

Sport Management Studies

Sport Sciences Research Institute of Iran

Oct-Nov 2023/ Vol. 15/ No. 80/ Pages 237-266

Designing a Digital Sport Diplomacy Development Model for Islamic Republic of Iran

Soheyla Sefati¹, Saeed Ghorbani^{2*} , Reza Rezayi Shirazi³

1. PhD Student in Sports Management, Department of Physical Education, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran
2. Assistant Professor, Department of Physical Education, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran
3. Assistant Professor, Department of Physical Education, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran

Received: 2022/06/20

Accepted: 2022/08/30

Sefati, S; Ghorbani, S; & Rezayi Shirazi, R; (2023). Designing a Digital Sport Diplomacy Development Model for Islamic Republic of Iran. *Sport Management Studies*, 15(79), 237-66. In Persian. DOI: 10.22089/SMRJ.2022.13021.3695

Abstract

The category of diplomacy, which has always been based on the two elements of information and communication with a long history, is more exposed to the characteristics of the communication age than other social spheres. Therefore, the purpose of this study was to design a model for the development of digital sports diplomacy in the country. This study was applied research in terms of purpose and a mixed (combination of qualitative and quantitative) research in terms of implementation method. The statistical population of this study, according to the type of research in which sports diplomacy was dealt with, includes all experts in the field of sports diplomacy and international relations; faculty members of sports management in the country; officials of the international relations of the federations. Data in the qualitative part were analyzed through the grounded theory using Glaser approach and in the quantitative part, to confirm the conceptual model arising from the grounded theory, the structural equation modeling using Smart PLS software was adopted. The findings showed that there are a total of 6 factors for the development of digital sports diplomacy in the country, including "needs building", "capacity building", "structuring", "branding", "planning" and "development policies". Additionally, the results of structural equation modeling indicated the fit of the research model and all paths were positive and significant. It can be concluded that in order to develop digital sports diplomacy as much as possible, executive structures should be created in the digital tool development program and policies should be formulated to attract people who specialize in this aspect of sports diplomacy.

Keywords: Development, Digital Sports Diplomacy, Iran, Grounded Theory, Structural Equation Modeling

* Corresponding Author: Saeed Ghorbani, Tel: 09129723875, E-mail: saeedghorbani_ur@yahoo.com, <https://orcid.org/0000-0001-5670-8030>



Copyright: © 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Extended Abstract

Background and Purpose

Diplomacy is the technique of implementing foreign policy; and a method to advance goals, interests and mechanisms in international environment. It includes all the actions that a government takes in its foreign relations in political, economic, cultural, commercial, financial, technological, security and military areas, considering increasing benefits and decreasing harms using the foreign policy path (Cull, 2020). The issue of diplomacy which is as old as history, has always relied on the two elements of information and communication. Therefore, it is more affected by the age of communication than other social fields (Nouri, Ghadimi, Shojaei, 2019). On the other hand, the digital diplomacy is today considered as an important technique to accomplish goals and secure national interests. The strong links between the Internet, cyberspace and new information and communication technologies, with foreign policy, have required the global diplomatic community to acquire the necessary skills and resources to achieve their common goals (Manor, 2019). Therefore, the objective of this research is designing a digital sport diplomacy development model for Iran.

Materials and Methods

In this study, in order to achieve a comprehensive conceptual model for factors affecting the development of digital diplomacy in country, these factors were first identified using grounded theory. In the next step, in order to design final model for factors affecting the development of digital diplomacy in country, a primary research tool was instructed and the items and elements were converted to questions and variables, respectively. Face and content validity of the questionnaire were first confirmed by 9 expertises in sport management and then it was distributed among the statistical population. This study was an applied research in terms of purpose and its implementation method was a combination of qualitative and quantitative methods (mixed method). Considering the subject of this research which was about sport diplomacy, the statistical population of this research included all experts and pundits in the field of sport diplomacy and international relations, academic faculty members of sports management in the country, and the international relation officials of federations. To select the research participants, the purposive sampling method was used in qualitative phase. Sixteen interviews were conducted before the data saturation point. In the quantitative phase, the statistical population comprised all the graduated students of sports management in the country and the mentioned groups. The Fornell-Larcker method was adopted as the sampling method and 385 questionnaires were gathered and analyzed. In qualitative phase, the grounded theory with Glaser approach was used for analyzing data. In the quantitative phase, structural equation modeling was applied to validate the conceptual model obtained from the grounded theory. Smart PLS software was used due to the possibility of using non-normal data, solving models with fewer items, and using fewer samples than other existing software.

Findings

The findings of open coding showed that there are 47 items related to sport diplomacy development. In the selective coding stage, 47 items were identified which were placed into the six categories of development policies, branding, capacity building, structuring, need creating, and planning. Eventually, the research qualitative model was drawn. Further, using the structural equation modelling with Smart software, the results showed the apt fit of the research model. First, the research

measurement model was evaluated. In this stage, the reliability of the questionnaire variables was investigated through Cronbach's alpha coefficient and composite reliability as well as discriminant validity was investigated using the Fornell-Larker method. The findings showed that all variables of the questionnaire had acceptable reliability and the obtained square of variance was higher than 0.5, indicating the discriminant validity of the questionnaire. This finding means that the assumptions of structural equation modeling according to the questionnaire and research variables are valid. Next, the structural model of the research was evaluated. Several indicators can be considered in the evaluation of the structural model, including the coefficient of determination (R^2) and path coefficients. The coefficient of determination is a basic criterion for evaluating endogenous latent variables. R^2 values equal to 0.18 and 0.52 in PLS path models were described as weak and significant, respectively. Since the coefficient of determination of all variables was 0.606 and 0.371, it represents each independent variable observed in the model explains the changes in the dependent variable. Therefore, the percentage shown by this index assumes the influence of all independent variables on the dependent variable. This index shows the amount of changes in each of the dependent variables of the model, which is explained by the independent variables. In addition to the coefficient of determination that was explained, to evaluate the structural model, the coefficients of the paths should be checked. Discussion and analysis of the research model revolves around this issue. The results indicated that all the coefficients are significant, indicating fit of the research model.

Conclusion

All the identified indicators were influential in digital sport diplomacy development. It can be concluded that cyberspace can eliminate some corona virus related problems by bypassing some limitations of the real world such as transportation and providing information security, and sports diplomacy can benefit the most from this structure. It means that the digital sport development of Islamic Republic of Iran is affected by all these variables and depends on all of them. Removing or moving one of these components has great impact. All the path coefficients were high and close to each other, so the amount of their impact cannot be compared with each other. It just can be stated that these identified factors and elements are influential in digital sport diplomacy of Islamic Republic of Iran.

Key words: Development, Digital Sports Diplomacy, Iran, Grounded Theory, Structural Equation Modeling.

References

1. Cull, N. J. (2020). Public diplomacy before Gullion: The evolution of a phrase. In *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (pp. 13-17). Routledge.
2. Nouri, Davood, Ghadimi, Bahram, Shojaei, Masoumeh. (2018). Designing a model of Iranian football diplomacy based on field theory. *Strategic Studies in Sports and Youth*, 17 (41), 113-136.
3. Manor, I. (2019). *The digitalization of public diplomacy*. New York: Springer International Publishing.

مطالعات مدیریت ورزشی

پژوهشگاه تربیت بدنی

مهر و آبان ۱۴۰۲، دوره ۱۵، شماره ۸۰، صفحه‌های ۲۶۶-۲۳۷

طراحی الگوی توسعه دیپلماسی ورزشی دیجیتال در جمهوری اسلامی ایران

سهیلا صفاتی^۱، سعید قربانی^{۲*}، رضا رضایی شیرازی^۳

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران
۲. استادیار گروه تربیت بدنی، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران
۳. استادیار گروه تربیت بدنی، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

Sefati, S; Ghorbani, S; & Rezayi Shirazi, R; (2023). Designing a Digital Sport Diplomacy Development Model for Islamic Republic of Iran. *Sport Management Studies*, 15(79), 237-66. In Persian. DOI: 10.22089/SMRJ.2022.13021.3695

دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۰۳/۳۰

پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۰۶/۰۸

چکیده

مقوله دیپلماسی که با قدمتی به بلندای تاریخ همواره بر دو عنصر اطلاعات و ارتباطات استوار است، بیش از سایر حوزه‌های اجتماعی در معرض تأثیرپذیری از مشخصه‌های عصر ارتباطات است؛ از این رو هدف پژوهش حاضر، طراحی الگوی توسعه دیپلماسی ورزشی دیجیتال در کشور بود. این پژوهش از نظر هدف جزو تحقیقات کاربردی و از لحاظ شیوه اجرا ترکیبی از تحقیق کیفی و کمی (آمیخته) بود. جامعه آماری پژوهش با توجه به نوع تحقیق که در مورد دیپلماسی ورزشی است، همه صاحب‌نظران و کارشناسان در حوزه دیپلماسی ورزشی و روابط بین‌الملل، اعضای هیئت علمی مدیریت ورزشی در کشور و مسئولان روابط بین‌الملل فدراسیون‌ها بودند. تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش کیفی با استفاده از نظریه داده‌بنیاد و رویکرد گلیزر و در بخش کمی برای تأیید مدل مفهومی برخاسته از نظریه داده‌بنیاد از مدل‌یابی معادلات ساختاری از طریق نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس استفاده شد. یافته‌ها نشان داد، در مجموع شش عامل برای توسعه دیپلماسی ورزشی دیجیتال در کشور وجود دارد که عبارت‌اند از: نیازسازی، ظرفیت‌سازی، ساختارسازی، برندسازی، برنامه‌ریزی و سیاست‌های توسعه‌ای. نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری نیز حاکی از برازش مدل تحقیق بود و تمامی مسیرها مثبت و معنادار بودند. در نتیجه‌گیری کلی باید اذعان کرد که برای توسعه هرچه بیشتر دیپلماسی ورزشی دیجیتال باید ساختارهای اجرایی در برنامه توسعه ابزار دیجیتال ایجاد کرد و سیاست‌هایی تدوین کرد تا در این زمینه افراد متخصص در این شاخه از دیپلماسی ورزشی جذب شوند. **واژگان کلیدی:** توسعه، دیپلماسی ورزشی دیجیتال، ایران، نظریه داده‌بنیاد، مدل‌سازی معادلات ساختاری.

* Corresponding Author: Saeed Ghorbani, Tel: 09129723875,
E-mail: saeedghorbani_ur@yahoo.com, <https://orcid.org/0000-0001-5670-8030>



Copyright: © 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

مقدمه

در روزگار ما دیپلماسی نیازمند چشم‌اندازها و دیدگاه‌هایی است که بر پایه آن‌ها بیش از هر چیز باید ارتباط میان ویژگی دوره با نیاز انسان به مفاهیمی همچون صلح، انسان‌دوستی، امنیت جهانی، آزادی، دموکراسی و تعامل دولت‌ها با یکدیگر را مدنظر قرار دهد؛ به همین دلیل، دیپلماسی یکی از ابزارهایی است که می‌تواند راهگشا باشد و فضایی ایجاد کند تا هر کشوری بسته به سهم و بزرگی خود جایگاه مناسبی را در تأمین منافع انسان‌ها به دست آورد. بدیهی است، دیپلماسی همراه با دگرگونی‌های گوناگون، شکل عوض می‌کند و متناسب با اندیشه و فکر هر عصر می‌تواند برای ایجاد ارتباطی درست، منطقی و مبتنی بر اصول و مفاهیم انسان‌دوستانه بین کشورها و به بیانی دیگر، برای زندگی صلح‌آمیز انسان‌ها در کنار هم به کار رود (نوری، قدیمی و شجاعی ۲۰۱۹). از نگاه دیگر، تبادلات ورزشی موانع را در سطح بین‌الملل می‌شکند و می‌تواند پل‌های مستحکمی در ارتباط خارجی با دنیا ایجاد کند و گاه توانسته یخ روابط را باز کند. ورزش به‌عنوان میدان نمایش احساسات یک جامعه، قالب و ابزار مناسبی است که هویت ملی یک ملت را در سطح دنیا بروز دهد. با این نگاه، اگر دیپلماسی را فن مدیریت تعامل با جهان خارج توسط دولت‌ها بدانیم، ابزارها و سازوکارهای متعددی برای اعمال این مدیریت می‌توان به کار گرفت.

دیپلماسی، فن اجرای سیاست خارجی و راهی در جهت پیشبرد اهداف، منافع، سازوکارها در محیط بین‌المللی است و شامل همه اقداماتی است که یک دولت در روابط خارجی خود در زمینه‌های سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، تجاری، مالی، فناوری، امنیتی و نظامی با هدف افزایش منافع یا کاهش مضار از مسیر سیاست خارجی انجام می‌دهد؛ در این مفهوم، همه اقدامات دولت‌ها در تعامل یا تقابل با یکدیگر ذیل مفهوم دیپلماسی قرار می‌گیرد. درحقیقت، دیپلماسی ظرف تعاملات واحدهای سیاسی با یکدیگر صرف‌نظر از محتوای این تعاملات است. درواقع، دیپلماسی ابزار و روشی برای رسیدن به اهداف مدنظر کشورها از طرق مسالمت‌آمیز و گفت‌وگومحور است (کول^۱، ۲۰۲۰). با ورود اینترنت به فضای عمومی و دسترسی عامه مردم به این صنعت جدید غرب، انقلابی عمیق همه‌جوه زندگی عصر جدید را در بر گرفته است. فضای مجازی و اینترنت دوران جدیدی را رقم زده است که مطلقاً با دوره‌های قبل خود مقایسه‌شدنی نیست. دنیای دیجیتال میان کاربران جدید و قدیم اطلاعات فاصله نوری انداخته و انبوهی داده و اطلاعات تولیدشده در هر موضوعی، بشر را با حیرت، اختیار و انتخاب نامحدود مواجه کرده است در میان همه‌جوه زندگی فردی و جمعی، امروزه روابط و سیاست خارجی کشورها نیز تحت‌تأثیر تحولات عمیق فناوری اطلاعات و ارتباطات قرار گرفته است. فناوری، شهروندان جدیدی را آفریده است که مهم‌ترین برتری دولت‌ها و حساسیت خاص آنان در طول تاریخ به نام «مرز» را از میان برداشته است. فقدان مرز و نبود مرزبندی‌های رسمی و سنتی، ویژگی ذاتی فضای جدید است و از این منظر همه دولت‌ها در تکاپوی رویارویی دقیق، درست و مصلحت‌اندیشانه با این پدیده‌اند؛ بر این اساس، درصدد اصلاح مدل‌های حکمرانی و درپی آن، کاربست مدل‌های جدید سیاست‌گذاری در حوزه‌های مختلف بویژه دیپلماسی برآمده‌اند. از این منظر، قدرت سیاسی، سیاست خارجی و دیپلماسی کشورها تابعی از میزان حضور در فضای مجازی و کاربست آن در عرصه‌های مختلف و ایجاد تفوق در این زمینه قلمداد می‌شود؛ بنابراین به بیان برخی محققان، قدرت جهانی یک کشور به توانایی دیپلماسی رسانه‌ای‌اش ارتباط دارد و سیاست خارجی نباید برای موفقیت از نقش دیپلماسی رسانه‌ای و فناوری‌های جدید اطلاعاتی-ارتباطی غافل باشد (سلطانی‌فر و خانزاده، ۲۰۱۶). با توجه به وجود قدرت

1. Cull

نرم علم، زمانی که این ابزار با دیپلماسی ترکیب شود، عرصه‌ای جدید با عنوان «دیپلماسی دیجیتال» ایجاد خواهد شد که تعدد مقالات و تجربیات نشان‌دهنده مدنظر بودن این عرصه از نگاه کشورهای متعدد و همچنین موفق بودن آن است (بنیادی و صدوق، ۲۰۱۸). در اواخر قرن بیستم، فضای مجازی و اینترنت در سایه جهانی شدن، به ابزار مؤثری در همه حوزه‌ها از جمله دیپلماسی تبدیل شده است که از آن با عنوان دیپلماسی دیجیتال یاد می‌شود. در تعریف کلی، دیپلماسی دیجیتال به معنی بررسی، تجزیه و تحلیل و تلاش برای حل مشکلات سیاست خارجی از طریق استفاده از فضای مجازی است و ضمن توجه ویژه به بعد فنی، پیشرفت‌های ارتباطی و نقش رسانه را در خدمت دیپلماسی می‌بیند. دیپلماسی دیجیتالی برای تحقق اهداف و تأمین منافع ملی امروزه بسیار مدنظر قرار گرفته است. پیوندهای عمیق میان اینترنت، فضای مجازی، فناوری اطلاعات و ارتباطات نوین ... با سیاست خارجی باعث شده است تا جامعه دیپلماتیک جهانی به ضرورت کسب مهارت‌ها و منابع لازم برای دستیابی به اهداف مشترک خود نیاز پیدا کنند. (مانور^۱، ۲۰۱۹). از طرفی نقش و کارکردهای ورزش روز به روز افزایش یافته است و فراتر از کارکردهای سنتی خود در حال حرکت است. این موضوع به چند عامل مشخص برمی‌گردد که یکی از مهم‌ترین آن‌ها، رشد و پیشرفت علوم ورزشی است و همراه با تعامل ورزش با حوزه‌های اقتصاد، فرهنگ، سیاست، صنعت و سایر ابعاد اجتماعی جامعه، تعامل ویژه‌ای را ایجاد کرده است. امروز به ورزش فقط به‌عنوان تفریح و سرگرمی توجه نمی‌شود؛ بلکه ظرفیت‌های فراوانی در آن به چشم می‌خورد که می‌تواند تأثیرات عظیم اقتصادی، تربیتی، اخلاقی، اجتماعی، زیستی و فرهنگی ایجاد کند؛ به همین دلیل، استقبال فراوانی از توسعه همه‌جانبه ورزش در جامعه می‌شود و در سبد خانوار جامعه موقعیت خود را می‌یابد و مردم اقبال زیادی برای سرمایه‌گذاری در آن نشان می‌دهند. در کنار موضوعات مطرح‌شده، نقش و کارکردهای فرهنگی و بین‌المللی ورزش توسعه یافته است. دیپلماسی ورزش از مهم‌ترین این موضوعات است که دولت‌ها و ملت‌ها برای تعامل با سایر کشورها از طریق ورزش ظرفیت‌های فرهنگی خود را می‌شناسانند و تلاش می‌کنند هویت فرهنگی خود را در فعالیت‌های ورزش نشان دهند که اثرش به مراتب بیشتر است (جوادی‌پور و راسخ، ۲۰۱۹).

اتصال دورترین دولت‌ها به یکدیگر از طریق شبکه‌های الکترونیکی، تسهیل ورود بازیگران جدید به عرصه روابط بین‌الملل، چرخش آزاد اطلاعات، حاکمیت بر فضای اینترنت و ... حاکی از روندی است که محتوا و شکل دیپلماسی را متحول کرده و نیازمند بازتعریف و تغییرات ساختاری کرده است و اشکال نوینی چون دیپلماسی دیجیتال را با توجه به نقش آن در مناسبات میان دولت‌ها و سازمان‌های بین‌المللی به موضوعی پراهمیت تبدیل کرده است (بجولا و هولمس^۲، ۲۰۱۵). ارتقای وجهه یک کشور نیز با توجه به توانمندی‌های داخلی و در قالب قدرت نرم شکل می‌گیرد؛ به عبارت دیگر، در دیپلماسی عمومی، دولت‌ها و ملت‌ها با معطوف کردن سایر مردم و کشورها به جاذبه‌های عمومی خود، سعی در تقویت روابط و تأمین بیشتر منافع و مصالح ملی و دفع هرگونه ضرر و زیان در قالب روش‌های قدرت نرم را دارند. یکی از جاذبه‌ها و تأمین‌کننده بیشتر منافع و مصالح ملی، ورزش است (دوینسکی^۳، ۲۰۱۹). دیپلماسی عمومی نوعی دیپلماسی فرهنگی است که هدف آن ایجاد درک متقابل، تبادل ایده‌ها، اطلاعات و دیگر جنبه‌های فرهنگی در میان ملت‌ها و مردمان است. دیپلماسی ورزش یکی از انواع این نوع دیپلماسی است. در دیپلماسی عمومی، ورزش به‌طور گسترده‌ای و به‌عنوان یک روش برای شروع روابط دیپلماتیک برای کشورهایی که در وضعیت خوبی نیستند، استفاده می‌شود (سمیعی و فتیحی، ۲۰۱۲). ظاهراً ورزش غیرسیاسی است، اما

-
1. Manor
 2. Bjola & Holmes
 3. Dubinsky

کارکردهای بسیار سیاسی از خود برجای می‌گذارد (کوبیرستکی^۱، ۲۰۲۰). برخی امر ورزشی را پهنه و میدانی برای رقابت بر سر قدرت می‌دانند که مردم داوطلبانه وارد سازمان‌های ورزشی می‌شوند و از طریق رقابت و خشونت خود را تخلیه می‌کنند. برخی دیگر به تقویت وحدت ملی و ثبات و تعادل اجتماعی اقدام می‌کنند و ارزش‌های جامعه را با کفایت جامعه‌پذیری به نسل‌های بعد، از دیگر کارکردهای ورزش می‌دانند، اما فارغ از نگاه جامعه‌شناسانه، نقش اولیه ورزش در عرصه سیاست بین‌الملل می‌تواند به‌عنوان فرایند دیپلماسی عمومی باشد. دیپلماسی عمومی روش‌ها و مدل‌های فراوانی دارد که یکی از آن‌ها «زیب دیپلماسی» است (قربانی، ۲۰۱۲). زیب دیپلماسی نوعی دیپلماسی است که در آن گروه‌ها و افراد به‌عنوان دنده‌های یک لبه زیب با گروه‌ها و افراد هم‌سطح خود در دنیا ارتباط برقرار می‌کنند و به‌مثابه دو لبه یک زیب در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند و پیوند می‌یابند. زیب دیپلماسی یکی از شیوه‌های بالقوه برای عرصه دیپلماسی عمومی است. دیپلماسی ورزش یکی از انواع این نوع دیپلماسی است. پیشرفت علوم و فنون طی نیم‌قرن گذشته نه تنها به‌هیچ‌وجه از لحاظ تنوع، تعداد و سرعت اختراعات با دهه‌های پیشین مقایسه‌شدنی نیست، بلکه با کل تاریخ تمدن بشری توازن و تقارن ندارد (یزدانی و نژادزنده، ۲۰۱۲). تا پایان قرن هیجدهم کل دانش بشری هر پنجاه سال یک‌بار، دوبرابر می‌شد. از سال ۱۹۵۰ این میزان به هر ده سال رسید و از سال ۱۹۷۰ هر پنج سال دو برابر شد؛ به این ترتیب، نود درصد دستاوردهای علمی بشر از نیم‌قرن گذشته تاکنون حاصل شده است. تنوع و شتاب اختراعات به‌ویژه فناوری اطلاعات و ارتباطات و دسترسی عموم مردم به آن باعث درهم‌ریختن تمامی مناسبات زندگی انسان امروز شده است (کاسترو^۲، ۲۰۱۳). این دسترسی همگانی، زمینه ورود هرچه‌بیشتر افراد و سازمان‌ها به عرصه سیاست را فراهم می‌کند و امکان دخالت آن‌ها در تصمیمات داخلی و خارجی هر روز بیشتر می‌شود که به‌تبع آن، میزان و گستردگی رشد دخالت نهادها و حتی افراد از سرتاسر جهان در موضوعات بین‌المللی افزایش می‌یابد؛ چراکه سرعت و همه‌گیری فناوری اطلاعات و ارتباطات بسیاری از مرزها و محدودیت‌ها را به‌رغم مقاومت‌ها و مخالفت‌ها در هم ریخته و مهم‌تر از آن، روابط جاری در دنیای حاضر را در معرض تحولات نه‌چندان روشنی قرار داده است (بجولا و کورنپروبت^۳، ۲۰۱۳). اتصال دورترین کشورها و ملت‌ها به یکدیگر بدون داشتن مرز مشترک، مداخله جمعیت‌ها و سازمان‌ها و نهادهای بین‌المللی و غیر دولتی در مسائل داخلی کشورها و انجام تجارت الکترونیک و معامله‌های چند میلیاردی در کمتر از چند ثانیه بدون اطلاع دولت‌ها و سازمان‌های مرتبط، حاکی از روند حذف نظارت وزارت خارجه بر مناسبات خارجی در ابعاد مختلف است (خان، اتفاک، پانتوچا، رازیق و مالیک^۴، ۲۰۲۱). گذشته از این، اثر غیرمستقیم فناوری اطلاعات و ارتباطات، دستگاه سیاست خارجی و نظام دیپلماسی جهان نیز به‌رغم طبیعت احتیاط‌آمیزش، ناگزیر به استفاده غیرمستقیم از فناوری اطلاعات و ارتباطات شده که در اثر آن ساختار، کارکرد و رویه‌های آن‌ها نیز دچار تحولات درخور ملاحظه‌ای شده است. این تغییرات آنقدر اساسی است که گفته می‌شود مهم‌ترین انقلابی است که از قرن پانزدهم که نخستین سفرای ثابت بین دربارهای سلطنتی اروپا مبادله شدند، تاکنون در عرصه فعالیت‌های دیپلماتیک به وقوع پیوسته است (مزومدار^۵، ۲۰۲۱). از طرفی ورزش نقش مهمی در زندگی اجتماعی، سیاسی و اقتصادی مردم کشورهای مختلف دارد. ورزش، علاقه مشترک فرهنگی است که مردم را در سراسر جهان، از هر نژاد و مذهب در رقابت‌های ورزشی شرکت می‌دهد و منبعی قوی از غرور

1. Kobierecki
2. Castro
3. Bjola & Kornprobst
4. Khan, Ittefaq, Pantoja, Raziq & Malik
5. Mazumdar

ملی و همبستگی را به وجود می‌آورد. ورزش در عصر جدید به‌منزله ظرفی است که محتوای آن را ابعاد فرهنگی تشکیل می‌دهد. ورزش در دنیای جدید در کنار تأثیرات جسمی، صنعتی است که در عرصه‌های مختلف اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی، تأثیرات کم‌نظیری دارد (چا، ۲۰۱۳). در عرصه جنگ نرم، ورزش یکی از مهم‌ترین کارکردها را ایفا می‌کند؛ به طوری که کشورها سعی دارند از طریق ورزش به اهداف گسترده خود در کسب قدرت دست یابند. توجه به ورزش در نخستین نگاه در میان عموم طبقات جامعه و در سوی دیگر، در حوزه سیاست و توجه سیاست‌مداران به مقوله ورزش، از جمله مباحثی است که در بسیاری از کشورها، دیرزمانی است به‌عنوان ابزار ارتباطی، جاذب و فراگیر برای ارتباط با بدنه اجتماع و دیگر کشورها به کار رفته است و کاربرد دارد. تحقیقات مختلفی در زمینه دیپلماسی ورزشی در داخل و خارج از کشور انجام شده‌اند؛ عسکرآبادی، حیدری نژاد، مرعشیان و رومی (۲۰۲۱) در پژوهش خود نشان دادند، مهم‌ترین عوامل علی مؤثر بر نقش ورزش در تبیین دیپلماسی عمومی ایران، قدرت نرم، اطلاعات و ارتباطات، درک و بصیرت هستند. عوامل زمینه‌ای، بازیگردانی و یادگیری و عوامل مداخله‌گر مؤثر عوامل محیطی‌اند. عبدی، طالب پور، رنجکش و جباری نوغابی (۲۰۲۱) به طراحی مدل اعمال قدرت نرم از طریق دیپلماسی ورزشی پرداختند و دریافتند، منابع دیپلماسی ورزشی در سه گروه شامل رویدادهای ورزشی، سرمایه‌های انسانی ورزشی، و تولیدکنندگان ورزشی طبقه‌بندی می‌شود. سبزی، شریعتی فیض آبادی و صابونچی (۲۰۲۰) تحقیقی با عنوان «طراحی مدل مفاهیم اثرگذار دیپلماسی ورزش بر توسعه روابط ایران و ایالات متحده» انجام دادند و نشان دادند، هفت عامل توسعه تجاری، امور دینی، تعاملات، امور فرهنگی، انسجام ملی، امور دیپلماتیک و دوستی در چهار سطح متأثر از فضای ورزشی کشور ایران در عرصه بین‌الملل هستند. جوادی‌پور و راسخ (۲۰۱۹) چالش‌ها و ضعف‌های مختلف شامل نبود خط‌مشی‌های روشن و شفاف، نداشتن آگاهی و دانش لازم در این زمینه و شناختن ظرفیت‌های بالقوه دیپلماسی فرهنگی ورزشی را مشخص کردند. آن‌ها پیشنهادها و اقداماتی را در زمینه تحقق اهداف دیپلماسی ورزشی از طریق میزبانی رویدادهای بین‌المللی، حضور در رویدادهای بین‌المللی، اعزام مربیان و ورزشکاران، بستر رسانه ملی، استفاده از ستارگان و نخبگان ورزشی و عضویت هدفمند در مجامع بین‌المللی ارائه دادند. نوری، قدیمی و شجاعی (۲۰۱۸) تحقیقی با عنوان «طراحی الگوی دیپلماسی فوتبال ایران براساس نظریه زمینه‌ای» انجام دادند. در مطالعه آن‌ها، مقوله‌های اصلی و فرعی دیپلماسی فوتبال شناسایی شده و به یکدیگر مرتبط شدند که عبارت بودند از: شرایط علی (ماهیت فوتبال، عوامل ساختاری، سیاست‌های فرهنگی، سیاست‌های بین‌المللی، سیاست‌های مدیریتی، سیاست‌های رسانه‌ای، سیاست‌های ورزش حرفه‌ای)، شرایط زمینه‌ای (عوامل اقتصادی، عوامل مرتبط با دولت و سیاست، عوامل فرهنگی و اجتماعی، معیارهای سنجش و سیاست‌های مرتبط با فیفا)، راهبردها (اقدامات بین‌المللی، اقدامات ساختاری، اقدامات فرهنگی و اجتماعی، اقدامات مرتبط با تیم‌های اعزامی، اقدامات تجاری و اقتصادی) و پیامدها (منزلت و اعتبار بین‌المللی، توسعه صلح و دوستی، انزواگریزی، هویت ملی و همگرایی، توسعه گردشگری ورزشی، توان افزایی و ارتقای مهارت). سویلند^۲ (۲۰۲۰) پژوهشی با هدف بررسی استراتژی‌های ورزشی قطر و نحوه استفاده از دیپلماسی ورزشی کشور قطر انجام داد. نتایج نشان داد، این کشور توانسته است از ورزش خود به بهترین شکل برای به‌دست‌آوردن جذابیت و قدرت نرم در سطح جهانی استفاده کند و سیاست‌های داخلی قطر با وجود انتقادهای وارد شده به آن، در این راستا به‌خوبی عمل کرده است. چابان^۳، کلی و برادی (۲۰۱۹) استفاده دولت‌ها از ابزار

-
1. Cha
 2. Søyland
 3. Chaban, Kelly & Brady

دیجیتال برای رقابت را به منظور جلب توجه بین‌المللی، جذب شرکا، کسب مشروعیت و نفوذ منطقی دانستند. آن‌ها بیان کردند، دیپلماسی دیجیتال این ظرفیت را دارد که به سرعت و مقرون به صرفه به مخاطبان چشمگیری دست یابد و برای کشورهای کوچک با منابع محدود بسیار جذاب است تا صدای خود را در سطح بین‌المللی نشان دهند. آدسینا^۱ (۲۰۱۷) در پژوهش خود که با هدف بررسی مفهوم دیپلماسی دیجیتال با تمرکز بر استفاده از رسانه‌های دیجیتال در حوزه دیپلماسی و نحوه استفاده کشورها از این ابزارها انجام داد، استدلال کرده است که کشورها نمی‌توانند در این عصر دیپلماسی دیجیتال عقب بمانند؛ زیرا می‌توانند از این روندهای دیپلماتیک در حال ظهور بهره‌مند شوند. دیپلماسی دیجیتال و فعالیت‌های اینترنتی به‌طور کلی می‌توانند کمک بزرگی به نمایش مواضع سیاست خارجی یک دولت به مخاطبان داخلی و خارجی کنند. ورکیا^۲ (۲۰۱۷) تحقیقی با عنوان «دیپلماسی دیجیتال و تأثیراتش بر روابط بین‌المللی» انجام داد. وی دریافت، دیپلماسی دیجیتالی ابزاری مثبت است که می‌تواند دولت‌ها در حکومت مدرن از آن استفاده کنند. نادینه^۳ و همکاران (۲۰۱۵) تحقیقی با عنوان «دیپلماسی دیجیتال در کشورهای شورای همکاری خلیج فارس: ارتباط استراتژیک سفارتخانه‌های غربی در توئیتر» انجام دادند و مشخص شد که سفارتخانه‌ها از رسانه‌های اجتماعی در حد بالقوه خود استفاده نمی‌کنند.

درک می‌شود که دیپلماسی ورزشی تحت تأثیر مسائل مختلف است که هر یک از آن‌ها تأثیر زیادی بر توسعه دیپلماسی عمومی کشور دارند. ابزار دیجیتال و دیپلماسی دیجیتال در عصر امروز به دلیل سهولت ارتباطات دیپلمات‌ها از طریق فضای الکترونیک، مشکلات ناشی از شیوع بیماری کوید-۱۹ و مزایای زیادی دیگری که دارد، مدنظر سران سیاسی کشورهای مختلف قرار گرفته است و ورزش نیز از این قاعده مستثنا نیست. چندی پیش بسیاری از جوایز فردی و گردهمایی‌های ورزشی که به صورت حضوری و مجلل برگزار می‌شد، از طریق ابزار دیجیتال و برگزار شد؛ به همین دلیل، مسئله اصلی تحقیق حاضر این است که چه عواملی در توسعه دیپلماسی ورزشی دیجیتال در جمهوری اسلامی ایران نقش دارند و چه الگویی می‌توان برای آن تصور کرد؟

روش پژوهش

در تحقیق حاضر برای دستیابی به مدل مفهومی جامع در مورد عوامل مؤثر بر توسعه دیپلماسی دیجیتال در کشور، مراحل زیر طی شد. ابتدا با استفاده از نظریه داده‌بنیاد به شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه دیپلماسی دیجیتال در کشور پرداخته شد. این روش برای به دست آوردن داده‌های پر محتوا و در جهت آشکار کردن فرایندهای اجتماعی نهفته در تعاملات انسانی به کار می‌رود و پژوهشگر به تولید فهمی از یک فرایند که به موضوعی واقعی مربوط است، مبادرت می‌ورزد. نظریه داده‌بنیاد با پارادایم‌های متعدد و رویکردهای گوناگونی بهره‌برداری می‌شود که مهم‌ترین آن‌ها عبارت‌اند از: رویکرد استراوس و کوربین یا نظام‌مند، رویکرد گلیزر یا برآینده و رویکرد ساختارگرایانه. این پژوهش رویکرد برآینده یا همان رویکرد گلیزری را دنبال کرده است؛ چراکه این رویکرد الگوهای گسترده‌تر و متنوع‌تری را برای تلفیق داده‌ها ارائه می‌دهد. در واقع، این رویکرد به جای تحمیل نظریه به داده‌ها، نظریه‌ها را از بطن داده‌ها کاوش می‌کند و در مقایسه با دو رویکرد دیگر غیرساختاریافته است. شیوه کدگذاری

-
1. Adesina
 2. Verrekia
 3. Nadine

گلیزر به صورت کدگذاری باز^۱، کدگذاری محوری^۲ و کدگذاری نظری^۳ است (گلیزر^۴، ۲۰۰۸، ۳۰) که از طریق این شیوه و مصاحبه‌ها مدل نهایی ترسیم شد. در مرحله بعدی برای طراحی مدل نهایی عوامل مؤثر بر توسعه دیپلماسی دیجیتال کشور، ابزار اولیه تحقیق ساخته شد و گویه‌ها به سؤالات و مؤلفه‌ها به متغیر تبدیل شدند. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه ابتدا به تأیید نه نفر از اساتید حوزه مدیریت ورزشی رسید. سپس پرسشنامه در بین جامعه آماری توزیع شد. این پژوهش از نظر هدف جزو تحقیقات کاربردی و از لحاظ شیوه اجرا ترکیبی از تحقیق کیفی و کمی (آمیخته) بود. جامعه آماری این پژوهش با توجه به نوع تحقیق در که در مورد دیپلماسی ورزشی است، همه صاحب‌نظران و کارشناسان در حوزه دیپلماسی ورزشی و روابط بین‌الملل، اعضای هیئت علمی مدیریت ورزشی در کشور و مسئولان روابط بین‌الملل فدراسیون‌ها بودند. روش نمونه‌گیری در قسمت کیفی به صورت هدفمند بود که در مجموع ۱۶ مصاحبه انجام شد تا داده‌ها به اشباع نظری رسید. تمامی مصاحبه‌ها از طریق فضای مجازی برگزار شد. میانگین مدت‌زمان انجام هر مصاحبه ۴۵ دقیقه بود. سؤالات مصاحبه به صورت نیمه‌ساختاریافته بود و هفت سؤال کلی پرسیده شد (آیا صنعت ورزش ایران به‌عنوان یک ابزار دیپلماسی می‌تواند محسوب شود؟ دیپلماسی ورزشی کشور را با توجه به وضع موجود چگونه تصور می‌کنید؟ ابزار دیجیتال و شبکه‌های مجازی در دیپلماسی عمومی یک کشور نقش دارند؟ اگر نقش دارند این نقش را چگونه توصیف می‌کنید؟ آیا با این تفصیل می‌توان برای دیپلماسی ورزشی یک کشور از فضای مجازی استفاده کرد؟ به نظر شما چه عواملی بر توسعه دیپلماسی ورزشی دیجیتال ایران مؤثر هستند؟ اگر به‌طور تجربی بخواهید این عواملی را که بیان کردید اولویت‌بندی کنید، چه ترتیبی برای آن قائل می‌شوید؟) تمامی مصاحبه‌ها ضبط و بلافاصله ثبت و کدگذاری شد و برای تعیین اعتبار کدگذاری از شخص دومی برای کدگذاری استفاده شد و میزان مطابقت دو کدگذار به‌عنوان کدهای نهایی تأیید شده وارد تحقیق شد.

در بخش کمی، تمامی دانشجویان مدیریت ورزشی تحصیلات تکمیلی کشور و طیف بالا، جامعه آماری تحقیق را تشکیل دادند که طبق نمونه‌گیری به روش فورنل-لارکر، ۳۸۵ پرسشنامه جمع‌آوری شد و تحلیل داده‌ها بر همین تعداد انجام پذیرفت. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش کیفی با استفاده از نظریه داده‌بنیاد و رویکرد گلیزر و در بخش کمی برای تأیید مدل مفهومی برخاسته از نظریه داده‌بنیاد از مدل‌یابی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس به دلیل نیاز نبودن به نرمال بودن توزیع داده‌ها، امکان حل مدل‌های با گویه‌های کمتر و استفاده از نمونه‌های کمتر در مقایسه با نرم‌افزارهای دیگر استفاده شد.

نتایج

در جدول شماره یک اطلاعات جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان ارائه شده است.

-
1. Open Coding
 2. Selective Coding
 3. Theoretical Coding
 4. Glaser

جدول ۱- اطلاعات جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان

Table 1- Demographic information of the interviewees

کد code	سمت و تخصص specialization	سابقه History	رشته تحصیلی Major	تحصیلات و مرتبه علمی Education and academic rank
I1	عضو هیئت‌علمی Faculty member	12	مدیریت ورزشی Sport Management	دکتری تخصصی، دانشیار PhD, Associate Professor
I2	عضو هیئت‌علمی Faculty member	16	مدیریت Management	دکتری تخصصی، دانشیار PhD, Associate Professor
I3	عضو هیئت‌علمی Faculty member	7	مدیریت روابط بین‌الملل International Relations Management	دکتری تخصصی، استادیار PhD, Assistant Professor
I4	محقق در زمینه دیپلماسی ورزشی Researcher in the field of sports diplomacy	5	مدیریت ورزشی Sport Management	دکتری تخصصی PhD
I5	محقق در زمینه دیپلماسی عمومی Researcher in the field of public diplomacy	6	مدیریت روابط بین‌الملل International Relations Management	دکتری تخصصی PhD
I6	عضو هیئت‌علمی و متخصص برندسازی ورزشی Faculty member and sports branding specialist	12	مدیریت ورزشی Sport Management	دکتری تخصصی، استادیار PhD, Assistant Professor
I7	محقق و کارشناس ارتباطات مجازی در امور بین‌الملل Researcher and expert in virtual communication in international affairs	5	علوم سیاسی political science	دانشجوی دکتری PhD Student
I8	محقق دارای مقالات مرتبط با دیپلماسی ورزشی Researcher has articles related to sports diplomacy	3	مدیریت ورزشی Sport Management	دانشجوی دکتری PhD Student
I9	عضو هیئت‌علمی Faculty member	12	مدیریت بازاریابی Marketing Management	دکتری تخصصی، دانشیار PhD, Associate Professor
I10	مسئول روابط بین‌المللی فدراسیون‌های ورزشی کشور Responsible for international relations of the country's sports federations	—	—	—

جدول ۱- اطلاعات جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان

Table 1- Demographic information of the interviewees

کد code	سمت و تخصص specialization	سابقه History	رشته تحصیلی Major	تحصیلات و مرتبه علمی Education and academic rank
I11	مسئول روابط بین‌المللی فدراسیون‌های ورزشی کشور Responsible for international relations of the country's sports federations	—	—	—
I12	عضو هیئت علمی Faculty member	26	علوم سیاسی political science	دکتری تخصصی، استاد تمام PhD, Professor
I13	محقق حوزه دیپلماسی ورزشی Researcher in the field of sports diplomacy	4	علوم سیاسی political science	دانشجوی دکتری PhD Student
I14	مسئول روابط بین‌المللی فدراسیون‌های ورزشی کشور Responsible for international relations of the country's sports federations	—	—	—
I15	محقق در زمینه تجارت الکترونیک Researcher in the field of e-commerce	—	—	—
I16	محقق و کارشناس حقوق ورزشی Researcher and sports law expert	10	مدیریت ورزشی Sport Management	دکتری تخصصی PhD

همان‌طور که ذکر شد، در این پژوهش از نظریه داده‌بنیاد و شیوه کدگذاری برآینده یا گلیزر برای شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه دیپلماسی ورزشی دیجیتال در کشور استفاده شد. داده‌های حاصل از مصاحبه در سه گام به شرح زیر تحلیل شد.

کدگذاری باز

بر اساس رویکرد گلیزر، کدگذاری باز تا زمانی انجام می‌شود که اثرات ظهور مقوله محوری^۱ نمودار شود تا بدین ترتیب در مرحله بعدی یعنی مرحله کدگذاری انتخابی، کدگذاری براساس این مقوله هدایت شود. برای کدگذاری باز باید آگاهانه به جست‌وجوی متغیر محوری پرداخت و از حساسیت نظری^۲ در این مرحله برخوردار بود که گلیزر در این زمینه عنوان می‌کند: همان‌طور که محقق به‌طور مداوم پیشامدها و مفاهیم را مقایسه می‌کند، کدهای متعددی را ایجاد می‌کند؛ درحالی که حواس خود را به یک یا دو کد محوری جمع می‌کند و محقق در جست‌وجوی تم‌های اصلی است (گلیزر، ۱۹۷۸). با توجه به مطالب

1. Core Category
2. Theoretical sensitivity

ذکرشده، اثرات مقوله محوری پس از کدگذاری مصاحبه سیزدهم پدید آمد. در جدول شماره دو، کدهای استخراج شده در مرحله کدگذاری باز نمایش داده شده است.

جدول ۲- گویه‌های استخراج شده در مرحله کدگذاری باز
Table 2- Items extracted in the open coding step

شماره	کد	شماره	کد
Number	Code	Number	Code
1	سیاست گذاری در برنامه توسعه ابزار دیجیتال Policy in digital tool development program	2	هم‌افزایی برنامه‌های توسعه ابزار دیجیتال Synergy of digital tool development programs
3	ایجاد جماعت مجازی با ارزش‌های مشترک مخاطبان ورزشی Creating a virtual community with common values of sports audiences	4	کاهش تضاد اجتماعی از طریق دیپلماسی مجازی در ورزش Reducing social conflict through virtual diplomacy in sport
5	توسعه گردشگری الکترونیک در کشور Development of e-tourism in the country	6	محتواسازی خوب در فضای مجازی Good content creation in cyberspace
7	ایجاد محیط مناسب افکار عمومی Creating a conducive environment for public opinion	8	سعی در کاهش محدودیت‌های واقعی به دلیل انتخابی بودن جماعت مجازی در ورزش Try to reduce the real restrictions due to the selectivity of the virtual community in sports
9	ایجاد شبکه‌های مجازی فعال در فدراسیون‌های بین‌المللی ورزشی Creating active virtual networks in international sports federations	10	آگاهی درمورد دورزدن تحریم‌های بین‌المللی در ورزش Awareness of circumventing international sanctions on sport
11	ایجاد اعتمادسازی و تسهیل روند کسب کرسی‌های بین‌المللی در ورزش Build trust and facilitate the process of gaining international seats in sports	12	ایجاد وابستگی‌های فکری و سیاسی Creating intellectual and political affiliations
13	ظرفیت متقاعدسازی بیشتر More persuasive capacity	14	سعی در گسترش مخاطبان ورزشی از سراسر دنیا به وسیله فضای مجازی Trying to expand the sports audience from all over the world through cyberspace
15	پرورش دیپلمات‌های بیشتر در ورزش بین‌المللی Educate more diplomats in international sports	16	افزایش کاربران فضای مجازی در فعالیت‌های ورزشی Increase cyberspace users in sports activities

جدول ۲- گویه‌های استخراج شده در مرحله کدگذاری باز

Table 2- Items extracted in the open coding step

شماره	کد	شماره	کد
Number	Code	Number	Code
17	کاهش تنش‌های سیاسی و ترویج فضای صلح و دوستی توسط دیپلماسی از طریق فضای مجازی through cyberspace	18	تقویت حضور اثربخش باشگاه‌های ورزشی از طریق فضای دیجیتال Strengthen the effective presence of sports clubs through digital space
19	ایجاد و ترویج فضای گفت‌وگو ورزشی از طریق ابزار دیجیتال Create and promote a sports dialogue space through digital tools	20	توسعه فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی در ورزش Development of communication and information technologies in sports
21	استفاده از فضای مجازی برای معرفی ورزش کشور به دنیا Using cyberspace to introduce the country's sports to the world	22	ایجاد ارتباط منسجم‌تر با دیگر نهادهای ورزشی از طریق شبکه‌های مجازی Establish a more cohesive relationship with other sports institutions through virtual networks
23	کاهش مرزهای زبانی و ارتباطی در ارتباطات دیجیتال Reducing language and communication boundaries in digital communications	24	ایجاد ساختارهای اجرایی در برنامه توسعه ابزار دیجیتال Creating executive structures in the digital tool development program
25	افزایش بازدید مجازی از ورزش کشور و ارائه تصویر مثبت Reducing language and communication boundaries in digital communications	26	زمینه‌سازی ایجاد روابط بین‌الملل در ورزش توسط ابزار دیجیتال Laying the groundwork for international relations in sports through digital tools
27	نمایان و عرضه کردن فرهنگ ورزش کشور بدون محدودیت از طریق فضای مجازی Show and present the country's sports culture without restrictions through cyberspace	28	افزایش شانس کسب کرسی‌های بین‌المللی از طریق دیپلماسی ورزشی دیجیتال Increase the chances of winning international seats through digital sports diplomacy
29	قراردادن دیپلماسی مجازی در اولویت سیاست خارجی Putting virtual diplomacy at the forefront of foreign policy	30	افزایش رویدادهای دوجانبه و چندجانبه Increase bilateral and multilateral events
31	سیاست‌گذاری دقیق در دیپلماسی ورزشی از طریق ابزار دیجیتال Strict policy-making in sports diplomacy through digital tools	32	افزایش گفت‌وگوی دیجیتال در عرصه ورزش حرفه‌ای و بین‌المللی Enhancing digital dialogue in the field of professional and international sports

جدول ۲- گویه‌های استخراج شده در مرحله کدگذاری باز

Table 2- Items extracted in the open coding step

کد Code	شماره Number	کد Code	شماره Number
ایجاد امنیت اطلاعاتی بیشتر از طریق ابزار دیجیتال Create more information security through digital tools	34	استفاده از شبکه‌های مجازی به‌عنوان قدرت نرم Use virtual networks as soft power	33
نمایش دستاوردهای بین‌المللی ورزشی کشور از طریق ابزار دیجیتال Show the country's international sports achievements through digital tools	36	پرورش دیپلمات‌های مجازی در ورزش کشور Training of virtual diplomats in the country's sports	35
ساختارسازی بهتر از طریق دیپلماسی مجازی Better structuring through virtual diplomacy	38	افزایش کارایی و اثربخشی بر ارتباطات بین‌المللی از طریق ابزار دیجیتال Increasing the efficiency and effectiveness of international communications through digital tools	37
تقویت تفکر حرفه‌ای در دیپلماسی ورزشی کشور Strengthening professional thinking in the country's sports diplomacy	40	افزایش حمایت و پشتیبانی بیشتر از دستگاه دیپلماسی ورزشی از طریق ابزار دیجیتال Increase support for the sports diplomacy apparatus through digital tools	39
تأکید بر ضرورت به‌روزشدن اطلاعات و ارتباطات در دیپلماسی ورزشی Emphasis on the need to update information and communication in sports diplomacy	42	جذاب‌تر کردن روزافزون ابزار دیجیتال در ارتباطات ورزشی Increasingly attractive digital tools in sports communication	41
امکان توسعه صلح و دوستی بیشتر در روابط بین‌المللی ورزشی Possibility of developing more peace and friendship in international sports relations	44	ارائه تصویر مناسب‌تر در حوزه‌های مختلف ورزش از طریق شبکه‌های مجازی Provide a more appropriate image in various fields of sports through virtual networks	43
تقویت پورتال دستگاه دیپلماسی Strengthen the portal of the diplomatic apparatus	46	کاهش نقش انحصاری از طریق ارتباطات مجازی در ورزش Reducing the exclusive role of virtual communication in sports	45
		ایجاد فردگرایی به‌جای جماعت‌گرایی در ارتباطات ورزشی Creating individualism instead of collectivism in sports communication	47

کدگذاری انتخابی

کدگذاری انتخابی با ظهور مقوله محوری در مرحله کدگذاری باز آغاز می‌شود. در این مرحله، کدگذاری‌ها حول این مقوله صورت می‌گیرد؛ بنابراین در ادامه مصاحبه‌ها، کدگذاری حول مقوله محوری استخراج‌شده در مرحله کدگذاری باز صورت گرفت. در جدول شماره سه، کدها و مفاهیم به‌دست‌آمده در این مرحله ارائه شده است؛ البته باید ذکر کرد که در این جدول فقط به عناوین کدها اشاره شده است و فراوانی هریک از این کدها با یکدیگر تفاوت دارد.

جدول ۳- مفاهیم و نمونه کدهای حاصل از تحلیل داده‌ها در مرحله کدگذاری انتخابی

Table 3- Concepts and examples of codes obtained from data analysis in the selected coding stage

مفهوم Concept	کد Code
نیازسازی Needs building	<p>جذاب‌تر کردن روزافزون ابزار دیجیتال در ارتباطات ورزشی Increasingly attractive digital tools in sports communication</p> <p>ایجاد ساختارهای اجرایی در برنامه توسعه ابزار دیجیتال Creating executive structures in the digital tool development program</p> <p>سیاست‌گذاری در برنامه توسعه ابزار دیجیتال Policy in digital tool development program</p> <p>هم‌افزایی برنامه‌های توسعه ابزار دیجیتال Synergy of digital tool development programs</p> <p>ایجاد محیط مناسب افکار عمومی Creating a conducive environment for public opinion</p> <p>سعی در گسترش مخاطبان ورزشی از سراسر دنیا به‌وسیله فضای مجازی Trying to expand the sports audience from all over the world through cyberspace</p> <p>ایجاد و ترویج فضای گفت‌وگو ورزشی از طریق ابزار دیجیتال Create and promote a sports dialogue space through digital tools</p> <p>تأکید بر ضرورت به‌روزشدن اطلاعات و ارتباطات در دیپلماسی ورزشی Create and promote a sports dialogue space through digital tools</p>
ظرفیت‌سازی Capacity building	<p>کاهش مرزهای زبانی و ارتباطی در ارتباطات دیجیتال Reducing language and communication boundaries in digital communications</p> <p>سعی در کاهش محدودیت‌های واقعی به‌دلیل انتخابی بودن جماعت مجازی در ورزش Try to reduce the real restrictions due to the selectivity of the virtual community in sports</p> <p>افزایش کاربران فضای مجازی در فعالیتهای ورزشی Increase cyberspace users in sports activities</p> <p>ایجاد جماعت مجازی با ارزش‌های مشترک مخاطبان ورزشی Creating a virtual community with common values of sports audiences</p> <p>ایجاد امنیت اطلاعاتی بیشتر از طریق ابزار دیجیتال Create more information security through digital tools</p> <p>افزایش کارایی و اثربخشی در ارتباطات بین‌المللی از طریق ابزار دیجیتال Increasing the efficiency and effectiveness of international communications through digital tools</p> <p>ظرفیت‌متقاعدسازی بیشتر</p>

جدول ۳- مفاهیم و نمونه کدهای حاصل از تحلیل داده‌ها در مرحله کدگذاری انتخابی

Table 3- Concepts and examples of codes obtained from data analysis in the selected coding stage

مفهوم Concept	کد Code
	<p>More persuasive capacity افزایش شانس کسب کرسی‌های بین‌المللی از طریق دیپلماسی ورزشی دیجیتال Increase the chances of winning international seats through digital sports diplomacy</p> <p>استفاده از شبکه‌های مجازی به‌عنوان قدرت نرم Use virtual networks as soft power</p>
ساختارسازی Structuring	<p>ایجاد فردگرایی به‌جای جماعت‌گرایی در ارتباطات ورزشی Creating individualism instead of collectivism in sports communication</p> <p>ایجاد وابستگی‌های فکری و سیاسی Creating intellectual and political affiliations</p> <p>ساختارسازی بهتر از طریق دیپلماسی مجازی Better structuring through virtual diplomacy</p> <p>افزایش رویدادهای دوجانبه و چندجانبه Increase bilateral and multilateral events</p> <p>کاهش تضاد اجتماعی از طریق دیپلماسی مجازی در ورزش Reducing social conflict through virtual diplomacy in sport</p> <p>پرورش دیپلمات‌های بیشتر در ورزش بین‌المللی Educate more diplomats in international sports</p> <p>توسعه فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی در ورزش Development of communication and information technologies in sports</p> <p>قراردادن دیپلماسی مجازی در اولویت سیاست خارجی Putting virtual diplomacy at the forefront of foreign policy</p>
برندسازی Branding	<p>ارائه تصویر مناسب‌تر در حوزه‌های مختلف ورزش از طریق شبکه‌های مجازی Putting virtual diplomacy at the forefront of foreign policy</p> <p>افزایش بازدید مجازی از ورزش کشور و ارائه تصویر مثبت Increase virtual visits to the country's sports and provide a positive image</p> <p>توسعه گردشگری الکترونیک در کشور Development of e-tourism in the country</p> <p>استفاده از فضای مجازی برای معرفی ورزش کشور به دنیا Development of e-tourism in the country</p> <p>تقویت حضور اثربخش باشگاه‌های ورزشی از طریق فضای دیجیتال Development of e-tourism in the country</p> <p>امکان توسعه صلح و دوستی بیشتر در روابط بین‌المللی ورزشی Possibility of developing more peace and friendship in international sports relations</p> <p>کاهش تنش‌های سیاسی و ترویج فضای صلح و دوستی توسط دیپلماسی از طریق فضای مجازی Reducing political tensions and promoting an atmosphere of peace and friendship through diplomacy through cyberspace</p> <p>نمایان و عرضه‌کردن فرهنگ ورزش کشور بدون محدودیت از طریق فضای مجازی Show and present the country's sports culture without restrictions through cyberspace</p>

جدول ۳- مفاهیم و نمونه کدهای حاصل از تحلیل داده‌ها در مرحله کدگذاری انتخابی

Table 3- Concepts and examples of codes obtained from data analysis in the selected coding stage

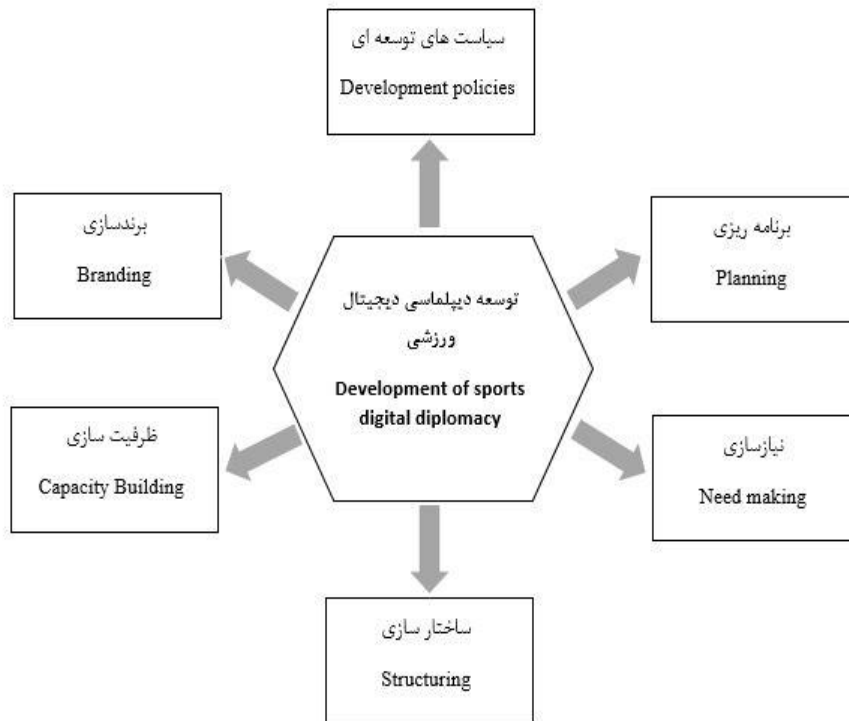
مفهوم Concept	کد Code
برنامه ریزی Planning	<p>کاهش نقش انحصاری از طریق ارتباطات مجازی در ورزش Reducing the exclusive role of virtual communication in sports</p> <p>سیاست گذاری دقیق در دیپلماسی ورزشی از طریق ابزار دیجیتال Strict policy-making in sports diplomacy through digital tools</p> <p>آگاهی درمورد دورزدن تحریم‌های بین‌المللی در ورزش Awareness of circumventing international sanctions on sport</p> <p>افزایش حمایت و پشتیبانی بیشتر از دستگاه دیپلماسی ورزشی از طریق ابزار دیجیتال Increase support for the sports diplomacy apparatus through digital tools</p> <p>تقویت تفکر حرفه‌ای در دیپلماسی ورزشی کشور Strengthening professional thinking in the country's sports diplomacy</p> <p>ایجاد شبکه‌های مجازی فعال در فدراسیون‌های بین‌المللی ورزشی Creating active virtual networks in international sports federations</p>
سیاست‌های توسعه‌ای Development policies	<p>تقویت پورتال دستگاه دیپلماسی Strengthen the portal of the diplomatic apparatus</p> <p>ایجاد اعتمادسازی و تسهیل روند کسب کرسی‌های بین‌المللی در ورزش Build trust and facilitate the process of gaining international seats in sports</p> <p>زمینه‌سازی ایجاد روابط بین‌الملل در ورزش توسط ابزار دیجیتال Laying the groundwork for international relations in sports through digital tools</p> <p>ایجاد ارتباط منسجم‌تر با دیگر نهادهای ورزشی از طریق شبکه‌های مجازی Establish a more cohesive relationship with other sports institutions through virtual networks</p> <p>افزایش گفت‌وگوی دیجیتال در عرصه ورزش حرفه‌ای و بین‌المللی Enhancing digital dialogue in the field of professional and international sports</p> <p>پرورش دیپلمات‌های مجازی در ورزش کشور Training of virtual diplomats in the country's sports</p> <p>نمایش دستاوردهای بین‌المللی ورزشی کشور از طریق ابزار دیجیتال Show the country's international sports achievements through digital tools</p> <p>محتواسازی خوب در فضای مجازی Good content creation in cyberspace</p>

کدگذاری نظری

این مرحله کدگذاری، ترکیب مفاهیم به‌وسیله یک الگوی ارتباطی را نشان می‌دهد (لوکی^۱، ۲۰۰۱). کدهای نظری از مدل‌های انتزاعی تشکیل می‌شود که مقولات را در جهت یک نظریه تلفیق می‌کند (گلیزر و هن^۲، ۲۰۰۵). گلیزر برای تلفیق کدهای حقیقی، ۱۸ خانواده از کدهای نظری را به‌عنوان الگوهایی برای ترغیب کدهای حقیقی معرفی کرده است.

1. Locke
2. Hon

وی بدون ارائه یک الگوی شماتیک مشخص، به مجموعه‌ای از واژه‌ها اشاره می‌کند که هر یک از آن‌ها می‌تواند در تلفیق کدهای حقیقی، راهنما باشد؛ به عبارت دیگر، وی در اشاره به هر یک از خانواده‌های کدگذاری، بدون معین کردن نحوه پیوند میان واژه‌ها، محقق را آزاد می‌گذارد تا خود به تلفیق کدها و مدل‌سازی اقدام کند. در این پژوهش با تلفیق مقولات به‌دست‌آمده، مدل تحقیق در «خانواده کدگذاری نوع»^۱ قرار گرفت و به‌صورت شکل شماره یک ترسیم شد.



شکل ۱- مدل مفهومی حاصل از تحلیل داده‌ها در کدگذاری نظری

Figure 1- Conceptual model of data analysis in theoretical coding

در ادامه برای تأیید مدل مفهومی برخاسته از نظریه داده‌بنیاد به شیوه کدگذاری گلیرز پرسشنامه‌ای طبق نتایج تحقیق ساخته شد و در اختیار نمونه تحقیق قرار گرفت.

برای آزمون مدل تحقیق، از مدل‌سازی مسیری-ساختاری استفاده شد. این روش، مدلی آماری برای بررسی روابط خطی بین متغیرهای تحقیق و سؤالات پرسشنامه است؛ به عبارت دیگر، مدل‌سازی مسیری-ساختاری تکنیک آماری قدرتمندی است که مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری را با یک آزمون آماری هم‌زمان ترکیب می‌کند. به‌منظور بررسی مطلوبیت مدل مسیری-ساختاری در روش حداقل مربعات جزئی (پی‌ال‌اس) معیارهای متفاوتی برای ارزیابی مدل وجود دارد. ابتدا مدل اندازه‌گیری و سپس مدل ساختاری بررسی می‌شود.

1. Type Family

ارزیابی مدل اندازه‌گیری

در این بخش پایایی مدل با سه شاخص ضریب آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی ارزیابی شد. سپس روایی همگرا با استفاده از متوسط واریانس استخراج‌شده^۱ تحلیل شد و روایی واگرا نیز به روش فورنل-لارکر بررسی شد.

جدول ۴. بررسی شاخص‌های روایی و پایایی سازه تحقیق

Table 4. Investigating the validity and reliability of research structures

سازه Structure	آلفای کرونباخ Cronbach's alpha	پایایی ترکیبی Combined reliability	مجدور واریانس استخراج‌شده (AVE) Average Variance Extracted
برنامه‌ریزی Planning	0.88	0.93	0.71
برندسازی Branding	0.91	0.95	0.73
توسعه دیپلماسی ورزشی دیجیتال Development of digital sports diplomacy	0.80	0.85	0.86
نیازسازی Needs building	0.91	0.93	0.66
ساختارسازی Structuring	0.88	0.95	0.72
سیاست‌های توسعه‌ای Development policies	0.92	0.97	0.81
ظرفیت‌سازی Capacity building	0.91	0.94	0.66

براساس نتایج آزمون در جدول شماره چهار، میزان آلفای کرونباخ بیشتر از ۰/۷ است که ثبات درونی زیاد پرسشنامه را نشان می‌دهد. ضریب دیلون-گلدشتاین یا پایایی ترکیبی (شاخص سازگاری درونی مدل اندازه‌گیری) سازه‌ها است. این ملاک، معیار مدرن تری است که پی‌ال‌اس برای ارزیابی پایایی مدل گزارش می‌دهد که طی آن پایایی سازه نه به‌صورت مطلق، بلکه با توجه به همبستگی سازه‌ها با یکدیگر محاسبه می‌شود که باید بیشتر از ۰/۷ باشد. مقادیر به‌دست‌آمده برای این شاخص‌ها نیز حاکی از پایایی قابل قبول مدل تحقیق حاضر است. همچنین برای بررسی روایی همگرا از شاخص متوسط واریانس استخراج‌شده (AVE) استفاده شد. مقادیر بیشتر ۰/۵ در این بخش قابل قبول است. طبق نتایج آزمون مدل در جدول شماره چهار، روایی همگرای مدل اندازه‌گیری قابل قبول است.

جدول شماره پنج نیز نتایج روایی واگرا براساس روش فورنل-لارکر را نشان می‌دهد و با توجه به بزرگ‌تر بودن جذر متوسط واریانس استخراج‌شده متغیرها از همبستگی آن متغیر با متغیرهای دیگر، روایی واگرای مدل اندازه‌گیری تأیید می‌شود.

1. Average Variance Extract (AVE)

جدول ۵- نتایج آزمون فورنل-لارکر

Table 5- Fornell-Larker test results

ظرفیت‌سازی Capacity Building	سیاست‌های توسعه‌ای Development policies	ساختارسازی Structuring	نیازسازی Needs building	توسعه دیپلماسی Development of diplomacy	برندسازی Branding	برنامه ریزی Planning	مؤلفه Component
						0.96	برنامه‌ریزی Planning
					0.93	0.89	برندسازی Branding
				0.91	0.80	0.84	توسعه دیپلماسی Development of diplomacy
			0.88	0.44	0.43	0.52	نیازسازی Needs building
		0.84	0.74	0.53	0.45	0.47	ساختارسازی Structuring
	0.82	0.68	0.76	0.52	0.43	0.46	سیاست‌های توسعه‌ای Development policies
0.81	0.68	0.70	0.65	0.45	0.47	0.49	ظرفیت‌سازی Capacity Building

ارزیابی مدل ساختاری

برای ارزیابی مدل درونی یا مدل ساختاری، شاخص‌های متعددی وجود دارد که می‌توان به ضریب تعیین (R^2) و ضرایب مسیر اشاره کرد. ضریب تعیین یک معیار اساسی برای ارزیابی متغیرهای مکنون درون‌زا است. مقادیر R^2 برابر با ۰/۱۸ و ۰/۵۲ در مدل‌های مسیری پی‌ال‌اس به ترتیب ضعیف و قابل توجه توصیف می‌شود. براساس نتایج مندرج در جدول شماره شش، ضریب تعیین برای تمام متغیرهای درون‌زا مقدار قابل قبول است که کیفیت مدل ساختاری را نشان می‌دهد.

جدول ۶- ضریب تعیین متغیرهای درون‌زای تحقیق

Table 6- Determination coefficient of endogenous variables of research

ظرفیت‌سازی Capacity Building	سیاست‌های توسعه‌ای Development policies	ساختارسازی Structuring	نیازسازی Needs building	برندسازی Branding	برنامه‌ریزی Planning	مؤلفه Component
0.61	0.54	0.75	0.63	0.54	0.54	ضریب تعیین Coefficient of determination

درباره ضریب مسیر که معادل بتای استاندارد شده در رگرسیون است، مقادیر کمتر از $0/3$ ضعیف، بین $0/3$ تا $0/6$ متوسط و $0/6$ و بیشتر خوب تفسیر می‌شود. معناداری ضریب مسیر به روش BT و به وسیله بررسی شاخص t مشخص می‌شود؛ طوری که مقادیر t بیشتر از $1/96$ معنادار در نظر گرفته می‌شود.

جدول ۷- ضرایب مسیر مدل ساختاری و اثر کل متغیرها

Table 7- Structural model path coefficients and the effect of total variables

t-value	ضریب اثر استاندارد Standard effect coefficient	مسیر Direction
7.887	0.795	توسعه دیپلماسی ورزشی دیجیتال به نیازسازی Development of digital sports diplomacy to meet needs
10.690	0.784	توسعه دیپلماسی ورزشی دیجیتال به ظرفیت‌سازی Development of digital sports diplomacy to capacity building
21.733	0.871	توسعه دیپلماسی ورزشی دیجیتال به ساختارسازی Development of digital sports diplomacy to structure
8.359	0.741	توسعه دیپلماسی ورزشی دیجیتال به برندسازی Development of digital sports diplomacy to branding
9.429	0.739	توسعه دیپلماسی ورزشی دیجیتال به برنامه‌ریزی Development of digital sports diplomacy to plan
9.457	0.740	توسعه دیپلماسی ورزشی دیجیتال به سیاست‌های توسعه‌ای Development of digital sports diplomacy into development policies

همان‌طور که از جدول شماره هفت استنباط می‌شود، تمامی مسیرها مثبت و معنادار هستند.

برازش کلی مدل

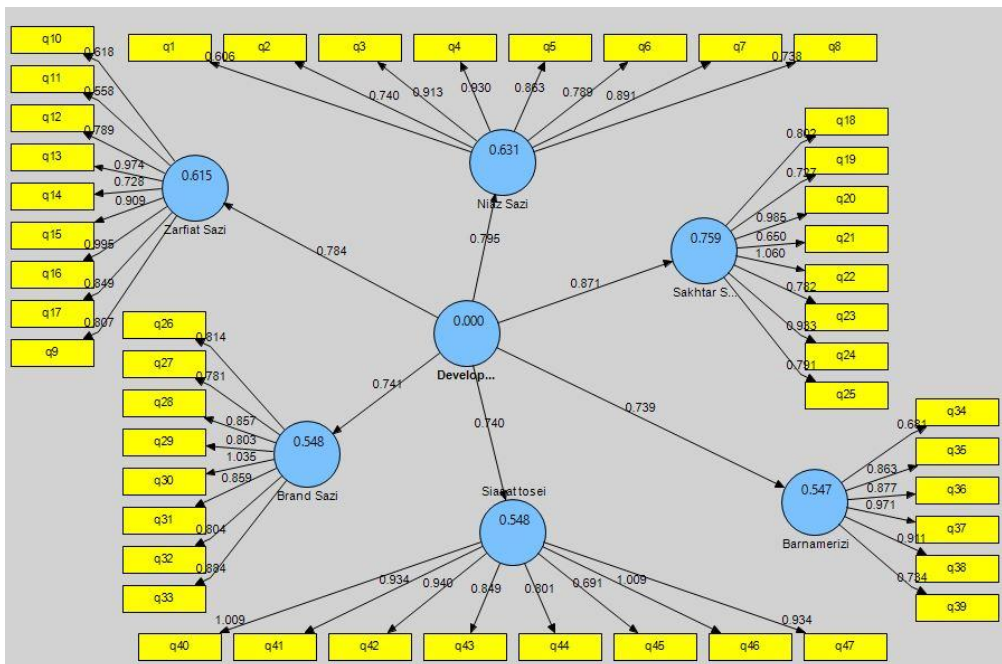
در این بخش برازش مدل اندازه‌گیری با شاخص اشتراکی، برازش مدل ساختاری با شاخص افزونگی و برازش کلی با نیکویی برازش (GOF) اندازه‌گیری می‌شود. شاخص افزونگی فقط برای متغیرهای درون‌زا (متغیر ملاک) محاسبه می‌شود و مانند شاخص اشتراکی باید مقدار آن مثبت باشد. در کتاب‌های آماری سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است.

جدول ۸- برآورد پارامترهای مدل ساختاری

Table 8- Estimation of structural model parameters

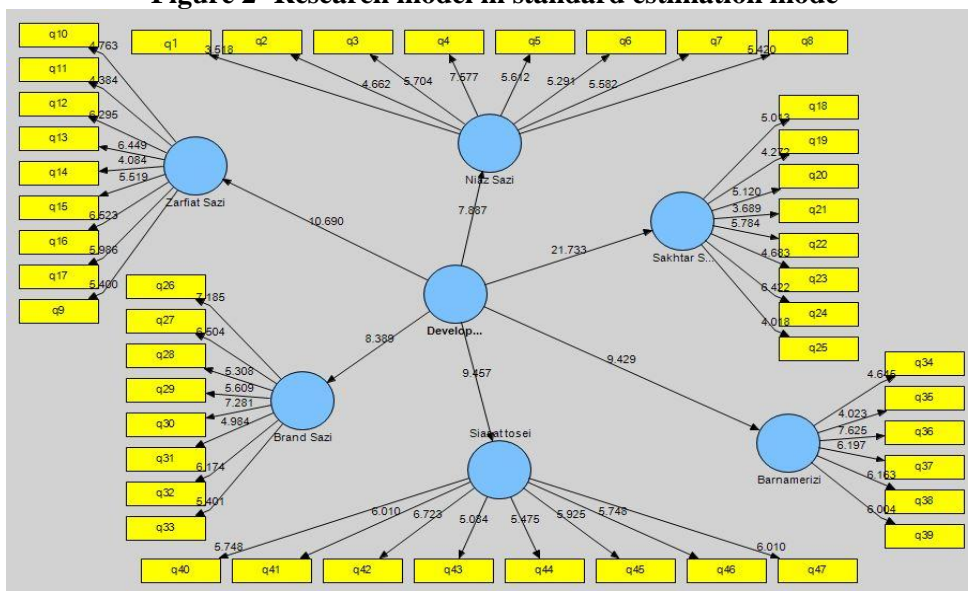
شاخص افزونگی Redundancy	شاخص اشتراکی Communicate	مؤلفه Component
0.011	0.45	برنامه ریزی planning
0.021	0.56	برندسازی Branding
—	0.46	توسعه دیپلماسی Development of diplomacy
0.022	0.53	نیازسازی Needs building
0.024	0.28	ساختارسازی Structuring
0.036	0.68	سیاست‌های توسعه‌ای Development policies
0.014	0.46	ظرفیت‌سازی Capacity building

$$GOF = \sqrt{Communalities * R^2} = \sqrt{0.48 * 0.60} = 0.41$$



شکل ۲- مدل تحقیق در حالت تخمین استاندارد

Figure 2- Research model in standard estimation mode



شکل ۳- مدل تحقیق در حالت شاخص تی

Figure 3- Research model in t-index mode

بحث و نتیجه گیری

ساختار سیاست بین‌المللی و دیپلماسی با وجود تغییرات مهمی که جهانی‌شدن در ارتباطات و حمل‌ونقل در جهان ایجاد کرده، در بسیاری از ابعاد بدون تغییر مانده است. رهبران و دیپلمات‌های معاصر مسافت‌های طولانی طی می‌کنند تا مانند هم‌تایانشان در صدها سال قبل، خود با دوستان و دشمنانشان ملاقات کنند. در واقع، این ایستای دیپلماسی به دوران باستان برمی‌گردد و دیپلماسی فقط در موضوعات حاشیه‌ای تغییر کرده است. ورزش نیز به‌عنوان یکی از ارکان مهم ارتباطات بین‌المللی دستخوش تغییراتی در در نحوه ارتباط دیپلمات‌ها ایجاد کرده است؛ از این‌رو هدف پژوهش، طراحی الگوی توسعه دیپلماسی ورزشی دیجیتال در جمهوری اسلامی ایران بود. یافته‌های حاصل از مصاحبه نشان داد، در مجموع شش عامل اصلی برای توسعه دیپلماسی ورزشی دیجیتال در کشور وجود دارد که در ادامه هر یک از آن‌ها به‌طور کامل بحث و تحلیل می‌شود. اولین عامل شناسایی‌شده، نیازسازی بود. مصاحبه‌شوندگان اذعان داشتند که برای توسعه هرچه‌بیشتر دیپلماسی ورزشی دیجیتال باید ساختارهای اجرایی در برنامه توسعه ابزار دیجیتال ایجاد شده و سیاست‌گذاری‌هایی در این زمینه انجام شود تا زمینه نیاز افراد به این شاخه از دیپلماسی ورزشی جذب شود. تاناbaum^۱ (۲۰۱۳)، دافور^۲ (۲۰۱۲) و تریکیان^۳ (۲۰۱۲) به عواملی در دیپلماسی اشاره کردند که احتیاج به شکل‌گیری دارد تا بتوان نیازسازی شود و سپس به سراغ آن‌ها رفت؛ از این‌رو این تحقیقات با این یافته همسوست. در کدهای شناسایی‌شده این عامل به‌طور خاص مشاهده می‌شود که باید ساختارها و رویه‌هایی ایجاد شوند تا دیپلماسی ورزشی از طریق ابزار دیجیتال معرفی یا شناسایی شود و از این طریق بتوان به توسعه دیپلماسی ورزشی دیجیتال در کشور پرداخت؛ به‌عنوان مثال، ایجاد و ترویج فضای گفتمان ورزشی از طریق ابزار دیجیتال یا هم‌افزایی برنامه‌های توسعه ابزار دیجیتال.

دومین عامل شناسایی‌شده، ظرفیت‌سازی بود. در ظرفیت‌سازی باید مزیت‌های موجود شناسایی شود و تجمیع این ظرفیت‌ها و استفاده بهینه در راستای هم‌افزایی و دستیابی و تمرکز بر اهداف است تا از دوباره‌کاری‌ها جلوگیری شده و به توسعه دیپلماسی ورزشی دیجیتال منجر شود. رسیدن به شناخت از وضعیت کشور موجب تصمیم‌گیری براساس داشته‌های موجود می‌شود؛ به‌عنوان مثال، می‌توان به سعی در کاهش محدودیت‌های واقعی به‌دلیل انتخابی بودن جماعت مجازی در ورزش و ایجاد امنیت اطلاعاتی بیشتر از طریق ابزار دیجیتال به‌عنوان ایجاد ظرفیت در دیپلماسی ورزشی کشور اشاره کرد. به‌طور کلی، این دسته عوامل به پایش مداوم تغییر و تحولات داخلی و خارجی در حوزه دیپلماسی ورزشی دیجیتال می‌پردازد؛ پایشی که مبنای برنامه‌ریزی‌های آتی خواهد شد؛ بنابراین این دسته با عنوان «ظرفیت‌سازی» نامیده شد. این یافته با پژوهش چابان و همکاران (۲۰۱۹) همسوست؛ زیرا در پژوهش آن‌ها مشخص شد که با استفاده از ابزار دیجیتال می‌توان ظرفیت‌سازی کرد و خود را به‌عنوان قدرت نرم به دنیا معرفی کرد. در تحقیقی کونارزوسکی و زابروسکا^۴ (۲۰۱۲) برای ایجاد دیپلماسی قوی پیشنهاد کردند، دولت‌ها نباید به ظرفیت‌های موجود بسنده نکنند و سعی در ایجاد مزایای ویژه‌ای برای توسعه دیپلماسی داشته باشند که یکی از آن‌ها توسعه دیپلماسی علم و فناوری بود؛ از این نظر با نتیجه پژوهش حاضر همسوست.

-
1. Tananbaum
 2. Dufour
 3. Turekian
 4. Konarzewski & Żebrowska

سومین عامل شناسایی شده، ساختارسازی بود. مقولات اشاره شده در این دسته عوامل به معنای ایجاد شرایطی است که وجود آن برای اجرای اقدامات مرتبط با دیپلماسی ورزشی دیجیتال احساس می شود. نوری و همکاران (۲۰۱۸) در طراحی الگوی دیپلماسی فوتبال ایران عوامل ساختاری را نشان دادند که نقش تعیین کننده دارند؛ زیرا ورزش بازار مناسبی برای معرفی و تبلیغ فرآورده های خود به دست آورد و ورزش نیز توانست با بهره گیری از سرمایه گذاری های اقتصادی با افزایش توانمندی در بخش زیرساخت ها و رشد و گسترش کمی و کیفی، وضعیت اقتصادی ورزشکاران را متحول کند. ساختارسازی می تواند بر دیپلماسی ورزشی از طریق فضای دیجیتال تأثیرگذار باشد؛ به عنوان مثال، دولتی بودن بیشتر سازمان ها و باشگاه های ورزشی حرفه ای ایران باعث شده است تا تحولات زیادی در ارتباطات و دیپلماسی عمومی بین نمایندگان باشگاه ها و مسئولان سازمان های ورزشی به وجود آید. همچنین فضای مجازی به دلیل اینکه برخی محدودیت های جهان واقعی مانند حمل و نقل را از بین برده است، مشکلاتی که گریبان گیر ورزش شد، به خاطر ویروس کرونا، امنیت اطلاعاتی بیشتر و... باعث شد تا دیپلماسی ورزشی از این ساختار به وجود آمده بیشترین نفع را ببرد. محققانی همچون تانا بام (۲۰۱۳)، نئوریتز^۱ (۲۰۱۲)، و آستین^۲ (۲۰۰۹) نیز به ایجاد ساختار، زیرساخت و الزامات تأکید داشتند که تأیید یافته های حاضر است و با این یافته مطابقت دارد.

چهارمین عامل شناسایی شده، برندسازی بود. برندسازی به اقداماتی اشاره دارد که با ابزار بهبود و ارتقای چهره علمی و صلح دوستانه کشور، به توسعه دیپلماسی ورزشی دیجیتال منجر می شود. با توجه به اینکه چهره بین المللی کشور ممکن است در برهه ای از زمان مخدوش شود، لازم است با دیدی استراتژیک، کشور را سکوی صلح و آرامش نشان داد تا کشورهای دنیا با توجه به قدرت نرم ایجاد شده خواهان برقراری ارتباط شوند. از طریق وجهه سازی بین المللی و تبلیغات مناسب می توان نگاه جهانیان را اصلاح کرد و کشور را به عنوان یک قطب ورزشی در جهان معرفی کرد تا بدین ترتیب زمینه های ترغیب دیگر کشورها برای همکاری های ورزشی افزایش یابد. مهم ترین راهکارهای توسعه برندسازی در راستای توسعه دیپلماسی ورزشی دیجیتال، ارائه تصویر مناسب تر در حوزه های مختلف ورزش از طریق شبکه های مجازی، افزایش بازدید مجازی از ورزش کشور و ارائه تصویر مثبت، توسعه گردشگری الکترونیک در کشور، تقویت حضور اثربخش باشگاه های ورزشی از طریق فضای دیجیتال و نمایان و عرضه کردن فرهنگ ورزش کشور بدون محدودیت از طریق فضای مجازی است.

پنجمین عامل برای توسعه دیپلماسی ورزشی دیجیتال، برنامه ریزی بود. این مفهوم به طور خاص اشاره می کند که از طریق دیپلماسی دیجیتال می توان انحصارات ورزشی را کاهش داد که رویکردی برنامه ریزی است، کارایی و اثربخشی را در ارتباطات بین المللی افزایش داد، دیپلمات های ورزشی از طریق فضای مجازی را افزایش داد، خطر موفق نشدن یا هزینه های دیپلمات ها را کاهش داد، سازمان های حکومتی را راحت تر متقاعد کرد، سیاست گذاری دقیق تری انجام داد و در نهایت تأثیرات تحریم های بین المللی را از طریق دیپلماسی مجازی کاهش داد. همه این موارد از طریق برنامه ریزی است که سبب می شود دیپلماسی ورزشی در فضای دیجیتال تقویت شود. آدسینا (۲۰۱۷) نیز نشان داد که کشورها در جهت توسعه دیپلماسی دیجیتال خود گام بردارند تا از کشورهای دیگر عقب نمانند. نوری و همکاران (۲۰۱۸) نیز سیاست مدیریتی را یکی از عوامل علی در دیپلماسی فوتبال نشان ذکر کرد که با این نتیجه همسوست. زرگر (۲۰۱۶) بیان کرد، از ورزش به عنوان نوعی واسطه یا کاتالیزور می توان استفاده کرد. در واقع، دیپلماسی ورزش نقش تسریع کننده دارد و شاید خود عامل مستقیمی نباشد. این

1. Neureiter
2. Asetin

دیپلماسی می‌تواند با اراده رهبران سیاسی به بهبود روابط و هرگونه تصمیم در زمینه شکل و ماهیت روابط منجر شود و روابط دوستانه را بین کشورها برقرار کند که تأییدکننده برنامه‌ریزی از طریق فضای دیجیتال برای تقویت دیپلماسی ورزشی است. آخرین عامل شناسایی‌شده، سیاست‌های توسعه‌ای بود. این عامل به این مفهوم است که دیپلمات‌ها از طریق فضای دیجیتال به توسعه ورزش با استفاده از ترفندهای حرفه‌ای بپردازند. وقتی ورزشی از سطح ملی فراتر می‌رود و در سطوح منطقه‌ای و جهانی مطرح می‌شود، ابعاد و تأثیرات آن نیز به شدت گسترش می‌یابد؛ به همین ترتیب، توانایی ورزش در بسیج عمومی و تهییج احساسات، بهره‌گیری از آن برای توسعه اقتصادی، ایجاد مشروعیت و ملت‌سازی، همگرایی ملی و... جذابیت‌های ویژه‌ای را به وجود می‌آورد که حکومت‌ها را در توجه به ورزش ناگزیر کرده است. فضای دیجیتال می‌تواند همه این موارد را به شکل ارزان‌تر و حتی مؤثرتر از شیوه‌های سنتی انجام دهد. در پژوهشی سویلند (۲۰۲۰) نیز به نتیجه مشابه رسید و سیاست‌های کشور قطر را به‌عنوان یکی از عوامل مهم توسعه دیپلماسی ورزشی معرفی کرد. این نتیجه با تحقیق سبزی و همکاران (۲۰۲۰) نیز همسوست؛ زیرا آن‌ها بیان کردند که دولت‌ها با استفاده از موفقیت‌های ورزشی در حوزه بین‌المللی به توسعه تعاملات خود در عرصه بین‌الملل کمک می‌کنند. با استفاده از فضای دیجیتال، دیپلماسی ورزشی در راستای اهداف بین‌المللی خود پیش رفته است و به همین دلیل یکی از عوامل مؤثر است؛ به‌عنوان مثال، در بسیاری از کشورها سیاست خارجی در اولویت‌های خود، دیپلماسی مجازی را قرار داده است. امروزه مشاهده می‌شود که بسیاری از قراردادهای بازیکنان در سراسر دنیا از طریق مراودات مجازی شکل می‌گیرد و گاهی مشاهده شده است که بعد از توافق‌های نهایی در مورد جزئی‌ترین مسائل، در نهایت بازیکنان در باشگاه حضور فیزیکی دارند. همین مثال کافی است که درک شود در ورزش نیز سیاست‌های بین‌المللی نقش زیادی در دیپلماسی ورزشی از طریق فضای مجازی دارند.

در ادامه با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری از طریق نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس، نتایج حاکی از برازش مناسب مدل بود که در ادامه درباره مدل تحقیق بحث و نتیجه‌گیری می‌شود. ابتدا به ارزیابی مدل اندازه‌گیری تحقیق پرداخته شد و در این قسمت پایایی متغیرهای پرسشنامه از طریق ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی و روایی واگرا به روش فورنل-لارکر بررسی شد. یافته‌ها نشان داد، تمامی متغیرهای پرسشنامه از پایایی قابل قبول برخوردار بودند و مجذور واریانس استخراج‌شده بیشتر از ۰/۵ بود که نشان‌دهنده روایی واگرای پرسشنامه بود. این یافته به این مفهوم است که پیش‌فرض مدل‌سازی معادلات ساختاری طبق پرسشنامه و متغیرهای پژوهش برقرار است. در ادامه مدل ساختاری تحقیق ارزیابی شد. در ارزیابی مدل ساختاری شاخص‌های متعددی وجود دارد که از جمله می‌توان به ضریب تعیین (R^2) و ضرایب مسیر اشاره کرد. ضریب تعیین یک معیار اساسی برای ارزیابی متغیرهای مکنون درون‌زا است. مقادیر R^2 برابر با ۰/۱۸ و ۰/۵۲ در مدل‌های مسیری پی‌ال‌اس، به ترتیب ضعیف و قابل توجه توصیف می‌شود. از آنجا که ضریب تعیین همه متغیرها ۰/۶۰۶ و ۰/۳۷۱ است، نشان‌دهنده هر متغیر مستقل مشاهده‌شده در مدل است که تغییرات موجود در متغیر وابسته را تبیین می‌کند؛ بنابراین درصد نشان‌دهنده شده توسط این شاخص با فرض تأثیر همه متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته است. این شاخص بیانگر میزان تغییرات هر یک از متغیرهای وابسته مدل است که به‌وسیله متغیرهای مستقل تبیین می‌شود. علاوه بر ضریب تعیین که توضیح داده شد، برای ارزیابی مدل ساختاری باید ضرایب مسیرها را بررسی کرد که بحث و تحلیل در مورد مدل تحقیق، حول محور این موضوع می‌چرخد. نتایج حاکی از آن بود که همه ضرایب معنادار هستند که نشان‌دهنده مطلوبیت مدل تحقیق است. یافته‌های ضریب مسیر نشان داد، تمامی مسیرها معنادار و قوی‌اند؛ یعنی توسعه دیپلماسی ورزشی دیجیتال جمهوری اسلامی ایران از همه این متغیرها متأثر می‌شود و به همه آن‌ها وابسته است و اگر مؤلفه‌ای حذف یا جابه‌جا شود، تأثیر زیادی بر توسعه دیپلماسی

ورزشی دیجیتال دارد. از آنجاکه ضرایب مسیر همگی زیاد و نزدیک به هم هستند، نمی‌توان شدت را با یکدیگر مقایسه کرد و صرفاً باید بیان کرد که مدل تحقیق از برآزش مناسبی برخوردار است و عوامل و مؤلفه‌های شناسایی شده در توسعه دیپلماسی ورزشی دیجیتال جمهوری اسلامی ایران تحت‌تأثیر تمامی مؤلفه‌های بیان شده نیز است.

تشکر و قدردانی

از همه عزیزانی که ما را در به ثمر رساندن این تحقیق و نتایج مستند یاری کردند، تشکر می‌کنیم؛ به خصوص تمامی افرادی که با سعه صدر قبول زحمت کردند و اطلاعات خود را از طریق مصاحبه با تیم تحقیق به اشتراک گذاشتند و از نشریه وزین مطالعات مدیریت ورزشی که با دقت و به سرعت و به دور از هرگونه سوگیری، مقاله را بررسی و داوری کردند، تقدیر و تشکر فراوان می‌کنیم.

References

- Abdi, K., Talebpour, M., Ranjkesh, M., & Jabbari Nooghabi, H. (2021). The modeling of soft power implementation throughout sport diplomacy. *Sport Management Studies*, 13(66), 263-296. (in Persian).
- Adesina, O. S. (2017). Foreign policy in an era of digital diplomacy. *Cogent Social Sciences*, 3(1), 1297175.
- Bjola, C., & Holmes, M. (2015). *Digital diplomacy: Theory and practice*. New York: Routledge.
- Bjola, C., & Kornprobst, M. (2018). *Understanding international diplomacy: Theory, practice and ethics*. New York: Routledge.
- Bonyadi, A., & Sadoug, S. (2017). Identifying impacting factors on science and technology diplomacy development. *Soft power Studies*, 7(2), 60-85.
- Boumadan, M., Soto-Varela, R., Ortiz-Padilla, M., & Poyatos-Dorado, C. (2020). What factors determine the value of an online teacher education experience from a teacher's perspective? *Sustainability*, 12(19), 8064.
- Chaban, N., Kelly, S., & Brady, A. M. (2019). Small states in a new era of public diplomacy: New Zealand and digital diplomacy. In *Small States and the Changing Global Order* (pp. 75-89). Cham: Springer.
- Cha, V. (2013). The Asian games and diplomacy in Asia: Korea-China-Russia. *The International Journal of the History of Sport*, 30(10), 1176-1187.
- Cull, N. J. (2020). Public diplomacy before Gullion: The evolution of a phrase. In *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (pp. 13-17). New York: Routledge.
- Dubinsky, Y. (2019). From soft power to sports diplomacy: A theoretical and conceptual discussion. *Place Branding and Public Diplomacy*, 15(3), 156-164.
- Dufour, P. (2012). Becoming a Northern Minerva: Injecting Science into Canada's Foreign Policies. *Science & Diplomacy*, 1(2), 6-11.
- Gienow-Hecht, J. C., & Donfried, M. C. (Eds.). (2010). *Searching for a cultural diplomacy* (Vol. 6). Berghahn Books.
- 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)
- Javadipour, M., & Rasekh, N. (2019). The role of sport and sport diplomacy development in advancing sociocultural policies and foreign relations of the Islamic Republic of Iran. *Journal of Sport Management*, 11(2), 219-234.
- Khan, M. L., Ittefaq, M., Pantoja, Y. I. M., Raziq, M. M., & Malik, A. (2021). Public engagement model to analyze digital diplomacy on Twitter: A social media analytics framework. *International Journal of Communication*, 15(29): 67-82. (in Persian)
- Kitsou, S. (2011). The power of culture in diplomacy: The case of US cultural diplomacy in France and Germany. *Exchange: The Journal of Public Diplomacy*, 2(1), 21-39.

20. Kobierecki, M. M. (2020). *Sports diplomacy: Sports in the diplomatic activities of states and non-state actors*. Maryland: Lexington Books.
21. Konarzewski, M., & Żebrowska, G. (2012). Rediscovering Eastern Europe for science diplomacy. *Science & Diplomacy*, 1(1): 1-7.
22. Manor, I. (2019). *The digitalization of public diplomacy*. New York: Springer International Publishing.
23. Mazumdar, B. T. (2021). Digital diplomacy: Internet-based public diplomacy activities or novel forms of public engagement? *Place Branding and Public Diplomacy*, 1-20.
24. Nadine, S. Elzbieta, P., Agnieszka, S., Monika, D. W., Marta, D. K., & Christian, H. (2015). Salivary enzyme activity in anorexic persons—A controlled clinical trial. *Clinical oral investigations*, 19(8), 1981-1989.
25. Neureiter, N. (2012). Science diplomacy in action. *Parcerias Estratégicas*, 16(32), 65-76.
26. Nouri, D., Ghadimi, B., & Shojaei, M. (2018). Designing a model of Iranian football diplomacy based on field theory. *Strategic Studies in Sports and Youth*, 17 (41), 113-136. (in Persian).
27. Pérez Tornero, J. M. (2013). ABC... media literacy white paper. *European media literacy: Selected texts from studies*. Barcelona Gabinete de Comunicación y Educación
28. 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. (in Persian).
29. Qaderi, M., Sepehrnia, R., Salehi Amiri, R., & Rezaie, A. (2021). Designing a model of cultural diplomacy of the Islamic Republic of Iran in Sport, focus on sport and politics fields. *Scientific Journal Of Organizational Behavior Management in Sport Studies*, 8(1), 49-61. (in Persian).
30. Sabzi, Z., Shariati Feizabadi, M., & Saboonchi, R. (2021). Role of sport diplomacy in developing interactions of Iran and USA. *Journal of Sport Management*, 12(4), 1119-1140. (in Persian).
31. Samiei Isfahani, A., & Fathi Mozaffari, A. (2010). Strategies and strategies of the underlying media in the face of soft war. *Basij Strategic Studies*, 15(57), 79-116. (in Persian).
32. Shariati Feyzabadi, M., & Goodarzi, M. (2015). The position of sports diplomacy in the international relations of the Islamic Republic of Iran, a qualitative approach based on content analysis. *Political Science*, 11(2), 95-127. (in Persian).
33. Søyland, H. S. (2020). *Qatar's sports strategy: A case of sports diplomacy or sportswashing?* (Doctoral dissertation), Instituto Universitário de Lisboa, Lisbon, Portugal.
34. Soltanifar, M., & Khanzadeh, L. (2013). Iranian media diplomacy (Opportunities, challenges, pathology and strategies). *Journal of Culture-Communication Studies*, 14(22), 181-205. (in Persian).
35. Tananbaum, G. (2008). I hear the train a comin'--Center for science diplomacy. *Against the Grain*, 20(5), 90-92.
36. Turekian, V. (2012). Building a national science diplomacy system. *Science & Diplomacy*, 1(4), 1-3.
37. Viveiros de Castro, E. (2013). The relative native. *HAU: Journal of Ethnographic Theory*, 3(3), 473-502.