


Cultural Strategies of Public Diplomacy and Soft Power in Sports tourism of the Islamic Republic of Iran

Mahboobe Abedi

Assistant Professor of Sports Management Department, University of Mazandaran, Babolsar, Iran (Corresponding author).


mahboobeabedi69@gmail.com

 0000-0002-0897-5705

Morteza Dousti

Professor of Sports Management Department, University of Mazandaran, Babolsar, Iran.

m_dostipasha@yahoo.com

 0000-0001-6806-4535


Abstract

Today, international relations are heavily influenced by cultural factors. Sports play an important role in culture, values and politics. Major sports tourism provides a good opportunity to realize the goals of public diplomacy and soft power of countries. Despite having several thousand years of history and civilization, the Islamic Republic of Iran has not been able to use sports as a profitable and low-cost way to develop international relations. Therefore, the researcher decided to identify the cultural strategies of public diplomacy and soft power in sports tourism in Iran. The current research was conducted in the framework of a qualitative approach and data were collected through semi-structured interviews. The statistical population of the research was people specializing in politics, sports and tourism, including 5 people with a doctorate in sports, 5 people with a doctorate in tourism, 7 people with a doctorate in political science, 5 people with executive work experience in the tourism and cultural heritage organization, and athletes with a history of participating in international competitions. Data collection was done by combining library and interview methods. To measure the reliability of the research, intra-subject agreement was used. The average intra-subject agreement was reported as 89%. Based on the findings of the semi-structured interview, the most important cultural strategies of public diplomacy and soft power in sports tourism in Iran were four components, including sports culture, peace and friendship, fundamental values, prestige and international branding. According to the results of the research, it is suggested to use sports tourism in the direction of peace and friendship, reducing global violence, social equality, and introducing the culture of the Islamic Republic of Iran by sports ambassadors such as referees, athletes, and coaches.


Keywords: Sports marketing, Foreign policy, International relations, Competitions, Culture.

راهبردهای فرهنگی دیپلماسی عمومی و قدرت نرم در گردشگری ورزشی جمهوری اسلامی ایران

محبوبه عابدی

استادیار گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران (نویسنده مسئول).
mahbobeabedi69@gmail.com  0000-0002-0897-5705

مرتضی دوستی

استاد گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.
m_dostipasha@yahoo.com  0000-0001-6806-4535

چکیده

امروزه روابط بین‌الملل، به‌شدت تحت تأثیر عوامل فرهنگی قرار دارد. ورزش نقش مهمی در فرهنگ، ارزش‌ها و سیاست دارد. رویدادهای بزرگ ورزشی فرصت خوبی برای تحقق اهداف دیپلماسی عمومی و قدرت نرم کشورها فراهم می‌کند. جمهوری اسلامی ایران به‌رغم برخورداری از تاریخ و تمدن چندین هزارساله، آن‌طور که شایسته است نتوانسته از گردشگری ورزشی به‌عنوان مسیری پُر فایده و کم‌هزینه در جهت توسعه روابط بین‌الملل استفاده کند؛ بنابراین پژوهشگران بر آن شدند تا به شناسایی راهبردهای فرهنگی دیپلماسی عمومی و قدرت نرم در گردشگری ورزشی ایران بپردازد. پژوهش حاضر در چهار چوب روش کیفی با استفاده از نظریه داده‌بنیاد انجام شد و داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته جمع‌آوری شدند. جامعه آماری پژوهش افراد متخصص در زمینه سیاسی، ورزشی و گردشگری شامل ۵ نفر دکتری ورزشی، ۵ نفر دکتری گردشگری، ۷ نفر دکتری علوم سیاسی، ۵ نفر دارای سابقه کار اجرایی در سازمان گردشگری و میراث فرهنگی و ورزشکار با سابقه حضور در مسابقات بین‌المللی بودند. برای سنجش پایایی پژوهش، از توافق درون‌موضوعی استفاده شد. میانگین میزان توافق درون‌موضوعی برابر با ۸۹ درصد گزارش شد. بر اساس یافته‌های حاصل از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته، مهم‌ترین راهبردهای فرهنگی دیپلماسی عمومی و قدرت نرم در گردشگری ورزشی ایران چهار مؤلفه شامل فرهنگ ورزش، صلح و دوستی، ارزش‌های بنیادین، وجهه و جایگاه بین‌المللی بودند. با توجه به نتایج حاصل از پژوهش پیشنهاد می‌شود از گردشگری ورزشی در جهت صلح و دوستی، کاهش خشونت جهانی، برابری اجتماعی و معرفی فرهنگ کشور جمهوری اسلامی ایران توسط سفیران ورزشی مانند داوران، ورزشکاران، مربیان استفاده کرد.

کلیدواژه‌ها: بازاریابی ورزشی، سیاست خارجی، روابط بین‌الملل، مسابقات، فرهنگ.

شاپای الکترونیک: ۶۵۵X-۲۵۸۸ / پژوهشکده تحقیقات راهبردی / فصلنامه علمی راهبرد اجتماعی فرهنگی

CC BY 4.0



doi

10.22034/SCS.2022.162619

مسئولیت مقاله از نظر محتوای علمی و نظرات مطرح‌شده در متن آن، به عهده نویسندگان و یا نویسنده مسئول مقاله می‌باشد و مورد تأیید / عدم تأیید صاحب امتیاز نشر به راهبرد اجتماعی فرهنگی نمی‌باشد.

مقدمه و بیان مسئله

فرهنگ مجموعه‌ای از ارزش‌ها، اعتقادات و هرچیزی که محصول خلاقیت جامعه انسانی نظیر علم، هنر، ورزش است را شامل می‌شود. فرهنگ در واقع تصویری است که هر کشور از خود می‌سازد. قدرت نرم دارای ناملموس ولی ارزشمند و حیاتی یک ملت است. در دوره کنونی که عصر ارتباطات است، دیپلماسی عمومی معطوف به قدرت نرم تأثیر بسزایی بر شناخت ملت‌ها از همدیگر و شکل‌گیری گفتگوی فرهنگ‌ها است. ایجاد تصویر مثبت از فرهنگ ایرانی در ذهن افکار عمومی بین‌المللی می‌تواند به توسعه ایران در عرصه بین‌المللی کمک کند. کشورها و جوامع جهت دستیابی به اهداف مختلف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی از ورزش استفاده می‌کنند. در واقع از طریق ورزش افراد در میدانی بین‌المللی حضور می‌یابند و ورزش ابزاری برای بهبود چهره کشور، جایگاه‌سازی و توسعه دیپلماسی عمومی و قدرت نرم است. در بُعد سیاسی، بهترین راه برای تبلیغ کشور و مقابله با تبلیغات منفی، گردشگری است. توسعه صنعت گردشگری هم مثل هر صنعت دیگری وابسته به سیاست‌های دولت است. یکی از انواع گردشگری، گردشگری ورزشی است. از طرفی امروزه نقش ورزش پُررنگ‌تر شده و از یک فعالیت بدنی تفریحی و سرگرمی فراتر رفته است و کارکردهای مختلف سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، زیست‌محیطی یافته است، به طوری که ورزشکاران امروزه به‌عنوان نمایندگان کشورها، سفیران محیط‌زیست و هوای پاک مطرح هستند. از طرف دیگر رویدادهای ورزشی توجه زیادی از مردم را به خود جلب می‌کند و یک عرصه نمایش بزرگ برای رهبران سیاسی به دور از محدودیت‌های دیدارهای رسمی را فراهم می‌کند. در واقع با گذار از جهانی که در آن، ارتباطات فقط میان نخبگانی مانند دیپلمات‌ها بود که ارتباطی ایستا و سنتی را با هم برقرار می‌کردند؛ به جهانی که ارتباطات فرهنگی بین مردم در مقیاسی بسیار وسیع‌تر برقرار شده و مردم بر سیاست‌های جهان تأثیرگذار شده‌اند، وارد شده‌ایم. در چنین وضعیتی، نسبت نقش دولت‌های ملی در عرصه بین‌المللی و دیپلماسی کاهش یافته و اثرگذاری بیشتر بازیگران غیردولتی مثل ورزشکاران، داوران، مربیان ورزشی و حتی تماشاچیان را شاهد هستیم، به‌علاوه اینکه، مبادلات فرهنگی میان ملت‌ها بسیار زیاد شده و اثرهای فراوانی بر جای گذاشته است. این عوامل توجه عمده کشورهای جهان، به‌خصوص قدرت‌های بزرگ را به فرهنگ و روابط با مردم به‌عنوان حوزه‌ای جدا در سیاست خارجی جلب کرده است. با توجه به آنچه ذکر شد،

پژوهشگران بر آن شدند تا به بررسی و شناسایی راهبردهای فرهنگی دیپلماسی عمومی و قدرت نرم در گردشگری ورزشی ایران بپردازد و با توجه به نتایج حاصل، پیشنهادها و راهکارهایی در جهت تقویت روابط بین‌الملل در حوزه گردشگری ورزشی ارائه دهد.

عرصه روابط بین‌الملل امروزه به طرز خیره‌کننده‌ای تحت تأثیر عوامل فرهنگی قرار دارد و از این جهت کسب وجهه، اعتبار و نفوذ در افکار عمومی و به عبارت دیگر دسترسی به قدرت نرم از اهداف مهم دولت‌ها در سیاست بین‌الملل و عرصه دیپلماسی فرهنگی است، گرچه به صراحت بیان نمی‌شود. در عصر حاضر هماهنگی و اولویت‌بندی هر کشور نسبت به مسائل راهبردی، تفاوت‌هایی با دیگر کشورها دارد. در میان مسائل راهبردی در گستره دیپلماسی کشورها، آنچه بسیار مهم و تأثیرگذار تلقی می‌شود، عامل فرهنگی به همراه شاخصه‌های قدرت نرم است که از آن بهره‌برداری می‌شود (رضایی‌مهر و دیگران، ۱۳۹۹، ص. ۱). یکی از این مؤلفه‌های فرهنگی، ورزش است که به دور از محدودیت‌های جلسه‌های رسمی دیپلمات‌های کشورها، نمایندگان کشورها را برای رقابت گرد هم می‌آورد؛ مثل سازمان ملل متحد، کمیته بین‌المللی پارالمپیک، اتحادیه بین‌المللی فوتبال که تأثیرگذار در فرایند قدرت نرم راهبردی است. حضور نمایندگان کشورها در رقابت‌ها، بازیکنان، داوران، مربیان و تماشاچیان در رویدادهای بین‌المللی، زمینه ارتباطات فرهنگی را به وجود می‌آورد. از طرفی امروزه با پیشرفت فناوری، دنیا دهکده جهانی شده است و با دسترسی عموم مردم به فضای مجازی و اینترنت و نقش افراد مشهور (سلبریتی‌ها) در فرهنگ، بیش از پیش گسترش یافته است؛ به‌طورمثال ورزشکاران ملی به‌عنوان سلبریتی می‌توانند در اذهان عمومی تأثیرگذار باشند. از طرف دیگر کشور ایران به دلیل غنای منابع ادبی، فرهنگی و تاریخی، دارای منابع بالقوه‌ای است که می‌تواند با به‌کارگیری این منابع و توجه به ورزش و گردشگری ورزشی در جهت نیل به منافع خود گام بردارد؛ بنابراین هدف از این پژوهش بررسی و شناسایی راهبردهای فرهنگی دیپلماسی عمومی و قدرت نرم در ورزش و گردشگری ایران است؛ زیرا امروزه ابزار مهم قدرت نرم به دلیل گستردگی فکری و فرهنگی و با ابزارهای نوین و هدفمند، بدون ایجاد جنگ و تنش و هزینه‌های سنگین نسبت به سایر راهبردها، بیشترین دستاورد را به همراه خواهد داشت.

امروزه حرکت به سوی جنبه‌های کمتر نظامی در کنار جهانی‌شدن و تشدید وابستگی متقابل میان کشورها، باعث شده است تا کشورها در تعیین اولویت‌ها و

ابزارهای سیاست روابط خارجی خود به ورزش به‌عنوان ابزار قدرت نرم و زبان مشترک جهانی توجه ویژه کنند. همین موضوع سبب شده است که ورزش و رویدادهای ورزشی اثرهای غیرقابل‌انکاری در حوزه روابط بین‌الملل و امور سیاسی ایفا کنند که طبق گفته پیگمان و روف^۱ (۲۰۱۴)، ورزش ابزاری کم‌خطر، کم‌هزینه و پرمحتوا برای فعالیت‌های دیپلماتیک کشورهاست.

یکی از دلایل ضرورت پژوهش حاضر این است که بسیاری از مقصدهای گردشگری در زمینه جذب گردشگر ورزشی و برگزاری رویدادهای ورزشی در کشور ایران هنوز ناشناخته است. در واقع علی‌رغم برخورداری از ظرفیت‌های فراوان، کشور ایران سهم پایینی در کسب میزبانی رویدادهای ورزشی و جذب گردشگر ورزشی دارد. همچنین دلیل دیگر این است که اقدام عملی مناسبی جهت توسعه روابط بین‌الملل و تلاش برای جهانی کردن رویدادهای ورزشی ایران در هر دو بُعد همگانی و قهرمانی در جهت توسعه گردشگری انجام نشده است. با توجه به بررسی‌های صورت گرفته توسط پژوهشگر، پژوهش‌های انجام شده یا صرفاً در مورد دیپلماسی عمومی و قدرت نرم گردشگری بوده است که در زمینه ورزشی نیست یا در مورد دیپلماسی ورزشی و روابط بین‌الملل بوده است که اشاره‌ای به گردشگری ندارد.

قرار گرفتن جمهوری اسلامی ایران در خاورمیانه به‌عنوان منطقه‌ای که غریب به ۶۰ درصد نفت جهان را تأمین می‌کند؛ در کنار هویت ملی - مذهبی کشور ایران در مبارزه با امپریالیسم جهانی، همواره سیاست خارجی ایران را به چالش کشیده است. رشد بازیگران غیردولتی در فضای روابط بین‌الملل و معرفی سفیران هنری، علمی و ورزشی در این صحنه باعث شده است تا تصمیم‌گیران سیاسی تلاش کنند با استفاده از توان ورزشی ایران به‌عنوان مسیری پُر فایده و کم‌هزینه قدرت نرم این کشور را در جهان افزایش دهند (شریعتی فیض‌آبادی، ۱۳۹۸). با توجه به اینکه در پژوهش‌ها آمده است که رونق گردشگری در کشورهایی که به‌لحاظ تاریخی، فرهنگی و تمدنی از ریشه عمیقی برخوردار هستند، امکان‌پذیر است، کشور ایران نیز دارای پیشینه بسیار عمیق و مهم فرهنگی چندین هزارساله است که می‌تواند به‌عنوان یکی از مسائل مهم در رونق صنعت گردشگری محسوب شود (دهشیری فقیهی، ۱۳۹۸، ص. ۳۹)؛ اما بنابر دلایل مختلف، توفیق چندانی در زمینه بهره‌برداری از این مزیت را نداشته است که دلیل دیگری جهت پرداختن به پژوهش حاضر می‌باشد. نوآوری

پژوهش حاضر در توجه به همه ابعاد فعال و غیرفعال گردشگر ورزشی و نقشی که عوامل فرهنگی می‌تواند در توسعه گردشگری ورزشی و روابط بین‌الملل داشته باشد.

۱. هدف پژوهش

این‌گونه مطرح است که راهبردهای فرهنگی دیپلماسی عمومی و قدرت نرم در گردشگری ورزشی جمهوری اسلامی ایران چیست؟

۲. سؤال‌های پژوهش

سؤال‌های فرعی پژوهش که با توجه به کیفی بودن پژوهش حاضر که فرضیه‌ای مشخص شده از قبل نداریم و در طول روند مصاحبه و اجرای پژوهش فرضیه و سؤال‌های فرعی تولید شد، در زیر به‌صورت مجزا آمده است:

۱- راهبردهای فرهنگ ورزش دیپلماسی عمومی و قدرت نرم در گردشگری ورزشی ایران کدامند؟

۲- راهبردهای صلح و دوستی دیپلماسی عمومی و قدرت نرم در توسعه گردشگری ورزشی ایران کدامند؟

۳- راهبردهای ارزش‌های بنیادین دیپلماسی عمومی و قدرت نرم در توسعه گردشگری ورزشی ایران کدامند؟

۴- راهبردهای وجهه و جایگاه بین‌المللی دیپلماسی عمومی و قدرت نرم در توسعه گردشگری ورزشی ایران کدامند؟

۳. پیشینه پژوهش

در زمینه دیپلماسی عمومی و قدرت نرم؛ دیپلماسی ورزشی، دیپلماسی گردشگری هر یک به‌صورت مجزا پژوهش‌هایی صورت گرفته است که به برخی از آنها در ادامه اشاره خواهیم داشت. پژوهش داخلی توسط عابدی و همکاران (۱۴۰۰) با عنوان «طراحی مدل اعمال قدرت نرم از طریق دیپلماسی ورزشی» نشان داد که اصلی‌ترین نتایج مورد انتظار اجرای ابتکارهای دیپلماسی ورزشی، ایجاد صلح از طریق کاهش یا رفع تنش بین دولت‌ها و ملت‌های متخاصم و توسعه صلح بین دولت‌ها و ملت‌های دوست است. شریعتی فیض‌آبادی و منظمی (۱۴۰۰) در پژوهش خود با عنوان «مدل تجربی جایگاه ورزش در توسعه دیپلماسی عمومی» بیان کرده است که جنگ بدون شلیک، تعبیری از دیپلماسی عمومی در جهان امروز است، ورزش به‌دلیل جذابیت و

اثرگذاری جهان‌شمول خود نقشی پُررنگ در تقویت دیپلماسی عمومی کشورها دارد. حسینی عسگردآبادی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان «الگوی نقش ورزش در تبیین دیپلماسی عمومی ایران» بیان کردند که فرهنگ باعث آگاه‌سازی عمومی، حفظ میراث بومی و ورزشی، مبارزه با افراط‌گرایی، کاهش خشونت جهانی و تقویت روحیه جوانمردی و گردش اطلاعات می‌شود. شریعتی فیض‌آبادی (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «مطالعه تطبیقی دیپلماسی ورزش در توسعه روابط خارجی ایران و کشورهای منتخب» بیان کرد که کشورهای توسعه‌یافته مانند ایالات متحده، ژاپن و استرالیا در کنار کشورهای دارای اقتصاد نوظهور^۱ مانند روسیه و چین با ارائه برنامه‌ای جامع و در قالب استفاده از ورزشکاران، مربیان و داوران و حتی شرکت‌های ورزشی به دنبال اهداف کلان سیاسی خود در بستر ورزش هستند، حال آنکه تصمیم‌گیران سیاسی ایران به ورزش به‌عنوان پدیده‌ای تفریحی نگریسته و هنوز به علاقه‌مندی به جای درک از ظرفیت ورزش ایران در عرصه بین‌الملل بسنده کرده‌اند. دهشیری و فقیهی (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر سیاست گردشگری بر دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در آسیای مرکزی (۱۹۹۰-۲۰۱۷)» بیان کردند که سیاست‌های گردشگری جمهوری اسلامی ایران به‌میزان اندک توانسته است موجب تقویت دیپلماسی فرهنگی در آسیای مرکزی شود، به‌نحوی که ساکنان کشورهای تمدنی و فرهنگی و هویتی هستند، تمایل چندانی برای سفر به ایران ندارند. شریعتی فیض‌آبادی و ناظمی (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «طراحی مفاهیم فرهنگ صلح‌ساز و ورزش در توسعه روابط بین‌الملل جمهوری اسلامی ایران» به این نتیجه دست یافتند که جایگزینی ورزش به‌جای جنگ و دیپلماسی نظامی؛ ایجاد دوستی بین‌المللی از مهم‌ترین گویه در حوزه ورزش بودند. همچنین در پژوهش دیگری توسط عزیزآبادی و التیامی‌نیا (۱۳۹۵) با عنوان «نقش فرعی و شتاب‌دهنده ورزش در فراهم کردن شرایط صلح میان دولت‌ها» بیان شد که ورزش می‌تواند نقش سازنده‌ای را در روابط بین‌المللی به‌خصوص در صلح بازی کند؛ اما در برخی از موارد برای از بین بردن موقعیت‌های صلح‌آمیز و تحریک دشمنی نیز استفاده شده است.

همچنین پژوهش‌های خارجی نظیر گرامولگی و همکاران^۲ (۲۰۲۲) با عنوان «ترسیم نقش ورزش همگانی در دیپلماسی عمومی» بیان کردند که امروزه عناصر

1. Brics

2. Garamvölgyi & et al

توسعه روابط بین‌الملل به سرعت در حال تغییر است و دولت‌ها به ورزش به‌عنوان یک دارایی قدرت نرم مقرون‌به‌صرفه و پرمخاطب روی آورده‌اند. بااین‌حال، در استفاده از ورزش به‌عنوان ابزاری در توسعه روابط، بیشترین کارکرد مربوط به رویدادهای بزرگ ورزشی، ورزش نخبه و ورزشکاران حرفه‌ای است که از گنجاندن سطح پایه ورزش یعنی ورزش همگانی غفلت شده است. در صورتی که ورزش همگانی روابط بین مردم را تقویت می‌کند و به توسعه اجتماعی - اقتصادی در بین گروه‌ها کمک می‌کند. رابطه بین رویکرد مشارکتی در ورزش باید از پایین به بالا باشد یعنی از ورزش همگانی شروع شود و به سمت ورزش آموزشی، ورزش قهرمانی و حرفه‌ای پیش رود. ورزش برای توسعه و صلح است. همچنین وانگ و منگ لوویس^۱ (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان «دیپلماسی ورزشی - ساختن قدرت نرم چین در عصر دیجیتال» بیان کردند که قدرت نرم راه مهمی برای دستیابی چین به موقعیت قدرت جهانی بود. واسیک^۲ (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان «سیاست دیپلماسی ورزش همگانی در انسجام ملی» بیان کرد که نظام روابط بین‌الملل کنونی کاملاً پویا است و بسیاری از دولت‌ها را مجبور می‌کند به ورزش روی آورند. این فرم دیپلماسی ظرفیت اطلاع‌رسانی، مشارکت و تأثیرگذاری بر بازیگران کلیدی، به‌ویژه جوانان، رهبران نوظهور و زنان و دختران را دارد. بااین‌حال، ورزش به‌عنوان ابزاری دیپلماتیک همیشه با رویدادهای بزرگ ورزشی، ورزش‌های نخبه و ورزشکاران حرفه‌ای همراه بوده است. بوین و همکاران^۳ (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان «تأیید دیپلماسی عمومی از طریق رویدادهای ورزشی بین‌المللی: تأثیر مشارکت هواداران ورزش» بیان کردند که مشارکت هواداران ورزش در رویداد ورزشی بین‌المللی تور جهانی در شانگهای چین، در تصویر مقصد شهر میزبان رویداد و شهرت کشور میزبان رویداد تأثیر مثبتی دارد. جانسون^۴ (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان «فراتر رفتن مسابقات تکواندو برای تداوم دیپلماسی ورزشی بین‌کره‌ای» بیان کرد که ورزش تکواندو بین دو کشور کره شمالی و کره جنوبی برای رسیدن به اهداف دیپلماتیک و پایان دادن به چندین دهه اختلاف بین دو کشور می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد. یوینها و مارافا^۵ (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «گردشگری ورزشی: تحلیل مقایسه‌ای ساکنان برزیل و

1. Wong & Meng-Lewis
2. Wasike
3. Byon et al
4. Johnson
5. Uvinha & Marafa

هنگ کنگ» بیان کردند که هنگام تعیین علاقه به یک رویداد ورزشی، هیجان و ایمنی برای هر دو پاسخ‌دهندگان (هنگ کنگ و سائوپائولو) از اهمیت بالایی برخوردار بود. سطح انگیزه گردشگران رویدادهای ورزشی بالقوه در برزیل بسیار بیشتر از هنگ کنگ است و پاسخ‌دهندگان برزیلی مشتاق هستند که در رویدادهای ورزشی و ورزش طرفدار باشند. از آنجا که گردشگری رویدادهای ورزشی به‌طور خودکار شکوفا نمی‌شود و پایدار نمی‌ماند؛ بنابراین به دولت‌های شهر پیشنهاد می‌شود نسبت به ترجیحات بازار خاص واکنش نشان دهند. گریکس و همکاران^۱ (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان «رویدادهای بزرگ ورزشی و مفهوم قدرت نرم در ورود به عرصه جهانی» بیان کردند که قدرت نرم در حال تبدیل شدن به یک اصطلاح بسیار محبوب است که توسط دانشگاهیان، سیاستمداران، روزنامه‌نگاران و سازمان‌های تجاری استفاده می‌شود. استفاده گسترده از آن بر عدم وضوح آن افزوده و معنای آن را مبهم کرده است. همچنین ترکیب آن با رویدادهای بزرگ ورزشی بر سردرگمی افزوده است. یک بسته ایدئال قدرت نرم از پنج بُعد به‌هم‌پیوسته تشکیل شده است: فرهنگ، گردشگری، جایگاه‌سازی، دیپلماسی و تجارت. دابینسکی^۲ (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان «از قدرت نرم تا دیپلماسی ورزشی: بحثی نظری و مفهومی» بیان کرد که دیپلماسی فرهنگی به نحوه استفاده از فرهنگ برای دیپلماسی عمومی و اهداف قدرت نرم اشاره دارد. کشورها، شهرها و جوامع از ورزش برای دیپلماسی عمومی و اهداف جایگاه‌سازی برای دستیابی به اهداف اجتماعی، سیاسی و مالی و بهبود وجهه کشور استفاده می‌کنند. قرار گرفتن در وجهه بین‌المللی، تمرکز بر فرهنگ و ارزش‌های صلح‌آمیز در ورزش، آن را به ابزاری مفید برای کشورها تبدیل می‌کند تا از قدرت نرم برای دستیابی به اهداف بین‌المللی و بهبود دیپلماسی عمومی خود استفاده کنند. لوگو^۳ (۲۰۱۸) در پژوهش خود در رابطه با ورزش و روابط بین‌الملل، به این نتیجه رسیده است که دولت‌ها باید در سیاست‌های خارجی خود ورزش را در اولویت قرار دهند و تمرکز خود را برای مشارکت و یا کسب میزبانی رویدادهای ورزشی بین‌المللی برای ارتقاء اهداف دیپلماتیک خود قرار دهند.

با مرور پیشینه‌های پژوهش حاضر نتیجه می‌شود که بیشتر پژوهش‌ها در زمینه دیپلماسی عمومی و قدرت نرم در جهان و برخی در ایران بررسی شده است که

1. Grix & et al.

2. Dubinsky

3. logo

به صورت عمومی و کلی بوده است که بیشتر تأثیر دیپلماسی در سیاست بین‌الملل به طور عام بررسی شده است؛ البته پژوهش‌های زیادی نیز به طور ویژه به بررسی دیپلماسی ورزشی یا نقش دیپلماسی عمومی و قدرت نرم در ورزش یا رویدادهای ورزشی پرداختند؛ مثل پژوهش‌های عبدی و همکاران (۱۴۰۰)، شریعتی فیض‌آبادی و منظمی (۱۴۰۰)، حسینی عسگردآبادی و همکاران (۱۴۰۰)، تهذیبی (۱۴۰۰)، شریعتی فیض‌آبادی (۱۳۹۸)، وانگ و منگ لوویس^۱ (۲۰۲۲)، بوین و همکاران^۲ (۲۰۲۱)، گریکس و همکاران^۳ (۲۰۱۹)، دابینسکی^۴ (۲۰۱۹). همچنین پژوهش‌های مجزای دیگری به بررسی نقش دیپلماسی عمومی یا قدرت نرم در توسعه گردشگری یا روابط بین‌الملل پرداختند؛ اما در بررسی‌هایی که تاکنون توسط پژوهشگر صورت گرفت، پژوهش‌ها به تفکیک در مورد نقش سیاست در ورزش یا گردشگری بوده‌اند ولی پژوهش جامعی که دارای نوآوری ویژه، راهبردهای فرهنگی دیپلماسی عمومی و قدرت نرم در توسعه گردشگری ورزشی کشور ایران باشد، یافت نشد.

۴. ملاحظه‌های نظری

۴-۱. تعریف مفاهیم

در حوزه‌های مختلف علوم سیاسی و روابط بین‌الملل، دیپلماسی انواع متفاوتی دارد که یکی از آن، دیپلماسی عمومی است.

۴-۱-۱. دیپلماسی عمومی^۵

روشی نو برای تأثیرگذاری بر هویت، گفتمان‌ها و کنش‌های بازیگران قلمرو عمومی جهانی و شکل‌دهی محیط مناسب برای موفقیت دستگاه دیپلماتیک یک کشور با کمک شبکه‌ها و رسانه‌های جدید جهانی است (سجادپور و وحیدی، ۱۳۹۰، ص. ۸۲). همچنین دیپلماسی عمومی را می‌توان پایه انواع دیپلماسی‌هایی دانست که با ورود فناوری اطلاعات و ارتباطات و به تناسب پیشرفت نوآوری‌های آن، با اصطلاحاتی ترکیبی متشکل از نام آن فناوری و یا نرم‌افزار همراه با دیپلماسی مطرح می‌گردند. دیپلماسی عمومی از ابتدا با تشکل‌های عمومی (شهرداری‌ها) و سازمان‌های غیردولتی سروکار داشته و فعالیت

1. Wong & Meng-Lewis
 2. Byon & et al.
 3. Grix & et al.
 4. Dubinsky
 5. Public Diplomacy

های آن محدود به نظرهای دولت نیست (محسن‌زادگان و حسینی‌کرانی، ۱۳۹۱، ص. ۱۰). امروزه مهم‌ترین حوزه‌ای که می‌تواند قدرت نرم را به سر منشأ مقصود و اهداف خویش برساند، دیپلماسی فرهنگی است (رضایی‌مهر و دیگران، ۱۳۹۹).

۴-۱-۲. قدرت نرم^۱

به توانایی شکل‌دادن به ترجیح‌های دیگران و وادار کردن آنها برای انجام هر کاری که می‌خواهید از طریق جذب بدون استفاده از دستمزد یا نیروی نظامی انجام دهید، اشاره دارد. سه منبع اصلی قدرت نرم عبارت‌اند از: فرهنگ، ارزش‌های سیاسی و سیاست خارجی (Dubinsky, 2019, p. 156). معمولاً دیپلماسی عمومی و قدرت نرم با هم به کار می‌روند.

۴-۱-۳. گردشگری^۲

گردشگری با فراهم‌آوردن زیرساخت‌های مناسب و ایجاد شرایط امن مطلوب در ابعاد مختلف، مستقیماً بر اقتصاد، سیاست، فرهنگ و اجتماع تأثیر دارد. گردشگری در بُعد سیاسی، بهترین راه تبلیغ صحیح در مورد کشور و مقابله با تبلیغ‌های منفی خواهد بود. توسعه صنعت گردشگری همانند هر صنعت دیگری وابسته به سیاست‌های دولت است (رضایی، ۱۳۹۳، ص. ۱۶۳). گردشگری هم محصول جهانی‌شدن است و هم نیرویی برای جهانی‌شدن است (Timothy & Olsen, 2021, p. 461).

۴-۱-۴. گردشگر ورزشی^۳

در حال حاضر در بین انواع گردشگری، مهم‌ترین نوع آن گردشگری ورزشی است (Zhang & Qin, 2016). در تعریفی که گیبسون^۴ (۲۰۰۵) در مورد گردشگر ورزشی داشته است، سه نوع گردشگر ورزشی شامل گردشگر ورزشی فعال (ورزشکاران)، گردشگر ورزشی غیرفعال (تماشاجیان) و گردشگر خاطره‌های ورزشی را مطرح کرده است. همچنین کمار^۵ در سال (۲۰۱۸) بیان کرد که گردشگری ورزشی در سال‌های اخیر افزایش یافته است؛ اما باید توجه داشته باشید که گردشگران ورزشی واقعاً چه کسانی هستند و چرا آنها با طرفداران ورزش محبوب هستند. نه تنها هر سال تعداد

1. Soft Power
2. Tourism
3. Sport Tourism
4. Gibson
5. Kumar

گردشگران ورزشی به طور پیوسته افزایش می‌یابد بلکه تبدیل به یکی از بزرگ‌ترین دلایل سفر و تعطیلات شده است. در گردشگری ورزشی، گردشگران از یک منطقه، کشور، ایالت و غیره به سوی دیگر سفر می‌کنند تا مسابقه‌های ورزشی یا رقبا را ببینند. گردشگری ورزشی به تجارب سفر اشاره دارد که در آن افراد می‌توانند فعالیت‌های مربوط به ورزش را مشارکت یا مشاهده کنند (Kumar, 2018).

۲-۴. مبانی نظری

۱-۲-۴. تاریخچه دیپلماسی در ایران

تاریخ تکوین دیپلماسی در ایران متأثر از تکوین دیپلماسی در غرب است. در واقع دیپلماسی اولیه و سنتی در دوران بلوغ یافتنش با ابداع مؤلفه‌هایی مثل ایجاد وزارت امور خارجه، سفارت مقیم، آموزش کادر سیاسی و ایجاد و شرکت در نهادهای بین‌المللی وارد دوران کلاسیک خود شد. این مؤلفه در سال ۱۸۵۱م/۱۲۳۰ش با افتتاح اولین سفارت‌خانه‌های دائمی وارد دیپلماسی سنتی ایران شد و در اواخر قرن ۱۹ یعنی زمانی که ایران در سال ۱۸۹۹م/۱۲۷۷ش به‌عنوان عضوی برابر به کنفرانس صلح لاهه دعوت شد، دیپلماسی ایران به‌طور کامل به مرحله کلاسیک خود وارد شد (مصباح، ۱۳۹۳، ص. ۱۸).

۲-۲-۴. تفاوت دیپلماسی عمومی سنتی و دیپلماسی عمومی جدید

دیپلماسی عمومی از طراحی و اجرای برنامه‌های راهبردی با حمایت و هدایت دولت‌ها و عاملیت مشترک بخش‌های دولتی و غیردولتی به‌منظور درک و شناخت، اطلاع‌رسانی و اعمال نفوذ بر توده‌های مردم سایر کشورهاست تا آنها خود را برای پشتیبانی از اهداف و منافع ملی کشور عامل ترغیب کنند (سعیدی و هادیان، ۱۳۹۲، ص. ۵۳).

دیپلماسی عمومی دارای سه جنبه است؛ جنبه اول شامل ارتباطات روزانه است که چهارچوب و زمینه تصمیم‌سازی سیاست داخلی و خارجی را مشخص می‌کند. دولت‌ها باید بدانند که اقدام‌هایشان و آثار آن اقدام‌ها بر وجه بین‌المللی کشورشان تأثیرگذار خواهد بود. دومین جنبه دیپلماسی، ارتباطات راهبردی است که شباهت زیادی به مبارزه‌های سیاسی و تبلیغی دارد. در این مبارزه‌ها، رویدادها و ارتباطات نمادین با هدف پیشبرد سیاست‌های دولت‌ها طرح‌ریزی می‌شوند. سومین بُعد دیپلماسی عمومی، گسترش روابط پایدار با افراد کلیدی از راه اعطای بورس

تحصیلی، برگزاری همایش‌ها، آموزش، تبادلات فرهنگی و دانشگاهی و دسترسی به مجاری ارتباطی است (عسگری، ۱۳۹۰، صص. ۷۰-۷۱).

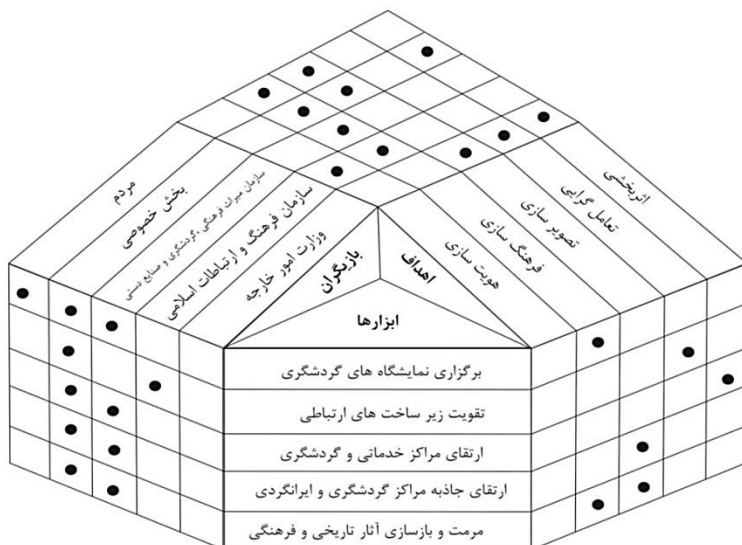
۴-۲-۳. انواع دیپلماسی عمومی

برخی از پژوهشگران با یک تقسیم‌بندی کلی، فعالیت‌های دیپلماسی عمومی را به دو دسته فعالیت‌های ارتباطی و فرهنگی تقسیم کردند؛ یعنی در دیپلماسی عمومی دو نوع دیپلماسی قابل شناسایی است: اول دیپلماسی فرهنگی که مبتنی بر رویکرد ارتباطات بین‌فرهنگی است و دوم دیپلماسی ارتباطی که مبتنی بر رویکرد ارتباطات بین‌المللی است (آشنا، ۱۳۸۳، ص. ۲۳۶). اگرچه هر دو رویکرد در خدمت پشتیبانی اهداف سیاست خارجی قرار دارند ولی هر یک دارای کارکردهای ویژه خاص خود هستند و در شرایط مختلف به‌عنوان مکمل یا جایگزین یکدیگر به کار می‌روند.

الف. دیپلماسی فرهنگی

دیپلماسی فرهنگی ایجاد یک راه دوطرفه به‌منظور معرفی تصویر واقعی و ارزش‌های یک ملت و درعین‌حال تلاش برای دریافت درست تصویر واقعی از سایر ملت‌ها و فهم ارزش‌های آنها است. دیپلماسی فرهنگی، فرهنگ ملتی است که دولت، نمایندگی آن را برعهده دارد گستره وسیعی از فعالیت‌های هنرمندان و ورزشکاران را دربرمی‌گیرد و ترویج بخشی از فرهنگ یک کشور مانند زبان، ادبیات و اخلاق را تحت پوشش قرار می‌دهد. دیپلماسی فرهنگی می‌تواند از طریق رابطه دوجانبه میان کشورها روابط چندجانبه از طریق سازمان‌های منطقه‌ای و بین‌المللی نظیر یونسکو به ارتقای روابط میان کشورها و ملت‌ها کمک نماید. دیپلماسی فرهنگی به‌عنوان جزئی از دیپلماسی عمومی بسیار ناآشکارتر از بُعد ارتباطی دیپلماسی عمومی و تأمین منافع یک ملت اثرگذار است (Melissen, 2007).

۴-۲-۴. ارتباط دیپلماسی با گردشگری



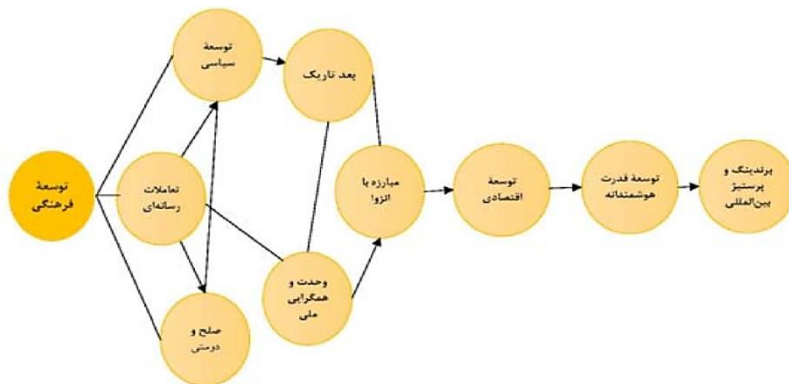
شکل (۱): ماتریس ارزیابی اهداف، بازیگران و ابزارهای مؤثر در فرایند تأثیر گذاری

بر اساس پژوهش سیاست گردشگری دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در آسیای مرکزی در ماتریس بالا، مثلث اهداف، بازیگران و ابزارها سه ضلع دستیابی به راهبردها سیاست‌های پیشنهادی است. با توجه به دستیابی به اهداف پنج‌گانه هویت‌سازی، فرهنگ‌سازی، تصویرسازی، تعامل‌گرایی، اثربخشی با تعامل و همکاری همه کارگران و بازیگران در ۵ حوزه کشور همچون وزارت امور خارجه، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، بخش خصوصی و مردم با به‌کارگیری ابزارهایی همچون برگزاری نمایشگاه‌های گردشگری، ارتقا جاذبه مراکز گردشگری و ایرانگردی، مرمت و بازسازی آثار تاریخی و فرهنگی گردشگری ایران خواهد توانست به سیاست‌ها و راهبردهای شناسایی شده اقدام نمود و باعث ارتقا دیپلماسی فرهنگی ایران شد که در نتیجه موجب افزایش درآمدهای غیرنفتی ایران از طریق جذب گردشگر به کشور می‌شود (دهشیری و فقیهی، ۱۳۹۸).

۴-۲-۵. ارتباط دیپلماسی و ورزش با گردشگری

دیپلماسی از طریق ابزارهای مختلف، از جمله مذاکره‌های رسمی و تبادلات فرهنگی، خود را نشان می‌دهد. در این مبادلات فرهنگی، ورزش به‌دلیل محبوبیت جهانی و

ویژگی همگن می‌تواند نقش مهمی داشته باشد. قدرت نرم نیز ساختاری است که در یک دهه گذشته توسط دانشمندان علوم سیاسی مطرح شده است که در این گروه قرار می‌گیرد (تهذیبی، ۱۴۰۰). همچنین محبوبیت رویدادهای ورزشی در کلاس جهانی می‌تواند آغاز دیپلماسی چندجانبه را فراهم کند. از نظر ابزار سیاست خارجی، ورزش ابزاری برای استفاده از قدرت نرم است (تهذیبی، ۱۴۰۰، ص. ۷).



منبع: (باقری و دیگران، ۱۳۹۵)

شکل (۲): مدل نرم مؤلفه‌های دیپلماسی ورزش

ورزش به‌عنوان یکی از بازیگران جدید عرصه بین‌الملل و دیپلماسی ورزشی به‌عنوان یکی از زیرشاخه‌های دیپلماسی عمومی نقش به‌سزایی در توسعه سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی هر کشوری دارد. کشور ایران می‌تواند از ورزش به‌منظور تقویت و بهبود تصور در عرصه بین‌الملل در کنار سایر کارکردهای ورزش مانند کسب وجهه، جایگاه بین‌المللی، به‌عنوان کشوری صلح‌دوست و مخالف با نژادپرستی، مبارزه با فقر و بیماری، توسعه اقتصادی از قبیل بهبود وضعیت گردشگری ورزشی و افزایش حمایت از ورزش و تبلیغات آن، افزایش هویت، غرور و انسجام ملی استفاده کند (باقری و دیگران، ۱۳۹۵).

۴-۲-۶. ارتباط ورزش در روابط بین‌الملل

ورزش همیشه بخشی از زندگی سیاسی است و به‌همین دلیل عامل مهمی در دیپلماسی بوده است، اگرچه برخی اختلاط ورزش و رویدادهای ورزشی و سیاست را زیر سؤال برده‌اند. ورزش به‌طور کلی در افکار عمومی توسط دولت‌ها، نقش مهمی در تجهیز منابع قدرت نرم نهفته در ارزش‌ها، فرهنگ و سیاست دارد. رویدادهای بزرگ

ورزشی بین‌المللی فرصت‌های گسترده‌ای برای تحقق اهداف دیپلماسی عمومی کشورها ارائه می‌کند. بینندگان تلویزیونی جام جهانی فوتبال یا بازی‌های المپیک بیش از میلیون‌ها نفر است. اضافه بر این جمع، صدها هزار تماشاچی که به ورزشگاه می‌روند. این رویدادهای ورزشی توجه تعداد زیادی از مردمان کشورهای مختلف را به خود جلب کرده است و پیام ساده ارتباط این رویدادها با مسائل سیاسی بین‌المللی را به آنها می‌رساند. در واقع این رویدادهای بزرگ ورزشی یک عرصه نمایش بزرگ برای رهبران سیاسی به‌منظور رقابت‌های جهانی فراهم می‌کند (Deos, 2014, p. 1170). ورزش سازوکار مفید برای نزدیک کردن خرده‌فرهنگ‌ها به یکدیگر است. در مسابقه‌های جهانی برافراشته شدن پرچم و پخش سرود ملی یک کشور پس از پیروزی ورزشکاران وابسته به خرده‌فرهنگ‌های مختلف آن کشور، بازگوکننده فرهنگ ملی آن کشور است. جذب اقوام در جامعه ملی از طریق فوتبال، والیبال و کشتی یکی از کارکردهای هویت‌ساز ورزش است؛ زیرا با توجه به وجود اقوام مختلف (کرد، ترک، لر، عرب، ترکمن، بلوچ) باعث نزدیکی حس هویت ملی در بین این اقوام و تقویت همبستگی ملی از طریق ورزش است (حمیدی و دیگران، ۱۳۹۸، ص. ۱۷۶).

جایگاه ورزش در دیپلماسی عمومی در سال‌های اخیر توجه زیادی را به خود جلب کرده است که دلایل متفاوتی برای ارتباط دیپلماسی و روابط بین‌الملل با ورزش وجود دارد که یکی از آنها این است که ورزش می‌تواند صدای ملت را رساتر به گوش سایر سیاستمداران برساند و نقش مکمل برای سیاستمداران یک دولت داشته باشند (شریعتی و گودرزی، ۱۳۹۶، ص. ۹۰). یکی دیگر از آن، انگیزه‌های دولت برای حمایت از ورزش و به‌نوعی دخالت و راهبری آن در این موضوع این است که موفقیت یک کشور در عرصه بین‌المللی، اعتبار و حیثیت ایجاد می‌کند. به‌همین دلیل است که بسیاری از کشورها در میدان‌های ورزشی، سرمایه‌گذاری‌های زیادی می‌کنند (هولی‌هان، ۱۳۸۵، ص. ۳۸).

برخی جنبه‌های مثبت استفاده از ورزش در ارتباط با سیاست و روابط بین‌الملل:

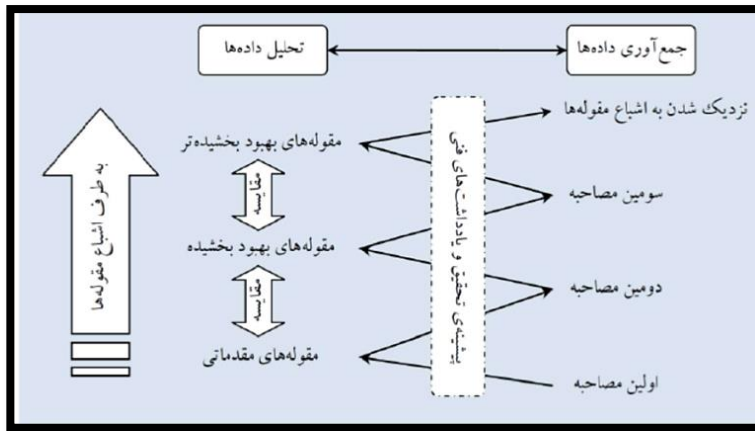
- الف) ارائه دلیل و مکان غیررسمی برای دیدار و آغاز گفتگو برای رهبران بین‌المللی؛
- ب) ارائه بینش در مورد کشور میزبان و آموزش دیگران در مورد آن؛
- ج) از بین بردن اختلاف‌های فرهنگی و زبانی بین ملت‌ها و جستجوی نقاط مشترک از طریق ورزش؛
- د) ایجاد بستری برای توافقنامه‌های جدید تجاری یا قانون‌گذاری؛
- ه) ایجاد آگاهی برای روابط بین‌الملل از طریق سفیران ورزشی؛

و) ایجاد میراث برای کشور میزبان، بهبود وجهه آن در جهان؛
 ز) استفاده از ورزش برای تأمین مشروعیت یک کشور جدید می‌باشد (تهذیبی،
 ۱۴۰۰، ص. ۴۴).

مطالب گفته شده، حکایت از این دارد که ورزش به‌عنوان ابزار فرهنگی و زبان مشترک بین ملت‌ها در تقویت دیپلماسی عمومی و قدرت نرم مؤثر است. همچنین ورزش و رویدادهای ورزشی در توسعه روابط سیاسی و دیپلماسی مؤثر است؛ بنابراین دستگاه‌های دیپلماتیک کشورها باید توجه ویژه‌ای به ورزش و ابعاد فرهنگی آن داشته باشند. یکی از اهداف دیپلماسی عمومی و قدرت نرم، تأثیرگذاری و نفوذ در دیگران بدون اعمال زور و کاربرد نیروی نظامی و دستمزد است. ورزش و رویدادهای ورزشی با جذابیت‌هایی که دارد در وحدت ملی، افزایش مشارکت مردمی نقش دارد. شناخت راهبردهای فرهنگی دیپلماسی عمومی و قدرت نرم و سیاست داخلی و خارجی مرتبط با کشور مقصد جهت توسعه گردشگری ورزشی که همانند هر صنعت دیگری وابسته به سیاست‌های دولت است، امری ضروری به‌نظر می‌رسد.

۵. روش پژوهش

روش‌شناسی پژوهش حاضر از نوع کیفی بوده است که از نظریه داده‌بنیاد گلیسر و استراوس^۱ استفاده شد. در رویکرد کمی، یکی از نقایص نظریه‌های موجود یعنی نادیده گرفتن همه شرایط و عوامل زمینه‌ای است که دیپلماسی عمومی قدرت نرم در آن رخ می‌دهد. در رویکرد داده‌بنیاد که رویکرد باز و دارای فرضیه‌های بیشتری نسبت به روش‌های کمی است، تا حدودی این نقص را بهبود می‌بخشد؛ بنابراین، دلیل دیگر انتخاب این رویکرد، باز بودن مسیر برای آشکار شدن متغیرهای احتمالی مؤثر بر گردشگری ورزشی از طریق دیپلماسی عمومی و قدرت نرم است. در نظریه داده‌بنیاد پس از ورود به عرصه، با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند، گردآوری داده‌ها شروع می‌شود. از سوی دیگر روال گردآوری داده‌ها و تحلیل آنها هم‌زمان و متوالی انجام می‌شود. پژوهشگر اولین داده‌ها را گردآوری و بلافاصله تحلیل می‌کند تا مقوله‌های مقدماتی را بفهمد و سپس تصمیم می‌گیرد که در نمونه بعدی به‌دنبال چه داده‌هایی باشد. تصویر زیگزاگ ارائه شده در شکل ۳ به ما کمک می‌کند تا این روال را بهتر درک کنیم.



منبع: (امیری و نوروزی سید حسینی، ۱۳۹۴)

شکل (۳): حرکت زیگزاگ گردآوری و تحلیل داده‌ها تا رسیدن به کفایت نظری

پژوهش حاضر در سال ۱۴۰۰ انجام شد. در جامعه آماری به صورت هدفمند از میان اعضای با سابقه تخصص علمی یا عملی در حوزه سیاست، ورزش و گردشگری انتخاب شدند. نمونه آماری شامل ۵ نفر دکتری ورزشی، ۵ نفر دکتری گردشگری، ۷ نفر دکتری علوم سیاسی، ۵ نفر که دارای سابقه کار اجرایی در سازمان گردشگری و میراث فرهنگی و ورزشکار با سابقه حضور در مسابقات بین‌المللی بودند که در مصاحبه کیفی شرکت کردند. روش نمونه‌گیری در این پژوهش، هدفمند بود و تا مرحله اشباع نظری مفاهیم ادامه یافت. در مجموع مصاحبه با ۲۲ نفر انجام شد (جدول ۱).

جدول (۱): اطلاعات جمعیت‌شناختی نمونه پژوهش

متغیر	ویژگی جمعیت‌شناختی	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	۱۷	۷۷/۳
	زن	۵	۲۲/۷
تحصیلات	کارشناسی ارشد	۵	۲۲/۷
	دکتری	۱۷	۷۷/۳
تخصص	دکتری گردشگری ورزشی	۵	۲۲/۷
	دکتری مدیریت ورزشی	۵	۲۲/۷
	دکتری علوم سیاسی	۷	۳۱/۹
	ورزشکار با سابقه حضور مسابقات بین‌المللی	۳	۱۳/۶
	کار اجرایی در سازمان گردشگری	۲	۹/۱

نتایج جدول شماره ۲ نشان می‌دهد که بیشتر آزمودنی‌های پژوهش مرد ۷۷/۳ درصد و دارای تحصیلات دکتری ۷۷/۳ درصد و داری تخصص دکتری علوم سیاسی ۳۱/۹ درصد بودند.

ابزار جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش مصاحبه‌های کیفی نیمه‌ساختاریافته (باز و انعطاف‌پذیر) بود. در این روش پژوهش، آزمایش و اعتبارسنجی هیچ فرضیه‌ای از قبل مشخص نمی‌شود و پژوهشگران درواقع مسئولیت و نقش تفسیر داده‌ها مبتنی بر تکرارپذیری مقوله‌ای و بسامد بیشتر مقوله‌ها و تفسیر دیده‌ها، شنیده‌ها و خواننده‌ها را برعهده دارند. روایی در پژوهش کیفی، بیشتر بر صحت داده‌ها (روایی درونی) تأکید دارد تا معنایی که در مطالعات کمی به‌کار می‌رود. اگر مصاحبه‌شوندگان یافته‌های پژوهش را تأیید کردند یعنی به روایی پژوهش می‌توان اطمینان بیشتری کرد. گفتنی است، پس از اجرای هر مصاحبه، کدگذاری مفاهیم تا آن مرحله انجام می‌شد و جهت جلوگیری از جهت‌گیری و سوءبرداشت، مجدد مورد تأیید قرار می‌گرفت. جهت بررسی پایایی پژوهش کیفی که وابسته به تکرارپذیری یافته‌های پژوهش است و در اجرای مطالعات کیفی، پژوهشگر به تفسیر موضوع مطالعه‌شده می‌پردازد، به ارائه مفهوم سنتی پایایی نیاز نیست. در پژوهش حاضر برای محاسبه پایایی از روش توافق درون‌موضوعی دو کدگذار (ارزیاب)، استفاده شد. در هر کدام از مصاحبه‌ها، کدهایی که در نظر دو نفر مشابه بودند با عنوان «توافق» و کدهای غیرمشابه با عنوان «عدم توافق» مشخص می‌شوند (دانایی‌فرد و امامی، ۱۳۸۶). جهت بررسی پایایی در پژوهش حاضر تعداد سه مصاحبه را کدگذاری کرده و درصد توافق درون‌موضوعی که به‌عنوان شاخص پایایی تحلیل به‌کار می‌رود. نتایج حاصل از این کدگذاری‌ها در جدول شماره ۲ نشان داد که تعداد کل کدهای ثبت‌شده توسط هر دو نفر، برابر با ۶۵، تعداد کل توافقی‌ها بین این کدها ۲۹ و تعداد کل عدم توافقی‌ها بین این کدها ۱۱ می‌باشد. با استفاده از فرمول زیر نشان داد که پایایی بین دو کدگذار ۸۹ درصد است که از ۶۰ درصد بالاتر بوده؛ بنابراین قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها مورد تأیید قرار گرفت.

$$100 \times \frac{\text{تعداد کدهای مورد توافق} \times 2}{\text{تعداد کل کدها}}$$

پایایی بازآزمون =

جدول (۲): میزان درصد پایایی از طریق روش کدگذاری مجدد

ردیف	عنوان مصاحبه	تعداد کل داده‌ها	تعداد توافقات	تعداد عدم توافقات	پایایی باز آزمون
۱	سوم	۲۷	۱۲	۴	۸۸ درصد
۲	هفتم	۱۳	۶	۲	۹۲ درصد
۳	دوازدهم	۲۵	۱۱	۵	۸۸ درصد
	کل	۶۵	۲۹	۱۱	۸۹ درصد

۶. یافته‌های پژوهش
جدول (۳): نمونه کدگذاری اولیه داده‌ها از محتوای مصاحبه

کد گذاری اولیه	محتوای مصاحبه (کدگذاری باز)
- ورزش ابزاری برای دستیابی به شهرت و تأثیرگذاری جهانی - موفقیت در رویدادهای ورزشی بزرگ و میزبانی مسابقات، ابزاری در جهت شناساندن کشور در جوامع بین‌المللی و جذب گردشگر - ورزش بستری برای گسترش ارتباطات افراد مهم دولتها - ورزش میدانی برای توجه به مفاهیم اخلاقی و معنویت - ورزش موقعیتی برای تبادل فرهنگ‌های بومی - ورزش عاملی در توسعه فرهنگی و تعاملات رسانه‌ای - ورزش صحنه‌ای برای ایجاد صلح و دوستی، تفاهم و بین‌الملتها - فرهنگ‌سازی و فرهنگ‌پذیری از علم و مهارت روش برخورد و منازعه عملی	اگر از طریق دیپلماسی بتوانیم تصویر مثبتی از خود به جهان ارائه کنیم (که البته لازمه آن وجود یک تصویر واقعی می‌باشد)، می‌توان امیدوار بود که نگاه جهان به ما مثبت شده و در نهایت تأثیر آن را بر جذب میزبانی رویداد و توسعه گردشگری متعاقب آن ببینیم. ورزش یکی از عوامل فرهنگی و ترغیب‌کننده ارتباطات و صلح و دوستی ملی و بین‌المللی است. رویدادهای ورزشی جایگاهی برای بروز مفاهیم اخلاقی و آموزشی است. ورزش از طرفی می‌تواند به تعیین و اجرای یک سلسله اهداف و منافع ملی بپردازد که در صحنه بین‌المللی از سوی دولتها انجام می‌شود که از کشوری به کشور دیگر می‌تواند متفاوت باشد. پس هرچقدر سیاست خارجی یک کشور خوب عمل کند ارتباط آن با سایر کشورهای دیگر برای ایجاد ارتباطات بین‌المللی تقویت می‌شود؛ بنابراین با جهانی‌شدن و ارتباطات بین‌المللی، جایگاه‌سازی ملی به دنبال تقویت تصویر، اعتبار و منزلت بین‌المللی یک کشور بود. از این رو، میزبانی یک رویداد ورزشی می‌تواند راهی را برای به‌دست آوردن جذابیت جهانی با نشان دادن و افزایش منزلت و همچنین کسب قدرت نرم یک کشور ایجاد کند. صلح و دوستی نیز یکی از عوامل مؤثر بر سیاست خارجی است که سیاستمداران برای دستیابی به اهداف خود از آن استفاده می‌کنند. آنها تلاش می‌کنند تا با استفاده از عنوان‌هایی مانند سفیران صلح و دوستی به ورزشکاران نخبه به آنچه می‌خواهند دست یابند. ورود این سفیران صلح به مسائل سیاسی نشان می‌دهد که ورزشکاران

کد گذاری اولیه	محتوای مصاحبه (کدگذاری باز)
- ورزش مسبب تقویت روابط مردم و انسجام ملی و تلاش برای گسترش روابط بین‌المللی - ورزش بستری مناسب برای همکاری و مشارکت عمومی	<p>دور از سیاست نیستند و می‌توانند از معروفیت خود در رسیدن به بسیاری از اهداف کشورشان بهره ببرند. در کشور ما نیز ورزشکاران در میدانی ورزشی جایگاه و ارزش بومی ایرانیان را به جهان نشان دادند و برای حمایت از مردم ستمدیده جهان، مسابقات خیرخواهانه‌ای را برگزار کرده‌اند؛ اما بسیاری از این فعالیت‌ها فقط به درون کشور محدود شده و در عرصه‌های بین‌المللی نیاز به فعالیت بیشتری داریم.</p> <p>فرهنگ یکی از کم‌خطرترین راه‌ها برای متعهد نمودن افکار عمومی مخاطبان است که می‌تواند از بحران‌ها جلوگیری و اعتمادسازی کند. ورزش ابزار فرهنگی قوی برای ملت‌های توسعه‌یافته است که توسط رسانه‌ها و موفقیت‌های ملی توجه‌ها را به‌خود جلب می‌کند. به این شکل که با آگاه‌سازی عمومی، حفظ میراث بومی و ورزشی، کاهش خشونت جهانی و تقویت روحیه جوانمردی سروکار دارد.</p> <p>رویدادهای ورزشی باعث گردش اطلاعات می‌شود و عواملی نظیر یادگیری فرهنگ مشارکت عمومی، گسترش روابط افراد مهم دولت‌ها، انتقال مفاهیم اخلاقی، ارتقای جامعه‌پذیری افراد و تبادل فرهنگ‌های بومی را تشکیل می‌دهد. ورزش تلاش می‌کند تا بر تفاوت‌های فرهنگی غلبه و مردم را به هم نزدیک کند. تفاوت‌های فرهنگی، ارزش و باورها، قومیت‌ها، آداب مهمان‌نوازی از فرایندهای فرهنگ‌سازی است که می‌تواند علاوه بر نزدیک کردن مردم به هم، ارتباطات دیپلماتیک قوی‌تری را به‌دنبال داشته باشد. درواقع کشورها از طریق نمایش فرهنگ خود در رویدادهای بزرگ ورزشی به قبض و بسط جایگاه خود در عرصه بین‌الملل می‌پردازند.</p>

با توجه به جدول شماره ۳ مبنی بر کدگذاری باز داده‌ها که به این منظور داده‌های مصاحبه‌ها به‌دقت مطالعه و بررسی شد و داده‌های مشابه‌ای که بار معنایی یکسانی داشتند تحت کدهای مشترکی کدگذاری شدند و سپس مفاهیم متناسبی به هر یک اختصاص داده‌شد. سپس به‌منظور تشکیل مقوله‌ها هر یک از این مفاهیم با یکدیگر مقایسه شدند تا شباهت‌ها و تفاوت‌هایشان مشخص شود. پژوهشگر در مرحله اول با کدگذاری بر اساس بند، مفاهیم اولیه حاصل از مصاحبه را استخراج نمود.

جدول (۴): نمونه‌ای از کدگذاری باز، محوری و انتخابی

کدگذاری انتخابی	کدگذاری محوری	کدگذاری اولیه مفاهیم و برجسب‌زنی و مقوله‌ها
راهبردهای فرهنگی دیپلماسی عمومی و قدرت نرم	فرهنگ ورزش	ایجاد بستر مناسب برای پرورش نخبگان در ورزش انتخاب مناسب مدیران ورزشی اخلاق مدار انتخاب شایسته ورزشکاران نخبه عملی و اخلاقی حفظ هویت ملی در مناسبت‌های بین‌المللی احترام به سنت‌های بین‌المللی تکریم پیشکسوتان تقویت فرهنگ همزیستی بین انسان‌ها ورزش ارتقادهنده جامعه‌پذیری افراد ورزش میدانی برای توجه به مفاهیم اخلاقی و معنویت ورزش موقعیتی برای تبادل فرهنگ‌های بومی ورزش عاملی در توسعه فرهنگی و تعامل‌های رسانه‌ای ورزش بستری برای گسترش ارتباطات افراد مهم دولت‌ها ورزش بستری برای یادگیری کار گروهی و فرهنگ مشارکت عمومی
	صلح و دوستی	ورزش صحنه‌ای برای ایجاد صلح و دوستی، تفاهم و بین‌ملتها ورزش مسبب تقویت روابط مردم و انسجام ملی تلاش برای گسترش روابط بین‌المللی فرهنگ‌سازی و فرهنگ‌پذیری از علم و مهارت روش برخورد و منازعه عملی ورزش بستری مناسب برای همکاری و مشارکت عمومی ایجاد روابطی دوستانه و جذاب در رویدادهای ورزشی بین‌المللی تلاش برای کاهش خشونت جهانی ورزش سبب تقویت روحیه جوانمردی
	ارزش‌های بنیادین	ورزش ابزاری برای نمایش ارزش‌های جهانی ورزش عاملی برای مشارکت در فعالیت سازمان‌ملل ورزش بستری مناسب برای برابری اجتماعی ورزش ابزاری برای دستیابی به شهرت و تأثیرگذاری جهانی بهبود فرهنگ پاسخگویی ورزش بستری برای تأکید به حقوق بشر
	وجهه و جایگاه بین‌المللی	ورزش عاملی برای پذیرش حقوق یک کشور در جامعه جهانی ورزش جایگاهی برای قدرت‌نمایی کشورها ورزش جایگاهی برای دستیابی به قدرت‌نمایی فردی و

کدگذاری انتخابی	کدگذاری محوری	کدگذاری اولیه مفاهیم و برجسب‌زنی و مقوله‌ها
		<p>جایگاه‌یابی شخصی بین‌المللی</p> <p>موفقیت در رویدادهای ورزشی بزرگ شاخصی جهت سنجش قدرت کشورها</p> <p>موفقیت در رویدادهای ورزشی بزرگ و میزبانی مسابقه‌ها، ابزاری در جهت شناساندن کشور در جوامع بین‌المللی و جذب گردشگر</p> <p>ورزش ابزاری برای دستیابی به شهرت و تأثیرگذاری جهانی</p> <p>موفقیت در رویدادهای ورزشی بزرگ نشان‌دهنده چهره توانمند داخلی کشور</p> <p>بین‌المللی شدن برخی از ورزش‌ها باعث توجه بیشتر سایر کشورها برای پیشبرد منافع ملی و اهداف سیاسی و بین‌المللی</p>

پس از مطالعه و بررسی مبانی نظری، داده‌های خام به‌صورت استقرایی از مصاحبه با نخبگان و متخصصان به‌دست آمد و به‌صورت همزمان با اجرای مصاحبه‌ها؛ از آنجاکه فرایند پژوهش کیفی ماهیتی غیرخطی دارد؛ بنابراین، فرایند کدگذاری‌ها بارها و بارها تکرار شد که براساس نظریه داده‌بنیاد برطبق مدل گلیسر و استراوس^۱ به‌صورت کدگذاری باز، محوری، انتخابی تجزیه و تحلیل شد. براساس رویه‌های مطرح‌شده در بخش روش پژوهش و همچنین نمونه کدگذاری ارائه شده در جدول ۴، آمده است. با توجه به اینکه پژوهش حاضر کیفی بوده و فرضیه‌ای از قبل وجود نداشته است ولی در حین مصاحبه و اجرای پژوهش فرضیه تولید شده است، جهت درک بهتر خواننده با توجه به نتایج حاصل از یافته‌های پژوهش حاضر در پاسخ به هدف کلی به هریک از سؤال‌های فرعی ۱ تا ۴ پژوهش به تفکیک اشاره شده است. همچنین الگوی مفهومی راهبردهای فرهنگی دیپلماسی عمومی و قدرت نرم در گردشگری ورزشی ایران در شکل ۴ ارائه شده است.

الف) در پاسخ به سؤال اول پژوهش حاضر مبنی بر اینکه راهبردهای فرهنگ ورزش دیپلماسی عمومی و قدرت نرم در توسعه گردشگری ورزشی ایران کدامند؟ راهبردهای فرهنگ ورزش شامل ایجاد بستر مناسب برای پرورش نخبگان در ورزش، انتخاب مناسب مدیران ورزشی اخلاق‌مدار، انتخاب شایسته ورزشکاران نخبه عملی و اخلاقی، حفظ هویت ملی در مناسبت‌های بین‌المللی، احترام به سنت‌های بین‌المللی، تکریم پیشکسوتان، تقویت فرهنگ همزیستی بین انسان‌ها،

1. Glaser & Strauss

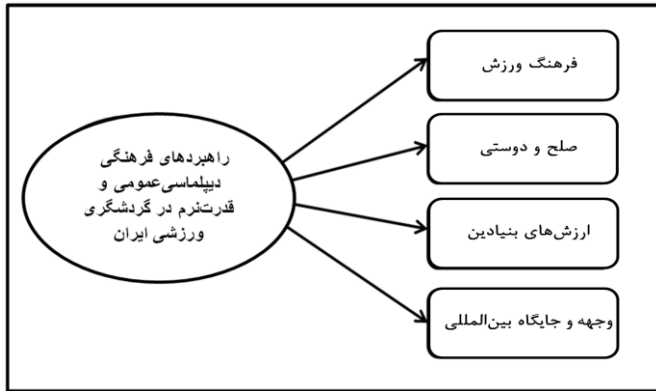
ورزش ارتقادهنده جامعه‌پذیری افراد، ورزش میدانی برای توجه به مفاهیم اخلاقی و معنویت، ورزش موقعیتی برای تبادل فرهنگ‌های بومی، ورزش عاملی در توسعه فرهنگی و تعامل‌های رسانه‌ای، ورزش بستری برای گسترش ارتباطات افراد مهم دولت‌ها، ورزش بستری برای یادگیری نظری و عملی کار گروهی و فرهنگ مشارکت عمومی می‌باشد.

ب) در پاسخ به سؤال دوم پژوهش حاضر مبنی بر اینکه راهبردهای صلح و دوستی دیپلماسی عمومی و قدرت نرم در توسعه گردشگری ورزشی ایران کدامند؟ راهبردهای صلح و دوستی شامل از جمله زیرمؤلفه‌های راهبردهای فرهنگی مرتبط با صلح و دوستی شامل ورزش صحنه ایجاد دوستی، تفاهم و صلح بین ملت‌ها، تلاش برای گسترش روابط بین‌المللی، فرهنگ‌سازی و فرهنگ‌پذیری از علم و مهارت روش برخورد و منازعه عملی، ورزش بستری مناسب برای همکاری و مشارکت عمومی، ایجاد روابطی دوستانه و جاذب در رویدادهای ورزشی بین‌المللی، تلاش برای کاهش خشونت جهانی، ورزش سبب تقویت روحیه جوانمردی می‌باشد.

ج) در پاسخ به سؤال سوم پژوهش حاضر مبنی بر اینکه راهبردهای ارزش‌های بنیادین دیپلماسی عمومی و قدرت نرم در توسعه گردشگری ورزشی ایران کدامند؟ راهبردهای ارزش‌های بنیادین شامل ورزش ابزاری برای نمایش ارزش‌های جهانی، ورزش عاملی برای مشارکت در فعالیت سازمان ملل، ورزش بستری مناسب برای برابری اجتماعی، ورزش بستری برای حمایت از محیط‌زیست، هریک از مربیان، ورزشکاران و... مصداقی از قدرت نرم کشورها هستند مثل سفیران محیط‌زیست، سفیران صلح و دوستی و...؛ ورزش بستری برای مشارکت مردمی، ورزش بستری برای تأکید به حقوق بشر می‌باشد.

د) در پاسخ به سؤال چهارم پژوهش حاضر مبنی بر اینکه راهبردهای وجهه و جایگاه بین‌المللی دیپلماسی عمومی و قدرت نرم در توسعه گردشگری ورزشی ایران کدامند؟ راهبردهای وجهه و جایگاه بین‌المللی شامل ورزش عاملی برای پذیرش حقوق یک کشور در جامعه جهانی، ورزش جایگاهی برای قدرت‌نمایی کشورها، ورزش جایگاهی برای دستیابی به قدرت‌نمایی فردی و ارزش‌سازی شخصی بین‌المللی، موفقیت در رویدادهای ورزشی بزرگ، شاخصی جهت سنجش قدرت کشورها، ورزش ابزاری برای دستیابی به شهرت و تأثیرگذاری جهانی، ورزش مسبب جایگاه‌سازی ملی، موفقیت در رویدادهای ورزشی بزرگ و میزبانی

مسابقه‌ها، ابزاری در جهت شناساندن کشور در جوامع بین‌المللی و جذب گردشگر جهانی، موفقیت در رویدادهای ورزشی بزرگ نشان‌دهنده چهره توانمند داخلی کشور، بین‌المللی شدن برخی از ورزش‌ها باعث توجه بیشتر کشورها برای پیشبرد منافع ملی و اهداف سیاسی و بین‌المللی می‌باشد.



شکل (۴): الگوی راهبردهای فرهنگی دیپلماسی عمومی و قدرت نرم در گردشگری ورزشی ایران

نتیجه‌گیری

تقویت روابط بین‌الملل و دیپلماسی عمومی نقش مؤثری در گردشگری ورزشی دارد که به‌عنوان رویکردهای پیش‌قدم با آزمودن اقدام‌ها و مناسبات روابط خارجی، خودبه‌خود کشمکش‌ها و مخاصمه‌های دیپلماتیک کاهش می‌یابد و به رشد و بهبود مبادله‌های فرهنگی کمک می‌کند؛ از ابعاد فرهنگی دیپلماسی عمومی و قدرت نرم می‌توان برای توسعه رویدادهای بزرگ ورزشی استفاده کرد، یعنی روابط بین‌المللی را افزایش داد و قدرت نرم و جذابیت ایجاد کرد که سایر کشورها با ارزش‌سازی و بدون به‌کارگیری نیروی نظامی بتوانند موفق به کسب میزبانی رویدادهای بزرگ ورزشی شوند که به‌دنبال آن توسعه گردشگری را در پیش گیرند. اگر به‌طورمثال برگزاری رویداد بزرگ ورزشی نظیر المپیک در ایران برگزار شود باعث شناخته شدن کشور، توسعه زیرساخت‌ها و... می‌شود که خود جذب و رونق گردشگری را به‌دنبال خواهد داشت؛ بنابراین پژوهش حاضر با هدف شناسایی راهبردهای فرهنگی دیپلماسی عمومی و قدرت نرم در گردشگری ورزشی ایران صورت گرفت. در این قسمت، بر

اساس یافته‌های حاصل از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته، مهم‌ترین راهبردهای فرهنگی دیپلماسی عمومی و قدرت نرم در گردشگری ورزشی ایران، زیرمؤلفه‌های فرهنگ ورزش، صلح و دوستی، ارزش‌های بنیادین، وجهه و جایگاه بین‌المللی شناسایی شدند. در ادامه هریک از زیرمؤلفه‌های راهبردهای فرهنگی به تفصیل بحث و بررسی و مقایسه با سایر پژوهش‌ها قرار گرفت.

۱- نتایج پژوهش حاضر در پاسخ به سؤال اول پژوهش مبنی بر اینکه راهبردهای فرهنگ ورزش دیپلماسی عمومی و قدرت نرم در توسعه گردشگری ورزشی ایران با پژوهش دوستی و همکاران (۱۳۹۸)، وانگ و منگ لووی (۲۰۲۲)، عابدی و همکاران (۱۴۰۰) هم‌سو می‌باشد.

در تجزیه و تحلیل مؤلفه فرهنگ ورزش، می‌توان گفت که دیگر دیدگاه اضافی نسبت به ورزش وجود ندارد و ورزش به یک مقوله مهم تبدیل شده است که نوعی قدرت مطلق است. همچنین دیپلماسی رشته‌های ورزشی به حکومت اجازه انعطاف‌پذیری زیادی را در زمانی که روابط دیپلماتیک قوی یا ضعیف است، می‌دهد؛ بنابراین تعامل‌های فرهنگی دیپلماسی عمومی و قدرت نرم از طریق ورزش و رویدادهای ورزشی مسیری نرم و هموار برای کشف تغییرهای سیاسی میسر می‌کند؛ به‌طورمثال دیپلمات‌های رسمی کشورها از ورزش به‌عنوان مسیری برای گفت‌وگو بین ملت‌ها یا ابزاری برای تنبیه یا تحریک استفاده می‌کنند؛ برای مثال خودداری از بازی ورزشکار شطرنج‌باز ایرانی، آقای علیرضا فیروزجا در مقابل بازی با رژیم صهیونیستی که تهدیدهای تحریم بازی‌های ایران را به‌دنبال داشت، فیروزجا به فرانسه پناهنده شد ولی به‌دلیل جنگ اوکراین و ممنوعیت فرانسه از بازی با روسیه، مجدد آقای فیروزجا اجازه بازی با حریفش را نداشت و اینها همه نمایانگر این است که ورزش نه‌تنها در ایران بلکه در همه دنیا، ماهیت سیاسی خود را دارد و نمی‌توان گفت که ورزش از سیاست جداست؛ زیرا تاریخچه ورزش‌ها هم گویای همین موضوع است؛ به‌طورمثال تاریخچه ورزش فوتبال یا همان پازدن به توپ که یک فرد چینی آن را ابداع کرد تا سربازان او باهم مبارزه کنند و به رقابت بپردازند. درواقع ورزش فوتبال ماهیت سیاسی دارد. همین زمینه در مورد تاریخچه ورزش شمشیربازی که شمشیر مهم‌ترین اسلحه اولیه بشر برای قدرت یافتن در مبارزه بود، یعنی اول شمشیربازی کاربرد در جنگ، مبارزه و قدرت سیاسی داشت و سپس تبدیل به ورزش شد. با توجه به آنچه ذکر شد تاریخ ورزش ماهیت سیاسی دارد و دیپلمات‌های رسمی کشورها می‌توانند از آن در جهت تحقق اهداف بین‌المللی

استفاده کنند و با ابعاد فرهنگی ورزش و گردشگری ورزشی به صورت نرم و به دور از کاربرد نیروی نظامی و تنش در جهت اهداف سیاسی جمهوری اسلامی ایران گام برداشت؛ زیرا بهترین راه مبارزه با تبلیغ‌های منفی در مورد کشور ایران، میزبانی رویدادهای ورزشی بزرگ است که خود افراد از نزدیک با فرهنگ و آداب و رسوم غنی ایرانی آشنا شوند یا نمایندگان کشور ایران نظیر داوران، مربیان، ورزشکاران به گونه‌ای نگرش و فرهنگ ایران اسلامی را در رویدادهای ورزشی به نمایش بگذارند از جمله پوشش اسلامی، رفتار اسلامی، انتشار مفاهیم اخلاقی در صفحات مجازی، تکریم پیشکسوتان و... مثال‌هایی در این زمینه است؛ به‌عنوان نمونه‌ای از نمایش فرهنگ اسلامی در ورزش می‌توان به پخش اذان در مسجد «کتارا» در قطر اشاره کرد که با استقبال هواداران و میهمانان جام جهانی فوتبال ۲۰۲۲ روبه‌رو بوده است. در واقع فیلم این اتفاق در شبکه‌های اجتماعی بازتاب زیادی داشته است که موجب شد برخی اعلام کنند که غیرمسلمانان دوست دارند کسی باشد که آنها را در مسیر دین قرار دهد و آموزه‌های اسلام و تعالیم مسالمت‌آمیز آن را برایشان تبیین کند.

۲- نتایج پژوهش حاضر در پاسخ به سؤال اول پژوهش مبنی بر اینکه راهبردهای فرهنگ ورزش دیپلماسی عمومی و قدرت نرم در توسعه گردشگری ورزشی ایران با پژوهش دوستی و همکاران (۱۳۹۸)، حسینی عسگرآبادی و همکاران (۱۴۰۰)، شریعتی فیض‌آبادی و ناظمی (۱۳۹۶)، گرامولگی و همکاران (۲۰۲۲)، عبدی و همکاران (۱۴۰۰) هم‌سو می‌باشد.

در تجزیه و تحلیل مؤلفه وجهه و جایگاه بین‌المللی، می‌توان گفت که بین‌المللی شدن برخی از ورزش‌ها باعث شده است که کشورها به رقابت ورزشی بین‌المللی به‌عنوان میدانی برای پیشبرد منافع ملی و تحقق اهداف سیاسی و بین‌المللی خود توجه بیشتری کنند. یعنی دولت‌ها و سیاستمداران از ورزش استفاده می‌کنند تا خودشان را به جوامع بین‌المللی معرفی کنند و در واقع به نوعی جایگاه‌سازی کنند؛ به‌طورمثال برخی از ورزشکاران به‌نوعی نمایانگر جایگاه آن کشور و ورزش‌اند مثل غلامرضا تختی، علیرضا حیدری، دیوید بکام، لیونل مسی، راجر فدرر، حسن یزدانی، علی دایی است. مثال دیگر در مورد کشور چین که به‌دنبال توسعه صنعت ورزش خود، در ایجاد روابط دیپلماتیک و تجاری استفاده کرده است. در برخی موارد کشور نماد یک ورزش می‌شود؛ به‌طور مثال چین از کشورهای مطرح در رشته ورزشی تنیس روی میز است. جمهوری اسلامی ایران، کشور مطرح در مورد رشته ورزشی کشتی است. جهت رسیدن به مرتبه بالای جایگاه بین‌المللی باید سرمایه‌گذاری مورد

نیاز در ورزش صورت بگیرد، برخی کشورها اهدافشان در ورزش را با یک طرح بلندمدت در حال اجرا و پیاده‌سازی هستند، فرهنگ هر کشور بر پایه مفروض‌های بنیادین هر کشور شکل می‌گیرد، هرگاه می‌خواهید اتفاقی بنیادین رخ دهد باید از آموزش و پرورش و فرهنگ‌سازی آن هدف، شروع کرد که در همین زمینه برخی کشورها با ساخت کارتون برای کودکان، تصویرسازی از برد و قهرمانی در یک رشته خاص ورزشی را شروع کرده‌اند. به‌عنوان نمونه می‌توان از سوباساهایی که کارتون محبوب فوتبال‌بالیست‌ها که کشور ژاپن ساخت، یاد کرد. ژاپن برای پیشرفت در فوتبال، برنامه‌ای حدوداً صدساله داشت. برنامه‌هایی مدون در مسیر پیشرفت و روش‌هایی مفید برای اینکه بهترین استعدادها را شناسایی و جذب کند. در واقع فوتبال ژاپن در شرایطی پیش می‌رفت که قرار بود سرگرمی کارتون محبوب فوتبال‌بالیست‌ها به یک صنعت جهانی تبدیل شود. کارتونی جذاب که بازیکنانش نماد تلاش، اراده و پشتکار بودند. توجه به همین زیرساخت‌ها و طراحی بلندمدت اهداف (رویاسازی تا هدف) موجب شد تا امروزه لیگ ژاپن به رده بیست‌ویکم بهترین لیگ‌های حرفه‌ای جهان صعود کند و به میانگین تماشای در هر مسابقه به ۲۰ هزار نفر برسد. طرحی که در حال حاضر مشابه‌اش در آمریکا، قطر و البته اخیراً هند در حال انجام است تا شاید نتیجه‌ای مشابه ژاپن نصیبشان شود. از کارتون‌سازی تا مراحل بعدی توسعه زیرساخت و امکانات خاص آن رشته و پرورش مربی، ورزشکار، داور و... تا رسیدن به هدف پیش می‌روند؛ بنابراین مهم‌ترین نقطه شروع، تحول در اندیشه برای دستیابی به وجهه و جایگاه بین‌المللی است. توجه به سه نکته جهت پیشرفت از تصویرسازی تا رسیدن به هدف: ۱- طراحی راهبرد پیشرفت، ۲- اجرا و پیاده‌سازی، ۳- تلاش، پشتکار و کار گروهی.

۳- نتایج یافته‌های پژوهش حاضر مبنی بر اینکه راهبردهای ارزش‌های بنیادی دیپلماسی عمومی و قدرت نرم در توسعه گردشگری ورزشی ایران با پژوهش سوپلی و همکاران (۲۰۲۰)، عزیزآبادی و التیامی‌نیا (۱۳۹۵) همسو می‌باشد.

در تجزیه و تحلیل مؤلفه ارزش‌های بنیادین، می‌توان گفت که دیگر نقش ورزش امروز از فعالیت بدنی و تفریح و سرگرمی فراتر رفته است و کارکردهای مختلف اجتماعی، فرهنگی، بهداشتی، اقتصادی، زیست‌محیطی و سیاسی و بین‌المللی دارد؛ به‌طورمثال ورزشکاران به‌عنوان سفیران محیط‌زیست و سفیران صلح و دوستی؛ تبلیغ در مسابقات در مورد هوای پاک، تفکیک زباله، سفیران سبز، استفاده از ظروف گیاهی، گیاه‌خواری، و گان انجام می‌دهند که به‌خاطر جذابیت و معروفیتشان تأثیر

به‌سزایی در عموم جامعه دارند؛ به‌طورمثال برخی از ورزشکاران در صفحات مجازی خود در رساندن پیام خود به دیگران، مطالبی از گیاه‌خواری، دوری از تبعیض‌نژادی، برابری اجتماعی، حمایت از مظلومان و خیریه‌ها را انتشار می‌دهد و اهداف فرهنگی نظیر حفظ کره‌زمین و حمایت از حقوق بشر و حقوق حیوانات را در پیش گرفته‌اند.

۴- نتایج یافته‌های پژوهش حاضر مبنی بر اینکه راهبردهای وجهه و جایگاه بین‌المللی دیپلماسی عمومی و قدرت‌نرم در توسعه گردشگری ورزشی ایران با پژوهش وانگ و منگ لوی (۲۰۲۲)، بوین و همکاران (۲۰۲۱)، شریعتی فیض‌آبادی (۱۳۹۸)، نوری و همکاران (۱۳۹۷)، کراماروا و گریکس (۲۰۲۱)، گرامولگی و همکاران (۲۰۲۲) همسو می‌باشد.

در تجزیه‌وتحلیل مولفه وجهه و جایگاه بین‌المللی، می‌توان گفت که بین‌المللی شدن برخی از ورزش‌ها باعث شده‌است که کشورها به رقابت‌ورزشی بین‌المللی به‌عنوان میدانی برای پیشبرد منافع ملی و تحقق اهداف سیاسی و بین‌المللی خود توجه بیشتری کنند. یعنی دولت‌ها و سیاست‌مداران از ورزش استفاده می‌کنند تا خودشان را به جوامع بین‌المللی معرفی کنند و در واقع به نوعی جایگاه‌سازی کنند. به‌طور مثال برخی از ورزشکاران به‌نوعی نمایانگر جایگاه آن کشور و ورزش‌اند مثل غلامرضا تختی، علیرضا حیدری، دیوید بکام، لیونل مسی، راجر فدرر، حسن یزدانی، علی دایی است. مثال دیگر در مورد کشور چین که به‌دنبال توسعه صنعت ورزش خود، در ایجاد روابط دیپلماتیک و تجاری استفاده کرده است.

پیشنهادها

با توجه به نتایج پژوهش در زمینه فرهنگ ورزش پیشنهاد می‌شود:

با انتخاب شایسته مدیران اخلاق‌مدار ورزشی که به‌دنبال آن انتخاب درست مربی صورت می‌گیرد، بستر مناسب برای پرورش نخبگان ورزشی فراهم شود. همان‌طور که در تاریخ کهن جمهوری اسلامی ایران به اخلاق و معنویت در ورزش بسیار اهمیت داده شده است. ایران از زمان‌های بسیار قدیم، به‌ویژه بعد از پذیرش اسلام و تأثیرهای آن در کلیه شؤونات زندگی، معنویت و اخلاق را با فرهنگ ورزشی و ورزشکاری عجین نموده است. تاریخ فرهنگی و ورزشی ایران مزین به اعمال جوانمردانی است که ایمان، اخلاص، راستگویی، پاکی و سایر صفات عالی انسانی زیننده اخلاق پهلوانی آنان بوده است که امروزه در سایه همین فرهنگ اخلاق و جوانمردی، وحدت ملی و صلح و دوستی بین‌ملتها محقق خواهد شد؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود توجه به مسائل

اخلاقی در زمینه تقویت فرهنگ همزیستی بین انسان‌ها، تکریم پیشکسوتان، توجه به مفاهیم اخلاقی در ورزش در دستور کار قرار گیرد.

با توجه به اینکه ورزش ابعاد مختلفی نظیر ابعاد جسمی، روحی، معنوی، فرهنگی اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و... دارد که در دو شکل ورزش قهرمانی و همگانی نمود می‌یابد. با توجه به اینکه ورزش قهرمانی را می‌توان با عدد و ارقام میزان موفقیت در آن را امتیازبندی کرد؛ بنابراین بیشتر مورد توجه مسئولان ورزشی تا به امروز قرار گرفته است. در صورتی که ورزش ابعاد مختلفی نظیر بُعد فرهنگی دارد که می‌توان گفت ورزش میدان مبادله‌های فرهنگی، صلح و دوستی، کار گروهی، ارتباطات است که همه این موارد در ورزش همگانی نیز میسر می‌شود، ضمن اینکه ما در هرم ریچارد مول که یکی از مدل‌های شناخته‌شده در رویکرد سلسله‌مراتبی ورزش است، مدلی را برای چهار بخش (ورزش همگانی، آموزشی، قهرمانی و حرفه‌ای) در نظر گرفته‌اند که سطوح پایین مربوط به ورزش همگانی است که طیف گسترده‌ای از افراد فعال نسبت به سطح بالای هرم (ورزش حرفه‌ای) را شامل می‌شود (Mull & et al., 2005). در زمینه توسعه گردشگری هم که بسیار سیال بوده و به دنبال این است که زمینه حضور حداکثری افراد فراهم شود. بنابر آنچه پیشتر ذکر شد، پیشنهاد می‌شود که در غالب فستیوال ورزش‌های همگانی، جشنواره ورزش‌های بومی و محلی در سطح ملی و بین‌المللی زمینه‌های تبادلات فرهنگی و جذب گردشگری ورزشی را هرچه بیشتر فراهم کنیم.

با توجه به نتایج پژوهش در مورد صلح و دوستی پیشنهاد می‌شود از ورزش برای کاهش خشونت جهانی، برابری اجتماعی، ایجاد روابط دوستانه و معرفی فرهنگ کشور توسط سفیران ورزشی مانند داوران، ورزشکاران، مربیان استفاده شود.

با توجه به نتایج پژوهش در زمینه وجهه و جایگاه بین‌المللی نظیر ورزش جایگاهی برای قدرت‌نمایی کشورها و موفقیت در رویدادهای ورزشی ابزاری در جهت شهرت جهانی و بزرگ نشان دادن چهره توانمند کشور است؛ در واقع موفقیت در یک رویداد ورزشی باعث وحدت ملی و شادی و خوشحالی یک ملت در هر کجای دنیا می‌شود. نمونه آن شادی و شوق مردم ایران در پیروزی مقابل ولز در جام جهانی فوتبال ۲۰۲۲ در قطر بوده است که در جهت اهمیت این موضوع، در واکنش به این پیروزی، مقام معظم رهبری فرمودند تیم ملی ایران چشم ملت ما را روشن کرد؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود سرمایه‌گذاری در ورزش در جهت حمایت از بازیکنان، مدیران، مربیان، طرفداران ورزشی و داشتن طرح آینده‌نگر توسعه زیرساخت‌ها و گسترش ارتباطات بین‌المللی جهت قبول

میزبانی مسابقه‌های ورزشی در دستور کار قرار گیرد. با توجه به نتایج پژوهش در زمینه اینکه ورزش بستری برای گسترش ارتباطات، یادگیری کار گروهی و فرهنگ مشارکت عمومی و عاملی در توسعه فرهنگی و تعاملات است؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود از ورزش که به زبان مشترک بین همه ملت‌ها و دولت‌های دنیا یاد می‌شود جهت تعامل بیشتر با مردم جهان و در راستای صلح و دوستی برنامه‌ریزی شود؛ به‌طورمثال تلاش جهت برگزاری مسابقه‌های دوستانه ورزشی، فستیوال‌ها و جشنواره‌های فرهنگی ورزشی در دستور کار قرار گیرد، همانند طرح اولین المپιάد فرهنگی ورزشی دانشجویان بین‌الملل در تابستان ۱۴۰۱ به میزبانی دانشگاه مازندران که فرصت خوبی را جهت تعامل بین دانشجویان بین‌الملل سراسر دانشگاه‌های ایران را فراهم کرد. در بخش فرهنگی این المپιάد از دانشجویان بین‌الملل خواسته شد کلیپی از خاطره‌های خوبشان را به همراه عکس از سفر به مناطق جذاب و دیدنی کشور جمهوری اسلامی ایران درست کنند و به دوستان خودشان جهت ترغیب به گردشگری و سفر به ایران پیشنهاد کنند که در نهایت کلیپ‌های ارسالی جهت شرکت در قرعه‌کشی به بخش فرهنگی المپιάد ارسال شود. همچنین جشنواره دیگری با عنوان «کشورم را بهتر بشناس» طرح شد که از دانشجویان بین‌الملل خواسته شد که کلیپی از جاذبه‌های کشور خودشان تهیه کنند و به دوستان ایرانی خود جهت افزایش ارتباطات معرفی نمایند.

فهرست منابع

- آشنا، حسام‌الدین (۱۳۸۳). فرهنگ، ارتباطات و سیاست خارجی، ارائه مدلی برای دیپلماسی عمومی. *فصلنامه پژوهشی دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام)*، (۲۱).
- عزیزآبادی، محمدمهدی و التیامی‌نیا، رضا (۱۳۹۵). نقش فرعی و شتاب‌دهنده ورزش در فراهم کردن شرایط صلح میان دولت‌ها. *فصلنامه تحقیقات سیاسی بین‌المللی*، (۲۲)، ۱۴۹-۱۷۹.
- باقری، یوسف؛ شریعتی فیض‌آبادی، مهدی و نظریان، عباس (۱۳۹۵). مدلسازی نرم (ISM) مؤلفه‌های دیپلماسی ورزش. *نشریه مدیریت ورزشی*، ۸(۵)، ۷۹۷-۸۲۱.
- تهذیبی، خادم علی (۱۴۰۰). بررسی نقش و تأثیر دیپلماسی ورزشی در روابط بین‌الملل. *مجله بین‌المللی پژوهش ملل*، ۶(۶۹)، ۲۵-۴۷.

- حسینی عسگرآبادی، مریم؛ حیدری نژاد، صدیقه؛ مرعشیان، سید حسین و رومی، فرشاد (۱۴۰۰). الگوی نقش ورزش در تبیین دیپلماسی عمومی ایران. *مطالعات مدیریت ورزشی*، ۱۳(۶۸)، ۲۳۰-۲۶۳.
- حمیدی، مهرزاد؛ پیمان فر، محمدحسن؛ الهی، علیرضا؛ سجادیپور، سید محمدکاظم و حمیدی، مهرزاد (۱۳۹۸). ارزیابی دیپلماسی ورزشی جمهوری اسلامی ایران با استفاده از مدل تاپسیس. *راهبرد/اجتماعی فرهنگی*، ۸(۳)، ۱۶۳-۱۷۸.
- دانایی فرد، حسن و امامی، س. (۱۳۸۶). راهبردهای تحقیق کیفی: تأملی بر نظریه زمینه‌ای. *اندیشه مدیریت راهبردی*، ۱(۲)، ۶۹-۹۷.
- دوستی، آرش و دیگران (۱۳۹۸). تحلیل تماتیک دیپلماسی ورزش در توسعه روابط بین‌الملل. *رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی*. ۲۷(۷)، ۱۳۱-۱۴۶.
- دهشیری، محمدرضا و فقیهی، محبوبه (۱۳۹۸). بررسی تأثیر سیاست گردشگری بر دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در آسیای مرکزی (۱۹۹۰-۲۰۱۷). *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۸(۲۸)، ۳۳-۴۹.
- رضایی، ناصر (۱۳۹۳). تحلیل جایگاه دیپلماسی عمومی در گردشگری ایران. *فصلنامه بین‌المللی ژئوپلیتیک*، ۱۰(۳۴)، ۱۶۰-۱۸۸.
- رضایی مهر، سهیلا؛ وفایی، عباسعلی و اسپرهم، داوود (۱۳۹۹). تحلیل گفتمان قدرت نرم (القای فرهنگی) آموزش زبان و ادبیات فارسی در راهبرد دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران. *راهبرد/اجتماعی فرهنگی*، ۹(۴)، ۶۳-۹۲.
- سعیدی، روح‌الامین و هادیان، ناصر (۱۳۹۲). از دیپلماسی عمومی سنتی تا دیپلماسی عمومی نوین: رویکردی هابرماسی. *فصلنامه علمی راهبرد*، ۲۲(۳)، ۳۳-۶۱.
- شریعتی فیض‌آبادی، مهدی (۱۳۹۸). مطالعه تطبیقی دیپلماسی ورزش در توسعه روابط خارجی ایران و کشورهای منتخب. *دو فصلنامه علمی دانش سیاسی*، ۱۱۵(۱)، ۱۲۵-۱۴۸.
- شریعتی فیض‌آبادی، مهدی و گودرزی، محمد (۱۳۹۶). مدل‌سازی ساختاری (SEM) مؤلفه‌های دیپلماسی ورزش در توسعه روابط بین‌الملل جمهوری اسلامی ایران. *نشریه رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی*، ۲(۱۶)، ۸۹-۱۰۴.
- شریعتی فیض‌آبادی، مهدی و منظمی، امیرحسین (۱۴۰۰). مدل تجربی جایگاه ورزش در توسعه دیپلماسی عمومی. *مجله مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی*، ۳۱(۳۱)، ۱۳-۲۶.

شریعتی فیض‌آبادی، مهدی و ناظمی، مازیار (۱۳۹۶). طراحی مفاهیم فرهنگ صلح‌ساز ورزش در توسعه روابط بین‌الملل (مطالعه موردی طرح ویو «جهان عاری از خشونت و افراطی‌گری» ریاست جمهور ایران. راهبرد اجتماعی فرهنگی، (۳)۶، ۱۶۳-۱۸۸.

عسگری، محمود (۱۳۹۰). قدرت/فکنی، الزامی برای دارندگی. تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.

محسن‌زادگان، امیر و حسینی کرانی، سیدرسول (۱۳۹۱). تأثیر دیپلماسی بر قدرت ملی ایران در عرصه جهانی. فصلنامه مطالعات راهبردی جهانی شدن، (۳)۲، ۱۳۱-۱۵۰.

مصباح، احسان (۱۳۹۳). دیپلماسی کلاسیک و تکوین آن در ایران. فصلنامه سیاست، سال اول، (۴)، ۵-۱۸.

هولی‌هان، باری (۱۳۸۵). دخالت سیاست در ورزش، تربیت بدنی و تفریحات سالم. ترجمه داوود حیدری، رشد آموزش علوم اجتماعی، (۳۳).

Byon, K. K.; Yang, S. U.; Jang, W. W. & Kim, T. (2021). Endorsing public diplomacy through international sport events: Impact of sport fan engagement. *In Sport Governance and Operations*, 192-209. Routledge.

Deos, A. (2014). Sport and relational public diplomacy: the case of New Zealand and Rugby World Cup 2011. *Sport in Society*, 17(9), 1170-1186.

Dubinsky, Y. (2019). From soft power to sports diplomacy: a theoretical and conceptual discussion. *Place Branding and Public Diplomacy*, 15(3), 156-164.

Garamvölgyi, B.; Bardocz-Bencsik, M. & Dóczy, T. (2022). Mapping the role of grassroots sport in public diplomacy. *Sport in Society*, 25(5), 889-907.

Gibson, H. (2005). Sport tourism: Concepts and theories. An introduction. *Sport in Society*, 8(2), 133-141.

Grix, J.; Brannagan, P. M. & Lee, D. (2019). Sports Mega-Events and the Concept of Soft Power. *In Entering the Global Arena* (23-36). Palgrave Pivot, Singapore.

Johnson, J. A. (2020). Transcending Taekwondo Competition to Sustain Inter-Korean Sports Diplomacy. *The International Journal of the history of sport*, DOI:10.1080/09523367.2020.1826440.

Junio, E. L. & Rodrigues, C. (2017). The Chinese football development plan: Soft power and national identity. *Holos*, (5), 114-124.

Kramareva, N. & Grix, J. (2021). Understanding public diplomacy, nation branding, and soft power in showcasing places via sports mega-events.

- In Marketing Countries, Places, and Place-Associated Brands* (298-318). Edward Elgar Publishing.
- Kumar, Dh.j (2018). Sport tourism: A new educational concept for sustainable development. *Multidisciplinary Higher Education, Research, Dynamics Concepts: Opportunities Challenges For Sustainable Development*, 1(1), 69-75.
- Logo, E. D. (2018). The Role of Sports Diplomacy in Contemporary International Relations: A Case Study of the Olympic Games (Doctoral dissertation). *University of Ghana*. Phys. Rev. (47), 777-780.
- Melissen, J. (2005). *Wielding soft power: the new public diplomacy* (p. 4). Netherlands: Netherlands Institute of International Relations, Clingendael.
- Mull, R. F.; Bayless, K. G. & Jamieson, L. M. (2005). Recreational Sports Management, *Human Kinetics - Champaign, IL*.
- Pigman, G. A. & Rofo, J. S. (2014). Sport and. An Introduction. *Sport in Society*, 17(9), 1095-1097.
- Supli, N. A.; Permata, I. M. & Susilowati, R. (2020). Environmental Aspects and Public Concern for the Environment as Part of Sport Diplomacy at the 2018 Asian Games. *Sriwijaya journal of environment*, 5(2), 127-133.
- Timothy, D. J. & Olsen, D. H. (2021). Religion, spirituality, and tourism: Emerging and future directions. *In The Routledge Handbook of Religious and Spiritual Tourism* (461-475). Routledge.
- Uvinha, R. R.; Chan, C. S.; Man, C. K. & Marafa, L. M. (2018). Sport tourism: a comparative analysis of residents from Brazil and Hong Kong. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 12(1), 180-206.
- Wasike, S. (2022). Politics of Grassroot Sports Diplomacy in National Cohesion. *International Journal of Current Science Research and Review*, 5(6) June2022.
- Wong, D. & Meng-Lewis, Y. (2022). Esports diplomacy—China's soft power building in the digital era. *Managing Sport and Leisure*, 1-23.
- Zhang, Bing & Qin, Kunling. (2016). The Development of Chinese Sports Tourism Group Interests and Strategy. *Review on application of phase change thermal storage in solar thermal utilization*, 4(1), 60-62.

References

- Ashna, H.D (2003). Culture, communication and foreign policy, presenting a model for public diplomacy, *Research quarterly of Imam Sadegh University*, 21, 231. (In Persian)
- Askari, M. (2018). Empowerment, a requirement for ownership. Tehran, Strategic Studies Research Institute, 70-71. (In Persian)
- Azizabadi, M. & El-Tiaminia, R. 2 (2015). The secondary and accelerating role of sports in providing conditions for peace between governments. *International Political Research Quarterly*, Islamic Azad University, Shahreza Branch, (22), 149-179.

- Bagheri, Y.; Shariati Faizabadi, M. & Nazarian, A. (2015). Soft modeling (ISM) components of sport diplomacy, *Journal of Sport Management*, 8(5), 797-821. (In Persian)
- Byon, K. K., Yang, S. U., Jang, W. W., & Kim, T. (2021). Endorsing public diplomacy through international sport events: Impact of sport fan engagement. In *Sport Governance and Operations* (pp. 192-209). Routledge.
- Danaifard, h; Emami, S. (2004). Qualitative research strategies: reflection on grounded theory. *Strategic Management Thought*, 1(2), 69-97. (In Persian)
- Dousti A., Saboonchi R., Shariati Feizabadi M. Thematic Analysis of Sport Diplomacy in Development of International Relations .3 2020; 7 (27):131-146URL: <http://ntsmj.issma.ir/article-1-1350-fa.html>. (In Persian)
- Dehshiri, M. & Faghihi, M. (2019). The Impact of Tourism Policy on Cultural Diplomacy of the Islamic Republic of Iran in Central Asia (1990-2017). *Journal of Tourism Planning and Development*, 8(28), 33-49. (In Persian)
- Deos, A. (2014). Sport and relational public diplomacy: the case of New Zealand and Rugby World Cup 2011. *Sport in Society*, 17(9), 1170-1186.
- Dubinsky, Y. (2019). From soft power to sports diplomacy: a theoretical and conceptual discussion. *Place Branding and Public Diplomacy*, 15(3), 156-164
- Garamvölgyi, B., Bardocz-Bencsik, M., & Dóczy, T. (2022). Mapping the role of grassroots sport in public diplomacy. *Sport in Society*, 25(5), 889-907.
- Gibson, H. (2005). Sport tourism: Concepts and theories. An introduction. *Sport in Society*, 8(2), 133-141.
- Grix, J., Brannagan, P. M., & Lee, D. (2019). Sports Mega-Events and the Concept of Soft Power. In *Entering the Global Arena* (pp. 23-36). Palgrave Pivot, Singapore.
- Hosseini, M., heydarinejhad, S., Marashian, S., & roomi, F. (2021). The Role of Sports Pattern in Explaining the Public Diplomacy of Iran. *Sport Management Studies*, 13(68), 230-263. (In Persian)
- Holihan, B (2015). "Political intervention in sports, physical education and healthy recreation" translated by Dawood Heydari, *Development of Social Science Education*, (33). (In Persian)
- Johnson, J. A. (2020). Transcending Taekwondo Competition to Sustain Inter-Korean Sports Diplomacy. *The International Journal of the history of sport*, DOI: 10.1080/09523367.2020.1826440
- Junio, E. L. & Rodrigues, C. (2017). The Chinese football development plan: Soft power and national identity. *Holos*, (5), 114-124.
- Kramareva, N. & Grix, J. (2021). Understanding public diplomacy, nation branding, and soft power in showcasing places via sports mega-events. In *Marketing Countries, Places, and Place-Associated Brands* (pp. 298-

- 318). Edward Elgar Publishing.
- Kumar, Dh.j (2018). Sport tourism: A new educational concept for sustainable development. *Multidisciplinary Higher Education, Research, Dynamics Concepts: Opportunities Challenges For Sustainable Development*, 1(1), 69-75.
- Logo, E. D. (2018). *The Role of Sports Diplomacy in Contemporary International Relations: A Case Study of the Olympic Games* (Doctoral dissertation). University of Ghana. *Phys. Rev.* (47), 777-780
- Melissen, J. (2005). *Wielding soft power: the new public diplomacy* (p. 4). Netherlands: Netherlands Institute of International Relations, Clingendael.
- Mesbah, E. (2013). Classical diplomacy and its development in Iran. *Politics Quarterly*, first year, fourth issue, pp. 18-5. (In Persian)
- Mohsen Zadegan, A.; Hosseini Karani, S. R. (2011). The impact of diplomacy on Iran's national power in the world arena, *Globalization Strategic Studies Quarterly*, 2(3), 131-150. (In Persian)
- Mull, R. F.; Bayless, K. G. & Jamieson, L. M. (2005). *Recreational Sports Management, Human Kinetics - Champaign, IL*.
- Nazemi, M. & Shariati Feizabadi, M. (2017). Developing the Concepts of Cultural Peace Making Role of Sport in International Relations (Case Study of World against Aggression and Violence (WAVE) Program Proposed by the Iranian President). *Socio-Cultural Strategy*, 6(3), 163-188. (In Persian)
- Peymanfar, M.; elahi, A.; Sajjadpour, S. M. K. & Hamidi, M. (2019). Assessment of Sports Diplomacy of the Islamic Republic of Iran Using the TOPSIS Model. *Socio-Cultural Strategy*, 8(3), 163-178. (In Persian)
- Pigman, G. A. & Rofo, J. S. (2014). Sport and. *An Introduction. Sport in Society*, 17(9), 1095-1097.
- Rezaei, Naser. (2013). Analysis of the position of public diplomacy in Iranian tourism. *International Quarterly Journal of Geopolitics*, 10(34), 160-188. (In Persian)
- Rezaie mehr, S.; Vafaei, A. & Esparham, D. (2020). An Analysis of the Discourse of the Soft Power of Teaching Persian Language and Literature in the Strategy of Cultural Diplomacy of the Islamic Republic of Iran. *Socio-Cultural Strategy*, 9(4), 63-92. (In Persian)
- Saedi, Ruhol Amin, Hadian, Nasser. (2012). From traditional public diplomacy to modern public diplomacy: a Habermasian approach. *Strategic Scientific Quarterly*, 22(3), 33-61. (In Persian)
- Shariati Faizabadi, M. (2018). A comparative study of sports diplomacy in the development of foreign relations between Iran and selected countries. *Two scientific quarterly journals of political science*, 15(1), 125-148. (In Persian)
- Shariati Faizabadi, M. & Godarzi, M. (2016). Structural modeling (SEM) of diplomatic components of sports in the development of international relations of the Islamic Republic of Iran. *Journal of New Approaches in*

- Sports Management, 2(16), 89-104. (In Persian)
- Shariati Faizabadi, M. & Monazami, A.H. (2020). Empirical model of the place of sports in the development of public diplomacy, *Journal of Communication Management in Sports Media*, 31, 13-26. (In Persian)
- Supli, N. A.; Permata, I. M. & Susilowati, R. (2020). Environmental Aspects and Public Concern for the Environment as Part of Sport Diplomacy at the 2018 Asian Games. *Sriwijaya journal of environment*, 5(2), 127-133.
- Tahzibi, Kh. A. (2020). Investigating the role and influence of sports diplomacy in international relations, *International Journal of International Research*, 6(69), 25-47. (In Persian)
- Timothy, D. J. & Olsen, D. H. (2021). Religion, spirituality, and tourism: Emerging and future directions. In *The Routledge Handbook of Religious and Spiritual Tourism* (pp. 461-475). Routledge.
- Uvinha, R. R.; Chan, C. S.; Man, C. K. & Marafa, L. M. (2018). Sport tourism: a comparative analysis of residents from Brazil and Hong Kong. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 12(1), 180-206.
- Wasike, S. (2022) Politics of Grassroot Sports Diplomacy in National Cohesion. *International Journal of Current Science Research and Review*, 5(6) June2022. DOI: 10.47191/ijcsrr/V5-i6-53, Impact Factor: 5.995
- Wong, D. & Meng-Lewis, Y. (2022). Esports diplomacy–China’s soft power building in the digital era. *Managing Sport and Leisure*, 1-23.
- Zhang, Bing & Qin, Kunling. (2016). The Development of Chinese Sports Tourism Group Interests and Strategy. *Review on application of phase change thermal storage in solar thermal utilization*, 4(1), 60-62.