

Communication Management in Sports Media

Open
Access

ORIGINAL ARTICLE

Explain and Prioritize the Factors Affecting the Sports Diplomacy in Cyberspace

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

1. Ph.D. 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.

Correspondence

Author's Name:

Saeed Ghorbani

Email:

S.ghorbani@aliabadiu.ac.ir

How to cite

Sefati, S., Ghorbani, S., & Rezayi Shirazi, R. (2023). Explain and Prioritize the Factors Affecting the Sports Diplomacy in Cyberspace. *Communication Management in Sport Media*, 10(4), 57-74. doi: 10.30473/JSM.2022.61351.1577

ABSTRACT

The aim of the present research was to explain and prioritize the factors affecting sports diplomacy in the virtual space. This study was fundamental in terms of purpose, descriptive in nature, and a mixed research in terms of variables, which was a combination of the Delphi and fuzzy Dematel methods. The statistical population of this research, given the type of research on sports diplomacy, included all stakeholders and experts in the field of sports diplomacy and international relations, members of the academic faculty of sports management in the country and officials of international federations. The sampling method in the qualitative section was purposeful and snowball, and a total of 16 interviews were conducted to reach theoretical saturation. The Delphi group consisted of 8 of the interviewees, and 13 experts formed the fuzzy Dematel group. The analyses were performed in the Excel software. The interview findings and the theoretical foundations of the research indicated that a total of 79 items were identified as factors affecting sports diplomacy in the virtual space, which were classified into 9 main categories: "nature and potential", "structural factors", "management policy", "media policy", "professional sports policy", "cultural policy", "international policy", "economic factors" and "communication policy". In addition, the findings of the fuzzy Dematel test showed that there are 4 influential factors and 5 susceptible factors on sports diplomacy in the virtual space. In a general conclusion, it was stated that the influential factors should be given priority, as this could have a greater impact on sports diplomacy in the virtual space of Iran and play a more active role in this area.

KEYWORDS

Cyberspace, Delphi Group, Fuzzy Dematel, Sports Diplomacy.

Extended Abstract

Introduction

If we consider diplomacy as the art of managing interactions with the outside world, governments employ various tools and mechanisms for this purpose. One such tool is sports diplomacy, where politicians and governments utilize sports figures and events to cultivate a positive image of their country among other nations and international organizations. The cultural and international significance of sports is continually expanding, and sports diplomacy plays a crucial role in governmental interactions with other countries. Through sports, nations showcase their cultural prowess, leveraging sports activities as a highly effective means to express their cultural identity. Sport, as a dimension of public diplomacy, can greatly aid in conflict resolution and communication between nations. However, in the age of rapid information and communication technology, the lack of diplomacy in cyberspace presents a significant challenge in the realm of sports. In other words, digital diplomacy and sports carry substantial influence, yet thus far, there has been no developed model or program to effectively harness these two domains. Therefore, the present study aims to explore the factors influencing digital sports diplomacy and ultimately propose a model based on the current discourse.

Methods

This research was a basic study in terms of its purpose and descriptive nature and variables, making it a mixed-methods study with three stages. First, interviews and qualitative methods identified factors influencing sports diplomacy in cyberspace. Next, in the second stage, the Delphi group categorized the

identified factors. Finally, in the third stage, influence and impact factors were identified and prioritized. The population included experts in sports diplomacy and international relations related to sports diplomacy, including sports management faculty and those responsible for federation international relations. The qualitative sampling method was purposive and snowball sampling, conducting 16 interviews until theoretical saturation. The Delphi group consisted of eight interviewees. In the fuzzy Dematel part, the content validity index prioritized factors to control research quality and validity. The fuzzy Dematel method determined the effectiveness of basic concepts. Analysis was performed using Excel software.

Results

The findings from the interviews and the theoretical foundations of the research identified a total of 79 items as factors influencing digital sports diplomacy. These were categorized into nine general groups: 1) Nature and potential, 2) Structural factors, 3) Management policy, 4) Media policy, 5) Professional sports policy, 6) Cultural policy, 7) International policy, 8) Economic factors, 9) Communication policy.

Furthermore, the findings from the fuzzy Dematel method showed there are four influential factors and five impacted factors on digital sports diplomacy. Tables 1 and 2 report the influence and impact factors respectively, according to the intensity of each factor. The groupings provide clarity on the wide range of considerations within digital sports diplomacy. The fuzzy Dematel analysis then helps to further understand the most important drivers and outcomes within this landscape.

Table 1. Influence Factors Based on Priority Order of Intensity of Influence

| Analysis Code | Index | Di+Ri |
|---------------|------------------------|-------|
| E3 | Management policy | 3.50 |
| E7 | International politics | 2.88 |
| E1 | Nature and potential | 2.12 |
| E9 | Communication policy | 1.36 |

Table 2. Impact Factors Based on Priority Order of the Intensity of Impact

| Analysis Code | Index | Di+Ri |
|---------------|----------------------------|-------|
| E2 | Structural factors | 3.21 |
| E5 | Professional sports policy | 2.91 |
| E6 | Cultural policy | 1.88 |
| E4 | Media policy | 1.85 |
| E8 | Economic factor | -2.22 |

Conclusion

One of the identified concepts was "nature and potential". This refers to sports' ability to strengthen digital and virtual diplomacy. Cyberspace has great potential for developing international communications in sports. Another component was "structural factors". The structures of sports diplomacy require using cyberspace. Some existing infrastructures reinforce this need. The fuzzy Dematel results showed four factors influence sports diplomacy in cyberspace, while five impact it. Influence factors in order of priority were: 1. Management policy, 2. International policy, 3. Nature and potential, 4. Communication policy.

Influence factors can actively shape sports diplomacy in cyberspace. For example, management policies guide what sports managers, organizations and clubs do in cyberspace. Policies should consider how sports diplomacy can advance goals through cyberspace, not just traditional methods.

International policy was also influential. At the macro level, management policies largely determine international communications and communication policies. Lower level media, professional and cultural policies also factor in. Economic factors were the last influence factor. Changes here are last to occur in the

pyramid of sports diplomacy in cyberspace. For example, an opportunity-focused communication policy could increase e-commerce's share in professional sports. The results logically show the most important influencers and impacted areas of digital sports diplomacy based on these conceptual and analytical techniques.

KEYWORDS

Cyberspace, Delphi Group, Fuzzy Dematel, Sports Diplomacy.

Ethical Considerations:**Compliance with ethical guidelines**

The author has complied with all ethical considerations.

Funding

The authors state no funding involved.

Conflict of Interest

The authors declare that there are no conflicts of interest regarding the publication of this manuscript

Acknowledgment

We are grateful to all those who helped us in this research.

نشریه علمی

مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی

«مقاله پژوهشی»

تبیین و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر دیپلماسی ورزشی در فضای مجازی

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

چکیده

هدف تحقیق حاضر تبیین و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر دیپلماسی ورزشی در فضای مجازی بود. این پژوهش از نظر هدف تحقیق جزو تحقیقات بنیادی و از لحاظ ماهیت، توصیفی و از حیث متغیرها پژوهش آمیخته ترکیبی از روش دلفی و دیمتلفازی بود. جامعه آماری این پژوهش با توجه به نوع تحقیق که درمورد دیپلماسی در ورزش است، همه صاحب‌نظران و کارشناسان در حوزه دیپلماسی ورزشی و روابط بین‌الملل، اعضای هیئت‌علمی مدیریت ورزشی در کشور و مسئولان روابط بین‌الملل فدراسیون‌ها بودند. روش نمونه‌گیری در قسمت کیفی به‌صورت هدفمند و گلوله‌برفی بود که در مجموع ۱۶ مصاحبه انجام شد تا داده‌ها به اشباع نظری رسید. هشت نفر از مصاحبه‌شوندگان اعضای گروه دلفی و ۱۳ نفر خبره بخش دیمتلفازی را تشکیل دادند. تحلیل‌ها در محیط نرم‌افزار اکسل انجام گرفت. یافته‌های مصاحبه و مبانی نظری تحقیق نشان داد که در مجموع ۷۹ گویه به‌عنوان عوامل مؤثر بر دیپلماسی ورزشی در فضای مجازی شناسایی شد که این گویه‌ها به ۹ دسته کلی «ماهیت و پتانسیل»، «عوامل ساختاری»، «سیاست مدیریتی»، «سیاست رسانه‌ای»، «سیاست ورزش حرفه‌ای»، «سیاست فرهنگی»، «سیاست بین‌المللی»، «عوامل اقتصادی» و «سیاست ارتباطی» تقسیم شدند. همچنین یافته‌های آزمون دیمتلفازی نشان داد که چهار عامل، اثرگذار و پنج عامل، اثرپذیر بر دیپلماسی ورزشی در فضای مجازی هستند. در نتیجه‌گیری کلی بیان شد که باید ابتدا عوامل اثرگذار مدنظر قرار گیرند؛ زیرا می‌تواند دیپلماسی ورزشی در فضای مجازی ایران را تحت‌تأثیر بیشتری قرار دهد و نقش فعال‌تری در این حوزه داشته باشد.

واژه‌های کلیدی:

دیپلماسی ورزشی، فضای مجازی، دیمتلفازی، گروه دلفی.

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه تربیت‌بدنی، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران.
۲. استادیار گروه تربیت‌بدنی، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران.
۳. استادیار گروه تربیت‌بدنی، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران.

نویسنده مسئول:

سعید قربانی

رایانامه: S.ghorbani@aliabadiu.ac.ir

استناد به این مقاله:

صفاتی، سهیلا؛ قربانی، سعید؛ و رضایی شیرازی، رضا. (۱۴۰۲). تبیین و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر دیپلماسی ورزشی در فضای مجازی. فصلنامه علمی مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۱۰(۴)، ۷۴-۵۷. doi: 10.30473/JSM.2022.61351.1577

<https://sportmedia.journals.pnu.ac.ir/>

مقدمه

اگر دیپلماسی را فن مدیریت تعامل با جهان خارج توسط دولت‌ها بدانیم، ابزارها و سازوکارهای متعددی برای اعمال این مدیریت می‌توان به کار گرفت. یکی از این ابزارها دیپلماسی ورزشی است. با کمک این ابزار سیاستمداران و دولت‌مردان دنیا با استفاده از افراد ورزشی و رویدادهای ورزشی در پی ایجاد تصویر مطلوبی از کشور خود در بین سازمان‌ها و دولت‌های کشورهای دیگر هستند (پیمان‌فرد و همکاران، ۲۰۱۹). نقش و کارکردهای فرهنگی و بین‌المللی ورزش روزبه‌روز در حال توسعه 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).

عصر اطلاعات با مؤلفه‌هایی چون رشد معجزه‌آسای فناوری اطلاعات و ارتباطات، زمینه‌ساز تحول در همه جنبه‌های حیات بشری شده است. در این میان، مقوله دیپلماسی که با قدمتی به بلندی تاریخ همواره بر دو عنصر اطلاعات و ارتباطات استوار بوده است، بیش از سایر حوزه‌های اجتماعی در معرض تأثیرپذیری از مشخصه‌های عصر ارتباطات است (بومادان^۱ و همکاران، ۲۰۲۰). اتصال دورترین دولت‌ها به یکدیگر از طریق شبکه‌های الکترونیکی، سهولت 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 و نیازمند بازتعریف و تغییرات ساختاری کرده 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). در تعریف کلی، دیپلماسی دیجیتال به معنی 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 (تورنو، ۲۰۱۳). 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 در تقویت روابط و تأمین حداکثری منافع و مصالح ملی و دفع هرگونه ضرر و زیان در قالب روش‌های قدرت نرم سعی دارند. یکی از جاذبه‌ها و تأمین‌کننده بیشترین منافع و مصالح ملی، ورزش است (دوبینسکی^۳، ۲۰۱۹). دیپلماسی عمومی نوعی از 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 (پیمان‌نفر و همکاران، ۲۰۱۹). ظاهراً ورزش غیرسیاسی است، اما کارکردهای بسیار سیاسی از خود بر جای می‌گذارد (کویپرستکی، ۲۰۲۰). برخی امر ورزشی را 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 تقویت وحدت ملی و ثبات و تعادل اجتماعی اقدام 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 فرایند دیپلماسی عمومی باشد. دیپلماسی عمومی روش‌ها و مدل‌های فراوانی دارد که یکی از آن‌ها «زیپ دیپلماسی»^۴ است (شریعتی فیض‌آبادی و گودرزی، ۲۰۱۶). زیپ دیپلماسی نوعی دیپلماسی است که در آن گروه‌ها و افراد به‌عنوان دنده‌های یک لبه زیپ با گروه‌ها و افراد هم‌سطح خود در دنیا ارتباط برقرار می‌کنند و به‌مثابه دو لبه یک زیپ در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند و پیوند می‌یابند. زیپ دیپلماسی یکی از شیوه‌های بالقوه برای عرصه دیپلماسی عمومی است.

پیشرفت علوم و فنون طی نیم قرن گذشته نه تنها به‌هیچ‌وجه از لحاظ تنوع و تعداد و سرعت اختراعات با دهه‌های پیشین مقایسه‌شدنی نیست، بلکه با کل تاریخ تمدن بشری نیز توازن و تقارن دارد (سمیعی و فتحی، ۲۰۱۲). این دسترسی همگانی زمینه ورود هرچه بیشتر افراد و سازمان‌ها به عرصه سیاست را فراهم می‌کند و امکان دخالت آن‌ها در تصمیم‌های داخلی و خارجی هر روز بیشتر می‌شود که به تبع 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^۵، ۲۰۱۳). اتصال دورترین کشورها و ملت‌ها به یکدیگر بدون داشتن مرز مشترک، مداخله جمعیت‌ها و سازمان‌ها و نهادهای بین‌المللی و غیردولتی در مسائل داخلی کشورها و همچنین انجام تجارت الکترونیک و معامله‌های چند میلیاردی در کمتر از چند ثانیه بدون اطلاع دولت‌ها و سازمان‌های مربوط، حاکی از روند حذف نظارت وزارت خارجه بر مناسبات خارجی در ابعاد مختلف

4. Diplomacy Zipper
5. Bjola & Kornprobt

1. Boumadan
2. Bjola & Holmes
3. Dubinsky

اقدامات انجام‌شده برای تقویت این دیپلماسی طبقه‌بندی شدند. جوادی‌پور و راسخ (۲۰۱۹) در تحقیق خود چالش‌ها و ضعف‌های مختلف شامل نبود خط‌مشی‌های روشن و شفاف، نداشتن آگاهی و دانش لازم در این زمینه، نشناختن ظرفیت‌های بالقوه دیپلماسی فرهنگی ورزشی را مشخص کردند و 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 و همکاران (۲۰۱۸) تحقیقی با عنوان «طراحی الگوی دیپلماسی فوتبال ایران براساس نظریه زمینه‌ای» انجام دادند و مقوله‌های اصلی و فرعی دیپلماسی فوتبال شناسایی و به یکدیگر مرتبط شدند که عبارت‌اند 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 پرستیژ بین‌المللی، توسعه صلح و دوستی، انزواگرایی، هویت ملی و همگرایی، توسعه گردشگری ورزشی، توان‌افزایی و ارتقای مهارت). ورکیا^۳ (۲۰۱۷) تحقیقی با عنوان «دیپلماسی دیجیتال و تأثیراتش بر روابط بین‌المللی» انجام داد و نشان داد که دیپلماسی دیجیتالی ابزاری مثبت است که می‌تواند توسط دولت‌ها در حکومت درن استفاده شود. نادینه^۴ و همکاران (۲۰۱۵) تحقیقی با عنوان «دیپلماسی دیجیتال در کشورهای شورای همکاری خلیج فارس: ارتباط استراتژیک سفارتخانه‌های غربی در تویتتر» انجام دادند و مشخص شد که سفارتخانه‌ها از رسانه‌های اجتماعی در حد بالقوه خود استفاده نمی‌کنند.

با توجه به مطالب گفته‌شده می‌توان این نتیجه را گرفت که ورزش به‌مثابه یکی از ابعاد دیپلماسی عمومی در ارتباط بین کشورها و حل مشکلات بسیار می‌تواند راه‌گشا باشد. همچنین طبق مطالب گفته‌شده، سرعت فناوری اطلاعات و ارتباطات بسیار زیاد است. با کنار هم قراردادن موضوع‌هایی که بیان شد، مشکل اصلی را می‌توان استفاده‌نکردن از دیپلماسی در فضای مجازی دانست؛ به عبارت دیگر دیپلماسی دیجیتال و ورزش با توجه به قدرت نفوذ بسیاری که دارند، می‌توانند بسیار بااهمیت باشند، اما تاکنون الگویی یا برنامه مدونی برای استفاده از این دو مقوله تهیه نشده است. این پژوهش در نظر

است (خان و همکاران، ۲۰۲۱). گذشته از این اثر غیرمستقیم فناوری اطلاعات و ارتباطات، دستگاه سیاست خارجی، نظام دیپلماسی جهان به‌رغم طبیعت احتیاط آمیزشان، ناگزیر به استفاده غیرمستقیم از فناوری اطلاعات و ارتباطات شده است که در اثر آن ساختار، کارکرد و رویه‌های آن‌ها نیز دچار تحولات درخورملاحظه‌ای 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 (مزمودار^۱، 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 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^۲، ۲۰۱۳). در عرصه جنگ نرم، ورزش یکی از مهم‌ترین کارکردها را ایفا می‌کند؛ به‌طوری‌که 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 دیگر سو در حوزه سیاست و توجه سیاست‌مداران به مقوله ورزش، ازجمله مباحثی است که در بسیاری از کشورها، دیرزمانی است که ازجمله ابزارهای ارتباطی، جاذب و فراگیر برای ارتباط با بدنه اجتماع و دیگر کشورها به‌کار رفته است و به کار می‌رود.

تحقیقات مختلفی در زمینه دیپلماسی ورزشی در داخل و خارج از کشور انجام شده‌اند؛ سبزی و همکاران (۲۰۲۱) تحقیقی با عنوان «طراحی مدل مفاهیم اثرگذار دیپلماسی ورزش بر توسعه روابط ایران و ایالات متحده» انجام دادند. آن‌ها نشان دادند که 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 است. عاشقی و همکاران (۲۰۲۱) در تحلیل محتوای مقالات علمی-پژوهشی مرتبط با سیاست و ورزش، آن‌ها را به‌ترتیب اولویت در چهار موضوع ورود سیاسیون در ورزش، سیاست‌گذاری، دیپلماسی ورزشی و سیاست و اقتصاد در ورزش دسته‌بندی کردند. بخشی‌چناری و همکاران (۲۰۲۰) نشان دادند که در کشورهای پیشرو در حوزه دیپلماسی ورزشی، در سطح کلان فعالیت‌های بسیاری انجام گرفته است که این فعالیت‌ها در سه دسته نهادهای فعال دیپلماسی ورزشی، اولویت‌های دیپلماسی ورزشی و

مصاحبه‌ها ضبط و بلافاصله ثبت و کدگذاری شدند و برای تعیین اعتبار کدگذاری از شخص دومی برای کدگذاری استفاده شد و میزان مطابقت دو کدگذار به‌عنوان کدهای نهایی تأیید شده وارد تحقیق شدند. هشت نفر از مصاحبه‌شوندگان اعضای گروه دلفی را تشکیل دادند. در قسمت دیمیتل فازی، برای اولویت‌بندی عوامل به‌منظور کنترل کیفیت پژوهش و اطمینان از روایی پژوهش از شاخص روایی محتوا استفاده شد. می‌توان گفت با توجه به اینکه این روش از روش‌های خبره‌محور است، نمونه‌گیری در روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره از نوع غیرتصادفی هدفمند است؛ یعنی باید افرادی باشند که خبره موضوع در نظر گرفته شده باشند؛ در صورتی که در روش‌های آماری با استفاده از فرمول حجم نمونه، ابتدا تعداد نمونه محاسبه می‌شود. طبق نظر بسیاری از خبرگان، تعداد نمونه در روش‌های چندمعیاره بین ۱۰ تا ۲۰ نفر متغیر است. در این راستا ضرورت وجود گویه‌ها با شاخص روایی محتوا و براساس نظر ۱۳ نفر از خبرگان تعیین شد. در مرحله اول و با توجه به هدف پژوهش، به‌منظور تفحص در عوامل مؤثر دیپلماسی ورزشی در فضای مجازی و اطلاعات موردنیاز، روش میدانی با استفاده از بررسی میدانی نظری و مصاحبه به کار رفت. پس از استخراج عوامل مؤثر، توسط گروه دلفی این عوامل دسته‌بندی شدند و مشخص شد که هر مؤلفه متأثر از کدام گویه است. در بخش آخر و دیمیتل فازی به‌منظور کنترل کیفیت پژوهش و اطمینان از روایی پژوهش از شاخص روایی محتوا استفاده شد. روش دیمیتل فازی برای تعیین میزان اثرگذاری و تأثیرپذیری مفهوم‌های اصلی به کار گرفته شد. که تحلیل‌ها در محیط نرم افزار اکسل انجام گرفت.

یافته‌های پژوهش

ابتدا در جدول ۱ اطلاعات جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان ذکر شده است.

دارد تا عوامل مؤثر بر دیپلماسی دیجیتال ورزش را بررسی کند و در نهایت الگویی برای استفاده از این مبحث ارائه کند.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف تحقیق جزء تحقیقات بنیادی بود، و از نظر ماهیت توصیفی و از منظر متغیرها یک پژوهش آمیخته است که در سه مرحله انجام شد. ابتدا عوامل اثرگذار بر دیپلماسی ورزشی در فضای مجازی توسط مصاحبه و روش‌های کیفی شناسایی شد، در مرحله دوم عوامل شناسایی شده توسط گروه دلفی دسته‌بندی شدند و در مرحله سوم عوامل اثرگذار و اثرپذیر شناسایی شدند و این عوامل اولویت‌بندی شدند. جامعه آماری این پژوهش با توجه به نوع تحقیق در که در مورد دیپلماسی در ورزش است، شامل کلیه صاحب‌نظران و کارشناسان در حوزه دیپلماسی ورزشی و روابط بین‌الملل؛ اعضای هیئت‌علمی مدیریت ورزشی در کشور و مسئولان روابط بین‌الملل فدراسیون‌ها بود؛ روش نمونه‌گیری در قسمت کیفی به‌صورت هدفمند و گلوله‌برفی بود که در مجموع ۱۶ مصاحبه انجام شد تا داده‌ها به اشباع نظری رسید. تمامی مصاحبه‌ها از طریق فضای مجازی برگزار شد و میانگین زمان انجام هر مصاحبه ۴۵ دقیقه بود. سوالات مصاحبه به‌صورت 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؟ آیا ابزار دیجیتال و شبکه‌های مجازی در دیپلماسی عمومی یک کشور نقش دارند؟ اگر نقش دارند این نقش را چگونه توصیف می‌کنید؟ آیا با این تفاسیر می‌توان برای دیپلماسی ورزشی یک کشور از فضای مجازی استفاده کرد؟

به نظر شما چه عواملی بر دیپلماسی ورزشی در فضای مجازی ایران مؤثر هستند؟ اگر به‌طور تجربی بخواهید این عواملی را که بیان کردید اولویت‌بندی کنید، چه ترتیبی برای آن قائل می‌شوید؟ تمامی

جدول ۱. اطلاعات جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان

Table 1. Demographic Information of the Interviewees

| کد | سمت و تخصص | سابقه | رشته تحصیلی | تحصیلات و مرتبه علمی |
|----|---|--------|------------------------|--------------------------|
| I1 | عضو هیئت‌علمی | ۱۲ سال | مدیریت ورزشی | دکتری تخصصی، دانشیار |
| I2 | عضو هیئت‌علمی | ۱۶ سال | مدیریت | دکتری تخصصی، دانشیار |
| I3 | عضو هیئت‌علمی | ۷ سال | مدیریت روابط بین‌الملل | دکتری تخصصی، استادیار |
| I4 | محقق در زمینه دیپلماسی ورزشی | ۵ سال | مدیریت ورزشی | دکتری تخصصی |
| I5 | محقق در زمینه دیپلماسی عمومی | ۶ سال | مدیریت روابط بین‌الملل | دکتری تخصصی |
| I6 | عضو هیئت‌علمی و متخصص برندسازی ورزشی | ۱۲ سال | مدیریت ورزشی | دکتری تخصصی، استادیار |
| I7 | محقق و کارشناس ارتباطات مجازی در امور بین‌الملل | ۵ سال | علوم سیاسی | دانشجوی دکتری |

| | | | | |
|-----|--|--------|------------------|-------------------------|
| 18 | محقق دارای مقالات مرتبط با دیپلماسی ورزشی | ۳ سال | مدیریت ورزشی | دانشجوی دکتری |
| 19 | عضو هیئت علمی | ۱۲ سال | مدیریت بازاریابی | دکتری تخصصی، دانشیار |
| 110 | مسئول روابط بین‌المللی فدراسیون‌های ورزشی کشور | — | — | — |
| 111 | مسئول روابط بین‌المللی فدراسیون‌های ورزشی کشور | — | — | — |
| 112 | عضو هیئت علمی | ۲۶ سال | علوم سیاسی | دکتری تخصصی، استاد تمام |
| 113 | محقق حوزه دیپلماسی ورزشی | ۴ سال | علوم سیاسی | دانشجوی دکتری |
| 114 | مسئول روابط بین‌المللی فدراسیون‌های ورزشی کشور | — | — | — |
| 115 | محقق در زمینه تجارت الکترونیک | — | — | — |
| 116 | محقق و کارشناس حقوق ورزشی | ۱۰ سال | مدیریت ورزشی | دکتری تخصصی |

برای پاسخ به این سؤال و اینکه هر مؤلفه متأثر از کدام گویه است، از روش دلفی استفاده شد. جداول ۲ و ۳ یافته‌های مرتبط را با استفاده از روش دلفی نشان می‌دهند.

براساس یافته‌های هدف قبلی و دسته‌بندی مؤلفه‌های اصلی عوامل مؤثر بر دیپلماسی ورزشی در فضای مجازی طبق مصاحبه مجدد با خبرگان و نظرهای محققان، این عوامل در ۹ دسته تقسیم‌بندی شد.

جدول ۲. اجماع راند اول دلفی

Table 2. Delphi First Round Consensus

| درصد تقریبی توافق در مؤلفه‌ها | | | | | | | | | |
|--|-----------------|---------------|---------------|----------------|--------------------|--------------|------------------|---------------|---------------|
| گویه‌ها | ماهیت و پتانسیل | عوامل ساختاری | سیاست مدیریتی | سیاست رسانه ای | سیاست ورزش حرفه ای | سیاست فرهنگی | سیاست بین‌المللی | عوامل اقتصادی | سیاست ارتباطی |
| کاهش نقش انحصاری از طریق ارتباطات مجازی | ۴٪ | ۰ | ۶۰٪ | ۴٪ | ۰ | ۰ | ۴٪ | ۰ | ۲۸٪ |
| توسعه فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی در ورزش | ۰ | ۰ | ۰ | ۸۰٪ | ۶٪ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱۴٪ |
| جذابیت روزافزون ورزش | ۹۲٪ | ۰ | ۰ | ۰ | ۸٪ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ |
| وجود شبکه‌های مجازی فعال در فدراسیون‌های بین‌المللی ورزشی | ۰ | ۰ | ۴٪ | ۴٪ | ۴٪ | ۰ | ۶۲٪ | ۰ | ۲۶٪ |
| تسهیل تردد و حمل‌ونقل | ۱۲٪ | ۶۶٪ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۲۲٪ | ۰ |
| شفافیت بیشتر در مرادفات بین‌المللی ورزش از طریق فضای مجازی | ۰ | ۰ | ۰ | ۱۲٪ | ۰ | ۰ | ۸۸٪ | ۰ | ۰ |
| جهانی‌شدن ورزش | ۸۸٪ | ۰ | ۰ | ۰ | ۸٪ | ۰ | ۴٪ | ۰ | ۰ |
| جانشینی سریع‌تر برای فعالیت‌های دیپلماتیک | ۰ | ۰ | ۰ | ۶۴٪ | ۰ | ۰ | ۳۶٪ | ۰ | ۰ |
| قائم به فرد بودن انجام مقوله دیپلماسی | ۴٪ | ۸۰٪ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱۰٪ | ۰ | ۶٪ |
| توسعه کارایی و اثربخشی در ارتباطات بین‌المللی | ۰ | ۰ | ۲٪ | ۸۸٪ | ۰ | ۰ | ۴٪ | ۰ | ۶٪ |
| افزایش دیپلمات‌های ورزشی | ۰ | ۰ | ۰ | ۸۶٪ | ۰ | ۰ | ۶٪ | ۰ | ۸٪ |
| استفاده از شبکه‌های مجازی به‌عنوان قدرت نرم | ۰ | ۱۰٪ | ۴٪ | ۴٪ | ۰ | ۸۲٪ | ۰ | ۰ | ۰ |
| هویت سازی مشترک جوامع با ارتباطات مجازی | ۰ | ۰ | ۴٪ | ۴٪ | ۴٪ | ۸۸٪ | ۰ | ۰ | ۰ |
| افزایش افراد فعال حوزه روابط بین‌الملل و دیپلماسی ورزشی از طریق شبکه‌های | ۰ | ۶٪ | ۸٪ | ۲٪ | ۰ | ۰ | ۸۴٪ | ۰ | ۰ |

| مجازی | | | | | | | | | |
|-------|-----|----|-----|-----|-----|---|---|--|--|
| ۰ | ٪۶ | ٪۶ | ٪۴ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | قرار دادن دیپلماسی مجازی در اولویت سیاست خارجی |
| ٪۴ | ٪۸ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | فضای مجازی به عنوان فرصت و کانال ایجاد ارتباط | |
| ٪۷۶ | ٪۱۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | افزایش روزافزون قدرت شبکه‌های مجازی در صنعت ورزش | |
| ۰ | ۰ | ۰ | ٪۴ | ٪۴ | ۰ | ۰ | ۰ | داشتن قدرت چانه‌زنی بیشتر | |
| ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | درآمذایی بیشتر فدراسیون‌ها و باشگاه‌های ورزشی از طریق شبکه‌های مجازی | |
| ٪۹۰ | ٪۶ | ۰ | ٪۴ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | جذابیت روزافزون ارتباطات از طریق فضای مجازی | |
| ٪۴ | ٪۴ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | توانایی بیشتر در ارتباطات بین‌المللی از این طریق | |
| ۰ | ۰ | ۰ | ٪۴ | ٪۹۶ | ۰ | ۰ | ۰ | ارائه تصویر مناسب‌تر در حوزه‌های مختلف ورزش از طریق شبکه‌های مجازی | |
| ٪۱۲ | ٪۸۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ریسک‌پذیری کمتر | |
| ٪۶ | ٪۹۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | مقتاعد کردن راحت‌تر سازمان‌های حکومتی | |
| ۰ | ۰ | ۰ | ٪۴ | ٪۴ | ۰ | ۰ | ۰ | تقویت پورتال دستگاه دیپلماسی | |
| ٪۶ | ٪۴ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ارتباط منسجم‌تر با دیگر نهادهای ورزشی از طریق شبکه‌های مجازی | |
| ۰ | ۰ | ۰ | ٪۸۰ | ٪۱۰ | ٪۱۰ | ۰ | ۰ | جذب بیشتر نخبگان ورزشی | |
| ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ضرورت به‌روز شدن اطلاعات و ارتباطات در دیپلماسی ورزشی | |
| ۰ | ۰ | ۰ | ٪۶۴ | ٪۸ | ٪۲۸ | ۰ | ۰ | برخورداری از حمایت و پشتیبانی بیشتر از دستگاه دیپلماسی ورزشی | |
| ۰ | ۰ | ۰ | ٪۴ | ۰ | ٪۸ | ۰ | ۰ | زمینه‌سازی ایجاد روابط بین‌الملل | |
| ٪۱۲ | ٪۷۶ | ۰ | ٪۴ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | رویکرد علمی به عوامل مرتبط به دیپلماسی ورزشی | |
| ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ٪۱۴ | ۰ | ۰ | پرورش بلند مدت ارتباطات بین‌المللی | |
| ۰ | ٪۶ | ٪۶ | ٪۸۸ | ۰ | ٪۶ | ۰ | ۰ | رقابتی شدن صنعت ورزش | |
| ٪۶ | ٪۶۸ | ۰ | ٪۲۶ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ایجاد وابستگی‌های فکری و سیاسی | |
| ۰ | ٪۶ | ٪۶ | ٪۸۸ | ۰ | ٪۶ | ۰ | ۰ | تقویت تفکر حرفه‌ای در دیپلماسی ورزشی کشور | |
| ٪۲ | ٪۴ | ٪۴ | ٪۸۸ | ۰ | ٪۴ | ۰ | ۰ | حضور اثربخش‌تر باشگاه‌های ورزشی در موضوع دیپلماسی ورزشی | |
| ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | توجه به شیوه‌های مختلف و جدید درآمذایی از ورزش | |
| ٪۸ | ٪۴ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | هزینه کمتر رفت و آمد دیپلمات‌های ورزشی | |
| ۰ | ٪۹۰ | ٪۴ | ٪۴ | ٪۲ | ۰ | ۰ | ۰ | مشکلات و بحران‌های بین‌المللی مانند همه‌گیری ویروس کرونا | |

| | | | | | | | | | |
|-----|------|-----|------|-----|-----|-----|-----|-----|--|
| ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۶٪ | ۶٪ | ۸۶٪ | ۲٪ | ساختار سازی بهتر از طریق دیپلماسی مجازی |
| ۰ | ۰ | ۴۶٪ | ۰ | ۵۴٪ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | اثر گذاری مثبت در گرفتن میزبانی رویدادهای ورزشی |
| ۰ | ۰ | ۴٪ | ۸۸٪ | ۸٪ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | شناخت بیشتر ادراکات افراد ذی‌نفع |
| ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۸٪ | ۲٪ | ۹۰٪ | ۰ | ۰ | سیاست‌گذاری دقیق‌تر |
| ۰ | ۰ | ۵۰٪ | ۰ | ۲۶٪ | ۰ | ۲۴٪ | ۰ | ۰ | قرارگرفتن در میان کشورهای موفق در زمینه دیپلماسی ورزشی |
| ۰ | ۱۰۰٪ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | کاهش هزینه‌های اقامتی و میزبانی |
| ۰ | ۰ | ۰ | ۱۰۰٪ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | از بین رفتن آداب میهمانی و میزبانی |
| ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۹۲٪ | ۸٪ | ۰ | ۰ | دیده‌شدن بیشتر ورزش کشور و ارائه تصویر مثبت |
| ۰ | ۰ | ۸۰٪ | ۰ | ۴٪ | ۸٪ | ۸٪ | ۰ | ۰ | برندینگ‌شدن در عرضه ملی و بین‌المللی از طریق فضای مجازی |
| ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۸۸٪ | ۸٪ | ۴٪ | ۰ | ۰ | امکان کسب کرسی‌های بین‌المللی بیشتر از طریق فضای مجازی |
| ۰ | ۰ | ۰ | ۱۰۰٪ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | توسعه صلح و دوستی در روابط بین‌المللی ورزشی |
| ۸۸٪ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱۰٪ | ۲٪ | تبادل بیشتر مربی و ورزشکار |
| ۰ | ۰ | ۰ | ۱۰۰٪ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | کاهش تنش‌های سیاسی و ترویج فضای صلح و دوستی توسط دیپلماسی از طریق فضای مجازی |
| ۰ | ۰ | ۳۲٪ | ۰ | ۰ | ۰ | ۶۸٪ | ۰ | ۰ | کاهش تأثیرات تحریم‌های بین‌المللی توسط دیپلماسی از طریق فضای مجازی |
| ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۸٪ | ۰ | ۰ | ۹۰٪ | ۲٪ | افزایش رویدادهای دو جانبه و چندجانبه |
| ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱۰٪ | ۰ | ۰ | ۹۰٪ | ۰ | کمک به برگزاری بازی‌های دوستانه ملی |
| ۱۰٪ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۲٪ | ۸۸٪ | ترویج و ایجاد فضای گفت‌وگو |
| ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۲۰٪ | ۰ | ۰ | ۸۰٪ | ۰ | میزبانی رویدادهای بین‌المللی |
| ۱۰٪ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۴٪ | ۸۶٪ | کاهش مرزهای زبانی و ارتباطی |
| ۱۰٪ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۴٪ | ۸۶٪ | ایجاد محیط مناسب افکار عمومی |
| ۰ | ۱۰۰٪ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | کاهش هزینه‌های اقتصادی توسط دیپلماسی از طریق فضای مجازی |
| ۰ | ۰ | ۰ | ۹۰٪ | ۱۰٪ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | افزایش شهرت فرهنگی و اجتماعی توسط دیپلماسی از طریق فضای مجازی |
| ۴٪ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۷۶٪ | ۲۰٪ | افزایش کاربران فضای مجازی در فعالیت‌های ورزشی |
| ۲۰٪ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۸۰٪ | صرفه‌جویی در زمان |
| ۱۸٪ | ۰ | ۰ | ۱۰٪ | ۰ | ۰ | ۰ | ۵۸٪ | ۱۴٪ | ایجاد جمعیت مجازی با ارزش‌های مشترک مخاطبان |

| ورزشی | | | | | | | | | |
|---|-----|-----|-----|-----|-----|---|---|---|------|
| کاهش تضاد اجتماعی از طریق دیپلماسی مجازی در ورزش | ۱۰٪ | ۶۲٪ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱۶٪ |
| کاهش محدودیت‌های واقعی به دلیل انتخابی بودن جماعت مجازی در ورزش | ۸۰٪ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۲۰٪ |
| نمایان و عرضه کردن فرهنگ بدن محدودیت از طریق فضای مجازی | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱۰۰٪ |
| استفاده از فضای مجازی برای معرفی ورزش کشور به دنیا | ۰ | ۰ | ۰ | ۹۰٪ | ۱۰٪ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ |
| فروش و عرضه راحت‌تر خدمات و محصولات ورزشی از طریق دیپلماسی فضای مجازی | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱۰۰٪ |
| اعتمادسازی و تسهیل روند کسب کرسی‌های بین‌المللی در ورزش | ۰ | ۰ | ۱۰٪ | ۴٪ | ۴٪ | ۰ | ۰ | ۰ | ۸۲٪ |
| امنیت اطلاعاتی بیشتر از طریق دیپلماسی فضای مجازی | ۱۰٪ | ۶۲٪ | ۰ | ۸٪ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۲۰٪ |
| افزایش سهم تجارت الکترونیک در ورزش حرفه‌ای | ۰ | ۰ | ۱۰٪ | ۴٪ | ۴٪ | ۰ | ۰ | ۰ | ۸۲٪ |
| افزایش گفت‌وگوی دیجیتال در عرصه ورزش حرفه‌ای و بین‌المللی | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱۰۰٪ |
| تصرف سرخط خبرهای ورزشی از طریق شبکه‌های مجازی | ۰ | ۰ | ۸٪ | ۴٪ | ۸۸٪ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ |
| دسترسی راحت به اطلاعات ورزشی بین‌المللی از طریق فضای مجازی | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱۰۰٪ |
| فایده‌مندی، فوریت و دوام ارتباطات و اطلاعات ورزشی از طریق فضای مجازی | ۵۸٪ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۴۲٪ |
| گسترش مخاطبان ورزشی از سراسر دنیا به وسیله فضای مجازی | ۷۶٪ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۲۶٪ |
| ایجاد گفت‌وگو و تعامل با مخاطبان ورزشی سراسر دنیا | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱۰۰٪ |
| کاهش اطلاعات غلط و افزایش فهم مشترک دیپلمات‌ها از طریق فضای مجازی | ۸٪ | ۳۲٪ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۶۰٪ |

با توجه به جدول ۲، مؤلفه‌های با اجماع بیشتر از ۷۵ درصد پذیرفته شدند و دیگر مؤلفه‌ها به راند دوم دلفی انتقال یافتند.

جدول ۳. نتایج راند دوم دلفی

Table 3. Delphi Second Round Results

| مؤلفه‌ها | گروه‌ها | ضریب کندال | شاخص اجماع | تفسیر |
|--|---------|------------|------------|---------------|
| کاهش نقش انحصاری از طریق ارتباطات مجازی | ۰/۸۳ | ۰/۸۵ | پذیرش | |
| کاهش تأثیرات تحریم‌های بین‌المللی توسط دیپلماسی از طریق فضای مجازی | ۰/۸۲ | ۰/۸۷ | پذیرش | سیاست مدیریتی |

| | | | | |
|-------|------|------|--|--------------------|
| پذیرش | ۰/۸۰ | ۰/۷۷ | فایده‌مندی، فوریت و دوام ارتباطات و اطلاعات ورزشی از طریق فضای مجازی | ماهیت و پتانسیل |
| پذیرش | ۰/۸۱ | ۰/۷۶ | برخوردار از حمایت و پشتیبانی بیشتر از دستگاه دیپلماسی ورزشی | سیاست ورزش حرفه‌ای |
| پذیرش | ۰/۹۰ | ۰/۸۷ | اثرگذاری مثبت در گرفتن میزبانی رویدادهای ورزشی | |
| پذیرش | ۰/۷۸ | ۰/۷۵ | تسهیل تردد و حمل‌ونقل | |
| پذیرش | ۰/۷۹ | ۰/۷۵ | ایجاد وابستگی‌های فکری و سیاسی | |
| پذیرش | ۰/۸۰ | ۰/۷۶ | ایجاد جماعت مجازی با ارزش‌های مشترک مخاطبان ورزشی | |
| پذیرش | ۰/۸۸ | ۰/۸۲ | کاهش تضاد اجتماعی از طریق دیپلماسی مجازی در ورزش | عوامل ساختاری |
| پذیرش | ۰/۸۵ | ۰/۸۲ | امنیت اطلاعاتی بیشتر از طریق دیپلماسی فضای مجازی | |
| پذیرش | ۰/۸۸ | ۰/۸۳ | جانشینی سریع‌تر برای فعالیت‌های دیپلماتیک | سیاست رسانه‌ای |
| پذیرش | ۰/۸۶ | ۰/۸۵ | وجود شبکه‌های مجازی فعال در فدراسیون‌های بین‌المللی ورزشی | |
| پذیرش | ۰/۹۱ | ۰/۸۹ | توانایی بیشتر در ارتباطات بین‌المللی از این طریق | سیاست بین‌المللی |
| پذیرش | ۰/۸۸ | ۰/۸۵ | قرار گرفتن در میان کشورهای موفق در زمینه دیپلماسی ورزشی | |
| پذیرش | ۰/۹۰ | ۰/۸۸ | پرورش بلندمدت ارتباطات بین‌المللی | |
| پذیرش | ۰/۸۶ | ۰/۸۱ | کاهش اطلاعات غلط و افزایش فهم مشترک دیپلمات‌ها از طریق فضای مجازی | سیاست ارتباطی |

(۱۹۹۹) استفاده می‌شود.

براساس تکنیک دیمتیل در مرحله اول متغیرهای زبانی به‌دست‌آمده از پرسش‌نامه به اعداد فازی تبدیل شد. در مرحله بعد اعداد فازی دیفازی شد و سپس با استفاده از دیمتیل با توجه به اطلاعات جمع‌آوری‌شده، میزان اثر هر کدام از آسیب‌ها تعیین شد و همچنین اثرپذیری یا اثرگذاری آن‌ها محاسبه شد. در جدول ۴ عوامل مؤثر بر دیپلماسی ورزشی در فضای مجازی به همراه کد تحلیل آن‌ها گزارش شده است.

پس از استخراج الگوی مفهومی، میزان اولویت عوامل براساس میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری مستقیم و غیرمستقیم آن‌ها با استفاده از تکنیک دیمتیل فازی مشخص شد که در ادامه گام‌های آن آورده شده است.

برای استفاده از روش دیمتیل، به نظر کارشناسان نیاز است و این نظرها در بردارنده عبارات کلامی مبهم و دوپهلوی است. به‌منظور یکپارچه‌سازی و رفع ابهام آن‌ها بهتر است که این عبارات به اعداد فازی تبدیل شوند. برای حل این مشکل، لین و وو (۲۰۰۸) مدلی ارائه کردند که از روش دیمتیل در محیط فازی بهره می‌گیرد. مراحل دیمتیل فازی عیناً به دیمتیل معمولی شبیه است؛ با این تفاوت که در دیمتیل فازی از مقیاس کلامی فازی پیشنهادی لی

جدول ۴. عوامل مؤثر بر دیپلماسی ورزشی در فضای مجازی به همراه کد آن‌ها

Table 4. Factors Affecting Sports Diplomacy in Cyberspace with Their Code

| کد تحلیل | عوامل مؤثر | کد تحلیل | عوامل مؤثر |
|----------|------------------|----------|--------------------|
| E6 | سیاست فرهنگی | E1 | ماهیت و پتانسیل |
| E7 | سیاست بین‌المللی | E2 | عوامل ساختاری |
| E8 | عوامل اقتصادی | E3 | سیاست مدیریتی |
| E9 | سیاست ارتباطی | E4 | سیاست رسانه‌ای |
| | | E5 | سیاست ورزش حرفه‌ای |

سطر محاسبه شده و سپس تمام اعداد بر این مقدار تقسیم می‌شود. برای اختصار در گزارش یافته‌ها، این دو جدول (عوامل دی‌فازی شده و ماتریس بهنجار شده) گزارش نشده است.

$$xr_{ij}^n = (r_{ij}^n - \min l_{ij}^n) / \Delta_{\min}^{\max}$$

$$xm_{ij}^n = (m_{ij}^n - \min l_{ij}^n) / \Delta_{\min}^{\max}$$

$$xl_{ij}^n = (l_{ij}^n - \min l_{ij}^n) / \Delta_{\min}^{\max}$$

$$\text{where } \Delta_{\min}^{\max} = \max r_{ij}^n - \min l_{ij}^n.$$

پس از این مرحله، اعداد فازی معادل با متغیرهای زبانی در جدول قرار می‌گیرند و دی‌فازی می‌شوند و در ادامه آن با استفاده از رابطه دوم بهنجارسازی می‌شوند (مرحله دوم دیمیتل). براساس این رابطه، ابتدا بیشترین مقدار حاصل جمع هر

جدول ۵. ماتریس بهنجار شده
Table 5. Normalized Matrix

| E9 | E8 | E7 | E6 | E5 | E4 | E3 | E2 | E1 | |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|----|
| ./۰۰۵ | ./۰۳۳ | ./۰۲۱ | ./۰۳۳ | ./۰۳۳ | ./۰۰۵ | ./۰۰۵ | ./۰۷۲ | ./۱۰۲ | E1 |
| ./۰۷۲ | ./۰۰۵ | ./۰۳۳ | ./۰۰۵ | ./۱۰۲ | ./۰۰۵ | ./۰۲۱ | ./۰۰۵ | ./۰۰۵ | E2 |
| ./۱۰۲ | ./۰۰۵ | ./۰۲۱ | ./۱۰۲ | ./۰۳۳ | ./۰۰۵ | ./۰۲۱ | ./۰۷۲ | ./۰۰۵ | E3 |
| ./۰۲۱ | ./۰۳۳ | ./۰۷۲ | ./۰۳۳ | ./۰۰۵ | ./۰۳۳ | ./۰۳۳ | ./۰۰۵ | ./۰۰۵ | E4 |
| ./۰۰۵ | ./۱۰۲ | ./۰۰۵ | ./۰۳۳ | ./۰۷۲ | ./۰۰۵ | ./۰۷۲ | ./۰۳۳ | ./۰۳۳ | E5 |
| ./۰۳۳ | ./۰۲۱ | ./۰۷۲ | ./۰۰۵ | ./۰۷۲ | ./۰۳۳ | ./۰۰۵ | ./۰۰۵ | ./۰۲۱ | E6 |
| ./۰۲۱ | ./۰۰۵ | ./۰۰۵ | ./۰۰۵ | ./۰۲۱ | ./۰۲۱ | ./۰۳۳ | ./۰۷۲ | ./۰۷۲ | E7 |
| ./۱۰۲ | ./۰۰۵ | ./۰۳۳ | ./۰۷۲ | ./۱۰۲ | ./۰۳۳ | ./۰۲۱ | ./۰۳۳ | ./۰۳۳ | E8 |
| ./۰۲۱ | ./۰۳۳ | ./۰۳۳ | ./۰۰۵ | ./۰۰۵ | ./۰۲۱ | ./۰۰۵ | ./۰۷۲ | ./۱۰۲ | E9 |

ماتریس روابط نهایی را نشان می‌دهد.

$$xrs_{ij}^n = xr_{ij}^n / (1 + xr_{ij}^n - xm_{ij}^n)$$

$$xls_{ij}^n = xm_{ij}^n / (1 + xm_{ij}^n - xl_{ij}^n)$$

$$x_{ij}^n = [xls_{ij}^n(1 - xls_{ij}^n) + xrs_{ij}^n \times xrs_{ij}^n] / [1 - xls_{ij}^n + xrs_{ij}^n]$$

پس از بهنجار کردن ماتریس روابط مستقیم، با استفاده از رابطه

سوم، به محاسبه ماتریس روابط نهایی (T) پرداخته می‌شود. جدول ۶

جدول ۶. ماتریس روابط نهایی
Table 6. Final Relationship Matrix

| E9 | E8 | E7 | E6 | E5 | E4 | E3 | E2 | E1 | |
|------|------|------|------|------|------|------|-------|------|----|
| ./۱۵ | ./۰۶ | ./۱۵ | ./۰۵ | ./۰۸ | ./۰۱ | ./۱۷ | ./۴۹ | ./۱۲ | E1 |
| ./۰۵ | ./۰۳ | ./۲۰ | ./۱۶ | ./۱۵ | ./۱۸ | ./۱۵ | ./۱۵ | ./۳۹ | E2 |
| ./۱۵ | ./۲۰ | ./۱۷ | ./۲۵ | ./۰۳ | ./۱۲ | ./۱۱ | ./۲۲ | ./۰۱ | E3 |
| ./۲۲ | ./۱۷ | ./۰۴ | ./۱۷ | ./۰۴ | ./۰۳ | ./۱۲ | ./۰۷ | ./۳۲ | E4 |
| ./۱۷ | ./۰۲ | ./۰۶ | ./۰۲ | ./۰۶ | ./۰۴ | ./۰۹ | ./۰۳۶ | ./۱۴ | E5 |
| ./۱۱ | ./۱۴ | ./۰۷ | ./۱۵ | ./۰۵ | ./۲۰ | ./۰۳ | ./۱۱ | ./۰۱ | E6 |
| ./۱۴ | ./۰۸ | ./۰۴ | ./۱۶ | ./۰۲ | ./۰۵ | ./۱۴ | ./۱۵ | ./۰۲ | E7 |
| ./۱۶ | ./۰۴ | ./۰۸ | ./۰۲ | ./۱۸ | ./۰۴ | ./۰۹ | ./۱۷ | ./۰۱ | E8 |
| ./۱۳ | ./۱۲ | ./۰۵ | ./۱۵ | ./۱۶ | ./۱۸ | ./۰۶ | ./۱۸ | ./۰۹ | E9 |

اکنون مرحله چهارم دیمیتل اجرا شد و حاصل جمع D+R و D-R محاسبه شد که برآیند آن در جدول ۷ مشاهده می‌شود.

$$Z_{ij}^n = \min l_{ij}^n + x_{ij}^n \times \Delta_{\min}^{\max}$$

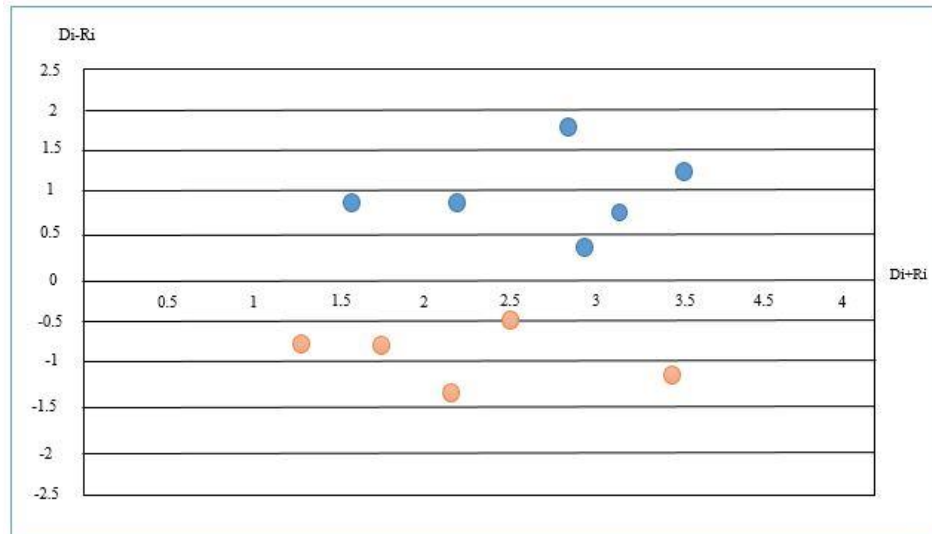
$$Z_{ij} = 1/h(Z_{ij}^1 + Z_{ij}^2 + \dots + Z_{ij}^h)$$

جدول ۷. محاسبه فاصله D و R
Table 7. Calculate the Distance D and R

| E9 | E8 | E7 | E6 | E5 | E4 | E3 | E2 | E1 | Di+Ri |
|------|-------|------|-------|-------|-------|------|-------|------|-------|
| ۱/۳۶ | -۲/۲۲ | ۲/۸۸ | ۱/۸۸ | ۲/۹۱ | ۱/۸۵ | ۳/۵ | ۳/۲۱ | ۲/۱۲ | Di+Ri |
| ۰/۷۲ | -۰/۸۹ | ۰/۹۱ | -۰/۸۵ | -۰/۴۰ | -۰/۳۳ | ۰/۹۳ | -۰/۴۵ | ۰/۷۹ | Di-Ri |

نقاطی که بالای محور افقی قرار گرفته‌اند، نشانگر شاخص‌های اثرگذار و نقاطی که زیر محور افقی قرار دارند، نشانگر شاخص‌های اثرپذیر هستند. در جدول ۸ دو گروه شاخص‌های تأثیرگذار و تأثیرپذیر به تفکیک تأثیرگذاری و تأثیرپذیری ذکر شده است.

با توجه به زوج مرتب‌های (Di+Ri و Di-Ri) نمودار علی به شرح شکل زیر ترسیم شد. با توجه به مرحله چهارم تکنیک دیمتیل، اگر برای یک شاخص مقدار D مثبت شود، آن شاخص، اثرگذار و اگر مقدار D-R منفی شود، آن شاخص، اثرپذیر است؛ پس در شکل زیر،



شکل ۱. نمودار علی زوج مرتب‌ها
Figure 1. Chart of Causal Pairs

جدول ۸. شاخص‌ها به تفکیک اثرگذاری و اثرپذیری
Table 8. Indicators by Effect and Effectiveness

| شاخص‌های تأثیرپذیر | | | شاخص‌های تأثیرگذار | | |
|--------------------|--------------------|-------|--------------------|------------------|-------|
| کد تحلیل | شاخص | Di-Ri | کد تحلیل | شاخص | Di-Ri |
| E2 | عوامل ساختاری | -۰/۴۵ | E1 | ماهیت و پتانسیل | ۰/۷۹ |
| E4 | سیاست رسانه‌ای | -۰/۳۳ | E3 | سیاست مدیریتی | ۰/۹۳ |
| E4 | سیاست ورزش حرفه‌ای | -۰/۴۰ | E7 | سیاست بین‌المللی | ۰/۹۱ |
| E6 | سیاست فرهنگی | -۰/۸۵ | E9 | سیاست ارتباطی | ۰/۷۲ |
| E8 | عوامل اقتصادی | -۰/۸۹ | | | |

اهمیت آن عامل بیشتر است و در اولویت بالاتری قرار می‌گیرد. عوامل تأثیرگذار به ترتیب شدت تأثیرگذاری بر سایر عوامل در جدول ۹ و ۱۰ بیان شده‌اند.

از سوی دیگر در بین عوامل تأثیرگذار، مقدار (Di+Ri) شدت تعامل هر عامل را با سایر عوامل نشان می‌دهد؛ به این ترتیب در گروه عوامل تأثیرگذار، هر قدر میزان مقدار (Di+Ri) بیشتر باشد،

جدول ۹. عوامل تأثیرگذار به ترتیب شدت تأثیرگذاری
Table 9. Influencing Factors in Order of Intensity of Impact

| کد تحلیل | شاخص | Di+Ri |
|----------|------------------|-------|
| E3 | سیاست مدیریتی | ۳/۵۰ |
| E7 | سیاست بین‌المللی | ۲/۸۸ |
| E1 | ماهیت و پتانسیل | ۲/۱۲ |
| E9 | سیاست ارتباطی | ۱/۳۶ |

جدول ۱۰. عوامل تأثیرپذیر به ترتیب شدت تأثیرپذیری

Table 10. Impact Factors in Order of Intensity of Impact

| کد تحلیل | شاخص | Di+Ri |
|----------|--------------------|-------|
| E2 | عوامل ساختاری | ۳/۲۱ |
| E5 | سیاست ورزش حرفه‌ای | ۲/۹۱ |
| E6 | سیاست فرهنگی | ۱/۸۸ |
| E4 | سیاست رسانه‌ای | ۱/۸۵ |
| E8 | عوامل اقتصادی | -۲/۲۲ |

بحث و نتیجه‌گیری

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 را طی می‌کنند تا مانند هم‌تایان خود در صدها سال قبل شخصاً 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 تغییراتی در نحوه ارتباط دیپلمات‌ها ایجاد کرده است (پیمان‌فر و همکاران، ۲۰۱۹)؛ از این‌رو هدف تحقیق حاضر، تبیین و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر دیپلماسی ورزشی در فضای مجازی بود. یافته‌های مصاحبه و گروه دلفی تحقیق نشان داد که در مجموع ۹ مؤلفه اصلی در دیپلماسی ورزشی در فضای مجازی وجود دارد. این مؤلفه‌ها در نهایت تبیین‌کننده عواملی هستند که نقش زیادی در دیپلماسی ورزشی در فضای مجازی دارند که در ادامه هریک از آن‌ها به‌طور کامل و مجزا توضیح داده شده است.

اولین مفهوم شناسایی‌شده، ماهیت و پتانسیل است. این مؤلفه بدین معنی است که ماهیت ورزش به‌گونه‌ای است که دیپلماسی دیجیتال و مجازی را تقویت می‌کند و از عواملی است که سبب می‌شود در فضای ورزش، دیپلماسی به سمت و سوی مجازی و دیجیتال شدن پیش رود. منظور از پتانسیل نیز این است که فضای مجازی پتانسیل زیادی برای توسعه ارتباطات بین‌المللی دارد و ورزش از این قضیه مستثنا نیست. پیمان‌فر و همکاران (۲۰۱۹) نیز پتانسیل بالقوه ورزش را عاملی علی برای دیپلماسی ورزشی برشمردند و نشان دادند که ورزش پتانسیل بالقوه‌ای برای فعالیت‌های دیپلماتیک دارد؛ در نتیجه با تحقیق حاضر همسوست؛ همان‌گونه که باینول (۲۰۰۵) در پژوهش خود به این نتیجه رسید که ورزش می‌تواند به‌عنوان ابزار دیپلماتیک همچون دیپلماسی عمومی برای تأثیر بر روی عقاید مدنظر قرار گیرد. دومین مؤلفه شناسایی‌شده، عوامل ساختاری بود. منظور از ساختار این است که فضای دیپلماسی ورزشی به‌گونه‌ای است که ایجاد می‌کند از فضای مجازی استفاده شود و برخی ساختارها و زیرساخت‌های موجود این مسئله را تقویت می‌کنند. نوری و همکاران (۲۰۱۸) در طراحی الگوی دیپلماسی فوتبال ایران عوامل ساختاری را

نشان دادند که نقش تعیین‌کننده‌ای دارد؛ زیرا ورزش بازار مناسبی برای معرفی و تبلیغ فراورده‌های خود به دست آورد و ورزش نیز توانست با بهره‌گیری از سرمایه‌گذاری‌های اقتصادی با افزایش توانمندی در بخش زیرساخت‌ها و رشد و گسترش کمی و کیفی، وضعیت اقتصادی ورزشکاران را متحول کند. سیاست‌های ساختاری می‌تواند بر دیپلماسی ورزشی از طریق فضای مجازی تأثیرگذار باشد؛ به‌عنوان مثال، دولتی‌بودن بیشتر سازمان‌ها و باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران باعث شده است که تحولات زیادی در ارتباطات و دیپلماسی عمومی بین نمایندگان باشگاه‌ها و مسئولان سازمان‌های ورزشی به وجود آید. همچنین فضای مجازی به دلیل اینکه برخی محدودیت‌های جهان واقعی مانند حمل‌ونقل را از بین برده است و مشکلات گریبان‌گیر ورزش به دلیل همه‌گیری ویروس کرونا، امنیت اطلاعاتی بیشتر و ... باعث شد تا دیپلماسی ورزشی از این ساختار به‌وجودآمده بیشترین نفع را ببرد.

سومین مؤلفه شناسایی‌شده، سیاست مدیریتی است. این مفهوم به‌طور خاص اشاره می‌کند که از طریق ارتباطات مجازی می‌توان انحصارات ورزشی را کاهش داد که سیاستی مدیریتی است؛ می‌توان کارایی و اثربخشی را در ارتباطات بین‌المللی افزایش داد، می‌توان دیپلمات‌های ورزشی از طریق فضای مجازی را افزایش داد، می‌توان خطر موفق‌نشدن یا هزینه‌های دیپلمات‌ها را کاهش داد، می‌توان سازمان‌های حکومتی را راحت‌تر متقاعد کرد، می‌توان سیاست‌گذاری دقیق‌تری انجام داد و در نهایت می‌توان تأثیرات تحریم‌های بین‌المللی را از طریق دیپلماسی مجازی کاهش داد. همه این موارد سیاست‌های مدیریتی است که سبب می‌شود دیپلماسی ورزشی در فضای مجازی تقویت شود. نوری و همکاران (۲۰۱۸) نیز سیاست مدیریتی را یکی از عوامل علی در دیپلماسی فوتبال نشان دادند که با این نتیجه همسوست. زرگر (۲۰۱۶) اذعان می‌کند که می‌توان از ورزش به‌عنوان نوعی واسطه یا کاتالیزور استفاده کرد. در واقع دیپلماسی ورزش نقش تسریع‌کننده دارد؛ هرچند شاید خود عامل مستقیمی نباشد. این 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 سیاست مدیریتی از فضای مجازی برای تقویت دیپلماسی ورزشی است.

حوزه روابط فرهنگی بین‌المللی یا همون سیاست فرهنگی تعریف می‌کند. منظور از سیاست فرهنگی، فراهم‌آوردن تفاهم و همکاری بین جوامع دولت‌های ورزشی به‌منظور تأمین منافع دوجانبه است و دیپلماسی فرهنگ همیشه یکی از ستون‌های سیاست خارجه کشورها بوده است. در ورزش نیز حکومت‌ها و دولت‌ها برای دستیابی به موفقیت‌های ورزشی و نشان دادن فعالیت‌های ورزشی خود به دنیا، سیاست‌های فرهنگی را پیش می‌گیرند و از طریق فضای مجازی نیز سرعت دوچندانی خواهد گرفت، زیرا دسترسی به آن آسان‌تر، ارزان‌تر و همگی‌تر است. سیاست فرهنگی در دیپلماسی ورزشی یک مثال بارز از قدرت نرم است. هکت و دونیفر (۲۰۱۰) یکی از منابع بااهمیت قدرت نرم را فرهنگ می‌دانند؛ زیرا برای اکثریت جامعه جذاب است. کیتسو (۲۰۱۱) بیان می‌کند، سیاست فرهنگی چیزی را پیشنهاد می‌کند که دیپلماسی سیاسی، نظامی و اقتصادی نمی‌تواند پیشنهاد کند. توانایی قانع‌کننده از طریق فرهنگ، ارزش‌ها و عقاید که اجباری در آن دخیل نیست، تأثیرگذاری بیشتری دارد. در ورزش، سیاست فرهنگی نمی‌تواند از نظر کمیت اندازه‌گیری شود، اما در جهانی که قدرت بسیار متفرقه و در جهان وابستگی متقابل وجود دارد، از قابلیت اثرگذاری بسیاری برخوردار است.

سیاست بین‌المللی هفتمین مؤلفه در دیپلماسی ورزشی در فضای مجازی است. پیشرفت و توسعه در وسایل ارتباطی موجب سرعت انتقال اطلاعات، تبادل اندیشه‌ها و افکار، تأثیرپذیری افکار عمومی بین‌المللی و شتاب در اثرگذاری متقابل بین فرهنگ‌ها و جوامع می‌شود و همین امر موجب می‌شود تا هر واقعه یا اتفاقی در یک نقطه از جهان بر وقایع و تحولات سایر نقاط تأثیر بگذارد. سیاست بین‌المللی به دنبال دستیابی اهداف درازمدت است و منظور از آن، مجموعه‌ای از فعالیت‌ها و اقدامات فراملی است که به دنبال انتقال فرهنگ ارزش‌ها و باورها به سایر سرزمین‌ها است. گستره سیاست بین‌المللی در دیپلماسی ورزشی وسیع به نظر می‌رسد، ولی بیشتر شامل مراودات بین‌المللی است. با استفاده از فضای مجازی، دیپلماسی ورزشی در راستای اهداف بین‌المللی خود پیش رفته است؛ 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 توافق نهایی در مورد جزئی‌ترین موضوعات، 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 دارد.

هشتمین مؤلفه مؤثر در دیپلماسی ورزشی در فضای مجازی، عوامل اقتصادی است که مشهود است در دنیای ارتباطات، فضای مجازی

سیاست رسانه‌ای، چهارمین مفهوم شناسایی شد. این مفهوم بیان می‌کند که دیپلمات‌ها می‌توانند ورزش را از طریق فضای مجازی به اشکال مختلفی به نمایش بگذارند و تصویر بهتری از خود ارائه دهند؛ البته سیاست رسانه‌ای تنها در دیپلماسی ورزشی کاربرد ندارد و در سایر اشکال دیپلماسی نیز مشاهده می‌شود که حکومت‌های مختلف از طریق فضای مجازی خود را به بهترین شکل معرفی می‌کنند و گاهی برخی کشورها را ناامن یا با مشکلات فراوان نشان می‌دهد. این مثال نشان می‌دهد که سیاست رسانه‌ای در تمامی اشکال دیپلماسی وجود دارد. از طریق سیاست رسانه‌ای، دیپلماسی ورزشی به ایجاد تصویر مشخص از کشور برای مخاطبان خارجی از طریق جلب توجه آن‌ها به موضوعات مشخص و درعین حال بی‌اهمیت جلوه‌دادن دیگران با انتخاب درست اخبار کمک می‌کند؛ بدین ترتیب دیپلمات‌های ورزشی می‌توانند از طریق فراهم کردن مکرر اطلاعات در مورد یک موضوع آن را برای مخاطبان خود برجسته و درخور توجه کنند و رسانه‌های اجتماعی و فضای مجازی در مقایسه با رسانه‌های سنتی مزیت بزرگ خود را به رخ می‌کشند. به‌طور خاص در اینجا منظور از دیپلماسی ورزشی از طریق فضای مجازی شامل توسعه فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی در ورزش، جانشینی سریع‌تر برای فعالیت‌های دیپلماتیک، ارائه تصویر مناسب‌تر در حوزه‌های مختلف ورزش از طریق شبکه‌های مجازی، دیده‌شدن بیشتر ورزش کشور و ارائه تصویر مثبت و استفاده از فضای مجازی برای معرفی ورزش کشور به دنیا است. در تحقیقی راجی و همکاران (۲۰۱۹) نیز ورزش رسانه‌ای را یکی از راه‌های برندسازی ملی معرفی کردند و از آنجا که برندسازی ملی از اهداف دیپلماسی ورزشی است، با این نتیجه همسوست.

پنجمین مؤلفه، سیاست ورزش حرفه‌ای است؛ یعنی دیپلمات‌ها از طریق فضای مجازی به توسعه ورزش با استفاده از ترفندهای حرفه‌ای می‌پردازند. وقتی ورزشی از سطح ملی فراتر رود و در سطوح منطقه‌ای و جهانی مطرح می‌شود، ابعاد و تأثیرات آن نیز به‌شدت گسترش می‌یابد؛ به همین ترتیب توانایی ورزش در بسیج عمومی و تهییج احساسات، بهره‌گیری از آن در توسعه اقتصادی، ایجاد مشروعیت و ملت‌سازی، همگرایی ملی و... جذابیت‌های ویژه‌ای به وجود می‌آورد که حکومت‌ها را در توجه به ورزش ناگزیر کرده است. فضای مجازی می‌تواند همه این موارد را به شکل ارزان‌تر و حتی مؤثرتر از شیوه‌های سنتی انجام دهد. این نتیجه با تحقیق سبزی و همکاران (۲۰۲۱) همسوست؛ زیرا آن‌ها بیان کردند که دولت‌ها با استفاده از موفقیت‌های ورزشی در حوزه بین‌المللی به توسعه تعاملات خود در عرصه بین‌الملل کمک می‌کنند.

ششمین مؤلفه شناسایی‌شده، سیاست فرهنگی است. دیپلماسی فرهنگی در روابط فرهنگی ریشه دارد و آن را تعهدات دولت‌ها در

باعث کاهش بسیاری از هزینه‌ها شده است. در ورزش نیز و به‌طور خاص در دیپلماسی ورزشی، فضای مجازی محبوب است؛ زیرا بسیاری از هزینه‌ها را کاهش می‌دهد. از طریق فضای مجازی در دیپلماسی ورزشی قدرت چانه‌زنی افزایش یافته است. فدراسیون‌ها، سازمان‌های ورزشی و بازیکنان از طریق فضای مجازی می‌توانند درآمد کسب کنند؛ به شیوه‌های مختلف درآمدزایی در ورزش توجه بیشتری می‌شود؛ کاهش هزینه‌هایی مثل اقامت دیپلمات‌ها و رفت‌وآمد را در پی دارد و در نهایت از طریق دیپلماسی فضای مجازی، محصولات و خدمات ورزشی راحت‌تر فروخته و عرضه می‌شوند.

آخرین مؤلفه شناسایی شده، سیاست ارتباطی است. شاید بتوان گفت مهم‌ترین عامل نیز همین سیاست ارتباطی در دیپلماسی ورزشی در فضای مجازی است. تمامی مطالب پیش‌گفته، همه و همه در صورتی امکان‌پذیر است که ارتباطات شکل بگیرد. سیاست ارتباطی بیان می‌کند از طریق فضای مجازی می‌توان دیپلماسی ورزشی را تقویت کرد و همین‌گونه نیز است؛ زیرا فضای مجازی به‌عنوان یک فرصت و کانال ایجاد ارتباط عمل می‌کند. ورزش از طریق فضای مجازی جذاب‌تر شده و ارتباطات نیز به همان شکل جذاب می‌شود؛ با دیگر نهادهای ورزشی می‌توان از طریق فضای مجازی ارتباطات مستقیم‌تری را شکل داد؛ موجب پرورش بلندمدت ارتباطات بین‌المللی سبب می‌شود؛ دسترسی راحت‌تری به اطلاعات ورزشی از طریق فضای مجازی به وجود می‌آید که همه این‌ها سبب کاهش اطلاعات نادرست و افزایش فهم مشترک دیپلمات‌ها می‌شود. در نتیجه این مفهوم از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است.

نتایج آزمون دیمتیل فازی نشان داد که از ۹ مؤلفه شناسایی شده، چهار مؤلفه به‌عنوان عوامل اثرگذار بر دیپلماسی ورزشی در فضای مجازی و پنج عامل به‌عنوان عوامل اثرپذیر بر دیپلماسی ورزشی در فضای مجازی هستند. عوامل اثرگذار به‌ترتیب اولویت شامل سیاست مدیریتی، سیاست بین‌المللی، ماهیت و پتانسیل و سیاست ارتباطی است. عوامل اثرگذار حاکی از آن است که می‌تواند دیپلماسی ورزشی در فضای مجازی ایران را تحت‌تأثیر قرار دهد و نقش فعال در این حوزه داشته باشد؛ به‌عنوان مثال سیاست مدیریتی به‌عنوان مهم‌ترین عامل اثرگذار بر دیپلماسی ورزشی، نقش جهت‌ساز دارد مبنی بر اینکه مدیران ورزشی، سازمان‌های ورزشی حکومتی و باشگاه‌های ورزشی چه سیاست مدیریتی در قبال فضای مجازی خود دارند؟ آیا دیپلماسی ورزشی را از نظر سیاست‌های آنان می‌توان از طریق فضای مجازی به پیش برد؟ اهداف آن‌ها کمک می‌کند یا تنها به شیوه‌های سنتی دیپلماسی در مدیریت خود به آن می‌نگرند؟ در سیاست مدیریتی به این موضوع مهم که ریسک کمتری دارد و می‌تواند سیاست‌گذاری دقیق‌تری را انجام دهد، تأکید شده است و همین دو عامل نیز می‌تواند بر سایر مؤلفه‌ها تأثیر بگذارد. سیاست بین‌المللی به‌عنوان یکی دیگر

از مؤلفه‌های اثرگذار با اولویت مطرح بود؛ به‌عنوان مثال برندینگ شدن ورزش کشور از طریق فضای مجازی و تقویت دستگاه دیپلماسی ورزشی از طریق فضای مجازی به‌عنوان یک عامل از سیاست بین‌المللی می‌تواند بر سایر عوامل اقتصادی، رسانه‌ای و حتی ورزش حرفه‌ای تأثیر بگذارد؛ زیرا با برند ملی شدن یک کشور سایر اشکال دیپلماسی دچار تغییر می‌شود. لیگ برتر انگلیس معطوف به لیگ جزیره با برندینگ شدن خود، شاهد تأثیرات زیاد سیاست بین‌المللی باشگاه‌ها بر سایر عوامل آن است؛ به‌عنوان مثال تیم ملی انگلستان کمترین بازیکنی را دارد که در لیگی غیر از کشور خود بازی کند و برعکس آن نیز وجود دارد که بیشتر بازیکنان شاغل در لیگ انگلیس در تیم‌های ملی خود بازی می‌کنند. این مثال نشان می‌دهد که سیاست‌های بین‌المللی در دیپلماسی ورزشی در فضای مجازی تا چه اندازه‌ای می‌تواند عاملی اثرگذار باشد.

عوامل اثرپذیر در دیپلماسی ورزشی در فضای مجازی به‌ترتیب شامل عوامل ساختاری، سیاست رسانه‌ای، سیاست ورزش حرفه‌ای، سیاست فرهنگی و عوامل اقتصادی است. عوامل اثرپذیر نقش معلول را بر عهده دارند و اگر تغییری در ساختارهای اثرگذار شود، خواه‌ناخواه در این عوامل نیز تغییر ایجاد می‌شود. اولویت این عوامل نشان می‌دهد که عوامل ساختاری درخور تغییرات بیشتری خواهد بود؛ یعنی ساختارهای دیپلماسی ورزشی در فضای مجازی بسیار زود دستخوش تغییر می‌شود و اگر سیاست‌های مدیریتی و بین‌المللی یک کشور، باشگاه یا سازمان ورزشی تغییر کند، ابتدا در ساختار دیپلماسی ورزشی این سازمان‌ها تغییر ایجاد می‌شود؛ به‌عنوان مثال اگر تحریم‌های بین‌المللی را بتوان از طریق فضای مجازی در ورزش کاهش داد (به‌عنوان سیاست مدیریتی)، کمک بیشتری به برگزاری بازی‌های ملی دوستانه با سایر کشورها خواهد شد؛ یا اگر از طریق فضای مجازی ارتباطات بین‌المللی تقویت شود (به‌عنوان سیاست بین‌المللی)، فرایند دیپلماسی ورزشی قائم به فرد خواهد شد؛ بنابراین این مثال‌ها مشخص می‌کند که عوامل ساختاری در دیپلماسی ورزشی در فضای مجازی بسیار دستخوش تأثیرپذیری است.

سیاست رسانه‌ای دومین اولویت در عوامل اثرپذیر است. در دیدگاه کلان یک کشور، ابتدا سیاست‌های مدیریتی تعیین‌کننده است. سیاست مدیریتی مشخص خواهد کرد که ارتباطات بین‌المللی و سیاست‌های ارتباطی به چه شکلی باشد و در سطوح پایین‌تر سیاست‌های رسانه‌ای، ورزش حرفه‌ای و فرهنگی قرار خواهد گرفت؛ زیرا از کلیات به سمت جزئیات پیش خواهد رفت؛ پس نتیجه حاضر منطقی به نظر می‌رسد.

عوامل اقتصادی نیز به‌عنوان آخرین عامل اثرپذیر شناسایی شد که واضح است در انتهای هرم دیپلماسی ورزشی در فضای مجازی، تغییرات اقتصادی نیز آخرین مقوله‌ای است که اثر می‌پذیرد؛

تجارت الکترونیک در ورزش حرفه‌ای مشاهده خواهد شد.

به‌عنوان مثال اگر سیاست ارتباطی ورزش کشور از فضای مجازی به‌عنوان فرصت و کانال ایجاد ارتباط استفاده کند، افزایش سهم

References

1. Asheghi, B., Ramzani Nejjhad, R., Abdi, S. (2021). Content analysis of articles related to politics and sport from 1388 to 1398. *Communication Management in Sport Media*, 11(1), 1-13.
2. Bakhshi Chenari, A., Zardoshtian, S., & Mohammadi Jame, H. (2020). A comparative study of sports diplomacy practices and experiences in Islamic Republic of Iran and Selected Countries. *Communication Management in Sport Media*, 7(3), 69-80
3. Bjola, C., & Holmes, M. (2015). *Digital diplomacy: Theory and practice*. London: Routledge.
4. Bjola, C., & Kornprobst, M. (2013). Towards inclusive diplomacy. In Bjola, Corneliu and Kornprobst, Markus, *understanding international diplomacy: Theory, practice and ethics* (pp. 201-207) London: Routledge.
5. 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.
6. Dubinsky, Y. (2019). From soft power to sports diplomacy: A theoretical and conceptual discussion. *Place Branding and Public Diplomacy*, 15(3), 156-164.
7. Gienow-Hecht, J. C., & Donfried, M. C. (Eds.). (2010). *Searching for a cultural diplomacy* (Vol. 6). Jessica C. E. Gienow-Hecht and Mark C. Donfried: Berghahn Books.
8. 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.
9. 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, 29,1741-1769.
10. 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), 3.
11. Kobierecki, M. M. (2020). Sports diplomacy: Sports in the diplomatic activities of states and non-state actors. *International Relations: Lexington Books*.
12. M. Boumadan, R., Soto-Varela, M., 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, 8064, 2020.
13. Mazumdar, B. T. (2021). Digital diplomacy: Internet-based public diplomacy activities or novel forms of public engagement? *Place Branding and Public Diplomacy*, 10(1), 1-20.
14. 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.
15. 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.
16. Pérez Tornero, J. M. (2013). ABC... media literacy white paper. *European media literacy: selected texts from studies*. Available at: unesdoc.unesco.org
17. 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.
18. 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.
19. 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), 79-92
20. 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.
21. Verrekia, B. (2017). Digital diplomacy and its effect on international relations. Available at: <https://www.hindawi.com>
22. Viveiros de Castro, E. (2013). The relative native. *HAU: Journal of Ethnographic Theory*, 3(3), 473-502.



COPYRIGHTS

© 2023 by the authors. Licensee PNU, Tehran, Iran. This article is an open access article distributed under the terms & conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY4.0) (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>)