

دیپلماسی عمومی قطر در جام جهانی ۲۰۲۲ با تأکید بر بعد رسانه‌ای

الهه فهیمی‌نژاد^۱، مرتضی دوستی^۲، معصومه کلاته‌سیف‌ری^۳، بهناز صبوری^۴

چکیده

جام جهانی فوتبال یکی از مهمترین رویدادهای بین‌المللی است که طیف وسیعی از افکار عمومی را درگیر خود می‌سازد. کشورهای برگزار کننده این رویداد ورزشی بسیار مهم، سعی می‌کنند با فعال‌سازی ظرفیت‌های دیپلماسی عمومی خود، و به‌ویژه در ذیل آن دیپلماسی رسانه‌ای، تصویر مطلوبی از کیفیت برگزاری این رویداد را در انتظار عمومی جهانیان قرار دهند. پژوهش حاضر با استفاده از مباحث نظری دیپلماسی عمومی و با هدف تبیین ابعاد دیپلماسی عمومی جام جهانی ۲۰۲۲ قطر و شناسایی و طبقه‌بندی عوامل مؤثر بر آن با تأکید بر بعد رسانه‌ای انجام شده است. روش انجام آن کیفی و در دو مرحله بوده است. مرحله اول، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و مرحله دوم دلفی بوده است. مقوله‌های پژوهش در قالب ۱۰۳ کد مفهومی و ۷ مقوله اصلی استخراج شده‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد که عوامل مؤثر در دیپلماسی عمومی قطر در جام جهانی فوتبال ۲۰۲۲ را مقولات تسهیلات و زیرساخت‌ها، اقتصادی، سیاسی، اجتماعی-فرهنگی، مدیریتی، رسانه و منابع انسانی تشکیل می‌دهد که در میان آن‌ها، دیپلماسی رسانه‌ای نقش بسزایی در نمایش قدرت نرم قطر ایفا کرده است. قطر توانست به‌واسطه دیپلماسی رسانه‌ای، ظرفیت‌های خود را در سازماندهی یک رویداد ورزشی بزرگ برای جهانیان روایت کند. درواقع، رسانه عامل کلیدی در نمایش سایر مقولات بوده است.

کلیدواژه‌ها: دیپلماسی عمومی، ورزش، قطر، جام جهانی فوتبال ۲۰۲۲، دیپلماسی رسانه‌ای.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۲/۱۳ - تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۶/۱۲

۱. این مقاله مستخرج از رساله دکتری نویسنده اول با راهنمایی نویسنده دوم و مشاوره سایر نویسندگان بوده است.

۲. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران
elahefahiminejad401@gmail.com

۳. دانشیار گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران (نویسنده مسؤل)
dosti@umz.ac.ir

۴. دانشیار گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران
msmrteam27@gmail.com

۵. دانشیار اقتصاد منابع طبیعی، کالج علوم دریایی و کشاورزی، دانشگاه سلطان قابوس، مسقط، عمان
b.saboori1@squ.edu.om

DOI: 10.22034/IMRL.2024.408313.1192

مقدمه

حکومت‌ها برای افزایش قدرت، ثروت، جایگاه و منزلت خود در میان ملل مختلف از ابزارهای متفاوتی استفاده می‌کنند (حسن‌پورقادی و دوستی، ۱۴۰۰: ۵۸۲). در این میان، ورزش به‌عنوان وسیله‌ای برای تقویت وجهه کشورها و مدیریت روابط خارجی (Skey, 2023: 758)، برندسازی ملی و دیپلماسی عمومی (Kobierecki and Kobierecki 2023: 10) در نظر گرفته می‌شود و می‌توان از آن به‌عنوان یکی از ابعاد دیپلماسی در سطح بین‌المللی و ابزاری قدرتمند برای ایجاد قدرت نرم^۱ مؤثر یاد کرد (بابایی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۱). به عبارت دیگر، حکومت‌ها در اجرای قدرت نرم از عرصه ورزش برای تأمین اهداف خود، به حداقل رساندن اصطکاک و تقویت روابط بین‌الملل نهایت بهره را می‌برند (Gundogan, 2023: 109). ورزش بدون شک ظرفیت کاهش درگیری در بین دولت‌های خواهان صلح را دارد (Kobierecki, 2023: 85).

میزبانی آبرویدادهای ورزشی^۲ نیاز به سرمایه‌گذاری‌های هنگفت و ظرفیت زیادی برای اصلاح آینده کشور و ایجاد میراث پایدار دارد (Serdar and Al-Ghamdi, 2021: 1) و باید به‌عنوان بخشی از راهبرد بلندمدت برای معرفی یک منطقه به گردشگران در نظر گرفته شود (Drapkin, et al., 2024: 11). برگزاری ابرویدادهایی مانند بازی‌های جام جهانی فوتبال ۲۰۲۲ قطر نیز می‌تواند تغییرات زیادی را در جهت بهبود وجهه کشور میزبان ایجاد کند (Kaplanidou, et al., 2016: 4104). در واقع دریافت میزبانی این رویداد مهم ورزشی بعد از مدت‌ها در منطقه غرب آسیا واجد اهمیت ویژه‌ای برای کشورهای این منطقه محسوب می‌شود. به دلیل این اهمیت، واکاوی ابعاد آن نیز مهم محسوب می‌شود.

منطقه غرب آسیا همواره محل رقابت چند قدرت منطقه‌ای آن، یعنی ایران، عربستان سعودی، ترکیه، مصر و عراق بوده است (خبیری و محمدی، ۱۳۹۶: ۸۸). این در حالی است که میزبان جام جهانی فوتبال ۲۰۲۲، به‌عنوان قدرت منطقه‌ای محسوب نمی‌شود و انتخاب دولت قطر به میزبانی یکی از بزرگترین رویدادهای ورزشی جهان نظیر جام جهانی فوتبال (Exell and Rico, 2013: 670) جای نقد و بحث فراوان دارد. از طرفی دیگر متوسط رشد اقتصادی قطر در سال‌های ۲۰۰۴ تا ۲۰۱۱، ۱۵/۹٪ بوده است؛ این رشد شگرف کشور چین را

1. Soft Power

2. Mega Sport Events (MSE)



پشت سر گذاشته و رتبه ۱ را در بین ۱۸۲ کشور جهان اختصاص داده است (دانش‌فر، ۱۳۹۴: ۹). این موضوعی است که باید مورد توجه قرار گیرد.

قطر میزبانی رویدادهای ورزشی مهم از قبیل مسابقات قهرمانی دو و میدانی، جام کنفدراسیون فوتبال آسیا، مسابقات قهرمانی هندبال مردان جهان، بازی‌های آسیایی ۲۰۰۶ قطر و از طرفی دیگر ایجاد زیر ساخت‌های مناسب، استفاده از فناوری‌های پیشرفته در قبل و حین و بعد از برگزاری بازی‌ها، حفظ سنت و فرهنگ ورزشی اصیل خود، مهاجرت ورزشکاران و مربیان نخبه به قطر، پیشرفت‌های به وجود آمده در زمینه ورزشی چه از لحاظ کسب امتیاز و چه از لحاظ مدیریت و برگزاری مسابقات به ویژه توجه به ورزش بانوان می‌تواند قدرت و مهارت کشور قطر را به جامعه بین‌المللی ورزش نشان دهد (Amara, 2005: 510-495). همچنین قطر میزبان بازی‌های آسیایی در سال ۲۰۳۰ خواهد بود و در طول این ادوار نشان داده است که در برگزاری این رویدادها بر دیپلماسی عمومی^۱ تأکید زیادی دارد.

دیپلماسی عمومی ابزاری برای سیاست خارجی دولت‌ها به‌شمار می‌رود تا به‌وسیله آن بتوانند اعمال قدرت کنند (موسوی، ۱۴۰۰: ۱۳۱-۱۳۰). هدف دیپلماسی عمومی اطلاع‌رسانی و تأثیرگذاری بر افکار عمومی کشورها است (خسروی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۲۵).

در دیپلماسی عمومی از حوزه‌ی جدیدی به نام دیپلماسی رسانه‌ای^۲ می‌توان یاد کرد (اردکانی‌فرد و حسینی‌پاکدهی، ۱۴۰۰: ۵۷). دیپلماسی رسانه‌ای شکلی از ارتباطات راهبردی شامل نشست‌های دیپلماتیک، مصاحبه‌های رسانه‌ای رهبران و دیپلمات‌ها، سخنرانی‌های عمومی و رسانه‌ای است که برای گروهی از مخاطبین در جهت دستیابی به اهداف سیاسی طراحی شده است (My Danh G. and Rolls, 2022: 321). بنابراین، می‌توان در حال حاضر، دیپلماسی رسانه‌ای را از حیث کمک به تأمین اهداف، منافع ملی، سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و تعامل بین کشورها حائز اهمیت دانست (نقیب‌السادات و عودل‌جانی، ۱۴۰۰: ۳۰۵). از این رو در حال حاضر دیپلماسی عمومی به ویژه بعد رسانه‌ای آن بسیار مورد توجه قرار گرفته است. بر اساس نتایج گزارش شده توسط فیفا (fifa, 2022)، WFC 2022 پوشش رسانه‌ای بی‌سابقه‌ای داشته و مجوزهای لازم به رسانه‌های مختلف همچون تلویزیون، رادیو، موبایل و اینترنت در کشورهای گوناگون را داده است (Papanikos, 2023: 126).

در قرن بیست و یکم، نقش رسانه‌ها در جهان افزایش یافته است، به طوری که نفوذ زیادی در سیاست دارند و می‌توان از آن‌ها به عنوان منبع قدرت (Leka and Kosumi, 2017: 39) و یکی از تأثیرگذارترین ابزارها یاد کرد (اسماعیل‌زاده و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۰). بنابراین، نیاز به تقویت دیپلماسی عمومی به ویژه دیپلماسی رسانه‌ای، بیش‌تر احساس می‌شود (حقوق‌شناسی و اکبری، ۱۳۹۹: ۱۱۱ و ۱۱۲). دیپلماسی رسانه‌ای نوین به دلیل ویژگی‌های اجتماعی خود، می‌تواند به عنوان روشی مؤثر برای انتشار اطلاعات، تعامل با ایده‌ها، هویت‌سازی و رسیدن به اهداف در جامعه بین‌المللی تبدیل شود (Ying and Dong, 2022: 129). از ترکیب گفتمان رسانه‌ای و ورزش، راهبردی حاصل می‌آید که در دنیای امروزی برای بهبود روابط بین‌الملل بی‌نظیر است.

دولت قطر نیز به منظور تقویت وجهه خود، جنگ افکار عمومی و اطلاعاتی را از طریق الجزیره به راه انداخته و مواضع سختی را در ارتباطات بین‌المللی از خود نشان داد (Ying and Dong 2022: 132) و به واسطه قدرت گفتمانی و نفوذ الجزیره، مشروعیت و قدرت نرم خود را بسیار افزایش داده است (Zhang, 2018: 74) و از این ابررویداد ورزشی در جهت ایجاد تصویری بهتر از آنچه سیاست‌هایش ایجاد می‌کند، استفاده نموده است (Lo, 2023: 46-45). دوحه در سال ۲۰۰۰ به عنوان «کسل‌ترین مکان روی زمین» توصیف شد (Scharfenort, 2014: 79). این شهر ده سال بعد به عنوان پایتخت فرهنگی جهان عرب نام گرفت (Eggeling, 2021: 86) که نشان از تلاش قطر برای ساخت تصویر ذهنی مثبت در افکار عمومی می‌باشد. مسأله مهمی که باید ابعاد آن تحلیل شود، یکی از این ابعاد استفاده هوشمندانه قطر (و سایر کشورهای عربی) از ورزش برای تقویت جایگاه منطقه‌ای و بین‌المللی خود است. البته قابل ذکر است که ثروت قطر نقش مهمی در تغییر شکل روابط با جهان اطراف خود ایفا کرده است (Katyral, 2021: 7) که راهبرد و چگونگی استفاده از آن باید مدنظر قرار داد.

با توجه به مقدمه مذکور، نویسندگان این مقاله به دنبال شناسایی، تحلیل و تبیین ابعاد و عوامل مؤثر بر دیپلماسی عمومی جام‌جهانی ۲۰۲۲ قطر با تأکید بر بعد رسانه‌ای آن هستند.

پیشینه پژوهش

در خصوص دیپلماسی مقالاتی منتشر شده است که تعدادی از آن‌ها در جدول ۱ زیر آمده است.

جدول ۱. پیشینه تحقیق

ردیف	عنوان	نویسندگان	محور اصلی
۱	مدل سازی ساختاری زنجره ارزش تولیدات رسانه‌ای در دیپلماسی رسانه‌ای ایران در قبال دنیای عرب	آزادی و همکاران (۱۴۰۱)	تأثیر شاخص‌های نوآوری، مشتری‌مداری، اعتبار برند، زیرساخت‌ها و فناوری، مدیریت، محتوا، پشتیبانی، مزیت رقابتی، کیفیت خدمات، ارزش آفرینی، بازاریابی، منابع انسانی و ارتباطات سازمانی بر دیپلماسی رسانه‌ای
۲	از قدرت نرم تا قدرت نامحسوس: مطالعه موردی قطر	تورز ^۱ (۲۰۲۱)	قطر با استفاده از قدرت نرم توانسته در نظام بین‌الملل قدم کند و نظام بین‌المللی را به نفع خود شکل داده است و سایر حکومت‌ها را ترغیب می‌کند تا با منافع خود همسو شوند.
۳	نقش رسانه‌های دیجیتال در مورد دیپلماسی در جهان	اسدی (۲۰۱۷)	دیپلماسی دیجیتال ابزار جدیدی در جهان برای تغییر نگرش و تأثیرگذاری بر افکار و باورهای مردم امروز بدون تهاجم و جنگ است. تأثیرات زیادی در شکل‌گیری تحولات اجتماعی و گفتگمانی دارند. بنابراین، توسعه برنامه‌های گفتگمانی با استفاده از رسانه‌های دیجیتال در مجامع داخلی و بین‌المللی می‌تواند در توسعه گفتگمان انقلاب اسلامی مؤثر باشد.
۴	ویژگی‌ها و تجربیات دیپلماسی رسانه‌ای معاصر: مطالعه موردی الجزیره در قطر	یانگ و دانگ ^۲ (۲۰۲۲)	ایجاد قدرت نرم محکم برای اجرای سیاست خارجه قطر توسط الجزیره با تقویت و تغییر برند عربی در زیرساخت‌ها، ایجاد یک شبکه ارتباطی جهانی و ترویج و تحول در رسانه‌های دیجیتال
۵	نقش خبری شبکه الجزیره در دیپلماسی رسانه‌ای قطر	رنجبرحیدری و همکاران (۱۳۹۴)	کشور کوچک قطر، به علت نداشتن منابع سخت افزاری، برای حفظ بقا و امنیت خود در تلاش است تا با پیروی از سیاست «برندسازی ملی» و شبکه الجزیره، وارد نظام بین‌الملل شود و سعی در پیشبرد اهداف سیاست خارجی خود دارد.
۶	دیپلماسی رسانه‌ای؛	خرازی‌آذر	دسترسی بیش‌تر به رسانه‌ها به‌ویژه رسانه‌های جهانی

1. Torres
2. Ying, Dong

ردیف	عنوان	نویسندگان	محور اصلی
	توان نوین راهبردی کشورهای	(۱۳۹۴)	گفتمان ساز، باعث قدرت بیش تر برای سیاستمداران و نخبگان سیاستمداران خارجی
۷	دیپلماسی رسانه‌ای چین در منازعات دریای چین جنوبی	لی و رولز ^۱ (۲۰۲۲)	اهمیت نقش رسانه در چین برای حفاظت از حاکمیت ملی، داشتن مذاکرات صلح آمیز، کمک به حل و فصل اختلافات در کوتاه مدت
۸	اثربخشی دیپلماسی رسانه‌ای با رویکرد توسعه گردشگری خارجی	قراستی و همکاران (۱۴۰۰)	رابطه قوی دیپلماسی رسانه و صنعت گردشگری (سرمایه گذاری خارجی، تولید محتوای گردشگری سلامت، برند نمادهای شهری، قدرت نرم)
۹	تأثیر دیپلماسی رسانه‌ای بر تبادل فرهنگی کشورهای	شاه محمدی و قرائتی (۱۳۹۱)	تأثیر دیپلماسی رسانه‌ای بر فرهنگ پذیری، فرهنگ سازی و ارائه تصویر مطلوب در عرصه بین‌الملل
۱۰	تطور دیپلماسی در قطر: از بی طرفی محافظه کارانه تا نفوذ هوشمند	سرخیل (۱۳۹۵)	استفاده قطر از حوزه‌های جدید دیپلماسی مانند دیپلماسی اقتصادی، رسانه‌ای، آموزشی، داشتن برنامه‌هایی چون جذب سرمایه گذاری خارجی، تسهیل فضای کسب و کار، رونق گردشگری، دستیابی به علم و تکنولوژی روزآمد و تصویرسازی بین المللی
۱۱	قطر ۲۰۲۲: مواجهه با چالش های اقلیمی و میراث جام جهانی فوتبال	سوفوتاسیو ^۲ و همکاران (۲۰۱۵)	استفاده از فناوری‌های انرژی خورشیدی به صرفه برای تولید برق و خنک کننده
۱۲	سیاست چند برداری در جام جهانی ۲۰۲۲ قطر: تحلیل روابط رسانه ای	لاریسو ^۳ و همکاران (۲۰۲۳)	استفاده از رسانه‌های اجتماعی و صحت سیاسی قطر برای رسیدن به اهداف خود
۱۳	هدایت قدرت نرم: جام جهانی قطر ۲۰۲۲، کارگران مهاجر و تصویر بین‌المللی	آل ثانی (۲۰۲۱)	جام جهانی ۲۰۲۲ در قطر به عنوان وسیله‌ای برای تغییر شکل برند ملی، مبارزه با وجهه منفی بین‌المللی، تقویت یکپارچگی، شفافیت و برابری در قطر، کاهش تبلیغات منفی ناشی از نقض حقوق بشر کارگران مهاجر در قطر عمل کرده است.

1. Le, T. M. D., and Rolls, M
2. Sofotasiou
3. Larisu



بررسی ادبیات پیشین نشان می‌دهد که امروزه دیپلماسی عمومی به ویژه در بعد رسانه اهمیت بسیاری برای دولت‌ها دارد و در دستور کار آن‌ها قرار گرفته است. بر اساس جستجوهای که توسط محقق در مورد پژوهش‌های مرتبط با جام جهانی ۲۰۲۲ قطر صورت گرفت، تاکنون تحقیقی جامع از منظر دیپلماسی عمومی و به‌ویژه در تلاقی با دیپلماسی رسانه‌ای در این خصوص انجام نشده است. همچنین لزوم توجه به مباحث مختلف دیپلماسی و موانع موجود در کشور ما نیز ضروری و مهم به نظر می‌رسد. از سوی دیگر دیپلماسی عمومی به ویژه در بعد رسانه‌ای و آرایه پیشنهادها و توصیه‌ها در این زمینه برای اجرای چنین سیاست‌هایی در ایران لازم است.

۱. چارچوب نظری

۱-۱. دیپلماسی

تعاریف زیادی برای دیپلماسی وجود دارد ولی تمام آن‌ها هدف مشخصی را دنبال می‌کند و آن‌هم «پیشبرد سیاست خارجی» است. در واقع دیپلماسی، کوششی است که یک بازیگر بین‌المللی برای مدیریت و حل و فصل اختلافات محیط بین‌الملل، از طریق کار با یک بازیگر بین‌المللی دیگر به کار می‌گیرد. مورگنتا^۱ معتقد است، دیپلماسی هنر مرتبط ساختن عناصر قدرت ملی به مؤثرترین شکل با آن دسته از ویژگی‌های شرایط بین‌المللی است که به منافع ملی مرتبط می‌شود. از این رو دیپلماسی در معنای سنتی آن اساساً شامل تعاملاتی است که بین حکومت‌ها و دولت‌ها جریان می‌یابد. بر اساس تعریفی مشابهی از دیپلماسی به‌عنوان تدوین‌کننده و محرر سیاست خارجی، مغز متفکر قدرت ملی است. بر این اساس، دیپلماسی دارای چهار وظیفه اساسی است که شامل تعیین اهداف خود با توجه به قدرت بالفعل و بالقوه، ارزیابی اهداف سایر کشورها، تعیین میزان سازگاری این اهداف و به کارگیری ابزار مناسب برای دستیابی با اهداف خود است (ساداتی، ۱۳۹۳: ۱۱۵-۱۱۴).

۱-۲. دیپلماسی عمومی

اصطلاح دیپلماسی عمومی برای اولین بار در سال ۱۹۶۵، از طرف ادmond گولیون^۲ با اشاره به ارتباطات و منافع ملی یک کشور از طریق برقراری ارتباط با مردم دیگر کشورها مطرح شد (Cull, 2009: 19). دیپلماسی عمومی عبارت است از طراحی و اجرای برنامه‌های راهبردی با

1. Morgenthau
2. Edmund Gullion

هدایت و حمایت دولت‌ها و با عاملیت مشترک بخش‌های دولتی و غیردولتی به‌منظور درک و شناخت، اطلاع‌رسانی و اعمال نفوذ بر توده‌های مردم سایر کشورها تا آن‌ها دولت متبوع خود را برای پشتیبانی از اهداف و منافع ملی کشور عامل ترغیب کند (هادیان و سعیدی، ۱۳۹۲: ۴۲).

دیپلماسی عمومی به‌دلیل گستردگی، پیچیدگی و چندوجهی بودن دارای ابعاد چندگانه است: در بعد اول، مدیریت ارتباطات روزانه شامل محتوی تصمیمات مربوط به سیاست خارجی و داخلی است. در واقع مدیریت اخبار همان «مدیریت ارتباطات» در زمینه‌ی موضوعات روز است. مدیریت اخبار دولت در قلب دیپلماسی عمومی دولتی قرار دارد و به رغم غیرآشکار بودن، زمینه‌هایی در این نوع فعالیت وجود دارد که در بلندمدت کمک شایانی به رابطه‌سازی می‌کنند. بعد دوم، ارتباطات راهبردی است که در آن مجموعه‌ای از موضوعات معمولی بسط می‌یابد که به مبارزات سیاسی یا تبلیغاتی شباهت بسیار دارد. در این مبارزات، رویدادها و ارتباطات نمادین به‌منظور مشخص کردن موضوعات اساسی یا پیشبرد سیاست دولت برنامه‌ریزی می‌شود. ارتباط راهبردی نیازمند همگرایی بسیار نزدیک‌تر سیاست و دیپلماسی عمومی است. دیپلماسی عمومی با استفاده از جذابیت‌های فرهنگی، روح ملت را به سمت خود می‌کشاند. برای همه ابعاد خود به‌طور مشخص فضایی را ایجاد می‌کند که بر اساس آن اقلان و جذب افکار عمومی ایجاد شود. بر این اساس لازم است همه ابعاد دیپلماسی به‌طور هماهنگ و منسجم عمل کنند (خسروی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۳۰). از مهمترین مسائل در دیپلماسی عمومی به دست آوردن اعتماد افکار عمومی است و در این رابطه از ملزومات اولیه شفافیت، اعتبار، هماهنگی و استمرار و پایداری است. عامل دیگر در تقویت دیپلماسی عمومی ارتقای فرهنگ مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی است. چنین تعهدی در آغاز باید در مقام‌های دولتی گسترش یابد. این امر می‌تواند اعتبار مورد نیاز خود برای اجرای موفق دیپلماسی عمومی را فراهم کند. علاوه بر شفافیت و پاسخگویی، عامل مهم دیگر در عرصه دیپلماسی عمومی تقویت صداقت عمومی است تا کشوری بتواند دیپلماسی عمومی موفق‌تری را در جهان پیش ببرد. علاوه بر مسائل مطرح شده باید توجه داشت دیپلماسی عمومی به خودی خود نمی‌تواند اعتماد عمومی را در بین مخاطبان خارجی بدست آورد، بلکه لازم است تا نوعی هماهنگی میان سیاست‌های کلی یک کشور با دیپلماسی عمومی آن وجود داشته باشد (خسروی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۳۱). شرط موفقیت دیپلماسی عمومی عبارت است از: شفافیت، اعتبار، هماهنگی، استمرار و پایداری، ارتقای فرهنگ و مسئولیت‌پذیری و پاسخ‌گویی، تقویت صداقت عمومی. علاوه بر این لازم است تا نوعی هماهنگی میان سیاست‌های کلی یک کشور با



دیپلماسی عمومی آن وجود داشته باشد. سیمون آنهولت^۱ شش شاخصه گردشگری، صادرات، سیاست خارجی و داخلی، سرمایه‌گذاری و مهاجرت، فرهنگ و میراث و مردم را برای ارزیابی دیپلماسی عمومی در نظر می‌گیرد. دیپلماسی عمومی با اهداف خود، ابزارها و برنامه‌هایی که در اختیار دارد وسیله‌ای است برای در اختیار گرفتن ذهن و قلب مردم؛ بنابراین دیپلماسی عمومی ابزار اصلی قدرت نرم در روابط بین‌الملل است (موسوی، ۱۴۰۰: ۱۳۱). یکی از وجوه شاخص دیپلماسی عمومی، دیپلماسی رسانه‌ای است.

۱-۲-۱. دیپلماسی رسانه‌ای

از ابزارهای دیپلماسی عمومی می‌توان به شبکه‌های ارتباطی در رسانه و برندسازی ملی اشاره کرد (موسوی، ۱۴۰۰: ۱۲۵-۱۲۴). دیپلماسی رسانه‌ای به استفاده از رسانه‌ها به منظور ارتقای سیاست خارجی اطلاق می‌شود. دیپلماسی رسانه‌ای به مجموعه سازوکارهایی اطلاق می‌شود که از طریق رسانه می‌توان بخشی از سیاست‌ها را بر مردم، احزاب، سیاست‌مداران، گروه‌ها، نهادهای سازمان‌های بین‌المللی و حتی دیگر دولت‌ها اعمال نمود و برای اجرای دیپلماسی رسانه‌ای از ابزارهای متفاوتی چون اینترنت، موبایل، رادیو، تلویزیون، فضای مجازی، مطبوعات استفاده کرد (شکری‌رفسنجانی و همکاران، ۱۳۹۹: ۲۷۳).

۱-۳-۱. قدرت نرم

جوزف نای معتقد است که قدرت نرم، نظریه بنیادین دیپلماسی عمومی است. دیپلماسی عمومی شامل دو جزء دیپلماسی رسانه‌ای و فعالیت‌های آموزشی و تبادل فرهنگی است (شاه‌محمدی و قرائتی، ۱۳۹۱: ۱۰۴). بر این اساس، قدرت نرم عبارت است از «توانایی یک دولت در رسیدن به اهداف مطلوب از طریق ایجاد جاذبه و کشش و نه با استفاده از قوه قهریه و زور». او اعمال قدرت نرم را با بسط و گسترش روابط بین‌متحدان و تعاملات فرهنگی امکان‌پذیر می‌داند و چنین سیاستی در نهایت منجر به محبوبیت دولت‌ها نزد افکار عمومی کشور مقصد می‌شود و باعث تصحیح وجهه بین‌المللی برای دولت‌ها می‌شود (عبدالله‌خانی، ۱۳۸۶: ۲۲۸، میناوند و جعفری‌چکنی، ۱۳۹۸: ۷۴).

روش پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ رویکرد کیفی و شیوه آن مصاحبه بوده است. جامعه پژوهش شامل اساتید دانشگاه که سواد رسانه‌ای دارند و مجریان و خبرنگاران هستند. داده‌های پژوهش از طریق نمونه‌گیری هدفمند و در دسترس و بر اساس مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته در حوزه دیپلماسی عمومی جام جهانی ۲۰۲۲ قطر جمع‌آوری شد و فرایند گزینش نمونه‌ها ادامه پیدا کرد تا هنگامی که در جریان کسب اطلاعات، هیچ داده جدیدی پدیدار نشد. به عبارتی، داده‌های پژوهش در ۱۶ مصاحبه که انجام شد، با ۱۳ مصاحبه به اشباع نظری رسید و ادامه مصاحبه‌ها صرفاً برای اطمینان از یافته‌ها انجام گرفت. ویژگی‌ها و مشخصات جمعیت‌شناختی شرکت‌کنندگان، معیارهای انتخاب مشارکت‌کنندگان و مباحث در مصاحبه‌ها در جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی شرکت‌کنندگان

تحصیلات			جنسیت		گروه‌های نمونه		سن			
لیسانس	ارشد	دکتری	مرد	زن	استاد	مجری و خبرنگار	۶۰-۵۱	۵۰-۴۱	۴۰-۳۱	۳۰-۲۱
۵	۶	۵	۱۵	۱	۴	۱۲	۲	۲	۷	۵
۳۱/۲۵	۳۷/۵	۳۱/۲۵	۹۳/۷۵	۶/۲۵	۲۵	۷۵	۱۲/۵	۱۲/۵	۴۳/۷۵	۳۱/۲۵

معیار انتخاب افراد جامعه پژوهش

آشنا بودن افراد با ادبیات رسانه‌ای در ورزش

دارا بودن سابقه فعالیت رسانه‌ای در ورزش

خبرنگاران و مجریان اعزامی به جام جهانی ۲۰۲۲ قطر



در مرحله اول سه سؤال که با توجه به مطالعات انجام شده در این حوزه بدست آمده بودند، از صاحب‌نظران پرسیده شد و در طول مصاحبه با توجه به روند پرسش و پاسخ مصاحبه‌ها ادامه یافت. در مرحله دوم، برای شناسایی و طبقه‌بندی عوامل مؤثر از روش دلفی کلاسیک (به‌عنوان روش مکمل) در دو مرحله به شرح زیر استفاده شد: در مرحله اول از این روش، پنج نفر از بین متخصصانی که با آن‌ها مصاحبه (۱۶ نفر) انجام شده بود، در این امر ما را همراهی کردند. پس از ارسال پرسش‌نامه تهیه شده به آنها، از آنها خواسته شد تا دیپلماسی عمومی جام جهانی ۲۰۲۲ قطر را براساس دو گزینه (موافق و مخالف) ارزیابی کنند. در پایان دور اول، پس از مقایسه مقادیر به‌دست آمده، هیچ یک از مقوله‌ها و کدهای باز حذف نشد. سپس بار دیگر پرسش‌نامه برای مرحله دوم ارسال شد که بر اساس طیف پنج گزینه‌ای لیکرت (کاملاً موافقم ۵، موافقم ۴، بینابین ۳، مخالفم ۲، کاملاً مخالفم ۱) ارزیابی کنند. در مرحله دوم از این روش، با توجه به وضوح اولیه، پرسش‌نامه پس از بررسی باز هم مورد تأیید قرار گرفت. در نهایت هفت مقوله اصلی (تسهیلات و زیرساخت‌ها، اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، مدیریتی، سیاسی، رسانه و منابع انسانی) با نمرات نزدیک به یک (۰/۹ نشانگر اجماع بسیار قوی و ۰/۷ نشانگر اجماع قوی است) برای ورود به این مطالعه انتخاب شدند.

جدول ۳. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان در دلفی

صاحب‌نظران	مدرک تحصیلی	جنسیت	سن
خبرنگار	کارشناسی ارشد ارتباطات و تجربه حرفه‌ای در گزارش‌های ورزشی	مرد	۳۹
خبرنگار	کارشناسی ارشد ارتباطات و تجربه حرفه‌ای در گزارش‌های ورزشی	مرد	۴۲
استاد دانشگاه	دکتری مدیریت ورزشی	مرد	۳۱
خبرنگار	کارشناسی ارشد مدیریت رسانه‌های ورزشی (خبرنگار)	مرد	۳۳
خبرنگار	کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی (خبرنگار)	مرد	۲۶

لازم به ذکر است که ۵۹ کد باز از طریق مصاحبه با شرکت‌کنندگان و ۱۱ کد باز از طریق پیشینه پژوهش (که بیش‌تر در مورد مقوله اقتصادی بود). همچنین ۳۳ کد باز مصاحبه و پیشینه هم‌پوشانی داشت. در کل، ۱۰۳ کد به دست آمد.



نمودار ۱. روش تحقیق پژوهش

در این پژوهش برای بخش توصیفی از نرم‌افزار SPSS و برای تحلیل مصاحبه‌ها و استخراج و تجزیه و تحلیل کدها از نرم‌افزار مکس کیودا^۱ استفاده شد. به منظور بررسی روایی، از قابلیت باورپذیری (اعتبار)، انتقال‌پذیری و تأییدپذیری استفاده شده است. به این ترتیب، پژوهشگر برای بررسی قابلیت باورپذیری از دو کدگذار دیگر در کدگذاری چند نمونه مصاحبه جهت کسب اطمینان از یکسانی دیدگاه کدگذاران استفاده کرده است. قابلیت اعتماد کدگذاری برابر ۹۷٪ درصد به دست آمد که با توجه به اینکه بیشتر از ۶۰٪ بوده، قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها مورد تأیید است. همچنین به منظور انتقال‌پذیری، دو متخصص که در پژوهش مشارکت نداشتند در مورد یافته‌های پژوهش مورد مشورت قرار گرفتند. برای بررسی قابلیت تأییدپذیری نیز از ثبت و ضبط تمامی مصاحبه‌ها و بررسی آن‌ها در زمان‌های مورد نیاز استفاده شده است. به منظور بررسی پایایی، کدگذاری موازی برخی مصاحبه‌ها محقق را یاری کرده‌اند. درصد توافق میان دو کدگذار از طریق ضریب پایایی اسکات محاسبه گردید. از آنجایی که میزان ضریب پایایی اسکات ۹۰ درصد به دست آمد، این عدد نشان‌دهنده اتکاپذیری بسیار بالای پژوهش است و می‌توان ابراز کرد که بین کدگذاران توافق بالایی وجود دارد.

1. Max QDA

یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش حاکی از این است که مقوله‌ها در قالب ۱۰۳ کد مفهومی و ۷ مقوله اصلی قابل تبویب هستند. طبق جدول شماره ۴ یکی از اثرات دیپلماسی عمومی، مقوله‌ی تسهیلات و زیرساخت‌ها می‌باشد. همچنین هشت مفهوم: مرکز رسانه‌ای، امکانات و زیرساخت‌های خوب رسانه‌ای، داشتن فناوری به‌روز و پیشرفته، استفاده مجدد از فناوری‌های روز، ایجاد امکانات رسانه‌ای برای یک‌سری کشورها و ایجاد استودیو، ساخت استادیوم‌های مدرن و سیار، اینترنت پرسرعت، اینترنت رایگان و کارآمدی خطوط هواپیمایی کشور قطر بالاترین میانگین را نشان دادند. آزمون تی تک‌نمونه‌ای نشان داد که همه مفاهیم در مقوله تسهیلات و زیرساخت‌ها تأثیر مثبت و معنی‌داری دارند.

جدول ۴. نتایج آزمون تی تک‌نمونه‌ای و کدگذاری و شکل‌دهی مقوله تسهیلات و زیرساخت‌ها

مقوله‌ها	مقوله‌های فرعی	مفاهیم اصلی	منبع	T	p	میانگین	انحراف معیار	میزان تأثیر
زیرساخت		مرکز رسانه‌ای، امکانات و زیرساخت‌های خوب رسانه‌ای	P1, P2, P4, P5, P6, P7, P9, P11, P14	۵۵/۱۷۴	۰,۰۰	۴/۸۱	۰/۲۰	خیلی زیاد
		داشتن فناوری به‌روز و پیشرفته	R3, R4, R5, P1, P2, P3, P4, P6, P7, P11	-	۰,۰۰	۵	۰	خیلی زیاد
		استفاده مجدد از فناوری‌های روز	R4, P4, P16	-	۰,۰۰	۵	۰	خیلی زیاد
		تغییر در زیرساخت‌های شبکه‌ی بین‌اسپورت و نزدیک‌تر شدن به زبان بین‌المللی	P13, P16	۲۹/۶	۰,۰۰	۴/۴۳	۰/۳۳	زیاد
		ایجاد امکانات	P2, P3, P4, P5, P7	۵۵/۱۷	۰,۰۰	۴/۸۱	۰/۲۰	خیلی زیاد



میزان تأثیر	انحراف معیار	میانگین	P	T	منبع	مفاهیم اصلی	مقوله‌های فرعی	مفاهیم
زیاد						رسانه‌های برای یک‌سری کشورها و ایجاد استودیو		
زیاد	۰/۳۳	۴/۴۳	۰,۰۰	۲۹/۶	P10, P16	الگو شدن سیستم رسانه‌های قطر برای کشورهای پیشرفته همسایه		
زیاد	۰/۴۴	۳/۷۸	۰,۰۰	۱۷/۰۷	P16	ساخت هتل‌ها با شرایط مختلف برای بازیکنان و تماشاگران		
خیلی زیاد	۰	۵	۰,۰۰	-	R4, P4	ساخت استادیوم‌های مدرن و سیار		
خیلی زیاد	۰/۳۹	۴/۶۱	۰,۰۰	۲۶/۸	R2, P1, P2, P11, P14, P15	اینترنت پرسرعت	تسهیلات	
خیلی زیاد	۰/۴۶	۴/۶۰	۰,۰۰	۳۲/۴	R2, P2, P15	اینترنت رایگان		
زیاد	۰/۱۸	۴/۰۴	۰,۰۰	۴۹/۷۳	P14,	فاصله کم بین استادیوم‌ها باعث پوشش خبری بهتر شد		
زیاد	۰/۲۹	۴/۴۱	۰,۰۰	۳۴/۵۱	P2, P7, P12, P14	مترو و داشتن اینترنت در مکان‌های پرتردد		
زیاد	۰/۳۹	۴/۳۹	۰,۰۰	۲۵/۳۰	P1, P4, P14	امکان ارائه خدمات درست		
خیلی زیاد	۰/۲۰	۴/۸۱	۰,۰۰	۵۵/۲	P16	کارآمدی خطوط هوایمابومی کشور قطر		

*نرم ارزیابی اثر میانگین‌ها: کمتر از ۱/۵ خیلی کم، ۲/۵-۱/۵ کم، ۳/۵-۲/۵ متوسط، ۴/۵-۳/۵ زیاد، بیش‌تر از ۴/۵ خیلی زیاد.



طبق جدول شماره ۵ یکی از اثرات دیپلماسی عمومی، مقوله‌ی سیاسی می‌باشد. همچنین چهار مفهوم: خریداری باشگاه مطرح جهان برای ایجاد تصویر مثبت از قطر، به تصویر کشیدن ثروت قطر توسط رسانه‌ها و برگزاری گران‌ترین جام جهانی، داشتن دولتی کمک‌رسان و اهدای امکانات و زیرساخت‌ها و قدرت نرم ترسیم بالاترین میانگین را نشان دادند. آزمون تی تک‌نمونه‌ای نشان داد که همه مفاهیم در مقوله سیاسی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارند.

جدول ۵. نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای و کدگذاری و شکل‌دهی مقوله سیاسی

مفوله‌ها	مقوله‌های فرعی	مفاهیم اصلی	منبع	T	p	میانگین	انحراف معیار	میزان تأثیر
سیاسی	ایدئولوژیکی	توجه رسانه‌ها به دغدغه‌های دینی و مذهبی	R4, P4, P13,	۱۷	۰,۰۰	۳/۶۲	۰/۴۸	زیاد
		داشتن قوانین سفت و سخت	R4, P4,P13,	۲۹	۰,۰۰	۴/۰۱	۰/۳۱	زیاد
		تصمیم‌گیری درست در مورد مسائل مذهبی مثل حجاب	R4,P13,	۲۵/۳	۰,۰۰	۴	۰/۳۵	زیاد
		پذیرش جهانی شدن و جهانی‌سازی	R5, P10,P13	۲۱	۰,۰۰	۴/۲۰	۰/۴۵	زیاد
		وجود محدودیت‌های قطر و حضور کم‌رنگ زنان غیرعرب	P11, P13	۱۶,۵	۰,۰۰	۴/۴۳	۰/۶	زیاد
		داشتن حواشی در میزبانی جام جهانی و ساخت برنامه‌های در غرب	P6, P8, P10, P11,P13	۲۵	۰,۰۰	۴/۰۳	۰/۳۶	زیاد
		حکومت غیر دموکراتیک	R3, R4, P11,	۱۹/۴	۰,۰۰	۴/۲۲	۰/۴۹	زیاد
		محدود کردن اخبار منفی	R4, P4, P7,P13, P11, P16	۱۹/۴	۰,۰۰	۴/۲۲	۰/۴۹	زیاد

میزان تأثیر	انحراف معیار	میانگین	p	T	منبع	مفاهیم اصلی	مؤلف‌های فرعی	مفهوم‌ها
خیلی زیاد	۰/۳۸	۴/۶۲	۰,۰۰	۲۷	P10, P13	خریداری باشگاه مطرح جهان (مثل پاری سن ژرمن) برای ایجا ۲۷د تصویر مثبت از قطر		
خیلی زیاد	۰/۳۸	۴/۶۲	۰,۰۰	۲۷	R4, P1, P7, P8	به تصویر کشیدن ثروت قطر توسط رسانه‌ها و برگزاری گران‌ترین جام جهانی		
زیاد	۰/۴۹	۴/۴۲	۰,۰۰	۲۰/۲۵	P13, P10, P13, P15, P16	تغییر برند عربی (الجزیره) به بین‌اسپورت و نزدیک‌تر شدن به زبان بین‌الملل		
خیلی زیاد	۰/۳۸	۴/۶۲	۰,۰۰	۲۷	P4, P16	داشتن دولتی کمک‌رسان و اهدا امکانات و زیرساخت‌ها		
زیاد	۰/۴	۴/۳۹	۰,۰۰	۲۴/۵	R6	برانگیختن احساس همبستگی ملی و پروپاگاندا		
زیاد	۰/۲۷	۴/۲۰	۰,۰۰	۳۴/۳	R4, P13	امیر قطر یک حامی سرسخت		
زیاد	۰/۲۷	۴/۲۰	۰,۰۰	۳۴/۳	, P16 P10, P13	استفاده از ابرستاره‌های جهانی در تیم‌های باشگاهی	قدرت نرم	
زیاد	۰/۳۵	۴	۰,۰۰	۲۵/۳	P3, P10, P13	امنیت بالای کشور قطر		

میزان تأثیر	انحراف معیار	میانگین	p	T	منبع	مفاهیم اصلی	مفوله‌های فرعی	مفوله‌ها
زیاد	۰/۷۱	۴	۰,۰۰	۱۲/۶۵	P3, P4, P10, P14, P13	دعوت افراد برجسته به ویژه سیاسیون و ستاره‌های ورزشی و کمک به روابط سیاست خارجه		
زیاد	۰/۴۳	۴/۴۲	۰,۰۰	۲۳/۲	P10, P13, P16	ارتباط قطر با کشورهای دیگر و استفاده از ستاره‌های ورزشی و غیرورزشی		
زیاد	۰/۸	۴/۲۳	۰,۰۰	۱۲/۱	R1, R2, R3, R4,	ورود سران سیاسی کشور به ورزشگاه‌ها در زمان مسابقات		
زیاد	۰/۷۱	۴	۰,۰۰	۱۲/۶۵	P10, P16	استفاده از قدرت نرم برای دیده شدن		
زیاد	۰/۷۳	۴/۰۳	۰,۰۰	۱۲/۴	R6, P16	اعتبار جایگاه کشور میزبان در جهان		
زیاد	۰/۷۴	۳/۸۴	۰,۰۰	۱۱/۵۵	R2, R4, P7,	قدرت نرم وسیله ترسیم مسیر توسعه زیرساختی کشور،		
خیلی زیاد	۰/۴۰	۴/۶۱	۰,۰۰	۲۵/۷۳	P10,	قدرت نرم ترسیم مسیر توسعه اجتماعی،		
زیاد	۰/۵۳	۴/۴۲	۰,۰۰	۱۸/۶	P10,	قدرت نرم ترسیم مسیر توسعه فرهنگی		

طبق جدول شماره ۶ یکی از اثرات دیپلماسی عمومی، مقوله‌ی مدیریتی می‌باشد. همچنین سه مفهوم داشتن اهداف کلان و فعالیت هدف‌مند، داشتن برنامه‌ریزی بلندمدت و مدیریت تماشاچیان و مهمانان از سراسر دنیا در کشوری که ابتدا و انتهای آن ۶۰ دقیقه بود، بالاترین میانگین را نشان داد. آزمون تی تک‌نمونه‌ای نشان داد که همه مفاهیم در مقوله مدیریتی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارند.

جدول ۶. نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای و کدگذاری و شکل‌دهی مقوله مدیریتی

میزان تأثیر	انحراف معیار	میانگین	p	T	منبع	مفاهیم اصلی	هسته مقوله
خیلی زیاد	۰/۴۱	۴/۶۱	۰,۰۰	۲۴/۷۸	R3, P4, P6, P8, P9, P10, P14	داشتن اهداف کلان و فعالیت هدفمند	مدیریتی
خیلی زیاد	۰/۲۶	۴/۸۱	۰,۰۰	۴۱/۲۴	R3, R4, P1, P2, P4, P6, P8, P9, P10, P14, P13	داشتن برنامه‌ریزی بلندمدت	
زیاد	۰/۴۱	۴/۳۹	۰,۰۰	۲۳/۶۰	P15,	مدیریت یکپارچه و منظم	
خیلی زیاد	۰/۳۸	۴/۶۲	۰,۰۰	۲۶/۹۴	P15	مدیریت تماشاچیان و میهمانان از سراسر دنیا در کشوری که ابتدا و انتهای آن ۶۰ دقیقه بود	
زیاد	۰/۴۷	۴/۴۳	۰,۰۰	۲۰/۹۱	P2, P3, P4, P13	سازماندهی در کارها و داشتن شبکه بسیار منسجم و منظمی چون بین‌اسپورت	
زیاد	۰/۵۶	۴/۲۳	۰,۰۰	۱۶/۸۷	P2, P14,	تعیین سطح دسترسی برای ID کارت‌ها و کنترل بهتر	
زیاد	۰/۵۶	۴/۲۳	۰,۰۰	۱۶/۸۷	R3, P1	داشتن کنترل در حیطه رسانه‌ای قبل و حین مسابقات	

میزان تأثیر	انحراف معیار	میانگین	p	T	منبع	مفاهیم اصلی	توضیح:
زیاد	۰/۰۰۴	۴/۰۲	۰,۰۰	۲۰/۰۱	P2, P3, P4, P5, P7, P11, P16	داشتن تفاوت در نحوه برخورد قطر با کشورهای مختلف	
متوسط	۰/۸۰	۲/۸۳	۰,۰۰۱	۷/۸۸	R4, P3, P5, P7, P16	تبعیض بین افراد ساکن قطر شهروند و غیرشهروند و سیستم برده‌داری	
متوسط	۰/۷۷	۲/۸۱	۰,۰۰۱	۸/۶۹	P2, P16	تحریم بعضی افراد که حتی بلیط بخردند	
متوسط	۰/۴۴	۳/۴۴	۰,۰۰	۱۷/۵۱	P11,	محدود کردن و کنترل بیش‌ازحد	
زیاد	۰/۲۲	۴/۲۳	۰,۰۰	۴۲/۵۰	R3, R4, P9,	تلاش رسانه‌ای قطر و هدایت و هماهنگی بین واحدهای مختلف	
زیاد	۰/۳۵	۴/۴۲	۰,۰۰	۲۵/۳۰	R3, p14	هماهنگی روابط بین‌المللی و برخورد با مشکلات	
زیاد	۰/۴۳	۴	۰,۰۰	۲۳/۱۷	P10, P13	ارتباط بین‌المللی مناسب با کشورهای جهان	
زیاد	۰/۳۵	۴/۴۲	۰,۰۰	۲۵/۳۰	P1, P4	توجه به خواسته‌های افراد رسانه	

طبق جدول شماره ۷ یکی از اثرات دیپلماسی عمومی، مقوله‌ی منابع انسانی است. همچنین دو مفهوم بهبود وضعیت جانی کارگران و بهبود وضعیت دستمزد کارگران کم‌ترین میانگین را نشان دادند. آزمون تی تک‌نمونه‌ای نشان داد که همه مفاهیم در مقوله منابع انسانی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارند.

جدول ۷. نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای و کدگذاری و شکل‌دهی مقوله منابع انسانی

میزان تأثیر	انحراف معیار	میانگین	p	T	منبع	مفاهیم اصلی	نوع داده
زیاد	۰/۳۰	۴/۰۳	۰,۰۰	۲۹/۷	P1, P3, P4, P13	داشتن نیروی انسانی کارآمد	منابع انسانی
زیاد	۰/۳۰	۴/۰۳	۰,۰۰	۲۹/۷	P10,	وجود افراد صاحب‌نظر در رأس کنفدراسیون‌های ورزشی؛	
زیاد	۰/۳۴	۴/۰۴	۰,۰۰	۲۸/۲۰	P3, P5,	تعداد زیادی خبرنگار کارآمد	
زیاد	۰/۳۴	۴/۰۴	۰,۰۰	۲۸/۲۰	P3, P4	تعداد زیاد مجری کارآمد و مجرب	
زیاد	۰/۴۱	۴/۶۳	۰,۰۰	۲۵	R3, P4, P6, P9, P14, P10, P13	استفاده از نخبه‌های خارجی برای پیشبرد اهداف داخلی	
متوسط	۰/۳۲	۲/۹۸	۰,۰۰	۲۰/۸۶	P10, P15	بهبود وضعیت جانی کارگران	
متوسط	۰/۲۶	۲/۷۹	۰,۰۰	۲۳/۵	P10, P15	بهبود وضعیت دستمزد کارگران	
زیاد	۰/۴۶	۳/۶۳	۰,۰۰	۱۷/۷۳	P16	به تصویر کشیدن مهمان‌نوازی بسیار عالی در هتل‌ها توسط افراد لایق	

طبق جدول شماره ۸ یکی از اثرات دیپلماسی عمومی، مقوله‌ی اجتماعی- فرهنگی می‌باشد. همچنین چهار مفهوم تبدیل الجزیره به یکی از پربیننده‌ترین شبکه‌ها در غرب آسیا و جهان، برگزاری جام جهانی در یک کشور اسلامی و به تصویر کشیدن جهان اسلام، استفاده درست از ستاره‌هایی چون مسی برای به تصویر کشیدن فرهنگ قطری و کیفیت پخش عالی بالاترین میانگین را نشان دادند. آزمون تی تک‌نمونه‌ای نشان داد که همه مفاهیم در مقوله اجتماعی- فرهنگی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارند.

جدول ۸. نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای و کدگذاری و شکل‌دهی مقوله اجتماعی-فرهنگی

میزان تأثیر	انحراف معیار	میانگین	p	T	منبع	مفاهیم اصلی	موضوعات
زیاد	۰/۲۶	۴/۲۱	۰,۰۰	۳۵/۴۵	R4, P3, P4, P8, P13, P15	گرفتن میزبانی‌های مختلف در قطر و وجود ستاره‌ها	اجتماعی-فرهنگی
خیلی زیاد	۰/۴۱	۴/۶۲	۰,۰۰	۲۴/۹	R4, P3, P10	تبدیل الجزیره به یکی از پر بیننده ترین شبکه‌ها در خاورمیانه	
زیاد	۰/۵۴	۳/۸۱	۰,۰۰	۱۶	R4, p3, P10	رکورددار از جهت تعداد شبکه‌های ورزشی	
زیاد	۰/۳۷	۴/۰۱	۰,۰۰	۲۴/۱۴	R3, P3, P4, P13	تغییر نگرش مردم به کشور قطر	
خیلی زیاد	۰/۴۱	۴/۶۲	۰,۰۰	۲۵	P8, P4, P15	برگزاری جام جهانی در یک کشور اسلامی و به تصویر کشیدن جهان اسلام	
زیاد	۰/۴۱	۳/۷۸	۰,۰۰	۲۰/۷	P15,	برگزاری جام جهانی با ممنوعیت مشروب و پوشش آزاد	
زیاد	۰/۲۷	۴/۲۰	۰,۰۰	۳۴/۳	P15,	به تصویر کشیدن سنت قطر در کنار تمدن جدید	
خیلی زیاد	۰/۴۱	۴/۶۲	۰,۰۰	۲۵	P3, P4, P8, P10, P13	استفاده درست و در زمان درست از ستاره‌هایی چون مسی برای به تصویر کشیدن فرهنگ قطری	
زیاد	۰/۲۷	۴/۲۰	۰,۰۰	۳۴/۳	P7, P10	تبدیل الجزیره به بین اسپورت برای برندینگ جهانی	
زیاد	۰/۵۴	۳/۸۱	۰,۰۰	۱۶	P7, P9	شبکه‌ی تلویزیونی الکاس و تحلیل مسابقات	
زیاد	۰/۳۵	۴	۰,۰۰	۲۵/۳	P9,	برگزاری کنفرانس‌های جامع و کامل	
زیاد	۰/۷۴	۴	۰,۰۰	۱۲/۳۶	P13, P15	حضور کم‌رنگ زنان غیر عرب	
زیاد	۰/۵۲	۴/۴۳	۰,۰۰	۱۹	P1, P5, P11	پوشش رسانه‌ای عالی	
زیاد	۰/۷۱	۴	۰,۰۰	۳۱/۶	P1, P11, P5, P14	امکان پخش زنده برای هر کشور	



میزان تأثیر	انحراف معیار	میانگین	p	T	منبع	مفاهیم اصلی	مقوله‌ها
خیلی زیاد	۰/۵۵	۴/۶۲	۰,۰۰	۱۸/۷۸	P1, P5, P11	کیفیت پخش عالی	
زیاد	۰/۲۴	۴/۴۲	۰,۰۰	۱۸/۶۱	P10, P13	خرید حق پخش لیگ‌های معتبر اروپایی	
زیاد	۰/۲۴	۴/۴۲	۰,۰۰	۱۸/۶۱	R4, P8, P10, P11	بحث توریسم و میزبانی و پخش ابر رویدادهای ورزشی در قطر	
زیاد	۰/۲۴	۴/۴۲	۰,۰۰	۱۸/۶۱	R3, P3, P4, P8	تمایل رسانه‌های قطری به نشان دادن تصویری متفاوت نسبت به پیشینه خود چه از لحاظ فرهنگی و چه ورزشی و	

طبق جدول شماره ۹ یکی از اثرات دیپلماسی عمومی، مقوله‌ی رسانه است. همچنین دو مفهوم: وجود کانال‌ها و صفحه‌های خبری در مورد جام‌جهانی قطر و تبلیغات مثبت در زمان درست و توسط اشخاص درست چون مسی بالاترین میانگین را نشان داد. آزمون تی تک‌نمونه‌ای نشان داد که همه مفاهیم در مقوله رسانه تأثیر مثبت و معنی‌داری دارند.

جدول ۹. نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای و کدگذاری و شکل‌دهی مقوله رسانه‌ها

میزان تأثیر	انحراف معیار	میانگین	p	T	منبع	مفاهیم اصلی	مقوله‌های فرعی	مقوله‌ها
زیاد	۰/۴۵	۴/۲۰	۰,۰۰	۲۱	R5, P2, P7, P9, P12, P14,	نقش پررنگ رسانه‌های موبایلی	مجازی	رسانه
زیاد	۰/۴۵	۴/۲۰	۰,۰۰	۲۱	R3, R5, P2, P7, P9, P12, P14	فضای مجازی به‌عنوان یک شبکه مستقل و تأثیرگذار		
زیاد	۰/۸۹	۳/۸۰	۰,۰۰۱	۹	P2, P7, P12	داشتن اخبار لحظه به لحظه و بدون فیلتر		
زیاد	۰	۴	۰,۰۰	-	P2, P7	هر فرد یک شبکه مستقل و جداگانه		

مفروضه‌ها	مؤلفه‌های فرعی	مفاهیم اصلی	منبع	T	p	میانگین	انحراف معیار	میزان تأثیر
پخش و تبلیغات		استفاده از فناوری‌های اینترنتی	R3, R4, R5, P1, P2, P7, P9, P12, P14	۲۳/۱۷	۰,۰۰	۴/۴۲	۰/۴۳	زیاد
		وجود کانال‌ها و پیج‌های خبری در مورد جام جهانی قطر	P2, P7, P9, P12, P14	۲۵	۰,۰۰	۴/۶۲	۰/۴۱	خیلی زیاد
		تبلیغات مثبت از قطر و پوشش کاستی‌ها و ضعف‌های قطر در برنامه‌های رسانه‌ای	R4, P8, P10, P11, P15	۲۲	۰,۰۰	۴/۱۹	۰/۴۲	زیاد
		تبلیغات مثبت در زمان درست و توسط اشخاص درست چون مسی	P11, P13, P15	۲۴/۶	۰,۰۰	۴/۶۱	۰/۴۲	خیلی زیاد
		تبلیغات مثبت از انعطاف قطر در بحث مشروبات الکلی و حجاب و پذیرش جهانی شدن	P3, P10, P11, P15	۲۶/۵۴	۰,۰۰	۳/۹۹	۰/۳۴	زیاد
		تبلیغات درست و به موقع از امکانات و ... استادیوم‌ها و ...	P4, P7, P12	۲۲/۸	۰,۰۰	۴/۳۹	۰/۴۳	زیاد
		تفاوت و تبعیض در پخش مسابقات	P2, P3, P4, P5, P7, P11	۳۱/۹۲	۰,۰۰	۳/۷۹	۰/۲۶	زیاد
		سانسور شدید در بحث پخش به خاطر یک سری حواشی سیاسی	R4, P3, P4, P7, P11	۱۷/۶۷	۰,۰۰	۳/۱۸	۳/۲	متوسط
		اجازه فعالیت ندادن به بعضی رسانه‌ها و برخورد جدی با آن‌ها	P2, P3, P4, P5, P7, P11	۱۴/۲	۰,۰۰	۳/۳۹	۰/۵۳	متوسط

طبق جدول شماره ۱۰ یکی از مهم‌ترین اثرات دیپلماسی عمومی، مقوله‌ی اقتصادی می‌باشد. همچنین چهار مفهوم: گرفتن تبلیغات در دوره‌ی زمانی بازی‌ها، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها (هتل‌ها و ورزشگاه‌ها)، ایجاد مکان‌هایی برای گردهمایی هواداران، میدان‌های آموزشی و تمرین و استفاده از زیرساخت‌ها بعد از جام جهانی برای گردشگری و گردشگری ورزشی و تفریحی بالاترین میانگین را نشان می‌دهد. آزمون تی تک‌نمونه‌ای نشان داد که همه مفاهیم در مقوله اقتصادی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارند.

جدول ۱۰. نتایج آزمون تی تک‌نمونه‌ای و کدگذاری و شکل‌دهی مقوله اقتصادی

میزان تأثیر	انحراف معیار	میانگین	p	T	منبع	مفاهیم اصلی	مقوله‌های فرعی	مقوله‌ها
زیاد	-۰/۲۵	۴/۲۳	۰,۰۰	۳۷/۲۴	P7	درآمدزایی از طریق فروش حق پخش	خرد	اقتصادی (کسب و کار)
خیلی زیاد	-۰/۵۳	۴/۶۱	۰,۰۰	۱۹/۳	R6	گرفتن تبلیغات در دوره زمانی بازی‌ها		
خیلی زیاد	-۰/۵۲	۴/۶۲	۰,۰۰	۱۹/۸۱	R6	سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها (هتل‌ها و ورزشگاه‌ها)		
خیلی زیاد	-۰/۵۳	۴/۶۲	۰,۰۰	۱۹/۳	R6	ایجاد مکان‌هایی برای گردهمایی هواداران، میدان‌های آموزشی و تمرینی		
خیلی زیاد	-۰/۴۲	۴/۸۱	۰,۰۰	۲۵/۳۲	R6	استفاده از زیرساخت‌ها بعد از جام جهانی برای گردشگری و گردشگری ورزشی و تفریحی		
زیاد	-۰/۴۱	۴/۰۳	۰,۰۰	۲۲/۰۵	R6	پشتیبانی اسپانسرها		
زیاد	-۰/۴۴	۴/۲۲	۰,۰۰	۲۱/۵۳	R6	فروش کالاهای مربوط به بازی‌ها		

میزان تأثیر	انحراف معیار	میانگین	p	T	منبع	مفاهیم اصلی	مقوله‌های فرعی	مقوله‌ها
زیاد	۰/۴۵	۴/۲۰	۰,۰۰	۲۱	R6	افزایش شاخص سهام در کشور میزبان	کلان	
زیاد	۰/۲۲	۴/۲۱	۰,۰۰	۴۱	R7	کاهش نرخ بیکاری		
متوسط	۰/۲۲	۳/۱۹	۰,۰۰	۳۱/۵	R7	افزایش فرصت‌های کاری		
زیاد	۰/۴۳	۴/۲۳	۰,۰۰	۲۱/۷۳	P16	افزایش سرمایه‌گذاری در قطر		

طبق جدول شماره ۱۱، دیپلماسی عمومی شامل: تسهیلات و زیرساخت‌ها، اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، مدیریتی، رسانه و منابع انسانی می‌باشد. آزمون تی تک‌نمونه‌ای نشان داد که همه مفاهیم در مقوله دیپلماسی عمومی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارند.

جدول ۱۱. نتایج آزمون تی تک‌نمونه‌ای و کدگذاری و شکل‌دهی دیپلماسی عمومی

ردیف	مقوله‌های اصلی	T	p	میانگین	انحراف معیار	میزان تأثیر
۱	تسهیلات و زیرساخت‌ها	۷۳/۳۲	۰,۰۰	۴/۵۸	۰/۱۴	خیلی زیاد
۲	سیاسی	۷۳/۴۵	۰,۰۰	۴/۲۲	۰/۱۳	زیاد
۳	مدیریتی	۳۹	۰,۰۰	۴/۱۰	۰/۱۱	زیاد
۴	منابع انسانی	۳۸/۹۸	۰,۰۰	۳/۷۷	۰/۲۲	زیاد
۵	اجتماعی-فرهنگی	۴۹/۹۱	۰,۰۰	۴/۲۳	۰/۱۹	زیاد
۶	رسانه‌ها	۴۸/۶۶	۰,۰۰	۴/۰۶	۰/۱۸	زیاد
۷	اقتصادی	۳۸/۲۷	۰,۰۰	۴/۲۹	۰/۰۵	زیاد

به طور کلی، با توجه به یافته‌های پژوهش میان هفت مقوله (شامل: تسهیلات و زیرساخت‌ها، اقتصادی، سیاسی، اجتماعی-فرهنگی، مدیریتی، رسانه و منابع انسانی) و مفاهیم آن‌ها با دیپلماسی عمومی قطر در جام جهانی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. البته لازم به

ذکر است که میزان این رابطه و تأثیر آن با توجه به آزمون تی و میانگین‌های به دست آمده متفاوت است.

نتیجه‌گیری

هدف از پژوهش حاضر، تبیین ابعاد دیپلماسی عمومی جام‌جهانی ۲۰۲۲ قطر و شناسایی و طبقه‌بندی عوامل مؤثر بر آن با تأکید بر بعد رسانه‌ای است. نتایج پژوهش نشان داد که مقوله‌ها در قالب ۱۰۳ کد مفهومی و ۷ مقوله اصلی قابل دسته‌بندی هستند. یکی از یافته‌های پژوهش نقش مقوله تسهیلات و زیرساخت‌ها در دیپلماسی عمومی است و این با نتایج آزادی و همکاران (۱۴۰۱)، سوفوتاسیو^۱ و همکاران (۲۰۱۵) و یانگ و دانگ (۲۰۲۲) همخوانی دارد. سرمایه‌گذاری برای ساخت استادیوم در بالاترین کیفیت، داشتن استادیوم‌های مدرن شامل استادیوم لوسیل، البیت، الجنوب، احمدین علی (الریان) و خلیفه در شهر دوحه که هر کدام بر اساس اصول پایداری معماری ساخته شده است، همچنین ساخت استادیوم سیار ۹۷۴ که به طور کامل از کانتینر(بارگننج)های حمل و نقل و واحدهای فولادی ساخته شده است و اولین ورزشگاهی در جهان است که می‌تواند برچیده شود از جمله این تسهیلات و زیرساخت‌هاست. خط هوایی قطر که به‌عنوان شریک رسمی خطوط هوایی فیفا شناخته شد و اکنون مشارکت‌های ورزشی بین‌المللی دارد، مترو سریع‌السیر و با امکاناتی چون اینترنت، داشتن مرکز رسانه‌ای قوی و به روز از دیگر مواردی است که می‌توان نام برد.

یکی از مقوله‌های پژوهش نقش عامل (مقوله) اقتصادی (کسب و کار) در دیپلماسی عمومی است و این با نتایج آزادی و همکاران (۱۴۰۱)، سرخیل (۱۳۹۵) و قرائتی و همکاران (۱۴۰۰) همخوانی دارد. میزبانی جام‌جهانی فوتبال ۲۰۲۲ یک فرصت اقتصادی بزرگ از نظر سرمایه‌گذاری و حضور کارآفرینان و سرمایه‌گذاران، مشارکت در کسب و کار، ایجاد شغل، درآمدزایی از فروش حق پخش تلویزیونی و همچنین به دست آوردن سود در بلند مدت با گرفتن میزبانی‌های مختلف و ورود گردشگران ورزشی می‌توان اشاره کرد. دولت قطر می‌تواند با استفاده از زیرساخت‌های ورزشی و قابلیت‌های مدیریتی برای جذب رویدادهای ورزشی و غیرورزشی آینده به اهداف اقتصادی و سیاسی این کشور کمک کرد.



یکی از مقوله‌های پژوهش، نقش عامل (مقوله) اجتماعی-فرهنگی در دیپلماسی عمومی است و این با نتایج شاه‌محمدی و قراتتی (۱۳۹۱)، آل‌ثانی (۲۰۲۱) و سرخیل (۱۳۹۵) همخوانی دارد. دوحه با موفقیت از جام جهانی برای تقویت برند قطر در مدرن‌سازی و حفظ سنت‌های اجتماعی و فرهنگی استفاده کرد. ورزش یک ابزار ارتباطی قدرتمند است که ضمن آن می‌توان با به نمایش گذاشتن سنت‌های فرهنگی خود از جمله مهمان‌نوازی، حضور اشخاص حقیقی و حقوقی و استفاده از ستاره‌هایی چون مسی و ... برای بهبود روابط دیپلماتیک، ارتقاء فرهنگ‌سازی و جذب فرصت‌های سرمایه‌گذاری بهره برد.

یکی از مقوله‌های پژوهش نقش عامل (مقوله) سیاسی در دیپلماسی عمومی است و این با نتایج تورز (۲۰۲۱)، رنجبرحیدری و همکاران (۱۳۹۴)، خرازی (۱۳۹۴)، مای‌دنه و رولز (۲۰۲۲)، قراتتی و همکاران (۱۴۰۰)، شاه‌محمدی و قراتتی (۱۳۹۱)، آل‌ثانی (۲۰۲۱) و لاریسو و همکاران (۲۰۲۳) همخوانی دارد. کشور قطر با وجود ثروت فراوان سعی دارد تا نفوذ جهانی گسترده و عمیقی داشته باشد. در وب سایت دیپلماسی قطر^۱ هدف قطر آینده‌ای صلح‌آمیز، مرفه و پایدار برای مردم جهان می‌باشد. همچنین خریداری باشگاه مطرح جهان مثل پاری‌سن ژرمن برای ایجاد تصویر مثبت از قطر نقش بسزایی دارد. همچنین اهدا ورزشگاه سیار به کشورهای چون آفریقا برای کمک به ورزش آنان از نکات قابل توجه و رسانه‌ای بود. آبرویدادی چون جام جهانی به رهبران قطر این فرصت را می‌دهد تا تمایل خود را برای صلح، رفاه و ... با جهانیان در میان بگذارند و به یک بستر کلیدی برای ارتقای تصویر ملی یک کشور، تقویت روابط صلح‌آمیز و افزایش نفوذ منطقه‌ای و جهانی آن تبدیل شود.

یکی از مقوله‌های پژوهش، نقش عامل (مقوله) مدیریتی در دیپلماسی عمومی است و این با نتایج مای‌دنه و رولز^۲ (۲۰۲۲)، آل‌ثانی (۲۰۲۱) و سرخیل (۱۳۹۵) همخوانی دارد. چشم‌انداز ملی قطر این است که این کشور تا سال ۲۰۳۰ به یک جامعه پیشرفته تبدیل شود که این خود گواهی برای داشتن اهداف کلان و برنامه‌ریزی بلندمدت است و همچنین توانایی کار کردن با و به وسیله افراد کارآمد نشان از مدیریت درست و موفق است. توانایی کنترل و ایجاد امنیت بین تماشاچیان و مهمانان از مواردی بود که می‌توان نام برد و نشان از داشتن راهبرد مطلوب و برنامه‌ریزی مستمر برای تبلیغات و اطلاع‌رسانی و تغییر افکار عمومی می‌باشد.

یکی از مقوله‌های پژوهش، نقش عامل (مقوله) رسانه در دیپلماسی عمومی است و این با نتایج اسدی (۲۰۱۷)، زمانیان و همکاران (۱۴۰۱) و رنجبر حیدری و همکاران (۱۳۹۴)، سرخیل (۱۳۹۵) و لاریسو و همکاران (۲۰۲۳) همخوانی دارد. در حال حاضر رسانه‌ها به ویژه رسانه‌های دیجیتال قدرت استثنایی در تأثیرگذاری بر افکار عمومی، بهبود وجهه کشور، داشتن تنوع و جذابیت‌های زیاد، تغییر و تحولات در تعامل و ارتباطات، سرعت گرفتن تحولات سیاسی و ... دارند. جام‌جهانی فوتبال به‌عنوان رویداد ورزشی بزرگ توانست توجه رسانه‌های جهانی را به خود جلب کند و کشور میزبان با استفاده از آن به اهداف مختلفی از جمله اقتصادی، سیاسی، ملی و فرهنگی دست یافت. همچنین داشتن تبلیغات درست و در بهترین زمان ممکن مثل بازی فینال و به تصویر کشیدن سنت‌ها، میراث و فرهنگ عربی توسط یونل مسی، به نمایش گذاشتن تسهیلات و زیرساخت‌هایی با فناوری روز دنیا و پوشش رسانه‌ای مناسب آن‌ها را می‌توان اشاره کرد. قطر توانست توانایی خود را در سازماندهی یک رویداد ورزشی بزرگ به‌لحاظ رسانه‌ای به نمایش بگذارد و زیرساخت‌های ورزشی و توانایی‌های مدیریتی خود را رسانه‌ای کند. نشان دادن تعامل و ارتباطات با خبرگان در قاره‌های مختلف از طریق رسانه‌ها نشان از سعی در پذیرفتن جهانی‌شدن و جهانی‌سازی از سوی قطر است. دولت قطر با استفاده از دیپلماسی عمومی در بعد رسانه‌ای توانست دیپلماسی عمومی در بعد غیررسانه‌ای (فرهنگی-اجتماعی، و ...) را به خوبی پوشش دهد. ترکیب دیپلماسی ورزشی با دیپلماسی رسانه‌ای در نمایش قدرت نرم قطر موفق بوده است.

یکی از یافته‌های پژوهش، نقش عامل (مقوله) منابع انسانی است و این با نتایج آزادی و همکاران (۱۴۰۱) و آل‌ثانی (۲۰۲۱) همخوانی دارد. داشتن نیروی انسانی کارآمد و استفاده از نخبگان خارجی برای پیشبرد اهداف قطر کمک کرد. نحوه برخورد مناسب کارمندان یا داوطلبان در هتل‌ها یا استادیوم‌ها و آموزش برای مناسب برخورد کردن با گردشگران از جمله زیرمقوله‌های مدیریت منابع انسانی است. از طرفی برخورد نامناسب و مهم نبودن جان کارگران و نداشتن دستمزد کافی ایراداتی بود که به آن‌ها وارد بود و قطر با استفاده از ورزش سعی کرد به یک‌سری مشکلات داخلی مثل کاستی‌هایی که در وضعیت جانی و دستمزد کارگران است، سرپوش گذاشت.

در نهایت شایان ذکر است اطلاعات به دست آمده از تحقیق حاضر حاکی از آن است که مقوله تسهیلات و زیرساخت‌ها بیش‌ترین تأثیر را در دیپلماسی عمومی قطر در جام جهانی ۲۰۲۲ دارد. داشتن فناوری‌های به روز و پیشرفته در بحث تسهیلات و زیرساخت‌ها، داشتن استادیوم‌های مدرن



و سیار نقش بسیار پررنگی در جام جهانی ۲۰۲۲ داشته است که به دلیل نمایش مناسب آن توسط رسانه‌ها، به‌عنوان یک ابزار قدرتمند در خدمت دیپلماسی عمومی قطر بود.

بنابراین، با توجه به نتایج پژوهش به‌نظر می‌رسد؛ میزبانی جام جهانی در کشوری که پیشینه فرهنگی زیادی ندارد و سابقه منفی خود در مسائل داخلی مانند برخورد با اقلیت‌ها، سرتاسر می‌تواند برایش سود، شهرت، کسب وجهه مثبت باشد. همچنین سطح رفاه و استانداردهای زندگی افراد بهتر از قبل می‌شود و یک حرکت بزرگ به سمت چشم‌انداز خود در ۲۰۳۰ می‌باشد. در واقع با استفاده از قدرت نرم و تطهیر ورزشی، توانست سرپوشی برای پیشینه‌ی منفی خود بگذارد و از ورزش به‌عنوان پلی برای ارتقای روابط دیپلماتیک و همکاری‌های بین‌المللی استفاده کرد. قطر با پیروی از راهبرد همه‌جانبه از جمله عوامل مدیریتی، انسانی، سیاسی، اجتماعی - فرهنگی، اقتصادی، تسهیلات و زیرساخت‌ها موفق شد چهره خود را به‌عنوان یک کشور پیشرو در غرب آسیا به نمایش بگذارد. در این نمایش، رسانه نقش کانونی داشت.

پیشنهاد‌های کاربردی و رسانه‌ای

- ایران شرایط بهتری از لحاظ آب و هوایی، گردشگری و منابع طبیعی، پیشینه فرهنگی، تنوع گونه‌های ورزشی و ... نسبت به قطر دارد، لذا بهتر است رسانه‌های برون مرزی صداوسیما بیش از پیش در معرفی ظرفیت‌های و رویدادهای ورزشی ایران فعال باشند.
- برگزاری جلسات کارشناسی با رسانه‌های قطر و به اشتراک گذاری دانش و تجربیات طرفین در بهبود دیپلماسی ورزشی و رسانه‌ای.
- مذاکره با رسانه‌های دولتی قطر برای دریافت و پخش مستندهای حرفه‌ای و جذاب در خصوص نحوه برنامه‌ریزی قطر برای میزبانی جام جهانی ۲۰۲۲ از شبکه‌های برون مرزی و داخلی صداوسیما.
- در برنامه‌های ورزشی العالم و الکوثر از کارشناسان قطری دعوت شود و از تجارب آنها در برگزاری رویدادهای جام جهانی ۲۰۲۲ و جام ملت‌های آسیا در ۲۰۲۴ بهره گرفته شود.

پیشنهادها برای تحقیقات آتی

- واکاوی دیپلماسی رسانه‌ای در تناظر با دیپلماسی ورزشی ایران و ارائه الگو (در این خصوص می‌توان دیپلماسی رسانه‌ای و ورزشی ایران را با قطر نیز مقایسه کرد).
- واکاوی نقش رسانه‌های برخط و دیجیتال در دیپلماسی ورزشی.

منابع و مأخذ منابع فارسی

- اردکانی فرد، زهرا، و حسینی پاکدهی، علیرضا (۱۴۰۰). تصویر «برند ملی» جمهوری اسلامی ایران در شبکه‌های برون مرزی پرس‌تی‌وی و العالم. *پژوهشنامه رسانه بین‌الملل*، ۲ (۶)، ۵۷-۸۸.
- آزادی، افشین، متانی، مهرداد، فلاح، علی، و قلی‌پور کنعانی، یوسف (۱۴۰۱). مدل‌سازی ساختاری زنجیره ارزش تولیدات رسانه‌ای در دیپلماسی رسانه‌ای ایران در قبال دنیای عرب. *مطالعات بین‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ*، ۱۲ (۲)، ۱-۲۲.
- اسماعیل‌زاده، روح‌الله، نادریان‌چهرمی، مسعود، مطلبی، لنا، و قاسمی‌نژاد دهکردی، آتوسا (۱۴۰۱). تحلیل نقش سواد رسانه‌ای در توسعه اصول اخلاق حرفه‌ای ورزشکاران حرفه‌ای. *پژوهش‌های ارتباطی*، ۴ (۱۱۲)، ۹-۲۹.
- بابایی، محمد، سیمبر، رضا، سلیمانی کشایه، سجاد، و رضایی، مریم (۱۳۹۴). تاثیر دیپلماسی ورزشی بر قدرت نرم در نظام بین‌الملل. *مطالعات راهبردی ورزش و جوانان*، ۱۴ (۲۹)، ۱-۲۶.
- حسن پورقادی، رضا، و دوستی، مرتضی (۱۴۰۰). جایگاه دیپلماسی ورزشی در سیاست خارجی ایران پس از انقلاب اسلامی ۱۳۵۷. *مدیریت ورزشی*، ۱۳ (۲)، ۵۸۱-۶۱۶.
- حق‌شناسی، محمدمیر، و اکبری، کمال (۱۳۹۹). بایسته‌های محتوایی دیپلماسی رسانه‌ای ایران در مناطق روس زبان. *پژوهشنامه رسانه بین‌الملل*، ۵ (۶)، ۱۱۱-۱۳۵.
- خبیری، کابک، و محمدی، منوچهر (۲۰۱۷). تأثیر برج‌ام‌بر جایگاه ایران در معادلات غرب آسیا. *مطالعات روابط بین‌الملل*، ۱۰ (۳۷)، ۸۳-۱۰۴.
- خرازی آذر، رها (۱۳۹۴). دیپلماسی رسانه‌ای؛ توان نوین راهبردی کشورها. *مطالعات رسانه‌ای*، ۲ (۲۹)، ۱۱۳-۱۲۲.
- خسروی، افسانه، عنایتی شبکلائی، علی، و رزمجو، علی‌اکبر (۱۳۹۴). دیپلماسی عمومی جدید؛ بستر ساز قدرت دیپلماسی رسانه‌ای. *فصلنامه علمی تحقیقات سیاسی و بین‌المللی*، ۷ (۲۲)، ۱۴۸-۱۲۵.
- دانش‌فر، محمدجواد (۱۳۹۴). معجزه اقتصادی قطر با استفاده از میدان پارس جنوبی. *همایش ملی تفکر بسیجی، پژوهش و اقتصاد مقاومتی*.
- رنجبر حیدری، وحید، فرجی، محمدرضا، و جمشیدی، ابراهیم (۱۳۹۴). نقش شبکه خبری الجزیره در دیپلماسی رسانه‌ای قطر. *سیاست جهانی*، ۴ (۱)، ۲۰۳-۲۳۵.
- ساداتی، سیدنصرالله (۱۳۹۳). دیپلماسی رسانه‌ای و نقش آن در روابط بین‌الملل. *رسانه*، ۹۶ (۲۵)، ۱۱۳-۱۳۰.

دیپلماسی عمومی قطر در جام جهانی ۲۰۲۲ با تأکید بر بعد رسانه‌ای ۳۳۳

سرخیل، بهنام (۱۳۹۵). تطور دیپلماسی در قطر: از بی‌طرفی محافظه‌کارانه تا نفوذ هوشمند. علوم سیاسی، ۱۲(۳۵)، ۱۵۶-۱۲۷.

شاه محمدی، عبدالرضا، و قرائتی، علی‌رضا (۱۳۹۱). تأثیر دیپلماسی رسانه‌ای بر تبادل فرهنگی کشورها. مطالعات رسانه‌ای، ۷(۴)، ۱۱۶-۱۰۵.

شکری‌رفسنجانی، انوشه، و ابراهیم، حسینی (۱۳۹۹). کارکرد دیپلماسی رسانه‌ای صدا و سیما ج. ا. برای تامین منافع ملی در دوران بحران کرونا. جستارهای سیاسی معاصر، ۱۱(۴)، ۲۶۷-۲۹۱.

عبدالله‌خانی. علی (۲۰۰۷). سه نسل - سه گفتمان در فرهنگ استراتژیک. مطالعات راهبردی، ۱۰(۳۶)، ۲۳۹-۲۵۹.

قراستی، علیرضا، سلطانی‌فر، محمد، ارمغان، سیمین، صالحی، علی اکبر، و احمدزاده کرمانی، روح اله (۱۴۰۰). اثربخشی دیپلماسی رسانه‌ای با رویکرد توسعه گردشگری خارجی. مطالعات رسانه‌ای، ۱۶(۵۲)، ۸۳-۶۹.

موسوی، سیدمحمد (۱۴۰۰). واکاوی رابطه دیپلماسی عمومی و قدرت نرم در سیاست خارجی کشورها از منظر سازه‌نگاری. فصلنامه سیاست خارجی، ۳۵(۳)، ۱۳۴-۱۰۷.

میناوند، محمدقلی، و جعفری‌چگنی، عارف (۱۳۹۸). بایسته‌های همکاری مطلوب رسانه‌ای میان کشورهای فارسی زبان. پژوهش‌نامه رسانه بین‌المللی، ۴(۴)، ۸۸-۶۹.

نقیب‌السادات، عودلاجانی (۱۴۰۰). دیپلماسی رسانه‌ای در شبکه اجتماعی توئیتر. مطالعات رسانه‌های نوین، ۷(۲۶)، ۳۲۴-۲۹۵.

هادیان، ناصر، و سعیدی، روح‌الامین (۱۳۹۲). از دیپلماسی عمومی سنتی تا دیپلماسی عمومی نوین: رویکردی هابرماسی. راهبرد، ۲۲(۳)، ۶۱-۳۳.

منابع انگلیسی

- Al Thani, M. (2021). Channelling soft power: the qatar 2022 world cup, migrant workers, and international image. *The International Journal of the History of Sport*, 38(17), 1729-1752.
- Amara, M. (2005). 2006 Qatar Asian Games: A 'modernization' project from above? *Sport in society*, 8(3), 493-514.
- Asadi, A. (2017). A Role of Digital Media on Discussing about the Diplomacy in the World. *Open Journal of Political Science*, 7(2), 267-275.
- Cull, Nicholas J. (2009). "Public Diplomacy before Gullion: The Evolution of a Phrase." in Nancy Snow and Philip M. Taylor (Eds.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, London and New York: Routledge.
- Drapkin, I., Ivan, S., and Ilya, Z. (2024). Revisiting the Effect of Hosting Large-Scale Sport Events on International Tourist Inflows. *Journal of Sports Economics*, 25(1), 98-125.

- Eggeling, K. A. (2021). What is the "culture" in cultural diplomacy? Three responses from Qatar. *Økonomi & Politik*, 94(4).
- Exell, K., and Rico, T. (2013). 'There is no heritage in Qatar': Orientalism, colonialism and other problematic histories. *World Archaeology*, 45(4), 670-685.
- Fifa (2022). Media coverage, Available at: <https://www.fifa.com/fifa-world-cup-qatar-2022-commercial/media-coverage>.
- Gündogan, I. (2023). Where good intentions fail: The limits of sport diplomacy with the people's republic of china under the leadership of XI jinping. *Sports Law, Policy & Diplomacy Journal*, 1(1), 105-130.
- Kaplanidou, K. K., Al Emadi, A., Sagas, M., Diop, A., and Fritz, G. (2016). Business legacy planning for mega events: The case of the 2022 World Cup in Qatar. *Journal of Business Research*, 69(10), 4103-4111.
- Katyal A (2021). Top Bins: an exploration of Qatar's use of sport and capital to strengthen diplomatic visibility. *Athens Journal of Sports* 8(4): 271–278.
- Kobierecka, A., and Kobierecki, M. M. (2023). Public diplomacy and nation branding in action: Swiss Embassy's participation in the Night of Museums Event in Warsaw. *Place Branding and Public Diplomacy*, 1-14.
- Kobierecki, M. M. (2023). Olympic Truce during the Nagano Olympics: Between Diplomacy and Public Diplomacy of the International Olympic Committee. *The International Journal of the History of Sport*, 40(1), 85-103.
- Larisu, Z., Estrada, P. R., Ibnu, S., and Nurmansyah, M. (2023). Multivectorism politics in 2022 Qatar world cup: media relations analysis. *Jurnal Studi Komunikasi*, 7(1), 001-015.
- Le, T. M. D., and Rolls, M. (2022, June). China's Media Diplomacy in The South China Sea Disputes Case Studies of the Scarborough Shoal Stand-off and The Oil Rig Crisis. In *The Twelfth International Convention of Asia Scholars (ICAS 12)*, 1, 320-330. Amsterdam University Press.
- Leka, D., and Kosumi, B. (2017). The impact of Democracy in the Media and Public Opinion. *Acta Universitatis Danubius. Communicatio*, 11(2), 39-52.
- LO, A. A. (2023). Leveraging sports for public diplomacy outcomes: The case of Qatar's FIFA word cup 2022. *Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 33-49.
- Papanikos, G. T. (2023). The Global Media Coverage of the 2022 Qatar World Football Cup. *Athens Journal of Sports*, 10(2): 119-132.
- Scharfenort, N. (2014). Off and running: Qatar brands for FIFA World Cup, and life beyond. *Under construction: Logics of urbanism in the Gulf region*, 71-87.
- Serdar, M. Z., and Al-Ghamdi, S. G. (2021). Resiliency assessment of road networks during mega sport events: The case of FIFA World Cup Qatar 2022. *Sustainability*, 13(22), 12367. 1-15.
- Skey, M. (2023). Sportswashing: Media headline or analytic concept? *International review for the sociology of sport*, 58(5), 749-764.

- Sofotasiou, P., Hughes, B. R., and Calautit, J. K. (2015). Qatar 2022: Facing the FIFA World Cup climatic and legacy challenges. *Sustainable cities and society*, 14, 16-30.
- Torres, J. I. C. (2021). Del poder blando al poder sutil: el caso de Catar. *bie3: Boletín IEEE*, 24, 91-107.
- Ying, J. I. A. N. G., and Dong, W. A. N. G. (2022). Characteristics and experiences of contemporary media diplomacy: A case study of Al Jazeera in Qatar. *Pakistan Journal of International Affairs*, 5(3).
- Zhang, X. (2018). Al-Jazeera and Qatar foreign policy: asset or liability? *tesi.luiss.it*

