

عدد خاص بالملتقى الدولي الثامن: "علوم الأنشطة البدنية و الرياضية وتحديات الألفية الثالثة"
محور: الإعلام والاتصال في المجال الرياضي.

الإعلام الرياضي كاستراتيجية لصنع النفوذ الجيو-سياسي - (beIN Sports) القطرية نموذجاً -

أ. آمال علي الهادفي
جامعة الجزائر -03-

ملخص: طرح قطاع الرياضة اليوم أبعاداً متشعبة مست جميع المجالات الاجتماعية والثقافية، والأهم في موضع حديثنا السياسية والاقتصادية وبانت قوة ناعمة لا يستهان بها. وتنطلق هذه الورقة البحثية من تحليل التجربة القطرية في الإطار، وكيف استغلت قطر مدخل الإعلام الرياضي لتؤسس لقوة ناعمة خاصة ولصناعة رياضية متكاملة؛ فلقد طرحت هذه القضية تساؤلات تعلقت ببناء شبكة من أقوى شبكات الإعلام الرياضي beIN Sports، والتي استطاعت في ظرف قياسي استبعاد أهم الشبكات الرياضية الموجودة، وبسط نفوذها على حقوق بث مختلف الفعاليات الرياضية عبر العالم، لتضع بذلك قطر ركائز تموقع جيوسياسي قوي سمح لها ببروز لم يكن بالإمكان حدوثه بغير هذه الطرق، وامتلاك وسيلة ضغط يمكن أن تتفاوض بها على مستويات عليا.

الكلمات المفتاحية: القوة الناعمة، الجيوسياسة (الجغرافيا السياسية)، جيوسياسية وسائل الإعلام الرياضية.

Abstract:

Nowadays, Sport represents an important source of either economic or political influence, it is one of the most important pillars of the soft power. This working paper focuses on Qatar sports investments model, and how it could build its own specific sport industry with the help of beIN Sports media group. This latter was able to eliminate very important rivals from the sport media scene in a short period of time, and to monopolize diffusion rights of the biggest sport events, giving Qatar a new strategy to empower its foreign policy and to work its geopolitical goals.

Key words: geopolitics, media geopolitics, soft power.

عدد خاص بالملتقى الدولي الثامن: "علوم الأنشطة البدنية و الرياضية وتحديات الألفية الثالثة"
محور: الإعلام والاتصال في المجال الرياضي.

مقدمة:

"بالنسبة للدول والحكومات، قد تكون الرياضة أي شيء غير الترفيه، قد تكون أداة أقل دموية من السلاح لإبراز التفوق، (...) كما قد تكون أيضا أداة لإشعار السلام، (...) ولكنها أيضا في الكثير من الأحيان وسيلة دعاية أو توثيق للصلوات والروابط داخل الأمة الواحدة (...). الرياضة تعد دولة قائمة بنفسها بين الدول، ويمكن الاستشهاد على هذا بالقوة الاقتصادية والدبلوماسية التي تتمتع بها اللجنة الأولمبية الدولية أو الاتحادية الدولية لكرة القدم، هاتين المنظمتين اللتين تجمعان عددا أكبر من الدول التي تجمعها الأمم المتحدة..." (le Monde Histoire, 2014, p.44)

تلخص هذه المقولة فكرة هامة مفادها كيف يمكن للرياضة أن تكون قوة ناعمة، وهذا فعلا ما أدركته قطر وتبنته، ويأتي هذا التوجه خاصة مع تراجع فعالية الجزيرة في خدمة أهدافها بعد "الربيع العربي"، وامتداد الرؤية السياسية إلى التفكير في التحضير لفترة ما بعد البترول، وصعوبة الاتجاه نحو التصنيع بحكم الخصائص الجغرافية والديمقراطية المثبطة؛ و تكمن أهمية هذا الخيار في كونه وسيلة تتيح للإمارة تقوية تأثيرها الدبلوماسي وموقعها السياسي، وبالتالي الحفاظ على استقلالها وأمنها القومي. (Noël,2015)

الإشكالية:

استطاعت قطر في ظرف بضع سنوات أن تفرض وجودها في الساحة الرياضية العالمية بفضل سياسة استثمارية محكمة قادها جهاز قطر للاستثمار الرياضي QSI، ويصفها Jérôme Champagne (2012, p.67) - مدير العلاقات الدولية السابق للفيفا- بأنها "استراتيجية شاملة للاندماج من القمة وإلى القاعدة في عالم الصناعة الرياضية: نوادٍ رياضية، قنوات تلفزيونية رياضية، تجهيزات وألبسة رياضية مع علامة بردا (...) تنظيم المنافسات العالمية، توفير المواهب والمهارات الرياضية (...) وحتى محاولة أولى لترشيح قطري لترأس هيئة رياضية كالفيفا". لكن الاستثمار في الإعلام الرياضي عبر قنواتها الجزيرة الرياضية سابقا و beIN Sports حاليا أعطى أبعادا جديدة غير تلك الاقتصادية السابقة، وعليه فالتساؤل العام لهذه المداخلة يكون كالآتي: كيف استغلت قطر مجموعة قنواتها beIN Sports لصنع نفوذها الجيوسياسي؟ ويتجزأ هذا السؤال كالآتي:

ماهي مكانة قطر في قلب المشهد الإعلامي الرياضي العالمي؟

ما هو أثر المزوجة بين الإعلام والرياضة من خلال مجموعة قنوات beIN Sports على موقع قطر الجيوسياسي؟

أهداف الدراسة:

تسليط الضوء على أحد النماذج المثيرة للاهتمام ومحاولة الاستفادة من بعض جزئياته.

عدد خاص بالملتقى الدولي الثامن: "علوم الأنشطة البدنية و الرياضية وتحديات الألفية الثالثة"
محور: الإعلام والاتصال في المجال الرياضي.

الانتقال بالدراسات المتعلقة بالإعلام الرياضي إلى مرحلة جديدة من التفكير.

التحديد الإجرائي للمفاهيم:

القوة الناعمة: يعبر عنها بكونها " التأثير الثقافي". (Laugée, 2012) ووفقا لرأدها Joseph Ney، فهي الوجه الآخر للقوة وتقابل القوة الصلبة التي يطبعها الجبروت العسكري والاقتصادي وسياسة التهديد، وهي قدرة الحصول على النتائج المرادة دون أي تهديدات ملموسة، وإنما عن طريق "جعل الآخرين يريدون ما تريد". (2007، ص.26) ونقصد بها إجرائيا مجمل استثمارات قطر في مجالي الرياضة والإعلام التي ميزتها عن غيرها من الدول، والتي تساعدها في إحداث التأثير وال جذب الثقافي.

الجيوستراتيجية أو الجغرافيا السياسية: يعرفها قاموس بانغوين على أنها طريقة في تحليل السياسة الخارجية تحاول فهم وشرح والتنبؤ بالسلوك السياسي الدولي؛ (إيفانز ونوينهام) ويعرفها كل من Frédéric Lasserre و Emmanuel Gonon (boulanger, 2012) على أنها تحليل رهانات الأقاليم؛ ويرى Jaque Barrat أن هدفها دراسة المشاريع السياسية للفاعلين الكبار في العالم مقارنة بعلاقتها مع الجغرافيا، الفاعلين الكبار والمؤسسات السياسية. (boulanger, 2012) ونقصد بها إجرائيا النفوذ القطري الحالي في الخليج والعالم المتأثري من وراء سياستها الإعلامية الرياضية.

جيوستراتيجية وسائل الإعلام: تعنى بدراسة طبيعة المنافسة والصراع من أجل النفوذ بين الفاعلين الإعلاميين وأشكالهما، تساعد في فهم استراتيجيات التحكم والتوترات والصراع بين الفاعلين. (boulanger, 2012) ونقصد بها إجرائيا تموقع مجموعة قنوات beIN Sports ضمن خارطة الإعلام الرياضي في العالم ومدى انعكاس ذلك على التجاذبات الواقعية.

أولا: مكانة قطر في قلب المشهد الإعلامي الرياضي العالمي: دلالات التحول من الجزيرة الرياضية "العربية" إلى beIN Sports "العالمية":

خلال ذروتها، وتحديدًا سنة 2004، كانت الجزيرة أول وسيلة إعلامية تظهر على قائمة 100 شخصية للعام التي تنشرها سنويا Time Magazine، وكان اسم القناة أكثر كلمة مفتاحية على محرك البحث الأمريكي Google، وفي العام 2005، أشار سبر آراء لمعهد Gallup إلى كونها من بين أكثر العلامات المؤثرة في العالم بعد Coca Cola و Ikea، وهذه النجاحات -وفق نبيل إيناصري- (Ennasri a, 2013, p.110) دفعت بالقائمين إلى توسيع استراتيجيتهم، وأول خطوة ضمن هذه الاستراتيجية تمثلت في إطلاق الجزيرة الرياضية في 2003. وفور تأسيسها عملت المجموعة على شراء حقوق بث المنافسات الرياضية لمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا في نوفمبر 2009، والتي كانت بحوزة مجموعة قنوات راديو وتلفزيون العرب ART وعلى رأسها كأس العالم 2010 و 2014 بجنوب إفريقيا والبرازيل، وكأس أمم إفريقيا 2010 بأنغولا، في صفقة قضت أيضا

عدد خاص بالملتقى الدولي الثامن: "علوم الأنشطة البدنية و الرياضية وتحديات الألفية الثالثة"
محور: الإعلام والاتصال في المجال الرياضي.

بأن تخصص المؤسسة البائعة في تقديم الأفلام والمسلسلات، (الجزيرة الرياضية تشتري حقوق ART، 2009) وبذلك تحكمت الجزيرة الرياضية في المشهد الإعلامي الشرق أوسطي والشمال إفريقي كخطوة أولى. وفي 2012 كان انطلاق قنوات beIN Sports بمسماها الحالي لأول مرة من فرنسا، بظهور قناة beIN Sports France التي أطلقت كنسخة فرنسية عن الجزيرة الرياضية، ثم أتبعته بنسخة أخرى لها في الولايات المتحدة الأمريكية في نفس العام، وفي العام الموالي توسعت لتشمل عددا من دول آسيا والمحيط الهادي وصولا سنة 2014 إلى أستراليا وتايلاند وتايوان. (Repucom,2015, p.06) وهو نفس العام الذي قرر فيه القائمون عليها توحيد العلامة بين كل فروعها والتخلي الكلي عن الارتباط بالقناة الأم "الجزيرة"، قبل أن تواصل مشروعها التوسعي نحو إسبانيا في أوت 2015.

"و لم يكن قرار دفن اسم الجزيرة الرياضية وتحويله إلى beIN Sports (...) قرار عبثيا من قبل القيمين على المحطة القطرية العملاقة. لقد عرف هؤلاء أن قنواتهم الرياضية أصبحت في مكان ما الحلقة الأقوى ضمن شبكتهم الإعلامية، فذهبوا إلى الاستفادة منها قدر الإمكان على صعيد نشر اسمها عالميا ثم تسويقها بالشكل المطلوب...". (شربل، 2014)

وهكذا باتت تغطي الشبكة إلى غاية 2016 من خلال قنواتها الـ 34 ما قدره 32 بلدا موزعا على القارات الخمس، أما اليوم وبعد دخولها عالم الأفلام والمسلسلات وبرامج الأطفال فقد باتت تشمل 60 قناة في 43 دولة عبر القارات الخمس وبـ 07 لغات مختلفة، (<https://beinmediagroupe.com/>) فضلا عن تحكمتها في أكبر قدر من حقوق بث مختلف المنافسات الرياضية فيها. لتصبح بذلك القناة القطرية واحدة من بين أهم وأبرز الشبكات الرياضية في العالم والتي تتنافس Sky Sports و BBC و CNBC وغيرها.

ثانيا: أثر التكتل الرياضي الإعلامي القطري على موقع قطر الجيوسياسي:

ثنائية beIN Sports و Canal+ كنموذج لصراع القوة الناعمة:

يمكن الانطلاق في تبيان هذا الأثر من خلال تناول حالة beIN Sports France بالتحليل، باعتبارها أولى محطات توسع القناة القطرية وبالنظر إلى كونها جاءت لتكمل وجود استثمارات قطرية أخرى رياضية وغير رياضية في قلب فرنسا على رأسها نادي Paris Saint Germain.

أطلقت beIN Sports France في 13 ديسمبر 2012، (convention entre le CSA et beIN Sports France) وسرعان ما تحولت إلى فاعل رئيسي في المشهد الإعلامي الرياضي الفرنسي الذي احتكرته لسنوات طويلة Canal+ الفرنسية، وقد بدا المنافس القطري وأنه يعمل "خارج حدود المنطق الاقتصادي" (l'observateur de Monaco, 2012, p.57) بحكم الأموال التي صرفت نظير الحصول على حقوق البث في الفترة الأولى لإطلاقها، دون أن ننسى ظفرها بحصرية نقل 29 من أصل 51 مباراة (Valla,2013, p.33) في منافسة كأس أمم أوروبا 2016، التي كانت ستحتضنها فرنسا في جوان 2016؛ أي أزيد من 50

عدد خاص بالملتقى الدولي الثامن: "علوم الأنشطة البدنية و الرياضية وتحديات الألفية الثالثة"
محور: الإعلام والاتصال في المجال الرياضي.

% من مباريات البطولة التي تجري في عقر دار Canal+. ومثل ذلك بوادر التهديد التي شكلتها beIN Sports بالنسبة لـ Canal+، حتى أن Yiviquel Loic مساعد مدير عام مؤسسة Sportlab المختصة في إنجاز الخبرات حول الرعاية الرياضية وأحد مؤسسيها ذهب للقول بأن استثمارات beIN Sports في مجال حقوق البث في فرنسا من شأنها أن تدفع Canal+ بعد انتهاء عقد حقوقها الحالي إلى الابتعاد عن البرامج الرياضية، والتركيز على السينما. (l'observateur de Monaco, 2012, p.57)

واشتدت المنافسة بين القناتين في جوانب عدة، في سياسة تسعير الاشتراك وفي الكادر البشري وحتى في حصرية أخبار النادي الباريسي الذي كان في يوم من الأيام تحت لواء Canal+ كمالك وكراعي إعلامي (ظل باريس سان جيرمان تحت ملكية Canal+ منذ 1991 وإلى غاية 2006 أين تخلت عنه بسبب عدة مشاكل تتعلق بتحويلات اللاعبين) ، واليوم أصبح ملكية قطرية تدخل ضمن التكتل القطري. وقد أحدثت شراة beIN Sports للاستثمار في فرنسا نوعا من الارتباك لـ Canal+ أدى إلى المواجهة القضائية بينهما بدعوى خرق قواعد المادتين 1382 و 1383 من القانون المدني وذلك من خلال قيامها بفعل تنافسي غير شرعي- حسب الأخيرة- عبر تبنيها سلوكا اقتصاديا غير منطقي واتباع سياسة تسعير جد متدنية للاشتراك مقارنة بالأموال الكبيرة لحقوق البث، ما تسبب في الإخلال بنظام السوق. Tribunal de commerce de Nanterre)

ولم تقتصر المواجهة على canal+ كمدعي وحيد، وإنما عبرت الكثير من الأطراف الفرنسية خاصة الإعلامية عن عدم ترحيبها بالتواجد القطري في فرنسا فخاضت في التكهانات بالعجز الاقتصادي للقناة ما جعل Florent Huzot، مدير تحرير beIN Sports France، يرد على ذلك بقوله أن "هذه التكهانات (... نابعة من كون أن أغلب هذه التحليلات قامت بها وسائل إعلامية، علما بأن مجيء beIN Sports لم يتقبله الجميع بصدر رحب". (l'observateur de Monaco, p.56) وذهبت وسائل إعلامية أخرى إلى التتديد بظروف عمل صحفييها في إحالة على ملف العمالة في قطر وما يلتصق بها من اتهامات بالعبودية، وأخرى في أسلوب تسييرها غير المرن والاتجاه العمودي في اتخاذ القرارات، فيما ذهبت وسائل أخرى إلى التخويف من هذا الوافد القطري عبر توظيف مصطلحات معينة في مضامينها المختلفة حول الموضوع كـ l'invasion, l'empire, l'ovni وبشكل عام فقد لجأ الإعلام الفرنسي في مهاجمته لـ beIN Sports إلى مدخلين أساسيين: التقزيم والتهويل.

إن الرفض الذي تعرضت له beIN Sports France نابع من جنسية مالكيها ومرجعياتهم الثقافية والدينية على الأغلب، أو إلى نظرة دونية وعدم تقبل لقصة نجاح آتية من المنطقة العربية، ولعل ما يؤكد ذلك ما نشره نبيل إيناصري صاحب عديد البحوث حول قطر في صفحته على فيسبوك بتاريخ 08 أبريل 2016، عندما تحدث عن مالك قناة BFM المدعو Patirck Drahi الفرنسي الإسرائيلي الجنسية، بمناسبة ورود اسمه فيما

عدد خاص بالملتقى الدولي الثامن: "علوم الأنشطة البدنية و الرياضية وتحديات الألفية الثالثة"
محور: الإعلام والاتصال في المجال الرياضي.

عرف بقضية أوراق بنما، والمتحكم في عديد الأجهزة الإعلامية على غرار إذاعة RMC وصحف Libération, L'expresse ، وقناة i24 News الإخبارية التي تبث من تل أبيب، وتوظف صحافيين ذوي وزن كبير في وسائل إعلام عالمية. ويعلق إيناصري على الأمر بقوله: "تخيلوا لو أن الأمر كان يتعلق بقطري اشترى كل هذه العناوين في الإعلام الفرنسي، لو كان الأمر كذلك، لكانت الأصوات تصاعدت بأن قطر تستحوذ على فرنسا، ولكن عندما تعلق الأمر بـ Darhi لا أحد كتب أن إسرائيل تشتري فرنسا". (Ennasri b,2016) وإن كان لهذا الأمر دلالة فهو يبين بشكل أو بآخر كيف أن beIN Sports باتت مظهرا من مظاهر القوة القطرية (المالية والثقافية والسياسية) المتغلغلة في قلب فرنسا بطرق قانونية ورغم ذلك تمثل إحدى أكبر مثيرات القلق والخوف فيها بالنسبة لفئات معينة؛ ومن هنا يتضح "أن القوة الرياضية غير مستقلة بذاتها، بل ترتبط مع قطاعات أخرى كالإعلام؛ فالجزيرة باتت فاعلا لا يستهان به في المشهد الرياضي الفرنسي من خلال استثماراتها في فرنسا وأوروبا، وهو ما يزيد من نسبة مشاهدتها هناك، ويقوي بالتالي من نفوذ قطر ويخدم سياستها التجارية". (Lazar, 2013, p.190) علما أن فرنسا لم تشكل بعدها سوى نقطة الانطلاقة القطرية نحو محطات استثمار جديدة.

المكاسب الجيوسياسية لقطر من وراء مجموعة قنوات beIN Sports:

استغلت قطر كل الخصائص التي تتمتع بها الرياضة والتي يحصرها (2013, Pim Verschuren p.131) في الشعبية، التغطية الإعلامية، العالمية والحياد سياسي لتجعل منها أدوات استراتيجيتها الاتصالية الجديدة لتحقيق النفوذ ونيل الاعتراف الدولي، بعد فترة طويلة اضطلعت فيها الجزيرة وحدها بهذه المهمة. وانطلاقا من تعريفنا السابق لجيوسياسية وسائل الإعلام وللقوة الناعمة فإن كل نجاح تحققه القناة القطرية هو بالضرورة نجاح سياسة قطرية ، ومن ثم فإن قطر استطاعت أن تحقق من خلال beIN Sports ما يمكن تلخيصه في النقاط التالية:

العالمية:

بفضل وصول beIN Sports إلى العالمية من خلال تواجدها في القارات الخمس تكون قطر قد انتقلت معها إليها، ويرى Christian Chesnot و George Malbrunot في كتابهما Qatar les secrets du coffre fort(2013, p.p.177-278) أنه ومن خلال العلامة الجديدة beIN Sports يمكن جليا ملاحظة الفصل الواقع بين القناة الأم الجزيرة التي تم حصر مهمتها ضمن العالم العربي الإسلامي والدول النامية، وبين beIN Sports المتوجهة نحو أوروبا والولايات المتحدة جاعلة من فرنسا مختبرا لاختبار طموحاتها غير المتناهية؛ وأنه خلف beIN Sports هناك تأسيس متساعد لصناعة رياضية بكاملها.

البروز والأضواء:

عدد خاص بالملتقى الدولي الثامن: "علوم الأنشطة البدنية و الرياضية وتحديات الألفية الثالثة"
محور: الإعلام والاتصال في المجال الرياضي.

إذ أن "الارتكاز على نادٍ وقناة تلفزيونية خصصت له [كما يرى Jean François Coustillère] هي خطوة استراتيجية، تضمن جماهيرية أكثر وجدلاً أقل من ذلك الذي كانت تسببه في كل مرة الجزيرة لأمير قطر". (2013,p.89) ولو أنها هي الأخرى كانت محل جدل كبير بناء على مرجعيات مختلفة بدليل ما قالته le Monde: "القناة الجديدة الآتية من الصحراء لاقت في وقت مضى عديد الانتقادات والسخرية"، (Kessous, 2015) وهذه الجملة تحديدا فيها نوع من السخرية، والإحالة على حياة البدو، وقلة الخبرة، والافتقار لتقاليد العمل في هكذا بيئات متطورة وذات تنافسية واحترافية عالية، وعموما فإنه حتى بوجود الانتقاد يكون الهدف قد تحقق بالنسبة لقطر بتسليط الأضواء عليها.

كسب وسيلة دعائية:

وقد شغلت الجزيرة الإخبارية سابقا هذه الوظيفة قبل أن تصبح من صلاحيات القنوات الرياضية، وفي هذا الصدد يعتقد Yiviquel Loic أن الهدف من إطلاق beIN Sports كان جعلها واجهة لقطر منذ البداية عندما يقول بأنه لم يسبق لأي قناة أن استطاعت تحقيق أرباح بفضل الرياضة، لذلك فالدافع وراء استثمار مبالغ طائلة بهدف اقتناء حقوق البث بالنسبة للقناة القطرية تحديدا، يتعلق أساسا بـ "استراتيجية اتصالية"، "فمن خلال beIN Sports، تسعى قطر إلى الترويج لصورتها كعلامة وبلد عبر الرياضة، وفي هذا خروج عن النماذج الاقتصادية الكلاسيكية". (l'observateur de Monaco, p.p.56-57).

إبراز قيم إيجابية عن قطر والقطريين (الانفتاح والعصرية والتقدم):

ويتجلى من خلال النموذج القيمي الذي تقدمه beIN Sports والمستمد من القيم الرياضية تارة كالمنافسة الشريفة، الاحترام، الأخوة، التنظيم، التخطيط، الخ، ومن قيم العمل الاحترافي والانفتاح على الآخر الذي تعبر عنه تسميتها الغربية وجنسيات العاملين بها، وحتى من خلال نموذج القيادة عبر شخصية مديرها العام ناصر الخليفي الذي يظهر بمظهر القائد الشاب ونموذج المواطن القطري العصري الناجح الذي يتحكم بكل ثقة في مشاريع استراتيجية ضخمة مختلفة في آن واحد ويفاوض ويربح.

قوة الضغط السياسي عبر ورقة beIN Sports:

يمكن تبين ذلك عبر أزمتي الخليج الأولى والثانية أين هددت قطر في ردها على سحب السعودية والإمارات والبحرين لسفرائها من الدوحة بسحب اشتراك قنوات beIN Sports من هذه البلدان في الوقت الذي تدارست فيه هذه الدول مشروع مشترك يقضي بوضع أموال طائلة تحت تصرف قنوات أبو ظبي الرياضية لكسر الهيمنة التي تفرضها القناة القطرية على البطولات الرياضية الكبرى خاصة في منطقتي الشرق الأوسط وشمال إفريقيا. (الغايش، 2014) وهو نفس الموضوع الذي تكرر خلال الأزمة الثانية منتصف 2017 عقب إعلان السعودية والأردن ومصر قطع علاقاتها مع قطر، فالسعوديون يعتقدون -حسب مقال لصحيفة الأخبار اللبنانية- "أن مشاهدة القنوات الرياضية القطرية بيدق آخر على رقعة قطر يجب القضاء عليه، كعلاقتها مع حماس والإخوان

عدد خاص بالملتقى الدولي الثامن: "علوم الأنشطة البدنية و الرياضية وتحديات الألفية الثالثة"
محور: الإعلام والاتصال في المجال الرياضي.

المسلمين في مصر"، (محسن، 2014) وهنا تتضح دلالة "الإمبراطورية القطرية" كما أسماها صاحب المقال كسلاح حقيقي تتمتع به قطر وتفرض به هيبتها ومنطقها حتى على الدول التي تعتبر قوة إقليمية في إطارها الجغرافي.

خاتمة:

مثلت beIN Sports نافذة لقطر للخروج من صحرائها المعزولة إلى العالم، فشغلت السياسيين والاقتصاديين والباحثين بشهيتها الكبيرة للاستثمار الرياضي؛ وكانت فرنسا بوابة قطر لاكتساح أوروبا والعالم ولتزاوج المال والجيبوليتيك. ورغم كبر حجم الاستثمارات القطرية في كل المجالات من البنى التحتية إلى الألبسة الرياضية إلى النوادي الكروية والرعاية إلا أن قطر لم تكن لتحقق هذا البروز لولا تعزيز استثماراتها الرياضية بورقة الإعلام، فقد وحدت beIN Sports مختلف الاستثمارات الرياضية القطرية في استراتيجية متكاملة بل وتحولت إلى قاطرة تقودها نحو الأهداف المسطرة وهو ما يؤيده Johan Cirion بقوله:

"ولكن العامل الأكبر الذي مكن قطر من إرساء نفوذها الرياضي في الغرب هو الجزيرة الرياضية، القناة الرياضية العالمية التي تحولت إلى beIN Sports في الفاتح من جانفي 2014. وهنا نجد أن الشبكة القطرية تقدم كل ما لديها: ناصر الخليفي، الرئيس الحالي لنادي باريس سان جيرمان، يكون أيضا الرئيس المدير العام لـ beIN Sports ولمؤسسة قطر للاستثمارات الرياضية أيضا، وهذا ما يعني أن هناك حلقة قوية تم إنشاؤها، فالاستثمار في باريس سان جيرمان جعل من الدوري أكثر إثارة، وهذا ما أدى إلى رفع قيمة حقوق البث التي يملكها نفس الأفراد (...). beIN Sports هي اليوم فاعل لا يستهان به ويشكل قلعا كبيرا للمنافسين". (Cirion, 2016) ومن ثم فإن القناة تمثل اليوم مصدر قوة ناعمة لا يستهان به بالنسبة للإمارة الخليجية اليوم.

قائمة والمراجع:

عدد خاص بالملتقى الدولي الثامن: "علوم الأنشطة البدنية و الرياضية وتحديات الألفية الثالثة"
محور: الإعلام والاتصال في المجال الرياضي.

الكتب:

إيفانز، غراهام ونوبنهايم، جيفري.(1997)، قاموس بنغوين للعلاقات الدولية: مركز الخليج للأبحاث.
ناي، س. جوزيف.(2007)، القوة الناعمة: وسيلة النجاح في السياسة الدولية، تر. محمد توفيق البجيرمي،
المملكة العربية السعودية: العبيكلن.

Chesnot, C. et Malbrunot G.(2013), **Qatar les secrets du coffre-fort**, France: Michel Lafon, 2013.

Coustillère, J. F. (2013), **Qatar, chance ou menace pour les intérêts français? Qatar jusqu'à où?**, l'Harmattan, Paris.

Ennasri, N. (2013), **l'énigme du Qatar**, S.Ed, France: Armond Colin.

Lazar, m. (2013), **le Qatar aujourd'hui: la singulière trajectoire d'un riche émirat**, paris: Michalon Editeur.

le Monde Histoire. (2014), **sports un enjeu géopolitique le Golfe récolte les fruits du placement dans les stades de ses pétrodollars**, Paris: société Editrice du monde.

المجلات العلمية:

Boulangier, P . (été2013). pour une géopolitique des médias. **la revue européenne des médias numériques**, N° 27, [version électronique.]

Champagne .J. (été 2012). la diplomatie sportive du Qatar instrument d'une nouvelle notoriété internationale. **Géoéconomie**.

Laugée, F. (automne 2012): la chine, nouveau champion du soft power? **la revue européenne des médias numériques**, N° 24.

Verschuren, P.(2013). les multiples visages du sport power. **Revue International et Stratégique IRIS**, N° 89.

Cirion, J. (26-02-2016), Sport power: la stratégie d'influence du Qatar, **Portail de l'Intelligence Economique**, www.portail-ie.fr

تقارير ووثائق الهيئات والمنظمات:

Repucom. (2015), **Emerging Giants: Defining the trend: How increasing investment from Asia and the Middle East is turning them into sport's Emerging Giants**.

convention entre le conseil supérieur de l'audiovisuel et la société beIN Sports France concernant le service de télévision beIN Sports 3, 1ère partie: objet de la convention et présentation de l'éditeur, article 1-1/1-2.

Tribunal de commerce de Nanterre, jugement, affaire 2013F02859, demandeurs: Société d'édition Canal Plus 1 et groupe Canal + / défendeur: SAS beIN Sport France.

المذكرات:

Valla, A. (2013), **La télévision au service du sport: la domination télévisuelle sur le sport et l'organisation sportive**, mémoire de Master non publié, MBA ESG Paris.

الصحف والمواقع الإلكترونية:

شربل، كريم. (10-03-2014)، beIN تخسر معلميها الخليجين يا رياه، صحيفة الأخبار، عدد 2242.

عدد خاص بالملتقى الدولي الثامن: "علوم الأنشطة البدنية و الرياضية وتحديات الألفية الثالثة"
محور: الإعلام والاتصال في المجال الرياضي.

محسن أحمد. (2014-03-10)، حرب السعودية على قطر أصابت الجزيرة الرياضية، صحيفة الأخبار، عدد 2242.

الغايش، عمرو. (2014-05-30)، قطر تهدد بسحب اشتراكات بي إن سبورتس، صحيفة الدستور، عبر www.dostour.org/384299

الجزيرة الرياضية تشتري حقوق ART. (2017-09-10).

<http://www.aljazeera.net/amp/news/sport/2009/11/24/الجزيرة-الرياضية-تشتري-حقوق>
<https://beinmediagroupe.com/> بتاريخ 2017-09-19

l'observateur de Monaco. (novembre 2012), Droits télé: la bagarre beIN Sport-Canal+ analysée depuis le sportel, n°115.

Kessous, K. (06-06-2015). beIN Sports droit au but, www.lemonde.fr

Noël, J. (24-04-2015) Qatar Sports Investments : le sport comme outil de réputation, <http://blog.reputationsquad.com>

Ennasri, N. (avril 2016) le propriétaire de BFMtv est impliqué dans une affaire d'évasion fiscale https://mobile.facebook.com/EnnasriNabil/photos/a.301901003259759.72453.298996480216878/913679772081876/?type=3&_rdc=1&_rdr