



نقش کارکردهای اجتماعی دیپلماسی عمومی در گردشگری ورزشی ایران

محبوبه عابدی^۱، مرتضی دوستی^۲

۱. دانش‌آموخته پسادکتری دانشگاه مازندران.

۲. دانشیار گروه تربیت بدنی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.

چکیده

اطلاعات مقاله

امروزه تعاملات اجتماعی نقش مهمی در سیاست کشورها دارد. ورزش یکی از ابزارهای صلح‌آمیز برای امور بین‌المللی بوده که کشورها می‌توانند با استفاده از آن به تقویت روابط در سراسر جهان اقدام نمایند و از لحاظ تاریخی از ورزش و جذابیت آن به‌عنوان یک روش برای پیشبرد برنامه‌های سیاسی استفاده نمایند. بنابراین پژوهشگر برآن شد که به بررسی نقش کارکردهای اجتماعی دیپلماسی عمومی در گردشگری ورزشی ایران بپردازد. این پژوهش در چارچوب رویکرد کیفی انجام شد و داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته جمع‌آوری شدند. جامعه آماری پژوهش افراد متخصص در زمینه سیاسی، ورزشی و گردشگری شامل ۵ نفر از اعضای هیات علمی ورزشی، ۵ نفر از اعضای هیات علمی گردشگری، ۷ نفر از اعضای هیات علمی علوم سیاسی، ۵ نفر دارای سابقه کار اجرایی در سازمان گردشگری و میراث فرهنگی و ورزشکار با سابقه حضور در مسابقات بین‌المللی بودند. روش جمع‌آوری داده‌ها به‌صورت مطالعه پژوهش‌های پیشین و مصاحبه عمیق و باز بود. برای سنجش پایایی پژوهش، از توافق درون‌موضوعی استفاده شد. میانگین میزان توافق درون‌موضوعی برابر با ۸۹ درصد گزارش شد. براساس یافته‌های حاصل از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته، مهم‌ترین کارکردهای اجتماعی دیپلماسی عمومی گردشگری ورزشی ایران پنج مولفه شامل آگاهی اجتماعی، مشارکت اجتماعی، اعتماد اجتماعی، توانمندسازی اجتماعی و همبستگی اجتماعی بودند. پیشنهاد می‌شود با آگاه‌سازی اجتماعی از تحولات بین‌المللی، کسب اعتبار و اعتمادسازی از طریق ورزش در مجامع بین‌المللی، افزایش مشارکت فعال و غیرفعال اجتماعی در ورزش و تقویت وحدت اجتماعی و روحیه کار گروهی و طراحی سایت‌های رسمی معتبر گردشگری ورزشی زمینه توسعه گردشگری ورزشی ایران فراهم شود.

دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۱۱/۱۲

پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۰۱/۲۸

کلیدواژگان:

دیپلماسی عمومی

ورزش

رویدادهای ورزشی

گردشگری

تعاملات اجتماعی

نویسنده مسئول: محبوبه عابدی

پست الکترونیکی:

mahbobeabedi69@gmail.com

The Role of Social Functions of Public Diplomacy in Sports Tourism in Iran

Mahbobe Abedi¹, Morteza Dosti²

1. Postdoctoral graduate, Department of Physical Education, University of Mazandaran, Babolsar, Iran.

2. Associate Professor, Department of Physical Education, University of Mazandaran, Babolsar, Iran.

Abstract

Today, social interactions play an important role in the politics of countries. Sports are one of the peaceful tools for international affairs that countries can use to strengthen relationships around the world and historically use sports and its appeal as a way to advance political agendas. Therefore, the researcher decided to investigate the role of social functions of politics in sports and tourism in Iran. This 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 experts in politics, sports and tourism, including 5 sports faculty members, 5 tourism faculty members, 7 political science faculty members, 5 people with executive work experience in the tourism and cultural heritage organization, and athletes with a history of participating in international competitions. The data collection method was a study of previous researches and an in-depth and open interview. 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 social functions of Iran's sports tourism public diplomacy were five components including social awareness, social participation, social trust, social empowerment and social solidarity. It is suggested to provide social awareness of international developments, gain credibility and trust through sports in international forums, increase active and passive social participation in sports and strengthen social unity and teamwork spirit, and design authentic official sports tourism websites to provide the field for the development of sports tourism in Iran.

Keywords: Public Diplomacy, Sport, Sports Events, Tourism, social interactions.

مقدمه

ورزش، پدیده‌ای اجتماعی فرهنگی است که پیوندی پویا با مجموعه نهادها و ساختارهای اجتماعی دارد و باید به‌عنوان بخشی از نیازهای ساختار آدمی مورد توجه افراد جامعه قرار گیرد. یکی از عوامل مهم رشد و توسعه کشورهای پیشرفته، توجه و اهتمام ورزیدن به همین رکن اصل ورزش و به‌کارگیری آن در سطوح مختلف است (فرجی، ۱۳۹۰). ورزش بر نهادها، گروه‌ها و سایر عناصر اجتماعی تأثیرگذار است. در واقع دستاوردهای ورزش در توسعه و پیشرفت اجتماعی و فرهنگی جامعه مؤثر است. همچنین عوامل اجتماعی موجود در جامعه در ترقی ورزش نقش مهمی دارند (شه‌بازی و همکاران، ۱۳۹۵). صنعت گردشگری در قرن حاضر، به‌عنوان یکی از پر رونق‌ترین صنایع، و نیرو محرکه توسعه اقتصاد جهانی، شناخته می‌شود. این صنعت نوظهور، توانسته با تأثیرگذاری خود روی دیگر صنایع، نظر بسیاری از دست‌اندرکاران صنایع را به‌خود جلب نماید. ورزش نیز به‌عنوان یکی از صنایع بزرگ و با اهمیت در دنیای کنونی، مطرح می‌باشد. که از تلفیق آن‌ها یکی از شگفت‌انگیزترین صنایع خدماتی مدرن به نام صنعت "گردشگری ورزشی" به‌وجود آمده است. این شاخه از گردشگری، در چند دهه اخیر، رشد فراوانی داشته است و بسیاری از کشورها در این زمینه، اقدام به پژوهش، برنامه‌ریزی، سرمایه‌گذاری و بازاریابی کرده و از این محل، توانسته‌اند گردشگری را در کشور خود توسعه داده واز فواید زیاد آن در زمینه‌های اقتصادی بهره‌مند گردند (چقاردی و همکاران، ۱۳۹۳). ورزش و گردشگری ورزشی به‌عنوان یکی از شاخص‌هایی است که در توسعه سیاست و دیپلماسی عمومی مورد توجه بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و درحال توسعه قرار گرفته است. دیپلمات‌های کشورهای برای تحقق منافع ملی گردهم می‌آیند و ورزشکاران نیز برای تقویت همین منافع به میادین ورزشی می‌آیند؛ بنابراین پژوهشگر برآن شد تا به بررسی نقش کارکردهای اجتماعی دیپلماسی عمومی در گردشگری ورزشی ایران بپردازد.

جایگاه ورزش در دیپلماسی عمومی در سال‌های اخیر توجه زیادی را به خود جلب کرده است (شریعتی و گودرزی، ۱۳۹۶) 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 داشته‌باشد (شریعتی فیض آبادی، ۱۳۹۸). همچنین یکی از انگیزه‌های دولت برای حمایت از ورزش در این موضوع است که موفقیت یک کشور در عرصه بین‌المللی برای آن کشور اعتبار و حیثیت ایجاد می‌کند. به همین دلیل است که بسیاری از کشورها در میدان‌های ورزشی، سرمایه‌گذاری‌های زیادی می‌کنند (پیمان‌فر و همکاران، ۱۳۹۹).

گردشگری هم محصول جهانی شدن است و هم نیرویی برای جهانی شدن (تیموسی ۱ و همکاران، ۲۰۲۱). گردشگری یکی از پردرآمدترین منابع مالی برای هر کشوری محسوب می‌شود. کشورهایی که به‌لحاظ تاریخی، فرهنگی و تمدنی از ریشه عمیقی برخوردار هستند. صنعت گردشگری در آنجا بسیار رونق دارد. کشور ایران نیز در صنعت گردشگری از این نظر مستثنی نیست. ایران با منطقه آسیای مرکزی دارای پیشینه بسیار عمیق

و مهم فرهنگی است و این می‌تواند به‌عنوان یکی از مسائل مهم در رونق صنعت گردشگری محسوب شود (دهشیری و فقیهی، ۱۳۹۸).

کشورها، شهرها و جوامع برای دستیابی به اهداف اجتماعی، سیاسی و مالی و بهبود چهره کشور از ورزش برای دیپلماسی عمومی و برندسازی استفاده می‌کنند. قرارگرفتن در عرصه بین‌المللی، تمرکز بر فرهنگ و ارزش‌های صلح‌آمیز در ورزش، کشور را در جهت استفاده از قدرت نرم برای دستیابی به اهداف بین‌المللی و بهبود دیپلماسی عمومی تبدیل می‌کند. از ارتباط بین ورزش، قدرت نرم و دیپلماسی عمومی جهت بهبود تصاویر کشورها برای دستیابی به اهداف سیاست خارجی می‌توان بهره‌برد (داینسکی، ۱، ۲۰۱۹).

در زمینه دیپلماسی عمومی، دیپلماسی ورزشی، دیپلماسی گردشگری، کارکردهای اجتماعی و تعاملات بین‌المللی هر یک به‌صورت مجزا پژوهش‌هایی صورت گرفته‌است که به برخی از آن‌ها در ادامه اشاره خواهیم داشت. پژوهش‌های داخلی توسط پارسامهر و همکاران (۱۴۰۱) بیان کردند که شش عامل: تنوع در تورهای ورزشی، تحریم‌های اعمال‌شده علیه ایران، تسهیل‌سازی سفر، امنیت ایران در منطقه نسبت به کشورهای همسایه، استفاده از ابزارهای الکترونیکی و اینترنتی، رویدادهای ورزشی بین‌المللی؛ در گردشگری ورزشی فعال در آینده بسیار مؤثرند. در پایان به مدیران ورزش کشور، توصیه کرده‌اند از پیشران‌های کلیدی توسعه گردشگری ورزشی فعال به‌منظور توسعه گردشگری ورزشی کشور استفاده نمایند. به مدیران و متولیان صنعت گردشگری ورزشی کشور نیز توصیه کرده‌اند که زیرساخت‌های گردشگری و ورزشی را بهبود بخشند. خدمات و تفریحات مناسب و جذاب را برای رضایت بیشتر گردشگران ارائه نمایند.

عبدی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که اصلی‌ترین برآمد مورد انتظار اجرای ابتکارات 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 فیض آبادی و منظمی (۱۴۰۰) در پژوهش خود بیان کرده‌است که ورزش به‌دلیل جذابیت و اثرگذاری جهان‌شمول خود نقشی پررنگ در تقویت دیپلماسی عمومی کشورها دارد. پیمان‌فر و همکاران (۱۳۹۹)، در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که برنامه‌محوری و شناخت دیپلماسی ورزشی پیامدهای عمده‌ای در توسعه جامعه‌شناسی سیاسی، سیاست خارجی و توسعه ورزش کشورها در ابعاد مختلف دارد. کریمی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان تبیین جامعه‌شناختی پیامدهای اجتماعی مشارکت در ورزش بیان کردند که انسجام اجتماعی، مشارکت اجتماعی، بعد سلامت، بعد پرورشی و اخلاقی، شور و نشاط، روابط اجتماعی، هویت اجتماعی و کاهش آسیب‌های اجتماعی از مهم‌ترین پیامدهای مشارکت اجتماعی در ورزش بودند و پیشنهاد کردند که با تهیه زیرساخت‌ها و جابجایی ورزش در فرهنگ عمومی، قوانینی در مورد مشارکت در ورزش وضع شود.

بخشی چناری و همکاران (۱۳۹۹) بیان کردند که معرفی فرهنگ غنی و متمدن ایران، معرفی جاذبه‌های گردشگری کشور و در ادامه آن جذب جهانگردان و ایجاد زمینه بهتر برای گفت و گو بین اقوام و ملل مختلف، عاری بودن دیپلماسی ورزشی از لحن خصمانه در کنار جذابیت بیشتر این نوع دیپلماسی نسبت به سایر دیپلماسی‌ها از مهم‌ترین نقش‌های دیپلماسی ورزشی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران از دیدگاه

نخبگان بود. همچنین صباغیان(۱۳۹۴) کرد که دیپلماسی عمومی کشورها به جایگاه ورزش، تیم‌های ورزشی و ورزشکاران در رساندن پیام یک ملت به سایر ملت‌ها توجه ویژه‌ای دارند. بین‌المللی شدن بسیاری از ورزش‌ها موجب شده تا کشورها به رقابت ورزشی بین‌المللی، میدان برای پیشبرد منافع ملی و تحقق اهداف سیاسی و بین‌المللی خود توجه کنند.

همچنین پژوهش‌های خارجی توسط گرامولگی و همکاران(۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان ترسیم نقش ورزش همگانی در دیپلماسی عمومی بیان کردند که در یک سیستم روابط بین‌الملل که به سرعت در حال تغییر است، چندین دولت به ورزش به عنوان یک دارایی قدرت نرم مقرون به صرفه و پرمخاطب روی آورده‌اند. مداخلات ورزش برای توسعه مبتنی بر ورزش پایه به طور منظم ادعا می‌شود که روابط بین مردم را تقویت می‌کند و به توسعه اجتماعی-اقتصادی در بین گروه‌ها کمک می‌کند. ونگ و منگ‌لوویس(۲۰۲۲) بیان کردند ورزش الکترونیکی ۳ به عنوان منبعی برای تعامل، اطلاع‌رسانی و ایجاد تصویری مطلوب از چین در میان مردم و کشورهای خارجی استفاده می‌شود. نتایج صریح و ضمنی حاصل از دیپلماسی ورزش‌های الکترونیکی، منابعی را برای این قدرت نرم فراهم می‌کند. واسیک ۴(۲۰۲۲) در پژوهشی بیان کرد که نظام روابط بین‌الملل کنونی کاملاً پویا است و بسیاری از دولت‌های ایالتی را مجبور می‌کند به ورزش روی آورند. کارآمدی ابزار قدرت نرم ورزش به عنوان عنصر جدایی‌ناپذیر هویت ملی بیشتر برای کشوری تلقی می‌شود که در سطح بین‌المللی در ورزش شهرت خوبی دارد. ارزش‌های دیپلماسی ورزشی شامل رقابت، کار تیمی و بازی جوانمردانه است. ورزش به عنوان یک ابزار دیپلماتیک همیشه با رویدادهای بزرگ ورزشی، ورزش‌های نخبه و ورزشکاران حرفه‌ای همراه بوده است.

همچنین دیپلماسی ورزش همگانی به عنوان ابزاری برای انسجام ملی است که با توسعه ورزش‌های همگانی، رشد مردان و زنان ورزشی نخبه همراه خواهد بود که در نهایت تیم‌هایی تشکیل خواهد شد که در عرصه‌های بین‌المللی به رقابت مطلوبی بپردازند و دولت‌های یک ملت منسجم نیز این ابزار ورزش همگانی در تحقق جهانی صلح‌آمیز و منسجم استفاده کنند. گریکس و همکاران ۵(۲۰۲۱) در پژوهشی بیان کردند که المپیک ۲۰۲۰ توکیو به دنبال تقویت موقعیت خود در منطقه است، کشور خود را در سطح بین‌المللی به نمایش می‌گذارد و از این رویداد برای تغییر نگرش و طرز فکر در داخل کشور استفاده می‌کند. کره جنوبی نیز استراتژی قدرت نرم تحت رهبری دولت استفاده می‌کند و به این ترتیب، به دنبال توسعه تصویر کشور در سطح منطقه‌ای و بین‌المللی و هویت ملی است، به جای تلاش برای استفاده از "سیاست جذب" برای متقاعد کردن دیگران برای بازی. با این حال، به نظر می‌رسد که «سیاست جذب» زمانی مؤثر است که منبع قدرت نرم ارگانیک باشد، به طور مثال موفقیت بازی‌های المپیک پیونگ چانگ باعث گرم شدن گسترده روابط بین کره شد، البته فقط در کوتاه مدت. اگر بازی‌ها برگزار نمی‌شد، دیپلماسی مثبت (ورزشی) ناشی از این رویداد بین

-
1. Garamvölgyi et al
 2. Wong & Meng-Lewis
 - 3 - Esports
 - 4 - Wasike
 - 5 -Grix et al

کره‌ها ایجاد نمی‌شد و اجلاس سران ایالات متحده و کره شمالی هرگز اتفاق نمی‌افتاد. به همین دلیل، بسیار محتمل است که کره جنوبی به دنبال حق میزبانی برای تحقق کسب و کارهای کوچک و متوسط ۱ داخلی به جاه طلبی‌های منطقه‌ای و بین‌المللی خود ادامه دهد. همچنین بررسی فعالیت‌های دامانیک و همکاران ۲ (۲۰۲۰) در گردشگری ورزشی در سیمالونگون نشان داد که برخی فعالیت‌های گردشگری در سیمالونگون وجود دارد، اما متأسفانه هنوز توسعه نیافته‌اند. همچنین روستای تیگراس از آنجا که دارای دریاچه توبا، تپه‌ها، مزارع و جنگل‌ها می‌باشد، می‌تواند رویدادهای گردشگری ورزشی را رونق بخشد. پامنت ۳ (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان مسائل ویژه در دیپلماسی ورزشی بیان کرد که دیپلماسی ورزشی، طی چند سال گذشته، به یک حوزه تحقیقاتی پر جنب‌وجوش برای محققان تبدیل شده است. دیپلماسی برای سؤالات مربوط به شناخت و حکومت حائز اهمیت است که نمایندگان کشورها را قادر می‌سازند تا برای رقابت باهم جمع شوند. جونیوس و رودریگس ۴ (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان جهانگردی ورزشی، دیپلماسی و قدرت نرم بیان می‌کنند که ورزش و گردشگری ابزاری به اصطلاح «قدرت نرم» در نظر گرفته می‌شوند در حالی که دولت نقش رهبری و حمایتی را بازی می‌کند. کشور چین نه تنها برای توسعه صنعت ورزشی خود بلکه در ایجاد روابط دیپلماتیک و تجاری تلاش می‌کند. تبادل دانش، نزدیک شدن کشور چین به سایر کشورها، همچنین تقویت اقتصاد آن، نقش اصلی در ژئوپلیتیک بین‌المللی دارد.

برخورداری از برخی ظرفیت‌ها، کشور را قادر می‌سازد تا در زمینه مربوطه امکان این را داشته باشد که موفق‌تر عمل کند، به طور مثال کشور ایرن برخوردار از شرایط آب و هوایی چهارفصل، دسترسی به دریا از شمال و جنوب، بازیکنان قدرتمند و... را دارد ولی متأسفانه 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 ضرورت پژوهش حاضر این است که اقدام عملی مناسبی جهت توسعه روابط بین‌الملل و تلاش برای جهانی کردن رویدادهای ورزشی ایران در بعد همگانی و قهرمانی در جهت توسعه گردشگری ورزشی انجام نپذیرفته است. باتوجه به بررسی‌های صورت گرفته توسط پژوهشگر، پژوهش‌های انجام شده کلی بوده و به‌طور اخص بعد اجتماعی دیپلماسی عمومی نپرداخته است. همچنین صرفاً^۱ در زمینه سیاست یا دیپلماسی عمومی بوده‌است که در زمینه ورزشی نیست یا در مورد دیپلماسی ورزشی و روابط بین‌الملل بوده‌است که اشاره‌ای به گردشگری ندارد. با توجه به آنچه ذکر شد بنابراین پژوهشگر بر آن شد که بررسی و شناسایی کارکردهای اجتماعی دیپلماسی عمومی در گردشگری ورزشی ایران بپردازد و باتوجه به نتایج حاصل، پیشنهادات و راهکارهایی در جهت تقویت روابط بین‌الملل در حوزه ورزش و گردشگری ارائه دهد.

1 SME

2 - Damanik et al

3 - Pamment

4 - JUNIOR & Rodrigues

روش‌شناسی تحقیق

روش‌شناسی پژوهش حاضر از نوع پیمایشی است که در قالب طرح پژوهش کیفی بر مبنای نظریه داده بنیاد عملیاتی گردید. آماری به‌صورت هدفمند از میان اعضای با سابقه تخصص علمی یا عملی در حوزه سیاست، ورزش و گردشگری انتخاب شدند. نمونه آماری شامل ۵ نفر از اعضای هیات‌علمی ورزشی، ۵ نفر از اعضای هیات‌علمی گردشگری، ۷ نفر از اعضای هیات‌علمی علوم سیاسی، ۵ نفر مدیران عملیاتی 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. 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 در واقع مسئولیت و نقش تفسیر داده‌ها مبتنی بر تکرارپذیری مقوله‌ای و بسامد بیشتر مقولات و تفسیر دیده‌ها، شنیده‌ها و خواننده‌ها را برعهده دارند. روایی در پژوهش کیفی، بر صحت داده‌ها (روایی درونی) تأکید دارد و اگر مصاحبه‌شوندگان یافته‌های پژوهش کیفی را تایید کردند یعنی به روایی پژوهش می‌توان اطمینان بیش‌تری کرد. گفتنی است در پژوهش حاضر، پس از اجرای هر مصاحبه، کدگذاری مفاهیم تا آن مرحله انجام می‌شد و جهت جلوگیری از جهت‌گیری و سو برداشت محقق، نتیجه کدگذاری باز حاصل از مصاحبه افراد، مجدد به مصاحبه‌شوندگان ارسال و مورد تاییدشان قرار می‌گرفت. در پژوهش حاضر برای محاسبه پایایی از روش توافق درون موضوعی 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 (دانایی فر و امامی، ۱۳۸۶). در پژوهش حاضر تعداد سه مصاحبه را کدگذاری کرده و درصد توافق درون موضوعی که به‌عنوان شاخص پایایی تحلیل به‌کار می‌رود. نتایج حاصل از این کدگذاری‌ها در جدول شماره ۱ نشان‌داد که تعداد کل کدهای ثبت‌شده توسط هر دو نفر، برابر با ۶۵، تعداد کل توافقات بین این کدها ۲۹ و تعداد کل عدم توافقات بین این کدها ۱۱ می‌باشد. پایایی بین دو کدگذار با استفاده از فرمول ذکرشده ۸۹٪ است که از ۶۰٪ بالاتر بوده بنابراین قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها مورد تأیید قرار گرفت (جدول ۱). یافته‌های حاصل از مصاحبه در کدگذاری باز تعداد ۳۰ مفهوم بود که در کدگذاری محوری در ۵ مقوله شامل آگاهی اجتماعی، مشارکت اجتماعی، اعتماد اجتماعی، توانمندسازی اجتماعی و همبستگی اجتماعی شناسایی شدند که در نهایت زیر چتر مقوله اصلی کارکردهای اجتماعی دیپلماسی عمومی در کدگذاری انتخابی قرار گرفت (جدول ۳ و ۴).

جدول ۱. 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٪ |
| ۲ | هفتم | ۱۳ | ۶ | ۲ | ۹۲٪ |
| ۳ | دوازدهم | ۲۵ | ۱۱ | ۵ | ۸۸٪ |
| | کل | ۶۵ | ۲۹ | ۱۱ | ۸۹٪ |

$$\text{پایای باز آزمون} = \frac{۲ \times \text{تعداد کدهای مورد توافق}}{\text{تعداد کل کدها}} \times ۱۰۰$$

منبع: دانایی فر و مظفری (۱۳۸۷)

یافته‌ها و نتایج تحقیق

جدول ۲. اطلاعات جمعیت‌شناختی نمونه پژوهش

| متغیر | ویژگی جمعیت شناختی | فراوانی | درصد فراوانی |
|-------------|--|---------|--------------|
| جنسیت | مرد | ۱۷ | ۷۷/۳ |
| | زن | ۵ | ۲۲/۷ |
| تحصیلات | کارشناسی ارشد | ۵ | ۲۲/۷ |
| | دکتری | ۱۷ | ۷۷/۳ |
| سمت سازمانی | دکتری گردشگری ورزشی | ۵ | ۲۲/۷ |
| | دکتری مدیریت ورزشی | ۵ | ۲۲/۷ |
| | دکتری علوم سیاسی | ۷ | ۳۱/۹ |
| | ورزشکار با سابقه حضور مسابقات بین المللی | 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 دارای تخصص دکتری علوم سیاسی (۳۱/۹) درصد بودند.

جدول ۳. نمونه کدگذاری اولیه داده‌ها از محتوای مصاحبه

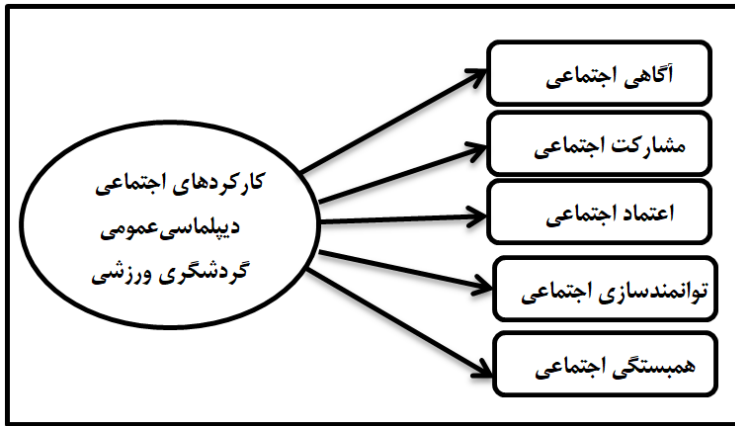
| محتوای مصاحبه (کدگذاری باز) | کد گذاری اولیه |
|--|---|
| ورزش یکی از عوامل مؤثر بر سیاست خارجی است که سیاستمداران برای دستیابی به اهداف خود از آن استفاده می‌کنند. در واقع می‌توان از ورزش در جهت آگاه سازی عمومی، فرهنگ همزیستی بین ملت‌ها، تعامل و اتحاد بین دولت و ملت، آگاه سازی مردم از رویدادهای جهانی، افزایش مشارکت و اتحاد بین مردم استفاده کرد. همچنین با افزایش حضور در میدان ورزشی می‌توان جایگاه و ارزش ایرانیان را به جهان نشان داد ولی متأسفانه بسیاری از این فعالیت‌ها فقط به درون کشور محدود شده و در عرصه‌های بین‌المللی نیاز به آگاه سازی و توانمندسازی اجتماعی و فعالیت بیشتری داریم. | - ورزش تقویت‌کننده فرهنگ همزیستی میان ملت‌هاست - ورزش و گردشگری ورزشی تقویت‌کننده روحیه کار گروهی - ورزش مسبب آگاهی مردم از مفاهیم مرتبط با دیپلماسی عمومی - ورزش ایجاد موقعیتی برای وحدت بین اقلیت‌ها - ورزش مسبب هماهنگی بین سیاست‌های کشور و سیاست‌های عمومی |
| ورزش یکی از کم‌خطرترین راه‌ها برای متعهد نمودن افکار عمومی مخاطبان است که می‌تواند از بحران‌ها جلوگیری و اعتمادسازی کند. خیلی از کشورها از طریق ورزش به قبض و بسط جایگاه خود در عرصه بین‌المللی می‌پردازند. | - ایجاد سازمان مستقل گردشگری ورزشی ایران - ورزش مسبب اعتبار و اعتمادسازی در مجامع بین-المللی |
| ورزش از طرفی می‌تواند مسبب اجرای یک سلسله اهداف و منافع ملی باشد به طور مثال موفقیت در رویدادهای بین‌المللی هم سبب شناخته شدن و هم افزایش احترام کشور در مجامع بین‌المللی می‌شود و تقویت‌کننده اعتبار و منزلت بین‌المللی است. | - ورزش ارتقادهنده صداقت عمومی دولت‌ها - ورزش مسبب آگاه سازی افراد بر تحولات بین‌المللی |
| ورزش در افزایش اتحاد بین ملت و حفظ غرور و اتحاد بین مردم مؤثر است و راهی برای ارتباط کشور با سایر کشورهاست. بنابراین هرچقدر سیاست خارجی یک کشور خوب عمل کند و شرایط را به وضعیت نرمال جهت میزبانی مسابقات نزدیک کند، می‌تواند با میزبانی یک رویداد ورزشی به افزایش منزلت ملی و جذابیت جهانی دست یابد. | - موفقیت در رویدادهای ورزشی مسبب احترام بین‌المللی |

باتوجه به جدول شماره ۳ مبنی بر کدگذاری باز داده‌ها که به این منظور داده‌های مصاحبه‌ها به‌دقت مورد مطالعه و بررسی قرار گرفت 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 بایکدیگر مقایسه شدند تا شباهت‌ها و تفاوت‌هایشان مشخص شود. پژوهشگر در مرحله اول با کدگذاری بر اساس پاراگراف، مفاهیم اولیه حاصل از مصاحبه را استخراج نمود.

جدول ۴. نمونه ای از کدگذاری باز، محوری و انتخابی

| کدگذاری اولیه مفاهیم و برچسب زنی و مقوله‌ها | |
|---|------------------------|
| شرکت مستقیم و غیرمستقیم در ورزش تقویت‌کننده تجزیه‌وتحلیل افراد ورزش مسبب آگاهی مردم از مفاهیم مرتبط با دیپلماسی عمومی ورزش مسبب آگاه سازی افراد بر تحولات بین‌المللی ورزش تقویت‌کننده فرهنگ همزیستی میان ملت‌ها | آگاهی اجتماعی |
| ورزش عاملی در برگزاری جلسات هم‌اندیشی بین وزارتخانه‌های مرتبط مسابقات ورزشی مسبب پویایی جامعه شرکت در فعالیت‌های ورزشی تقویت‌کننده تعهد اجتماعی فعالیت‌های ورزشی تقویت‌کننده هنجارهای اجتماعی شرکت فعال و غیرفعال در ورزش ارتقادهنده روابط اجتماعی ورزش و گردشگری ورزشی تقویت‌کننده روحیه کار گروهی | مشارکت اجتماعی |
| ورزش مسبب اعتبار و اعتمادسازی در مجامع بین‌المللی ورزش ارتقادهنده صداقت عمومی دولت‌ها ورزش مسبب ارتقای فرهنگ مسئولیت‌پذیری ورزش مسبب هماهنگی بین سیاست‌های کشور و سیاست‌های عمومی ورزش مسبب بهبود فرهنگ پاسخگویی ورزش تقویت‌کننده فرهنگ شفافیت سیاست‌گذاری | اعتماد اجتماعی |
| توانمندسازی بین سازمان‌های ورزشی، گردشگری و سیاسی ایجاد برنامه راهبردی توسعه گردشگری ورزشی ایجاد و ارتقا تبلیغات الکترونیک در گردشگری ورزشی طراحی و تدوین سند جامع دیپلماسی گردشگری ورزشی ایران طراحی سایت‌های رسمی معتبر گردشگری ورزشی ایجاد سازمان مستقل گردشگری ورزشی ایران | کارکردهای اجتماعی |
| موفقیت در ورزش مسبب وحدت اجتماعی و همبستگی ملی ورزش مسبب همسویی افکار عمومی با دولت ورزش مسبب شور زندگی و موفقیت در آن ایجادکننده شادی مردم موفقیت در رویدادهای ورزشی سبب حفظ غرور و همگرایی ملی موفقیت در رویدادهای ورزشی مسبب احترام بین‌المللی ورزش موقعیتی برای تشویق ملی‌گرایی ورزش ایجاد موقعیتی برای وحدت بین اقلیت‌ها ورزش ایجاد موقعیتی برای حل اختلافات مذهبی و قومی | توانمندسازی اجتماعی |
| | همبستگی اجتماعی |

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 آنجا که فرایند پژوهش کیفی ماهیتی غیرخطی دارد بنابراین، فرایند کدگذاری‌ها بارها و بارها تکرار شد که براساس نظریه داده بنیاد برطبق مدل گلیسر و استراوس 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. همچنین الگوی مفهومی کارکردهای سیاسی دیپلماسی عمومی در ورزش و گردشگری ایران در شکل ۱ ارائه شده است.



شکل ۱. الگوی کارکردهای اجتماعی دیپلماسی عمومی گردشگری ورزشی ایران

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه جامعه جهانی با ورزش پیوند جدایی‌ناپذیر دارد و موفقیت در رویدادهای ورزشی با اعتبار جهانی همراه است. ورزشکاران به جهت تمرکز فکری در رویدادهای ورزشی، از پرداختن به مسائل حاشیه‌ای و غیراخلاقی در امان هستند و وبه همین جهت ورزش را می‌توان یکی از مهم‌ترین عوامل در توسعه کارکردهای اجتماعی و اخلاقی دانست که در جلوگیری از رفتارهای نابهنجار مؤثر است. ورزش در افزایش روابط اجتماعی مؤثر است. شرکت در رویدادهای ورزشی چه به صورت فعال (ورزشکار، مربی، داور) یا غیرفعال (تماشاگر) منجر به توسعه گردشگری ورزشی می‌شود. تأثیرات کارکردهای اجتماعی ورزش در گردشگری ورزشی بر جامعه میزبان انکارناپذیر است. از این‌رو ورزش و گردشگری ورزشی به‌عنوان یکی از شاخص‌هایی است که در توسعه دیپلماسی عمومی مورد توجه بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه قرار گرفته است. دیپلمات‌های کشورها برای تحقق منافع ملی گردهم می‌آیند و ورزشکاران نیز برای تقویت همین منافع به میادین ورزشی می‌آیند؛ بنابراین پژوهشگر برآن شد تا به بررسی نقش کارکردهای اجتماعی دیپلماسی عمومی در گردشگری ورزشی ایران بپردازد. در این قسمت، براساس یافته‌های حاصل از مصاحبه نیمه ساختاریافته، مهم‌ترین کارکردهای اجتماعی دیپلماسی عمومی در گردشگری ورزشی ایران، پنج مؤلفه شامل آگاهی اجتماعی،

مشارکت اجتماعی، اعتماد اجتماعی، توانمندسازی اجتماعی و همبستگی اجتماعی شناسایی شدند. در ادامه هریک از زیرمؤلفه‌های کارکردهای اجتماعی به تفصیل مورد بحث و بررسی و مقایسه با سایر پژوهش‌ها قرار گرفت.

از جمله زیرمؤلفه‌های کارکردهای اجتماعی مرتبط با آگاهی اجتماعی شامل شرکت مستقیم و غیرمستقیم ورزش تقویت‌کننده تجزیه و تحلیل افراد، ورزش مسبب آگاهی مردم از مفاهیم مرتبط با دیپلماسی عمومی، ورزش مسبب آگاه سازی افراد بر تحولات بین‌المللی، ورزش تقویت‌کننده فرهنگ همزیستی میان ملت‌ها می‌باشد.

از جمله زیرمؤلفه‌های کارکردهای اجتماعی مرتبط با مشارکت اجتماعی شامل ورزش عاملی در برگزاری جلسات هم‌اندیشی بین وزارتخانه‌های مرتبط، مسابقات ورزشی مسبب پویایی جامعه، شرکت در فعالیت‌های ورزشی تقویت‌کننده تعهد اجتماعی، فعالیت‌های ورزشی تقویت‌کننده هنجارهای اجتماعی، شرکت فعال و غیرفعال در ورزش ارتقادهنده روابط اجتماعی، ورزش و گردشگری ورزشی تقویت‌کننده روحیه کار گروهی می‌باشد.

از جمله زیرمؤلفه‌های کارکردهای اجتماعی مرتبط با اعتماد اجتماعی شامل ورزش مسبب اعتبار و اعتمادسازی در مجامع بین‌المللی، ورزش ارتقادهنده صداقت عمومی دولت‌ها، ورزش مسبب ارتقای فرهنگ مسئولیت‌پذیری، ورزش مسبب هماهنگی بین سیاست‌های کشور و سیاست‌های عمومی، ورزش مسبب بهبود فرهنگ پاسخگویی، ورزش تقویت‌کننده فرهنگ شفافیت سیاست‌گذاری می‌باشد.

از جمله زیرمؤلفه‌های کارکردهای اجتماعی مرتبط با توانمندسازی اجتماعی شامل تعامل و همکاری بین سازمان‌های ورزشی، گردشگری و سیاسی، ایجاد برنامه راهبردی توسعه گردشگری ورزشی، ایجاد و ارتقا تبلیغات الکترونیک در گردشگری ورزشی، طراحی و تدوین سند جامع دیپلماسی گردشگری ورزشی ایران، طراحی سایت‌های رسمی معتبر گردشگری ورزشی، ایجاد سازمان مستقل گردشگری ورزشی ایران می‌باشد.

از جمله زیرمؤلفه‌های کارکردهای اجتماعی مرتبط با همبستگی اجتماعی شامل موفقیت در ورزش مسبب وحدت اجتماعی و همبستگی ملی، ورزش مسبب همسویی افکار عمومی با دولت، ورزش مسبب شور زندگی و موفقیت در آن ایجادکننده شادی مردم، موفقیت در رویدادهای ورزشی سبب حفظ غرور و همگرایی ملی، موفقیت در رویدادهای ورزشی مسبب احترام بین‌المللی، ورزش موقعیتی برای تشویق ملی‌گرایی، ورزش ایجاد موقعیتی برای وحدت بین اقلیت‌ها، ورزش ایجاد موقعیتی برای حل اختلافات مذهبی و قومی می‌باشد.

مقایسه پژوهش حاضر با سایر پژوهش‌ها نشان داد که پژوهش حاضر با ونگ و منگ لوویس (۲۰۲۲) و پژوهش واسیک (۲۰۲۲) که بیان کرد دیپلماسی ورزش همگانی به‌عنوان ابزاری برای انسجام ملی است، هم‌خوانی دارد. همچنین نتایج پژوهش حاضر با پژوهش بیمن‌فر و همکاران (۱۳۹۹) و پژوهش بخشی چناری و همکاران (۱۳۹۹) که بیان کردند معرفی فرهنگ غنی و متمدن ایران، معرفی جاذبه‌های گردشگری کشور و در ادامه آن جذب جهانگردان و ایجاد زمینه بهتر برای گفت و گو بین اقوام و ملل مختلف، جذابیت بیشتر دیپلماسی ورزشی نسبت به سایر دیپلماسی‌ها از مهم‌ترین نقش‌های دیپلماسی ورزشی در سیاست خارجی

جمهوری اسلامی ایران از دیدگاه نخبگان بود، هم‌خوانی دارد. پژوهش حاضر با پژوهش گرامولگی و همکاران (۲۰۲۲) که بیان کردند مداخلات ورزش در توسعه ورزش پایه به‌طور منظم ادعا می‌شود که روابط بین مردم را تقویت می‌کند و به توسعه اجتماعی-اقتصادی در بین گروه‌ها کمک می‌کند، همسو می‌باشد.

می‌توان از دیپلماسی عمومی برای توسعه تعاملات، مشارکت عمومی و افزایش آگاهی اجتماعی ملت بهره برد. در واقع ورزشکاران با ورود به عرصه بین‌المللی مسبب شناساندن کشور خود در جامعه جهانی و برندسازی کشورشان می‌شوند. هدف شرکت در رویدادهای ورزشی فقط جنبه قهرمانی نبوده بلکه ورزشکاران، داوران، مربیان و حتی تماشاگران و هواداران به‌گونه‌ای نماد کشور هستند که در رویدادها می‌توانند ارائه‌کننده مفهومی ارزشی خاص در جامعه بین‌المللی باشند. به‌طور مثال رسانه‌ای شدن حضور توریست‌ها چه مسلمان و چه غیر مسلمان در مسجد جمیرای دبی که به‌خاطر اقامه نماز از گلدسته‌های مناره‌های صدای دلنشین اذان منطقه جمیرا به اوج معنویت رساند، نشان از آگاه‌سازی اجتماعی از ارزش‌های مسلمانان داشت.

همچنین کسب میزبانی رویدادهای بزرگ ورزشی می‌تواند توسعه گردشگری را در پیش داشته باشد. اگر به‌طور مثال برگزاری رویداد بزرگ ورزشی نظیر المپیک در ایران صورت‌گیرد، می‌تواند باعث شناخته شدن کشور، توسعه مشارکت عمومی، آگاه‌سازی اجتماعی و افزایش توانمندی اجتماعی شود که خود جذب و رونق گردشگری را به‌دنبال خواهد داشت. یکی از این رهنمودها، طراحی سایت‌های رسمی معتبر گردشگری ورزشی برای معرفی رویداد و جذب گردشگر می‌باشد. پیشنهاد می‌شود که برای تحقق رویای بزرگ میزبانی رویدادهای بزرگ ورزشی، ابتدا با برگزاری رویدادهای کوچک و دوستانه با کشورهای همسایه و سایر کشورهای خارجی زمینه برای شناساندن کشور و جذب گردشگر خارجی بصورت گام به گام فراهم شود.

نقش ورزش امروز از فعالیت‌بدنی و تفریح و سرگرمی فراتر رفته‌است و کارکردهای مختلف اجتماعی، فرهنگی، بهداشتی، اقتصادی، زیست‌محیطی و سیاسی و بین‌المللی دارد. به‌طور مثال امروزه 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، وگان و... انجام می‌دهند که بخاطر جذابیت و معروفیتشان تأثیر به‌سزایی در آگاه‌سازی و مشارکت و اعتمادسازی عموم جامعه دارند. همچنین در مورد دیپلماسی عمومی کشورها به جایگاه ورزش، تیم‌های ورزشی و ورزشکاران در رساندن پیام یک ملت به سایر ملت‌ها توجه ویژه‌ای دارند.

بین‌المللی شدن برخی از ورزش‌ها باعث شده‌است 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 برندسازی کنند. به‌طور مثال برخی از ورزشکاران به‌نوعی نمایانگر برند آن کشور و ورزش‌اند مثل بکام، مسی، فدرر، یزدانی، تختی، دایی و... 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. مثلاً چین از کشورهای مطرح در رشته تنیس روی میز است. ایران کشور مطرح در مورد رشته کشتی است. در همین زمینه تهذیبی (۱۴۰۰) بیان کرد که ورزشکاران اسبق مانند پله، جورج وها، عمران خان و... بعد از دوره ورزشی خود وارد سیاست شده و سیاست داخلی و خارجی را شکل می‌دهند.

باتوجه به نتایج پژوهش در زمینه کارکردهای اجتماعی که شامل آگاهی، مشارکت، اعتماد اجتماعی است پیشنهاد می‌شود که از ورزش برای تغییر اذهان و ادراک شکل گرفته سایر مردم کشورها به کشور ایران استفاده شود. به‌طور مثال با حضور در رویدادهای ورزشی برای ایجاد و حفظ ارتباط با سایر کشورها فراهم شود. همچنین میزبانی رویدادهای ورزشی فرصت خوبی برای توسعه زیرساخت‌هاست. در همین زمینه پژوهش‌ها نشان داده است که میزبانی رویدادهای بزرگ ورزشی، توسعه و رونق گردشگری را به‌دنبال خواهد داشت. به‌طور مثال در پژوهش باقری و همکاران (۱۳۹۵) بیان شده است که داشتن روابط خوب و دوستانه با جامعه بین‌المللی، شانس بیش‌تری را برای دستیابی به میزبانی رویدادهای بزرگ ورزشی و به‌دنبال آن توسعه گردشگری کشور به‌دنبال خواهد داشت. در واقع هر تغییر مثبت در روابط سیاسی در سایر عوامل مرتبط مثل میزبانی رویداد ورزشی و توسعه گردشگری تأثیرگذار است.

باتوجه به نتایج پژوهش در زمینه کارکردهای اجتماعی که شامل توانمندسازی اجتماعی است پیشنهاد می‌شود که از ورزش برای کسب میزبانی رویدادهای بزرگ ورزش قهرمانی، فستیوال‌های ورزش همگانی، بازی‌های دوستانه تدارکاتی، معرفی جاذبه‌های گردشگری کشور و... زمینه بهتر گفت و گو بین سیاستمداران ملل مختلف استفاده کرد.

باتوجه به نتایج پژوهش در زمینه کارکردهای اجتماعی که شامل همبستگی اجتماعی بوده است و موفقیت در رویدادهای ورزشی مسبب احترام بین‌المللی، تشویق ملی‌گرایی و ایجاد موقعیتی برای وحدت در بین اقلیت‌ها، از بین رفتن اختلافات قومی و مذهبی است پیشنهاد می‌شود که از ورزش برای تغییر اذهان عمومی سایر کشورها در مورد کشور ایران به کمک رسانه‌ها و با تقویت اطلاع‌رسانی‌ها به زبان‌های مختلف در راستای آشنایی سایر ملت‌ها با ورزش و جاذبه‌های گردشگری ایران استفاده‌نمود.

باتوجه به یافته‌های پژوهش در زمینه کارکردهای اجتماعی شامل توجه به گردشگری پایدار و تدوین سند جامع گردشگری ورزشی و نقشی که سیاست در ورزش و گردشگری دارد و باتوجه به اینکه برای توسعه رویدادهای بزرگ ورزشی نیاز به این است که روابط بین‌المللی را افزایش داد و قدرت‌نرم و جذابیت ایجاد کرد که برای ارتباط با سایر کشورها با برندسازی و بدون به‌کارگیری نیروی نظامی بتوان موفق به کسب میزبانی رویدادهای بزرگ ورزشی شد که به‌دنبال آن توسعه گردشگری را نیز در پیش دارد. بنابراین در جهت رونق گردشگری و توسعه رویدادهای ورزشی پیشنهاد می‌شود تعامل و همکاری مطلوب بین سازمان‌های گردشگری، ورزشی و سیاسی صورت گیرد.

References

1. Abdi, K., Talebpour, M., Fullerton, J., Ranjkesh, M. J., & Nooghabi, H. J. (2019). Identifying Sports Diplomacy Resources as Soft Power Tools. *Place Branding and Public Diplomacy*, 1-9. (Persian) <http://link.springer.com/10.1057/s41254-019-00115-9>
2. Bagheri, Y., Shariati Feizabadi, M., Nazarian, A. Interpretative Structural Modeling (ISM) of Sport Diplomacy Components. *Journal of Sport Management*, 2016; 8(5): 797-821. doi: 10.22059/jsm.2016.60248(Persian)
3. Bakhshi Chenari, A., Zardoshtian, S., Mohammadi Jame, H. A Comparative Study of Sports Diplomacy Practices and Experiences in Islamic Republic of Iran and Selected Countries. *Communication Management in Sport Media*, 2020; 7(3): 69-79. doi: 10.30473/jsm.2019.48699.1349(Persian)
4. CHagha jerdi, I., Faiz Elahi, Gh.A., Shujaei Esfahani Nejad,E (2014). Identification of influential factors in the development of sports tourism using the SWOT model (Case study: traditional clubs of Isfahan city, *Geographical Journal of Tourism Space*, 3(10), 25-38. https://gjts.malayer.iau.ir/article_520356.html?lang=fa. (Persian)
5. Damanik, F., Rahayu, T., & Setyawati, H. (2020). The Analysis of the Potential of Sports Tourism in Simalungun Regency. *Journal of Physical Education and Sports*, 198-203. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jpes/article/view/34391>
6. Danaeifard, H., Emami, S. Political functions of Qualitative Research: A Reflection on Grounded Theory. *Strategic Management Thought*, 2007; 1(2): 69-97. doi: 10.30497/smt.2007.104 (Persian)
7. Danaeifard, H., & Mozafari, Z. (2008). Promoting validity and reliability in qualitative management research: a reflection on research audit strategies. *Journal of Management Research*, 1(1), 131-162. (In Persian)
8. Dehshiri, M., Faghihi, M. 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*, 2019; 8(28): 33-49. doi: 10.22080/jtpd.2019.2267 (Persian)
9. Dubinsky, Y. (2019). From soft power to sports diplomacy: a theoretical and conceptual discussion. *Place Branding and Public Diplomacy*, 15(3), 156-164. <https://link.springer.com/article/10.1057/s41254-019-00116-8>
10. Faraji, R., & Pour Soltani, H. (2011). Evaluation of the performance of all physical education departments of Iranian provinces based on EFQM model. *Sport Management Studies*, 9, 177-192. (Persian).

11. Garamvölgyi, B., Bardocz-Bencsik, M., & Dóczy, T. (2022). Mapping the role of grassroots sport in public diplomacy. *Sport in Society*, 25(5), 889-907. <https://doi.org/10.1080/17430437.2020.1807955>
12. Grix, J., Jeong, J. B., & Kim, H. (2021). Understanding south korea's use of sports mega-events for domestic, regional and international soft power. *Societies*, 11(4), 144. <https://doi.org/10.3390/soc11040144>
13. GU, Z., Gao, X., & Ryu, S. (2022). Public diplomacy as a determinant of bilateral tourism between the influencer and influencee countries: evidence from the Asia-Pacific region. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 27(3), 319-330. <https://doi.org/10.1080/10941665.2022.2061368>
14. Holly Han, B. "Political intervention in sports, physical education and healthy recreation" translated by Dawood Heydari, *Development of Social Science*.2006 Education, No. 33(Persian).
15. JÚNIO, E. L., & Rodrigues, C. (2017). The Chinese football development plan: Soft power and national identity. *HOLOS*, 5, 114-124. DOI: 10.15628/holos.2017.5750
16. karimi, J., Abbasi, H., & EYDI, H. (2019). Sociological Explanation of Social Consequences of Participation in Sport; Grounded Theory. *Research on Educational Sport*, 7(16), 285-306.(in Persian) doi: 10.22089/res.2018.6136.1500
17. Pamment, J. (2019). Special issue on sports diplomacy, Place Branding and Public Diplomacy, Volume 15, Issue 3, pp 145-14. <https://link.springer.com/content/pdf/10.1057/s41254-019-00136-4.pdf>
18. Parsamehr, M., Nouri, M., Mahtab, N., Veisi, K. (2022). Identification and analysis of key drivers of active sports tourism development in Iran using futures research. *Karafan Quarterly Scientific Journal*, (?),(Persian) -. doi: 10.48301/kssa.2022.314180.1828.
19. peymanfar, M., elahi, A., sajjadpour, S., hamidi, M. (2019). Explaining of sports diplomacy by using the paradigm: a qualitative study. *Journal of Sport Management*, 11(1), 59-75. doi: 10.22059/jsm.2019.138106.1532
20. Sabbaghian, A. (2016). Sport Diplomacy. *Journal of Culture-Communication Studies*, 16(31), 132-151. http://www.jccs.ir/article_12599_75c9f2f7e9380acca945e71011b6cfd.pdf?lang=en
21. Shahbazi, M., Salami, M., Sadeghi, M., & Shirzadi, R. (2016). *The foundations of Tehran's sports sociology* (2nd ed.). Tehran: Bamdad Ketab
22. Shariati Feizabadi, M. A Comparative Study of Sport Diplomacy in the Development of Foreign Relations of Iran and Selected Countries. *Journal of Political Science*. Fifteenth Year,2019, 1(29), 125-148

- (Persian). <http://ensani.ir/file/download/article/1580542138-9766-29-6.pdf>
23. Shariati Feizabadi, M., Monazzami, A. (2021). The Empirical Model of Sport in Development of Public Diplomacy. *Communication Management in Sport Media*, 8(3), 13-26. (Persian). doi: 10.30473/jsm.2020.52137. 10.30473/JSM.2020.52137.1398
 24. Tahzibi, Khademi Ali (2021). Investigating the role and impact of sports diplomacy in international relations, *International Journal of Nations Research*, Volume 6, Number 69, Pages 25-46. <http://ensani.ir/file/download/article/1641014124-10056-69-3.pdf>
 25. 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. <https://doi.org/10.4324/9780429201011>
 26. Wasike, S.(2022) Politics of Grassroot Sports Diplomacy in National Cohesion. *International Journal of Current Science Research and Review*, Volume 05 Issue 06 June2022. DOI: 10.47191/ijcsrr/V5-i6-53, Impact Factor: 5.995. DOI: 10.47191/ijcsrr/V5-i6-53, Impact Factor: 5.995
 27. Wong, D., & Meng-Lewis, Y. (2022). Esports diplomacy—China’s soft power building in the digital era. *Managing Sport and Leisure*, 1-23. <https://doi.org/10.1080/23750472.2022.2054853>