

ارائه مدل توسعه دیپلماسی فرهنگی در ورزش حرفه‌ای ایران

ابراهیم کریمی^۱

اکرم اصفهانی‌نیا^۲

مجتبی احمدی^۳

ناصر بای^۴



10.22034/ssvs.2023.2080.2483

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۸/۱۶

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۴/۴

تحقیق حاضر با هدف طراحی مدل توسعه دیپلماسی فرهنگی در ورزش حرفه‌ای ایران طراحی و اجرا گردید. این مطالعه به روش ترکیبی و از نوع طرح‌های تحقیق آمیخته اکتشافی است. جامعه آماری بخش کیفی شامل اساتید منتخب آشنا با دیپلماسی فرهنگی و دیپلماسی ورزشی و برخی مدیران منتخب ورزشی کشور بودند که به صورت هدفمند انتخاب شدند (۱۴ نفر). جامعه آماری در بخش کمی شامل جامعه آماری بخش کیفی و مدیران ادارات ورزش و جوانان استان‌های کشور، رؤسای فدراسیون‌های ورزشی می‌باشند با توجه به فراوانی جامعه آماری، حجم نمونه و احتمال خطای نمونه‌گیری ۹۲ نفر در نظر گرفته شد. ابزار گردآوری اطلاعات در تحقیق حاضر مصاحبه نیمه ساختاریافته و پرسش‌نامه محقق ساخته مستخرج از بخش کیفی بود. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق حاضر از کدگذاری در بخش کیفی و از روش معادلات ساختاری در بخش کمی استفاده گردید. در بخش کیفی پژوهش، مقوله‌ها در قالب ۱۷ مقوله و ۸۰ کد مفهومی مشخص شدند و در دل ابعاد ۶ گانه مدل پارادایمی به صورت موجبات علی (۳ مقوله)، مقوله اصلی: دیپلماسی فرهنگی در ورزش (۳ مقوله)، راهبردها (۳ مقوله)، شرایط زمینه‌ای (۲ مقوله)، شرایط مداخله‌گر (۳ مقوله) و پیامدها (۳ مقوله) جای گرفتند. در بخش کمی نیز مشخص گردید که هر ۶ مؤلفه اصلی پژوهش از برازش مناسبی برخوردار هستند و روابط بین متغیرها معنی‌دار است (مقدار تی بیشتر از ۱/۹۶). مدیران ارشد کشوری می‌توانند از ظرفیت‌های ورزش و فرهنگ، با بهره‌گیری از زیرساخت‌های موجود و پرهیز از عوامل مداخله‌گر اقتصادی، سیاسی و قوانین و سیاست‌ها و با اتخاذ راهبردهایی در حوزه رسانه، رویدادهای ورزشی فراملی به پیامدهای مثبتی در حوزه ورزش، اقتصاد و فرهنگ دست یابند.

واژگان کلیدی: دیپلماسی فرهنگی، دیپلماسی ورزشی، نظریه داده‌بنیاد، ورزش حرفه‌ای و رسانه.

^۱ دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران

^۲ استادیار، گروه تربیت بدنی، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Akramesfahani@gmail.com

^۳ استادیار، گروه تربیت بدنی، واحد بندرگز، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرگز، ایران

^۴ استادیار، گروه تربیت بدنی، واحد آزادشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، آزادشهر، ایران

مقدمه

دیپلماسی یکی از ضروریات جهان امروزی می‌باشد (ولیکایا^۱، ۲۰۲۰). استفاده از دیپلماسی به‌عنوان یکی از ابزارهای اجرایی دولت‌ها همواره مورد توجه بوده است (مانور^۲، ۲۰۱۹). دیپلماسی در روزگار ما نیازمند چشم‌انداز و دیدگاهی است که بر پایه آن‌ها بیش از هر چیز باید ارتباط میان ویژگی هر دوره با نیاز انسان به مفاهیمی همچون صلح، انسان‌دوستی، امنیت جهانی، آزادی، دموکراسی و تعامل دولت‌ها با یکدیگر موردنظر قرار گیرد. به‌همین دلیل دیپلماسی یکی از ابزارهایی است که در این امر می‌تواند راهگشا باشد و فضایی ایجاد نماید تا هر کشوری بسته به سهم و بزرگی خود، جایگاه مناسبی را در تأمین منافع انسان‌ها به‌دست آورد. بدیهی است که دیپلماسی همراه با دگرگونی‌های گوناگون، شکل عوض می‌کند و متناسب با اندیشه و فکر هر عصر می‌تواند برای ایجاد ارتباطی درست، منطقی و مبتنی بر اصول و مفاهیم انسان دوستانه بین کشورها به بیانی دیگر برای زندگی صلح‌آمیز انسان‌ها در کنار هم مورد استفاده قرار گیرد. در روابط بین‌الملل معاصر، ورزش یکی از حوزه‌های موضوعی رایج و گسترده بوده است. از اواخر قرن نوزدهم میلادی، دو روند همزمان با افزایش روزافزون تعاملات بین‌المللی و بین‌المللی‌شدن ورزش در جریان بوده‌اند. به‌رغم توجه امروزی دانش روابط بین‌الملل به بسیاری از حوزه‌هایی که پیش‌تر در این دانش چندان اهمیتی به آن‌ها داده نمی‌شد. در عصر کنونی ابعاد سیاسی و فرهنگی ورزش به‌صورت گسترده‌ای به رسمیت شناخته‌شده‌اند و ورزش بین‌المللی جزئی جدایی‌ناپذیر از پویای روابط میان ملت‌ها شده است. این تحول در ماهیت ورزش و توسعه دامنه جغرافیایی آن بخشی از تحولاتی است که طی قرن گذشته در حوزه روابط بین‌الملل اتفاق افتاده است. اهمیت یافتن سازمان‌های غیردولتی بین‌المللی در سیاست‌گذاری‌ها، تأثیر شگرف جنبش‌های فراملی بر حاکمیت و تغییر روابط میان هویت و مکان بخشی دیگر از تحولات در محیط بین‌الملل هستند (امیرفضلی، ۲۰۱۶). اگر دیپلماسی فرهنگی را امر متوجه فهم متقابل و تبادلات فرهنگی را محصول روابط اجتماعی میان ملت‌ها تعریف کنیم، فوتبال گونه‌ای از این نوع ورزش خواهد بود. همان‌طور که «بان-کیمون دبیر کل سابق سازمان ملل متحد گفته است: «ورزش زبانی است که هر یک از ما می‌تواند بدان سخن بگوید.» فوتبال این زبان مشترک، گفت‌وگو میان افراد و ملت‌ها را تسهیل می‌کند و حتی گاهی تفاوت‌های سنتی و فرهنگی میان آنان را کمرنگ می‌سازد. با توجه به محیط به‌شدت رقابتی که اغلب در میدانی ورزشی با آن مواجه هستیم، این امر دستاوردی بزرگ است. تبادل ایده‌ها در درون نهادهای جهانی در خلال رخدادهای عمده ورزشی نظیر المپیک و جام جهانی فوتبال، فهم متقابل میان افراد و ملت‌ها را افزایش می‌دهد، هرچند دهه گذشته شاهد برخی درگیری‌ها بین ملت‌ها در بعضی رویدادها مانند جام ملت‌های اروپا بوده است. به‌عنوان مثال، در رقابت‌های سال ۲۰۰۰ میلادی، این درگیری میان بلژیکی‌ها و هلندی‌ها مشاهده شد. جام ملت‌های اروپا در سال ۲۰۰۸ میلادی نیز شاهد خصومت مشابهی میان سوئیسی‌ها و اتریشی‌ها بود. با وجود این، آن‌ها به‌رغم این اختلاف‌نظر همچنان خواهان گفت‌وگوی دوجانبه هستند (اژدری و همکاران، ۲۰۱۸).

¹ Velikaya

² Murraya

از سویی، هرچند ورزش فوتبال به‌تنهایی نمی‌تواند همه تعارضات بین‌المللی و داخلی را حل‌وفصل نماید، اما قادر است به‌عنوان محرکی قوی، مردم، سیاستمداران و نمایندگان را به‌سمت راه‌حل‌های صلح‌آمیز و یا حداقل بهبود وضعیت موجود سوق دهد. نمونه‌هایی که پیش‌تر راجع به آن‌ها سخن گفتیم نویدبخش پیشرفت‌های خوش‌بینانه در آینده و علامتی مثبت برای نسل آینده ورزشکاران، طرفداران ورزش و رهبران هستند (بخشی، گودرزی، سجادی و جلالی فراهانی، ۲۰۱۹). دراین راستا، نظریه‌پردازان دیپلماسی مدعی هستند که در حال حاضر تحولی عظیم در رویه‌های دیپلماتیک به‌وقوع پیوسته که این تحول همان گسترش و سرریز شدن فعالیت دیپلماتیک به دامنه وسیعی از فعالیت‌های اجتماعی است. از این‌رو، بین‌المللی شدن روزافزون موضوعات صنعتی، اجتماعی و فناورانه سبب شده است که هریک از این موارد وجهی دیپلماتیک به خود بگیرند (همیلتون و لانگهورن^۱، ۲۰۱۱) به‌طوری‌که توسعه ورزش و ارتباط یافتن آن با دیپلماسی در این فضا به‌وجود آمده است. بدین جهت، دیپلماسی ورزشی را می‌توان «فعالیت‌های دیپلماتیک و نمایندگی اصحاب ورزش به نیابت از دولت متبوع آن‌ها» تعریف کرد. براین اساس، مورای^۲ هفت دلیل را به شرح زیر برای ورزشی شدن دیپلماسی ابراز می‌کند:

تغییرات ایجادشده در فضای دیپلماتیک، طی چند دهه گذشته دیپلماسی را به سازگاری، تطابق و آزمایش شیوه‌های نوین مجبور کرده است. جهانی‌شدن یکی از این تغییرات است که به‌کار گرفتن ورزش به‌عنوان ابزاری غیرمستقیم برای رسیدن به اهداف سیاست خارجه یکی از آن‌هاست. تصویر سیاست خارجی یک کشور می‌تواند نزد افکار عمومی به‌وسیله ورزش از شکل منزوی، بسته، گنگ و غیر مرتبط به شکلی خلاقانه، مؤثر و عامه‌پسند تبدیل شود (وزین، ۲۰۱۸).

جهانی‌شدن باعث تعامل^۳ و تقویت هرچه بیشتر و ادغام دیپلماسی و ورزش شده است. نقش ورزشکاران و دیپلمات‌ها در حال تغییر است و آگاهی از مسئولیت‌های اجتماعی آنان خواست عامه مردم از هر دو حرفه است. در این شرایط ورزش و دیپلماسی به‌مشابه دو قطب غیرهمنام به‌سوی یکدیگر کشیده می‌شوند؛ هم ورزشکاران و هم دیپلمات‌ها به‌دنبال کسب پیروزی برای حکومت خود هستند. نقش‌های این دو گروه در حال تغییر است که با افزایش آگاهی‌های اجتماعی، موجب تقاضای عمومی بیشتری از این دو حرفه شده است- فارغ از این‌که ورزشکار در زمین‌بازی بدود یا دیپلمات به دور میز بنشیند. از این‌رو، همزیستی مشخصی میان این دو می‌توان متصور بود. دیپلماسی ورزش مسیر و شیوه‌ای نرم برای کشف یا تغییر معنادار سیاست خارجی میان حکومت‌هاست. دیپلماسی پینگ‌پنگ سال ۱۹۷۱، دیپلماسی کریکت میان کشورهای هند و پاکستان در مارس ۲۰۱۱ و یا دیپلماسی فوتبال ۱۹۹۸ مابین دو کشور ایالات‌متحده و ایران نمونه‌های این تغییرند (اژدری و همکاران، ۲۰۱۸).

یکی از اشکال مهم در حوزه دیپلماسی، دیپلماسی فرهنگی می‌باشد. در تحولات دهه‌های اخیر، دیپلماسی فرهنگی در عرصه روابط بین‌الملل، در راستای بهبود روابط و مناسبات فی‌مابین کشورها جایگاه ویژه‌ای یافته و موجب

¹ Hamilton & Langhorne

² Murray

³ Interaction

همگرایی میان دولت‌ها و ملت‌ها گردیده است. دیپلماسی فرهنگی به‌عنوان ابزار سیاست خارجی کشورها که هنر ترویج و توسعه فرهنگ را بر عهده دارد و در فراهم آوردن زمینه‌های همکاری‌های مشترک و شناخت و شناساندن فرهنگ‌ها و تبادل ارزش‌های فرهنگی و تحکیم و تثبیت روابط حسنه میان دولت‌ها تأثیر بسزایی داراست. از طرف دیگر در راستای تحولات منطقه‌ای و جهان، در استفاده از دیپلماسی سنتی که بر مبنای تبادل هیئت دیپلماتیک و اعزام نفرات صورت می‌گرفت، اکنون دولت‌ها علاوه بر آن ابزارها، شیوه و راهکارهای جدید و تأثیرگذارتر دیگری را به‌کار گرفته‌اند که موجب سرعت ارتباطات و تعامل و نفوذ در بین مخاطبان می‌گردد و روند حصول به منافع ملی را برحسب نیازها، فرصت‌ها و تهدیدها به‌جای بدنه دولت‌ها به بازیگران جدیدی در عرصه بین‌الملل سپرده‌اند (وزین، ۲۰۱۸). دیپلماسی فرهنگی تلاش برنامه‌مند و نظام‌یافته برای تأثیرگذاری بر اندیشه‌ها و برداشت‌ها و انگاره‌ها و ایدئال‌ها، ارزش‌ها و باورها و سبک زندگی سایر ملت‌ها از طریق ترویج فرهنگ و تمدن خود باهدف تأمین و توسعه اهداف و منافع ملی می‌باشد. بهره‌گیری از دیپلماسی فرهنگی به‌عنوان یک دغدغه مهم همواره موردتوجه بوده است (کلارکی و دوبر^۱، ۲۰۲۰). در حالی که توجه عمده دیپلماسی سیاسی به دولت‌ها و سیاستمداران است، دیپلماسی اقتصادی روی بازار و کنشگران اقتصادی تمرکز دارد و دیپلماسی نظامی به ارتش‌ها و فرماندهان توجه می‌کند، دیپلماسی فرهنگی با مردم و افکار عمومی سروکار دارد و هدفش بهبود نگرش سایر ملل نسبت به کشور خود است (قنبرلو، ۲۰۲۱). از سوی دیگر، تمامی ملل سعی در بهبود دیپلماسی فرهنگی و از این منظر سعی در کسب فوائد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی داشته‌اند (بیر و وایت^۲، ۲۰۲۰). امروزه جهت بهبود دیپلماسی فرهنگی نیازمند توجه به جنبه‌های مختلفی می‌باشد. کارکردهای ورزش در حوزه دیپلماسی سبب گردیده است تا امروزه از آن به‌عنوان یک ابزار مهم در جهت توسعه دیپلماسی فرهنگی استفاده گردد. تعاملات ورزش و دیپلماسی فرهنگی می‌تواند فوائد ارزنده‌ای برای ورزش و سیاست داشته باشد.

تحقیقات اندکی در حوزه دیپلماسی فرهنگی به‌خصوص در ورزش انجام شده است. بخشی و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهش خود بیان نمودند که معرفی فرهنگ غنی و متمدن ایران، معرفی جاذبه‌های گردشگری کشور و در ادامه آن جذب جهان‌گردان و ایجاد زمینه بهتر برای گفت‌وگو بین اقوام و ملل مختلف، مواجه شدن با مقاومت کمتر در جوامع و کشورهای مقصد در مذاکرات سیاسی، احتمال کاهش درگیری نظامی میان کشورها و کاهش اهمیت مسائل نظامی، عاری بودن دیپلماسی ورزشی از لحن خصمانه در کنار جذابیت بیشتر این نوع دیپلماسی نسبت به سایر دیپلماسی‌ها از مهم‌ترین نقش‌های دیپلماسی ورزشی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران از دیدگاه نخبگان بود. شریعتی فیض‌آبادی (۲۰۱۹) در پژوهش خود دریافت که کشورهای توسعه‌یافته مانند ایالات متحده، ژاپن و استرالیا در کنار کشورهای دارای اقتصاد نوظهور (بریک) مانند روسیه و چین با ارائه برنامه‌ای جامع و در قالب استفاده از ورزشکاران، مربیان، داوران و حتی شرکت‌های ورزشی به دنبال تحقق اهداف کلان سیاسی خود در بستر ورزش

¹ Clarke & Duber

² Bier & White

هستند؛ حال آنکه تصمیم‌گیران سیاسی ایران به ورزش به‌عنوان پدیده‌ای تفریحی نگریسته و هنوز به علاقه‌مندی به‌جای ادراک از ظرفیت ورزش ایران در عرصه بین‌الملل بسنده کرده‌اند. همچنین، جوادی‌پور و راسخ (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان نقش ورزش و توسعه دیپلماسی ورزشی در پیشبرد سیاست‌های فرهنگی- اجتماعی و روابط خارجی جمهوری اسلامی ایران دریافتند که چالش‌ها و ضعف‌های مختلف، شامل نبود خط‌مشی‌های روشن و شفاف، نداشتن آگاهی و دانش لازم، عدم شناخت ظرفیت‌های بالقوه دیپلماسی فرهنگی ورزشی می‌باشد و پیشنهادها و اقداماتی را در زمینه تحقق اهداف دیپلماسی ورزشی از طریق میزبانی رویدادهای بین‌المللی، حضور در رویدادهای بین‌المللی، اعزام مربیان و ورزشکاران، بستر رسانه ملی، استفاده از ستارگان و نخبگان ورزشی و عضویت هدفمند در مجامع بین‌المللی ارائه می‌دهند.

علاوه بر این، وزین (۲۰۱۸) پس از بررسی‌های خود پی برد که توسعه و گسترش مرزهای دیپلماسی در روند روابط فرهنگی میان ملت‌ها و دولت‌ها تاثیر بسیار فزاینده‌ای را رقم می‌زند و نیز موجب ترویج فرهنگ صلح در روابط بین‌الملل می‌گردد. باقری و قدیمی (۲۰۱۸) دریافتند که جذب اقوام در جامعه ملی توسط ورزش فوتبال یکی از کارکردهای هویت‌ساز آن است. اژدري و همکاران (۲۰۱۸) در تحقیق خود که باهدف آسیب‌شناسی دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران و ارائه راهبرد انجام گرفت، پس از بررسی‌های خود پی بردند که ایران در موقعیت راهبرد محافظه‌کارانه قرار دارد و لازم است نسبت به تقویت اشتراکات دینی، فرهنگی و تاریخی، گسترش مناسبات و همکاری فرهنگی، اقتصادی و علمی، تربیت نیروی انسانی متخصص، بازنگری در قوانین، تقویت هماهنگی بین دستگاه‌های مختلف و حمایت و تقویت کرسی‌های زبان فارسی و ایران‌شناسی اقدام شود. پوینتاف^۱ (۲۰۲۰) در تحقیق خود که باهدف بررسی نقش دیپلماسی فرهنگی به‌عنوان منبع سیاست خارجی انجام گرفت، پس از بررسی‌های خود پی برد که دیپلماسی فرهنگی به‌واسطه کارکردهای خود می‌تواند نقش مهمی در حوزه سیاست خارجی داشته باشد. در نهایت، دوبینسکی^۲ (۲۰۱۹) در تحقیقی، پس از بررسی‌های خود پی بردند که بهره‌گیری از ظرفیت‌های ورزشی می‌تواند منجر شکل‌گیری دیپلماسی فرهنگی در این حوزه گردد.

دیپلماسی فرهنگی به یکی از نگرانی‌ها و دغدغه‌های دولت‌ها تبدیل شده است (کارتا و هیگوت^۳، ۲۰۱۹). مشارکت دیپلمات‌ها در فعالیت‌های خیریه کشور مقصد سابقه‌ای طولانی دارد و بخشی از فرآیندهای غیررسمی دیپلماتیک است؛ اما شرکت ورزشکاران در فعالیت‌های خیریه بین‌المللی تا سه دهه گذشته جزئی از دیپلماسی دولت‌ها نبود. یکی از اشکال مهم در حوزه دیپلماسی، دیپلماسی فرهنگی می‌باشد. دیپلماسی فرهنگی به کشورها اجازه می‌دهد که با استناد به عناصر کلیدی و نفوذ دولت‌های خود، به‌طور مستقیم با مخاطبان خارجی، به انضمام مردم معمولی و رهبران افکار، در ارتباط باشند. نفوذ بر روی توده‌های خارجی و آوردن آن‌ها به صحنه بین‌المللی، به‌منظور فراهم آوردن فشار مؤثر به دولت‌های آن‌ها، در نظر گرفته می‌شود. دیپلماسی فرهنگی فرایند مؤثری است که در آن فرهنگ

¹ Poictaev

² Dubinsky

³ Carta & Higgott

یک ملت به جهان بیرون عرضه می‌شود و خصوصیات منحصر به فرد فرهنگی ملت‌ها در سطوح دوجانبه و چندجانبه ترویج می‌یابند. دیپلماسی فرهنگی از آن جهت که به یک کشور امکان می‌دهد که فرهنگ، جامعه و مردمش را به دیگران معرفی کند و همچنین از طریق فزونی بخشیدن به ارتباطات خصوصی بین مردم کشورهای گوناگون، کشورها را قادر می‌سازد که ایده‌آل‌های سیاسی و سیاست‌هایشان را در انظار افکار عمومی بسیار جذاب سازند. وقتی فرهنگ کشوری شامل ارزش‌های جهان‌شمول شود، کسب نتایج دلخواه برای آن کشور افزایش می‌یابد.

برنامه‌هایی که در قالب دیپلماسی فرهنگی به اجرا درمی‌آیند، از آنجاکه موجب گسترش ارتباطات میان مردم کشورهای مختلف می‌شود، زمینه‌ساز برقراری روابط مستحکم و دوستانه میان کشورها را فراهم می‌سازد. کارکردهای دیپلماسی فرهنگی در تمامی حوزه‌ها از جمله ورزش می‌تواند ظرفیت‌های مطلوبی را ایجاد کند. به صورتی که امروزه دیپلماسی فرهنگی در ابعاد سیاسی و ورزشی می‌تواند فواید مثبتی را ایجاد کند. این مسئله سبب گردیده است تا دیپلماسی فرهنگی به عنوان یک دغدغه همواره در تمامی حوزه‌ها مورد توجه قرار گیرد. از طرفی توسعه دیپلماسی فرهنگی در ورزش می‌تواند ضمن ارتقای ورزش حرفه‌ای، شرایط جهت جذب مخاطبان در ورزش را نیز فراهم نماید. بنابراین نبود تحقیقات جامع در این زمینه سبب گردیده است تا امروزه روند توسعه دیپلماسی فرهنگی در ورزش حرفه‌ای ایران دچار مشکلات اساسی گردد و از ظرفیت‌های موجود در جهت توسعه دیپلماسی فرهنگی در ورزش حرفه‌ای استفاده مناسب برده نشود. به عبارتی، شواهد نشان می‌دهد که ورزش حرفه‌ای ایران نتوانسته از ظرفیت‌های موجود در جهت توسعه دیپلماسی فرهنگی نهایت استفاده را ببرد. تحقیق حاضر باهدف ارائه مدل توسعه دیپلماسی فرهنگی در ورزش حرفه‌ای ایران، سعی در پاسخ به این سؤال دارد:

مدل توسعه دیپلماسی فرهنگی در ورزش حرفه‌ای ایران چگونه است؟

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی، روش تحقیق، توصیفی، شیوه گردآوری داده‌ها پیمایشی و بر اساس رویکرد پژوهش، آمیخته بود. در مرحله اول، برای ساخت الگو از روش کیفی گرانددتئوری و برای آزمون الگو از روش کمی توصیفی-تحلیلی از نوع همبستگی مبتنی بر الگوی معادلات ساختاری استفاده گردید. روش پژوهش آمیخته از نوع اکتشافی متوالی بود؛ یعنی ابتدا کیفی و سپس کمی بود. ابزار مورد استفاده در این پژوهش بعد از انجام مصاحبه و رسیدن به اشباع نظری تدوین شد که شامل ۸۰ گویه و در قالب ۱۷ مؤلفه در قالب طیف پنج گزینه‌ای لیکرت (خیلی زیاد، ۵ امتیاز تا خیلی کم، ۱ امتیاز) بود. در بخش اول (کیفی) برای انجام مصاحبه میدانی، جامعه آماری پژوهش را اساتید منتخب آشنا با دیپلماسی فرهنگی و دیپلماسی ورزشی (که در زمینه‌های گفته‌شده، کتاب، مقاله و طرح پژوهشی انجام داده باشند)، برخی مدیران منتخب ورزشی کشور نظیر معاونت امور فرهنگی و توسعه ورزش همگانی وزارت ورزش و جوانان، رؤسا و معاونین المپیک، پارالمپیک و آکادمی المپیک شامل می‌شدند که این افراد به صورت هدفمند از نوع معیاری، برای مصاحبه‌های کیفی در موضوع پژوهش انتخاب گردید (۱۴ مصاحبه با ۱۴ نفر و تا حد اشباع نظری ادامه یافت). در بخش دوم (کمی) بعد از گداه ری اطلاعات حاصل از پژوهش کیفی، اقدام به

ارائه مدل توسعه دیپلماسی فرهنگی در ورزش حرفه ای ایران

ساخت پرسش نامه شد و این پرسش نامه در بین مدیران ورزش کشور (مدیران گفته شده در بخش کیفی، مدیران ادارات ورزش و جوانان استان های کشور، رؤسای فدراسیون های ورزشی) توزیع گردید. نمونه آماری این پژوهش با توجه به تعداد کل جامعه آماری (۱۱۱ نفر) و جدول مورگان، تعداد ۹۲ نفر در نظر گرفته شد که از این تعداد، ۷۸ پرسش نامه به صورت صحیح عودت داده شد. روش انجام مصاحبه و توزیع پرسش نامه، با توجه به پراکندگی نمونه ها و همچنین همه گیری ویروس کرونا، به صورت حضوری، تلفنی، ایمیلی و واتس اپی انجام شد. شاخص آزمون KMO، کفایت نمونه گیری را می سنجد و مقدار ۰/۷۳ برای این آزمون به دست آمد که نشان از کفایت مناسب نمونه ها دارد. مراحل کدگذاری در گراند تئوری شامل گام اول (کدگذاری باز)^۱: استخراج کدهای اولیه از مصاحبه های مکتوب شده، گام دوم (کدگذاری محوری)^۲: انتخاب دیپلماسی فرهنگی به عنوان پدیده محوری و ارتباط سایر مقوله ها (شرایط علی، شرایط زمینه ای، شرایط مداخله گر، راهبردها و پیامدها با آن) و گام سوم (کدگذاری انتخابی)^۳: روند انتخاب مقوله ای اصلی به طور منظم و ارتباط سیستماتیک آن با سایر مقوله ها، اعتبار بخشیدن به روابط و پر کردن جاهای خالی با مقولاتی که نیاز به اصلاح و گسترش دارند) بود. در بخش کیفی تحقیق جهت بررسی روایی از قابلیت باورپذیری (اعتبار)، انتقال پذیری و تائید پذیری استفاده گردید (جدول ۱).

جدول ۱: روایی و پایایی بخش کیفی

نتیجه	روش	
تائید	تأیید فرآیند پژوهش توسط هفت متخصص	قابلیت باورپذیری
تائید	استفاده از دو کدگذار جهت کدگذاری چند نمونه مصاحبه	(اعتبار)
تائید	نظرات سه متخصص که در پژوهش مشارکت نداشتند	انتقال پذیری
تائید	ثبت و ضبط تمامی مصاحبه ها	تائید پذیری
تائید	در اختیار قرار دادن اطلاعات به اساتید راهنما و مشاور	مطالعه حسابرسی
تعداد کل کدها: ۱۰۶		فرآیند
تعداد کل توافقات: ۴۱		
تعداد کل عدم		
توافقات: ۲۴	تحلیل سه مصاحبه توسط محقق و همکار و مشخص	توافق درون
پایایی بین دو کدگذار:	نمودن کدهای مشابه و غیر مشابه	موضوعی دو کدگذار
٪۷۷/۳		
بیشتر از ۶۰٪ و تائید		
پایایی		

¹ Open Coding

² Axial Coding

³ Selective Coding

پایایی و روایی در پی‌ال‌اس در دو بخش سنجیده می‌شود: الف) بخش مربوط به مدل‌های اندازه‌گیری، ب) بخش مربوط به مدل ساختاری. پایایی مدل اندازه‌گیری به وسیله ضرایب بارهای عاملی، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. بارعاملی از طریق محاسبه مقدار همبستگی شاخص‌های یک سازه با آن سازه محاسبه می‌شود که اگر این مقدار برابر و یا بیشتر از مقدار $0/4$ شود مؤید این مطلب است که واریانس بین سازه و شاخص‌های آن از واریانس خطای اندازه‌گیری آن سازه بیشتر و پایایی در مورد آن سازه قابل قبول است. همچنین در مورد روایی محتوی نیز با استفاده از فرم‌های روایی سنجی CVI و CVR روایی مورد تأیید قرار گرفت. مقدار CVR با توجه به تعداد اساتید (۸ نفر)، $0/79$ و مقدار CVI بیشتر از $0/78$ به دست آمد. بنابراین روایی محتوی ابزار مورد تأیید قرار گرفت. روایی واگرا و همگرا نیز مورد سنجش قرار گرفت.

در این پژوهش از دو بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی بهره‌گیری شد. در بخش آمار توصیفی از جداول توصیفی برای بیان ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پژوهش استفاده گردید. به منظور تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها و استخراج کدهای پژوهش، از نرم‌افزار Max QDA نسخه Pro استفاده شد. شاخص‌های کشیدگی و چولگی به منظور بررسی توزیع داده‌ها (طبیعی و یا غیرطبیعی بودن) با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۴، مورد سنجش قرار گرفت و برای رسم و تدوین مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری از نرم‌افزار Smart PLS نسخه ۲/۰ استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

نتایج بخش توصیفی مربوط به ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پژوهش در بخش کیفی نشان داد که همه مشارکت‌کنندگان مرد و اکثر مشارکت‌کنندگان دارای تحصیلات دکتری بودند (۷۱/۴ درصد). در مرحله کیفی، چند کد مفهومی تبدیل به یک مقوله می‌شود. در جداول زیر نتایج کدگذاری باز بر اساس کدهای مفهومی و مقولات آورده شده است:

جدول ۲: کدگذاری ثانویه و شکل‌دهی مقولات

مقوله	مفاهیم	کد مصاحبه‌شونده
ظرفیت‌های نهاد ورزش	جذابیت‌های عمومی ورزش و رویدادهای آن	P3, P4, P6
	تنوع ورزش برای گروه‌های مختلف جامعه	P1, P2, P9
	تعداد زیاد هواداران ورزش	P5, P6, P9, P15
	مقبولیت جهانی ورزش	P1, P2, P12
	سرمایه‌گذاری در ورزش	P3, P5, P8, P14
ظرفیت‌های فرهنگی ایران	آثار مثبت جسمی و روانی ورزش	P8, P9, P10, P12
	تنوع قومی و نژادی ایران	P1, P3, P12
	تنوع جغرافیایی ایران	P2, P6, P9, P13, P14
	تنوع آب و هوایی در ایران	P3, P9, P12
	تنوع زبانی در ایران	P6, P9, P13

ارائه مدل توسعه دیپلماسی فرهنگی در ورزش حرفه ای ایران

P2, P3, P11	تنوع فرهنگی – عقیدتی در ایران	
P2, P8, P11	تنوع موسیقی و ابزارهای موسیقی در ایران	
P8, P10, P11, P12, P13	تاریخچه فرهنگی باشکوه ایران	
P1, P3, P5, P14	اخلاق مناسب مردم ایران	
P5, P9, P10	اماکن گردشگری بین‌المللی ایران	
P7, P8, P13	فضاهای گردشگری طبیعی زیبا در ایران	
P5, P7, P10, P14	وجود رسانه‌های متنوع	
P2, P3, P8, P9	وجود مدیران علاقمند به دیپلماسی فرهنگی	مدیریت فرهنگی در ورزش
P1, P2, P9, P10	وجود مدیران فعال در عرصه‌های بین‌المللی ورزشی	
P4, P5, P9, P12	دانش مدیران نسبت به اثرگذاری ورزش در عرصه‌های بین‌المللی	
P1, P4, P7, P8	کسب وجهه بین‌المللی از طریق ورزش	اهداف دیپلماسی فرهنگی در ورزش
P6, P7, P11, P14	فهم دقیق اصول موجود در فرهنگ سایر ملت‌ها	
P1, P3, P5, P9	درک متقابل میان ملت‌ها	
P5, P6, P8	نمایش چهره واقعی ملت ایران در میادین بین‌المللی	
P2, P3, P11	بهبود ارتباطات و همکاری ورزشی در سطح جهانی	
P9, P10, P12	جلوگیری از سوءتفاهم و درگیری	
P1, P6, P10, P14	مواجه‌شدن با مقاومت کمتر در جوامع و کشورهای مقصد	مزایای دیپلماسی فرهنگی در ورزش
P3, P6, P9	جذابیت به دلیل عدم وجود لحن خصمانه	
P5, P6	تلاش جهت کشف، تعریف و ترویج ارزش‌ها	
P4, P9, P10	تأثیر دیپلماسی فرهنگی از طریق ضمیر ناخودآگاه	
P2, P10, P13	ایجاد اعتمادسازی از طریق دیپلماسی فرهنگی	
P6, P11, P15	جهانگردی و صنعت توریسم	ابزارها و روش‌های دیپلماسی فرهنگی در ورزش
P1, P3, P14	صادرات و واردات کالاها و خدمات ورزشی	
P3, P4	رسانه‌های مختلف ورزشی مکتوب و مجازی	
P6, P7, P8	استفاده از لژیونرهای ورزشی به عنوان سفیر فرهنگی	

P5, P9, P12	کسب مقام‌های مختلف ورزشی در میادین جهانی	موفقیت ورزشی
P3, P7, P8	کسب مقام‌های مختلف ورزشی در المپیک و پارالمپیک	
P2, P3, P6	وجود نخبه‌های ورزشی مطرح و بین‌المللی نظیر علی دایی	
P1, P2, P7	موفقیت‌های ورزشی در رشته‌های ورزشی متنوع	
P6, P9, P10, P14	وجود امکانات ورزشی در رشته‌های ورزشی متنوع	زیرساخت‌های فرهنگی ورزشی
P9, P11, P13	وجود زیرساخت‌های ارتباطی (شبکه‌های تلفن، اینترنت)	
P3, P9, P14	وجود راه‌های ارتباطی (هوایی، جاده‌ای، ریلی، آبی)	
P2, P3, P5	وجود تحریم‌ها علیه ایران	وضعیت اقتصادی
P1, P3, P4, P8	وجود تورم در ایران	
P5, P9, P10	وجود اقشار ضعیف اقتصادی در ورزش ایران	
P1, P2, P8	هزینه بالای حضور ورزشکاران در میادین بین‌المللی	
P6, P8, P11	هزینه بالای میزبانی رویدادهای ورزشی	
P9, P12	قطع روابط ایران و برخی از کشورها	وضعیت سیاسی ایران
P5, P6, P13	استفاده از ورزش به منظور دستیابی به اهداف سیاسی	
P3, P6, P10, P14	وجود تنش‌های سیاسی در منطقه	
P2, P3, P7	قوانین مربوط به پوشش در ایران	قوانین و سیاست‌ها
P2, P4, P6	قوانین مربوط به مصرف مشروبات در ایران	
P6, P7, P9	قوانین مربوط به حق یخش تلویزیونی	
P1, P3, P7, P10	قوانین مربوط به میزبانی رویدادهای ورزشی در ایران	
P1, P6, P9, P12	میزبانی رویدادهای ورزشی بین‌المللی در ایران	راهبردهای مربوط به رویدادهای ورزشی
P5, P9, P10	شرکت در رویدادهای ورزشی بین‌المللی کشورهای مختلف	
P2, P6, P14	حور در رویدادهای ورزشی مختلف با نشان دادن آداب ایرانی اسلامی پسندیده	
P1, P5, P9	تبادل مربی و ورزشکار	راهبردهای ورزشی فراملی
P1, P4, P6, P8	میزبانی و برگزاری دوره‌های علمی- ورزشی مشترک	
P1, P4, P6, P14	حضور در دوره‌های علمی- ورزشی مشترک کشورهای دیگر	
P6, P9, P10	بین‌المللی کردن ورزش‌های بومی ایرانی	
P3, P10, P11	کسب کرسی‌های بین‌المللی	
P2, P3, P8	ارتقای برند ملی ورزشی	

ارائه مدل توسعه دیپلماسی فرهنگی در ورزش حرفه ای ایران

P1, P6, P9	رعایت هنجارها توسط ورزشکاران	
P6, P7, P9	انتخاب سفیر فرهنگی برای حضور در رویدادها	
P7, P9, P11	توجه به اهمیت حضور زنان در ورزشگاه‌ها	
P6, P8, P9	تقویت عملکرد رسانه‌های ملی در زمینه پوشش اخبار	راهبردهای مربوط به رسانه
P4, P6, P9	تشویق ورزشکاران نخبه برای حضور گسترده‌تر در فضای مجازی برای انتقال ویژگی‌های مثبت فرهنگی	
P2, P3, P6	تولید برنامه‌های مختلف در حوزه شناساندن جاذبه‌های فرهنگی - ورزشی	
P1, P3, P10	توسعه ورزش قهرمانی	پیامدهای ورزشی
P3, P4, P11	افزایش همکاری‌ها در ورزش	
P6, P7	توسعه وجهه بین‌المللی ورزش ایران	
P8, P9, P11	مشارکت بیشتر مردم در ورزش	
P3, P4, P7	توسعه گردشگری ورزشی	پیامدهای اقتصادی
P5, P8, P14	جذب حامیان مالی بین‌المللی برای رویدادها و باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای	
P1, P9, P10	فروش محصولات و خدمات ورزشی	
P2, P3, P5	ایجاد فرصت‌های شغلی جدید برای فعالان و متخصصان ورزشی	
P3, P7, P13	ایجاد حس خودباوری در ورزشکاران ایرانی	پیامدهای فرهنگی
P2, P6, P13	ارتقای مشارکت اجتماعی از طریق محیط اجتماعی ورزش حرفه‌ای	
P3, P9	کاهش مرزهای قومی، مذهبی و زبانی به واسطه ورزش حرفه‌ای	

در نهایت ۸۰ کد مفهومی و ۱۷ مقوله اصلی استخراج شد. مقولات استخراج‌شده در قالب مدل پارادایمی اشتراوس و کوربین قرار گرفتند. مدل نهایی پارادایمی توسعه دیپلماسی فرهنگی در ورزش حرفه‌ای ایران در شکل ۱ نشان داده شده است:

نتایج توصیفی مربوط به وضعیت جنسیت نمونه تحقیق حاضر نشان داد که اکثر نمونه‌های تحقیق مرد (۷۶/۹ درصد) و اکثرا دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و دکتری بودند (۶۴/۱ درصد).

مقدار مربوط به آلفای کرومباخ و پایایی ترکیبی متغیرها در هر ۶ متغیر، بالاتر از ۰/۷ می‌باشد که حکایت از پایایی مناسب مدل دارد. در این تحقیق پایایی متغیرها در حد مطلوب است. از آنجاکه پایایی تأیید می‌شود می‌توان به بررسی فرضیات توسط معادلات ساختاری پرداخت و نتیجه قابل تعمیم به کل جامعه موردنظر می‌باشد. معیار دوم از بررسی مدل‌های اندازه‌گیری، روایی همگراست که به بررسی همبستگی هر متغیر با سؤالات (شاخص‌ها) خود می‌پردازد. با توجه به روش فورنل و لارکر که مقدار مناسب برای AVE را ۰/۴ به بالا معرفی کرده‌اند. برای تمامی ۶ متغیر، مقدار AVE بیشتر یا مساوی ۰/۴ می‌باشد. روایی و اگر اسومین معیار بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری است که در این پژوهش در هر دو بخش روش اول (سؤالات مربوط به هر متغیر نسبت به خود آن متغیر همبستگی بیشتری دارند تا نسبت به متغیرهای دیگر) و دوم (معیار مهم دیگری که با روایی و اگر مشخص می‌گردد، میزان رابطه یک متغیر با سؤالاتش در مقایسه رابطه آن متغیر با سایر متغیرهاست) بررسی گردید. روایی و اگر ای قابل قبول این مدل حاکی از آن است که یک متغیر در مدل تعامل بیشتری با سؤالات خود دارد تا با متغیرهای دیگر. روایی و اگر وقتی در سطح قابل قبول است که میزان AVE برای هر متغیر بیشتر از واریانس اشتراکی بین آن متغیر و متغیرهای دیگر در مدل باشد (جدول ۳).

جدول ۳: شاخص‌های برازش مدل اندازه‌گیری

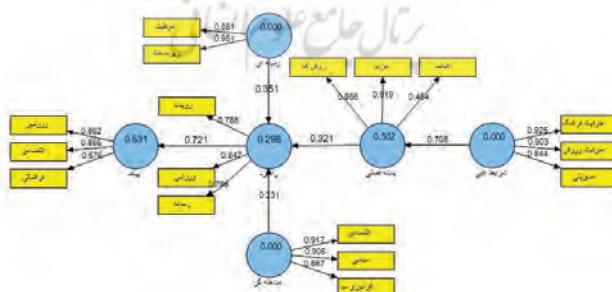
کدهای محوری	عقوله‌ها	گویه‌ها	بار عاملی	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	AVE
شرایط علی	فرهنگی-های فرهنگی ایران	جذابیت ورزش	۰/۷۸	۰/۷۸	۰/۸۰	۰/۵۱
		تنوع ورزش	۰/۷۰			
		تعداد زیاد هواداران ورزش	۰/۷۵			
		مقبولیت جهانی ورزش	۰/۷۴			
		سرمایه‌گذاری در ورزش	۰/۶۸			
		نگار ثبت جسمی و روانی ورزش	۰/۶۵			
		تنوع قومی و نژادی ایران	۰/۶۶			
		تنوع جغرافیایی ایران	۰/۷۴			
		تنوع آب و هوایی در ایران	۰/۵۹			
		تنوع زبانی در ایران	۰/۷۵			
مدیریت فرهنگی در ورزش	فرهنگی-های فرهنگی ایران	تنوع فرهنگی - تنوع فرهنگی	۰/۷۷	۰/۷۸	۰/۸۰	۰/۵۱
		تنوع موسیقی و ابزارهای موسیقی در ایران	۰/۵۶			
		تاریخچه فرهنگی باشکوه ایران	۰/۵۴			
		اخلاق مناسب مردم ایران	۰/۶۳			
		اماکن گردشگری بین‌المللی ایران	۰/۷۱			
		فضاهای گردشگری طبیعی زیبا در ایران	۰/۷۶			
		وجود رسانه‌های متنوع	۰/۷۶			
		وجود مدیران علاقمند به دیپلماسی فرهنگی	۰/۷۵			
		وجود مدیران فعال در عرصه‌های بین‌المللی	۰/۶۲			
		ورزش	۰/۶۲			
پذیرده اصلی	فرهنگی-های فرهنگی ایران	دانش مدیران نسبت به ترغیب ورزش در عرصه‌های بین‌المللی	۰/۶۲	۰/۷۹	۰/۸۴	۰/۵۷
		کسب وجهه بین‌المللی	۰/۵۹			
		فهم دقیق اصول موجود در فرهنگ سایر ملت‌ها	۰/۵۸			
		درک متقابل میان ملت‌ها	۰/۵۵			
		نمایش چهره واقعی ملت ایران در میادین بین‌المللی	۰/۶۹			
		پیوند ارتباطات و همکاری	۰/۷۴			
		جلوگیری از سوء تفاهم و درگیری	۰/۶۶			
		مواجهه‌شدن با مقاومت کمتر در جوامع و کشورهای مقصد	۰/۶۰			
		جذابیت به دلیل عدم وجود لحن خصمانه	۰/۵۸			
		تلاش جهت کشف، تعریف و ترویج ارزش‌ها	۰/۷۰			
فرهنگی در ورزش	فرهنگی-های فرهنگی ایران	تأثیر دیپلماسی فرهنگی از طریق مسیر نامحود آگاه	۰/۶۸	۰/۷۹	۰/۸۴	۰/۵۷
		پیوند ارتباطات و همکاری	۰/۷۴			

۰/۷۵	ایجاد اعتمادسازی از طریق دیپلماسی فرهنگی				
۰/۵۹	جهانگردی و صنعت توریسم	روهای			
۰/۸۰	صادرات و واردات کالاهای ورزشی	دیپلماسی			
۰/۷۳	رسانه‌های مختلف ورزشی مکتوب و مجازی	فرهنگی در			
۰/۷۵	نژادپرستی و ورزش	ورزش			
۰/۶۹	گسب مقام‌های مختلف ورزشی در میادین جهانی				
۰/۶۶	گسب مقام‌های مختلف ورزشی در المپیک و پارالمپیک	موفقیت			
۰/۵۳	وجود نخبه‌های ورزشی مطرح و بین‌المللی نظیر علی دایی	ورزش			
۰/۷۱	موفقیت‌های ورزشی در رشته‌های ورزشی متنوع	شرایط زمین‌ای	۰/۸۰	۰/۷۹	۰/۶۶
۰/۷۰	وجود امکانات ورزشی در رشته‌های ورزشی متنوع	زیرساخت			
۰/۷۸	وجود زیرساخت‌های ارتباطی (شبکه‌های تلفن، اینترنت)	های			
۰/۷۵	وجود راه‌های ارتباطی (هوایی، جاده‌ای، ریلی، آبی)	فرهنگی ورزشی			
۰/۷۳	تحریرها				
۰/۷۲	تورم				
۰/۶۰	وجود انتشار ضعیف اقتصادی در ایران	وضعیت			
۰/۷۹	هزینه بالای مسافران ورزشکاران در میادین بین‌المللی	اقتصادی			
۰/۷۷	هزینه بالای سیزمانی رویدادهای ورزشی	شرایط مداخله‌گر	۰/۷۷	۰/۸۱	۰/۷۱
۰/۵۳	قطع روابط ایران و برخی از کشورها	وضعیت			
۰/۵۶	نگاه سیاسی به ورزش	سیاسی			
۰/۵۷	وجود تنش‌های سیاسی در منطقه				
۰/۸۳	قوانین مربوط به پوشش در ایران				
۰/۷۴	قوانین مربوط به مصرف مشروبات در ایران	قوانین و مقررات			
۰/۷۰	قوانین مربوط به حق پخش تلویزیونی				
۰/۷۵	قوانین مربوط به سیزمانی رویدادهای ورزشی در ایران				
۰/۷۶	سیزمانی رویدادهای ورزشی بین‌المللی در ایران	راهبردهای			
۰/۷۸	شرکت در رویدادهای ورزشی بین‌المللی کشورها	مربوط به			
۰/۷۳	حضور در رویدادهای ورزشی مختلف با نشان دادن آداب ایرانی اسلامی پسندیده	رویدادهای ورزشی	۰/۸۳	۰/۸۶	۰/۵۹
۰/۶۷	تبادل مربی و ورزشکار	راهبردهای			
۰/۵۰	سیزمانی و برگزاری دوره‌های علمی- ورزشی مشترک	ورزشی فراملی			

ارائه مدل توسعه دیپلماسی فرهنگی در ورزش حرفه ای ایران

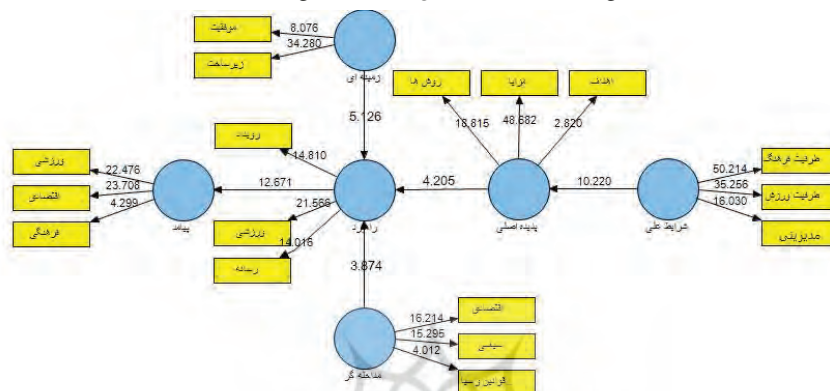
۰/۵۴	حضور در دوره های علمی - ورزشی مشترک				
	گذرورهای دیگر				
۰/۶۸	بین المللی کردن ورزش های بومی ایرانی				
۰/۶۹	کسب گرس های بین المللی				
۰/۷۳	ارتقای برند ملی ورزشی				
۰/۷۸	رحایت متجارها توسط ورزشکاران				
۰/۶۴	انتخاب سفیر فرهنگی برای حضور در رویدادها				
۰/۵۳	توجه به اهمیت حضور زنان در ورزشگاهها				
۰/۷۴	تقویت عملکرد رسانه های ملی در زمینه پوشش اخبار				
	تشویق ورزشکاران نخبه برای حضور گسترده - سرویس به رسانه				
۰/۵۵	تر در فضای مجازی برای انتقال ویژگی های مثبت فرهنگی				
	تولید برنامه های مختلف در سوره شناساندن				
۰/۵۹	جاذبه های فرهنگی - ورزشی				
۰/۶۷	توسعه ورزش قهرمانی				
۰/۶۶	افزایش سرودات ورزشی				
	توسعه و صبه بین المللی ورزش ایران				
۰/۸۳	مشارکت بیشتر مردم در ورزش				
۰/۷۶	توسعه گردشگری ورزشی				
۰/۷۷	جذاب سامیان سانی بین المللی	۰/۷۳	۰/۸۰	۰/۶۴	پایه ها
	فروش محصولات و خدمات ورزشی				
۰/۷۶	ایجاد فرصت های شغلی جدید				
۰/۵۵	ایجاد حس خودباوری در ورزشکاران ایرانی				
۰/۵۷	انجام و همکاری فرهنگی اجتماعی				
۰/۷۶	گامش سرزهای قومی - مذهبی و زبانی				
۰/۵۶					

بعد از بررسی برازش مدل های اندازه گیری، نوبت به برازش مدل ساختاری پژوهش می رسد. همان گونه که اشاره شد، بخش مدل ساختاری برخلاف مدل های اندازه گیری، به سوالات (متغیرهای آشکار) کاری ندارد و تنها متغیرهای پنهان همراه با روابط میان آنها را بررسی می کند.



شکل ۲: مدل اندازه گیری (بر سه، ضرایب مسیر مدل پژوهش)

برای بررسی برازش مدل ساختاری پژوهش از چندین معیار استفاده می‌شود که اولین و اساسی‌ترین معیار، ضرایب معنی‌داری t یا همان مقادیر t -values است؛ در صورتی که مقدار این اعداد از ۰/۹۵ بیشتر شود، نشان از صحت رابطه بین متغیرها و در نتیجه تأیید فرضیه‌های پژوهش در سطح اطمینان ۱/۹۶ دارد. البته باید توجه داشت که اعداد فقط صحت رابطه را نشان می‌دهند و شدت رابطه بین متغیرها را نمی‌توان با آن سنجید.



شکل ۳: ضرایب معنی‌داری t مقادیر (t-values)

مقدار R^2 : برای متغیرهای برون‌زا یا مستقل برابر صفر است. در این قسمت، مقدار R^2 برای دو متغیر (پدیده اصلی و پیامدها) بیشتر از ۰/۳۲ و برابر با مقدار متوسط و برای متغیر راهبردها بیشتر از ۰/۱۹ و برابر با مقدار ضعیف است. مقدار Q^2 : این معیار برای سه متغیر درون‌زای مدل بیشتر از ۰/۱۵ می‌باشد که این نشان می‌دهد که متغیر برون‌زا (مستقل) در پیش‌بینی متغیر وابسته، متوسط هستند و برازش مناسب مدل ساختاری پژوهش را تا حدودی بار دیگر تأیید می‌سازد.

برازش مدل کلی: مدل کلی شامل هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و ساختاری می‌شود و با تأیید برازش آن، بررسی برازش در یک مدل کامل می‌شود. با توجه به سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ که به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است، در هر ۳ متغیر، مقدار بیشتر از ۰/۳۶ به‌دست آمد که نشان از برازش کلی متوسط مدل دارد. بنابراین در بخش کیفی پژوهش مشخص گردید که مقوله‌ها در قالب ۱۷ مقوله و ۸۰ کد مفهومی مشخص شد و در دل ابعاد ۶ گانه مدل پارادایمی به‌صورت موجبات علی (۳ مقوله)، مقوله اصلی: دیپلماسی فرهنگی در ورزش (۳ مقوله)، راهبردها (۳ مقوله)، شرایط زمینه‌ای (۲ مقوله)، شرایط مداخله‌گر (۳ مقوله) و پیامدها (۳ مقوله) جای گرفتند. در بخش کمی نیز مشخص گردید که هر ۶ مؤلفه اصلی پژوهش از برازش مناسبی برخوردار است و روابط بین متغیرها تأیید گردید (مقدار t بیش از ۱/۹۶) (جدول ۴)؛ بنابراین مدل پژوهش از برازش کافی برخوردار می‌باشد.

جدول ۴: ضرایب مسیر و مقدار تی

روابط	ضرایب مسیر	مقدار تی
شرایط علی بر پدیده اصلی	۰/۷۰۸	۱۰/۲۲۰
پدیده اصلی بر راهبردها	۰/۳۲۱	۴/۲۰۵
شرایط زمینه‌ای بر راهبردها	۰/۳۵۱	۵/۱۲۶
شرایط مداخله‌گر بر راهبردها	۰/۲۳۱	۳/۸۷۴
راهبردها بر پدیده اصلی	۰/۷۲۱	۱۲/۶۷۱

بحث و نتیجه‌گیری

رشته روابط بین‌الملل برای بررسی روابط سیاسی میان دولت در سطح بین‌الملل در قرن بیستم پا به عرصه گذاشت. موضوع بررسی روابط بین‌الملل به‌طور کلی مسائلی چون: جنگ و صلح، دیپلماسی و سیاست و روابط خارجی دولت‌هاست. نظریه‌پردازان دیپلماسی مدعی هستند که در حال حاضر تحولی عظیم در رویه‌های دیپلماتیک به وقوع پیوسته که این تحول همان گسترش و سرریز شدن فعالیت دیپلماتیک به دامنه وسیعی از فعالیت‌های اجتماعی است. توسعه ورزش و ارتباط یافتن آن با دیپلماسی در این فضا و اتمسفر رخ داده است. واتسون^۱ نشان می‌دهد که دیپلمات‌ها هر روز با دامنه گسترده‌تری از موضوعات نوین سروکار پیدا می‌کنند که پیش از این هیچ ربطی بدان‌ها نداشت. از سویی، چند معنایی و چند نمادی دیپلماسی ورزشی آن را به‌صورت یکی از مبهم‌ترین ابزارهای دیپلماتیک تبدیل کرده و همین امر آن را مفید و مناسب ساخته است؛ چنان که می‌تواند مویده آن باشد که «یک کشور قوی است و نباید ناچیز و ضعیف انگاشته شود، اما در عین حال منعطف است و مایل به گفت‌وگو» (امیرفضلی، ۲۰۱۶). از انواع دیگر دیپلماسی می‌توان به دیپلماسی فرهنگی اشاره نمود. ارتباط بین ورزش و دیپلماسی فرهنگی اثرات مثبت زیادی در کشور چه از نظر ورزشی و چه از نظر غیرورزشی می‌گذارد. از این‌رو، هدف از انجام پژوهش حاضر طراحی، ارائه مدل پارادایمی توسعه دیپلماسی فرهنگی در ورزش حرفه‌ای ایران مبتنی بر رویکرد داده‌بنیاد (اشتراوس و کوربین) بود.

نتایج پژوهش نشان داد شرایط علی مؤثر بر دیپلماسی فرهنگی در ورزش ایران شامل ظرفیت‌های فرهنگ، ظرفیت‌های ورزش و عوامل مدیریتی می‌باشد. درواقع مشخص گردید که این سه دسته از عوامل و شرایط علی، تأثیرات مستقیمی بر دیپلماسی فرهنگی در ورزش ایران دارند. ماهیت ورزش که در واقع همان جذابیت، تنوع و پرطرفدار بودن است و از سوی دیگر، قابلیت ارزش آفرینی اقتصادی نیز دارد، باعث می‌شود که ازجمله مفاهیمی باشد که مورد اقبال مردم سراسر دنیا قرار گیرد. بنابراین به‌عنوان یک ابزار سیاسی، فرهنگی و اجتماعی برای رفع یک سری اختلافات و مراودات سیاسی مورد استفاده قرار می‌گیرد. تجربیات کشورهای مختلف نیز گویای آن است که ورزش توانسته است نقش دیپلماسی فرهنگی را ایفا کند. همچنین، در ایران ظرفیت‌های فرهنگی بسیاری به دلیل تاریخچه

^۱ Watson

بسیار غنی ایرانی اسلامی وجود دارد. ازجمله آثار بسیار متنوع و زیبای تاریخی، طبیعی، زبان، آداب و رسوم، تنوع قومی و ... از سوی دیگر مشخص گردید که عوامل مدیریتی نیز بر توسعه دیپلماسی فرهنگی در ورزش تأثیرگذار است. ازجمله وجود مدیران علاقه‌مند به دیپلماسی فرهنگی، وجود مدیران فعال در عرصه‌های بین‌المللی ورزشی و دانش مدیران نسبت به اثرگذاری ورزش در عرصه‌های بین‌المللی. به‌صورت کلی، نتایج این قسمت از پژوهش با نتایج پژوهش‌های جوادی‌پور و راسخ (۲۰۱۹)، شریعتی فیض‌آبادی (۲۰۱۹)، حسینی عسگرآبادی (۱۴۰۰) و عبدی و همکاران (۱۴۰۰) همخوان و همراستا می‌باشد.

همچنین مشخص گردید که اهداف دیپلماسی فرهنگی در ورزش، مزایای دیپلماسی فرهنگی در ورزش و ابزارها و روش‌های دیپلماسی فرهنگی در ورزش ازجمله مؤلفه‌های پدیده اصلی پژوهش (دیپلماسی فرهنگی در ورزش) می‌باشند. دیپلماسی فرهنگی کارکردهای متنوعی دارد که با بهره‌گیری از آن‌ها به‌خصوص در حوزه ورزش می‌توان شاهد توسعه و اعتلای جایگاه ایران در مبادین بین‌المللی (ورزشی و غیرورزشی) بود. نتایج پژوهش حاضر در این قسمت با نتایج پژوهش شریعتی فیض‌آبادی (۲۰۱۹) همخوان و همراستا می‌باشد.

ازجمله شرایط زمینه‌ای مؤثر بر راهبردهای پیشنهادی به‌منظور توسعه دیپلماسی ورزشی می‌توان به موفقیت ورزشی و زیرساختی اشاره نمود. تا زمانی که موفقیت‌های ورزشی در مبادین بین‌المللی برای ایران حاصل نشود، نمی‌توان انتظار آن را داشت که از ورزش به‌خصوص ورزش حرفه‌ای به‌منظور ابزاری برای توسعه دیپلماسی فرهنگی استفاده نمود. بنابراین اثربخشی دیپلماسی به‌خصوص دیپلماسی فرهنگی در گروه موفقیت‌های ورزشی ورزشکاران و افراد درگیر در ورزش ایران است. نمونه‌های بسیاری از ورزشکاران نخبه در سطح بین‌المللی وجود دارد که پیام‌آور صلح و دوستی در دنیا بوده‌اند (ازجمله رونالدو، مارادونا و ...). محمدی عزیزآبادی و التیامی نیا (۲۰۱۵) در پژوهش خود بیان نمودند که ورزش در فراهم کردن شرایط صلح در بین دولت‌ها، نقشی تسریع‌کننده دارد. از سوی دیگر، وجود زیرساخت‌ها همیشه به‌عنوان سکوی پرش برای موفقیت افراد بوده است که در زمینه توسعه دیپلماسی فرهنگی در ورزش نیز از شرایط زمینه‌ای مؤثر می‌تواند باشد.

از شرایط مداخله‌گر شناسایی شده می‌توان به وضعیت اقتصادی، سیاسی و قوانین و سیاست‌های ایران نام برد. در چند سال اخیر (به‌خصوص)، وضعیت اقتصادی کشور که متأثر از تحریم‌های بی‌شمار بوده و منجر به کاهش سرعت موفقیت ورزشی ایران گردیده است. گرانی‌ها و تحریم روادید ایرانی، در بسیاری کشورها به‌عنوان مانعی برای رشد ورزش حرفه‌ای عمل کرده است. ازاین‌رو نمی‌توان عملکرد درخشانی در حوزه دیپلماسی از خود نشان داد. از سوی دیگر، در داخل ایران نیز بسیاری از قوانین و سیاست‌های سخت و دست‌وپا گیر وجود دارد که مانع از عملکرد بهتر می‌شود. ازجمله قوانین مربوط به پوشش در ایران، قوانین مربوط به مصرف مشروبات در ایران و قوانین مربوط به حق پخش تلویزیونی می‌باشد. نتایج پژوهش در این قسمت با نتایج پژوهش‌های جوادی‌پور و راسخ (۲۰۱۹) و شریعتی فیض‌آبادی (۲۰۱۹)، همخوان و همراستا می‌باشد.

ارائه مدل توسعه دیپلماسی فرهنگی در ورزش حرفه ای ایران

ازجمله راهبردهای پیشنهادشده از سوی متخصصان، می‌توان به راهبردهای مربوط به رویداد ورزشی، راهبردهای ورزشی و راهبردهای مربوط به رسانه نام برد. با به‌کارگیری هر یک از این راهبردها می‌توان متظر توسعه بیشتر دیپلماسی فرهنگی در ورزش ایران بود. البته به‌کارگیری این راهبردها، لازمه حضور حداکثری اکثر سازمان‌های کلان و ارشد حکومتی و کلیه سازمان‌های ذی‌ربط ورزشی می‌باشد. با به‌کارگیری هر یک از این راهبردها می‌توان انتظار رشد و توسعه در ورزش، اقتصاد و فرهنگ کشور را داشت. زمانی که کشورهای دیگر که تحت تأثیر تبلیغات سوء رسانه‌های غربی علیه ایران قرار گرفته‌اند، شاهد مستقیم رفتارهای مخالف آن تصورات از سوی ورزشکاران ایران قرار گیرند، دیپلماسی فرهنگی آغاز می‌شود. به‌صورت کلی به مدیران ورزش کشور، مدیران کلان کشوری، مربیان و در نهایت ورزشکاران تیم‌های ملی توصیه می‌گردد که: شرایطی را برای میزبانی در رویدادهای ورزشی در ایران مهیا نمایند، شرایط حداکثری را برای حضور ورزشکاران تیم‌های ملی در میادین بین‌المللی فراهم آورند، ورزشکاران سعی در نشان دادن آداب ایرانی- اسلامی داشته باشند. تبادل مربیان و ورزشکاران، میزبانی و برگزاری دوره‌های علمی- ورزشی مشترک، حضور در دوره‌های علمی- ورزشی مشترک کشورهای دیگر، بین‌المللی کردن ورزش‌های بومی ایرانی، کسب کرسی‌های بین‌المللی، ارتقای برند ملی ورزشی، هنجارها توسط ورزشکاران رعایت شود، انتخاب سفیر فرهنگی برای حضور در رویدادها، توجه به اهمیت حضور زنان در ورزشگاه‌ها، عملکرد رسانه‌های ملی در زمینه پوشش اخبار تقویت شود، ورزشکاران نخبه برای حضور گسترده‌تر در فضای مجازی برای انتقال ویژگی‌های مثبت فرهنگی تشویق شوند و برنامه‌های مختلف در حوزه شناساندن جاذبه‌های فرهنگی - ورزشی تولید شود.

هر چند در المپیک و جام‌های جهانی، ملت‌های جهان با یکدیگر هم‌بازی می‌شوند و از این طریق، آشنایی میان فرهنگ صورت می‌گیرد و صلح و دوستی تقویت می‌شوند، اما مرزهای میان ملت‌ها، در فضای مسالمت‌آمیز و دوستانه به شکل بارزی برجسته می‌شود و تأکید بر تعلقات ملی و تمایزات بین ملت‌ها پذیرفته‌شده و تایید می‌گردد (محمدرضا عزیزی‌آبادی و التیامی‌نیا، ۲۰۱۵). از این منظر، ورزش و نگاه دیپلماسی فرهنگی به آن باید سر لوحه فعالیت کلیه دست‌اندرکاران ورزش کشور قرار گیرد.

با توجه به محدودیت‌های پیش‌روی تیم پژوهش از جمله: انتخاب مدل پارادایمی، محدود بودن متخصصان حوزه دیپلماسی فرهنگی در ورزش، شیوع کرونا و عدم دسترسی کامل به مشارکت‌کنندگان به صورت حضوری، به پژوهشگران توصیه می‌شود که پژوهش‌هایی با محوریت طراحی مدل دیپلماسی فرهنگی در ورزش حرفه‌ای با رویکرد گلیزری انجام دهند؛ از نظرات متخصصان خارجی و کاردارهای ایرانی در کشورهای دیگر و برعکس به منظور جمع‌آوری اطلاعات، استفاده نمایند؛ با رویکرد پدیدارشناسی از نظرات ورزشکارانی با تجربه حضور در میادین بین‌المللی به منظور طراحی مدل استفاده شود. همچنین پیشنهاد می‌شود با رویکرد آینده‌پژوهی، پیشران‌های توسعه دیپلماسی فرهنگی در افق ۲۰ ساله، شناسایی و تحلیل شود.

منابع

- Abdi, K, Talibpour, M, Ranjkesh, M. J, Jabbari Noghabi, H. (2021). **“Designing a model for exercising soft power through sports diplomacy”**. Sports Management Studies, 13 (66), 263-296.
- Ajdari, L; Farhangi, A; Salehi Amiri, S; Soltanifar, M, (2018). **“The pathology of cultural diplomacy of the Islamic Republic of Iran and the presentation of strategy”**. (Persian)
- Amir Fazli, M. (2016). **“A Study of the Relationship between Globalization and Cultural Diplomacy from the Perspective of Soft Power”**, International Conference on Research in Science and Engineering. (Persian)
- Bagheri, Y; Shariati Faizabadi, M, Nazarian, A. (2015). **“Soft Modeling (ISM) components of sports diplomacy”**. Sports Management, 8(5): 5, December and December 2016. 797-821. (Persian)
- Bakhshi, A; Goodarzi, M; Sajjadi, N, Jalali Farahani, M. (2019). **“The role of sports diplomacy in the foreign policy of the Islamic Republic of Iran”**. Journal of New Approaches in Sports Management, V7 (26) Fall 1398. 21-36. (Persian)
- Bier, L. M. & White, C. L. (2020). **“Cultural diplomacy as corporate strategy: an analysis of Pasona Group’s “New Tohoku” program in Japan”**. Place Branding and Public Diplomacy, 1-13.
- Carta, C. & Higgott, R. (Eds.). (2019). **Cultural diplomacy in Europe: Between the Domestic and the International**. Springer.
- Clarke, D. & Duber, P. (2020). **“Polish cultural diplomacy and historical memory: the case of the Museum of the Second World War in Gdańsk”**. International Journal of Politics, Culture, and Society, 33(1), 49-66.
- Dubinsky, Y. (2019). **“From soft power to sports diplomacy: A theoretical and conceptual discussion. Place Branding and Public Diplomacy”**. 15(3), 156-164.
- Ghanbarloo, A. (2021). Cultural diplomacy and Iran's international standing. Quarterly Journal of Strategic Studies, 24 (93), 149-179.
- Hamilton and Langhorne. (2011). **The Practice of Diplomacy: Its Evolution, Theory and Administration**. Routledge
- Hosseini Asgarabadi, M, Heidarinejad, S, Marashian, S. H, Rumi, F. (2021). **“The role model of sports in explaining Iran's public diplomacy”**. Sports Management Studies, 13 (68), 230-263.
- Javadipour, M, Rasekh, N. (2019). **“The role of sports and the development of sports diplomacy in promoting socio-cultural policies and foreign relations of the Islamic Republic of Iran”**. Journal of Sports Management, 11 (2), 219-234. (Persian)
- Manor, I. (2019). **The digitalization of public diplomacy**. Cham: Palgrave Macmillan.
- Mohammadi Azizabadi, M, Altaynia, R. (2015). **“The ancillary and accelerating role of sport in providing conditions of peace between states”**. Journal of Political and International Research, 7 (22), 149-179. (Persian)
- Shariati Faizabadi, M. (2019). **“A comparative study of sports diplomacy in the development of foreign relations between Iran and selected countries”**. Two Scientific Quarterly of Political Science, Fifteenth Year, First Issue (29th consecutive), spring and summer. 125-148. (Persian)
- Vazin, A. (2018). **“The role of cultural diplomacy in the process of lasting peace”**. The first international conference on peace research, Kish Island. (Persian)
- Velikaya, A. A. (2020). **Russia's public diplomacy**. G. Simons (Ed.). Springer International Publishing.