

Communication Management in Sports Media

ORIGINAL ARTICLE

Open
Access

The Role of Diplomatic Relations in the Introducing and Promoting of Foreign Sports in Iran

Sara Keshkar¹ , Ghazal Panahbar² 

1. Associate Prof, Faculty of Physical Education and Sport Science, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.

2. M.Sc. Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Science, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.

Correspondence

Author's Name: Sara Keshkar

Email: Keshkar@atu.ac.ir

How to cite

Keshkar, S., & Panahbar, Gh. (2023). The Role of Diplomatic Relations in the Introducing and Promoting of Foreign Sports in Iran. *Communication Management in Sport Media*, 11(2), 55-76. doi: 10.30473/jsm.2023.68691.1781

ABSTRACT

Sports have emerged as a significant form of soft power in diplomatic and international relations. A historical examination of the introduction of non-native sports in Iran sheds light on the methods and reasons behind their adoption in the country. The historical presence of foreigners and international relations in Iran has had a notable impact, particularly in the development of modern sports. Foreigners have played a pivotal role in attracting young people and fostering the growth of sports in the country. Understanding the strategies employed by foreigners to promote their sports can offer valuable insights for sports managers seeking to maintain and develop local sports. In a historical qualitative study employing documentary methods and nominee interviews, the introduction of foreign sports to Iran was investigated. The study reviewed 70 relevant documents, articles, books, and reports. Additionally, experts and researchers in sport history, sport management, sport sociology, athletes, sports veterans, and club/team managers (N=19) were purposively and snowball sampled for interviews. The findings revealed that Iranians who had traveled abroad and foreigners played crucial roles in introducing sports to Iran, while economic and political connections were instrumental in promoting their development. Advertising, foreign cultural influences, structural development, and economic growth have all contributed to the maintenance and nurturing of these sports activities. The similar emergence of sports in many countries suggests that governments have strategically utilized sports to achieve political goals in host countries.

KEYWORDS

Diplomatic Relations, Diplomacy, Promotion, Marketing, Foreign Sports.

Extended Abstract

Introduction

The impact of foreign nationals and diplomatic relations on the introduction of non-native sports underscores the significant role of sports in diplomatic relations, serving as a platform for countries to showcase their power and influence. Governments and organizations strategically employ sports as political tools to achieve their objectives and enhance their global image. Notable historical examples include the United States and Britain leveraging sports diplomacy to bolster their influence in Iran. The presence of foreign athletes and their endorsement through marketing and advertising played a pivotal role in promoting non-native sports in the country. Sports exert a profound influence on national pride, international prestige, and global politics. They contribute to nation-building, fostering a sense of national identity, and serve as a conduit for power and global recognition. Each sport in Iran has its own unique history, entering the country at different times and evolving over the years. Studying the history of sports in Iran offers valuable insights and contributes to the country's sports identity and development goals. Historical awareness and self-identity are crucial for a society, and comprehending the past is essential for effective planning and decision-making. The cultural impact resulting from the influx of foreign culture and lifestyle has significantly shaped the sports culture of Iran, leading to social and cultural transformations. The research conducted on the influence of foreigners and diplomatic relations in sports sheds light on their impact on the economic, cultural, social, legal, and political aspects of host countries. The findings of this research can be leveraged by sports managers to make informed decisions and enhance their understanding of the influence of foreign nationals and diplomatic relations on the introduction of non-native sports in Iran. In summary, this text explores how non-native sports entered Iran through diplomatic and international relations. It underscores the role of foreign nationals in introducing and developing these sports, the influence of sports on diplomatic relations, and the cultural changes resulting from the introduction of foreign culture. The research aims to provide insights for sports managers and address the question of how foreign nationals and diplomatic relations contribute to the introduction of non-native sports in Iran.

Methods

This research employed an applied research approach with a qualitative strategy. The data collection methods included documentary research and nominal interviews. To analyze the data, content analysis with a thematic analysis approach was utilized. The research participants encompassed pioneers, athletes,

experts in Iranian history, sociologists specializing in sports, sports management specialists with experience in sports history and physical education in Iran, and experienced managers of sports clubs, teams, and media outlets. The participants were initially selected purposively, with interviews commencing with five individuals. Subsequently, additional participants were selected using the snowball sampling method, and interviews continued until theoretical saturation was reached, totaling 19 interviews. In the documentary research section, all accessible documents were utilized without sampling, resulting in the analysis of 70 documents using content analysis. The measurement tools in the documentary research section consisted of data collection sheets and tables. In the interview section, a semi-structured format was used, allowing participants to respond with pen and paper or have the interviews recorded. To ensure the reliability of the coding process for both interview data and content analysis of the documents, Cohen's kappa coefficient was calculated. The coefficient was found to be 0.71 for the interview data, indicating excellent reliability, and 0.83 for the analyzed document data, indicating good reliability of the coding process.

Results

The majority of the interviewees were above 56 years old and predominantly male, with most holding a master's degree education level. These characteristics suggest that the participants were well-equipped to respond to research questions and provide analytical answers based on their extensive experience and relevant education. In terms of their organizational position, expertise, and experience, the majority of individuals possessed the necessary qualifications to offer valuable insights on the research topic. Out of the total 70 accessible documents reviewed, the majority were sourced from federations' websites and historical reports. Among the 42 sports disciplines examined in this study, most were introduced and promoted by "foreigners" or "Iranians returning from abroad," particularly during the Qajar, First Pahlavi, and Second Pahlavi eras, with countries such as England, America, Russia, and Japan playing pivotal roles. Notably, the British government had a more substantial influence than other nations in introducing non-native sports to Iran, largely attributed to political and commercial relations, where Britain held significant sway at that time. The construction of railways and oil contracts stood out as primary reasons for the presence of British advisors in Iran. Figure 1 presents a thematic map illustrating the reasons for the entry of foreign sports disciplines into Iran. According to the figure, these reasons can be categorized into five main factors: economic relations, political sports relations, Iranians returning from abroad, and the residence of foreigners in Iran.

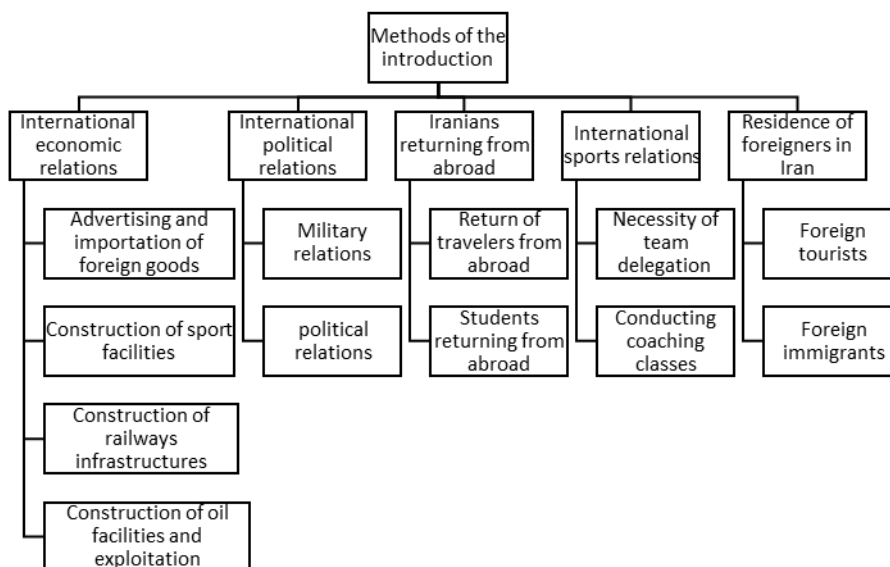


Figure1. Thematic Map of Illustrating the Introduction of Foreign Sports to Iran

The research interviews yielded findings on the role of foreign nationals and diplomatic relations in the development of non-native sports, analyzed through thematic analysis. The results indicated that four dimensions had the most significant impact on the promotion and development of non-native sports in the

country. These dimensions encompassed the development of foreign culture, structural development of the sports discipline, marketing and promotion of the sports discipline, and economic development, as illustrated in Figure 2.

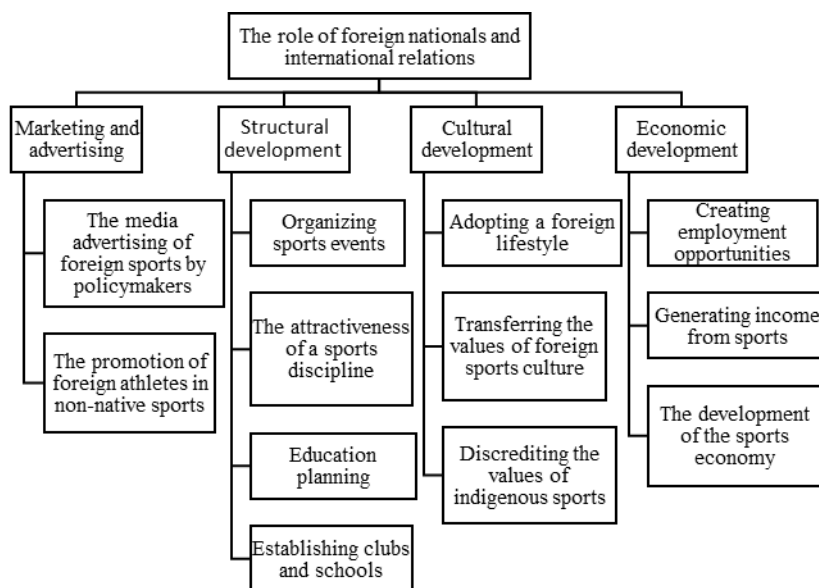


Figure 2. Thematic Map of the Role of Foreigners and Diplomatic Relations in the Development of Foreign Sports Disciplines

Conclusion

It is imperative for sports managers and officials in Iran to comprehend the objectives and strategies of foreign influence and promotion in their cultural sports development. It is widely recognized that Western sports have thrived globally, while indigenous sports such as Chogan, archery, spear-throwing, traditional wrestling, traditional weightlifting, and equestrianism have either been forgotten, limited in their activities within the country, or taken over by foreign nations. Efforts should be directed towards creating more opportunities for the advancement of indigenous

sports. For instance, Chogan, which holds a global ranking led by Argentina and the United States, while Iranians have no position in this ranking, necessitates growth and development at both national and international levels. Disregarding the history and successful development methods of indigenous sports can lead society to merely consume foreign sports. However, by drawing from historical lessons and adopting effective approaches to initiate and market indigenous and non-native sports, while emphasizing Iran's cultural values on national and international platforms, the country's sports and its capabilities can

be significantly strengthened. Leveraging prominent figures in sports, art, politics, society, and culture to promote and encourage sports participation through direct or indirect means will contribute to fostering sports promotion in alignment with the desired cultural values of Iranian society. This approach, currently lacking substantial impact in the country's sports marketing, has the potential to enrich and align sports promotion within the desired cultural frameworks of Iranian society.

KEYWORDS

Diplomatic Relations, Diplomacy, Promotion, Marketing, Foreign Sports.

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»

نقش روابط دیپلماتیک در ورود و ترویج رشته‌های ورزشی خارجی در ایران

سارا کشکر^۱، غزال پناهبر^۲

چکیده

ورزش همواره در روابط دیپلماتیک و بین‌الملل به‌عنوان قدرت نرم برای تحقق اهداف بین‌المللی کشورها مدنظر بوده است. بررسی تاریخ ظهور رشته‌های ورزشی غیربومی در ایران بازگوکننده حقایق زیادی در مورد نحوه ورود و دلایل ظهور آن‌ها در ایران است. این تحقیق کیفی حاوی نگرشی تاریخی است که با استفاده از روش اسنادی و مصاحبه اسمی انجام شد. جامعه مورد مطالعه در بخش مطالعه اسنادی همه اسناد، مقالات، کتب و گزارش‌های تاریخی مرتبط با تاریخچه و اتفاقات مرتبط با ظهور رشته‌های غیربومی در ایران بود که به‌طور تمام‌شمار مدنظر قرار گرفت (تعداد=۷۰). در بخش مصاحبه، صاحب‌نظران و محققان آشنا با حوزه تاریخ ورزش ایران ابتدا به‌صورت هدفمند انتخاب شدند و سپس با استفاده از نمونه‌گیری گلوله‌برفی با آن‌ها مصاحبه شد و در نهایت با رسیدن به اشباع نظری (تعداد=۱۹) مصاحبه‌ها به اتمام رسید. نتایج نشان داد که از بین عوامل موجود ورود رشته‌های ورزشی به ایران، ایرانیان از فرنگ برگشته و اتباع خارجی از مهم‌ترین عوامل ظهور این رشته‌ها در ایران بودند و در جایگاه بعد، مراودات اقتصادی، سیاسی و ورزشی اهمیت داشتند و در ترویج و توسعه رشته‌های خارجی از طریق اتباع خارجی و روابط بین‌الملل عواملی چون تبلیغات و بازاریابی، توسعه فرهنگ بیگانه، توسعه ساختاری و توسعه اقتصادی ورزش‌های غیربومی، مهم‌ترین شیوه‌های ماندگاری و توسعه این رشته‌ها بودند. با توجه به الگوی مشابه ظهور این رشته‌ها در بسیاری از کشورها، به نظر می‌رسد سیاست‌های پنهانی در دیپلماسی کشورها برای استفاده از ورزش به‌عنوان قدرت نرم برای تحقق اهداف سیاسی در کشورهای میزبان مدنظر بوده است.

واژه‌های کلیدی:

روابط دیپلماتیک، ترویج، بازاریابی، ورزش خارجی.

۱. دانشیار، مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران
۲. دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

نویسنده مسئول:

سارا کشکر

رایانامه:

Keshkar@atu.ac.ir

استناد به این مقاله:

کشکر، سارا؛ و پناهبر، غزال. (۱۴۰۲). نقش روابط دیپلماتیک در ورود و ترویج رشته‌های ورزشی خارجی در ایران. فصلنامه علمی مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی. ۱۱(۲)، ۵۵-

doi: 10.30473/jsm.2023.68691.1781 ۷۶

مقدمه

تغییرات عمیقی شده است (شریعتی فیض‌آبادی، ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹؛ هادیان و کریمی، ۲۰۲۲؛ جوادی‌پور و راسخ، ۲۰۱۹؛ شهرضایی و شیرزادی، ۲۰۱۷؛ محمدحسن و همکاران، ۲۰۲۲).

بسیاری از رشته‌های ورزشی امروز در کشور ما، بومی ایران نیستند و از طریق مناسبات صنعتی، سیاسی و بین‌المللی یا به‌اصطلاح در نتیجه روابط دیپلماتیک وارد کشور شده‌اند. ورزش در روابط دیپلماتیک اهمیت بسیاری دارد؛ زیرا به‌واسطه ورزش، کشورها و سیاستمداران می‌توانند قدرت و سلطه خود را نمایش دهند. ورزش و ورزشکاران در روابط بین‌الملل و دیپلماتیک می‌توانند به‌عنوان ابزارهای سیاسی بسیار اثرگذاری باشند که سیاستمداران و حکمرانان از آن بهره‌برداری می‌کنند (کویرکچی^۵، ۲۰۱۳). در این راستا، نتایج تحقیق شریعتی فیض‌آبادی (۲۰۱۹) نیز با مطالعه تطبیقی دیپلماسی ورزشی کشورهای پیشرفته مانند آمریکا، استرالیا، ژاپن، روسیه و چین و مقایسه آن با ایران نشان داد، درحالی‌که ایران ورزش را به‌عنوان ابزار سرگرمی و اوقات فراغت مدنظر قرار می‌دهد، کشورهای پیشرفته از ورزش و ورزشکاران به‌عنوان ابزارهایی برای توفیق اهداف سیاسی خود بهره‌برداری می‌کنند؛ به‌عنوان مثال، در دهه پنجاه و در دوران پهلوی دوم کشور آمریکا برای بهبود چهره سیاسی خود در ایران (که پس از کودتای ۲۸ مرداد وجهه نامطلوبی یافته بود) از دیپلماسی ورزش با تمرکز بر رشته دوومیدانی استفاده کرد و ورزشکاران و مربیانی را برای آموزش و برگزاری مسابقات ورزشی و همچنین راه‌اندازی روزنامه به ایران اعزام کرد تا از این طریق ضمن دستیابی به خوش‌نامی به اهداف سیاسی خود دست یابد (وین رایت^۶، ۲۰۲۱).

همچنین بریتانیا از ورزش برای نفوذ خود در ایران بسیار بهره‌برداری کرد. بررسی اسناد تاریخی این کشور در ایران نشان می‌دهد که آن‌ها با معرفی رشته‌های ورزشی خود از جمله فوتبال و نمایش شخصیت‌های سیاسی خود در شکل و شمایل ورزشکار با اندام‌های ورزشی و انجام حرکات ورزشی، توجه مردم ایران را به سوی خود جلب کردند (گریفیت^۷، ۲۰۱۷). در این بین، استفاده از تبلیغات تجاری ورزشکاران خارجی در ترویج رشته‌های ورزشی و همچنین بازاریابی پوشاک و لوازم مرتبط با رشته‌های ورزشی غیربومی اهمیت درخور توجهی در ترویج این ورزش‌ها در ایران داشت (راسخون، ۲۰۲۲). هم‌زمان با حضور آمریکایی‌ها و انگلیسی‌ها در ایران، صحنه‌گذاری ورزشکاران آن‌ها در حوزه تبلیغ رشته و محصولات ورزشی بازارگرمی داشت. افرادی مثل هونوس واگنر^۸ بیسبالیست آمریکایی، جین سارازن^۹ گلف‌باز آمریکایی و بیب دیدریکسون زاهاریاس^{۱۰} دونده آمریکایی،

ارتباط برای دیپلماسی مانند خون برای بدن انسان است. هرگاه ارتباطات قطع شود، بدنه سیاست بین‌الملل یعنی فرایند دیپلماسی مرده است و نتیجه آن درگیری خشونت‌آمیز یا نابودی است (ترن^۱، ۱۹۸۷: ۸). صاحب‌نظران معتقدند که «ارتباطات» شاهرگ حیاتی دیپلماسی است و اغلب، دیپلماسی را به‌عنوان «فرایند تنظیم‌شده ارتباط» تعریف می‌کنند (کانستنتینو^۲، ۱۹۹۶: ۲۵). دیپلماسی دارای ابعاد مختلف سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، نظامی و... است و در بیشتر رشته‌های علوم بر این واژه تأکید شده است (محمدیان و رضایی، ۲۰۱۶) و علوم ورزشی، به‌خصوص حوزه مدیریت ورزشی نیز از این امر مستثنا نیست. دیپلماسی در روابط بین‌الملل نقش محوری و وجودی دارد؛ به‌طوری‌که جدا کردن روابط بین‌الملل و مفهوم دیپلماسی از یکدیگر امری غیرممکن است. دیپلماسی در کنار اهداف دفاعی یکی از ابزارهای مهم برای مدیریت و اجرای سیاست خارجی دولت‌ها است (کاپلند^۳، ۲۰۰۹: ۷) و برای این کار، آن‌ها نیازمند برقراری روابط دیپلماتیک با کشورهای دیگر هستند. در فرایند انجام روابط دیپلماتیک که طبق فرهنگ‌نامه لانگمن^۴ به معنای توافق دو کشور برای داشتن ارتباط طولانی‌مدت و تأسیس سفارت‌خانه در کشورهای دو طرف و اعزام دیپلمات برای پیگیری و برقراری ارتباط بین دو کشور است، دولت‌ها به‌منظور دستیابی به اهداف خود و بدون اقدام به راه‌اندازی جنگ و خونریزی به برقراری ارتباط با یکدیگر می‌پردازند و برای این منظور از ابزارهای مختلف هنری، فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و امثال آن استفاده می‌کنند. یکی از این ابزارها ورزش است که برای اهداف سیاسی، فرهنگی، آموزشی، اجتماعی و امثال آن استفاده می‌شود (عاشقی و همکاران، ۲۰۲۲) و حتی برای آن دیپلماسی ویژه‌ای با عنوان دیپلماسی ورزش تدوین شده است که می‌تواند موجب مشروع‌سازی اهداف ملت‌ها شود و به دستیابی به اهداف سیاست خارجی کشورمان کمک زیادی کند (مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی ایران، ۲۰۲۲).

دولت‌ها، سازمان‌ها و نهادهایی که جامعه بین‌المللی را می‌سازند، دارای روابط و مناسبات سیاسی، اقتصادی و فرهنگی هستند که بیانگر روابط متقابل آن‌ها است که می‌تواند به‌صورت روابط دوستانه (همکاری) یا رقابت و تعارض‌آمیز (ستیز یا مناقشه) باشد (قوام، ۲۰۱۷) که نتایج آن بر ابعاد مختلف زندگی افراد جامعه انعکاس می‌یابد. ورزش یکی از ارکان زندگی مردم جامعه است که در طول تاریخ از ورود اتباع خارجی به کشور و توسعه روابط دیپلماتیک دستخوش

6. Wainwright
7. Griffiths
8. Honus Wagner
9. Gene Sarazen
10. Babe Didrikson Zaharias

1. Tran
2. Constantinou
3. Copeland
4. Longman
5. Kobierecki

برداری کرد. همان‌طور که تحقیقات نشان می‌دهد، داده‌های تحقیقات ورزشی همیشه می‌تواند بر تحقیقات مدیریتی و عملکرد سازمانی اثرگذار باشد و بر این اساس نتایج تحقیق حاضر نیز می‌تواند آثار درخور توجهی بر مدیریت ورزش کشور به همراه داشته باشد (فونتی^۶ و همکاران، ۲۰۲۳).

ورود فرهنگ و سبک زندگی کشورهای خارجی به خصوص کشورهای غربی به کشورهای مختلف از جمله ایران، نشان‌دهنده تغییرات چشمگیری در زمینه فرهنگی و به دنبال آن تغییر در ورزش و فرهنگ ورزشی آن کشور است که با توجه به تهاجم فرهنگی که از عوامل تغییر فرهنگ یک ملت است، مدنظر محققان قرار گرفته است (مرادی و همکاران، ۲۰۱۴). در این خصوص، می‌توان به جایگزین کردن فرهنگ بیگانه به‌عنوان یکی از اهداف تهاجم فرهنگی اشاره کرد (خرم، ۱۹۹۹). در این خصوص، ورزش نقش مهمی در تغییر ارزش‌های فرهنگی و ایجاد تغییرات اجتماعی دارد (خداپرست و همکاران، ۲۰۲۲؛ کریمی و همکاران، ۲۰۲۲). سورک^۷ و همکاران (۲۰۱۹) نشان دادند که تأثیر ورزش در تغییر گرایش‌های فرهنگی و الویت‌های سرمایه‌گذاری در خاورمیانه در طول تاریخ بسیار گسترده بوده است؛ به‌طوری که باشگاه‌های ورزش حرفه‌ای در سراسر جهان قراردادهای حمایتی با شرکت‌های هواپیمایی خاورمیانه امضا کرده‌اند و حقوق نام‌گذاری ورزشگاه نیز با این شرکت‌ها امضا شده است.

باشگاه‌های فوتبال معروفی مانند باشگاه فوتبال پاریس سنت ژرمن و منچستر سیتی به‌ترتیب توسط سرمایه‌گذاران از خلیج فارس (قطر و ابوظبی) خریداری شده‌اند. دلویت^۸ (۲۰۲۳) در گزارشی درخصوص آینده ورزش در خاورمیانه بر تغییرات اجتماعی تأکید کرده است که از طریق ورزش در خاورمیانه در حال وقوع است؛ البته این گزارش به سرمایه‌گذاری‌های اقتصادی توسط ملل غربی در خاورمیانه از طریق ورزش نیز توجه می‌کند و آن را به‌عنوان فواید توسعه ورزش در خاورمیانه می‌داند. در این گزارش آمده است که جوانان امروز مرتبط به نسل آلفا (α) و زد (Z) هستند که کمتر به ورزش کردن می‌پردازند و با ورود رشته‌ها و رویدادهای ورزشی جدید به منطقه و ایجاد جذابیت در این رشته‌ها، می‌توان توجه جوانان را به این ورزش‌ها جذب کرد. تحقیقات نشان می‌دهند عوامل درونی یک کشور که سبب پذیرش فرهنگ مهاجم می‌شوند، عبارت‌اند از: مشکلات و کاستی‌های اقتصادی و اجتماعی، ضعف‌ها و کاستی‌های موجود در خانواده، مدرسه و جامعه، ضعف در برنامه‌ریزی دقیق فرهنگی، نبود

به‌عنوان اولین صحنه‌گذاران ورزش در دهه‌های ۴۰ و ۵۰ میلادی، هم‌زمان با دوره حکومت رضاشاه پهلوی و فرزندش، نقش مهمی در معرفی رشته‌های ورزشی و جذب مشتری برای محصولات ورزشی داشتند (کرافورد^۹، ۲۰۱۶). مسلم است که حضور چهره‌های ورزشی محبوب در تبلیغات تجاری بر گرایش جامعه به محصولات ورزشی که آن‌ها صحنه‌گذاری می‌کنند، نقش مهمی دارد و بدیهی است که در زمان ورود رشته‌های ورزشی به کشور، صحنه‌گذاری ورزشکاران معروف بر بازاربازی مؤثر رشته‌ها و وسایل و ابزارآلات مرتبط با آن‌ها بی‌تأثیر نبوده است (رتون^{۱۰}، ۲۰۰۹؛ پنت^{۱۱}، ۲۰۱۶؛ ون فلبرت^{۱۲}، ۲۰۲۱).

اخمتکریموف^{۱۳} و همکاران (۲۰۲۰) نیز در تحقیق خود نشان دادند که ورزش برای برخی از کشورها قدرت نرم تلقی شده که از آن برای توسعه صلح، ایمنی و توسعه پایدار استفاده می‌شود. همچنین در طول تاریخ همواره ورزش، ملت‌ها و فرهنگ‌ها را به هم نزدیک کرده و بین آن‌ها آشتی ایجاد کرده است. علاوه بر این، اتحادیه اروپا به‌طور فزاینده‌ای از قدرت نرم ورزش برای کمک به تقویت پیام‌های سیاست خارجی استفاده می‌کند (پریش^{۱۴}، ۲۰۲۰).

تاریخ مدرن ورزش به‌طور جدایی‌ناپذیری با غرور ملی، اعتبار بین‌المللی و سیاست جهانی در هم آمیخته است. از بسیاری جهات، ورزش اثراتی بیش از نتایج ورزشی به همراه داشته است. این اثرات عبارت‌اند از: کمک به ملت‌سازی و ایجاد معیار هویت ملی، ایجاد امکان برای معرفی استقلال سیاسی و هویت متمایز ملت‌ها، عمل به‌عنوان مجرای قدرت و کسب و ارتقای جایگاه و موقعیت جهانی در صحنه جهانی، ایجاد زمینه تجدید یا تولد مجدد یک ملت (چا^{۱۵}، ۲۰۱۶).

هر کدام از رشته‌های ورزشی فعال در ایران دارای تاریخ منحصر به فرد خود هستند و در برهه‌ای از زمان وارد کشور شده‌اند و رشد و توسعه یافته‌اند. بررسی تاریخچه ظهور رشته‌های ورزشی در کشور با آموزه‌های بسیاری همراه است. تاریخ برای جامعه به‌منزله حافظه برای افراد است. جامعه بدون توجه به تاریخ و بدون داشتن آگاهی و خودآگاهی تاریخی، جامعه‌ای بی‌هویت خواهد بود. جامعه‌ای که به هویت خود بی‌اعتنا باشد و آن را چنانکه باید نشناسد، جامعه‌ای بی‌فرهنگ است. در واقع، انقطاع وقایع و حوادث امروز از وقایع و حوادث گذشته ممکن و معقول نیست (حداد عادل، ۲۰۰۶)؛ بر این اساس، مطالعه و تحلیل روند ظهور رشته‌های ورزشی در کشور می‌تواند هویت ورزش کشور و نیز اهداف توسعه آن‌ها در ایران را مشخص کند و از این امر اطلاعات بسیاری برای مدیران ورزش کشور فراهم می‌شود که از آن می‌توان در برنامه‌ریزی و تصمیمات سازمانی بهره‌

6. Parrish
7. Cha
8. Fonti
9. Sorek
10. Deloitte

1. Crawford
2. Renton
3. Pant
4. Von Felbert
5. Akhmetkarimov

تولیدات فرهنگی کافی و مناسب، روشن‌فکران غرب‌زده، آگاهی‌نداشتن مردم، جوانان و نوجوانان (آزاد ارمکی، ۱۹۹۶).

حضور اتباع خارجی و روابط بین‌الملل در تاریخ ایران همواره با آثار درخور تأملی همراه بوده است. بیشترین حضور اتباع خارجی در ایران از دوران قاجار آغاز شد که هدف، بهره‌برداری از توانمندی‌های علمی آن‌ها در توسعه کشور بود، ولی ورود خارجی‌ها به کشور موجب بروز تغییراتی در فرهنگ کشور شد. تأسیس مدرسه دارالفنون در سال ۱۲۳۰ و نرمش دادن دانش‌آموزان ایرانی توسط مدرسان اروپایی در تالار تئاتر مدرسه را می‌توان از اولین گام‌های ورود ورزش‌های غربی به ایران دانست. در سال ۱۲۹۴ نیز تمرینات ورزشی فردریش لودویگ جان^۱ توسط فردی به نام «گرانمایه» در ارتش ایران باب شد. ایرانیانی بازی‌های رقابتی غربی را به ایران معرفی کردند که از اروپا برگشته بودند و ایرانیانی که تماس و ارتباط هرروزه با اروپایی‌های مقیم ایران داشتند، موجب رواج آن شدند. تربیت‌بدنی بخشی مهم از برنامه آموزشی مدرسه آمریکایی‌ها (که بعدتر تبدیل به دبیرستان البرز شد) بود. مدیر مدرسه، ساموئل جردن^۲، در تلاشی آگاهانه و عامدانه برای جا انداختن ارزش فعالیت‌های جمعی و روحیه همکاری - که تصور می‌شد در ورزش‌های زورخانه‌ای سنتی ایران به قدر کافی وجود ندارد - بر گسترش ورزش‌های تویی تمرکز کرد (هدایت، ۱۹۵۰). این موضوع که مسیر ترویج و توسعه ورزش از مدارس می‌گذرد، در تحقیقات متعددی تأیید شده است (تامسون^۳ و همکاران، ۲۰۲۲؛ مکینتاش^۴ و همکاران، ۲۰۲۱؛ هولیهان^۵ و همکاران، ۲۰۰۰). فوتبال که امروز پرطرفدارترین ورزش ایران است، از گذر سه واسطه تجدد به ایران رسید: نظامی‌ها، صنعت نفت و مدارس مذهبی میسیونری. و همانند دیگر مکان‌ها در دنیا، مهاجران بریتانیایی نقشی عمده در ورود فوتبال به ایران بازی کردند. برخی معتقدند، ملوانان انگلیسی که در بنادر جنوب ایران رفت‌وآمد داشته‌اند، آن را با خود آوردند و برخی نیز می‌گویند، این بازی توسط کارگران انگلیسی مقیم مسجد سلیمان به ایران آورده شده است. حتی گروهی آن را از طریق ورود تجار اروپایی به شیراز می‌دانند (محمد نبی، ۲۰۰۷). ورزش بوکس در ایران ابتدا در سال ۱۹۱۴ برابر با ۱۲۹۲ شمسی توسط فردی انگلیسی به نام باستر گرویل به ایرانیان معرفی شد. او مقداری وسایل بوکس با خود به ارومیه آورده بود و با استفاده از آن‌ها مشغول به تمرین شد که باعث روی آوردن علاقه‌مندان به این ورزش شد. کم‌کم این ورزش در ایران شناخته شد و برای اولین بار در سال ۱۳۱۵ بین دو نفر ایرانی در تهران مسابقه‌ای انجام گرفت که منجر به انجام چندین مسابقه در گوشه و کنار ایران شد. در سال ۱۳۲۴ بنا به دستور شاه سابق

مسابقه قهرمانی در ایران انجام شد و در سال ۱۳۲۵ چون این ورزش فدراسیون نداشت، بنا به تقاضای مسئول ورزش کشور، فدراسیون بوکس هم تشکیل شد (لطف‌تکار، ۲۰۱۰). دایره‌المعارف بریتانیکا، سال ورود بسکتبال به کشور ما ایران را ۱۹۰۱ میلادی برابر با ۱۲۸۰ هجری شمسی نوشته است، اما مسلم است که اولین نشانه‌های ورود بسکتبال به ایران در سال‌های ۱۳۱۰ و ۱۳۱۱ دیده شده که آن هم توسط کارکنان سفارتخانه‌های خارجی در ایران بوده است. توجه به سلامت کارکنان می‌توانست دلیل خوبی برای بهره‌برداری از ورزش مختص کارکنان شرکت‌های خارجی باشد که در آن نه تنها خارجی‌ها، بلکه ایرانیان نیز به کار گمارده می‌شدند. استفاده از ورزش الزام ایجاد زیرساخت‌های ورزشی را می‌طلبید و به این ترتیب ورزش‌ها با زیرساخت‌های فیزیکی خود در ایران آغاز به کار کردند و ماندگار شدند. این رابطه سه‌گانه بین زیرساخت ورزشی، الزام به سلامت کارکنان و راه‌اندازی ورزش، در تحقیقات نگلی^۶ (۲۰۱۵) و هالمان^۷ (۲۰۱۲) تأیید شده است. این واقعیت را در رشته تنیس‌روی میز نیز می‌توان دید. در سال ۱۳۱۷ که مستشاران انگلیسی در آبادان، مسجد سلیمان و شهرهای نفت‌خیز جنوب کار می‌کردند، یک میز پینگ‌پنگ همراه خودشان می‌آوردند و مشغول بازی با یکدیگر می‌شدند. پینگ‌پنگ در چشم بر هم زدن در بین ایرانیان فراگیر شد. کلوپ‌های خصوصی ویژه بازی پینگ‌پنگ تشکیل شد. این‌ها تنها بخش کوچکی از نحوه آغاز شکل‌گیری ورزش‌های مدرن در ایران نشان می‌دهد نقش خارجی‌ها در توسعه ورزش‌های مدرن در ایران بسیار چشمگیر بوده است. پس از آن که جرقه‌های ورود این ورزش‌ها در ایران زده شد، با گذشت زمان، جوانان جذب این رشته‌ها شدند که به توسعه و رشد این ورزش‌ها در ایران کمک کردند. جذب جوانان (مشتریان) به این رشته‌ها (محصول) از دیدگاه بازاریابی و ترویج درخور تأمل است. اینکه خارجی‌ها برای جذب ایرانیان به رشته‌های ورزشی خود از چه روش‌ها و شیوه‌های ترویجی استفاده کردند که همچنان رشته‌های ورزشی آن‌ها در ایران مدنظر است، درحالی که از بسیاری از رشته‌های بومی در ایران غفلت شده است، می‌تواند برای مدیران ورزش کشور در حفظ و توسعه ورزش‌های بومی مؤثر باشد. حضور، اقامت و عبور و مرور اتباع بیگانه در هر کشوری خواسته یا ناخواسته با امنیت و نظام سیاسی، اقتصادی و فرهنگی آن جامعه ارتباط دارد (عزیزی، ۲۰۱۸). نتایج تحقیق کراسان^۸ (۲۰۱۲) نشان داد که ورود مهاجران به کشور چک موجب افزایش تماشاچی‌ها، هواداران، و ورزشکاران رشته بسکتبال شد که در کشور چک رشته ورزشی محبوبی نبوده است، ولی چون این ورزش در کشور مهاجران

5. Houlihan

6. Nagy

7. Hallmann

8. Crossan

1. Friedrich Ludwig Jahn

2. Samuel M. Jordan

3. Thompson

4. Mackintosh

سیاسی کشورهای میزبان است؛ اما در این رابطه که حضور بیگانگان در کشور چگونه بر توسعه ورزش اثرگذار بوده است، تحقیقی یافت نشد؛ بر این اساس، نتایج تحقیق حاضر می‌تواند با یافته‌های جدید و قابل بهره‌برداری برای مدیران ورزش همراه باشد؛ بنابراین با توجه به مطالب مذکور این تحقیق به دنبال پاسخ‌گویی به این مسئله است که نقش اتباع خارجی و روابط دیپلماتیک در ورود ورزش‌های خارجی به ایران چیست؟ و چه عواملی موجب جذب مشتری و ترویج این رشته‌ها در ایران شد؟

روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق از نوع تحقیقات کاربردی با استراتژی کیفی بود و برای انجام آن از روش تحقیق اسنادی و روش مصاحبه اسمی استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل‌های داده‌های این پژوهش از روش تحلیل محتوا با بهره‌برداری از روش تحلیل تماتیک استفاده شد. جامعه شرکت‌کنندگان در بخش مصاحبه شامل پیشکسوتان، ورزشکاران، متخصصان حوزه تاریخ ایران، جامعه‌شناسان آشنا با حوزه ورزش، متخصصان مدیریت ورزشی با سابقه آموزش و پژوهش در حوزه تاریخ ورزش و تربیت‌بدنی در ایران و مدیران با تجربه در حوزه مدیریت باشگاه‌ها و تیم‌های ورزشی و اعضای هیئت‌تحریریه مطبوعات و رسانه‌های جمعی بودند. صاحب‌نظران ابتدا به‌طور هدفمند انتخاب شدند و مصاحبه با پنج نفر شروع شد و در ادامه، افراد با روش گلوله‌برفی انتخاب شدند و با آن‌ها مصاحبه شد که مصاحبه‌ها تا رسیدن به حد اشباع نظری ادامه یافت و در نهایت مصاحبه با ۱۹ نفر پایان یافت. در بخش مطالعه اسنادی نمونه‌گیری انجام نشد و تمام مدارک قابل‌دستیابی استفاده شد.

به این ترتیب تعداد ۷۰ سند به شرح شکل ۱ بررسی و تحلیل محتوا شدند. ابزار اندازه‌گیری تحقیق در بخش اسنادی برگه‌ها و جداول فیش-برداری بود و در بخش مصاحبه، قلم، کاغذ و ضبط‌صوت و پرسش‌های مورد‌استفاده در مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بود. برای اطمینان از اعتبار کدگذاری‌ها درخصوص داده‌های مصاحبه و همچنین داده‌های حاصل از روش تحلیل محتوای اسناد، ضریب کاپای کوهن محاسبه شد و نتیجه با استفاده از کدهای دو کدگذار درمورد داده‌های مصاحبه‌ها ۰/۷۱ و درخصوص داده‌های اسناد بررسی شده ۰/۸۳ به دست آمد که گویای اعتبار مطلوب کدگذاری‌ها بود.

در الویت اول قرار داشته و بسیار محبوب بوده است، آن‌ها با حضورشان در این رشته در کشور چک موجب توسعه این رشته شده‌اند. نتایج تحقیق اتادولسکا و الکساندریس^۱ (۲۰۰۴) نشان داد، مهاجرانی که به‌عنوان ورزشکار به آمریکا وارد می‌شوند، تحت‌تأثیر فرهنگ آمریکا به فردی آمریکایی تبدیل می‌شوند و فرهنگ خود را یا به فراموشی می‌سپارند و یا با آن به‌عنوان خرده‌فرهنگی در کنار فرهنگ غالب جامعه به زندگی خود ادامه می‌دهند. همچنین اسمیت^۲ و همکاران (۲۰۱۵) نشان دادند که مهاجران در کشور مقصد برای حضور در فعالیت‌های ورزشی واکنش اجتنابی دارند، ولی وقتی ورزش‌های جدید را در بین هموطنان خود و در محیط فرهنگی آشنا به کار می‌برند، تمایل بیشتری به شرکت در ورزش دارند. آن‌ها ضمن اثرگذاری فرهنگی بر رشته ورزشی مدنظر، به‌طور ناآگاهانه اجازه می‌دهند تا فرهنگ گروهی آن‌ها نیز تابع فرهنگ ورزش جدید شود. این تحقیق نشان‌دهنده اثر دوسویه ورزش و فرهنگ بر یکدیگر است. نتایج تحقیق بورگیس^۳ (۲۰۰۹) نشان داد که حضور اتباع خارجی در آمریکا با آثار قانونی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی درخور توجهی در این کشور همراه است. این امر در گزارش کمیته مشاوره مهاجرت بریتانیا^۴ (۲۰۱۸) درخصوص اثرگذاری فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی دانشجویان بین‌الملل در جامعه انگلیس نیز منعکس شده است. نتایج تحقیق شاهرزایی و همکاران (۲۰۱۷) بیانگر تأثیرگذاری حوزه ورزش با تکیه بر قابلیت‌های نرم‌افزاری خود، در مؤلفه‌های اصلی سیاست و روابط بین‌الملل مانند امنیت، صلح، منافع ملی، قدرت، دولت-ملت‌سازی، اقتصاد، پذیرش سیاسی، همبستگی و همگرایی، ایدئولوژی، دیپلماسی ورزشی و قدرت نرم است. همچنین نتایج تحقیق یانگ^۵ و همکاران (۲۰۲۲) نشان داد که بین توسعه اقتصادی و ورزش رابطه مستقیم و معنادار وجود دارد و همواره فروش ملزومات و پوشاک ورزشی بر بهبود و توسعه اقتصادی نقش داشته است. از سوی دیگر، حوزه ورزش همواره تحت‌تأثیر جهت‌گیری‌ها و رویکردهای حاکم بر سیاست و روابط بین‌الملل از سوی بازیگران دولتی و غیردولتی این عرصه قرار دارد. نتایج تحقیق شریعتی فیض‌آبادی (۲۰۲۲ و ۲۰۱۹) نشان داد که کشورهای توسعه‌یافته مانند ایالات‌متحده، ژاپن و استرالیا در کنار کشورهای دارای اقتصاد نوظهور (بریک) مانند روسیه و چین با ارائه برنامه‌ای جامع و در قالب استفاده از ورزشکاران، مربیان، داوران و حتی شرکت‌های ورزشی، به‌دنبال تحقق اهداف کلان سیاسی خود در بستر ورزش هستند. تحقیقات انجام‌شده در حوزه ورزش و حضور اتباع بیگانه در کشور در قالب روابط دیپلماتیک و بین‌الملل، گویای اثرگذاری خارجی بر شرایط اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، قانونی و

4. Migration Advisory Committee

5. Yang

1. Stodolska & Alexandris

2. Smith

3. Borgese

یافته‌های پژوهش

توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی شرکت‌کنندگان در بخش مصاحبه تحقیق برحسب سن، تحصیلات و جنسیت در جدول ۱ درج شده است.

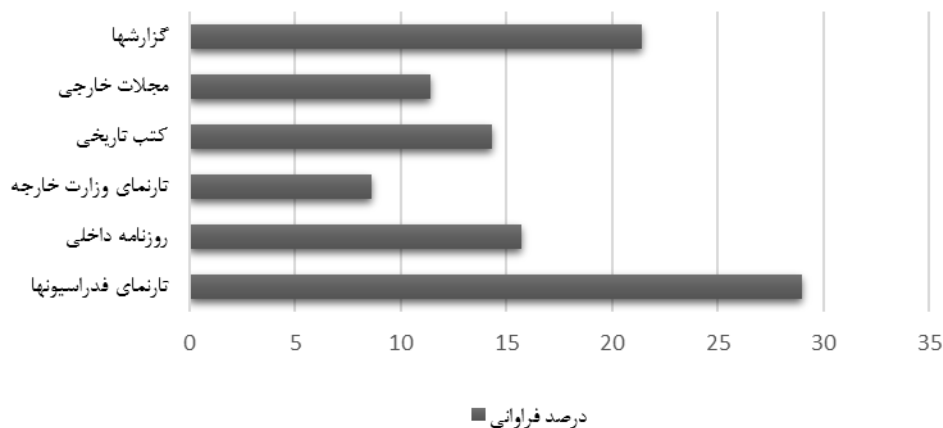
جدول ۱. فراوانی و درصد فراوانی ویژگی‌های شرکت‌کنندگان در مصاحبه

Table 1. Frequency and Percent Frequency of Participants' Characteristics

ویژگی	سطح ویژگی	فراوانی	درصد فراوانی
سن	۳۵ تا ۴۵ سال	۴	۲۱/۱
	۴۶ تا ۵۵ سال	۶	۳۱/۵۸
	بیشتر از ۵۶ سال	۹	۴۷/۱
تحصیلات	کارشناسی	۲	۱۰/۵۳
	کارشناسی ارشد	۱۰	۵۲/۶
جنسیت	دکتری	۷	۳۶/۸
	مرد	۱۳	۶۸/۴
	زن	۶	۳۱/۵۸
جایگاه سازمانی	مدیران باشگاه‌ها	۲	۱۰/۵۳
	مدیران تیم‌های ورزشی	۱	۵/۲۶
جایگاه سازمانی، تجربه و تخصص شرکت‌کنندگان	اعضای رسانه	۲	۱۰/۵۳
	اساتید مدیریت ورزشی	۴	۲۱/۱
	اساتید تاریخ ورزش	۲	۱۰/۵۳
	متخصص جامعه‌شناس ورزش	۲	۱۰/۵۳
تجربه	پیشکسوتان	۴	۲۱/۱
	ورزشکاران	۲	۱۰/۵۳

درخصوص جایگاه سازمانی، تخصص و تجربه شرکت‌کنندگان همان‌طور که این جدول نشان می‌دهد، اکثر افراد از ویژگی‌های لازم برای ارائه اطلاعات درخصوص موضوع تحقیق برخوردار بودند.

همان‌طور که در جدول ۱ مشهود است، اکثر مصاحبه‌شونده‌ها بیشتر از ۵۶ سال سن داشتند و بیشتر مرد بودند. تحصیلات اکثر آن‌ها کارشناسی ارشد بود؛ از این رو این ویژگی‌ها نشان‌دهنده توانمندی شرکت‌کنندگان در پاسخ‌گویی به سؤالات تحقیق و ارائه پاسخ‌های تحلیلی برحسب تجربه و تحصیلات مناسب بود.



شکل ۱. درصد فراوانی اسناد بررسی شده در حوزه تاریخچه ورود رشته‌های ورزشی به ایران

Figure 1. The Percent Frequency of Documents Reviewed on the History of the Introduction of Sports in Iran.

بررسی‌شده و قابل‌دستیابی، بیشترین اسناد مربوط به تارنمای فدراسیون‌ها و گزارش‌های تاریخی بوده است.

شکل ۱ مربوط به ویژگی‌های اسناد مورد بررسی در تحقیق حاضر است. همان‌طور که در این نمودار دیده می‌شود، از جمع ۷۰ سند

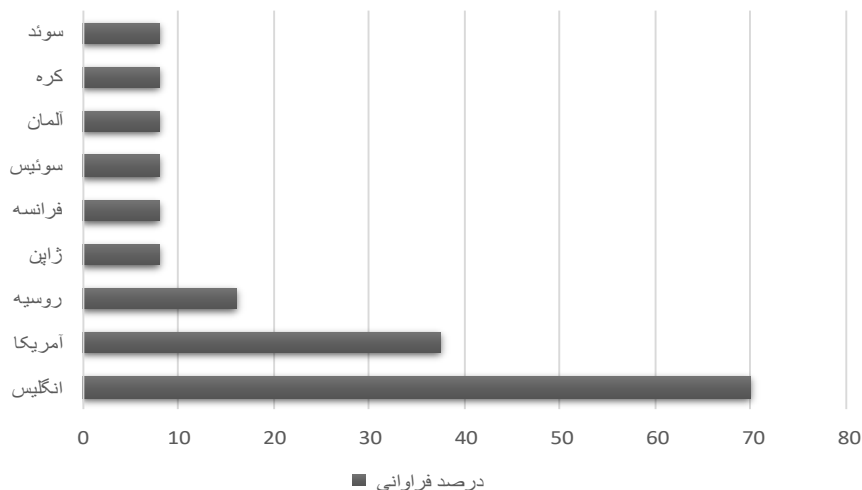
جدول ۲. رشته‌های ورزشی مورد مطالعه و تاریخ ورود و بنیان‌گذاران آن در ایران

Table 2. Sports Disciplines Under Study, Their History of Introduction, and Their Founders in Iran

ردیف	نام رشته	سال ورود به ایران	محل شروع فعالیت	بنیانگذار در ایران
۱	غواصی (نوبین)	۱۳۳۵	آب‌های جنوب کشور	نیروی دریایی و توسط ملوانان آموزش‌دیده در انگلستان
۲	قایقرانی	دهه ۳۰	مسجد سلیمان	کارکنان انگلیسی شرکت ملی نفت سابق
۳	بدمیتون	دهه ۳۰	مناطق نفت خیز جنوب	کارکنان انگلیسی شرکت نفت
۴	تنیس	۱۳۱۸-۱۳۱۵	آبادان	ملوانان انگلیسی در بنادر و کشتیرانی
۵	پینگ پنگ	۱۳۱۷	آبادان و مسجد سلیمان	مستشاران نفتی کمپانی‌های انگلیسی
۶	کرکت	۱۹۲۰	شهرهای جنوبی کشور	انگلیسی‌های شاغل در شرکت نفت
۷	راگی	دهه ۳۰	شهرهای جنوبی کشور	کارکنان نفتی، ملوانان و سربازان انگلیسی
۸	فوتبال	۱۲۷۸	مسجد سلیمان	انگلیسی‌های شاغل در شرکت نفت
۹	اسکی	دهه ۲۰	دامنه‌های البرز	مستشاران آلمانی مسئول احداث راه‌آهن تهران
۱۰	بولینگ	۱۳۳۵	سعادت آباد تهران	حضور مالکان آمریکایی صنایع و کارکنان آنها در تهران
۱۱	بیلیارد و اسنوکر	دهه ۳۰	شهرهای سواحل شمال و جنوب	اتباع روس (بیلیارد) و انگلیسی (اسنوکر) در شرکت نفت شمال و جنوب
۱۲	موتورسواری	دهه ۲۰	تهران	ورود موتورهای انگلیسی و ژاپنی به ایران و برگزاری مسابقات تبلیغی برای فروش
۱۳	بوکس	دهه ۳۰	ارومیه	هوارد باسک رویل آمریکایی مدیر یک کالج آمریکایی در شهر ارومیه
۱۴	بسکتبال	۱۲۸۰	تهران	کارکنان سفارتخانه‌های خارجی
۱۵	سافت بال	۱۳۷۶	تهران	ژاپنی‌های مقیم تهران
۱۶	دوچرخه سواری	دهه ۱۳۱۰	تهران	کارکنان سفارتخانه انگلستان
۱۷	تکواندو	۱۳۴۷	تهران	ارتش کره جنوبی
۱۸	جودو	۱۳۳۰	تهران	نظامیان سفر کرده به سوئد و ژاپن
۱۹	پارکور	۲۰۰۴	تهران	نمایش فعالیت‌های پارکور توسط (امیرحسین ایمانی و کوشا فتحی‌نژاد)
۲۰	راکتبال	۱۳۹۶	تهران	فرشته قضایی وزیری اولین مربی و سپس اعزام بازیکن به انگلیس برای آموختن رشته
۲۱	بیسبال	۱۳۲۰	تهران	استخدام گیسیون از آمریکا به‌عنوان مشاور سازمان تربیت بدنی
۲۲	نجات غریق	۱۳۲۰	تهران	استخدام گیسیون از آمریکا به‌عنوان مشاور سازمان تربیت بدنی
۲۳	فوتبال ساحلی	۲۰۰۶	سواحل ایران	فرد ایرانی (فرشاد فلاح‌زاده)
۲۴	کاراته	۱۳۴۲	تهران	فرهاد وارسته ایرانی تحصیل کرده در سوئیس و آمریکا
۲۵	پرورش اندام (بدن‌سازی)	۱۳۲۲	مشهد	فرد ایرانی (منوچهر مهران) معرفی رشته بدن‌سازی در مجله نیرو و راستی
۲۶	کونگ‌فوتوآ	۱۳۴۸	تهران	فرد ایرانی (ابراهیم میرزایی)، تحصیل کرده و آموزش دیده در کشورهای خارجی
۲۷	یوگا	۱۳۴۶	تهران	مجید موقر ایرانی بازگشته از آمریکا
۲۸	هندبال	۱۳۴۴	تهران	دکتر علی محمد امیرتاش بازگشت به ایران پس از اتمام تحصیل در فرانسه
۲۹	والیبال	۱۲۹۹	تهران	میر مهدی ورزشنده تحصیل کرده در کشورهای خارجی
۳۰	شطرنج نوبین	۱۳۰۰	تهران	برقراری روابط سیاسی و بازرگانی با خارجیان و بازگشت تحصیل‌کردگان از خارج
۳۱	شمشیربازی	۱۳۲۸	تهران	میر مهدی ورزشنده تحصیل کرده در کشورهای خارجی
۳۲	دوومیدانی	۱۳۱۲	تهران	استخدام گیسیون از آمریکا به‌عنوان مشاور سازمان تربیت‌بدنی وقت
۳۳	ژیمناستیک	۱۳۵۲	تبریز	مهاجرت تبعه روس به ایران (امن‌الله پادگورنی)
۳۴	وزنه برداری	۱۳۰۲	تبریز	مهاجرت تبعه روس به ایران (امن‌الله پادگورنی) تعلیم وزنه‌برداری در مدارس و ارتش
۳۵	موج سواری	۱۳۹۱	چابهار	سفر خانم بریتون موج سوار و ماجراجوی ایرلندی به سیستان و بلوچستان
۳۶	هاکی	۱۳۵۱	تهران	خداداد جاماسپیان به‌عنوان اولین مربی هاکی
۳۷	شنا	۱۳۱۴	تهران	استخدام فردی به نام گیسیون از آمریکا به‌عنوان مشاور سازمان تربیت بدنی
۳۸	اتومبیل‌رانی	۱۳۳۰	فرودگاه قلعه مرغی تهران	ایرانیان از خارج بازگشته
۳۹	گلف	دهه ۳۰	مسجد سلیمان	پرسنل انگلیسی شرکت نفت
۴۰	واترپلو	۱۳۲۵	تهران	ایرانیان از خارج بازگشته
۴۱	تنیس روی میز	۱۳۱۷	آبادان و مسجد سلیمان	مستشاران انگلیسی
۴۲	بدمیتون	۱۳۱۷	آبادان و مسجد سلیمان	مستشاران انگلیسی

فرنگ برگشته به کشور» وارد و ترویج شده‌اند. قریب به اتفاق این رشته‌ها در دوران قاجار، پهلوی اول و دوم و عمدتاً توسط کشور انگلیس، آمریکا، روسیه و ژاپن وارد کشور شده‌اند.

جدول ۲، اطلاعات مربوط به ۴۲ رشته ورزشی مورد مطالعه و تاریخ ورود و بنیان‌گذاران آن در ایران، برحسب امکان دسترسی به منابع اطلاعاتی را نمایش می‌دهد. همان‌طور که این جدول نشان می‌دهد، قریب به اتفاق رشته‌های ورزشی توسط «خارجیان» و «ایرانیان از



شکل ۲. درصد فراوانی کشورهای وارد کننده رشته‌های ورزشی به ایران
Figure 2. The Percentage of Countries that Import Sports Disciplines to Iran

تجاری بوده که در آن زمان از قوت بیشتری برخوردار بوده است. ساخت راه آهن و قراردادهای نفتی از مهم‌ترین علل حضور مستشاران انگلیس در ایران بوده است.

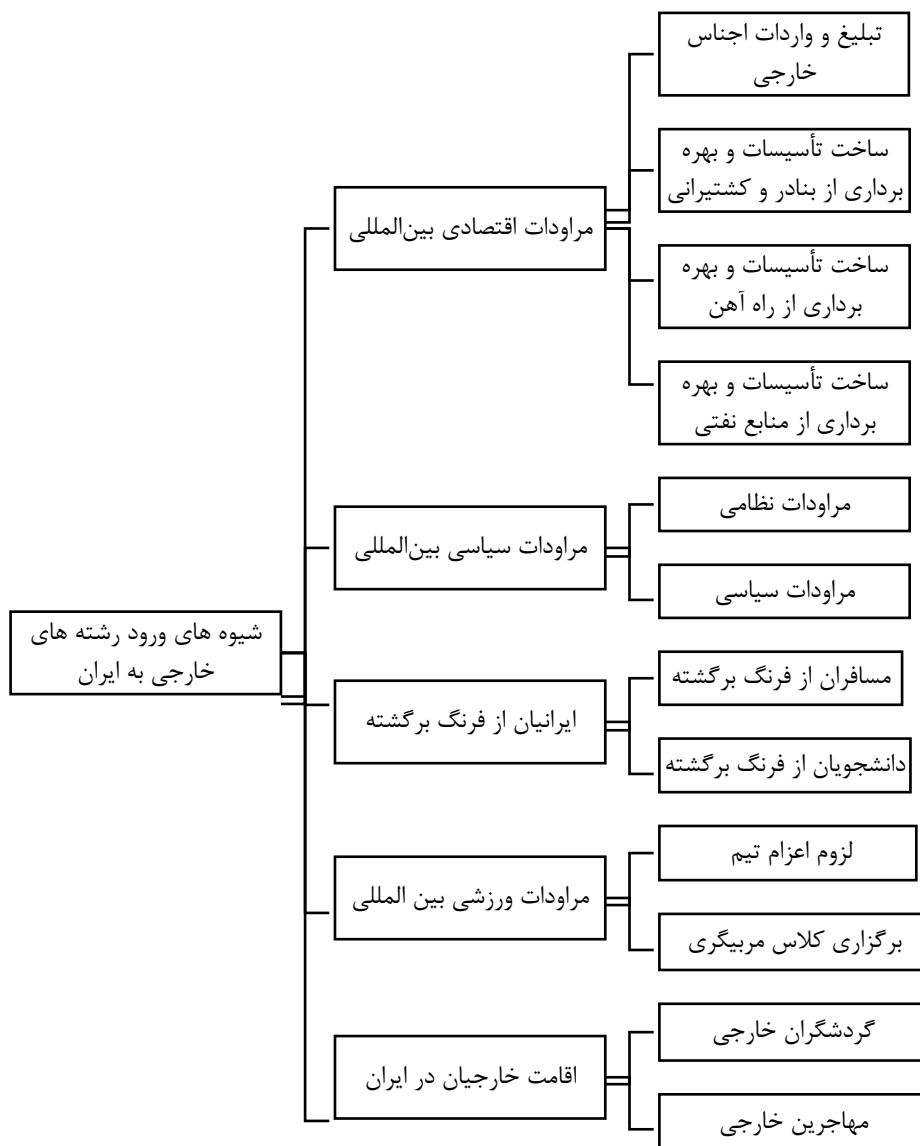
شکل ۲ نشان‌دهنده درصد فراوانی کشورهایی است که در ورود ورزش‌های غیربومی به ایران نقش داشته‌اند. همان‌طور که در این شکل مشهود است، دولت انگلیس بیش از کشورهای دیگر در ورود رشته‌های غیربومی به ایران نقش داشته و مهم‌ترین علت آن مراودات سیاسی و

جدول ۳. نحوه ورود رشته‌های خارجی به کشور
Figure 3. The Ways of Forien Sports Introduction in Iran

مقوله نهایی	مقوله محوری	کد باز
مراودات اقتصادی بین‌المللی	ساخت تأسیسات و بهره‌برداری از منابع نفتی	ساخت سازه‌های نفتی توسط کارکنان خارجی
	ساخت تأسیسات و بهره‌برداری از راه آهن	استفاده کارکنان خارجی از آب‌ها برای فعالیت‌های آبی
مراودات سیاسی بین‌المللی	ساخت تأسیسات و بهره‌برداری از بنادر و کشتی‌رانی	استفاده از رشته‌های ورزشی توسط ملوانان انگلیسی مستقر در بنادر و کشتیرانی
	تبلیغ و واردات اجناس خارجی	استفاده از رشته‌های ورزشی توسط کارکنان انگلیسی شرکت نفت
ایرانیان از فرهنگ برگشته	مراودات نظامی	استفاده از رشته‌های ورزشی توسط انگلیسی‌های شاغل در شرکت نفت
	علاقه‌مندی افراد از فرهنگ برگشته	استفاده از رشته‌های ورزشی توسط پیمانکاران نفتی در مسجد سلیمان
اقامت خارجیان در ایران	دانشجویان ایرانی از فرهنگ برگشته	راه اندازی رشته‌های ورزشی توسط مستشاران احداث راه‌آهن تهران
	مهاجران خارجی	استفاده از رشته‌های ورزشی توسط حضور مالکان آمریکایی صنایع
مراودات ورزشی	گردشگران خارجی	راه اندازی اماکن و تجهیزات رشته‌های ورزشی توسط اتباع روس و انگلیسی در شرکت نفت شمال و جنوب
	اعزام تیم ورزشی به مسابقات جهانی	تبلیغات محصولات ورزشی وارداتی توسط تولیدکنندگانی که به مستشاران خارجی خدمات می‌دادند.
	برگزاری کلاس مربیگری	برگزاری مسابقات رشته‌های ورزشی جدید بین تیم‌های خارجی
		برگزاری مسابقات رشته‌های ورزشی جدید بین تیم‌های خارجی و ایرانیان شاغل در سازمان‌های تحت نظارت خارجیان
		استفاده از رشته‌های ورزشی در اوقات فراغت توسط کارکنان سفارت‌خانه
		استفاده از رشته‌های ورزشی به‌عنوان تفریح و فراغت توسط ژاپنی‌های مقیم تهران
		استفاده از رشته‌های ورزشی توسط کارکنان سفارت‌خانه انگلستان در ساعات فراغت
		معرفی برخی رشته‌های ورزشی در مانورهای نظامی
		بازگشت نظامیان به‌خارج‌رفته به میهن و معرفی و اجرای ایده‌های ورزشی نوین
		راه‌اندازی و معرفی رشته‌های جدید توسط ایرانیان از فرهنگ بازگشته
		دانشجویان ایرانی محصل در خارج
		مهاجرت اتباع خارجی به ایران
		سفر ماجراجویان به ایران و راه‌اندازی رشته‌های ورزشی نوین
		اعزام تیم‌های ورزشی متشکل از اتباع خارجی به مسابقات
		برگزاری دوره‌های مربیگری در ایران

غیربومی به کشور است.

جدول ۳، نتیجه تحلیل تماتیک محتوای اسناد مرتبط با تاریخچه هریک از رشته‌های ورزشی و مقوله‌بندی نحوه ورود رشته‌های



شکل ۳. نقشه تماتیک شیوه‌های ورود رشته‌های ورزشی خارجی به ایران

Figure 3. Thematic Map of Illustrating the Introduction of Foreign Sports to Iran.

کشور پنج دسته مقوله نهایی شامل، مراودات اقتصادی، سیاسی ورزشی، و ایرانیان از فرنگ برگشته و اقامت خارجیان در ایران است.

شکل ۳ نقشه تماتیک دلیل ورود رشته‌های ورزشی خارجی به ایران را نشان می‌دهد. با توجه به شکل ۳، دلایل ورود رشته‌های خارجی به

جدول ۴. جدول کدگذاری نقش اتباع خارجی و روابط بین‌الملل در توسعه و ایجاد رشته‌های ورزشی غیر ایرانی

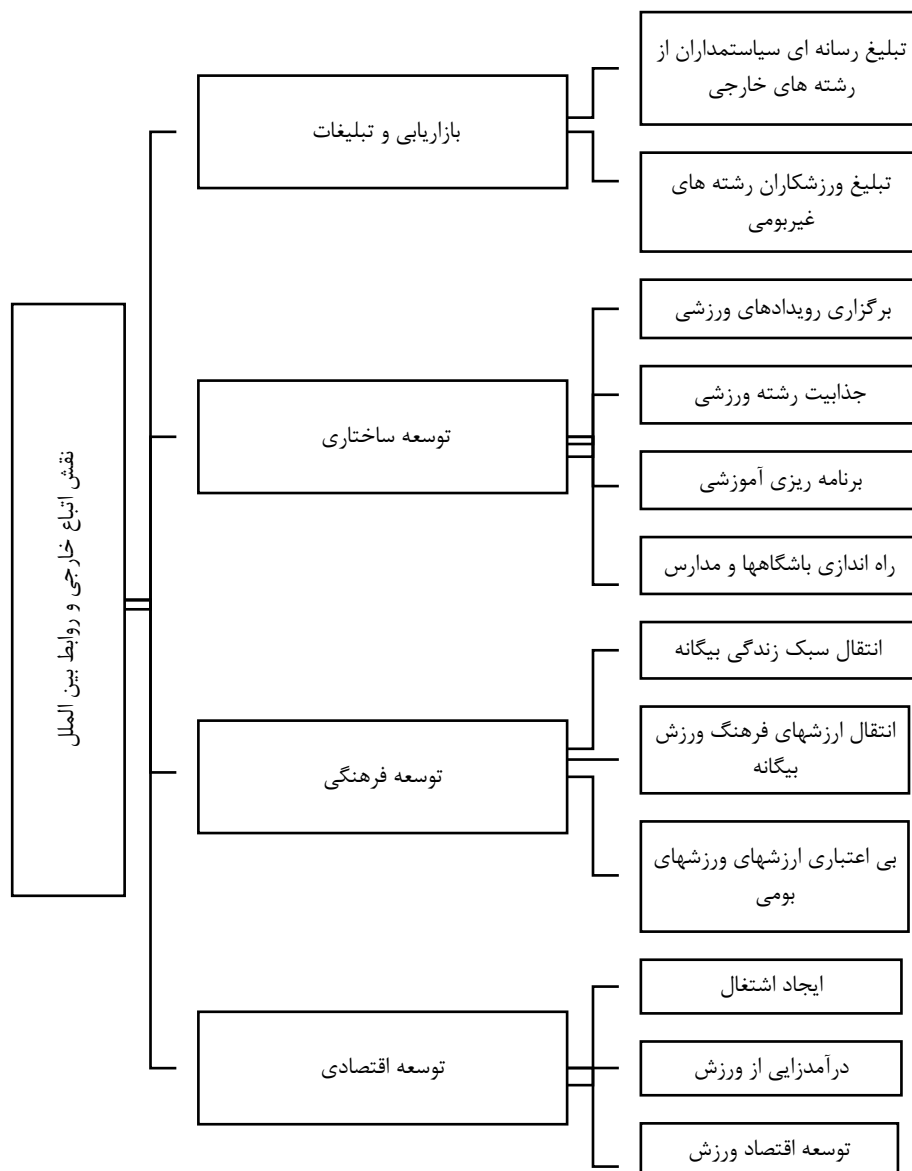
Table 4. The Coding Table of the Role of Foreigners and Diplomatic Relations in the Development and Promoting of Foreign Sports Disciplines

مقوله نهایی	مقوله محوری	کد باز
بازاریابی و تبلیغات رشته ورزشی	تبلیغ رسانه‌ای سیاستمداران از رشته‌های خارجی	تبلیغ رسانه‌ای سیاستمداران در ورزش کشور
	تبلیغ ورزشکاران رشته‌های غیربومی	تبلیغ تجاری از طریق ورزش‌های غیربومی در کشور حضور ورزشکاران خارجی در تبلیغات ایران بازاریابی رشته ورزشی
توسعه ساختاری رشته ورزشی	برگزاری رویدادهای ورزشی	ایجاد زیرساخت‌های ورزشی
	جذابیت رشته ورزشی	مدیریت اماکن ورزشی
	برنامه‌ریزی آموزشی	الگوپذیری از معماری فضاهای ورزشی
	راه‌اندازی باشگاه‌ها و مدارس	جذابیت فضاهای ورزشی برنامه‌ریزی آموزش به علاقه‌مندان ورزش برگزاری دوره‌های آموزشی مربیگری و دوری برگزاری مسابقات دسترسی آسان به اماکن ورزشی

		جذابیت بصری محتوای هیجانی راه‌اندازی باشگاه‌ها راه‌اندازی مدارس با تأکید بر رشته‌های غیربومی
توسعه فرهنگ بیگانه	انتقال سبک زندگی توسعه رشته‌های ورزشی غیربومی از بین بردن رشته‌های ورزشی بومی	انتقال سبک زندگی اتباع انتقال فرهنگ کشورهای بیگانه توسعه فرهنگی کشورهای بیگانه وابسته کردن ایرانیان به ورزش‌های خارجی از بین بردن جذابیت رشته‌های ایرانی
توسعه اقتصادی	درآمدزایی از ورزش ایجاد اشتغال توسعه اقتصاد ورزش	جذب علاقه‌مندان به یادگیری ورزش درآمدزایی از تماشاچیان ورزش ایجاد اشتغال برای مربیان خارجی و داخلی تسلط بر اقتصاد ورزش ایران فروش محصولات مرتبط با رشته ورزشی

ساختاری رشته ورزشی، بازاریابی و تبلیغات رشته ورزشی و توسعه اقتصادی، مهم‌ترین ابعاد اثرگذاری حضور اتباع خارجی و روابط دیپلماتیک بر ترویج و توسعه ورزش‌های غیربومی در کشور بوده است که در جدول ۴ نمایش داده شده است.

یافته‌های حاصل از مصاحبه‌های تحقیق با شرکت‌کنندگان درخصوص نقش اتباع خارجی و روابط دیپلماتیک در توسعه رشته‌های ورزشی غیرایرانی که با استفاده از روش تحلیل مضمون بررسی شد، نشان داد که چهار مقوله توسعه فرهنگ بیگانه، توسعه

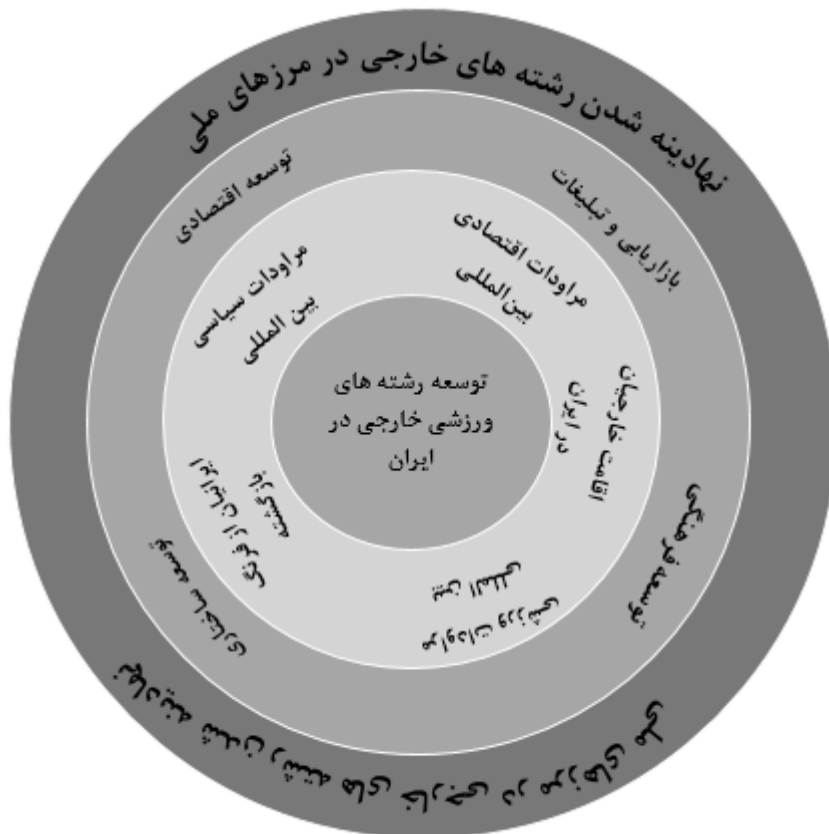


شکل ۴. نقشه تماتیک نقش اتباع خارجی و روابط دیپلماتیک (بین‌الملل) در توسعه رشته‌های ورزشی خارجی
 Figure 4. Thematic Map of the Role of Foreigners and Diplomatic Relations in the Development of Foreign Sports Disciplines

ایران هستند که هریک از این مقوله‌های اصلی در لایه دوم دارای مقوله‌های فرعی هستند.

تحلیل نهایی در ترکیب خروجی‌های تحقیق در بخش شکل‌های ورود ورزش‌های خارجی به کشور و نقش اتباع خارجی در توسعه و ترویج این رشته‌ها در کشور در شکل ۵ نمایش داده شده است.

شکل ۴، نقشه تماتیک، نشان‌دهنده نقش اتباع خارجی در توسعه رشته‌های ورزشی خارجی است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، اتباع خارجی با چهار مقوله بازاریابی و تبلیغات، توسعه ساختاری، توسعه فرهنگی و توسعه اقتصادی موجب ترویج رشته‌های ورزشی غیرایرانی در کشور شدند. این چهار مقوله که در لایه اول نقشه قرار گرفته‌اند، مقوله‌های نهایی نقش اتباع خارجی در ترویج رشته‌های ورزشی در



شکل ۵. الگوی فرایندی ورود و ترویج و توسعه رشته‌های خارجی در ایران

Figure 5. The Process Pattern of Introducing, Promoting and Development of Foreign Sports Disciplines in Iran

توسعه این رشته‌ها از گذشته تا به امروز پرداخته‌اند. در لایه اول مشاهده می‌شود که مراودات سیاسی و اقتصادی نیز در ورود رشته‌های ورزشی برای سرگرم‌سازی مستشاران سیاسی نقش مهمی داشته است و در پی آن ورود محصولات مرتبط به رشته‌های ورزشی به ایران و ایجاد بازار فروش این محصولات داغ شد و به تدریج این رشته‌ها با توسعه اقتصادی همراه شدند که در لایه دوم درج شده است؛ به بیان دیگر، رشته‌های ورزشی به همراه اتباع خارجی برای مصرف خودشان به ایران وارد شد، ولی بعدها مشخص شد که این ورزش‌ها نه تنها موجب توسعه اقتصادی برای کشورهای صاحب این ورزش‌ها می‌شد و از آن طریق می‌توانستند به‌عنوان بازارهایی برای فروش محصولات ورزشی خود به ایرانیان باشند که جذب این رشته‌ها شده بودند، بلکه از طریق رشته‌های ورزشی خود می‌توانستند فرهنگ و ارزش‌های فرهنگی خود را وارد ایران کنند و به این ترتیب بود که نه تنها پوشش و لباس ورزشکاران و اماکن و تجهیزات ورزشی آن‌ها رنگ و بوی غیربومی گرفت، بلکه فرهنگ و ساختار سازمانی

همان‌طور که در شکل ۵ مشاهده می‌شود، یافته‌های تحقیق در قالب لایه‌های مقوله‌ای نمایش داده شده است. مطابق مدل تحلیل مضمون ولکات در این شکل می‌توان با سهولت بیشتری به تفسیر لایه‌های مقوله‌ای اثرگذار بر روند توسعه و ترویج رشته‌های خارجی و در نهایت، نهادینه شدن آن‌ها در ایران پرداخت. در لایه اول که در داخل مدل قرار گرفته است، شیوه‌های ورود این رشته‌ها به کشور نمایش داده شده است. همان‌طور که مشهود است، مهم‌ترین دلیل ورود رشته‌های غیربومی به ایران به رفت‌وآمد خارجی‌ان و ایرانیان به داخل و خارج از کشور اتفاق افتاده است که حاصل آن ورود ورزش‌های خارجی به داخل کشور بوده است. خارجی‌ان و به‌طور خاص انگلیسی‌ها، همان‌طور که در لایه دوم مشاهده می‌شود، برای ترویج رشته‌های خود از روش‌های بازاریابی و تبلیغات بهره‌برداری کرده‌اند؛ بنابراین ورزش‌های خارجی از جذابیت درخور توجهی برای ایرانیان آن زمان برخوردار بوده‌اند؛ به‌طوری‌که در سال‌های بعد، پس از خروج خارجی‌ان از ایران، ایرانیان همچنان با وفاداری به ترویج و

باز هم نقش اتباع خارجی در ورود رشته‌هایی مانند فوتبال، پینگ پنگ، قایق‌رانی، تییس و بوکس قابل مشاهده است. هم‌زمان با ورود این رشته‌ها در نواحی جنوبی و شمالی کشور توسط اتباع خارجی در پایتخت نیز به دلیل برخی عوامل اقتصادی دیگر مانند احداث راه‌آهن تهران و ورود مستشاران آن و کارکنان سوئدی و سوئسی احداث این راه‌آهن، به‌منظور مراودات اقتصادی داخلی و خارجی و همچنین تبلیغات کالاهای خارجی در تهران، رشته‌هایی مانند اسکی و موتورسواری نیز به کشور وارد شد. ارتباط مراودات اقتصادی با تغییر فرهنگ جامعه در نتایج تحقیق می‌ریوسفی و همکاران (۲۰۲۱) مشهود است. این تحقیق نشان داد که از بین عوامل اثرگذار در ارتباطات اقتصادی-سیاسی، عامل تجارت ورزشی و اخلاق اقتصادی از اهمیت برخوردار است. این یافته با نتایج تحقیق یانگ (۲۰۲۲) که فروش محصولات ورزشی و مراودات تجاری در ورزش را عامل مهمی در توسعه ورزش در کشورها می‌داند، همسوست. همچنین مرادی و همکاران (۲۰۱۳) به نتایج مشابهی درخصوص نقش ورزش در توسعه ارتباطات میان فرهنگی و اجتماعی دست یافتند و نشان دادند که ورزش موجب ارتقای سرمایه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و انسانی، گسترش روابط بین‌الملل و ارتباطات میان فرهنگی، تقویت تفاهم و... می‌شود. دیلویت (۲۰۲۳) و سورک (۲۰۱۹) نیز از این یافته که ورزش را در خاورمیانه عامل تغییرات اجتماعی و اقتصادی می‌دانند، حمایت کردند. همان‌طور که مشاهده می‌شود، نتایج تحقیقات از این واقعیت حمایت می‌کنند که ورود رشته‌های ورزشی غیربومی بر عملکرد اقتصادی در حوزه ورزش کشورهای ذی‌نفع نقش انکارناپذیری دارد.

درخصوص «مراودات سیاسی»، با ورود سفارت‌خانه‌های کشورهای خارجی به تهران و سایر نقاط کشور، بسیاری از رشته‌های خارجی مانند فوتبال، بسکتبال، سافت بال و دوچرخه‌سواری که کارکنان این سفارت‌خانه‌ها استفاده می‌کردند، به کشور وارد شدند. همچنین دیدن مانور نظامی سایر کشورها سبب آشنایی افسران نظامی ایران با برخی رشته‌های رزمی مانند تکواندو و جودو شد و کم‌کم زمینه ورود آن‌ها به کشور مهیا شد. با توجه به رشد صنعت سرگرمی در کشور با ایجاد کلوب‌هایی در کشور برای تفریح نیز رشته‌هایی مانند بولینگ وارد شدند که همچنان برای تفریح و مسابقه ادامه دارند. در این خصوص، نتایج تحقیق می‌ریوسفی و همکاران (۲۰۲۱) نشان داد که ورزش در مناسبات سیاسی-فرهنگی کشورهای انتقال‌دهنده و میزبان رشته‌های جدید اثرگذار است. از این نظر، نتیجه تحقیق مذکور، یافته اخیر را پشتیبانی می‌کند و نتایج همسوست. همچنین محمدی و همکاران (۲۰۲۰) نشان دادند که ورزش ابزار سیاسی-اجتماعی جدید و تأثیرگذار بر صحنه سیاست جوامع قلمداد می‌شود و همچنین نیروهای اجتماعی توانسته‌اند با این پدیده، در مقایسه با

خود را نیز وارد ورزش ایران کردند؛ به این ترتیب، فدراسیون‌ها و سازمان‌های ورزشی با چارچوب‌های غیربومی در ایران شکل گرفتند و به تدریج در کشور ریشه دواندند و در نتیجه ورود رشته‌ها و مدیریت بازاریابی، فرهنگی، اقتصادی و ساختاری، ورزش‌های غیر بومی در ایران نسج گرفت و در تاروپود ورزش ایران مستقر شد و نهادینه شد.

بحث و نتیجه‌گیری

شواهد تاریخی نشان می‌دهد که ورود دیپلمات‌های خارجی به ایران، همواره برای دستیابی به اهداف سیاسی بوده است و در این گذر، انتقال ارزش‌های فرهنگی آن‌ها به کشورمان صورت گرفته است. ورود ورزش‌های خارجی به کشور گواهی بر این ادعا است که با ورود این ورزش‌ها، الویت‌های فرهنگی جوانان کشور در ورزش از فرهنگ بیگانه تبعیت کرد؛ تاجایی که امروز ورزش‌های بومی ایران در کنار ورزش‌های غیربومی، کمتر مدنظر است و همان‌طور که نتایج مطالعات خرم (۱۹۹۹) و مرادی و همکاران (۲۰۱۴) نشان می‌دهد، حضور دیپلمات‌ها در کشور با ورود و جایگزین کردن فرهنگ بیگانه از طریق ورزش صورت گرفت. حضور دیپلمات‌های خارجی در ایران و خاورمیانه همان‌طور که در تحقیقات سورک و همکاران (۲۰۱۹) و گزارش دلویت (۲۰۲۳) مشهود است، موجب تغییرات درخوتوجه اجتماعی در منطقه شده است و در سال‌های اخیر شاهد آن هستیم که مسابقاتی نظیر فوتبال، ماراتن، فرمول ۱ و امثال آن که ریشه‌های پیدایش آن در ملل غربی است، در کشورهای عربی به شکلی گسترده در حال برگزاری و سرمایه‌گذاری است. در این راستا، نتایج تحقیق درخصوص شیوه‌های ورود رشته‌های ورزشی خارجی به کشور، نشان داد که چند عامل بسیار مهم در این امر نقش داشته‌اند که عبارت‌اند از: «مراودات اقتصادی بین‌المللی»، «مراودات سیاسی بین‌المللی»، «ایرانیان از فرنگ برگشته»، «مراودات ورزشی بین‌المللی» و «اقامت خارجیان در ایران». در ادامه هریک از مقوله‌های مذکور تفسیر و تحلیل شده است.

درمورد مقوله «مراودات اقتصادی»، بیشترین اثر را می‌توان در بخش‌های جنوبی و شمالی کشور با احداث اسکله‌های نفتی و بازرگانی دانست. درواقع با ورود اتباع خارجی برای منافع اقتصادی دوجانبه در کشور، ورزش‌های خارجی نیز وارد این مناطق شدند. در قسمت‌های جنوبی و شمالی ایران با ساخت سازه‌های نفتی و ورود انگلیسی‌ها و روس‌های شاغل در شرکت‌های نفتی، بسیاری از رشته‌های ورزشی مانند بدمینتون، کریکت، راگبی، بیلیارد و در شهرهای جنوبی مانند، آبادان و مسجد سلیمان و برخی از شهرهای شمالی شکل گرفت. با ایجاد باشگاه‌هایی برای افراد شاغل در این شرکت‌ها کم‌کم بسیاری از رشته‌ها در بین اتباع انگلیسی و روسی و ایرانیان رواج پیدا کرد. در اسکله‌ها و بنادر جنوبی و شمالی کشور نیز به‌منظور مراودات اقتصادی و بازرگانی با ورود ملوانان همین کشورها

بودند. باتوجه به نقش گردشگران خارجی به‌عنوان یک عامل فردی دیگر در یک کشور، باید گفت که ایران در مقایسه با کشورهای همسایه خود و سایر کشورهای خارجی در صنعت گردشگری و توریسم و به‌خصوص توریسم ورزشی بسیار ضعیف عمل کرده است؛ به‌طور مثال، در ورزش موج‌سواری نیز که ورود یک گردشگر زن ایرلندی به کشور برای دیدن سواحل چابهار جرقه شروع این ورزش در کشور بود، می‌توانیم با فراهم کردن بستر و شرایط مناسب برای ملی و فراملی کردن رشته‌های بومی در انتقال آن‌ها از طریق توریسم ورزشی به‌عنوان یک عامل فردی مؤثر باشیم. از عوامل سازمانی ورود یک رشته ورزشی به کشور می‌توان به تشکیل یک تیم ورزشی با هدف اعزام تیم به مسابقات بین‌المللی اشاره کرد که ورزش‌هاکی در کشور به همین شکل با تشکیل یک تیم از اتباع خارجی ساکن در پایتخت شروع شد. درنهایت باید به این نکته توجه داشت که در بحث ورود رشته‌های ورزشی خارجی به کشور، افزایش روابط سیاسی و بازرگانی بین ایران و کشورهای اروپایی، بازشدن سفارت‌خانه‌ها در تهران و سایر نقاط، اعزام و بازگشت شماری از دانشجویان ایرانی از طرف خانواده و دولت برای ادامه تحصیلات به غرب، بازگشت مهاجران ایرانی تبار از سایر کشورها و مهاجرت برخی اتباع خارجی به ایران، منشأ ورود رشته‌های ورزشی خارجی به کشور بود. ارتباط اثرگذاری اتباع خارجی و مهاجران بر فرهنگ و جامعه در گزارش کمیته مشاوره مهاجرت بریتانیا (۲۰۱۸) و نتایج تحقیقات یانگ (۲۰۲۲) و اسمیت (۲۰۱۵) منعکس شده است.

نتایج نشان داد که ورود اتباع خارجی و اقامت آن‌ها در ایران همواره با رشد رشته‌های خارجی در کشور همراه بوده است. تحلیل اطلاعات تحقیق نشان داد که اتباع خارجی در چهار مقوله نهایی در رشد رشته‌های غیربومی نقش مؤثر داشته‌اند. همان‌طور که در لایه اول نقشه تماتیک (شکل ۴) مشهود است، این چهار مقوله نهایی عبارت‌اند از: «بازاریابی و تبلیغات»، «توسعه ساختاری»، «توسعه فرهنگی» و «توسعه اقتصادی». مقوله بازاریابی و تبلیغات که به‌عنوان اولین مقوله نهایی در لایه اول نقشه معرفی شده است، در لایه دوم دارای سه مقوله فرعی «تبلیغ ورزشکاران رشته‌های غیربومی»، «تبلیغ رسانه‌ای رشته‌های خارجی توسط سیاست‌مداران» و «جذابیت رشته ورزشی» است. در خصوص اینکه آیا اتباع خارجی برای توسعه رشته‌های ورزشی خود در ایران برنامه‌ریزی قبلی داشته‌اند، نمی‌توان مدارک خاصی ارائه داد یا بهتر است گفته شود، محقق به مدارکی در این باره دست نیافت، اما حضور ورزشکاران خارجی در تبلیغات تجاری در جذب مردم به رشته‌های ورزشی بی‌تأثیر نبوده است. شواهد گویاست که با ظهور رشته‌های خارجی در کشور، تبلیغات تجاری ورزشکاران خارجی بسیار رواج یافت و نه‌تنها این تبلیغات در جهان شیوع یافت، بلکه از مرزهای

گذشته توانمندی سیاسی درخورملاحظه‌ای را کسب کنند؛ بر این اساس، در دوران پهلوی، ورزش عامل توسعه ارتباطات سیاسی بین ملل مختلف بود که به بهانه حضور در میدان‌های رقابت ورزشی دور هم جمع می‌شدند.

درخصوص مقوله «ایرانیان از فرنگ برگشته» که نقش بسیار مهمی در ورود بسیاری از رشته‌های ورزشی خارجی به ایران داشتند، باید بیان کرد که ورزش‌ها توسط افراد و عوامل انسانی توسعه می‌یابند و در صورت نبود عوامل انسانی به‌ویژه به‌عنوان ورزشکار و علاقه‌مند، نمی‌توان به توسعه هیچ ورزشی امیدوار بود. درواقع چنانچه افرادی وجود داشته باشند که به ورزش خاصی علاقه‌مند شوند، می‌توان امیدوار بود که آن ورزش توسط همان افراد استفاده شود و نیز احتمال انتقال آن به دیگر افراد وجود خواهد داشت. در اینجاست که ورزشکاران و ورزش‌دوستان باید ورزش بومی و محلی را در میان جامعه محلی بپذیرند و با درونی‌سازی رشته در وجود خود و سایر افراد جامعه محلی، اندک‌اندک به توسعه آن اهتمام ورزند؛ بر این اساس می‌توان علاقه‌مندی دانشجویان ایرانی شاغل به تحصیل در کشورهای بیگانه و ایرانیان از فرنگ برگشته را در توسعه رشته‌های ورزشی که در خارج از مرزهای ایران تجربه کرده‌اند، یکی از مهم‌ترین دلایل ورود و ترویج رشته‌های ورزشی غیربومی به ایران دانست. درباره نقش مهاجران در توسعه ورزش در کشورها و فرهنگ مبدأ، نتایج تحقیقات اتادولسکا و همکاران (۲۰۰۴)، اسمیت و همکاران (۲۰۱۵) و بورگیس (۲۰۰۹) از این نظر که بر نقش مهاجرت در فرهنگ‌پذیری و توسعه رشته‌های ورزشی در فرهنگ بومی تأکید داشته‌اند، با یافته مذکور همسوست. در تمام تحقیقات ذکرشده، محققان نشان دادند افرادی که به کشورهای خارجی سفر می‌کنند، تحت‌تأثیر فرهنگ بیگانه یا دچار بیگانگی از فرهنگ خودی می‌شوند یا تأثیرگذاری فرهنگ غیربومی را با انتقال ورزش در فرهنگ بومی، نشان می‌دهند.

این افراد در ورود رشته‌هایی مانند پارکور، راکتبال، بیسبال، فوتبال ساحلی، کاراته، بدن‌سازی، کونگ فوتوآ و یوگا مؤثر بودند. دانشجویان ایرانی ازجمله میرمهدی ورزنده که مدتی به‌عنوان دانشجو در خارج از کشور تحصیل کرده بودند، با بازگشت به کشور در ورود بسیاری از رشته‌ها مانند هندبال، کریکت، والیبال، شطرنج نوین، شمشیربازی و دوومیدانی نقش مؤثری داشتند.

اتباع خارجی که به دلایل مختلف در ایران اقامت داشتند، با عنوان «اقامت خارجیان در ایران» به‌عنوان مقوله نهایی دیگری در لایه اول شکل ۱ قابل‌مشاهده است. این مقوله خود به دو زیرمقوله «مهاجران خارجی» و «گردشگران خارجی» تقسیم‌شدنی است. مهاجران به ایران، ازجمله افرادی نظیر امن‌الله پادگورنی نیز از عوامل فردی ورود رشته‌هایی مانند ژیمناستیک و وزنه‌برداری در کشور

زمان بوکس در ایران خیلی شناخته شده نبود. اما با حمایت مسئولان وقت در ایران راه‌اندازی شد و تصویر محمدرضا پهلوی ده‌ساله در حال آموزش بوکس در جراید آن زمان منتشر شد که نقش ایجاد جاذبه عمومی در بین مردم را بر عهده داشت. این موضوع، کم‌وبیش در مورد سایر رشته‌های خارجی نیز صدق می‌کند.

جذابیت رشته‌های ورزشی خارجی به‌عنوان محصول جذاب در نظر ایرانیان جلب توجه کرد. مسلم است، یکی از ویژگی‌های محصولات که موجب جلب نظر مشتریان و رفتار خرید آن‌ها می‌شود، ویژگی‌های جذاب یک محصول است (نعمتی زاده و همکاران، ۲۰۰۷). این یافته در تحقیق رنتون (۲۰۰۹) نیز تأیید شده است. رنتون اثرگذاری صحنه‌گذاری ورزشکاران را تابعی از ویژگی‌های محصول می‌داند. طراحی اماکن ورزشی، پوشاک و لوازم زیبا و متفاوت از رشته‌های بومی و امثال آن از عوامل موجد جذابیت رشته در نظر ایرانیان بود. ویژگی‌های جذاب رشته‌های خارجی از دلایل مهم جذب ایرانیان به فعالیت در این رشته‌ها و در نتیجه ماندگاری آن در ایران شد. در مجموع می‌توان استنباط کرد که ورزش‌های خارجی با مددگرفتن از کوشش‌های تبلیغات و صحنه‌گذاری ورزشکاران و سیاسیون و حمایت شرکت‌های خارجی در ایران و همچنین ویژگی‌های جذاب و منحصر به فرد رشته‌های خارجی، در کشور توسعه یافتند.

«توسعه ساختاری» به‌عنوان دومین مقوله نهایی در لایه اول نقشه تماتیک (شکل ۴)، شامل چهار مقوله فرعی «برگزاری رویدادهای ورزشی»، «جذابیت رشته ورزشی»، «برنامه‌ریزی آموزشی» و «احداث باشگاه‌ها و مدارس ورزش» است. ساختار، آن‌طور که در منابع و واژه‌نامه‌ها آمده است، به معنای چگونگی ساختمان چیزی، ترتیب اجزا و بخش‌های یک جسم است. ساختار ورزش نیز یعنی اجزای آن و نحوه کارکرد آن‌ها در کنار هم. این اجزا از برنامه‌ریزی تا بهره‌برداری را پوشش می‌دهد؛ بر این اساس، نتایج نشان داد که در بعد توسعه ساختاری رشته‌های ورزشی به‌طور عمده برنامه‌ریزی در ابعاد مختلف آموزش، جذب مشتری و برگزاری مسابقات، از اهمیت درخور توجهی در توسعه رشته‌های ورزشی برخوردار بوده‌اند. همچنین احداث ورزشگاه‌ها و قراردادن ورزش در برنامه مدارس، از اقدامات مهم دیگر برای توسعه ورزش‌های خارجی در ایران بوده است. نتایج تحقیقات تامسون^۲ و همکاران (۲۰۲۲)، مکینتاش^۳ و همکاران (۲۰۲۱)، هولیهان^۴ و همکاران (۲۰۰۰) مؤید یافته مذکور است. نتایج تحقیقات آن‌ها نشان داد که برنامه‌ریزی ورزش و تربیت‌بدنی در مدارس، زمینه‌ساز و رکن مهمی در توسعه ورزش کشورها است. همچنین نتایج تحقیقات نگی و همکاران (۲۰۱۵) و هالمان (۲۰۱۲) از این نظر که زیرساخت‌های ورزشی در توسعه

ایران نیز به داخل کشور نفوذ کرد و در بین ایرانیان جلب توجه کرد. نتایج تحقیقات رنتون (۲۰۰۹)، پنت (۲۰۱۶) و ون فلبرت (۲۰۲۱) نیز یافته مذکور را تأیید می‌کند؛ زیرا در تمام این تحقیقات بر اثر صحنه‌گذاری ورزشکاران بر تصمیم به خرید یا افزایش محصولاتی که توسط آن‌ها تبلیغ می‌شود، تأکید شده است. نگرش تاریخی کرافورد (۲۰۱۶) بر موضوع نقش ورزشکاران صحنه‌گذار در جذب جامعه جهانی به ورزش، شاهد دیگری است که مؤید این نتیجه تحقیق است. منطقی است که وقتی رشته ورزشی وارد کشوری شود، بازار محصولات مرتبط به همراه فعالیت‌های بازاریابی این محصولات نیز به آن کشور راه یابد. از طرفی اتباع خارجی که با مسئولیت‌های مهمی در ایران حضور داشتند، بسط این تبلیغات را تسهیل کردند. در تأیید این نتیجه، گزارش تاریخی راسخون (۲۰۲۲) درخصوص رشته والیبال نشان می‌دهد که وقتی رشته والیبال وارد ایران شد، توپ نداشت و مردم با توپ فوتبال، والیبال بازی می‌کردند؛ به این ترتیب، زمینه تبلیغ برای توپ‌های والیبال فراهم شد و در نهایت فردی به نام قمشه‌ای در ایران اولین توپ والیبال را ساخت و در ادامه پوشاک والیبال به صحنه تبلیغات وارد شد که صاحبان صنایع خارجی حامی والیبال حمایت کردند.

علاوه بر این، سیاستمداران با همراهی خود در میدان‌های مسابقات ورزشی غیربومی بر جلب نظرهای اجتماعی و ماندگاری این رشته‌ها در ایران بسیار مدد رساندند. به‌طور مثال، رشته فوتبال در دهه ۸۰ توسط انگلیسی‌های مقیم ایران، با هدف ایجاد سرگرمی برای کارگران و کارمندان و همچنین خانواده‌های آن‌ها راه‌اندازی شد، اما به تدریج با ایجاد جذابیت این رشته در بین جوانان ایران، آن‌ها به تشکیل تیم اقدام کردند. اولین تورنمنت فوتبال در ایران بین سه تیم بانک شاهنشاهی ایران (به‌رغم داشتن کارمندان ایرانی، ولی متعلق به انگلیس بود)، سفارت انگلیس و شرکت آلمانی-انگلیسی ایندیوروپین تلگراف برگزار شد. در واقع سفارت انگلیس که در آن زمان نقش درخور توجهی در سیاست‌های کشور داشت، فوتبال انگلیسی را در ایران تنها نگذاشت و با همراهی خود در این مسابقات، بر جلب توجه بیشتر جامعه به این رشته ورزشی کمک کرد (ایران من، بی‌تا). بعدها همراهی پادشاهان وقت با رشته فوتبال، حضور در این رشته را نشانه‌ای از رسیدن به جامعه مدرن نشان داد. رضاشاه پهلوی به‌عنوان اولین رئیس اتحادیه فوتبال ایران و محمدرضا شاه پهلوی به‌عنوان بازیکن این رشته، از سیاسیون پیشگام در توسعه این رشته در ایران بودند (جوربیچیک^۱، ۲۰۱۳). نمونه دیگر، رشته بوکس است که در سال ۱۳۱۴ توسط یک مهندس چکسلواکی که مأموریت داشت در شرکت نفتی کار کند، به‌طور جدی وارد ایران شد. در آن

4. Houlihan

1. Juricic

2. Thompson

3. Mackintosh

فرهنگی و همچنین مقوله نهایی مندرج در لایه اول نقشه می‌توان مشاهده کرد که در ادامه به آن‌ها پرداخته می‌شود. اتباع بیگانه با ترویج رشته‌های غیربومی در ایران، ارزش‌های اجتماعی و سبک زندگی خود را به ایران انتقال دادند و با ایجاد جذابیت در رشته‌های ورزشی خود به‌طور غیرمستقیم، به اشاعه ارزش‌های اجتماعی-فرهنگی بیگانه اقدام کردند. ایرانیانی که در میدان ورزش‌های بیگانه حضور یافتند، به تدریج نوع پوشاک و آرایش مو و حتی سبک رفتاری خود را منطبق بر سبک فرهنگی-اجتماعی کشورهای بیگانه کردند. در ادامه اتباع خارجی، با ارزش‌گذاری بر ارزش‌های ورزشی فرهنگ ورزش‌های خود، به کم‌رنگ شدن و بی‌اعتبار شدن ارزش‌های فرهنگ ورزش‌های بومی منجر شدند و نتیجه آن شد که به تدریج ورزش‌های ایرانی رنگ باختند و ورزش‌های خارجی در ایران توسعه یافتند.

«توسعه اقتصادی» به‌عنوان چهارمین مقوله نهایی در لایه اول نقشه، دارای سه زیرمقوله فرعی شامل «ایجاد اشتغال»، «درآمدزایی از ورزش»، «توسعه اقتصاد ورزش» است. نتایج تحقیق یانگ و همکاران (۲۰۲۲) یافته مذکور را تأیید می‌کند و مرادوات اقتصادی در حوزه ورزش را به‌عنوان عامل مهمی برای توسعه ورزش معرفی می‌کند. ورود رشته‌های ورزشی غیربومی به ایران و توسعه آن مستلزم ایجاد اشتغال بود. مربیگری، داوری، سرپرستی تیم‌ها، مدیریت ورزشگاه‌ها، امور دفتری و خدماتی و بسیاری مشاغل دیگر همراه با توسعه ورزش‌های خارجی در ایران، به‌عنوان فرصت‌های اشتغال منحصربه‌فرد ایجاد شد. در سال‌های ابتدایی ورود رشته‌ها به کشور، راه‌اندازی و اداره امور رشته‌ها بر عهده خارجیان بود، اما به تدریج با آموزش دادن به ایرانیان، آن‌ها در این جایگاه‌ها قرار گرفتند و مدیریت رشته‌ها در طول زمان در اختیار ایرانیان قرار گرفت و از این پس ایرانیان به توسعه ورزش‌های غیربومی کمک کردند. این امر در تاریخچه ورود رشته‌های خارجی به کشور ژاپن نیز دیده می‌شود؛ به‌طور مثال، بررسی تاریخچه فوتبال در ژاپن نشان می‌دهد که نظامیان انگلیسی، فوتبال را به سربازان نیروی دریایی ژاپن آموزش دادند و مسابقات این رشته در بنادر ژاپن آغاز شد و رفته‌رفته مدیریت این رشته بر عهده ژاپنیان گذاشته شد (اتحادیه فوتبال ژاپن، بی‌تا). بررسی تاریخچه ورود رشته‌های غیربومی به کشورهای مختلف، روند ورود و گسترش مشابهی را در توسعه رشته‌های ورزشی غیربومی در کشورهای مختلف نشان می‌دهد؛ به‌طوری‌که به نظر می‌رسد چارچوب از پیش تعیین‌شده‌ای برای ترویج رشته‌های ورزشی غیربومی در کشورهای مختلف بهره‌برداری شده است.

«درآمدزایی از ورزش» به‌عنوان دومین مقوله فرعی «توسعه اقتصادی» که در لایه دوم نقشه (شکل ۴) دیده می‌شود، گویای این واقعیت است که خارجیان با ورود رشته‌های ورزشی به کشور زمینه درآمدزایی در رشته‌های ورزشی مدنظر را فراهم کردند و این امر

ورزش اهمیت دارند، با یافته اخیر همسویی دارد؛ زیرا این محققان نشان دادند که بین گرایش به ورزش و کیفیت و کمیت زیرساخت-های ورزشی رابطه مثبت و مستقیم وجود دارد. مسلم است که توسعه به ابزار نیاز دارد تا امکان برنامه‌ریزی و اجرای برنامه‌ها امکان‌پذیر باشد؛ بنابراین برنامه‌ریزی ورزش به مکان ورزش نیاز دارد؛ بر این اساس، احداث باشگاه‌ها همواره در برنامه اتباع خارجی قرار گرفته است و از طرفی قرارگرفتن ورزش در برنامه درسی مدارس به ریشه-دار شدن ورزش‌های خارجی در اعماق باورها و عادات مردم منجر می‌شود. علاوه بر موارد مذکور، سومین بعد توسعه ساختاری ورزش که جذاب‌ترین بخش ورزش‌ها است، رویدادهای ورزشی و مسابقات زیبا در میدان‌های ورزشی است که می‌تواند بیشترین علت جذب جامعه به ورزش باشد؛ زیرا همان‌طور که در تحقیقات مختلف دیده شده است، ورزش حرفه‌ای و نمایش رقابت‌های قدرتمندانه و زیبا ظرفیت مهمی در جذب جامعه به ورزش است (پورکیانی و همکاران، ۲۰۱۷)؛ از این رو نحوه برگزاری رویدادهای مرتبط با ورزش‌های خارجی، اول اینکه به دلیل تازگی و دوم اینکه به دلیل ویژگی‌های جذاب و چشم‌نواز برای ایرانیان در آن زمان جالب توجه بود و آن‌طور که در اسناد تاریخی درج شده است، مردم و به‌خصوص جوانان با دیدن مسابقات ورزشی برای شرکت در رشته‌های ورزشی علاقمند می‌شدند.

در نتیجه می‌توان استنباط کرد که خارجیان با توسعه ساختار ورزش‌های غیربومی در ایران از طریق برنامه‌ریزی مؤثر، احداث اماکن ورزشی و قراردادن ورزش در برنامه درسی مدارس و همچنین برگزاری رویدادهای ورزشی جذاب، موجب جلب توجه ایرانیان و در نتیجه اشاعه ورزش بیگانه در ایران شدند.

«توسعه فرهنگی» در لایه اول نقشه (شکل ۴) شامل مقوله‌های فرعی «توسعه اجتماعی»، «انتقال ارزش‌های فرهنگ ورزش بیگانه» و «بی‌اعتباری ارزش‌های ورزش‌های بومی» در لایه دوم نقشه است. مقوله توسعه فرهنگی همان‌طور که از نام آن مشهود است، به توسعه ارزش‌های فرهنگی کشورهای بیگانه از طریق ورزش در کشور ایران اشاره دارد. نتایج تحقیقات متعدد نشان می‌دهد که ورزش در تغییر ارزش‌های فرهنگی نقش درخور توجهی دارد (خداپرست و همکاران، ۲۰۲۲؛ کریمی و همکاران، ۲۰۲۲)؛ بر این اساس، ورود ورزش‌های جدید به ایران موجب انتقال ارزش‌های مرتبط با آن رشته ورزشی به کشور شده است. طبق تعریف یونسکو، توسعه فرهنگی عبارت است از توسعه و پیشرفت زندگی یک جامعه با هدف تحقق ارزش‌های فرهنگی، به‌صورتی‌که با واقعیت کلی توسعه اقتصادی و اجتماعی هماهنگ شده باشد. براساس این تعریف، لازمه توسعه فرهنگی توسعه اجتماعی و توسعه اقتصادی است که این دو مقوله را به‌ترتیب در مقوله‌های فرعی توسعه

کردند. در این میان رشته‌های سنتی و بومی کشور در مقایسه با رشته‌های خارجی کمتر مدنظر قرار گرفت؛ زیرا تلاش‌های تبلیغاتی برای رشته‌های جدید و همچنین ویژگی‌های منحصر به فرد رشته‌های خارجی، دو عامل مهم در جلب توجه این رشته‌ها در میان مردم ایران بودند و نتیجه آن ماندگاری و توسعه این رشته‌ها در کشور بوده است.

با توجه به اهداف و شیوه‌های اثرگذاری و ترویج خارجیان در توسعه فرهنگ خود از طریق ورزش که تجربه همگان نشان‌دهنده توفیق سیاست‌های آن‌ها تا به امروز بوده و ورزش‌های غربی در تمام کشورهای جهان توسعه یافته است، به نظر می‌رسد مدیران و مسئولان ورزش کشور در ترویج و توسعه رشته‌های بومی نظیر چوگان، تیراندازی با کمان و پرتاب نیزه، ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای، کشتی‌های بومی و سوارکاری و امثال آن که بسیاری از آن‌ها یا فراموش شده‌اند یا در شرایط محدودی در کشور فعالیت می‌کنند یا امروزه در تصاحب ملل بیگانه هستند، تلاش کنند امکان توسعه رشته‌های بومی بیش‌ازپیش فراهم شود؛ برای مثال، ورزش چوگان که طبق رتبه‌بندی جهانی^۱ این رشته (۲۰۲۳)، آرژانتین و سپس آمریکا در آن پیشتازند و ایرانیان در این رتبه‌بندی جایگاهی ندارند، نیازمند رشد و توسعه در مرزهای ملی و بین‌المللی است. بی‌توجهی به تاریخچه پیدایش رشته‌های ورزشی و شیوه‌های موفق توسعه آن‌ها جامعه را به مصرف‌کنندگان صرف ورزش‌های خارجی تبدیل می‌کند، ولی با عبرت گرفتن از تاریخ و کاربرد شیوه‌های مؤثر در راه‌اندازی و بازاریابی رشته‌های ورزشی بومی و غیربومی با توجه به ارزش‌های فرهنگی ایران در مرزهای ملی و بین‌المللی، می‌توان قدرت و توانمندی عملی بیشتری را برای ورزش کشور و ظرفیت‌های آن فراهم کرد. استفاده از چهره‌های شناخته‌شده در ورزش، هنر، سیاست، جامعه و فرهنگ برای تبلیغ و ترویج و نیز دعوت مردم به ورزش با روش‌های ترویج مستقیم یا غیرمستقیم، موجب ترویج ورزش در چارچوب‌های مطلوب و منطبق با ارزش‌های فرهنگی جامعه ایرانی خواهد شد که امروزه اثری مؤثر از آن در چارچوب‌های بازاریابی ورزش کشور دیده نمی‌شود یا به‌ندرت شاهد آن هستیم.

یکی از جاذبه‌های رشته‌های خارجی و در نتیجه علتی برای رشد این رشته‌ها در کشور بود. این امر یعنی درآمدزایی، خود به مقوله فرعی سوم که «توسعه اقتصاد» است، منتهی می‌شود (حسینی و همکاران، ۲۰۱۸). افزایش میزان درآمدزایی در رشته‌های غیربومی، به معنای لزوم فراهم کردن سایر بخش‌های ضروری و مکمل رشته‌های ورزشی است. برای ماندگاری رشته‌های ورزشی غیربومی به تأسیسات ورزشی، تولید لوازم و پوشاک ورزشی مرتبط با رشته‌ها، تربیت نیروی انسانی، آموزش رشته‌ها، برگزاری رویدادها و بسیاری موارد دیگر نیاز است که هر یک گویای بخش مهمی از اقتصاد ورزش است و توسعه هر رشته به تدریج با توسعه اقتصاد آن رشته همراه شد و این امر بر گسترش هرچه بیشتر رشته‌ها کمک کرد.

بررسی تاریخچه ورزش کشور نشان می‌دهد که بسیاری از رشته‌های ورزشی رایج در ایران رشته‌های غیرایرانی یا به‌اصطلاح رشته‌های غیربومی یا خارجی هستند. علل رشد و توسعه و ماندگاری این رشته‌ها در ایران درخور تأمل است. نتایج تحقیق نشان داد که یکی از مهم‌ترین دلایل ورود و توسعه رشته‌های خارجی به کشور، تلاش اتباع خارجی و ایرانیان از فرنگ برگشته بود. گروه اول به دلیل اینکه ورزش بخش مهمی از زندگی فردی آن‌ها بود، در هر کشوری از جمله ایران که مجبور به اقامت نسبتاً طولانی بودند، امکانات راه‌اندازی رشته ورزشی موردعلاقه خود را فراهم کردند و به تدریج ایرانیان جذب این رشته‌های ورزشی شدند و خودشان به توسعه آن کمک کردند. احتمال اینکه توسعه ورزش‌های بیگانه در خاک کشور ایران بخشی از برنامه‌های سیاسی اتباع خارجی بوده است، دور از انتظار نیست؛ چون همواره سفارت‌خانه‌های برخی از کشورهای بیگانه در راه‌اندازی رشته‌های ورزشی فعالانه دخالت داشته‌اند. به‌هرحال در این خصوص مدارکی یافت نشد و فقط حضور سفیران و سایر مسئولان سفارت‌خانه‌ها و دیگر چهره‌های سیاسی در کنار فعالیت‌های ورزشی شاهد این ادعا است. نکته درخور توجه در توسعه رشته‌های ورزشی خارجی در ایران، راه‌اندازی آن توسط ایرانیانی بود که به دلایل مختلف از جمله تحصیل و سیاحت به کشورهای مختلف به‌خصوص غرب سفر کرده بودند و بیشتر رشته‌های غیربومی توسط این گروه از ایرانیان از فرنگ برگشته راه‌اندازی و ترویج شد. به نظر می‌رسد، ویژگی‌های متفاوت رشته‌های ورزشی خارجی با ورزش‌های بومی برای ایرانیان جذابیت داشته است؛ به همین دلیل، این رشته‌ها اگر در ایران توسط اتباع خارجی راه‌اندازی شده‌اند، برای مردم ساکن کشور جذابیت داشته‌اند و خیلی زود مقدمات رشد این رشته‌ها در کشور توسط ایرانیان فراهم شده است و از طرفی اگر ایرانیان به خارج از کشور رفته و در آنجا تجربه آشنایی با رشته‌های ورزشی را کسب کرده بودند، تمام تلاش خود را برای انتقال آن در ایران صرف

References

1. Akhmetkarimov, B., & Aminovar, R. R. (2020). Sport as a tool of soft power in modern international relations. Supplementary Issue: Autumn Conferences of Sports Science. Costa Blanca Sports Science Events, Alicante, Spain.
2. Asheghi, B., Ramzani Nejjad, R., & Abdi, S. (2022). Content analysis of articles related to politics and sport from 1388 to 1398. *Communication Management in Sport Media*, 9(3), 45-57.
3. Azad Aramaki, T. (1996). Sociological analysis of: The ways of cultural influence of the West in contemporary Iran. Tehran: Soroush book, (Collection of articles, cultural confrontation between Iran and the West in the contemporary period). (In Persian)
4. Azizi, H. (2018). Investigating the effects of the presence of foreign nationals on national security with an emphasis on Afghan citizens. *Geography and Human Relationships*, 1(3), 171-190.
5. Borgese A. (2009). Labor and Immigration Issues in Sports. *The sport Journal*, 24, 89-104.
6. Cha V. (2016). Role of sport in international relations: National rebirth and renewal. *Asian Economy Policy Review*, 11(1), 139-155.
7. Constantinou, C. M. (1996) On the way to diplomacy. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
8. Copeland, D. (2009). Guerrilla diplomacy: Rethinking international relations. United States, Boulder: Lynne Rienner.
9. Crawford S. (2016). A look back at how athletes began signing lucrative endorsement deals. Retrieved from <https://medium.com/the-fifth-quarter/a-look-back-at-how-athletes-began-signing-lucrative-endorsement-deals-4c928b2ed5ac>
10. Crossan, M. W. M. (2012). Sporting immigrants and their effect on sport growth and popularity in a culture: A case study in Czech basketball (Doctoral dissertation). Charles University.
11. Deloitte Org. (2023). The future of sport in the Middle East. Retrieved from <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/xs/Documents/finance/The%20Sports%20Business%20Summit%20brochure.pdf>
12. Fonti, F., Ross, J.-M., & Aversa, P. (2023). Using sports data to advance management research: A review and a guide for future studies. *Journal of Management*, 49(1), 325–362.
13. Griffiths, J. (2017). British foreign policy and Iran A performance: 1872-1979 (Doctoral dissertation). University of Manchester.
14. Haddad Adel, Gh. A. (2006). Briefly about the importance of history. *Treasure of Documents*, 16(1), 6-8. (In Persian)
15. Hadian, N., & Karimi, A. H. (2022). Studying the relationship between sport and foreign policy on the basis of Pierre Bourdieu's field theory. *Political Quarterly*, 52(1), 284-259.
16. Hallmann, K., Wicker P., Breuer, Ch., & Schönherr, L. (2012) Understanding the importance of sport infrastructure for participation in different sports – findings from multi-level modeling. *European Sport Management Quarterly*, 12(5), 525-544.
17. Hedayat, M. (Mukhbar al-Sultaneh) (1950). *Memories and dangers* (1st ed.). Tehran: Negin. (In Persian)
18. Hosseini, M., Ashrafi, Y., & Siami Iraqi, A. (2018). Investigating the relationship between financial development and economic growth in Iran by introducing new variables. *Quarterly Journal of Economic Research and Policies*, 19(60), 1-34. (In Persian)
19. Houlihan, B. (2000). Sporting excellence, schools and sports development: The politics of crowded policy spaces. *European Physical Education Review*, 6(2), 171–193.
20. Islamic Parliament Research Center of The Islamic Republic of IRAN. (2022). Solutions to strengthen Iran's sports diplomacy in the international arena. Retrieved from <https://rc.majlis.ir/fa/news/show/1772833>
21. Japan Football Association (n.d.). History of JFA. Retrieved from <http://www.jfa.or.jp/eng/history/>
22. 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. *Sport Management Journal*, 11(2), 219-234.
23. Juricic T. (2013). Political history of football in Iran. Retrieved from <https://tamarasfootballmosaic.wordpress.com/2013/11/16/a-political-history-of-football-in-iran/>
24. Karimi, J., Eidi, H., & Abbasi, H. (2022). Explaining the role of sports in Iran's social development with a mixed approach. *Journal of New Trends in Sport Management*, 10(36), 97-112.
25. Khodaparast, S., Bakhshalipour, V., & Akbarkhah, A. (2022). The role of in the development of moral and cultural behaviors. *Sociology and Lifestyle Management*, 7(18), 75-95.
26. Khorram, M. (1999). *Identity* (1st ed.). Tehran: Hayan Publications Cultural Institute. (In Persian)
27. Kobierecki, M. M. (2013). Sport in international relations. expectations, possibilities and effects. *international studies. Interdisciplinary Political and Cultural Journal*, 15(1), 49–74.
28. Lataftkar, Kh., & Zamani, H. (2010). *The boxing book: History, rules and regulations, training, technique, tactics, the complete guide to weight training without injuries* (1st ed.). Tehran: Badam Kitab. (In Persian)
29. Mackintosh, Ch. (2021). *Foundations of sport development-schools and sport development* (1st ed.). London: Routledge.
- Migration Advisory Committee (2018). Impact of international students in the UK. Retrieved from https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/739089/Impact_intl_students_report_published_v1.1.pdf

31. Miryousefi, S. J., & Ramzaninejad, R. (2021). The role of the development of economical and political culture in cultural development in championship Sport. *Journal of Sport Management and Motor Behavior*, 16(32), 210-195.
32. Mohammadhassan, F., Honari, H., Farahani, A., Safania, A., & Bagherian, M. (2022). Presenting international relations development model through sport. *Strategic Studies on Youth and Sports*, 21(57), 149-172.
33. Mohammadi Aziz Abadi, M., & Beheshty, S. S. (2020). Political sociology of sport: The impact of sports and professional athletes on political life. *Iranian Political Research*, 7(23), 142-174.
34. Mohammadian, A., & Rezaei, A. (2016). The evolution of the concept of diplomacy in international relations. *Iranian Research letter of International Politics*, 5(1), 105-127. Moradi, M., & Aflaki Fard, M. (2013). Cultural invasion or cultural exchange and the factors of teenagers and young people's tendency towards foreign culture. Paper presented at the First National Conference of Educational Sciences and Psychology. Marvdasht Young Innovative Thinkers Company. (In Persian)
35. Moradi, S., & Mostafaei, F. (2014). Role of sport in developing social and cross-cultural communications. *Communication Management in Sport Media*, 1(4), 55-60.
36. Muhammad Nabi, H (2007). *Football in Iran* (2nd ed.). Tehran: Cultural Research Office. (In Persian)
My Iran (n.d.). History of football in Iran. Weebly. Retrieved from <https://my-iran.weebly.com/sports.html>
38. Nagy, A., & Tobak, J. (2015). The role of sport infrastructure: use, preferences and needs. *Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, 9(1-2), 47-52.
39. Nematizadeh, S., & Saraji, M. (2007). Factors of product attractiveness and its effect on customer behavior. *Business Management*, 2(22), 148-169. (In Persian)
40. Pant, G., Singh, N. J., & Sadokpam, B. (2016). The impact of athletic endorsements on consumers purchases intentions. *International Journal of Recent Scientific Research*, 7(4), 10202-10204.
- Parrish, R. (2020). EU sport diplomacy: An Idea Whose Time Has Nearly Come. *Journal of Common Market Studies*. <https://doi.org/10.1111/jcms.13317>
42. Pourkiani, M., Hamidi, M., Goodarzi, M., & Khabiri, M. (2017). Analyzing the role of championship and professional sport on sport development. *Sport Management Studies*, 9(42), 55-72. (In Persian)
43. Qawam, A. (2017). The principles of foreign policy and international policy. Tehran: Samt. (In Persian)
- Rasekhon (2022). History of Volleyball in Iran. Retrieved from <https://rasekhon.net/article/show/184302>
45. Renton, K. (2009). Impact of athletic endorsements on consumers purchase intentions (Doctoral dissertaion). Florida State University Libraries.
46. Shahrezaei, F., & Shirzadi, R. (2017). Sports, politics and international relations. *International Studies Quarterly* 15(3), 185-220. (In Persian)
47. Shariati Faizabadi, M., Rahimizadeh, M., & Tasgardi, M. (2018). The role of sports in the development of foreign relations of emerging economy countries (BRIC). *Research in Sports Management*, 8(46), 63-108. (In Persian)
48. Shariati Feizabadi, M. (2019). Comparative study of sport diplomacy in development of foreign relations of I. R. Iran and selected countries. *Political Knowledge*, 1529), 125-148. (In Persian)
49. Shariati Feizabadi, M., Ranjbar, S., & Monazzami, A. (2022). Anti-diplomacy of football in the Middle East: The geopolitical challenge of Iran and Saudi Arabia. *Communication Management in Sport Media*, <https://doi.org.10.30473/jsm.2022.61972.1585>
50. Smith, R., Spaaij, R., & McDonald, B. (2019). Migrant integration and cultural capital in the context of sport and physical activity: A systematic review. *Intrntionla Journal of Migration & Integration*, 20, 851-868.
51. Sorek, T., & Danyel, R. (2019). Introduction: From sports in the Middle East to Middle Eastern sports. In D. Reiche, & T. Sorek (Eds), *Sport, politics and society in the Middle East*. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190065218.003.0001>
52. Stodolska, M., & Alexandris, K. (2004). The role of recreational sport in the adaptation of first-generation immigrants in the United States. *Journal of Leisure Research*, 36(3), 379-413.
53. Thompson, F., Rongen, F., Cowburn, I. et al. (2020). The impacts of sports schools on holistic athlete development: A mixed methods systematic review. *Sports Medicine*, 52, 1879-1917.
54. Tran, V. D. (1987). *Communication and diplomacy in a changing world*. Norwood, NJ: Ablex.
55. Von Felbert, A., & Breuer, C. (2021). How the type of sports-related endorser influences consumers' purchase intentions. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 22(3), 588-607.
56. Wainwright, D. (2021) Athletics, exhibitions and exchanges: american sport diplomacy in Iran, 1955-1959, *The International Journal of the History of Sport*, 38(8), 811-828.
57. Yang, Zh., & Lin, Y. (2022). Sports product marketing and economic growth econometric dynamic analysis model based on random matrix theory. *Mathematical Problems in Engineering*, 22, 3081378.

