

کاربست سرمایه های انسانی و رویدادهای ورزشی در دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران

منصور قادری^{۱*}، رزیتا سپهرنیا^۲، سیدرضا صالحی امیری^۳، علی اکبر رضایی^۴

۱- دانش آموخته رشته مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران، ۲- استادیار گروه

علوم اجتماعی، واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی، رودهن، ایران (نویسنده مسئول)، ۳- دانشیار گروه مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی، واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد

اسلامی، تهران، ایران، ۴- استادیار گروه مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی، واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۲۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۳/۰۹

The Implication of Human Capital and Sporting Events in Islamic Republic of Iran Cultural Diplomacy

Mansour Qaderi^{1*}, Rozita Sepehrnia², Seid Reza Salehiamiri³, Aliakbar Rezaie⁴

1-Department of Management, Science and Research branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran, 2-

Department of Social Science, Roudehen Branch, Islamic Azad University, Roudehen, Iran

(Corresponding Author), 3-Department of Management, Science and Research branch, Islamic Azad

University, Tehran, Iran, 4-Department of Management, Science and Research branch, Islamic Azad

University, Tehran, Iran

Received: (2022/03/11) Accepted: (2022/05/29)

Abstract

This study aimed to design a model with implication of human capital and sporting events in Islamic Republic of Iran cultural diplomacy. It was mixed method and designed. The study population was 264 individuals which equalized with the sample. A researcher-structured questionnaire is applied to achieve the research purposes. Face and content validity were confirmed in three phases with Delphi techniques by 21 sport and cultural experts and scholars. Construct validity of questionnaire was accepted by confirmatory factor analysis. For data analysis, descriptive and inferential statistical methods including Structural Equations Method (SEM) were used with the help of SPSS and PLS software. The results showed that in the model of cultural diplomacy of the Islamic Republic of Iran in sports with emphasis on sporting field, there are factors for human capital, sporting events and products. The obtained model has a suitable fitting.

Keywords

Cultural Diplomacy, Human Capital, Sporting Events

چکیده

هدف از پژوهش حاضر طراحی الگو با کاربرد سرمایه های انسانی و رویدادهای ورزشی در دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران بود. روش پژوهش ترکیبی و از نوع طرح های آمیخته است. جامعه آماری این پژوهش ۲۶۴ نفر بود که با تعداد نمونه تحقیق برابری کرد. برای دستیابی به اهداف پژوهش از پرسش نامه های محقق ساخته استفاده شد. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه با روش دلفی در سه مرحله به تایید ۲۱ نفر از متخصصین امور فرهنگی و ورزشی رسید. روایی سازه پرسشنامه نیز با تحلیل عاملی تاییدی به تایید رسید. برای تجزیه و تحلیل داده های پژوهش از روش های اماری توصیفی و استنباطی از جمله معادلات ساختاری و با کمک نرم افزارهای SPSS و PLS استفاده شد. نتایج این پژوهش نشان داد در الگوی فرهنگی جمهوری اسلامی دیپلماسی ایران در ورزش با تاکید بر حوزه ورزشی، مولفه های بعد ورزشی (سرمایه انسانی و تولیدات و محصولات ورزشی) دارای بیشترین اهمیت و مدل به دست آمده از برازش مناسب برخوردار است.

واژه های کلیدی

دیپلماسی فرهنگی، سرمایه های انسانی، رویدادهای ورزشی

مقدمه

فرهنگ روح همبستگی و تداوم حیات معنوی و وجدان عمومی یک ملت، قوم و سرزمین است. فرهنگ و تمدن عامل "غرور ملی"، زنجیره تداوم حیات تاریخی و عامل بقای یک جامعه در شرایط حال و بستر حیات معنوی و مادی جوامع و بشر در آینده است. فرهنگ انسان‌ها و جوامع را به گذشته تاریخی‌شان متصل و پویایی و تکامل حیات فعلی آن‌ها را تضمین می‌کند و چراغ روشنی‌بخش حرکت جوامع به سوی فضیلت‌ها، زیبایی‌ها، ارزش‌ها و هنجارهای انسجام‌بخش در آتیه خواهد بود. فرهنگ بستری است برای تداوم حیات بشر و فعالیت‌هایی که در این تداوم در قالب ذهنیت، تصویر، خلاقیت، روح و معنویت گذشته، حال و آینده یک جامعه شکل می‌گیرد (۱۸). این تداوم هم چنین در تعامل و تبادل فرهنگ‌های ملی و خرده فرهنگ نیز بسط و توسعه می‌یابد. از آن‌ها اثر می‌پذیرد و اثر می‌گذارد.

یکی از زمینه‌های حضور، انتقال و جریان‌ساز فرهنگ عرصه ورزش است. ورزش و فعالیت‌های ورزشی که زمانی نوعی فعالیت بدنی صرف یا شیوه‌ای برای تفریح و سرگرمی محسوب می‌شد امروزه کارکردهای مختلف اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و بین‌المللی و زیست‌محیطی پیدا کرده است و در کنار رواج گسترده در سراسر جهان مزیت‌های فراوانی در سطوح ملی و فراملی ایجاد کرده است. از این منظر توجه به مقوله ورزش با زمینه بهره‌گیری از مدیریت فرهنگی به معنای طرح‌ریزی و برنامه‌ریزی راهبردی در عرصه فرهنگ می‌تواند ضمن ارتقای غنای فرهنگی و دستاوردهای اجتماعی و اقتصادی برای جامعه (بعد داخلی) مبین هویت و شخصیت ملی کشور باشد و ظرفیت‌های گسترده‌ای در عرصه سیاست و روابط بین‌الملل نیز ایجاد کند (۱۰). به عبارت دیگر ورزش جز مقولاتی محسوب می‌شود که می‌تواند با توجه به ماهیت ذاتی خود و نیز دستاوردهایی که برای اقتصاد، اجتماع، فرهنگ و سیاست ایجاد می‌کند مؤلفه‌ای تأثیرگذاری در تعاملات کشورها در قالب دیپلماسی داشته باشد. به خصوص که امروزه دیپلماسی فرهنگی به عنوان یک عرصه تأثیرگذار فرصت‌های فراوانی میان شهروندان و دولت‌های کشورهای مختلف ایجاد می‌کند و یکی از مؤثرترین رویکردهای انتقال آموزه‌های فرهنگی با نگاه خوش‌بینانه و نیز اعمال قدرت نرم در حالت واقع‌بینانه به همراه ایجاد هژمونی با نگاه محافظه‌کارانه به وجود آورد.

در نظام بین‌الملل کشورها همواره به دنبال افزایش قدرت، ثروت، جایگاه و منزلت خود بوده و هستند و در این راستا از تمامی ابزارهای در دسترس در هر دوره به فراخور آن زمان استفاده کرده‌اند. در گذشته از طریق کشورگشایی و فتح و پس از آن مستعمره‌سازی و اشغال کشور میزبان که تغییری از طریق قدرت سخت شامل نیروهای نظامی، ارتش، ائتلافات بین‌المللی بوده است (۱۲). اما با ظهور سازمان ملل، جهان به عنوان یک نهاد بین‌المللی اهداف و منافع بین‌المللی که علی‌الظاهر می‌بایست با رعایت حقوق انسانی باشد که مبتنی بر ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی کشورها و بیشتر از طریق ایجاد هژمونی افکار عمومی افراد آن کشور است صورت می‌گیرد. این امر از طریق دیپلماسی فرهنگی که اولین بار در قرن ۱۹ از سوی دولت فرانسه ابداع شد صورت می‌پذیرد. منظور از دیپلماسی فرهنگی تلاش برای درک، آگاهی، مشارکت و تاثیر بر افکار عمومی، نهادها و دولت‌های دیگر کشورهاست. بر این اساس جایگاه ورزش در دیپلماسی فرهنگی به صورت علمی و روشمند مورد توجه قرار دارد.

دیپلماسی فرهنگی در واقع تامین منافع ملی است با استفاده از ابزارهای فرهنگی نظیر برجسته سازی نقش و تاثیر فرهیختگان و دانشمندان در پیشرفت علمی و فرهنگی و اقتصادی در سطح جهانی، استفاده از ظرفیت‌های نهفته در زبان و ادبیات کشور و ترویج آن در دانشگاه‌های مهم جهان، حضور موثر در همایش‌ها و مجامع بین‌المللی در نمایش و عرضه کالاهای فرهنگی، هنری و ورزشی، تبادلات فرهنگی و ادبی در مقاطع عالی تحصیلی و ایجاد کرسی‌های ایران‌شناسی در دانشگاه‌های معتبر جهان، حضور موثر و پر بار در رخدادهای جشنواره‌های بین‌المللی هنری و ورزشی مانند جشنواره‌های فیلم و بازی‌های المپیک... (۹). رشد اقتصادی از جمله اهدافی است که هر جامعه‌ای آن را دنبال می‌کند و دلیل این امر نیز دستیابی به منابع و مزایایی فراوانی است که در روند رشد تحقق می‌یابد. دستیابی به رشد اقتصادی بالا و پایدار نیازمند پاسخ به این سوال است که چه عواملی نرخ رشد اقتصادی را تامین می‌کنند؟ یا نرخ رشد اقتصادی چگونه و از طریق چه عواملی و سیاست‌های تحت تاثیر قرار می‌گیرد؟ (۸) که یکی از این عوامل، اقتصاد ورزشی است. همچنین تجربه کشورهای پیشرفته و مطالعات مختلف در زمینه رشد اقتصادی نشان می‌دهد که توجه به انواع سرمایه‌ها که سرمایه انسانی یکی از مهم‌ترین آن است، اهمیت خاصی برخوردار است (۱).

با دنیا ایجاد کند و گاه توانسته یخ روابط را باز کند. ورزش به عنوان میدان نمایش احساسات یک جامعه قالب و ابزار مناسبی است که هویت ملی یک ملت را در سطح دنیا بروز می دهد (۱۱). قطعاً کشورهای که از ظرفیت های انسانی فراوانی برخوردارند اگر از پتانسیل های گسترده ی حوزه ی ورزش در عرصه های مختلف اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی غفلت ورزند دچار خسران جبران ناپذیری خواهند شد. به عبارت دیگر نادیده انگاری مقوله ورزش باعث هدر رفت سرمایه های معنوی و فرهنگی زیادی خواهد شد. بنابراین ضروری به نظر می رسد تا با نگاهی هوشمندانه و با استفاده از رهیافت های مدیریتی نگاه جدی و پیشرفت محور در این زمینه اتخاذ کرد. به این ترتیب ابهامی که وجود دارد این است که باتوجه به ظرفیت های ورزشی مطلوب (در سطح انفرادی و تیمی) و نیز غنای فرهنگی در کشور چگونه می توان با توجه ایجاد هم افزایی میان ظرفیت های فرهنگی و اقتصادی مزیت های بیشتری برای کشورمان در عرصه ملی و بین المللی ایجاد کرد.

بر اساس مطالب بیان شده، به طور مشخص مساله پژوهش این است که چه الگویی می توان برای دیپلماسی فرهنگی در حوزه ی اقتصادی و ورزشی جمهوری اسلامی ایران متصور شد؟ و از چه الگوی باید پیروی کرد؟ باتوجه به جمعیت جوان کشور، پتانسیل های موجود ورزشی اعم از تعدد رشته های ورزشی، مدال آوران و نام آوران رشته های انفرادی و گروهی، نخبگان ورزشی الگوی مطلوبی داشت که به لحاظ اقتصادی در سطح بین الملل وجه ایران اسلامی را بیش از پیش اشاعه داد و معرفی کرد. و چگونه از ظرفیت دیپلماسی اقتصادی و ورزشی، کشور جمهوری اسلامی ایران را به عنوان نماد و صلح و دوستی در سطح جهان معرفی نمود تا تلقی منفی و تصویر ذهنی تاریکی که دشمنان از کشور و حکومت جمهوری اسلامی ایران دارند را در سایه دیپلماسی فرهنگی ورزشی به نحو درست تر تغییر داد و اصلاح کرد و چگونه می توان از این طریق، مانع خروج نخبگان ورزشی، حفظ ظرفیت ها و سرمایه های ورزشی کشور، افزایش نشاط و شادابی، امید به آینده و در نهایت درون حاکمیتی شد؟

اقتصاد دانان به تشکیل سرمایه فیزیکی و سرمایه انسانی به عنوان عامل اصلی تعیین کننده رشد و توسعه اقتصادی تاکید کرده اند (۱)

از نقطه نظر دیگر یکی از سیستم های اقتصادی اجتماعی در کشورها از قابلیت بالایی برای دستیابی به اقتصاد در چهار نهاد دولت، دانشگاه، صنعت و جامعه می تواند داشته باشد، سیستم ورزش و حوزه های آن بستگی دارد (۲). سیستم ورزش دارای سازمان ها، نقش ها، فعالیت ها و رویدادها و محیط های متنوعی می باشند که از منظرهایی مانند مشارکت در ورزش (ورزش پرورشی، قهرمانی، همگانی و حرفه ای) و صنعت ورزش (تولیدات، خدمات، تجارت و فناوری ورزشی) تعریف و تبیین می شود (۳۰). بنابراین وجود یک نقشه راه که بتواند از طریق سیستم ورزش با رویکرد دیپلماسی فرهنگی و نگاه مدیریت فرهنگی رشد اقتصادی و ورزشی الزامی است.

بنابراین کارکردهای بین المللی ورزشی در راستای تعاملات بینا فرهنگی بسیار موثر به نظر می رسد. به ویژه رویدادهای ورزشی بزرگ بین المللی همچون جام های جهانی و یا بازی های المپیک که ضریب نفوذ جهانی دارد و باعث افزایش قدرت و ثروت و منزلت بین المللی شده و نمادی از اتحاد و همبستگی تنوعات قومی و فرهنگی و اجتماعی یک کشور در سطح ملی و فراملی می شود (۱۸). رویدادهای بزرگ ورزشی به ویژه جام جهانی فوتبال و بازیهای المپیک، هم چنین اقدامات ارتباطی هستند که می توانند در جلب توجه میلیون ها انسان در سراسر جهان موفق شوند، براین اساس تربیون کامل تلقی می شوند تا کشورها بتوانند فرهنگ و تصویر خود را از طریق آن به دیگران نشان دهند. ورزش نقش مهمی در زندگی اجتماعی، سیاسی و اقتصادی مردم کشور های مختلف دارد و در عصر جدید به منزله ظرفی است که محتوای آن را ابعاد فرهنگی تشکیل می دهد. یکی از مهم ترین مسائل در دیپلماسی جلب اعتماد و افکار عمومی است که از طریق ورزش بدست می آید. دیپلماسی فرهنگی مبتنی بر ورزش راهی برای تنش زدایی است، ورزش دریچه ای برای تخلیه اجتماعی و مقابله با فردگرایی است و یکی از خصوصیات مهم و تأثیرگذار ورزش ایجاد انسجام و همگرایی می باشد (۱۱) در زمین ورزش سیاه و سفید، مسلمان و غیرمسلمان، غربی و شرقی و غیره در کنار هم قرار می گیرند.

از نگاه دیگر، تبادلات ورزشی موانع را در سطح بین الملل می شکنند و می تواند پل های مستحکمی در ارتباط خارجی

تأکید بر فرمول حجم نمونه کوکران، حجم نمونه تعداد ۲۹۹ نفر به-عنوان حجم نمونه مکفی در نظر گرفته شد. بدین ترتیب تعداد ۲۹۹ پرسشنامه در بین کارکنان سازمان تربیت بدنی توزیع گردید که از این تعداد ۴ پرسشنامه مخدوش بوده و از جامعه آماری حذف شدند و تعداد ۲۹۵ پرسشنامه که به گونه ای کامل اجرا شده بودند به عنوان جامعه آماری مدنظر قرار گرفتند.

روش تحقیق

روش این پژوهش از نوع توصیفی - پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش کلیه کارکنان تمام وقت وزارت ورزش و جوانان بود که تعداد آن‌ها در زمان انجام پژوهش حدود ۷۰۰ نفر بود. با توجه به اینکه توان دسترسی به تمام اعضای جامعه امکان پذیر بوده، توان تهیه فهرستی از تمامی اعضای جامعه-آماری امکان پذیر است، روش نمونه گیری هدفمند بوده و با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی منظم و با

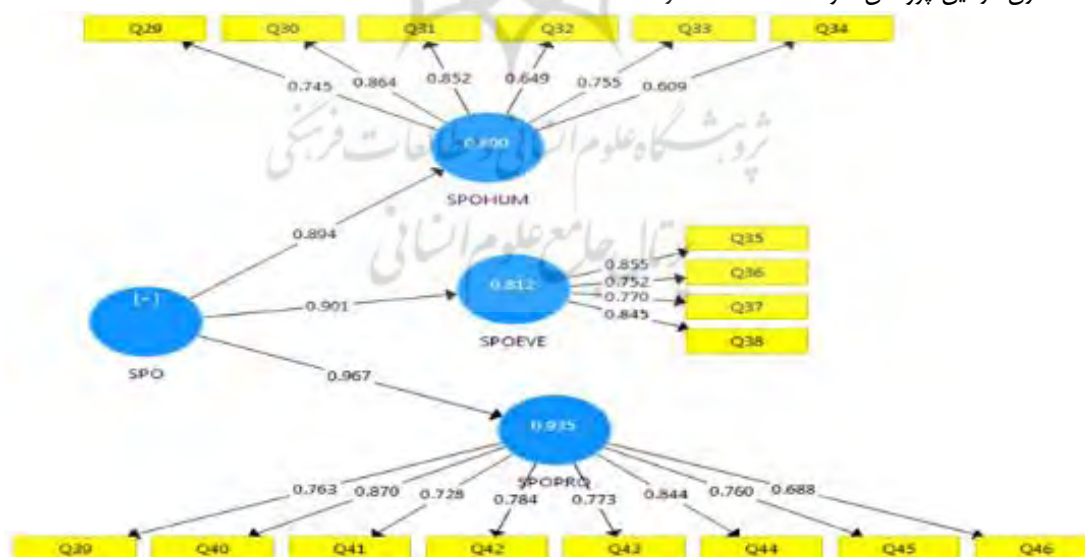
یافته های تحقیق

جدول ۱. جمعیت شناختی پژوهش

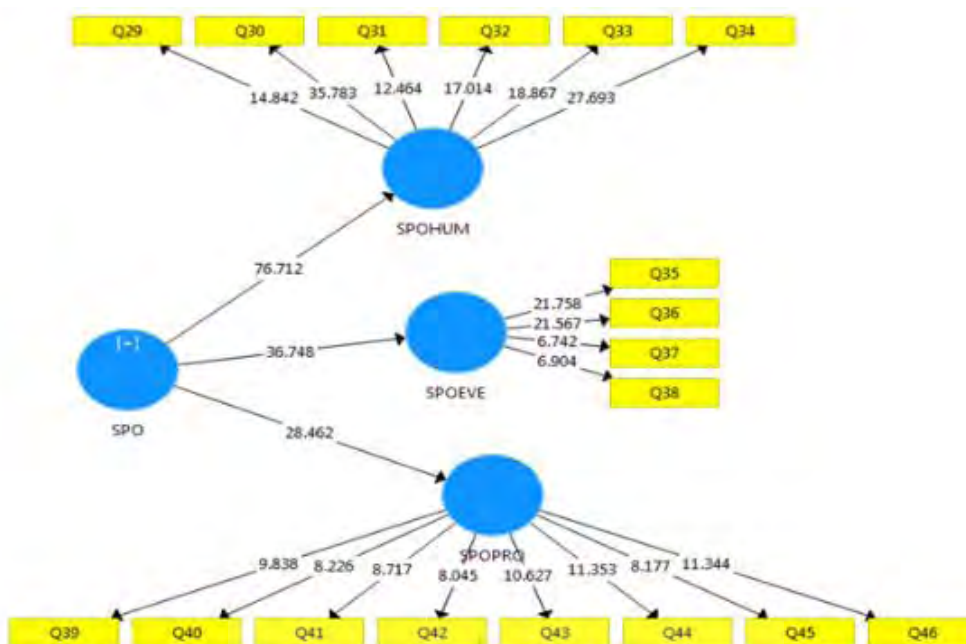
جنسیت	فراوانی مطلق		درصد فراوانی		درصد فراوانی تجمعی	
	دانشجویان	خبرگان	دانشجویان	خبرگان	دانشجویان	خبرگان
مرد	۱۴۲	۱۵	۵۳	۷۱	۵۳	۷۱
زن	۱۲۲	۶	۴۷	۲۹	۱۰۰	۱۰۰
جمع	۲۶۴	۲۱	۱۰۰			

فراوانی و درصد فراوانی تجمعی در جدول به وضوح نمایان است.

همانطور که در جدول شماره ۱ مشخص است، از تعداد کل جامعه آماری که برابر با نمونه پژوهش بود تعداد ۱۴۲ نفر مرد و ۱۲۲ زن در این پژوهش شرکت داشتند. که درصد



شکل ۱: بار عاملی استاندارد شده بعد ورزشی



شکل ۲. مقدار آماره (T) مدل بعد ورزشی

مولفه و شاخص های را نشان میدهد که در آن شاخص های مولفه های سرمایه های انسانی و رویداد های همبستگی قویی را با سازه مولفه های مذکور دارند. همچنین شکل مذکور نشان می دهد. که شاخص های مولفه تولیدات و محصولات تخصصی همبستگی زیادی را با سازه مولفه خود دارند.

اندازه گیری مولفه سرمایه های انسانی بعد ورزشی

بار عاملی مقدار عددی است که میزان شدت رابطه میان یک متغیر پنهان و متغیر آشکار مربوطه را طی فرآیند تحلیل مسیر مشخص میکند. هر چه مقدار بار عاملی یک شاخص در رابطه با یک سازه مشخص بیشتر باشد، آن شاخص سهم بیشتری در تبیین آن سازه ایفا می کند. اگر بار عاملی یک شاخص منفی باشد، نشان دهنده ی تأثیر منفی آن در تبیین سازه ی مربوطه است (۷). شکل ۲، رابطه بعد ورزشی با

جدول ۲. پایایی و روایی همگرا شاخص های مولفه های تولید محتوای فرهنگی از بعد فرهنگی

سوال	شاخص مولفه های سرمایه های انسانی	بار عاملی	مقدار آماره (t)	ضریب تعین	AVE	ERROR	CR	رابطه
29	شناسایی قابلیت ها و توانمندی های ورزشی بومی ملی	0.74 5	15	0.555	0.565	0.445	0.885	چهارم
30	حمایت و تقویت سرمایه انسانی مستعد	0.86 4	36	0.746				اول
31	تولید پرستیژ و برند ملی در عرصه ورزشی منطبق با ارزش های فرهنگی ملی (حامیان ورزشکاران مریبان)	0.85 2	12	0.726				دوم
32	تربیت مریبان داخلی آشنا به مبانی فرهنگ ملی و جهانی	0.64 9	17	0.421				پنجم
33	مهارت آموزی و توانمندسازی مریبان ورزشکاران و حامیان ورزشی مبتنی بر آموزه های فرهنگی	0.75 5	19	0.570				سوم
34	آموزش فرهنگی و ارتقا فهم فرهنگی در مریبان، ورزشکاران و حامیان ورزشی	0.60 9	28	0.371				ششم

جدول ۴. پایایی و روایی همگرا شاخص های مولفه های رویداد های ورزشی

سوال	شاخص مولفه های رویداد های ورزشی	بار عملی	مقدار (t) آماره	ضرب تعین	AVE	ERROR	CR	اوبت
14	حضور در رویدادهای ورزشی داخلی و بین‌المللی با رویکرد فرهنگی	0.855	22	0.731	0.651	0.269	0.881	اول
15	میزبانی رویدادهای ورزشی بین‌المللی یا رویکرد فرهنگی	0.752	22	0.566				
16	مهیآ سازی و ارائه رویدادهای ورزشی بومی مبتنی بر لسانه فرهنگی	0.770	7	0.593				
17	مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی با رویکرد لسانه تبادل فرهنگی در شکل‌گیری رویدادهای ورزشی (داخلی - خارجی)	0.845	7	0.714				

باتوجه به جدول ۴، می توان بارهای عاملی هر یک از سوالات تحقیق را مشاهده نمود. برای مثال بار عاملی سوال اول « حضور در رویدادهای ورزشی داخلی و بین‌المللی با رویکرد فرهنگی » (مولفه رویداد های ورزشی از بعد ورزشی) ۰.۸۵۵ می باشد. به عبارت دیگر سوال اول « فهم دانش فرهنگی » (مولفه ارتقاء سواد فرهنگی از بعد اقتصادی) تقریباً ۵۵.۲ درصد (۰.۷۴۳) را به توان ۲ می رسانیم) از واریانس عامل « مولفه تولید محتوای فرهنگی از بعد اقتصادی» را تبیین می نماید. مقدار ۰.۴۵ نیز مقدار خطا می باشد (مقدار واریانس که توسط سوال اول قابل تبیین نیست)، همچنان شاخص های CR (پایایی ترکیبی) و AVE (روایی همگرا) معیارهای برازش مدل محاسبه گردید که نشان دهنده برش مطلوب مدل می باشد.

جدول ۵. بررسی وضع موجود شاخص های مولفه رویداد های ورزشی

سوال	شاخص مولفه های رویداد های ورزشی	ضرب خام	نمره وضع موجود	وضع ایدال	شکاف	مقدار آماره (t)
14	حضور در رویدادهای ورزشی داخلی و بین‌المللی با رویکرد فرهنگی	0.281	49	13.76	4.20	22
15	میزبانی رویدادهای ورزشی بین‌المللی یا رویکرد فرهنگی	0.217	55	11.95	5.23	45
16	مهیآ سازی و ارائه رویدادهای ورزشی بومی مبتنی بر لسانه فرهنگی	0.228	62	14.12	4.53	62
17	مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی با رویکرد لسانه تبادل فرهنگی در شکل‌گیری رویدادهای ورزشی (داخلی - خارجی)	0.274	60	16.45	8.01	43
جمع		1.000		56.28	43.72	72

نتایج جدول ۵، نشان می دهد که تفاوت بین وضع موجود و وضع ایده آل وجود دارد و مقدار آماره ((t محاسبه شده مبین این امر هست که این تفاوت از لحاظ آمار معنی داری بوده با اطمینان ۹۹ درصد می توان گفت که بین وضع موجود و مطلوب شاخص های مولفه جذب و مشارکت اقتصادی بطور قابل ملاحظه ای شکاف جود دارد به عبارت دیگر شاخص های مولفه مذکور از اولویت بهبود بالایی برخوردارند.

باتوجه به داده‌های جدول ۲، می توان بارهای عاملی هر یک از سوالات تحقیق را مشاهده نمود. برای مثال بار عاملی سوال اول « شناسایی قابلیت ها و توانمندی های ورزشی بومی ملی » (مولفه سرمایه های انسانی از بعد ورزشی) ۰.۷۴۵ می باشد. به عبارت دیگر سوال اول « شناسایی قابلیت ها و توانمندی های ورزشی بومی ملی » (مولفه سرمایه های انسانی از بعد ورزشی) تقریباً ۵۵ درصد (۰.۷۴۵) را به توان ۲ می رسانیم) از واریانس عامل « مولفه سرمایه های انسانی از بعد ورزشی » را تبیین می نماید. مقدار ۰.۴۴۵ نیز مقدار خطا می باشد (مقدار واریانس که توسط سوال اول قابل تبیین نیست)، همچنان شاخص های CR (پایایی ترکیبی) و AVE (روایی همگرا) معیارهای برازش مدل محاسبه گردید که مقادیر محاسبه شده در جدول ۲، آورده شده است که نشان دهنده برش مطلوب مدل می باشد.

جدول ۳. بررسی وضع موجود شاخص های مولفه سرمایه های

انسانی

سوال	شاخص مولفه های سرمایه های انسانی	ضرب فنی	نمره وضع موجود	وضع ایدال	شکاف	مقدار آماره (t)
8	شناسایی قابلیت ها و توانمندی های ورزشی بومی ملی	0.164	52	8.52	7.86	12
9	حمایت و تقویت سرمایه انسانی مستعد	0.220	45	9.91	12.11	9
10	تولید پرستیز و برند ملی در عرصه ورزشی متعلق با ارزش های فرهنگی ملی (حلبیان ورزشکاران مریبان)	0.214	40	8.57	12.85	8
11	تربیت مربیان داخلی آشنا به مبانی فرهنگ ملی و جهانی	0.124	55	6.83	5.59	12
12	مهارت آموزی و توانمندسازی مربیان ورزشکاران و حلبیان ورزشی مبتنی بر آموزه های فرهنگی	0.168	50	8.41	8.41	19
13	شناسایی قابلیت ها و توانمندی های ورزشی بومی ملی	0.109	55	6.02	4.93	7
جمع		1.000		48.25	51.75	3

نتایج جدول ۳ نشان می دهد که تفاوت بین وضع موجود و وضع ایده آل وجود دارد و مقدار آماره ((t محاسبه شده مبین این امر هست که این تفاوت از لحاظ آمار معنی داری بوده با اطمینان ۹۹ درصد می توان گفت که بین وضع موجود و مطلوب شاخص های مولفه سرمایه های انسانی بطور قابل ملاحظه ای شکاف جود دارد به عبارت دیگر شاخص های مولفه مذکور از اولویت بهبود بالایی برخوردار می باشد.

اندازه گیری مولفه رویدادهای ورزشی بعد ورزشی

جدول ۶. پایایی و روایی همگرا شاخص های مولفه های تولیدات

و محصولات ورزشی

سوال	ضریب فنی	نمره خام	وضع موجود	وضع ایده آل	شکاف (t)	مقدار آماره
18	0.123	60	7.372	12.29	4.91	3
19	0.140	55	7.705	14.01	6.30	9
20	0.117	40	4.689	11.72	7.03	7
21	0.126	55	6.944	12.62	5.68	4
22	0.124	40	4.979	12.45	7.47	5
23	0.136	35	4.757	13.59	8.83	6
24	0.122	50	6.119	12.24	6.12	3
25	0.111	55	6.093	11.08	4.99	4
جمع	1.000		48.659	100.00	51.34	3

سوال	شاخص مولفه های تولیدات و محصولات ورزشی	بارعاملی (t)	مقدار آماره تعیین	ضریب تعین	AVE	ERROR	CR	الویت
18	تولید دانش تخصصی مبتنی بر آموزه های فرهنگی منطقه با استانداردهای جهانی	0.763	10	0.582	0.418			چهارم
19	تاکید بر برجسته سازی و معرفی نماد ها اساطیر سمبل های فرهنگی در محصولات و خدمات ورزشی	0.870	8	0.757	0.243			اول
20	معرفی و تولید نوا ها و ساز های محلی و بومی در میادین ورزشی	0.728	9	0.530	0.470			هفتم
21	تهیه و تولید محصولات ورزشی و خدمات ورزشی منطقه با رویکرد احیای بافت سنتی و قومیتی	0.784	8	0.615	0.385			سوم
22	تهیه تولید پوشاک ورزشی منطقه با فرهنگ ملی	0.773	11	0.598	0.402	0.924		پنجم
23	آماده سازی میلمان شهری و فضا ورزش منطقه با مبانی بومی و فرهنگی	0.844	11	0.712	0.288			دوم
24	ارائه تبلیغات تخصصی ورزشی در الگوهای فرهنگی در بازارهای ملی و بین المللی	0.760	8	0.578	0.422			ششم
25	آماده سازی بستر فرهنگی در قالب تکنیک های رسانه ای برای ثبت و گزارش رویدادهای ورزشی	0.688	11	0.473	0.527			نهم

نتایج جدول ۷، نشان می دهد که تفاوت بین وضع موجود و وضع ایده آل وجود دارد و مقدار آماره ((t محاسبه شده مبین این امر هست که این تفاوت از لحاظ آمار معنی داری بوده با اطمینان ۹۹ درصد می توان گفت که بین وضع موجود و مطلوب شاخص های مولفه تولیدات و محصولات بطور قابل ملاحظه ای شکاف جود دارد به عبارت دیگر شاخص های مولفه مذکور از اولویت بهبود بالایی برخوردار می باشد.

جدول ۸. پایایی و روایی همگرا مولفه های بعد ورزشی

سوال	مؤلفه های بعد ورزشی	بارعاملی (t)	مقدار آماره تعیین	ضریب تعین	AVE	ERROR	CR	الویت
مرتبه دوم	سرمایه های انسانی	0.894	77	0.799	0.201			سوم
مرتبه دوم	رویداد های ورزشی	0.901	37	0.812	0.188	0.944		دوم
مرتبه دوم	تولیدات و محصولات ورزشی	0.967	28	0.935	0.065			اول

باتوجه به جدول ۸، بار عاملی متغیر پنهان سرمایه های انسانی، رویداد های ورزشی و تولیدات و محصولات ورزشی بعنوان متغیر مشاهده پذیر بعد ورزشی می باشد همچنان شاخص های (CR پایایی ترکیبی) و (AVE روایی همگرا) معیارهای برازش مدل محاسبه گردید که مقادیر محاسبه شده در جدول ۸ آورده شده است که نشان دهنده برش مطلوب مدل می باشد.

جدول ۹. بررسی وضع موجود مولفه های بعد ورزشی

سوال	مؤلفه های بعد ورزشی	ضریب فنی	نمره خام	وضع موجود	وضع ایده آل	شکاف (t)	مقدار آماره
مرتبه دوم	سرمایه های انسانی	0.31	48.25	15.14	31.88	16.24	12
مرتبه دوم	رویداد های ورزشی	0.32	56.28	17.95	31.89	13.94	51
مرتبه دوم	تولیدات و محصولات	0.37	48.66	17.87	36.72	18.85	31
جمع			50.96	100	49.0		21

نتایج جدول ۹ نشان می دهد که تفاوت بین وضع موجود و وضع ایده آل وجود دارد و مقدار آماره ((t محاسبه شده مبین این امر هست که این تفاوت از لحاظ آمار معنی داری بوده با اطمینان ۹۹ درصد می توان گفت که بین وضع موجود و مطلوب مولفه بعد ورزشی بطور قابل ملاحظه ای شکاف

باتوجه به جدول ۶ می توان بارهای عاملی هر یک از سوالات تحقیق را مشاهده نمود. برای مثال بار عاملی سوال اول « تولید دانش تخصصی مبتنی بر آموزه های فرهنگی منطقه با استانداردهای جهانی » (مولفه های تولیدات و محصولات از ورزشی) ۰.۷۶۳ می باشد. به عبارت دیگر سوال اول « تولید دانش تخصصی مبتنی بر آموزه های فرهنگی منطقه با استانداردهای جهانی » (مولفه های تولیدات و محصولات از ورزشی) تقریباً ۵۸۲ درصد (۰.۷۶۳) را به توان ۲ می رسانیم) از واریانس عامل « مولفه های تولیدات و محصولات از ورزشی » را تبیین می نماید. مقدار ۰.۴۱۸ نیز مقدار خطا می باشد (مقدار واریانسی که توسط سوال اول قابل تبیین نیست)، همچنان شاخص های (CR پایایی ترکیبی) و (AVE روایی همگرا) معیارهای برازش مدل محاسبه گردید که مقادیر محاسبه شده در جدول ۶ آورده شده است که نشان دهنده برش مطلوب مدل می باشد.

جدول ۷. بررسی وضع موجود شاخص های مولفه تولیدات و محصولات ورزشی

محصولات ورزشی

جود دارد به عبارت دیگر مولفه های بعد مذکور از اولویت بهبود بالایی برخوردار می باشد.

بحث و نتیجه گیری

شاید دلیل اصلی توجه و اهمیت به ورزش را بتوان در نفوذ پذیری آن یافت، جایی که توجه و علاقه عمومی نسبت به ورزش و به عبارت دقیق تر محبوبیت عمومی آن موجب شده تا ورزش در هر کجا که وارد می شود مهم و اثرگذار نماید.

در بعد ورزشی، مولفه تولیدات و محصولات ورزشی شاخص " تاکید بر جسته سازی نمادها و سمبل های فرهنگی در محصولات ورزشی نیز امری مهم از منظر جامعه آماری پژوهش حاضر در نظر گرفته شده است. در واقع می توان اینگونه تبیین کرد که شاید یکی از ضروری ترین و در عین حال بارزترین فضاهای نمادسازی و معرفی هویت فرهنگی و ملی هر کشور در قالب تولیدات و محصولات ورزشی قابل تجلی است.

نتایج پژوهش حاکی از آن است که از دید نخبگان ورزشی و فرهنگی در بعد ورزشی و مولفه سرمایه های انسانی، شاخص شناسایی قابلیت ها و توانمندی های ورزشی بومی با میانگین ۳/۹۲ و انحراف استاندارد ۰/۶۴۵، بیشترین اهمیت را به خود اختصاص داد. مولفه رویدادهای ورزشی با شاخص مهیا سازی و ارائه رویدادهای ورزشی بومی مبتنی بر اشاعه فرهنگی با میانگین ۳/۶۹ و انحراف استاندارد ۰/۵۴۵، حائز بالاترین او اهمیت شد. مولفه تولیدات و محصولات تخصصی با شاخص تهیه و تولید پوشاک ورزشی منطبق با فرهنگ بومی با میانگین ۳/۹۲ و انحراف استاندارد ۰/۶۴۵، بالاترین میزان اهمیت را دارا بود. در کل، دیپلماسی را با طیف وسیعی از مداخله ها می توان برای موارد زیر به کار گرفت: بهبود و تصحیح تصویر یک ملت، تقویت دوستی، افزایش صلح و توسعه رفاقت بین ملت ها، پیشبرد تجارت و گردشگری، تشویق توسعه بین المللی، وحدت بخشیدن به اقلیت ها و مهم تر از همه بهبود روابط بین الملل. ظرفیت های فرهنگی و ظرفیت های مدیریتی در ورزش همچون وجود باور در تحقق اهداف، شناسایی نظرهای مردم و مخاطب پذیری بر اساس سلايق بومی، فرهنگی و اقلیمی، استفاده از رسانه ها، استفاده از ورزش برای ارتباط با جهان و تبلیغ و معرفی ایران، نگرش همسو بین دولت و مجلس برای همکاری وزارت ورزش و وزارت اقتصاد و امور دارایی، دولتی بودن ورزش، استفاده از

فراکسیون اقتصادی و ورزشی در مجلس، استفاده از افراد صاحب کرسی در کنار وجود زمینه های مشترک میان فعالیت های ورزشی و فعالیت های اقتصادی در زمینه قوانین و مقررات، تبیین و تدوین جایگاه ورزش در دولت و استفاده از پتانسیل های وزارت خانه های اقتصاد و امور دارایی و ورزش در هدایت مردم، توریسم اقتصادی ورزشی، استفاده از ظرفیت ورزش برای ارتباط با جهان از جمله راه های بهره گیری از ورزش به منظور رسیدن به اهداف اقتصادی است. برای رسیدن به این مهم و برقراری روابط سازنده و تعامل بهره ور میان ورزش و دیپلماسی می توان از ظرفیت های فرهنگی و اقتصادی مانند قرار گرفتن حاکمیت دستگاه های سیاست گذار در امر فرهنگ، آموزش و استفاده از دانش و تجربیات کشورهای موفق و الگو برداری مناسب، فروش محصولات ورزشی، عرضه خدمات ورزشی، عرضه تولیدات ملی در کنار مسابقات استفاده کرد.

بعد دیگر دیپلماسی فرهنگی، بعد اقتصادی است. در بعد اقتصادی: مولفه خلاقیت فرهنگی در نظام اقتصادی، شاخص " استفاده از صنایع فرهنگی ورزشی "، و نیز در مولفه جذب و مشارکت اقتصادی نیز شاخص " جذب اسپانسر داخلی در تبلیغات برند ملی " از نکات پر اهمیت توسط جامعه آماری شناخته شده است. به نظر می رسد فرهنگ اسلامی ایرانی به دلیل پیشینه غنی و تمدن ساز خود می تواند در صنایع فرهنگی با تاکید بر مقوله ورزش ضمن ارتقا جایگاه کیفی و کمی خود باعث تسهیل و تسریع در مسائل فرهنگی ورزشی شود. به عبارت بهتر امروزه استفاده از صنایع فرهنگی ورزشی جایگاه ویژه ای در سبک زندگی افراد در نقاط مختلف دنیا برای خود باز کرده است. این مهم ضمن توسعه کمیت این شکل از صنعت فرهنگ رفته رفته و ناگزیر باعث افزایش کیفیت آن نیز خواهد شد؛ زیرا در غیر این صورت محکوم به عدم پذیرش و حذف خواهد شد. این موضوع ضمن ایجاد ظرفیت های فراوان اقتصادی از جمله کارآفرینی، افزایش تنوع محصولات و موارد مشابه در مجموع باعث رشد تولید و رونق اقتصاد در بخش فرهنگ خواهد شد. متعاقب این امر شرایط بهتر جهت جذب سرمایه گذار به منظور حمایت از توسعه اقتصادی این بخش فراهم خواهد شد.

بنابراین اهمیت یافتن دیپلماسی فرهنگی در روابط بین کشورها از یک سوء و بین المللی شدن و اقتصادی شدن ورزش از سوی دیگر، موجب شده است تا ورزش به عنوان یک منبع و یک ابزار اعمال قدرت در بین کشورها ظهور

تجاری با اعزام مربیان به خارج از کشور آموزش ببیند. استفاده از صنایع فرهنگی ورزشی بیشتر از همیشه مد نظر قرار گیرد.

در جذب و مشارکت اقتصادی الخصوص، جذب اسپانسر داخلی در تبلیغات برند ملی استفاده شود.

اعتمادسازی و تسهیل روند کسب کرسی های بین المللی با حضور موفق ورزشکاران و مربیان در جهان، تبلیغات موثر از طریق حضور ورزشکاران خارجی برای تغییر نگرش منفی سایر کشورها می تواند در روند دیپلماسی فرهنگی ورزشی موثر واقع شود.

از ظرفیت نخبگان و ستاره های ورزشی به عنوان سرمایه های ملی استفاده شود.

توجه لازم به تولیدات و محصولات ورزشی در سطح جهانی صورت پذیرد.

کند و همچنین کارکردهای اقتصادی و بین المللی ورزش و رویدادهای ورزشی موجب شده تا در دیپلماسی عمومی و فرهنگی کشورها به جایگاه ورزش، تیم های ورزشی، نخبگان ورزشی و ورزشکاران در رساندن پیام و فرهنگ یک ملت به سایر ملتها توجه ویژه ای بشود.

برای موفقیت در برنامه دیپلماسی فرهنگی در حوزه ورزش جمهوری اسلامی ایران نیاز به اقدام به تغییر رفتار در مدیران ورزش کشور، وزارت ورزش و جوانان، کمیته ملی المپیک و وزارت اقتصاد و امور دارایی با نگاه و توجه به رفتار اقتصادی و ورزشی مدیران و بهره مندی از دانش روز در سطح ورزش و عرصه دیپلماسی فرهنگی با مقوله جهانی می باشد.

عامل دیگری که در دیپلماسی فرهنگی در حوزه ورزش، خیلی مهم و موثر است، مولفه برنامه ریزی اقتصادی و ورزشی است، که برنامه ریزی یعنی تعیین هدف و روش های دستیابی به هدف می باشد. دیپلماسی فرهنگی در حوزه ورزش در سطح جهانی بدون برنامه ریزی و آینده نگری محکوم به فنا و شکست است.

الگوی پیشنهادی با هدف طراحی دیپلماسی فرهنگی در حوزه ورزش برای توسعه اقتصادی و ورزشی می توان به شرح زیر باشد:

افرادی که وارد عرصه های بین المللی می شوند، با فرهنگ سازی (مصادیق ارزش اسلامی و ایرانی برای روشن شدن مواضع فرهنگی و ملی)، رفع چالش های حضور در برخی از رشته ها، میزبانی در ورزش های سرآمد و میزبانی رویداد های بین المللی به طور شفاف تبیین نمایند. افرادی که در رویدادهای بین المللی شرکت دارند، با ایجاد منافع

References

1. Abolhasanshirazi, H. Cultural Diplomacy and the Role of Friendship Associations in International Relations. Quarterly of International Relation Studies. 1396; 10(38): 38-39. [Persian]
2. Abdi, K. Designing a Model for Exercising Soft Power through Sports Diplomacy. Ph.D. Thesis, Ferdowsi University, Agricultural Sciences Faculty, Mashhad. 1398. [Persian]
3. Coakley, JJ. Sports in Society: Issues and Controversies in Sports in Society. McGraw-Hill 2009: 439-70.
4. Dehghani Firouzabadi, J. The Foreign Policy of Islamic Republic of Iran. SAMT: Tehran. 1392. [Persian]

5. Ganjidoost, M. Developments in Diplomacy in the Information Age. *Quarterly of Politics: Journal of Law and Politics Sciences Faculty*. 1387;38(1):185-212. [Persian]
6. Griffiths, M. Tayeb, A. (translator) *Encyclopedia of International Relations and Global Politics*. Tehran: Ney. 1390. [Persian]
7. Habibpour, K. & Safari, SH. *Comprehensive Guide to Using SPSS in Survey Research (Quantitative Data Analysis)*. Tehran: Louyeh. 1388. [Persian]
8. Hadian, N. & Ahadi, A. Conceptual Position of Public Diplomacy, *Foreign Relations Quarterly*. 1388; 1(3): 85-117. [Persian]
9. Javadipour, M. & Rasekh, N. The Role of Sports and the Development of Sport Diplomacy in Promoting Socio-Cultural Policies and Foreign Relations of the Islamic Republic of Iran. *Sports Management Quarterly*. 1398; 11(2):219-234. [Persian]
10. Khani, M. Cultural Diplomacy and its Place in the Foreign Policy of Countries, *Journal of Political Science*. 1384; 2(2): 136-219. [Persian]
11. Malakoutian, M. Sport and Politics, *Quarterly of Politics, Journal of the Faculty of Law and Political Science*. 1388; 39(2): 301-316. [Persian]
12. Moniri, M. & Salehiamiri, R. & Chavoshbashi, F. Presenting an Appropriate Strategy for Cultural Diplomacy of the Islamic Republic of Iran Based on a Comparative Comparison of Iran and Turkey, *Journal of Communication Culture Studies*.1396; 41(19):121-149. [Persian]
13. Munt, V. *Game, Set, Match: Sport and the Future of Diplomacy*. Master Thesis, City University of New York (CUNY), Academic Works. 2015.
14. Murray, S. *Sport Diplomacy: A Hybrid of Two Halves*, International Symposium on Cultural Diplomacy. Berlin. 2011; 11-15.
15. Ozsari, A. & Bulet, F. & M.Cagri, C. & Semser, T. Sport Diplomacy as Public Diplomacy Element. *International Journal of Science Culture and Sport*. 2018; 6(3):339-349.
16. Rahim Ramezani Nejad, Farhader Hamaninia, Amir Taghavi Takyar. A Study of Motivations of Participants in Public Sports in the Open Spaces of Sports Management journal. .2010 No. 2, 5-19. [Persian]
17. Ryan, S.B. *Cultural Diplomacy in international Relations: Understanding Hidden Bias in Cultural Knowledge*. 2015.
18. Salehiamiri, R. *Cultural Theories and Concepts*. Tehran: Qoqnoos. 1386 [Persian]
19. Shahramnia, A. & Nazifi Naiini, N. The Impact of Globalization on Cultural Diplomacy with an Emphasis on Peacebuilding Theory. *Culture Strategy*. 1392; 24(4): 141-161
20. Yazdanpanah, M. & Bolbolian, S. Qatar Ideas for the 2022 World Cup. *Free Zones Monthly*. 1389; 211:60-84
21. Zamorano, M. Reframing Cultural Diplomacy: The Instrumentalization of Culture under the Soft Power Theory. *Culture Unbound: Linköping university*.2016; 18:168-188.