

دیپلماسی ورزش در توسعه روابط بین‌الملل ایران با کشورهای حوزه خلیج فارس^۱

رضا صابونچی^۲

مریم حسینی عسگرآبادی^۳

 10.22034/ssys.2023.2736.2979

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۱۱/۱۴

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۰۲/۰۵

هدف تحقیق حاضر، مطالعه نقش دیپلماسی ورزش در توسعه روابط بین‌الملل با کشورهای حوزه خلیج فارس بود. از این رو، تحقیقی کاربردی و اکتشافی به روش آمیخته با راهبرد نظریه‌سازی داده‌بنیاد بر اساس مدل گلنزر و رویکرد استقرایی انجام شد ۱۶ مصاحبه با اساتید مدیریت ورزشی و دیپلماسی ورزشی شاغل یا همکار در وزارت ورزش و جوانان، کمیته ملی المپیک و وزارت امور خارجه تا اشباع نظری صورت گرفت. تحلیل داده‌های کیفی طی دو مرحله کدگذاری واقعی و کدگذاری نظری انجام و در نهایت ۶۴ کد باز در ۱۲ مفهوم و ۴ مقوله شناسایی شد. جهت تدوین مدل، داده‌های ۳۱۱ نفر از کارشناسان حوزه مربوط به تحقیق با روش معادلات ساختاری بررسی شد. با توجه به نتایج دیپلماسی فرهنگی، رسانه‌ای، اقتصادی و عمومی به ترتیب بیشترین اثر را در دیپلماسی ورزشی با کشورهای حوزه خلیج فارس خواهند داشت. در این بین استفاده از ظرفیت سازمان‌های مردم‌نهاد منطقه، تعامل با دستگاه دیپلماسی کشور و تولید آثار رسانه‌ای مشترک با سایر کشورها، همکاری اقتصادی با کارآفرینان حوزه خلیج فارس و تنظیم سند همکاری وزارت ورزش و جوانان با وزارت امور خارجه موثرترین راهبردها هستند. تشکیل کمیته‌ای مرکب از نهاد های متولی ورزش و دیپلماسی کشور و برنامه‌ریزی برگزاری رویداد ورزشی در حوزه خلیج فارس با پیام صلح و دوستی پیشنهاد می‌شود.

واژگان کلیدی: دیپلماسی ورزشی، خلیج فارس و وزارت ورزش و جوانان.

^۱ این مقاله برگرفته از طرح پژوهشی است که با حمایت اداره کل ورزش و جوانان استان هرمزگان انجام پذیرفته است.

^۲ دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Saboonchi.reza@yahoo.com

^۳ استادیار، گروه علوم ورزشی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه گلستان، گرگان، ایران

مقدمه

ورزش پدیده ای جذاب و مورد علاقه همه مردم دنیاست. وقایع ورزشی از زمان‌های قدیم بخش جدایی‌ناپذیر از تلاش برای تقویت روابط بین کشورها بوده و بر این اساس دیپلماسی ورزشی از اشتیاق جهانی به ورزش به‌عنوان راهی برای عبور از اختلافات سیاسی، فرهنگی و اقتصادی استفاده می‌کند و مردم را به هم پیوند می‌دهد. وقایع ورزشی و مبادلات ورزشی باعث افزایش گفتگو و تفاهم فرهنگی بین مردم در سراسر جهان می‌شود (ماهتا و دشنده^۱، ۲۰۱۹). ورزش ابزاری صلح‌آمیز برای امور بین‌المللی بوده و نقش مهمی در تقویت و توسعه روابط دیپلماتیک کشورها و ایجاد صلح جهانی ایفا می‌نماید (مارلین و همکاران^۲، ۲۰۱۹). اگر چه دیپلماسی ورزشی در سال‌های اخیر به‌عنوان زیرشاخه دیپلماسی عمومی مورد توجه بوده است، لیکن تاریخچه این موضوع مربوط به قرن نهم پیش از میلاد و اولین جشنواره بازی‌های المپیک باستان است که یک آتش بس توسط پادشاهان امضا شد (گریس^۳، ۲۰۱۴). در آن زمان توافق شد رفتارهای خشن و دشمنانه طی برگزاری بازی به حالت تعلیق درآید تا موجبات خشنودی تماشاگران و ورزشکاران فراهم گردد. پس از قرن‌ها، امروزه ادبیات دیپلماتیک ورزشی توانسته مرزها را کمرنگ و راه‌های بیشتری را برای گفت‌وگو باز کند تا از طریق ورزش افراد با فرهنگ‌ها و عقاید مختلف در کنار یکدیگر جمع شوند (دوستی، ۱۳۹۱).

در نظام بین‌الملل، کشورها به دنبال افزایش قدرت، ثروت، جایگاه و منزلت خود هستند (میلسن^۴، ۲۰۰۵). دیپلماسی عمومی به‌ویژه به لحاظ ارتقای وجهه یک کشور و درواقع سازوکاری برای افزایش قدرت نرم به شمار می‌رود. سیاست‌مداران از رویدادهای ورزشی همچون المپیک و جام جهانی فوتبال به عنوان ابزارهای نرم و جذاب برای دستیابی به اهداف دیپلماسی عمومی استفاده می‌نمایند (عبدی و همکاران، ۱۳۹۸). ورزش نمونه مطالعاتی مهمی برای جامعه جهانی به شمار می‌رود؛ از یک‌سو نقش آن در تحکیم روابط میان کشورها و از سوی دیگر، نقش ابزاری این پدیده در سنجش و مقایسه کشورها با یکدیگر موجب شده تا پژوهشگران ورزش را به‌عنوان مؤلفه‌ای جدانشدنی از تمامی ارتباطات و تعاملات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی یاد کنند (فیض‌آبادی و همکاران، ۲۰۱۳). پیشینه تحقیق نشان می‌دهد دولت‌ها جهت دستیابی به اهداف مختلفی مانند سلامتی و آمادگی جسمانی جهت دفاع ملی، همبستگی اجتماعی، ارتقای ایدئولوژی سیاسی، بالا بردن وجهه ملی، حفظ مقبولیت، روحیه تندرستی و دستیابی به اهداف سیاست خارجه از دیپلماسی ورزش به عنوان ابزاری نرم بهره می‌برند (میشل^۵، ۲۰۱۷ و ماهتا و دشنده^۶، ۲۰۱۹). در همین راستا انگلیس میزبان المپیک ۲۰۱۲ لندن از چهار سال قبل کمپین‌هایی را جهت سازمان‌دهی بازی‌های المپیک با هدف ارائه تصویر مناسبی از فرهنگ انگلیسی به گردشگران ورزشی حاضر در رویداد و میلیون‌ها انسانی که این رویداد بزرگ را از تلویزیون رصد می‌کنند، تاسیس نمود. شریعتی فیض‌آبادی (۱۳۹۹) اعلام داشت کشورهای

¹ Mahanta & Deshpande

² Marlene

³ Grix

⁴ Melissen

⁵ Michał

⁶ Mahanta & Deshpande

دیپلماسی ورزش در توسعه روابط بین‌الملل ایران با کشورهای حوزه خلیج فارس

توسعه‌یافته مانند ایالات متحده، ژاپن و استرالیا در کنار کشورهای دارای اقتصاد نوظهور روسیه و چین به دنبال تحقق اهداف کلان سیاسی خود در بستر ورزشی هستند، حال آنکه تصمیم‌گیران سیاسی ایران به ورزش به‌عنوان پدیده‌ای تفریحی می‌نگرند. با وجود این، بخشی چناری و همکاران (۱۳۹۸) فرهنگ غنی و جاذبه‌های گردشگری کشور و عاری بودن دیپلماسی ورزشی از لحن خصمانه را از مهم‌ترین نقش‌های دیپلماسی ورزشی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران از دیدگاه نخبگان دانستند. نتایج تحقیقات داخلی مهم‌ترین عوامل تبیین دیپلماسی عمومی ایران را توانمندسازی شبکه‌های ارتباطی، دیپلماسی فرهنگی، تعاملات آکادمیک و تشکیل نهاد عهده‌دار تدوین و اجرای دیپلماسی ورزشی گزارش نمودند (شریعتی فیض‌آبادی و منظمی، ۱۴۰۰ و حسینی عسگرآبادی و همکاران، ۱۴۰۰). در نمونه تحقیقات خارجی، مارلین^۱ و همکاران (۲۰۱۹) بیان داشتند که ورزش و رویدادهای ورزشی نقش مهمی در تقویت و توسعه روابط دیپلماتیک بین کشورها و ایجاد صلح در جهان ایفا می‌کنند. مین و چوی^۲ (۲۰۱۹) و بنسی و تاماس^۳ (۲۰۲۱) ورزش را ابزار مهم دیپلماتیک در گسترش روابط دو کره و نیز مجارستان دانستند.

مشارکت در فرهنگ جهانی ورزش در سه دهه گذشته با اهتمام نهادهای متولی ورزش کشور و اقداماتی از جمله تأسیس «فدراسیون ورزش همبستگی زنان مسلمان» در سال ۱۳۷۰، تأسیس «فدراسیون ورزشی غرب آسیا» وابسته به شورای المپیک آسیا در تهران سال ۱۳۷۶، تأسیس «فدراسیون بین‌المللی ورزش‌های زورخانه‌ای» در مهرماه ۱۳۸۳ و کسب میزبانی، کرسی‌های جهانی و مدال‌های مختلف بین‌المللی در راستای بهبود دیپلماسی عمومی به‌کار گرفته شده است. لیکن همانگونه که اشاره شد، دانش و هدایت روابط در ورزش به عبارتی دیپلماسی ورزشی و اهمیت و ضرورت آن به طور کامل توسط تصمیم‌سازان سیاسی و ورزشی کشور تعقیب نمی‌شود. از سوی دیگر، خلیج فارس از نظر راهبردی در منطقه خاورمیانه، به‌عنوان بزرگ‌ترین و مهم‌ترین مرکز ارتباط بین اروپا، آفریقا، آسیای جنوبی و جنوب شرقی است. منابع سرشار نفت و گاز، ویژگی‌های گردشگری، اهمیت ویژه اقتصادی و... موجب تنش‌های فراوان در این منطقه بین هشت کشور حوزه خلیج فارس و حتی دیگر کشورهای جهان شده است. لذا یافتن راهکارهایی علمی و عملیاتی به منظور بهبود روابط و نزدیکی دیدگاه‌های کشورهای این حوزه لازم و ضروری است و بی شک دنیای ورزش نقشی کلیدی دارد. بر اساس آنچه بیان شد، تحقیق حاضر با هدف مطالعه راهبردهای این پدیده مهم به‌ویژه در منطقه و حوزه حساس خلیج فارس طرح‌ریزی و به دنبال ارائه الگوی برآمده از نظر متخصصان و دست‌اندرکاران دیپلماسی ورزش می‌باشد.

روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق حاضر با توجه به هدف ارائه مدلی نظام‌مند و شماتیک، کاربردی و اکتشافی با روش آمیخته است. راهبرد قسمت کیفی، نظریه‌سازی داده‌بنیاد بر اساس مدل گلنیزر با رویکرد استقرایی می‌باشد. محقق در فرآیند تحقیق بنا بر توصیه گلنیزر، بدون هیچ پیش‌برداشتی از مواجه مشارکت‌کنندگان با مسئله تحقیق مراحل را طی نمود. با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند، گردآوری داده‌ها و تحلیل آن‌ها به‌صورت هم‌زمان و متوالی انجام گرفت. پژوهشگر

¹ Marlene

² Min & Choi

³ Bence & Tamás

اولین داده‌ها را گردآوری و بلافاصله تحلیل نمود تا مقوله‌های مقدماتی به دست آمد. سپس تصمیم‌گیری مبنی بر این که در نمونه بعدی به دنبال چه داده‌هایی باشد، انجام پذیرفت.

مراحل تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی در قالب دو مرحله کدگذاری واقعی (دو مرحله کدگذاری باز و انتخابی یا محوری) و کدگذاری نظری انجام گرفت. در مرحله کدگذاری باز، مطالب خطبه‌خط خوانده و به هر قسمت از داده‌ها (یک کلمه، خط یا پاراگراف) یک برچسب اختصاص داده شد. هر نکته کلیدی، یک واقعه محسوب و سپس واقعه‌ها را به یک سطح بالاتر یعنی مفهوم انتقال دادیم. بعضی از مفاهیم، از ترکیب چند واقعه به دست آمد و بعضی، تنها از یک واقعه یا نکته کلیدی حاصل شدند. بر اساس رویکرد ظاهرشونده، کدگذاری باز با اقدام به کدگذاری آزاد داده‌ها تا زمانی ادامه پیدا نمود که اثرات مقوله محوری نمودار شد. بدین ترتیب در مرحله بعدی، یعنی کدگذاری انتخابی از طریق مقایسه مستمر کدها و مفاهیم تولیدشده در مرحله قبلی، مقوله‌های فرعی و مقوله محوری یا اصلی شکل گرفت. کدگذاری نظری به تلفیق مقوله‌ها از طریق یک الگوی ارتباطی با بهره‌گیری از تحلیل ادبیات تحقیق تا رسیدن به مدل نظری داده‌ها انجام گرفت. در نهایت ۶۴ کد باز در ۱۲ مفهوم و ۴ مقوله شناسایی شد.

معیار ورود به جامعه آماری بخش کیفی، اساتید مدیریت ورزشی و محققان حیطه دیپلماسی ورزشی شاغل با همکار در وزارت ورزش و جوانان، کمیته ملی المپیک و وزارت امور خارجه که در زمینه تحقیق دارای تالیف یا مقالات علمی هستند، می‌باشد. در بخش کمی نیز کارشناسان وزارت ورزش و جوانان، وزارت امور خارجه، کمیته ملی المپیک، روسای فدراسیون‌های ورزشی جامعه آماری را تشکیل می‌دادند. در بخش کیفی، نمونه‌گیری به روش هدفمند و از نوع گلوله‌برفی بود. ابتدا با شرط دارا بودن معیار ورودی، دو نفر از متخصصان شناسایی و مصاحبه عمیق با آنان صورت گرفت. پس از اتمام هر مصاحبه از فرد خواسته شد سایر خبرگان را با رعایت معیار ورودی معرفی کند. این کار تا رسیدن به اشباع نظری- جایی که داده‌های جدید جمع‌آوری‌شده با داده‌هایی قبلی تفاوتی نداشت- ادامه و در نهایت تعداد ۱۶ مصاحبه انجام شد. در بخش کمی با توجه به تعداد ۶۴ سوال و هر سوال حداقل ۶ نمونه، در مجموع نمونه برابر با ۳۸۴ نفر تعیین و محقق موفق به گردآوری اطلاعات ۳۱۱ نفر (۸۱ درصد) شد.

برای تعیین اعتمادپذیری، انتقال‌پذیری و تأییدپذیری سه نسخه از رونوشت مصاحبه‌ها به همراه نحوه کدگذاری و مدل برخاسته از مدل نهایی در اختیار ۳ نفر از مصاحبه‌شوندگان قرار گرفت. آن‌ها با اعمال نظرات و در نهایت با تأیید مطالب برداشت‌شده از مصاحبه‌ها، کلیت الگو و روش رسیدن به آن را تأیید نمودند. از پایایی باز آزمون و روش توافقی درون‌موضوعی برای محاسبه پایایی مصاحبه‌ها استفاده شد. از بین مصاحبه‌های انجام گرفته، تعداد ۳ مصاحبه انتخاب و هر کدام از آن‌ها دو بار در یک فاصله زمانی ۱۵ روزه توسط پژوهشگر و همکار طرح بررسی گردیدند که میزان توافق درون موضوعی ۰/۹۰ به دست آمد. همچنین جهت سنجش روایی از روایی محتوا، صوری و سازه استفاده و نتایج آن مورد تأیید قرار گرفت. تحلیل داده‌های کمی نیز با استفاده از روش معادلات ساختاری و نرم افزار pls نسخه ۴ انجام گرفت.

یافته‌های پژوهش

بخش کیفی

دیپلماسی ورزش در توسعه روابط بین‌الملل ایران با کشورهای حوزه خلیج فارس

اطلاعات مربوط به مشخصات فردی مشارکت‌کنندگان در مصاحبه‌های مرتبط با پژوهش در جدول ۱ ارائه شده است:

جدول ۱: ویژگی مشخصات نمونه‌های کیفی

نمونه‌ها	شغل	تحصیلات	محل کار یا همکاری	تعداد تالیفات یا مقالات
P1	عضو هیئت علمی دانشگاه	دکتری تخصصی	فدراسیون	۱۲
P2	فعال در حوزه دیپلماسی	کارشناسی ارشد	فدراسیون	۴
P3	عضو هیئت علمی دانشگاه	دکتری تخصصی	وزارت ورزش	۸
P4	عضو هیئت علمی دانشگاه	دکتری تخصصی	وزارت ورزش	۶
P5	فعال در حوزه دیپلماسی	کارشناسی ارشد	فدراسیون	۴
P6	فعال در حوزه دیپلماسی	کارشناسی ارشد	کمیته ملی المپیک	۳
P7	عضو هیئت علمی دانشگاه	دکتری تخصصی	کمیته ملی المپیک	۵
P8	عضو هیئت علمی دانشگاه	دکتری تخصصی	کمیته ملی المپیک	۵
P9	فعال در حوزه دیپلماسی	کارشناسی ارشد	فدراسیون	۶
P10	عضو هیئت علمی دانشگاه	دکتری تخصصی	فدراسیون	۵
P11	عضو هیئت علمی دانشگاه	دکتری تخصصی	وزارت ورزش	۵
P12	وزارت ورزش و جوانان	دکتری تخصصی	وزارت ورزش	۳
P13	وزارت ورزش و جوانان	دکتری تخصصی	وزارت ورزش	۳
P14	وزارت ورزش و جوانان	دکتری تخصصی	فدراسیون	۵
P15	وزارت امور خارجه	دکتری تخصصی	وزارت امور خارجه	۹
P16	وزارت امور خارجه	کارشناسی ارشد	وزارت امور خارجه	۴

کدگذاری واقعی و نظری

در نهایت پس طی مراحل کدگذاری، ۶۴ کد باز در ۱۲ مفهوم و ۴ مقوله شناسایی شد. نتایج در جدول ۲ آمده است:

جدول ۲: نتایج کدگذاری‌ها

مقولات	مفاهیم	کدهای باز
		۱. شناخت دقیق‌تر و عمیق‌تر نیازهای ورزشی کشورهای منطقه خلیج فارس
		۲. مخاطب شناسی و آشنایی کافی با ذائقه مخاطبان پیش از تولید محتوا
	نیازسنجی رسانه‌ای	۳. تعریف اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت ورزشی برای ایجاد ارتباط
		۴. تأسیس مجامع جدید رسانه‌ای ورزشی در سطح کشورهای منطقه
		۵. استفاده از آثار هنری و مستندهای ورزشی اثرگذار
		۶. تعامل وزارت ورزش و جوانان دوسویه با سازمان‌های رسانه‌ای
		۷. تعامل سازمان‌های ورزشی بیشتر با دستگاه دیپلماسی رسمی کشور
	تعاملات رسانه‌ای	۸. استفاده از تکنیک برجسته‌سازی در مورد اشتراکات ایران و خلیج فارس
		۹. تولید آثار مشترک ورزشی از طریق همکاری با سایر کشورهای همسایه
دیپلماسی رسانه‌ای ورزش		۱۰. بهره‌مندی از تاریخ و تمدن غنی ایران برای فعالیت در حوزه ورزش
		۱۱. بهره‌گیری از کارکرد سرگرمی در شبکه‌های ورزشی برای جذب مخاطب
	محتوای رسانه‌ای	۱۲. برنامه‌های مشترک بر اساس مزیت‌های نسبی موجود با منطقه

۱۳. تولید محتوا بر اساس قرابت‌های دینی و فرهنگی با

کشورهای منطقه

۱۴. پیشرفت در زمینه ارتباطات با سایر کشورهای منطقه

۱۵. بهبود سیستم‌های اطلاع‌رسانی در بین جوامع بین‌الملل

۱۶. توسعه سیستم‌های مجازی ارتباطات

۱۷. وقوع انقلاب اطلاعات در عصر جدید

۱۸. وجود فناوری‌های نوین با استفاده از زیرساخت‌های ارتباطی

۱۹. وجود و توسعه شبکه‌های بر خط برای ایجاد ارتباط

با سایر کشورها

۲۰. وجود ابزارهای پیشرفته اطلاع‌رسانی در امور ارتباطی

۲۱. تبلیغ و ترویج فرهنگ غنی اسلامی با استفاده از

ظرفیت ورزش

۲۲. تصویرسازی از رشد ورزشی ایران و انتقال آن به

کشورهای همسایه

۲۳. تقویت اقتدار سیاسی ورزشی ایران در راستای تحکیم الزامات ورزشی

روابط با کشورهای منطقه

۲۴. نمادسازی و تصویرسازی مشترک در سطح منطقه

۲۵. اعتبار سازی در مجامع بین‌المللی برای ایجاد ارتباط

۲۶. ارتقای فرهنگ مسئولیت‌پذیری در بخش روابط ورزشی

۲۷. جذب دیپلمات‌های متخصص و متعهد در کشورهای

حاشیه خلیج فارس

۲۸. فعال‌سازی ظرفیت‌های نخبگان ورزشی و همسو با

اعتقادات اسلامی

۲۹. بهره‌برداری از ظرفیت ورزشکاران اعزامی به مسابقات

در کشورهای همسایه

۳۰. استفاده از ظرفیت سازمان‌های مردم‌نهاد در کشورهای منطقه

۳۱. تقویت محافل و تبادل علمی ورزشی با سایر

کشورهای منطقه

۳۲. روابط تجاری ورزشی و گردشگری در حوزه ورزش

فناوری‌های اطلاعاتی

دیپلماسی

فرهنگی ورزش ارتباطات فرهنگی

۳۳. روابط بین نهادهای فرهنگی و آموزشی و ورزشی در جهت توسعه ارتباطات
۳۴. پیوند فکری و اجتماعی آحاد مردم در کشورهای همسایه
۳۵. برندسازی ورزشی ایران مبتنی بر مفاهیم درست و مبانی فکری
۳۶. برندسازی متمرکز بر هویت، ذهنیت و منزلت ورزش ایران
۳۷. برندسازی ورزشی مبتنی بر نمایش احساس و ادراک ملت ایران
۳۸. تخصیصی شدن فعالیت دیپلمات‌ها در زمینه اقتصاد ورزشی
۳۹. آموزش دیپلمات‌ها در زمینه حوزه‌های بازاریابی ورزشی
۴۰. توجه به ظرفیت‌های اقتصاد ورزش در جامعه هدف توسعه اقتصادی
۴۱. توسعه فعالیت سازمان‌های غیر دولتی و خصوصی
۴۲. استفاده از ظرفیت فناوری‌های ارتباطی در توسعه اقتصاد بین‌المللی ورزش
۴۳. توسعه تجارت و بازاریابی ورزشی و ارتباطات تجاری با سایر کشورها
۴۴. توسعه ائتلاف‌های سازمان‌های غیر دولتی در ورزش بین‌الملل
۴۵. برنامه‌ریزی برای همکاری اقتصادی در ورزش با کارآفرینان کشورهای منطقه
۴۶. بالا رفتن توان تجزیه و تحلیل افراد از ارتباطات بازاریابی بین‌المللی
۴۷. از بین بردن موانع بازاریابی توسعه کشورها از طریق ورزش
۴۸. کاهش رقابت‌های بین نژادی در منطقه و حفظ انسجام بین‌المللی
۴۹. دفاع از گروه‌های تحت ستم و گروه‌های آسیب‌دیده درک و بصیرت عمومی
۵۰. آگاهی از میزان تأثیرگذاری افراد بر تحولات بین‌المللی

دیپلماسی ورزش در توسعه روابط بین الملل ایران با کشورهای حوزه خلیج فارس

۵۱. کاهش خشونت جهانی با استفاده از ظرفیت های ورزشی

۵۲. پاسخگویی در برابر مردم برای ایجاد برنامه های

جذاب ورزشی

۵۳. پدیدار شدن موضوعاتی با ماهیت فراملی در بخش ورزش

۵۴. بازنگری آیین نامه های اجرایی نهاد های ورزشی

۵۵. تنظیم سند همکاری بین وزارت ورزش و وزارت

امور خارجه

۵۶. تدوین برنامه های راهبردی در ارتقای دیپلماسی

عمومی از طریق ورزش

۵۷. برگزاری جلسات هم اندیشی بین وزارتخانه های مرتبط

۵۸. آموزش و تقویت مفاهیم مرتبط با دیپلماسی عمومی

از طریق ورزش

۵۹. معرفی دیپلماسی عمومی از طریق ورزشی به صورت

فرا حکومتی

۶۰. هماهنگی بین سیاست های کشور و سیاست های عمومی

۶۱. ارتقای فرهنگ شفافیت سیاست گذاری در روابط

بین المللی ورزشی

۶۲. داشتن صداقت عمومی دولت ها در تبیین اهداف ارتباطی

۶۳. بهبود فرهنگ پاسخگویی در مقابل اهداف و

برنامه های ورزشی

۶۴. مشارکت افراد در تصمیم گیری های مرتبط با ارتباطات

منطقه ای

دیپلماسی عمومی

ورزش

آموزش و یادگیری

پیشران های بین المللی

بخش کمی

ویژگی نمونه های کمی شامل ۶۷ در صد مرد و ۳۳ در صد زن با میانگین سنی ۳۵ سال است. همچنین ۱۶ درصد دارای مدرک دکتری، ۶۶ درصد کارشناسی ارشد و ۱۸ درصد کارشناسی هستند. نتایج تحلیل عاملی نشان داد بارهای عاملی تمامی گویه ها بیشتر از ۰/۶، پایایی مرکب برای همه متغیرها بزرگتر از ۰/۸، میانگین واریانس برای تمام متغیرها بزرگتر از ۰/۵ و همچنین آلفای کرونباخ و Rho نیز بیشتر از ۰/۷ می باشد که این مقادیر، اعتبار همگرایی نسبتاً بالایی را نشان می دهند. شاخص های برازش مدل نیز در

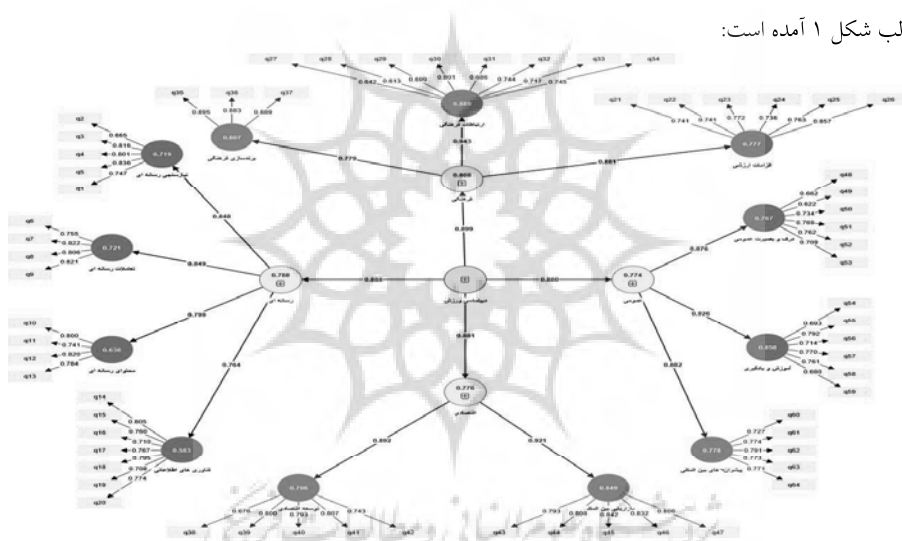
جدول ۳ آمده که نشان‌دهنده کیفیت مناسب مدل آزمون است. مدل تحقیق به همراه ضریب مسیر به دست آمده در شکل ۱ مشخص گردیده است:

جدول ۳: مقادیر شاخص‌های برازش برای متغیرهای مدل تحقیق

مؤلفه	Q2	R2	SRMR
دیپلماسی رسانه‌ای	۰/۴۵۸	۰/۷۸۸	۰/۰۸۶
دیپلماسی فرهنگی	۰/۴۲۵	۰/۸۸۹	
دیپلماسی اقتصادی	۰/۰۴۴۷	۰/۷۷۶	
دیپلماسی عمومی	۰/۴۸۹	۰/۷۷۲	

در ادامه تصویر مدل آزمون‌شده تحقیق به همراه ضریب مسیر به دست آمده برای تمامی مسیرهای مدل در

قالب شکل ۱ آمده است:



شکل ۱: مدل نهایی پژوهش در حالت ضریب مسیر و بارهای عاملی

بر اساس یافته‌های شکل ۱، دیپلماسی فرهنگی بیشترین اثر را در دیپلماسی ورزشی با کشورهای حوزه خلیج فارس خواهد داشت. همچنین دیپلماسی رسانه‌ای، اقتصادی و عمومی به ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار دارند. در این بین، ارتباطات فرهنگی، تعاملات رسانه‌ای، بازاریابی بین‌المللی و آموزش و یادگیری نقش مهم‌تری را ایفا می‌نمایند. از طرفی استفاده از ظرفیت سازمان‌های مردم‌نهاد منطقه، تعامل با دستگاه دیپلماسی کشور و تولید آثار رسانه‌ای مشترک با سایر کشورها، همکاری اقتصادی با کارآفرینان حوزه خلیج فارس و تنظیم سند همکاری وزارت ورزش و جوانان با وزارت امور خارجه به‌عنوان موثرترین مؤلفه‌های راهبردی دیپلماسی ورزش در توسعه روابط بین‌المللی ایران با کشورهای حوزه خلیج فارس شناسایی شده‌اند.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف تحقیق حاضر، مطالعه نقش دیپلماسی ورزش در توسعه روابط بین‌الملل با کشورهای حوزه خلیج فارس بود. یکی از مهم‌ترین مولفه‌های راهبردی دیپلماسی ورزش در توسعه روابط بین‌الملل ایران با کشورهای حوزه خلیج فارس، دیپلماسی فرهنگی است. یافته‌های تحقیق حاضر با نتایج پژوهش شریعتی فیض‌آبادی و منظمی (۱۴۰۰)، محمدی عزیزآبادی و بهشتی (۱۳۹۹) همسوست. منظور از دیپلماسی فرهنگی، تاکید بر مفاهیم الزامات ارزشی، ارتباطات فرهنگی و برندسازی فرهنگی است. با شروع قرن بیستم همزمان با افزایش اوقات فراغت در کشورها مفهوم ورزش و توسعه مراکز ورزشی و تفریحی به‌عنوان یکی از ابزارهای درآمدزا در گذران اوقات فراغت اهمیت یافت (صباغیان، ۱۳۹۴). در این بین، دو رویکرد مرتبط به هم شامل افزایش روزافزون تعاملات بین‌المللی و بین‌المللی شدن ورزش اهمیت فراوانی دارد (بخشی چناری و همکاران، ۱۳۹۸). ورزش مردم را متحد و مرزهای میان آنان را کمرنگ می‌سازد (اسپایچ^۱، ۲۰۱۱). فرد از طریق ورزش مورد پذیرش اجتماعی قرار گرفته و اعتماد به نفس خود را افزایش می‌دهد. همچنین مشارکت در فعالیت‌های ورزشی ارتباطات و اعتمادسازی نسبت به دیگران را افزایش می‌دهد. ورزشکاران با نژاد و فرهنگ متفاوت در جریان یک رویداد ورزشی احساس با هم بودن را قوی و مرزهای تمایز را از بین می‌برند (آدیر و رو^۲، ۲۰۱۰). این مسئله همان نقطه ثقل کارآمدی است که دیپلماسی ورزشی باید در سیاست خارجی یک کشور بر آن تکیه کند. دولت‌ها از ورزش برای افزایش باروری غرور ملی در سطح بین‌المللی استفاده می‌کنند و با به‌کارگیری قدرت نرم ایجادشده از این طریق نفوذ منطقه‌ای و جهانی خود را گسترش می‌دهند. علاوه بر این، رخدادهای بین‌المللی می‌توانند محلی برای ملاقات‌های روسای کشورها و سازمان‌های فراملی در چارچوبی صلح طلبانه باشند. در همه این موارد، یک امر مشترک وجود دارد و آن این است که ورزش می‌تواند با ایجاد فرصت گفتگویی صلح‌جویانه در محیطی صلح‌آمیز مردمان را به هم نزدیک‌تر سازد. با توجه به یافته‌های تحقیق، استفاده از ظرفیت سازمان‌های مردم‌نهاد در کشورهای منطقه، مهمترین مؤلفه اثرگذار بر بخش فرهنگی دیپلماسی ورزشی با کشورهای حوزه خلیج فارس گزارش شده است. تلاش در تشکیل این گونه نهادها در استان‌های کشور که در حوزه خلیج فارس مستقر هستند، ارتقای فرهنگ مسئولیت‌پذیری و پیوند فکری و اجتماعی آحاد مردم در کشورهای همسایه و توسعه دیپلماسی را به دنبال خواهد داشت. بر این اساس با توجه به اجتماعی بودن انسان در خلقت، جوامع بشری مانند یک مکانیسم واحد علی‌رغم اهداف و وظایف به‌ظاهر مختلف بایستی همسو باشند. ملت‌ها و دولت‌ها بدون تعامل در تولید ثروت و دستیابی به اقتصادی پیش‌رو و مولد دچار نقصان شده و شاهد موفقیت نخواهند بود. لذا توجه به فرهنگ و مولفه‌های دیپلماسی فرهنگی برآمده از این تحقیق به عنوان ابزار مهم تئوری‌سازی (ارائه اطلاعات پذیرفته‌شده) جهت همکاری و همیاری کشورهای حوزه خلیج فارس پیشنهاد می‌گردد.

یکی دیگر از مهم‌ترین مولفه‌های راهبردی دیپلماسی ورزش در توسعه روابط بین‌الملل ایران با کشورهای حوزه خلیج فارس، دیپلماسی رسانه‌ای است. منظور از دیپلماسی رسانه‌ای پرداختن به مفاهیمی مانند نیازسنجی رسانه‌ای، تعاملات رسانه‌ای، محتوای رسانه‌ای و فناوری‌های اطلاعاتی است. رویکرد ارتباطی بیشتر متضمن نوعی

¹ Spaaij

² Adair & Rowe

دیپلماسی رسانه‌ای است که با این تعریف مدیریت اخبار، پروپاگاندا، جنگ روانی و تأثیرگذاری سریع و سطحی بر افکار عمومی کشور هدف در حیطه رویکرد ارتباطی می‌باشد و در دیپلماسی فرهنگی نمی‌گنجد. فعالیت‌های اطلاعاتی و ارتباطی، ارتباط یک‌سویه بوده و مخاطب فقط شنونده پیام می‌باشد. به عبارتی، امکان بازخورد گرفتن از فعالیت‌های کشور مبدأ در کشور مقصد کمتر است (آشنا، ۱۳۸۶). این فعالیت‌ها عمدتاً بر اهداف کوتاه‌مدت دیپلماسی عمومی تکیه می‌کنند و معمولاً به دنبال تأمین منافع دولت در یک موضوع خاص هستند. رسانه‌ها با قدرت نفوذ فوق‌العاده خود در جوامع گوناگون قادرند تصویر مثبت یا منفی از یک کشور را در جهان خلق کنند. این مسئله باعث شده تا مدیریت رسانه‌ها مورد توجه خاص دولت‌ها قرار گیرد. در دیپلماسی عمومی چگونگی تعامل دستگاه‌های دولتی و رسانه‌ها یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت اهداف دیپلماسی عمومی قلمداد می‌شود. گام مهم دیگر این است که اطلاعات حرفه‌ای و قابل قبولی از طریق شبکه ارتباطی به زبان‌های گوناگون در اختیار مخاطبان قرار گیرد که تا حد زیادی اعتبار این گونه شبکه‌ها را بالا ببرد. در حال حاضر اینترنت این امکان را فراهم آورده که از طریق آن می‌توان آخرین اطلاعات را به راحتی در اختیار مخاطبان قرار داد. تقویت اطلاعات و دانش مخاطبان داخلی این امکان را فراهم می‌کند که در تعامل با جهان خارج اطلاعات درست یا مورد نظر یک کشور منتقل شود و کمتر به حدس و گمان و یا ارجاع به اطلاعات منابع دیگر که با اهداف دیگری به جز منافع ملی یک کشور تأسیس شده است، استناد شود. تعامل بیشتر سازمان‌های ورزشی با دستگاه دیپلماسی رسمی کشور و تولید آثار هنری مشترک و مستندهای ورزشی مهمترین مؤلفه‌های اثرگذار بر بخش رسانه‌ای دیپلماسی ورزشی با کشورهای حوزه خلیج فارس گزارش شده‌اند. به عبارتی، تشکیل کمیته‌ای به منظور همکاری و درک مشترک بین وزارت امور خارجه و نهادهای متولی ورزش کشور مانند وزارت ورزش و جوانان، کمیته ملی المپیک و فدراسیون‌های ورزشی و تشکل‌های هنری می‌تواند ارتباطات منطقه‌ای را موثرتر و جذابتر پیش ببرد.

دیپلماسی اقتصادی و دیپلماسی عمومی نیز از مولفه‌های راهبردی دیپلماسی ورزش در توسعه روابط بین‌الملل ایران با کشورهای حوزه خلیج فارس است. در واقع، یکی از مهم‌ترین دلایل توجه به چهره مثبت یک کشور را می‌توان تمایل کشورها برای به دست آوردن موقعیت‌های بهتر اقتصادی دانست. به عنوان مثال، کسانی که تمایل به سرمایه‌گذاری خارجی در یک کشور دارند، ابتدا به فضای فرهنگی و میزان دوستی یا خصومت جامعه با مخاطبان خارجی کشور مورد نظر توجه می‌کنند. از جمله کشورهایی که به کمک تقویت توان داخلی درصدد استفاده از دیپلماسی عمومی برآمده، کشور ویتنام می‌باشد. این کشور مانند چین همچنان به مرام سوسیالیستی خود معتقد است و در عین حال می‌کوشد تا با تعامل بهتر با جهان، فرصت‌های بیشتری را برای خود فراهم آورد. ویتنام که پس از جنگ ویرانگر خود با آمریکا صدمات زیادی دیده بود، به زودی و با طراحی برنامه‌های مناسب اقتصادی و سیاسی نه تنها توانست مشکلات بعد از جنگ خود را پشت سر گذارد، بلکه در حال حاضر در مسیر مناسب در جهت رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی قرار گرفته است (هادیان و احدی، ۱۳۸۸). نقش کارآفرینان کشورهای منطقه به ویژه در سازمان‌های خصوصی و ایجاد مکانیسم موثر جهت برقراری ارتباطات بازاریابی با آنان مهمترین مؤلفه اثرگذار بر بخش اقتصادی دیپلماسی ورزشی با کشورهای حوزه خلیج فارس گزارش شده است. لذا تلاش در جهت آموزش و تسهیل ارتباطات کارآفرینان ورزشی استان‌های حوزه خلیج فارس با کارآفرینان کشورهای همجوار ضرورت دارد. در بخش دیپلماسی عمومی نیز

دیپلماسی ورزش در توسعه روابط بین‌الملل ایران با کشورهای حوزه خلیج فارس

دولت‌ها سعی دارند از رویدادهای بزرگ ورزشی بین‌المللی همچون جام جهانی فوتبال یا بازی‌های المپیک برای اهداف گسترده و دیپلماتیک خود استفاده کنند (زرگر، ۱۳۹۴). در این بین، برند ملی در واقع هویت‌سازی یک کشور بر مبنای مشروعیت و حمایت مردمی است. این‌گونه اقدامات باید با برنامه‌های اصلاحی عملی در عرصه‌های اقتصادی، سیاسی و فرهنگی همراه باشد. برندسازی، برجسته کردن هویت یک کشور و بازتابی از آرمان‌های آن است، اما نمی‌تواند ورای واقعیت‌های موجود جامعه حرکت کند. در یک جمع‌بندی کلی می‌توان دیپلماسی عمومی را شامل مؤلفه‌هایی چون: تولید فیلم، تئاتر، مبادله استاد و دانشجو، خبرنگاران اعزامی، انتشار کتاب و تشکیل کتابخانه‌ها، پخش رادیو و تلویزیونی بین‌المللی، برنامه‌های مبادلات آموزشی و فرهنگی، آموزش زبان و نمایشگاه‌ها، جشنواره‌های هنری و اعزام هنرمندان نمایشی و اجرایی به خارج از کشور، ایجاد سایت‌های اینترنتی، مجلات الکترونیکی، برنامه‌های سخنرانی و سی‌دی، برگزاری سمینارها و جلسات با تجار خارجی و چهره‌های شاخص دانشگاهی و ... دانست. بی‌تردید، کاهش خشونت جهانی با استفاده از ظرفیت‌های ورزشی و تنظیم سند همکاری بین وزارت ورزش و وزارت امور خارجه مهمترین مؤلفه اثرگذار بر بخش عمومی دیپلماسی ورزشی با کشورهای حوزه خلیج فارس گزارش شده است. به عبارتی، تشکیل کمیته‌ای از نهادهای متولی ورزش و دیپلماسی کشور جهت توسعه و گسترش ورزش و برنامه‌ریزی برگزاری رویداد ورزشی در حوزه خلیج فارس با پیام صلح و دوستی پیشنهاد می‌شود.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع

- آشنا، حسام الدین و جعفری هفت خوانی، نادر. (۱۳۸۶). «دیپلماسی عمومی و سیاست خارجی، پیوندها و اهداف». در فصلنامه دانش سیاسی. شماره ۵.
- بخشی چناری، امین رضا؛ گودرزی، محمود؛ سجادی، سید نصراله و جلالی فراهانی، مجید. (۱۳۹۸). «نقش دیپلماسی ورزشی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران». رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی. ۷(۲۶)، صص ۲۱-۳۶.
- دوستی، مرتضی. (۱۳۹۱). «علل ورود سیاسیون به ورزش». رساله دکتری دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه تهران. ص ۱۴.
- زرگر، افشین. (۱۳۹۴). «ورزش و روابط بین الملل، جنبه‌های مفهومی و نظری». فصلنامه تخصصی علوم سیاسی. ۳۸، صص ۳۸-۳۸.
- شریعتی فیض آبادی، مهدی. (۱۳۹۹). «آثار تحریم‌های اقتصادی سیاسی ایالات متحده بر ورزش جمهوری اسلامی ایران». دانش سیاست. ۱۶(۱)، صص ۲۱۹-۲۴۶.
- شریعتی فیض آبادی، مهدی و منظمی، امیرحسین. (۱۴۰۰). «مدل تجربی جایگاه ورزش در توسعه دیپلماسی عمومی». مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی. ۸(۳)، صص ۸-۹۰.
- صباغیان، علی. (۱۳۹۴). «دیپلماسی ورزش». مطالعات فرهنگی و ارتباطات. سال ۱۶، شماره ۳۱.
- عبدی، کامبیز؛ طالب‌پور، مهدی؛ فولرتون، جیمی و رنج‌کش، محمدجواد. (۱۳۹۸). «شناسایی راهبردهای تبدیل منابع دیپلماسی ورزشی به برآمدهای مطلوب سیاسی از منظر خبرگان بین‌المللی». کنفرانس حکمرانی و سیاست‌گذاری عمومی.
- محمدی عزیزآبادی، مهدی و بهشتی، سیدصمد. (۱۳۹۹). «جامعه‌شناسی سیاسی ورزش: تأثیر ورزش و ورزشکاران حرفه‌ای بر زندگی سیاسی». فصلنامه علمی تخصصی سپهر سیاست. ۷(۳۳)، صص ۱۴۱-۱۷۴.
- هادیان، ناصر و احدی، افسانه. (۱۳۸۸). «جایگاه مفهومی دیپلماسی عمومی». فصلنامه بین‌المللی روابط خارجی. ۱(۳)، صص ۸۵-۱۱۸.
- Adair, D. Rowe, D. (2010). "Beyond boundaries? Race, ethnicity and identity in sport". International Review for the Sociology of Sport, 45(3), September, Sage publications.
- Bence, G. Tamás, D. (2021). "Sport as a tool for public diplomacy in Hungary, Physical Culture and Sport". Studies and Research, 90:39-49 DOI: 10.2478/pessr-2021-0012.
- Feizabadi, M. S., Khabiri, M., Hamidi, M. (2013). "The relationship between the success of countries at the Guangzhou 2010 Summer Asian Games and demo-economic factors". Social and Behavioral Sciences, 82: 369-374.
- Grix, J., Houlihan, B. (2014). "Sports Mega Events as Part of a Nation's Soft Power Strategy: The Cases of Germany (2006) and the UK (2012)". The British Journal of Politics & International Relations, 16(4), pp: 572-596.
- Mahanta, K., Deshpande, M. (2019). "Sports Diplomacy and International relation: A case study of India". Journal of Politics & International Relations. 12(8): 36-57.
- Marlene, A. Dixon, A. J. Anderson, R. E. Pamela, H. B. Craig, E. (2019). "Management in sport for development: examining the structure and processes of a sport diplomacy initiative". International Journal of Sport Management and Marketing (IJSMM), 19(4): 268-292.
- Melissen, Jan. (2005). "Wielding Soft Power: New Public Diplomacy". Netherland Institute of International Relations, Accessible at: www.peacepalacelibrary.nl.
- Michał, M.K. (2017). "Sports Diplomacy of Norway". International Studies Interdisciplinary Political AND Cultural Journal, 20(1): 131-146.
- Min, D., Choi, Y. (2019). "Sport cooperation in divided Korea: an overstated role of sport diplomacy in South Korea". Sport in Society, 22(8), pp: 1382-1395.
- Spaaij, R. (2011). The Social Impact of Sport. New York: Taylor & Francis Publications.