

سنى الخطيب | Sena Khateeb*

كأس العالم 2022 فضاءً لتصدير هوية قطرية عالم-محلية

World Cup 2022 A Space to Build a Glocal Qatari Identity

تتناول هذه الدراسة العلاقة بين ممارسات القوة الناعمة وصناعة السمعة الوطنية باعتبارها جزءاً من تصدير الهوية الوطنية، وأداة طيّعة تستخدمها الدول في تحقيق أهداف السياسة الخارجية. في هذا الإطار، تسلط الدراسة الضوء على ملف استضافة قطر بطولة كأس العالم لكرة القدم 2022، في محاولة لفهم مساعي الدولة في توظيف الرياضة لتحقيق أهداف اجتماعية وسياسية مختلفة. وهي تبحث في الدوافع والرؤى التي دفعت صانع القرار القطري إلى الاستثمار الهائل في استضافة هذا الحدث عبر تصدير هوية عالم-محلية، قائمة على المزج بين بُعدين، أولهما عالمي يؤكد على المواكبة والتطور، وثانيهما محلي يدفع نحو المحافظة على خصوصية البلد وتقاليدِه وتسليط الضوء على تاريخه. تركز الدراسة، على نحو خاص، على جانب الهندسة المعمارية للملاعب الرياضية باعتبارها تجلياً لعمارة القوة الناعمة، وأحد أساليب تصدير هوية وطنية قطرية عالم-محلية.

كلمات مفتاحية: مونديال قطر 2022، القوة الناعمة، صناعة السمعة الوطنية، الهوية الوطنية.

This study investigates the use of sports in promoting national identity. It explores how the intersection between soft power and nation branding helps shape and project national identity, and how this can be leveraged to further foreign policy goals. The study examines Qatar's hosting of the 2022 World Cup in an attempt to understand the country's efforts to harness sport in pursuing social and political goals. It looks into the motivations behind Qatar's substantial investment in this event and its projections of a unique "glocal" identity that blends the nation's global aspirations with its local heritage and history. Additionally, the study focuses on the architecture of sport stadiums as tangible representations of soft power and a means of promoting Qatar's glocal identity.

Keywords: World Cup 2022, Soft Power, Nation Branding, National Identity.

* باحثة لبنانية متخصصة في العلاقات الدولية.

مقدمة

الناعمة خدمةً لأهداف سياسة الدولة الخارجية. وتُحاجُّ بأن حالة استضافة قطر بطولة كأس العالم لكرة القدم، بوصفها أضخم فعالية رياضية يمكن أن تستضيفها الدولة، تُبيِّن جانباً غير مطروق على نطاق واسع من صناعة السمعة الوطنية وتصدير هوية الدولة. ويتمثل هذا الجانب في الهندسة المعمارية، ولا سيما عمارة الملاعب التي تقام فيها مباريات البطولة. وما يمنح هذا الجانب أهمية بارزة في حالة قطر هو دور العمارة في صناعة سمعة وطنية، ومن ثم تصدير هوية وطنية عالم-محلية Glocal، من شأنها تحقيق أهداف لا تتعلق بالسياسة الخارجية فحسب، بل بالسياسة الداخلية أيضاً.

تبدأ الدراسة بفحص العلاقة بين مفهومَي "القوة الناعمة" و"صناعة السمعة الوطنية" اللذين يُشكِّلان الإطار النظري للبحث. ثم تناقش الكيفية التي يمكن من خلالها أن تخدم استضافة قطر هذه البطولة أهدافَ سياستها الخارجية في ضوء ذلك. وأخيراً، تحاول إبراز دور الملاعب الرياضية التي شيّدها قطر استعداداً لكأس العالم بوصفها تجلياً لما يمكن تسميته "عمارة القوة الناعمة"، وبوصفها أدواتٍ أساسيةً تصبُّ في تصدير هوية قطر الوطنية إلى الخارج.

أولاً: القوة الناعمة وصناعة السمعة الوطنية

القوة الناعمة Soft Power هي مصطلح حديث، يصف ممارساتٍ قديمة؛ استخدمه عالم السياسة الأمريكي جوزيف ناي في عام 1990 تعبيراً عن القدرة على تحصيل ما يريده الفاعل السياسي عن طريق الجذب، لا الإكراه، اعتماداً على الثقافة والمُثل السياسية والسياسات الخارجية⁽³⁾. تُعدُّ القوة الناعمة مقابلاً للقوة الصلبة Hard Power، لكن العلاقة بينهما ليست علاقةً ثنائياتٍ متضادة، بل هي علاقةٌ تمتد إلى طيفٍ واسع من الممارسات، يبدأ بممارسات الإرغام والإكراه عبر القوة الصلبة، وينتهي بممارسات الجذب والتعاون عبر القوة الناعمة⁽⁴⁾. وقد اكتسبت القوة الناعمة أهميةً كبرى لدى الدول الصغيرة التي باتت ترى فيها فرصةً تستفيد منها لتعويض القصور

في آخر يوم من فعاليات بطولة كأس العالم لكرة القدم في عام 2010، التي أقيمت في روسيا، سلّم الرئيس فلاديمير بوتين كُرة كأس العالم إلى أمير دولة قطر الشيخ تميم بن حمد آل ثاني، في خطوةٍ ترمز إلى انتقال تنظيم كأس العالم من روسيا إلى قطر التي فازت بحق استضافة هذا الحدث الكبير، على حساب دولٍ أُخرى نافست للحصول على هذا الإنجاز، من بينها الولايات المتحدة الأمريكية، وأستراليا، وكوريا الجنوبية، واليابان، لتكون قطر هي الدولة الأولى - عربياً وإسلامياً - التي تحظى بفرصة استضافة أحد أهم الأحداث الرياضية العالمية⁽¹⁾.

بات معروفاً أن الفعاليات الرياضية الكبرى ظلّت أداةً سياسيةً تستعملها الدول والفاعِل المختلف، على المستويات المحلية الداخلية والدولية الخارجية، سياسياً واقتصادياً واجتماعياً. ومن دون شك، تدخل استضافة قطر بطولة كأس العالم 2022 في هذا الإطار. وتأتي هذه الاستضافة ضمن المسعى القطري لتوظيف الرياضة في تحقيق أهدافٍ في مجالاتٍ شتى. وهذا هو السؤال الأول الذي تتطرق منه هذه الدراسة؛ فما الدوافع والرؤى التي تقف وراء الاهتمام القطري الكبير بالرياضة؟ وتُعزِّز هذا السؤال "الجلبة" التي رافقت ملف استضافة قطر هذه البطولة، واستمرت حتى اقتراب انطلاقها.

إذا كانت المقاربة العامة للإجابة عن هذا السؤال تتجه أساساً إلى السياسة الخارجية؛ أي مساعي قطر لحماية أمنها القومي، وانتزاع الاعتراف بمكانتها ودورها الإقليميين والعالميين، لتصل جزئياً إلى السياسة الاقتصادية؛ بمعنى محاولة قطر تنويع مصادر دخلها، والابتعاد عن الاعتماد المطلق على الموارد الطبيعية⁽²⁾، فإن هذه الدراسة تركز على الجوانب غير المادية المتعلقة بمساعيها لاستضافة الفعاليات الرياضية الكبرى (وفي قمة ذلك، كأس العالم لكرة القدم 2022)؛ وذلك عبر توظيف مفهومَي "القوة الناعمة" و"تصدير الهوية الوطنية".

تفترض الدراسة أن ما بات يُعرف بـ "صناعة السمعة الوطنية" جزءٌ لا يتجزأ من تصدير الهوية الوطنية، ومن ثم مراكمة موارد القوة

1 قَدَّرَ رئيس الاتحاد الدولي لكرة القدم (فيفا) جيانى إنفانتينو عدد الأشخاص الذين سيشاهدون كأس العالم في عام 2022 في قطر بـ 5 مليارات شخص من مختلف أنحاء العالم. ويتجاوز هذا العدد الرقم القياسي الذي سجلته مشاهدات كأس العالم عام 2018 في روسيا؛ إذ قُدِّرَت بـ 3.5 مليارات شخص. ينظر:

Leela de Kretser, "Qatar World Cup Audience Projected at 5 Billion, Says FIFA Boss," *Reuters*, 23/5/2022, accessed on 23/5/2022, at: <https://reut.rs/3LLaZlw>

2 ينظر: زهير المخ، قطر: دراسة في السياسة الخارجية (الدوحة) بيروت: المركز العربي للأبحاث ودراسات السياسات، (2019).

3 Joseph S. Nye, *Soft Power: The Means to Success in World Politics* (New York: Public Affairs, 2004), p. x.

4 Joseph S. Nye, "Public Diplomacy and Soft Power," *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 616, no. 1 (March 2008), p. 6.

داخليًا وخارجيًا⁽⁹⁾. ويجمع سيمون أنهولت ست قنوات من شأنها أن تتفاعل لتخلق السمعة الوطنية، هي: القطاع السياحي، وجودة الصادرات الخارجية، وقدرة البلد على جذب الاستثمارات الأجنبية، والحوكمة الفعّالة، وسمعة سكان البلد، والثقافة والتراث الشعبي⁽¹⁰⁾.

لا يمكن الحديث عن صناعة السمعة الوطنية من دون طرق مسألة الهوية الوطنية؛ فالمفهوم امتدادان وصنوان، لا ينفك أحدهما عن الآخر. ويدخل السرد الهوياتي في تشكيل السمعة الوطنية التي تتمثل مهمتها في مواءمة الهوية الوطنية مع الواقع. وبناءً عليه، تقبع السمعة الوطنية في مساحة ما بين التصور الذاتي Self-perception للهوية الوطنية وتصور الآخرين لها⁽¹¹⁾ Perceptions of Others، لتكون الرابط بينهما.

وترتبط الهوية الوطنية، بوصفها هويةً جمعية، بفهم جماعة من الناس لأنفسهم بوصفهم أمة واحدة، إلا أن تناولنا الهوية الوطنية، في هذه الدراسة، يركز على فهمها، ومحاولة إعادة إنتاجها، على مستوى الدولة والسلطة. ومن ثمّ، فإن السمعة الوطنية تكون محاولةً لسد الفجوة بين تصور السلطة الذاتي للهوية الوطنية، وفهم الآخرين لهذا التصور.

في هذا السياق، نحتاج بأن الهندسة المعمارية تُعدّ إحدى القنوات التي تصبّ في مساعي الدولة لترويج هويتها؛ فالعمران تجلّ ثقافي للهوية البلد وتاريخه ومستقبله⁽¹²⁾، ويمكن توظيفه في خدمة الاستثمارات السياحية وبلورة رأيٍ عامٍّ إيجابي عن الحوكمة الوطنية وعادات المواطنين وقيمهم. وفي هذا السياق، أدعو إلى تكوين فهمٍ أعمق للهندسة المعمارية، فحواه أن الصروح والمباني الهندسية ليست أطرًا مادية للفعاليات والأنشطة الإنسانية أو منشآت مادية ملموسة غرضها الحماية من العوامل الطبيعية فحسب، بل إنها في حد ذاتها تجليات مقصودة ومتعمدة في يد صانع القرار لتحقيق

9 Xavier Ginesta & Jordi de San Eugenio, "The Use of Football as a Country Branding Strategy. Case Study: Qatar and the Catalan Sports Press," *Communication & Sport*, vol. 2, no. 3 (September 2014), pp. 225-241.

10 Cornelia Zeineddine, "Employing Nation Branding in the Middle East - United Arab Emirates (UAE) and Qatar," *Management & Marketing*, vol. 12, no. 2 (June 1, 2017), pp. 208-221.

11 Ying Fan, "Branding the Nation: Towards a Better Understanding," *Place Branding and Public Diplomacy*, vol. 6, no. 2 (May 2010), p. 5.

12 تقسم غابريلا الجينوس الرموز إلى أربع فئات: الرموز اللفظية، والرموز التصويرية، والرموز الحركية، والرموز الحسية المادية. وتشكل هذه الرموز جزءًا لا يتجزأ من صنع الهوية الوطنية وتشكيلها، ويشمل ذلك العمران الذي يمكن تصنيفه على أنه رمز مادي محسوس. ينظر: Gabriella Elgenius, "Expressions of Nationhood: National Symbols and Ceremonies in Contemporary Europe," Degree of Doctoral Philosophy, United Kingdom, University of London, 2005, pp. 114-116; Tobias Theiler, *Political Symbolism and European Integration*, Europe in Change (UK: Manchester University Press; Distributed Exclusively in the USA by Palgrave, 2005).

الذي قد يفرضه ضعف الموارد الجغرافية والديموغرافية؛ ما يحدّ من قدرة الدولة على مراكمة القوة الصلبة⁽⁵⁾.

تتداخل ممارسات القوة الناعمة هذه مع مفهوم آخر هو مفهوم صناعة السمعة الوطنية Nation Branding. وتتعلق هذه السمعة بتمثيل الدولة عبر توظيف مصادر القوة الناعمة من أجل تشكيل الرأي العام تجاهها، وإعادة تشكيله، من خلال صناعة هويتها وتصديرها وتسويقها⁽⁶⁾. وفي الوقت الذي توظف فيه صناعة السمعة الوطنية مصادر القوة الناعمة، تساهم أيضًا في تعزيز هذه القوة عبر خلق صورةٍ أشد جاذبيةً عن الدولة، ومحو بعض المفاهيم الخاطئة أو الأفكار النمطية التي قد تكون سائدةً عنها، أو عن ثقافتها⁽⁷⁾. ومن ثمّ، فإن العلاقة بين المفهومين قائمة على تعزيز أحدهما الآخر؛ ففتح القوة الناعمة الموارد اللازمة لتشكيل السمعة الوطنية، وتقوم هذه السمعة بتعزيز هذه القوة عبر تسويق هوية الدولة.

تطور مفهوم "صناعة السمعة الوطنية"، على نحو أساسي، من الدلالة على ميدان التسويق Marketing، إلى الدلالة على التعبير عن "علامة تجارية"⁽⁸⁾ مميزة للدولة، وهي تُشبه - إلى حد بعيد - العلامات التجارية للشركات والمنتجات. ومثلما تُساهم العلامة التجارية لأحد المنتجات في الترويج له، تُساهم السمعة الوطنية في الترويج للبلد على نحو يخدم ازدهار السياحة وتحفيز الاستثمارات الأجنبية، والقيام بأدوار سياسية تساهم في ترسيخ صدقية الحاكم، وزيادة نفوذه السياسي، وتعزيز التحالفات الخارجية، وتحسين صورة الدولة العامة

5 إيهاب محارمة، "استجابة استراتيجية قطر في قطاع الرياضة لأزمة حصار عام 2017"، في: هند المفتاح [وآخرون]، إدارة الأزمات: أمودج الدوحة في مواجهة انعكاسات حصار قطر (الدوحة/ بيروت: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2022)، ص 356-357.

6 Ying Fan, "Soft Power: Power of Attraction or Confusion?" *Place Branding and Public Diplomacy*, vol. 4, no. 2 (May 2008), pp. 147-158; Simon Anholt, "Public Diplomacy and Place Branding: Where's the Link?" *Place Branding*, vol. 2, no. 4 (October 2006), pp. 271-275.

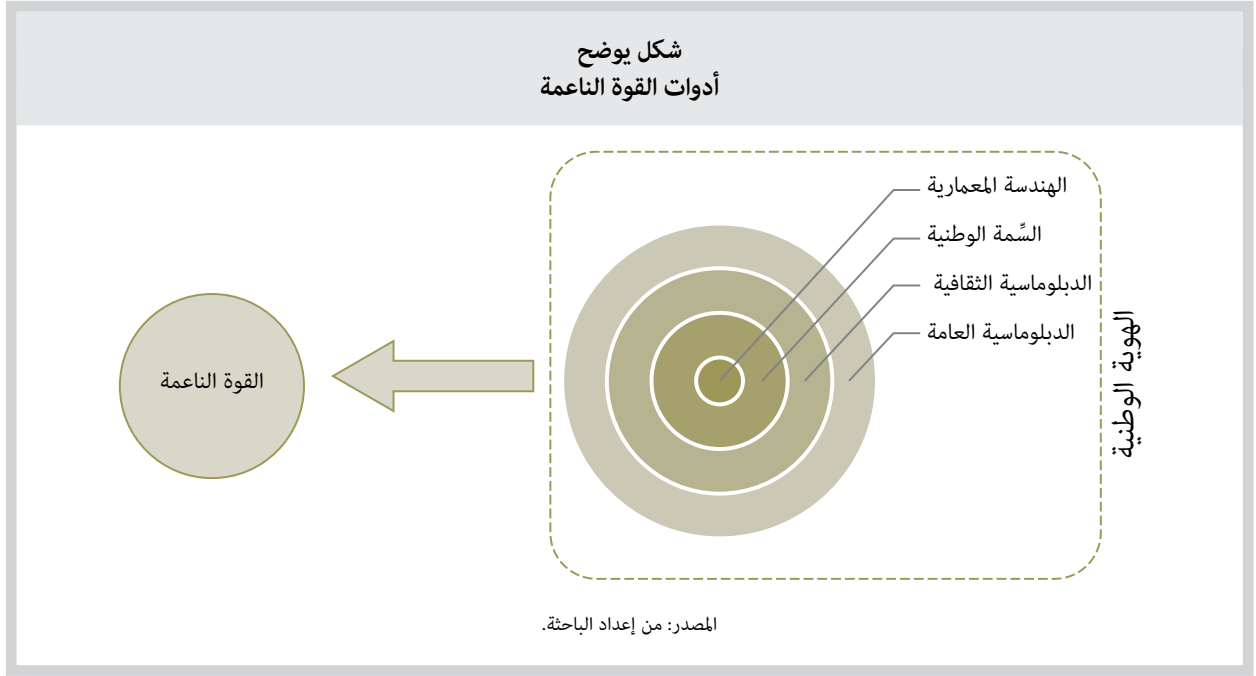
7 Keith Dinnie, *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice*, 2nd ed. (London/ New York: Routledge, 2016), p. 6.

8 تجدر الإشارة إلى أن مصطلح "Nation Brand"، باللغة الإنكليزية، يُترجم حرفيًا، أحيانًا، إلى "علامة تجارية وطنية". وبسبب ارتباط المصطلح بالعلامة التجارية التي تستخدم في عالم التسويق المادي، استعاض سيمون أنهولت (الذي وضع المصطلح) عنه بمصطلح آخر هو الهوية التنافسية "Competitive Identity"، مفترضًا أن "العلامة التجارية" ترتبط في أذهان كثيرين بأساليب الدعاية الترويجية والبروباغندا التي قد تحمل دلالاتٍ سلبية. ونعتمد في هذه الدراسة مصطلح "السمعة الوطنية"، مع الإشارة إلى أن عمليات الترويج والدعاية للهوية الوطنية تخسر صدقيتها أمام الجمهور المستهدف عندما تتحول إلى بروباغندا تتلاعب بالحقائق لتقديم نسخةٍ مضللةٍ عنها. للمزيد بشأن مفهوم "الهوية التنافسية" لدى أنهولت، ينظر:

Simon Anholt, *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions* (Basingstoke [England]/ New York: Palgrave Macmillan, 2007).

الدولة الدبلوماسية وتعزيز مكانتها السياسية الإقليمية/ الدولية. وفي هذا السياق، تعد عمارة القوة الناعمة من بين الأدوات المعتمدة في صناعة السمعة الوطنية المميزة للبلد التي ترتبط بتصور الدولة لعلاقتها الدبلوماسية وسياساتها الخارجية.

أهداف اجتماعية وثقافية وسياسية واقتصادية. ويمكن استيعاب هذه النظرة الجديدة المعمقة للهندسة المعمارية في مفهوم جديد مغاير هو "عمارة القوة الناعمة" التي نُعرّفها بأنها: الأعمال الهندسية المعمارية التي يجري توظيفها أداةً سياسيةً تصب في خدمة رؤى



وهندسة معمارية، بوصفها أحد أساليب تحقيق القوة الناعمة وأدواتها. وتخدم هذه المستويات والعلاقات المتشابكة بينها صورة الهوية الوطنية التي يرغب صانع القرار في تأكيدها، وهي تقع ضمن إطار القوة الناعمة.

ثانيًا: كأس العالم: تصدير الهوية خدمةً لأهداف السياسة الخارجية

لهوية وطنية دورٌ حاسمٌ في توجيه خيارات الفاعلين السياسيين. وتتيح الفعاليات الرياضية، التي تؤدي أدوارًا فاعلةً (ناعمة)، فرصًا لإعادة تشكيل هذه الهوية على نحو يتلاءم مع أهداف صناع القرار السياسية والاجتماعية والاقتصادية، لتصبّ مكاسبها المرجوة في نهاية المطاف في الدفع نحو تحقيق سياسة البلد الخارجية. ولعل حديث رئيس اللجنة المنظمة لبطولة كأس العالم لكرة القدم في جنوب أفريقيا داني جوردان، في عام 2010، يشير إلى بعض المسوغات البارزة التي قد تدفع الدول إلى تكريس الجهود وتخصيص الموارد للحظوة بفرصة استضافة فعاليات رياضية ضخمة، مثل بطولة كأس العالم لكرة القدم أو الألعاب الأولمبية؛ إذ يقول: "تتعلق بطولة كأس العالم لكرة القدم بـ [بناء الأمة، وتحسين البنى التحتية، وسمعة

يُخص شكل أدوات القوة الناعمة العلاقة بين خمسة مفاهيم تتداخل لتشكل في مجملها إطارًا شاملاً يصب في خدمة الهوية الوطنية، هي: القوة الناعمة، والدبلوماسية العامة، والدبلوماسية الثقافية، والسمعة الوطنية، والهندسة المعمارية. ويمكن أن نفهم هذه العلاقة وفقًا لأربعة مستويات. فالمستوى الأول هو الهندسة المعمارية بوصفها أحد أساليب رسم السمعة الوطنية. أما المستوى الثاني، فهو السمعة الوطنية بوصفها أحد أساليب الدبلوماسية الثقافية⁽¹³⁾. في حين يتمثل المستوى الثالث في الدبلوماسية الثقافية بوصفها أحد أساليب الدبلوماسية العامة. وأما المستوى الرابع، فهو الدبلوماسية العامة، بكل ما يدرج تحتها من دبلوماسية ثقافية وسمعة وطنية

13 يُجدد سزوندي وجهات نظر عدة مختلفة بشأن العلاقة بين السمعة الوطنية والدبلوماسية العامة، تعتبر إحداهما أن المفهومين منفصلان كليًا، وأنهما يختلطان في الأهداف والأدوات والفاعلين. وترى أخرى أن المصطلحين مترادفان، وأنهما يعبران عن مفهوم واحد. وما بين وجهتي النظر هاتين، ترى وجهة نظرٍ أخرى أن السمعة الوطنية مفهومٌ واسعٌ تُدرج تحته الدبلوماسية العامة، وهو الرأي الأكثر شيوعًا. ويعتبر آخرون أن المفهومين يشتركان في بعض الأسس، لكن كلاهما يحتفظ بخصائص مميزة. وتنبئ هنا وجهة النظر القائلة إن السمعة الوطنية تنضوي تحت مفهوم الدبلوماسية العامة وتعتبر أداةً من أدواتها، بالنظر إلى أن هذه الدبلوماسية إحدى أدوات السياسة الخارجية. للمزيد بشأن العلاقة بين المفهومين، ينظر: Gyorgy Szondi, "Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences," Discussion Papers in Diplomacy, Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael', October 2008.

يعود كل ذلك إلى كون قطر دولةً صغيرةً جغرافياً وديموغرافياً؛ ما يفرض حدوداً أمام إمكان مراكمة موارد القوة العسكرية، ومن ثم مراكمة القوة الصلبة. يُضاف إلى ذلك موقع قطر الجيوسياسي الذي يضعها بين قطبين إقليميين متنافسين، السعودية وإيران؛ إذ يسعى كل منهما لحيازة زعامة العالم الإسلامي، وتعظيم نفوذه وهيمنته في المنطقة. وهذه الأسباب تُشجع صنّاع القرار في قطر على التفكير في الأدوات والموارد والإمكانات غير التقليدية التي قد تُمكن دولةً صغرى من القيام بأدوارٍ كبرى تتخطى فيها عقبات الجغرافيا والديموغرافيا، فتلجأ - على نحو أساسي - إلى تنمية القوة الناعمة في جوانبها الثقافية والتعليمية والإبداعية وغيرها⁽¹⁷⁾. وليست المبادرات التي تقودها قطر في عالم الرياضة سوى أداة تدور في الفلك نفسه.

بدأ استثمار قطر في الرياضة منذ أواخر تسعينيات القرن العشرين، حين استضافت بطولة العالم لكرة اليد للشباب⁽¹⁸⁾. وفي الفترة 2004-2022، نظّمت نحو 500 بطولة رياضية⁽¹⁹⁾، من بينها 24 بطولةً رياضية دولية من الدرجتين الأولى والثانية، مثل دورة الألعاب الآسيوية (آسياد) في عام 2006، ودورة الألعاب العربية في عام 2011، وبطولة كأس الخليج العربي في عام 2011، وبطولة كأس السوبر الإيطالي في عام 2014، وبطولة العالم لكرة اليد للرجال في عام 2015، وبطولة العالم للملاكمة في عام 2015، وبطولة كأس العالم للأندية في عام 2019⁽²⁰⁾، وآخرها استضافة النسخة العاشرة من بطولة كأس العرب لكرة القدم في عام 2021، التي أُجريت مبارياتها على أراضي الملاعب المصممة خصيصاً لمباريات بطولة كأس العالم لكرة القدم في عام 2022. علاوةً على استضافة قطر الفعاليات الرياضية، تشط أيضاً في الاستثمارات في مجال كرة القدم الأوروبية، فقد اشترت كل أسهم نادي باريس سان جرمان الفرنسي. وقبل ذلك، استفادت دعائياً من وضع شعار مؤسسة قطر Qatar Foundation، ثم شعار شركة الخطوط الجوية القطرية Qatar Airways، على قمصان لاعبي نادي برشلونة الإسباني، واستضافة نادي بايرن ميونخ على أرضها خلال فترة تدريباته الشتوية⁽²¹⁾.

17 محارمة، ص 357.

18 المرجع نفسه، ص 362.

19 مكتب الاتصال الحكومي، "الرياضة في دولة قطر"، شوهد في 2022/4/29، في: <https://bit.ly/3QDKLM7>20 Jonathan Grix, Paul Michael Brannagan & Donna Lee, "Qatar's Global Sports Strategy: Soft Power and the 2022 World Cup," in: Jonathan Grix, Paul Michael Brannagan & Donna Lee (eds.), *Entering the Global Arena* (Singapore: Springer Singapore, 2019), pp. 97-110.21 "استثمارات قطر الرياضية.. حقائق وأرقام مذهلة!"، دويتشه فيله، 2017/4/8، في: <https://bit.ly/3ueTsRF>

البلد، وإعادة تشكيل موقع الدولة [على الخريطة العالمية]، وتحسين صورتها، والترويج السياحي. ويتعلق الأمر أيضاً بالعوائد الاستثمارية، وخلق فرص العمل، والإرث [الذي يترتب على استضافة البطولة]. تلك هي المسائل التي تقف دافعاً لأمتنا ولكل أمم العالم⁽¹⁴⁾.

يشير التنافس الشديد بين الدول وبذل الموارد في سبيل نيل فرص استضافة الفعاليات الرياضية الضخمة إلى التعويل الكبير على المكاسب المرجوة من تنظيم هذه الفعاليات، على حد قول جوردان. ويُدرج توظيف الرياضة، أيضاً، ضمن سعي الدول لتطوير قوتها الناعمة. وفي حالة قطر، يستفيد صنّاع القرار من الرياضة في تحقيق أهداف السياسة الخارجية المبنية، في جوهرها، على مسألتين أساسيتين: الأولى هي السعي الملحّ لانتزاع الاعتراف وتحصيل المكانة الإقليمية والدولية. أما الثانية - وهي الأهم - فهي تتمثل في تعزيز سياسة الدولة في تعظيم أمنها القومي⁽¹⁵⁾. ويمكن أن نتلمس الجهود القطرية في تثبيت مكانتها وتعزيز أمنها القومي في مَطّ تحالفاتها الخارجية ودبلوماسيتها الاقتصادية والوساطات التي قادتها بين عددٍ من الأطراف، وفي مقدّماتها الوساطة القطرية بين حركة طالبان والولايات المتحدة⁽¹⁶⁾. ويُضاف إلى ذلك مشاريع قطر الثقافية المتنوعة، ومساعدتها في الريادة الإعلامية التي تأتي في صدارتها شبكة الجزيرة الإعلامية.

”

للهوية الوطنية دورٌ حاسمٌ في توجيه خيارات الفاعلين السياسيين. وتتيح الفعاليات الرياضية، التي تؤدي أدواراً فاعلةً (ناعمة)، فرصاً لإعادة تشكيل هذه الهوية على نحو يتلاءم مع أهداف صنّاع القرار السياسية والاجتماعية والاقتصادية، لتصبّ مكاسبها المرجوة في نهاية المطاف في الدفع نحو تحقيق سياسة البلد الخارجية

”

14 Swantje Allmers & Wolfgang Maennig, "Economic Impacts of the FIFA Soccer World Cups in France 1998, Germany 2006, and Outlook for South Africa 2010," *Eastern Economic Journal*, vol. 35, no. 4 (October 2009), pp. 500-519.

15 ينظر: المخ.

16 مطلق بن ماجد القحطاني ودانه بنت منصور آل ثاني، "سياسة دولة قطر وتجربتها في الوساطة وتسوية المنازعات"، سياسات عربية، مج 9، العدد 51 (تموز/ يوليو 2021)، ص 22-7.

في هذا السياق، يمكننا تلمس محورية مسألة تصدير هوية وطنية جذابة عبر دراسة النسخ السابقة من كأس العالم؛ إذ سعت ألمانيا، على سبيل المثال، من خلال استضافتها كأس العالم في عام 2006، لإبراز نفسها بوصفها دولة "ودودة"، في محاولة لتحدي الصورة النمطية المرتبطة بدورها التاريخي في الحرب العالمية الثانية إبان فترة الحكم النازي، ومحو صفات التكبر والفوقية من الأذهان، التي كثيراً ما تقترن بالمواطن الألماني⁽²⁷⁾. ولا يمكن فهم ترتيبات استضافة جنوب أفريقيا كأس العالم في عام 2010 من دون الحديث عن شعار "جنوب أفريقيا أفضل، أفريقيا أفضل، عالم أفضل" A Better South Africa, a Better Africa, a Better world، الذي حددت حكومة جنوب أفريقيا بناءً عليه القيم التي وضعتها لنسختها من بطولة كأس العالم لكرة القدم في وقتها، وهي الحرية والمساواة والتضامن والتسامح⁽²⁸⁾. وفي ذلك تأكيد واضح على رغبة الدولة في رسم صورة إيجابية عن جنوب أفريقيا تقوم على كونها دولة ديمقراطية منفتحة تستحق أن تكون ممثلة للقارة الأفريقية⁽²⁹⁾. بهذا المنطق، يتمثل رهان استضافة قطر كأس العالم، في عام 2022، في رفع مكانة قطر الدولية وإبرازها بوصفها دولة صغرى، لكنها ذات مكانة وتأثير في المنطقة وفي العالم، وإبعادها عن الاضطرابات السياسية والاجتماعية التي تشيع في الشرق الأوسط، عبر تقديم صورة لها بأنها بلد إنساني ومسامح ومحِب للرياضة⁽³⁰⁾، إلى جانب خلق فرص استثمارية رياضية تصبّ في جعل الاقتصاد أشد تنوعاً.

ثالثاً: عمارة الملاعب الرياضية بوصفها أداة لتصدير هوية قطرية عالم-محلية

تحاول قطر، عبر استضافتها بطولة كأس العالم لكرة القدم، الجمع بين القوة الناعمة وأدواتها من جهة، والتوجه العالم-محلي الذي يتبنّاه صانع القرار القطري في رسم هوية قطر الوطنية من جهة أخرى. وتهدف هذه المحاولة إلى إضفاء البعد العالمي على ما هو محلي

تشكّل استضافة قطر لكأس العالم في عام 2022 آخر الاستثمارات القطرية في عالم الرياضة وأضخمها. ومن شأن الدعاية العالمية له، فضلاً عن الحضور الدولي المتعدد الجنسيات فيها (بوصفها الدولة المضيفة)، المساهمة في تصدير صورة جذابة عن البلد تعود بالفائدة على حركة السياحة الوطنية وتحسين علاقاتها الدولية. ويؤكد حجم الإنفاق الضخم الذي صرفته قطر منذ فوزها بحق استضافة البطولة، الذي تُقدّر قيمته بما يتجاوز 200 مليار دولار⁽²²⁾، أن الآمال المعلقة على هذا الحدث لا ترتبط بالفوائد الاقتصادية المادية فحسب، بل تتخطى ذلك لتُدرج ضمن استراتيجية قطر الأمنية؛ إذ توفر لها فرصة تعزز بها مكانتها بوصفها دولة آمنة ومستقرة⁽²³⁾.

وفقاً للجنة الأولمبية القطرية، تنطلق استثمارات دولة قطر في القطاع الرياضي من ثلاثة دوافع: نشئة أمة صحية معافاة، وتحسين العلاقات بين الدول، وجعل قطر مركزاً رياضياً عالمياً⁽²⁴⁾. وقد أكدت اللجنة العليا للمشاريع والإرث، وهي الهيئة الوطنية القطرية المسؤولة عن تنظيم فعاليات كأس العالم، أن قطر تسعى من خلال استضافة بطولة كأس العالم لكرة القدم إلى "تعريف العالم بهوية دولة قطر الفريدة"، وبناء "جسور التفاهم بين الثقافات"، وبناء "مستقبل مستدام وإرث دائم لبلادنا، ومنطقتنا، وقارة آسيا، والعالم أجمع"؛ عبر مجموعة من العوامل، من بينها البنى التحتية وتفعيل دور الرياضة في دعم العملية التعليمية ومبادرات كرة القدم من أجل التنمية ودعم الابتكار في المنطقة والالتزام بتحسين مستوى رعاية العمال، وقد وضعت لذلك ثلاث قيم، هي: الناس والترابط والثقافة⁽²⁵⁾. وتصب هذه الأهداف المعلنة في مساعي صنّاع القرار القطريين لاستغلال هذا الحدث العالمي الضخم في ممارسة القوة الناعمة عالمياً، وتعريف ملايين المتابعين من أنحاء العالم كلها بهذه الدولة الخليجية الصغيرة، ناقلةً إلى الجماهير لوحةً مغايرة، تسعى لتقويض الصورة النمطية عن شعوب منطقة الخليج على نحو خاص، والمنطقة العربية على نحو عام، بوصفها شعوباً تصف بالكسل والتخلف واللاعقلانية⁽²⁶⁾.

22 يقدر الإنفاق على النسخة السابقة من كأس العالم التي أقيمت في روسيا في عام 2018 بـ 11 مليار دولار، أي إن إنفاق قطر على كأس العالم يفوق إنفاق روسيا بأكثر من 27 ضعفاً. للمزيد، ينظر:

Simone Foxman, "Why Qatar Is a Controversial Venue for 2022 World Cup," *Bloomberg.Com*, 21/6/2021, at: <https://bloom.bg/3TTbEfp>

23 Danyel Reiche, "Investing in Sporting Success as a Domestic and Foreign Policy Tool: The Case of Qatar," *International Journal of Sport Policy and Politics*, vol. 7, no. 4 (October 2, 2015), pp. 1-16.

24 Ibid.

25 ينظر: اللجنة العليا للمشاريع والإرث، "الرئيسية"، قطر 2022، شوهد في 2021/4/29، <http://bit.ly/3AwDZ3R> في:

26 Paul Michael Brannagan & Richard Giulianotti, "Soft Power and Soft Disempowerment: Qatar, Global Sport and Football's 2022 World Cup Finals," *Leisure Studies*, vol. 34, no. 6 (2015).

27 Ibid., pp. 703-719.

28 Sifiso Mxolisi Ndlovu, "Sports as Cultural Diplomacy: The 2010 FIFA World Cup in South Africa's Foreign Policy," *Soccer & Society*, vol. 11, no. 1-2 (January 2010), pp. 144-153.

29 Andrew Morné Marx, "Increasing Soft Power - a Case Study of South Africa's Bid to Host the FIFA 2010 World Cup," Degree of Master of Arts (International Studies), University of Stellenbosch, 2004.

30 Paul Michael Brannagan & Jonathan Grix, "Qatar's Soft Power Gamble: The FIFA World Cup 2022," *International Relations*, 18/1/2014, p. 3.

العالمي Globalizing وإضفاء الطابع المركزي Centralizing من جهة أخرى⁽³³⁾.

ينطوي استعمال مفهوم "العالم-محلي" في سياق هذه الدراسة على مستويين للتحليل. فالمستوى الأول هو المستوى العالمي، أو العولمي، الذي يتجلى في الكيفية التي تصوّر قطر بها نفسها فاعلاً عالمياً يواكب التطور في شتى المجالات، ويتفاعل مع البيئة الخارجية وينخرط فيها بوصفه جزءاً منها وركناً رئيساً فيها. أما المستوى الثاني، فهو المستوى المحلي الذي يبرز في تأكيدها على هويتها الوطنية، والإحالة الدائمة إلى تاريخها المحلي وثقافتها الوطنية، وهو ما يبدو جلياً في خطابها الرسمي في مناسبات عدة، ليس تنظيم بطولة كأس العالم لكرة القدم سوى واحد منها، وإن كان أكبرها وأقصاها.

”

تحاول قطر، عبر استضافتها بطولة كأس العالم لكرة القدم، الجمع بين القوة الناعمة وأدواتها من جهة، والتوجه العالم-محلي الذي يتبنّاه صانع القرار القطري في رسم هوية قطر الوطنية من جهة أخرى. وتهدف هذه المحاولة إلى إضفاء البعد العالمي على ما هو محلي، جنباً إلى جنب مع إضفاء البعد المحلي على ما هو عالمي

“

اللافت في كثير من استراتيجيات صناعة السمعة الوطنية، عمومًا، هو الجهود المبذولة لاحتضان التراث والتاريخ ودمجها مع الثقافة المعاصرة. وتشكّل الحالة القطرية مثالاً جلياً عن هذا التوجّه؛ فسردية الهوية والثقافة التي تقوم عليها السمعة الوطنية القطرية مبنية على جانبين متداخلين: الأول يرتبط بالتراث والأصالة وإبراز الماضي القطري مع الإصرار على صيانتها والحفاظ عليه أصيلاً، والثاني قائمٌ على طموح دولة قطر ومسايعها الحديثة حتى تكون مركزاً عالمياً للتعليم والفن والرياضة والثقافة⁽³⁴⁾. ولهذه الرؤية العالم-محلية تجسيدات خطابية

33 المرجع نفسه، ص 175.

34 Kristin Anabel Eggeling, "What is the 'Culture' in Cultural Diplomacy? Three Responses from Qatar," *Ökonomi & Politik*, vol. 94, no. 4 (2021), pp. 85-101.

(أي تصدير هوية قطر المحلية إلى العالم)، جنباً إلى جنب مع إضفاء البعد المحلي على ما هو عالمي (أي تذويت القيم العالمية وجعلها جزءاً من هوية قطر المحلية).

يستند النعت "العالم-محلي" إلى مفهوم "العولم-محلية" Glocalization، الذي يصف ذلك المزج المعقد والمتشابك بين الكوني أو العالمي Global والمحلي Local، في رسم الأهداف الوطنية وتجسيدها؛ إنه إضفاء البعد العالمي Globalization على المحلي وإضفاء البعد المحلي Localization على العالمي في آن معاً، وقد جرى التوليف بين الاتجاهين في مصطلح Glocalization⁽³¹⁾.

إنّ مصطلح "العولم-محلية" ليس فريداً في سياقه؛ إذ ثمة مصطلحات عديدة جرى سكّها حديثاً للتعبير عن ظواهر مثيلة؛ من بينها مصطلح "Fragmegration" الذي يصف التفاعل والتزامن والتعايش والتكامل بين ديناميات التفتت والتشظي Fragmenting من جهة، وديناميات الاندماج Integrating من جهةٍ أخرى⁽³²⁾، وهو يصف أيضاً ديناميات إضفاء الطابع المحلي Localizing ونزع الطابع المركزي Decentralizing من جهة، وديناميات إضفاء الطابع

31 اقتبسُ هذه الترجمة من: محمد حمشي، "النقاش الخامس في حقل العلاقات الدولية: نحو إقحام نظرية التعقد داخل الحقل"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم السياسية، فرع العلاقات الدولية، جامعة باتنة 1، 2017، ص 15. لكنني آثرتُ، هنا، الفصل في الترجمة بين الاسم Glocalization، أي "العولم-محلية"، والصفة Glocal، أي "العالم-محلي"، مع الفصل بين شقّي المصطلح بعلامة (-) واصله لغرض التوضيح. يُستعمل هذا المصطلح منذ مطلع تسعينيات القرن العشرين، في حقول معرفية عدة، أبرزها السوسولوجيا والاقتصاد والعلاقات الدولية. وفي كل منها دلالات وسياقات بروز وتطور. ينظر على سبيل المثال:

Roland Robertson, "Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity," in: Mike Featherstone, Scott Lash & Roland Robertson (eds.), *Global Modernities* (Newbury Park, California: SAGE Publications, 1995); Z. Bauman, "On Glocalization: Or Globalization for Some, Localization for Some Others," *Thesis Eleven*, vol. 54, no. 1 (1998), pp. 37-49; G. Svensson, "'Glocalization' of Business Activities: A 'Glocal Strategy' Approach," *Management Decision*, vol. 39, no. 1 (2001); James Rosenau, *Distant Proximities* (Princeton, NJ: Princeton University Press, 2003); V. Roudometof, "Transnationalism, Cosmopolitanism and Glocalization," *Current Sociology*, vol. 53, no. 1 (2005), pp. 113-135; P. Bilić, "How Social Media Enforce Glocalization: The Processes of Identity Change in Selected Central and South-East European Countries," in: A. Milohinić & N. Švob-Đokić (eds.), *Cultural transitions in Southeastern Europe-Cultural Identity Politics in the (Post)-transitional Societies* (Zagreb: Institute for International Relations, Zagreb and Peace Institute Ljubljana, 2011); E. J. Francois, *Building Global Education with a Local Perspective: An Introduction to Glocal Higher Education* (London: Palgrave Macmillan, 2015); M. Doshi, "Elmo Everywhere: A Critical Analysis of Glocalization," *Teaching Media Quarterly*, vol. 5, no. 1 (2017).

32 مثل التزامن التاريخي الذي شهده تفكك (بعض) جمهوريات أوروبا الشرقية على نفسها في نهاية الحرب الباردة، واندماج بعض دول أوروبا الغربية مع بعضها الآخر في إطار الاتحاد الأوروبي، في نهاية الحرب الباردة. يُنظر: حمشي، ص 175.

ذلك، اعتمد الترويج لهذه الأبنية على الأفكار التصميمية التي تحمل إحالات واضحة إلى الثقافة العربية والقطرية؛ إذ يؤكد الموقع الرسمي لفعاليات كأس العالم 2022 أن "كل واحدٍ من الاستادات [يكتسب] هوية تميزه عن غيره، كما ينبغي أن يمثل مصدر إلهامٍ لزائريه من المشجعين أو اللاعبين"⁽⁴⁰⁾. وهذه الملاعب هي:

1. **استاد⁽⁴¹⁾ لوسيل:** استوحى شكله من أوعية الطعام والأواني التقليدية، وغيرها من القطع الفنية التي عرفها الوطن العربي تاريخيًا، والمميز في هذه المنشأة سقفها المائل، وواجهتها الذهبية التي يتغير شكلها مع مرور الوقت، إضافةً إلى النقوش المتموجة الدقيقة التي تُزينها⁽⁴²⁾.
2. **استاد أحمد بن علي:** تعكس واجهته الخارجية جوانب مختلفة من شخصية قطر وهويتها، على نحو يرتبط بالأسرة وأهميتها، وجمال الطبيعة الصحراوية، والتجارة المحلية والدولية. وترتبط الأشكال الهندسية والزخرفية التي تندمج مع بعضها بفن العمارة الإسلامي⁽⁴³⁾.
3. **استاد الثمامة:** يرتبط تصميمه بقبة "القحفية" التي يلبسها الرجال في قطر وبلدان عربية أخرى، وهي رمز ثقافي مشترك. وبناءً عليه، فهو يمثل الروح الجامعة لأبناء المنطقة؛ ومن ثم يرتبط بالتاريخ العريق والمستقبل المشرق⁽⁴⁴⁾.
4. **استاد الجنوب:** ترتبط خطوطه ومنحنياته بأشعة المراكب التقليدية "وهي تنسج مياه الخليج مع بعضها"، ويؤكد تصميمه على قيم العصرية والانفتاح على المستقبل وربطها بملاح تتعلق بماضي قطر. أما هيكله الداخلي، فيحاكي هيكل السفينة، ويساهم تصميم المنشأة والظل الذي يخلقه شكل المبنى في السيطرة على درجات الحرارة العالية لخلق مناخ معتدل ومريح⁽⁴⁵⁾.

واضحة. تقول المياسة بنت حمد آل ثاني، رئيسة هيئة متاحف قطر وشقيقة أمير البلاد الشيخ تميم: "إننا نعمل على تغيير ثقافتنا من الداخل، لكننا في الوقت نفسه نعاود الاتصال بتقاليدنا"، وتضيف قائلة: "نعم، إن قطر تريد أن تكون دولة حديثة؛ لكننا في الوقت ذاته نعيد الارتباط بتراثنا العربي ونؤكد عليه؛ أي إن قطر - كما تقول في عبارةٍ أخرى تستلهمها من الأنثروبولوجي الأميركي ريتشارد ويلك Richard Wilk - تسعى لإبراز ثقافتها وهويتها الوطنيتين من خلال "إضفاء البعد العالمي على المحلي منها، وإضفاء البعد المحلي على العالمي وجلبه إليها Globalizing the local and localizing the global"⁽³⁵⁾. وهذا أيضًا ما تشير إليه رؤية قطر 2030 المتعلقة بحرص الدولة على المحافظة من دون جمود، والانفتاح من دون ذوبان، تحت شعار "التحديث والمحافظة على التقاليد"⁽³⁶⁾.

نرى لسردية الهوية العالم-محلية، التي تدمج الماضي والمستقبل في الخطاب، انعكاسًا جليًا في الهندسة المعمارية التي تعدّها كريستين إيغلنج وسيلةً للتعبير عن الهوية والثقافة كما يراها صنّاع القرار القطريون⁽³⁷⁾. وهكذا، يُروّج لها على أنها صروحٌ معماريةٌ تجسّد أصالة الماضي وتاريخه مع معاصرة الحاضر ومواكبته. وضمن هذا الإطار، تُعدّ الملاعب الرياضية الثمانية التي استحدثتها (أو طوّرتها) قطر لاستضافة مباريات بطولة كأس العالم لكرة القدم عمارةً ناعمة تعكس الهوية القطرية في مقاربة عالم-محلية، لتغدو كغيرها من الأدوات هدفًا في حد ذاته، توظفه لخدمة سياستها الخارجية وتصدير هويتها، فتزواج الأصالة والمعاصرة في جوانب التصميم المعماري وتكنولوجياته وغيرها.

يتضح هذا التوجّه من خلال اعتماد قطر على ما يُعرف بالمعماريين النجوم⁽³⁸⁾ Starchitects ومكاتب هندسية عالمية معروفة في تصميم المنشآت الرياضية والإشراف على بنائها، وفي تكنولوجيات أنظمة التبريد المتطورة، مع التركيز على مراعاة الاستدامة وحماية البيئة في تصاميم المنشآت؛ فقد حصلت كل "ملاعب كأس العالم" على شهادات المنظومة العالمية لتقييم الاستدامة (جي ساس GSAS)⁽³⁹⁾. إضافةً إلى

40 اللجنة العليا للمشاريع والإرث، "الاستادات"، قطر 2022، شوهد في 2021/4/29، في: <http://bit.ly/3gjLbcX>

41 نستخدم هنا كلمة "استاد" مثلما تستخدمه اللجنة العليا للمشاريع والإرث.

42 اللجنة العليا للمشاريع والإرث، "تصميم استاد لوسيل"، قطر 2022، شوهد في 2021/4/29، في: <http://bit.ly/3UUqbZ5>

43 اللجنة العليا للمشاريع والإرث، "تصميم استاد أحمد بن علي"، قطر 2022، شوهد في 2021/4/29، في: <http://bit.ly/3ENHFAT>

44 اللجنة العليا للمشاريع والإرث، "تصميم استاد الثمامة"، قطر 2022، شوهد في 2021/4/29، في: <http://bit.ly/3VcUvy1>

45 اللجنة العليا للمشاريع والإرث، "تصميم استاد الجنوب"، قطر 2022، شوهد في 2021/4/29، في: <http://bit.ly/3TRiC4m>

35 الشبيخة المياسة بنت حمد آل ثاني، "عولمة المحلي، إضفاء الطابع المحلي على العولمة"، منصة تيد، شوهد في 2021/4/30، في: <http://bit.ly/3AvKxzK>

36 دولة قطر، الأمانة العامة للتخطيط التنموي، "رؤية قطر الوطنية 2030"، 2008.

37 Eggeling, p. 96.

38 كلمة Starchitect مزيج بين كلمتي "نجم" Star و"مهندس معماري" Architect، وهي تستخدم لوصف المهندسين المعماريين ذوي الشهرة العالمية الواسعة.

39 وفقًا للموقع الرسمي لبطولة كأس العالم 2022، فإن كل ملاعب المونديال قد استوفت متطلبات شهادة جي ساس المعنية بإصدار شهادات تصنيف للأبنية المستدامة بحسب معايير أداء هذه المباني، على نحو يحد من التأثير السلبي في البيئة. ينظر: "شهادات 'جي ساس' تؤكد التزام مونديال قطر 2022 ببناء إرث في الاستدامة وحماية البيئة"، قطر 2022، 2022/10/23، شوهد في 2022/10/23، في: <http://bit.ly/3UOPoEm>

ثم جرى تطويره وتحديثه ليتلاءم مع التكنولوجيا الحديثة. أما استاد 974، وهو الملعب الأول من نوعه القابل للتفكيك، فيُجسّد التقدم والمواكبة والمعاصرة. ولا تقوم الهوية القطرية كما يراها صناع القرار على "القحفية" و"بيت الشعر" فحسب، بل إنها تقوم أيضاً على التقدم والمواكبة وإقحام التكنولوجيا، وتوطيد العلاقة ما بين دفة الماضي والتراث من جهة، ودفة المستقبل والمواكبة من جهة أخرى. وبذلك، تدخل هذه الصروح الهندسية في صلب أهداف الدولة المضيفة لتُنقل هوية قطرية جاذبة من خلال تصميمها أولاً، ومن خلال الفكر الهندسي والثقافة التي ترتبط بها ثانياً، لتصير انعكاساً حقيقياً ملموساً يجسّد نزعة قطر العالم-محلية التي تعكس القدرة على الانفتاح في أوسع أبوابه، مع المحافظة على الخصوصية والهوية الكيانية الشخصية.

فضلاً عما سبق، تسعى قطر لاستدراك بعض المشكلات التي قد تنجم عن استضافتها هذه الفعالية الكبرى، كالعامل على التصدي لما يُسمى بظاهرة "الفيلة البيضاء" مثلاً⁽⁵⁰⁾. وتصف هذه الظاهرة الوضع الذي تنتفي فيه الحاجة إلى استخدام بعض البنى التحتية التي تصبح غير ضرورية بعد انتهاء الحدث الرياضي، وهو ما حصل في جنوب أفريقيا عام 2010، وفي البرازيل عام 2014⁽⁵¹⁾. ولاجتناب هذه الظاهرة، خاصةً أن قطر لا تحتاج إلى كل الملاعب التي بنتها لاستضافة بطولة كأس العالم⁽⁵²⁾، تعهّدت الدولة بخفض سعة بعض الملاعب الضخمة⁽⁵³⁾ والتبرع بأجزاء منها لدول تفتقر إلى البنية التحتية الرياضية المتطورة؛ ومن هنا، كانت فكرة استاد 974 القابل للتفكيك الكامل. على هذا النحو، باتت العمارة هياكل مادية تُدرك دائماً بهوية قطر وماضيها وحاضرها وتوجهاتها، ومن كان له الفضل في تطورها ومُؤها⁽⁵⁴⁾، ليغدو العمران في حد ذاته غايةً ووسيلةً لدى صناع القرار، ولتغدو التصاميم الفنية، أيضاً، عنصراً إضافياً يؤدي إلى مساهمة هذه المنشآت في جذب العالم إليها.

50 جاءت تسمية هذه الظاهرة من خلال ارتباطها بفصيلة الفيل الأبيض الذي يحتاج إلى رعاية مستمرة ومكلفة، من دون أن يعود على مالكه بالنفع أو الأرباح. ويُقال إن ملوك تايلاند القديمة كانوا يعمدون إلى تقديم هذه الفيلة لمن أرادوا بهم ضرراً، على أمل أن تحوّلهم تكلفة العناية بهذه الفيلة إلى فقراء. ينظر:

"White Elephant Definition & Meaning," in: *Dictionary, Merriam-Webster*, accessed on 24/5/2022, at: <http://bit.ly/3OopuF8>

51 Reiche, "Investing in Sporting Success as a Domestic and Foreign Policy Tool," p. 2.

52 Ibid., p. 9.

53 سيجري، مثلاً، تقليص الطاقة الاستيعابية لملاعب المدينة التعليمية إلى النصف عبر التبرع بـ 20 ألف مقعد من أصل 40 ألف مقعد لدول قد تكون في حاجة إليها. ويُتوقع أن يشمل هذا الأمر ملعب الثمامة أيضاً. ينظر: اللجنة العليا للمشاريع والإرث، "استاد المدينة التعليمية"، اللجنة العليا للمشاريع والإرث، "استاد الثمامة".

54 Eggeling, p. 96.

5. **استاد البيت:** استوحى اسمه وتصميمه من بيت الشعر (الخيمة) الذي سكنه أهل البادية في صحراء قطر قديماً. وتعكس هيكلته الخارجية شكل الخيمة بأسلوب حديث، يعتنقها "لمسة من عبق التصاميم القديمة"، وترتبط بالتراث وتنبئ الحداثة في الوقت عينه. وفضلاً عن ذلك، تُعد التكنولوجيا المستخدمة فيه مثيرةً للاهتمام؛ إذ يساعد الظل الناتج من شكل الخيمة، إضافةً إلى سقف الملعب القابل للطي، في عمليات التبريد للحفاظ على درجة حرارة معتدلة، من دون الحاجة إلى استخدام مصادر طاقة إضافية⁽⁴⁶⁾.

6. **استاد المدينة التعليمية:** يرسم "فضلاً من تاريخ الفن المعماري الإسلامي الغني" عبر واجهة تتزاحم فيها المثلثات "التي تشكل زخرفات هندسية متشابكة كخطوط الألباس"⁽⁴⁷⁾. وتعكس مثلثات الواجهة نور الشمس، فتعطي تأثيراً مختلفاً مع تغير الوقت والزوايا التي تطل منها الشمس.

7. **استاد 974:** يتناغم مع ميناء الدوحة بتصميمه المعتمد على حاويات الشحن البحرية التي تتيح إمكان تفكيك الاستاد بأكمله بعد انتهاء فعاليات البطولة في سابقة تاريخية من نوعها، ليُعاد استخدام كثير من أجزائه ومقاعده في بناء منشآت أخرى رياضية وغير رياضية⁽⁴⁸⁾.

8. **استاد خليفة الدولي:** يُعرف أيضاً بالاستاد الوطني المنشأ في عام 1976، وقد خضع للتجديد استعداداً لكأس العالم في عام 2022، وأكسب طابعاً عصرياً أنيقاً، من دون التفريط في تاريخه العميق⁽⁴⁹⁾.

وفي حين ترتبط ملاعب مثل استاد الثمامة (المستوحى من "القحفية")، أو استاد البيت (الذي يشبه الخيمة)، ارتباطاً بصرياً واضحاً برموز وعناصر قطرية أو عربية، فإن ملاعب مثل استاد خليفة الدولي أو استاد 974 تُبرز جانباً آخر من هذه الهوية. وتقوم الهوية القطرية في جوهرها، كما يتخللها صناع القرار، على الربط ما بين الماضي والحاضر والمستقبل. ويشكل استاد خليفة الدولي تجلياً لهذا التمازج، فهو الملعب الوحيد الذي بُني قبل بطولة كأس العالم،

46 اللجنة العليا للمشاريع والإرث، "تصميم استاد البيت"، قطر 2022، شوهد في <http://bit.ly/3EsORCG>، في: 2021/4/29

47 اللجنة العليا للمشاريع والإرث، "تصميم استاد المدينة التعليمية"، قطر 2022، شوهد في <http://bit.ly/3goAk1>، في: 2021/4/29

48 اللجنة العليا للمشاريع والإرث، "تصميم استاد راس أبو عبود"، قطر 2022، شوهد في <http://bit.ly/3GxcU4l>، في: 2021/4/29

49 اللجنة العليا للمشاريع والإرث، "تصميم استاد خليفة الدولي"، قطر 2022، شوهد في <http://bit.ly/3GsrE4F>، في: 2021/4/29

خاتمة

المراجع

العربية

آل ثاني، المياسة بنت حمد. "عملة المحلي، إضفاء الطابع المحلي على العملة". منصة تيد. في: <http://bit.ly/3AvKxzK>

حمشي، محمد. "النقاش الخامس في حقل العلاقات الدولية: نحو إقحام نظرية التعقد داخل الحقل". أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم السياسية. فرع العلاقات الدولية. جامعة باتنة 1. 2017.

دولة قطر. الأمانة العامة للتخطيط التنموي. "رؤية قطر الوطنية 2030". 2008.

القحطاني، مطلق بن ماجد ودانه بنت منصور آل ثاني. "سياسة دولة قطر وتجربتها في الوساطة وتسوية المنازعات". سياسات عربية. مج 9، العدد 51 (تموز / يوليو 2021).

اللجنة العليا للمشاريع والإرث. "الاستادات". قطر 2022. في: <http://bit.ly/3gjLbcX>

_____ . "الرئيسية". قطر 2022. في: <http://bit.ly/3AwDZ3R>

_____ . "تصميم استاد أحمد بن علي". قطر 2022. في: <http://bit.ly/3ENHFAT>

_____ . "تصميم استاد البيت". قطر 2022. في: <http://bit.ly/3Es0RCG>

_____ . "تصميم استاد الثمامة". قطر 2022. في: <http://bit.ly/3VcUvy1>

_____ . "تصميم استاد الجنوب". قطر 2022. في: <http://bit.ly/3TRiC4m>

_____ . "تصميم استاد المدينة التعليمية". قطر 2022. في: <http://bit.ly/3goAk1k>

_____ . "تصميم استاد خليفة الدولي". قطر 2022. في: <http://bit.ly/3GsrE4F>

_____ . "تصميم استاد راس أبو عبود". قطر 2022. في: <http://bit.ly/3GxcU4l>

_____ . "تصميم استاد لوسيل". قطر 2022. في: <http://bit.ly/3UUqbZ5>

صرح أمير دولة قطر، الشيخ تميم بن حمد آل ثاني، أثناء مشاركته في منتدى الاقتصاد العالمي في أيار/ مايو 2022، قائلاً: "للمرة الأولى، ستستضيف قطر [بطولة] كأس العالم [لكرة القدم] في منطقة الشرق الأوسط. عانى الشرق الأوسط لعقود طويلة من التمييز الذي ينطلق من أشخاص لا يعرفوننا ويرفضون محاولة التعرف علينا"، وتابع قائلاً: "قطر ليست مثالية، وتحاول إدخال تحسينات، وتشعر بالأمل. وأكد (أنها) نسخة خاصة من كأس العالم"⁽⁵⁵⁾. يعكس ذلك، فضلاً عن تأكيد الخصوصية المحلية في حدث تتجلى فيه العالمية في أوضح صورها، أهمية الحدث في تصدير الهوية؛ ويشير كذلك إلى مجالات التحسين التي يتيحها للدولة المضيفة.

تشكل الرياضة مدخلاً لصنع القوة الناعمة وتوظيفها في سياسة الدولة الخارجية؛ إنها أداة طيعة تستخدمها الدبلوماسية لتحقيق طموحات في مجالات السياسة والاقتصاد والثقافة وبناء العلاقات الدولية. وقد رأت قطر في استضافة كأس العالم 2022 وسيلة مهمة لتعزيز قوتها الناعمة، وتصدير هويتها الوطنية، ورفع مكانتها الإقليمية والدولية، فضلاً عن تطوير البنية التحتية وتنويع مصادر الدخل؛ ليعكس هذا الحدث الرياضي إمكانات دولة لا يحول بينها وبين التأثير خارج حدودها حجمها الجغرافي والديموغرافي. وقد كانت قطر واضحة في محاولات الاستثمار هذه؛ إذ يُعد فوزها بحق استضافة كأس العالم المرة الأولى التي يستضيف فيها بلد عربي هذا الحدث.

تخلص الدراسة إلى أن استضافة قطر بطولة كأس العالم لكرة القدم وما تقتضيه من متطلبات ترتبط ببعدها العالمي الخالص، مع التشديد على البعد المحلي الذي يتجلى في المحافظة على خصوصية التقاليد والتاريخ والرموز الاجتماعية والعمارة وغيرها من العناصر الثقافية، عاملاً مُمكناً لها من تصدير ما وصفته الدراسة بالهوية العالم-محلية، ومن إثباتها لنفسها بوصفها دولة منفتحة، وفتح آفاق التحسين والتقدم؛ إذ لم تقف الانتقادات التي رافقت فوزها بحق الاستضافة، والتي استمرت حتى الأسابيع الأخيرة قبل انطلاق البطولة، حائلاً دون سعيها لاستثمار هذا الحدث العالمي في تغيير الصورة النمطية المرتبطة بها، ومحيطها الإقليمي، وبناء هوية عالم-محلية تجمع بين العالمي والمحلي، وبين الماضي والمستقبل، وتجعل منها فاعلاً دولياً، يحظى بالمكانة والتأثير اللذين يتجاوزان حدود الجغرافيا والديموغرافيا.

55 "تميم بن حمد يوضح موقف قطر من أزمة الطاقة.. وردة على منتقدي تنظيمها كأس العالم"، سي إن إن بالعربية، 23 أيار/ مايو 2022، شوهد في 2022/5/23، في: <http://bit.ly/3hXkFGO>

- Dinnie, Keith. *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice*. 2nd ed. London/ New York: Routledge, 2016.
- Doshi, M. "Elmo Everywhere: A Critical Analysis of Glocalization." *Teaching Media Quarterly*. vol. 5, no. 1 (2017).
- Eggeling, Kristin Anabel. "What is the 'Culture' in Cultural Diplomacy? Three Responses from Qatar." *Økonomi & Politik*. vol. 94, no. 4 (2021).
- Elgenius, Gabriella. "Expressions of Nationhood: National Symbols and Ceremonies in Contemporary Europe." Degree of Doctoral Philosophy. United Kingdom. University of London. 2005.
- Fan, Ying. "Soft Power: Power of Attraction or Confusion?" *Place Branding and Public Diplomacy*. vol. 4, no. 2 (May 2008).
- _____. "Branding the Nation: Towards a Better Understanding." *Place Branding and Public Diplomacy*. vol. 6, no. 2 (May 2010).
- Featherstone, Mike, Scott Lash & Roland Robertson (eds.). *Global Modernities*. Newbury Park, California: SAGE Publications, 1995.
- Foxman, Simone. "Why Qatar Is a Controversial Venue for 2022 World Cup." *Bloomberg.Com*. 21/6/2021. at: <https://bloom.bg/3TTbeFp>
- Francois, E. J. *Building Global Education with a Local Perspective: An Introduction to Glocal Higher Education*. London: Palgrave Macmillan, 2015.
- Ginesta, Xavier & Jordi de San Eugenio. "The Use of Football as a Country Branding Strategy. Case Study: Qatar and the Catalan Sports Press." *Communication & Sport*. vol. 2, no. 3 (September 2014).
- Grix, Jonathan, Paul Michael Brannagan & Donna Lee (eds.). *Entering the Global Arena*. Singapore: Springer Singapore, 2019.
- المخ، زهير. قطر: دراسة في السياسة الخارجية. الدوحة/ بيروت: المركز العربي للأبحاث ودراسات السياسات، 2019.
- المفتاح، هند [وآخرون]. إدارة الأزمات: أمودج الدوحة في مواجهة انعكاسات حصار قطر. الدوحة/ بيروت: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2022.
- مكتب الاتصال الحكومي. "الرياضة في دولة قطر". في: <https://bit.ly/3QDKLM7>
- ### الأجنبية
- Allmers, Swantje & Wolfgang Maennig. "Economic Impacts of the FIFA Soccer World Cups in France 1998, Germany 2006, and Outlook for South Africa 2010." *Eastern Economic Journal*. vol. 35, no. 4 (October 2009).
- Anholt, Simon. "Public Diplomacy and Place Branding: Where's the Link?" *Place Branding*. vol. 2, no. 4 (October 2006).
- _____. *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. Basingstoke [England]/ New York: Palgrave Macmillan, 2007.
- Bauman, Z. "On Glocalization: Or Globalization for Some, Localization for Some Others." *Thesis Eleven*. vol. 54, no. 1 (1998).
- Bilić, P. "How Social Media Enforce Glocalization: The Processes of Identity Change in Milohinić, A. & N. Švob-Đokić (eds.). *Cultural transitions in Southeastern Europe-Cultural Identity Politics in the (Post-)transitional Societies*. Zagreb: Institute for International Relations, Zagreb and Peace Institute Ljubljana, 2011.
- Brannagan, Paul Michael & Jonathan Grix. "Qatar's Soft Power Gamble: The FIFA World Cup 2022." *International Relations*. 18/1/2014.
- _____. "Soft Power and Soft Disempowerment: Qatar, Global Sport and Football's 2022 World Cup Finals." *Leisure Studies*. vol. 34, no. 6 (2015). *Dictionary, Merriam-Webster*. at: <http://bit.ly/3OopuF8>

- Roudometof, V. "Transnationalism, Cosmopolitanism and Glocalization." *Current Sociology*. vol. 53, no. 1 (2005).
- Svensson, G. "Business Activities: A 'Glocal Strategy' Approach." *Management Decision*. vol. 39, no. 1 (2001).
- Szondi, Gyorgy. "Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences." *Discussion Papers in Diplomacy*. Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael'. October 2008.
- Theiler, Tobias. *Political Symbolism and European Integration*. Europe in Change. UK: Manchester University Press; Distributed Exclusively in the USA by Palgrave, 2005.
- Zeineddine, Cornelia. "Employing Nation Branding in the Middle East - United Arab Emirates (UAE) and Qatar." *Management & Marketing*. vol. 12, no. 2 (June 1, 2017).
- Marx, Andrew Morné. "Increasing Soft Power - a Case Study of South Africa's Bid to Host the FIFA 2010 World Cup." Degree of Master of Arts (International Studies). University of Stellenbosch. 2004.
- Ndlovu, Sifiso Mxolisi. "Sports as Cultural Diplomacy: The 2010 FIFA World Cup in South Africa's Foreign Policy." *Soccer & Society*. vol. 11, no. 1-2 (January 2010).
- Nye, Joseph S. "Public Diplomacy and Soft Power." *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*. vol. 616, no. 1 (March 2008).
- _____. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs, 2004.
- Reiche, Danyel. "Investing in Sporting Success as a Domestic and Foreign Policy Tool: The Case of Qatar." *International Journal of Sport Policy and Politics*. vol. 7, no. 4 (October 2, 2015).
- Rosenau, James. *Distant Proximities*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2003.