت الدراسة إلي عدة نتائج متمثلة في :
- 1- اعتماد الموقع علي الأشكال الإخبارية "الأخبار" في التغطية الإعلامية لأنشطة الوزارة في مقابل تراجع الاعتماد علي الأشكال التفسيرية "كالتحقيقات والحوارات الصحفية" ورغم أهمية القوالب الإخبارية في إعلام الجمهور بالمستجدات المختلفة بشكل فوري إلا إنه في مجال الدبلوماسية يكون للتفاصيل تأثير كبير علي الجمهور خاصة وأن وضعنا في الاعتبار التنافسية بين وسائل الإعلام علي المستوي العالمي، والتي تجعل أغلب تلك الوسائل يعتمد علي الفورية في نشر الأخبار، وبالتالي فإن الأخبار سوف تصل بأي حال إلي الجمهور، ولكن التفاصيل والقصص الإنسانية وراء النجاح، وغيرها من القيم الإنسانية المشتركة التي تعد هي الهدف الأساسي لأي نشاط دبلوماسي فلا بد أن تلقي اهتمامًا في التغطية الإعلامية لأنشطة الوزارة .
  - 2- الاهتمام بالصور الرياضية علي اختلاف أنواعها وأهدافها، وتعد الصورة لغة إنسانية مشتركة قد تعبر عن كثير من الكلمات والمشاعر المختلفة، ولكن في المقابل احتقي الاهتمام بالفيديو والأفلام التي تتشابه في تأثيرها مع الصورة، وتتفوق عليها في بعض الأحيان، وتزيد من تفاعلية الجمهور مع الموقع الإلكتروني.
  - 3- اهتم الموقع الإلكتروني لوزارة الشباب بمجموعة متنوعة من الرياضات، ولكن ذلك الاهتمام لم يعكس حجم اهتمام الدولة المصرية أو اهتمام الوزارة بتلك الرياضات، وتم إهمال بعض الرياضات التي تحقق فيها الرياضة المصرية نتائج مميزة كالإسكواش، وكانت التغطية الإعلامية هي تغطية مرتبطة بالأحداث، وليس بالأهمية النسبية لكل رياضة وتأثيرها. وبالتالي فإنه عند الانتهاء من حدث خاص برياضة معينة تختفي الأخبار الخاصة بها علي الرغم من أنه كان بمقدور الموقع استثمار ذلك النجاح، وتغطيته، ومتابعته، وربط الجمهور الدولي به .
  - 4- الأحداث الرياضية كانت من أكثر مصادر الدبلوماسية الرياضية التي تم الاعتماد عليها في تغطية موقع وزارة الشباب، ويأتي ذلك متماشيًا مع استراتيجية الدولة والوزارة كما سبق التوضيح في الاستفادة من تلك الأحداث لتنمية السياحة، والاقتصاد المصري خاصة في ظل ظروف انتشار كوفيد-19 .
  - 5- كذلك اهتم موقع وزارة الشباب باستخدام استراتيجية تصدير الأحداث الكبرى للتأكيد علي تميز الدولة وقدرتها علي تخطي الصعاب حتي في أصعب الظروف، وكان هناك تركيز بشكل كبير علي دقة التنظيم، والتضامن الرسمي الرياضي في

- كافة الفاعليات، وتطوير البنية التحتية الرياضية مما يعكس مدى تمتع الدولة باستقرار وسلام، وتنمية يكون لها تأثير كبير في جذب السياحة.
- 6- تراجع التغطية الإعلامية لرأس المال البشري الرياضي كمصدر من مصادر الدبلوماسية رغم وجود عدد كبير من اللاعبين المصريين المشهورين علي المستوى الدولي، والذين حققوا نجاحًا وأرقامًا مميزة في البطولات الرياضية المختلفة، والتغطية الإعلامية لهم كانت مرتبطة بالحدث، وليس هناك تخطيط مسبق لاستغلال تلك الأسماء كمصدر مهم لدعم الدبلوماسية الرياضية.
- 7- النتائج الصريحة للدبلوماسية الرياضية المتمثلة ببناء الثقة، وتحقيق التواصل والتفاهم كانت من أكثر النتائج التي يتم التركيز علي تغطيتها في موقع وزارة الشباب والرياضة، يليها النتائج الضمنية غير المباشرة والمتمثلة في تطوير السياحة الرياضية، وصناعة الرياضة، والتنمية الاجتماعية والاقتصادية.
- 8- التضامن الرسمي والرياضي كان من أكثر استراتيجيات الاتصال الدبلوماسي المستخدمة مما يؤكد علي تضامن الجهود السياسية مع الجهود الرياضية، وهذا بالتأكيد يكون له تأثير علي فاعلية الدبلوماسية الرياضية .
- وبشكل عام تتلاقى جهود الدبلوماسية الشعبية الرياضية مع رؤية الدولة المصرية 2030 في كثير من جوانبها وتكون بمثابة خطط تنفيذية لرؤية الدولة في مجال السياسة الخارجية والتواصل الدبلوماسي ، ولكن يجب علي وزارة الشباب والرياضة ان تعمل علي تدعيم وتنويع استراتيجياتها الدبلوماسية حتي يتضاعف تأثيرها كما عليها ايضاً ان تستفاد من مصادر الدبلوماسية الرياضية التي تشتهر بها الدولة المصرية.

#### توصيات الدراسة

وفرت شبكة الإنترنت فضاءً عالمياً منخفض التكاليف، سريع الوصول، ويغطي العالم أجمع، وقد أثر تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات علي الدبلوماسية الشعبية الرياضية، وعلي تواصل الجماهير العالمية ببعضها البعض، وحتى تكون الدبلوماسية الرياضية المصرية أكثر فاعلية عليها أن تستفيد من إمكانيات تكنولوجيا المعلومات، وأن تضع وزارة الشباب والرياضة سياسة نشر علي موقعها الإلكتروني تتضمن النقاط التالية:

- 1- جدولة النشر وانتظامه: قامت الباحثة بتحليل محتوى الموقع الإلكتروني لوزارة الشباب والرياضة لمدة تسع أشهر من 2021/1/1 إلي 2021/9/30 وكان مجمل المواد التي تم نشرها في تلك الفترة 65 مادة إعلامية أي بمعدل 7.2 مادة إعلامية يتم نشرها كل شهر، وهو بالطبع معدل بطيء إذا ما قورن بحجم النشاط الرياضي الدولي المصري، كما أن النشر كان غير مترابط، فعلي سبيل المثال تغطية كأس العالم لكرة اليد لم تتناول تغطية أغلب الفاعليات والأجواء، أو حتي ما شارك فيه المنتخب المصري، وبالتالي يجب أن تكون هناك خطة نشر منتظمة، كذلك يجب أن لا يرتبط النشر بالأحداث الجارية فقط، ولكن عليه استثمار النجاحات السابقة.

- 2- الاهتمام بتغطية القصص الإنسانية أثناء المنافسات الرياضية خاصة لما تحمله من قيم إنسانية مشتركة يكون لها دور كبير في التأثير علي الصورة الذهنية، والقوة الناعمة للدولة.
- 3- الجماهير: يجب علي الدبلوماسية الشعبية الرياضية استثمار الجماهير في الترويج للهوية الوطنية المصرية بشكل أكبر، خاص وأنها تعد ناقلاً أساسياً للقيم والتراث الثقافي، ولها القدرة علي التواصل مع جماهير الدول الأخرى، وبالتالي علي موقع وزارة الشباب والرياضة أن يهتم بالأجواء الجماهيرية المصاحبة للفاعليات المختلفة.
- 4- الاهتمام بمختلف الألعاب الرياضية: يجب أن يولي الموقع الرسمي لوزارة الشباب والرياضة اهتماماً بمختلف أنواع الرياضات، وخاصة تلك التي يتميز بها اللاعبون المصريون وأن تروج الوزارة لتراثها الثقافي الرياضي بشكل أكبر، ولا تعتمد التغطية الإعلامية علي تغطية الفاعليات فقط، بل يجب الاهتمام بنقل التجهيزات والمعسكرات المختلفة لكافة الألعاب الرياضية.
- 5- استثمار رأس المال البشري الرياضي: هناك كثير من الرموز الرياضية المختلفة، والتي يجب استغلالها ليكونوا سفراء للدبلوماسية الشعبية المصرية، ويؤثروا في الرأي العام العالمي، كما أن الرياضات النسائية، ورياضات المعاقين تحقق انجازات كبيرة في الرياضة المصرية، وبالتالي ينبغي استثمار تلك النجاحات للتأكيد علي المسؤولية المجتمعية للدولة المصرية مما يكون له انعكاس كبير علي صورتها الذهنية.

### قائمة المراجع

#### المراجع العربية :

1. حسين، قوادة. (2020). دور الدبلوماسية الرياضية في تعزيز المصلحة الوطنية في إفريقيا-كينيا أنموذجا ، المجلة الجزائرية للدراسات السياسية ، العدد الثاني ، المجلد السابع ، ص 126 – 144
2. محمود ، شروق ابراهيم. (2017). الدبلوماسية العامة الفلسطينية الرياضية نموذجا للقوة الناعمة ، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة بيرزت فلسطين

#### المراجع الاجنبية:

3. Abdi, K., Talebpour, M., Fullerton, J., Ranjkesh, M. J., & Jabbari Nooghabi, H. (2018). Converting sports diplomacy to diplomatic outcomes: Introducing a sports diplomacy model. *International area studies review*, 21(4), 365-381
4. Ber, R., Yarchi, M., & Galily, Y. (2017). The sporting arena as a public diplomacy battlefield: the Palestinian attempt to suspend Israel from FIFA. *The Journal of International Communication*, 23(2), 218-230
5. Demir Bolçay, D. (2018). Sports as public diplomacy element. *European Journal of Physical Education and Sport Science*.
6. Buarque, D. (2017). The tainted spotlight: how crisis overshadowed Brazil's public diplomacy bet in hosting sports events and led to a downgrade of the country's reputation. *Trama Interdisciplinar*, 8(3).
7. Castro, A. S. (2018). The 2018 FIFA World Cup: The gains and constraints of Russia's soft power of attraction through football and sports. *Public Diplomacy of Rising and Regional Powers*, 3(3), 17-37.
8. Cooper, A. F. (2019). US public diplomacy and sports stars: mobilizing African-American athletes as goodwill ambassadors from the cold war to an uncertain future. *Place Branding and Public Diplomacy*, 15(3), 165-172.
9. Crilley, R., Gillespie, M., Kazakov, V., & Willis, A. (2021). 'Russia isn't a country of Putins!': How RT bridged the credibility gap in Russian public diplomacy during the 2018 FIFA World Cup. *The British Journal of Politics and International Relations*, 24(1), 136-152
10. Deos, A. (2014). Sport and relational public diplomacy: the case of New Zealand and Rugby World Cup 2011. *Sport in Society*, 17(9), 1170-1186.
11. De-San-Eugenio, J., Ginesta, X., & Xifra, J. (2017). Peace, sports diplomacy and corporate social responsibility: a case study of Football Club Barcelona Peace Tour 2013. *Soccer & Society*, 18(7), 836-848.
12. Dubinsky, Y. (2019). Analyzing the roles of country image, nation branding, and public diplomacy through the evolution of the modern olympic movement. *Physical Culture and Sport*, 84(1), 27-40.
13. Dubinsky, Y. (2020). Sport-tech diplomacy: exploring the intersections between the sport-tech ecosystem, innovation, and diplomacy in Israel. *Place Branding and Public Diplomacy*, 1-12.
14. Dubinsky, Y. (2021). Sports, Brand America and US public diplomacy during the presidency of Donald Trump. *Place Branding and Public Diplomacy*, 1-14.

15. Dubinsky, Y., & Dzikus, L. (2019). Israel's strategic and tactical use of the 2017 Maccabiah Games for nation branding and public diplomacy. *Journal of Applied Sport Management*, 11(1), 5.
16. Falcous, M., & West, A. (2009). Press narratives of nation during the 2005 Lions tour of Aotearoa-New Zealand. *Sport in Society*, 12(2), 156-173.
17. Garamvölgyi, B., & Dóczy, T. (2021). Sport as a tool for public diplomacy in Hungary. *Physical Culture and Sport*, 90(1), 39-49.
18. Garamvölgyi, B., Bardocz-Bencsik, M., & Dóczy, T. (2020). Mapping the role of grassroots sport in public diplomacy. *Sport in Society*, 1-19.
19. Grix, J., & Brannagan, P. M. (2016). Of mechanisms and myths: conceptualising states' "soft power" strategies through sports mega-events. *Diplomacy & statecraft*, 27(2), 251-272.
20. Grix, J., & Houlihan, B. (2014). Sports mega-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*, 16(4), 572-596.
21. Jackson, S. J., & Scherer, J. (2013). Rugby World Cup 2011: Sport mega-events and the contested terrain of space, bodies and commodities. *Sport in society*, 16(7), 883-898.
22. JAMIALAHMADI, A., KALASHI, M., & KIYANI, V. (2015). SPORTS CHAMPIONS ROLE IN PROMOTING AND STRENGTHENING PUBLIC DIPLOMACY IN THE INTERNATIONAL ARENA.
23. Kobiarecki, M. M. (2019). The domestic dimension of sports diplomacy. *Review of Nationalities*, (9).
24. Kunis, S. (2017). Teamwork makes the dream work: assessing the potential of sports as a tool of public diplomacy in inter-Korean relations. *KOREA'S SOFT POWER AND PUBLIC DIPLOMACY*, 145.
25. Lee, S. J. (2017). Sports and public diplomacy: the 2002 FIFA World Cup (Korea/Japan) from Korea's perspective. *Korea's Soft Power and Public Diplomacy*, 169.
26. Li, Y. W. (2013). Public diplomacy strategies of the 2008 Beijing Olympics and the 2012 London Olympics: A comparative study. *The International Journal of the History of Sport*, 30(15), 1723-1734.
27. Melissen, J. (2011). Beyond the new public diplomacy (p. 3). Clingendael Institute..
28. Merkel, U. (2008). The politics of sport diplomacy and reunification in divided Korea: One nation, two countries and three flags. *International Review for the Sociology of Sport*, 43(3), 289-311.
29. Murray, S. (2017). Sports diplomacy in the Australian context: Theory into strategy. *Politics & Policy*, 45(5), 841-861.
30. Murray, S. (2012). The two halves of sports-diplomacy. *Diplomacy & statecraft*, 23(3), 576-592.
31. Pigman GA (2014) International sport and diplomacy's public dimension: Governments, sporting federations and the global audience. *Diplomacy and Statecraft* 25(1): 94-114

32. Pigman, Geoffrey Allen. 2010. Contemporary Diplomacy; Representation and Communication in a Globalized World. Cambridge: Polity Press. 197-191
33. Pope, M. R. G. (2014). Public diplomacy, international news media and London 2012: cosmopolitanismTM. *Sport in Society*, 17(9), 1119-1135.
34. Popov, A. (2020). The Olympic Movement as a tool for public diplomacy of the Republic of Moldova: problems of formation and development. *Știința Culturii Fizice*, 2(35), 72-79.
35. Reiche, D. (2015). Investing in sporting success as a domestic and foreign policy tool: the case of Qatar. *International journal of sport policy and politics*, 7(4), 489-504.
36. Trunkos, J., & Heere, B. (2017). Sport diplomacy: A review of how sports can be used to improve international relationships. *Case studies in sport diplomacy*, 1-18.
37. Ushkovska, M., & Petrushevska, T. (2015). Sports diplomacy: Development and practice. *Research in Kinesiology*, 43(1), 89-93.
38. Zákřavský, J., Kobierecki, M. M., & Štulajter, I.(2021). Sports Diplomacy Research in Poland, Czechia and Slovakia. Emerging Field of Study?. *Politics in Central Europe*, 17(3), 399-419.
39. Zhou, S., Shen, B., Zhang, C., & Zhong, X. (2013). Creating a competitive identity: Public diplomacy in the London Olympics and media portrayal. *Mass Communication and Society*, 16(6), 869-887.

#### المواقع الإلكترونية:

40. جريدة الوطن ، وزير الشباب: مصر استضافت 50 حدثا رياضيا دوليا في 2021 ، تم الاسترجاع بتاريخ 2021/12/17 متاح علي :  
<https://www.elwatannews.com/news/details/5857624>
41. الهيئة العامة للاستعلامات: انجازات قطاع الرياضة، تم الاسترجاع بتاريخ 2021/12/1. متاح علي  
<https://www.sis.gov.eg/Story/219410/%D8%A7%D9%86%D8%AC%D8%A7%D8%B2%D8%A7%D8%AA-%D9%82%D8%B7%D8%A7%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%B6%D8%A9?lang=ar>
42. وزارة التخطيط والمتابعة والإصلاح الإداري (2015) : استراتيجية التنمية المستدامة : مصر 2030، ص 94- 96 تم الاسترجاع بتاريخ 2021/12/1 متاح علي :  
[http://www.crci.sci.eg/wp-content/uploads/2015/06/Egypt\\_2030.pdf](http://www.crci.sci.eg/wp-content/uploads/2015/06/Egypt_2030.pdf)