



# Sport-Technology Diplomacy: A Comparative Review and Key takeaways for Iran

1. Javad Ramezan Ghorbani ♦  
2. Zohreh Karimmian

Article Type: Review Paper

Vol. 34 | No. 4 | Serial 96 | Jan. 2025

Received: 2025.02.03

Revised: 2025.10.03

Accepted: 2025.12.19

Published Online: 2026.02.02

Pages: 83-98

P-ISSN: 1027-2690

E-ISSN: 2783-4514

## Abstract

In today's interconnected world, global sporting events have become influential platforms for pursuing diplomatic objectives. States increasingly employ sport not only to enhance national image but also to manage crises, strengthen international relations, and expand soft power. An emerging dimension of this field is the integration of sports diplomacy with technological innovation. This study examines how the strategic combination of sport and technology can function as an effective instrument for nation branding and diplomacy, drawing comparative lessons for Iran.

Using a qualitative comparative approach, the paper analyzes the experiences of Israel, Qatar, and Japan, selected for their strategic use of sport and advanced technologies in international engagement. These countries have hosted major global sporting events, such as the FIFA World Cup and the Olympic Games, and have deliberately leveraged them to convey political, economic, and cultural messages. Through a review of relevant literature and analysis of key events, the study explores how technologies such as smart stadiums, artificial intelligence, digital platforms, and data-driven systems have been integrated into sports diplomacy strategies to shape international perceptions.

The findings indicate that while all three countries have successfully employed sport-technology diplomacy to enhance their global standing, their strategies and objectives differ. Israel has utilized its sports-technology ecosystem to reframe its international image from a conflict-oriented narrative toward one centered on innovation and technological leadership. Through

## Keywords

Public Diplomacy, Sport-Technology  
Diplomacy, Nation Branding, Country Image,  
National Image, Iran.

- ♦ PhD Student in Management of Technology, Department of Management of Technology, Faculty of Management, Islamic Azad University- South Tehran Branch, Tehran, Iran (Corresponding Author)  
javad.ramezanghorbani@iau.ac.ir  
ORCID: 0000-0001-5875-1008
- Assistant Professor of Science and Technology Policy, Faculty of Management, Islamic Azad University- South Tehran Branch, Tehran, Iran, zohreh.karimmian@iau.ac.ir  
ORCID: 0000-0002-4310-0074

**Cite This Paper:** Ramezan Ghorbani, J., Karimmian, Z. (2025). Sport-Technology Diplomacy: A Comparative Review and Key takeaways for Iran. *Rahyaft*, 34 (4), 83-98. (Persian).

**DOI:** 10.22034/RAHYAFT.2025.11857.1566



© The Author(s)

Publisher: National Research Institute for  
Science Policy (N.R.I.S.P)



sports-tech startups, digital media campaigns, and international collaborations, Israel has projected resilience and progress, helping to mitigate political tensions. Qatar's sports diplomacy has been most visible in hosting the 2022 FIFA World Cup, where the deployment of smart stadiums, advanced cooling systems, and digital ticketing platforms showcased technological capability, sustainability, and cultural identity. Japan's hosting of the Tokyo 2020 Olympic Games demonstrated a technology-driven approach to crisis management during the COVID-19 pandemic, employing artificial intelligence, robotics, and digital tools to ensure safety while promoting messages of recovery, solidarity, and innovation.

Comparative analysis reveals that the integration of sport and technology enables states to shape international narratives, foster cultural connections, and gain political and economic

advantages. Digital platforms and smart technologies allow countries to communicate strategic messages to global audiences, thereby strengthening soft power. The experiences of Israel, Qatar, and Japan offer important insights for Iran. With its rich cultural heritage and growing technological capacity, Iran can utilize sports diplomacy by hosting regional sporting events, revitalizing historical tournaments, and investing in sports-technology collaboration. However, achieving this potential requires a coherent and strategic framework that aligns sports diplomacy with technological innovation and broader foreign policy goals.

This study highlights the increasing significance of sport-technology diplomacy in contemporary international relations and provides policy-relevant lessons for Iran in leveraging sport as a tool for global engagement and soft power enhancement.



# دیپلماسی ورزش-فناوری: یک بررسی تطبیقی و درس آموزه‌هایی برای ایران

۱. جواد رمضان قربانی

۲. زهره کریم میان

• نوع مقاله: ترویجی

• دوره ۳۴ | شماره ۴ | پیاپی ۹۶ | دی ۱۴۰۳

• تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۱/۱۵

• تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۷/۱۱

• تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۹/۲۸

• تاریخ انتشار برخط: ۱۴۰۴/۱۱/۱۲

• صفحات: ۹۸-۸۳

• شابای چاپی: ۹۰-۲۶۹۰-۱۰۲۷

• شابای الکترونیکی: ۴۵۱۴-۲۷۸۳

## چکیده

رویدادهای ورزشی جهانی امروزه به بستری حیاتی برای تحقق اهداف دیپلماسی عمومی تبدیل شده‌اند و کشورها از این ظرفیت برای تقویت تصویر ملی، مدیریت بحران‌ها و بهبود روابط دیپلماتیک خود بهره‌برداری می‌کنند. یکی از این ابزارها، دیپلماسی ورزش-فناوری است که هدف این مقاله، درس‌آموزی ایران در تقویت تصویر و ویژگی ملی از طریق تجربیات سه مورد مطالعه رژیم صهیونیستی، قطر و ژاپن می‌باشد. روش تحقیق این مقاله کیفی و مبتنی بر تحلیل مقایسه‌ای است که به تحلیل راهبردهای دیپلماسی ورزش-فناوری در این سه مورد پرداخته است. بنا به یافته‌های این مطالعه، رژیم صهیونیستی با بهره‌گیری از فناوری‌های ورزشی و ابزارهای دیجیتال، از ورزش به عنوان ابزاری برای ویژندسازی ملی و کاهش تنش‌های سیاسی استفاده کرده است. قطر در جام جهانی ۲۰۲۲ با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین در ورزشگاه‌های هوشمند و مدیریت دیجیتال، تجربه‌ای جهانی را خلق کرد که به تقویت جایگاه دیپلماتیک این کشور منجر شده است. ژاپن نیز در المپیک ۲۰۲۰ با استفاده از هوش مصنوعی و رباتیک، علاوه بر مدیریت بحران پاندمی، پیام نوآوری و ایمنی خود را به جهان مخابره کرد. هر سه مورد از فناوری در دیپلماسی ورزشی برای تقویت جایگاه بین‌المللی خود بهره برده‌اند؛ با این حال، تمرکز رژیم صهیونیستی بر کاهش تنش‌های سیاسی، قطر بر تجربه‌سازی جهانی و ژاپن بر نمایش نوآوری و نیز مدیریت بحران و ایمنی بوده است. ایران می‌تواند با استفاده از ورزش به عنوان زبانی مشترک، اهداف دیپلماتیک خود را پیش برده و از طریق برگزاری و حضور در رویدادهای بین‌المللی مانند جام فوتبال کافا (آسیای مرکزی) و احیای جام تمدن‌ها، روابط سیاسی، اقتصادی و فرهنگی خود را تقویت و تصویر مثبتی از کشور به جهان ارائه کند.

## کلیدواژه‌ها

دیپلماسی عمومی، دیپلماسی ورزش-فناوری، ویژندسازی ملی، تصویر ملی، تصویر کشور، ایران.

۱. دانشجوی دکتری مدیریت تکنولوژی، گروه مدیریت تکنولوژی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران جنوب، تهران، ایران (پدیدآور رابط)

javad.ramezanghorbani@iau.ac.ir

ORCID: 0000-0001-5875-1008

۲. استادیار سیاست‌گذاری علم و فناوری، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران، ایران

zohreh.karimmian@iau.ac.ir

ORCID: 0000-0002-4310-0074

استناد به این مقاله: رمضان قربانی، ج.، کریم‌میان، ز. (۱۴۰۳). دیپلماسی ورزش-فناوری: یک بررسی تطبیقی و درس‌آموزه‌هایی برای ایران. *رهیافت*، ۳۳ (۴)، صص. ۹۸-۸۳.

DOI: 10.22034/RAHYAFT.2025.11857.1566

ناشر: مؤسسه تحقیقات سیاست علمی کشور  
نویسندگان: © حق مؤلف



## مقدمه

در دنیای پیچیده و به هم پیوسته امروز، ورزش در قالب زبانی جهانی، نقش بی‌بدیلی در برقراری ارتباط ملت‌ها ایفاء می‌کند. از سوی دیگر، فناوری به عنوان یکی از محرک‌های اصلی تغییرات اجتماعی و اقتصادی، تأثیر بسزایی بر نحوه تعامل جوامع و کشورها گذاشته است. ترکیب این دو حوزه، مفهومی نو ظهور و پویا به نام «دیپلماسی ورزش-فناوری» را پدید آورده که در قلب آن، استفاده از فناوری‌های نوین برای ارتقاء ارتباطات بین‌المللی از طریق ورزش قرار دارد (Dubinsky, 2022).

دیپلماسی سنتی که عمدتاً بر ابزارهای سخت‌افزاری مانند قدرت نظامی یا اقتصادی متکی بود به تدریج جای خود را به شیوه‌هایی نرم‌تر و غیرمستقیم‌تر داده است (Chadwick et al, 2020). کشورهای توسعه‌یافته و کشورهای با اقتصادهای نو ظهور، با ارائه یک برنامه جامع در قالب استفاده از ورزشکاران، مربیان، داوران و حتی شرکت‌های ورزشی به دنبال تحقق اهداف کلان سیاسی خود در زمینه ورزش هستند. اما تصمیم‌گیرندگان سیاسی ایران ورزش را تنها به عنوان یک پدیده تفریحی دیده و از ظرفیت‌های ورزش ایران در عرصه بین‌المللی به طور مؤثر استفاده نمی‌کنند (Shariati, 2019). دیپلماسی ورزشی ایران در موقعیتی محافظه‌کارانه قرار دارد؛ راهبردهای محافظه‌کارانه می‌تواند بر اساس ایجاد نهادی تحت عنوان دیپلماسی ورزشی در وزارت امور خارجه با هدف اتخاذ تصمیمات نهایی و جلوگیری از موازی کاری، تقویت هماهنگی میان نهادهای مختلف، افزایش آگاهی و دانش مدیران از پدیده دیپلماسی ورزشی و نیز آموزش منابع انسانی متخصص و بازنگری در قوانین و رفع موانع و ضعف‌های موجود باشد (Kiani & Nazari, 2024). از نگاه ناصر هادیان استاد علوم سیاسی دانشگاه تهران موارد زیر به عنوان پیشنهاداتی برای دیپلماسی علم و فناوری کشور قابل ارائه است.

۱. توجه به ساختار تشکیلاتی دیپلماسی علم و فناوری در سطوح بالا؛
۲. تربیت دیپلمات‌های علمی دو در خصوص شناسایی حوزه‌های مختلف همکاری‌های علمی و فناوری در کشورهای مختلف؛
۳. افزایش ظرفیت علمی و فناوری دیپلمات‌های ایرانی در داخل و خارج کشور؛
۴. حضور نمایندگانی از ایران در نهادهایی همچون UNCSTD؛ و
۵. برقراری ارتباط جامعه علمی و فناوری با دستگاه دیپلماسی کشور (Bonyadi Naeini & Saduq, 2017). یکی از این ابزارهای نو ظهور، دیپلماسی ورزشی است که از ورزش به عنوان بستری برای تعامل فرهنگی، اجتماعی و سیاسی بهره می‌گیرد (Chen, 2024). با این حال، در عصر فناوری‌های پیشرفته، عدم استفاده بهینه از نوآوری‌های فناورانه در این حوزه می‌تواند

مانع تحقق کامل توانمندی‌های دیپلماسی ورزشی شود. برای مثال، فناوری‌های هوشمند، واقعیت مجازی و شبکه‌های اجتماعی می‌توانند ابعاد جدیدی به این نوع دیپلماسی اضافه و تأثیر آن در جوامع جهانی را به شدت افزایش دهند؛ اما خلأ تحقیقاتی در این زمینه نشان می‌دهد که هنوز چارچوب مشخص و جامعی برای بررسی این تعامل نوآورانه وجود ندارد (Manor, 2019). ورزش و فناوری هر دو ابزاری قدرتمند برای ایجاد تغییرات اجتماعی هستند. در جوامع مدرن، رویدادهای ورزشی از قبیل المپیک یا جام جهانی فوتبال به سکویی برای تقویت دیپلماسی و ترویج صلح تبدیل شده‌اند. در این میان، تلفیق فناوری با ورزش نه تنها فرصت‌هایی برای تقویت تصویر بین‌المللی کشورها فراهم می‌کند بلکه ابزاری نوآورانه در مدیریت تنش‌های بین‌المللی و ترویج همکاری‌های فرامرزی ارائه می‌دهد (Dubinsky, 2022). با وجود اهمیت فزاینده دیپلماسی ورزشی و ظرفیت‌های تحول‌آفرین فناوری، هنوز در پیشینه علمی، فهم نظام‌مند و تجربی از سازوکارهای تأثیر «دیپلماسی ورزش-فناوری» بر تصویر و ویژن ملی کشورها شکل نگرفته است. اغلب پژوهش‌ها به بررسی جداگانه نقش ورزش یا فناوری در دیپلماسی عمومی پرداخته‌اند در حالی که تعامل هم‌افزای میان این دو حوزه، ابعاد جدیدی از قدرت نرم را آشکار می‌کند که در شرایط رقابت نمادین میان کشورها برای کسب مشروعیت، اعتبار و جذابیت بین‌المللی، اهمیتی حیاتی دارد. شکاف دانشی موجود در زمینه چگونگی بهره‌گیری از فناوری‌های نو (نظیر رسانه‌های دیجیتال، سکوها تعاملی و فناوری‌های هوشمند) در طراحی و اجرای سیاست‌های دیپلماسی ورزشی، موجب شده که کشورها نتوانند از ظرفیت کامل این ابزارها برای بازآفرینی تصویر خود در نظام جهانی استفاده کنند. از این‌رو، بررسی تطبیقی تجربه کشورهای چون قطر، ژاپن و رژیم صهیونیستی در کنار ایران، می‌تواند به درک عمیق‌تر چگونگی ترکیب مؤلفه‌های فناورانه و ورزشی در ارتقاء قدرت نرم و بهبود ویژن ملی بینجامد و مبنایی نظری برای سیاست‌گذاری نوین در این عرصه فراهم سازد. در این زمینه، مطالعه بر روی تعاملات بین دیپلماسی ورزش و فناوری ضروری است تا بتوان چارچوب‌های نوین قدرت نرم را توسعه داد. چنین تحقیقاتی می‌تواند به کشورها کمک کند تا از ابزارهای نوآورانه برای ارتقاء جایگاه خود در جامعه بین‌المللی استفاده کرده و تعاملات مثبت و سازنده‌ای را ایجاد کنند. هدف از این تحقیق، مطالعه‌ای در مورد مقایسه بین سه کشور رژیم صهیونیستی، قطر و ژاپن با ایران در رابطه با بحث نقش دیپلماسی ورزش-فناوری در بهبود تصویر و ویژن ملی کشورها است. قطر و ژاپن به عنوان میزبان موفق دو رویداد مهم ورزشی یعنی جام جهانی و المپیک و رژیم صهیونیستی نیز به دلیل دیدگاه و نگرش‌های مختلف جامعه

جهانی به عنوان مورد مطالعه انتخاب شده‌اند تا به این سؤال پاسخ دهیم که دیپلماسی ورزش- فناوری چگونه می‌تواند نقشی مثبت در بهبود تصویر و ویژگی ملی داشته باشد؟

## مرور پیشینه موجود

### ۱. دیپلماسی عمومی

دیپلماسی، پیشینه‌ای به درازای تاریخ ملتها دارد. برخی حتی پیشینه آن را دوران عصر سنگی قبایل استرالیا و ساحل‌نشینان جزایر اقیانوس آرام، سیاهان آفریقا، سرخ‌پوستان شمال و جنوب آمریکا و مردم چین و هندوستان به شمار می‌آورند (Netzlöff, 2020). از دیرباز، انسان‌ها برای حفظ منافع ملی و دستیابی به اهداف خارجی خود روابط سیاسی برقرار کرده‌اند. منتسکیو در روح‌القوانین اشاره می‌کند که حتی قبایل ابتدایی نیز حقوق بین‌الملل داشتند. یونان، ایران و روم باستان در دیپلماسی جایگاه ویژه‌ای داشته و واژه «دیپلماسی» از کلمه یونانی "diploma" به معنای «دست‌نوشته» یا «مدرک» گرفته شده که به فرستادگان دولتها اطلاق می‌شده است (Bijani, 2005). تاریخ دیپلماسی به سه دوره تقسیم می‌شود: دوره قدیم با روابط میان تمدن‌های ایران، هند، چین و مصر، دوره کلاسیک در قرون وسطی که تحت نظارت کلیسا بود و دوره نوین از دهه ۱۹۹۰ که با پیشرفت فناوری، دیپلماسی از قدرت سخت به قدرتی نرم بدل شد (Ganjidoost, 2008; Mesbah, 2014; Vahidi, 2007). تعاریف گوناگونی از دیپلماسی با نگاه به اهداف و آثار مختلف آن ارائه شده است؛ دیپلماسی را به مثابه مدیریت سیاست خارجی تبیین کرده‌اند برخی نیز دیپلماسی را به عنوان ابزار و بخش سیاست خارجی تعریف می‌کنند (Wu, 2023). دیپلماسی با مدیریت مناسبات میان دولتها و روابط آنها با سایر بازیگران سروکار دارد. از دیدگاه دولت، دیپلماسی با رایزنی برای شکل‌گیری و اجرای سیاست خارجی ارتباط دارد (Rezaei Mirqaeed, 2006). مطابق این تعریف، دیپلماسی وسیله‌ای است که دولتها به کمک آن از طریق نمایندگان رسمی و غیررسمی خود و نیز سایر بازیگران در قالب مکاتبات، مذاکرات خصوصی و تبادل دیدگاه‌ها به هماهنگ‌سازی و تأمین منافع ویژه یا عمومی ملتها می‌پردازند (Simbar, 2006). به عبارت بهتر دیپلماسی عبارت است از تکنیک‌ها و تدابیر علمی و اجرایی که یک دولت با توسل به آنها منافعش را در خارج از قلمرو و اراضی خود دنبال می‌کند (Izadi, 2010). مفهوم دیپلماسی عمومی در کنار تحولات گسترده‌تر روابط بین‌الملل پدید آمد و تکامل یافت. تعاریف اولیه که به دهه ۱۹۶۰ بازمی‌گردند دیپلماسی عمومی را به عنوان تأثیر یک دولت بر مخاطبان خارجی (و نه دولتها) تعریف می‌کردند (Lebedeva, 2020). با این حال، چشم‌انداز قرن بیست‌ویکم که با جهانی و دیجیتالی شدن برجسته می‌شود دیپلماسی عمومی را به طور

چشم‌گیری تغییر داده است (Trofymenko, 2023). ظهور بازیگران غیردولتی مانند سازمان‌های غیردولتی و شرکت‌ها، پیچیدگی بیشتری در این حوزه ایجاد و مرز میان دیپلماسی سنتی و مشارکت عمومی را مبهم کرده است (Ayhan, 2019). تعریف گسترده اولیه منجر به ارتباط آن با تبلیغات، ارتباطات راهبردی و ویژندسازی ملی گردیده که طبعاً نیاز به وضوح مفهومی بیشتری دارد (Lebedeva, 2020). در این راستا، تحولاتی که در عرصه ارتباطات و تعاملات بین‌المللی رخ داده، به ویژه در زمینه رسانه‌ها و فناوری‌های نوین، به طرز چشم‌گیری دیپلماسی عمومی را تحت تأثیر قرار داده است (Bjola et al., 2019). تأثیر فناوری‌های جدید، به ویژه رسانه‌های اجتماعی که راهبردهای ارتباطی را تغییر و دامنه مخاطبان هدف را گسترش داده سبب شده که اهمیت ارتقاء تصویر ملی در روابط بین‌الملل ضرورت یافته و این امر به نوبه خود به رشد تلاش‌های دیپلماسی عمومی دامن زده است (Hartig, 2016). در شرایطی که محیط اقتصادی و سیاسی جهان به طور مداوم در حال تغییر است دولتها به دلیل افزایش فرایندهای جهانی‌سازی و تحولات ناشی از آن، باید همکاری‌های فرامرزی با یکدیگر را برنامه‌ریزی کنند. از سوی دیگر چادویک و همکاران (Chadwick et al., 2020)، روکوود و آداوسان (Rookwood, Adeosun, 2023) و گریکس (Grix et al., 2019) معتقدند که راهبردهای متعارف «قدرت سخت» برای تأثیرگذاری بر روابط میان مرزهای ملی همچنان بخش قابل توجهی از چشم‌انداز سیاسی جهانی را تشکیل می‌دهد. قدرت سخت به روش‌های قهری اشاره دارد که معمولاً شامل استفاده از زور و ارائه مشوق‌های مالی برای تأثیرگذاری بر سیاست‌ها یا اقدامات سایر نهادهای سیاسی است. به گفته چادویک (Chadwick et al., 2020) و گریکس (Grix et al., 2019) امروزه در سیاست بین‌المللی، این دیدگاه که استفاده از زور تنها راهکار دستیابی به اهداف است تا حد زیادی کاهش یافته و قدرت نرم که اساس آن، جذب و همراه کردن دیگران برای اشتراک در اهداف و خواسته‌هاست جایگزین گردیده است. در گذشته، دیپلماسی رسمی تنها راه تعامل بین کشورها بود اما با گذشت زمان، کشورها به این نتیجه رسیدند که این نوع دیپلماسی قادر به حل مشکلات بین‌المللی نیست. در ۱۹۸۱ جوزف مونتبیل اصطلاحات «دیپلماسی خط یک» و «دیپلماسی خط دو» را معرفی کرد (McDonald & Bendahmane, 1987). دیپلماسی خط دو نوعی تعامل غیررسمی است که بر اساس حسن نیت و معقولیت برای حل یا کاهش منازعات از طریق توانایی‌های مشترک انسانی پیش می‌رود. این دیپلماسی معمولاً در تبادلات علمی و فرهنگی دیده می‌شود اما نمی‌تواند جایگزین دیپلماسی رسمی شود و هر دو نوع مزبور برای موفقیت در روابط بین‌الملل ضروری هستند (Davidson & Montville, 1981).



## ۲. دیپلماسی ورزش-فناوری

تعاریف مختلفی از دیپلماسی ورزش در متون مختلف به ویژه در دهه گذشته آمده است؛ از جنگ بدون شلیک تا ابزار توسعه صلح پایدار که همه آنها نیز به دنبال فهم بهتر تعاملات در بین الملل و دوستی‌ها و کمک به از بین بردن کلیشه‌ها و تعصب بودند (Chen, 2024; Shariati feizabadi & Monazzami, 2021). ورزش ابزاری کم‌خطر، دارای هزینه پائین و پر محتوا برای فعالیت‌های دیپلماتیک است. در تعریفی جامع، دیپلماسی ورزش را می‌توان بخش پررنگ دیپلماسی عمومی نامید که در آن از تمامی ظرفیت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری ورزش یک کشور از قبیل تجهیزات و فضاهای ورزشی، ورزشکاران، مربیان و مدیران ورزشی استفاده می‌شود تا قدرت نرم آن در عرصه بین‌الملل تقویت گردد (Chen, 2024; Hu, 2024; Ntelezi, 2024). پژوهشگران آن را استفاده عمدی دولت‌ها از ورزش به عنوان ابزاری دیپلماتیک می‌دانند مانند «دیپلماسی پینگ‌پنگ» که بهبود روابط آمریکا و چین در دهه ۱۹۷۰ را تسهیل کرد (Martynenko e al., 2019; Liu, 2023). دیگران تعریف گسترده‌تری نیز ارائه می‌دهند که شامل استفاده از ورزش بین‌المللی به عنوان ابزاری دیپلماتیک و اقداماتی از سوی بازیگران غیردولتی نیز می‌شود (Shiu, 2016; Tabarinzeva-Romanova & Negasheva, 2022). این دیدگاه گسترده‌تر، ناظر بر توانمندی ذاتی دیپلماتیک رویدادهای ورزشی بین‌المللی و تعاملات میان ورزشکاران و مقامات کشورهای مختلف است (Murray & Pigman, 2013). پژوهش‌های ژو و لو نشان‌دهنده ویژگی‌های متفاوت دیپلماسی ورزشی در دوره‌های تاریخی مختلف، تحت تأثیر ایدئولوژی‌های دیپلماتیک غالب است (Zhi & Lou, 2004).

جینگ‌هوی ژائو با تأکید بر اهداف سیاسی یا دیپلماتیک ملی، تعریف پیش‌گفته را بیشتر پالایش و نقش ورزش‌های خارجی در تقویت روابط بین‌دولتی و حفاظت از منافع ملی را برجسته می‌سازد (Zhao, 2022). نقش فناوری و دیپلماسی از طریق دیپلماسی دیجیتال و استفاده از اینترنت، رسانه‌های اجتماعی و سایر سکوهای دیجیتال برای اهداف قدرت نرم نیز بعضاً مورد بررسی قرار گرفته است (Cull, 2011; Duncombe, 2018). اصطلاحاتی مانند «دیپلماسی دیجیتال»، «دیپلماسی مجازی»، «دیپلماسی شبکه» یا «دیپلماسی عمومی دو»، اغلب به سکوهای دیجیتال مانند اینترنت، رسانه‌های اجتماعی، سکوهای موبایلی و ... مرتبط هستند با وجود برخی اشتراکات بین «دیپلماسی ورزش-فناوری» و «دیپلماسی دیجیتال» بر چشم‌انداز فناوری‌های ورزشی و نحوه استفاده از آنها در زمینه دیپلماسی تمرکز دارند (Manor, 2019). فناوری‌های ورزشی شامل هوش مصنوعی، ورزش‌های الکترونیک، ورزشگاه‌های هوشمند و سکوهای سلامت است. این فناوری‌ها به سه دسته تقسیم

می‌شوند: (۱) فعالیت و عملکرد؛ (۲) مدیریت و سازمان‌دهی؛ (۳) هواداران و محتوا. همچنین، نقشه «ملت فناوری ورزشی» شامل شش دسته اصلی توسعه ورزشکار، تعامل هواداران، ورزشگاه‌های هوشمند سلامت، تناسب اندام، بازی‌ها و ورزش‌های الکترونیک و نیز رسانه و پخش است (Colosseum, 2020a; Frevel et al., 2020). اصطلاح «دیپلماسی ورزشی فناوری» به استفاده از این فناوری‌ها برای دیپلماسی عمومی، قدرت نرم و ارتقاء تصویر ملی اشاره دارد که دیپلماسی ورزشی تعامل و ارتباط بین دیپلماسی عمومی، قدرت نرم و ورزش را تجسم می‌بخشد (Dubinsky, 2019; Murray, 2018; Pigman, 2014). طبق گفته آرنینگ (Arning, 2013) کشورهای میزبان از مراسم افتتاحیه برای نمایش تاریخ و فرهنگ خود استفاده و از این طریق قدرت نرم خود را به طور غیرمستقیم معرفی می‌کنند. به طور کلی، ورزش و فناوری تأثیر زیادی بر دیپلماسی عمومی و تصویر ملی کشورهای مختلف دارند و به آنها کمک می‌کنند تا اهداف اجتماعی، سیاسی و اقتصادی خود را دنبال کنند. همه‌گیری کرونا تغییرات چشم‌گیری در دنیای ورزش ایجاد و بسیاری از رویدادهای ورزشی از جمله بازی‌های المپیک توکیو به تعویق افتادند یا لغو شدند که این امر تأثیر زیادی بر دیپلماسی عمومی کشورهای مختلف داشت. کشورهای میزبان مجبور شدند برای سازگاری با شرایط جدید از روش‌های نوآورانه برای برگزاری و پخش رویدادها استفاده کنند (Pedersen et al., 2021). دیپلماسی ورزش-فناوری که بر استفاده از فناوری‌های ورزشی در دیپلماسی تمرکز دارد در حال رشد است و شامل فناوری‌های هوش مصنوعی، ورزش‌های الکترونیک، ورزشگاه‌های هوشمند و همچنین اپلیکیشن‌های سلامت است که تجربه‌های ورزشی را بهبود می‌بخشند (Colosseum, 2020a; Frevel et al., 2020). در ۲۰۲۱ کمیته بین‌المللی المپیک راهبرد Agenda 2020+5 را به‌روزرسانی و بر توسعه ورزش‌های مجازی و تعامل با جوامع بازی‌های ویدئویی تأکید کرد. این رویکرد با اهداف راهبردی آینده ورزش‌های بین‌المللی همسو است (Dubinsky, 2022). با رشد مداوم زیست‌بوم ورزش-فناوری، کشورهای بیشتری برای تحقق اهداف خود سرمایه‌گذاری می‌کنند. به عنوان مثال اتیوپی که به دلیل برنامه‌های دو استقامت طولانی خود در سطح جهان مشهور است با ترکیب دانش و عوامل اجتماعی توانسته جایگاه برتر خود را در این حوزه حفظ کند (Smyth, 2022). دوبینسکی (Dubinsky, 2022) در پژوهشی به بررسی استفاده ژاپن از فناوری‌های ورزشی برای ویژندسازی ملی و دیپلماسی عمومی در المپیک توکیو ۲۰۲۰ پرداخته و پنج مشاهده کلیدی را مطرح کرده است: اول، دیپلماسی ورزش-فناوری مزایا و محدودیت‌های خاص خود را دارد. دوم، نمی‌تواند مسائل اخلاقی را حل کند. سوم، این نوع دیپلماسی از توازن فرهنگی بهره‌مند است و می‌تواند فرهنگ‌ها را به هم نزدیک کند. چهارم، موفقیت آن نیازمند اصالت و اعتبار است.

پنجم، دیپلماسی ورزش- فناوری چندوجهی بوده و به طور مداوم در حال تکامل است.

### ۳. ویژندسازی و تصویر ملی

ویژندسازی ملی و تصویر ملی مفاهیمی وابسته به یکدیگر هستند که تأثیر زیادی بر موقعیت جهانی و رقابت‌پذیری یک کشور دارند. ویژندسازی ملی، یک راهبرد عمدی برای پرورش تصویری خاص از یک ملت است که برای شکل‌دهی به درک عمومی در میان مخاطبان بین‌المللی طراحی و تأثیرات زیادی بر گردشگری، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و کلیت روابط بین‌المللی کشور دارد (Pop et al., 2020; Bolin & Ståhlberg, 2015; Raftowicz-Filipkiewicz, 2012). با این حال تصویر ملی حاصل، ساختاری پیچیده است که نه تنها توسط تلاش‌های ویژندسازی عمدی بلکه توسط روایت‌های تاریخی، ابزارآلات فرهنگی و رویدادهای ژئوپلیتیکی شکل می‌گیرد (Imran, 2017; Tamaki, 2019). مفهوم ویژندسازی ملل به طور قابل توجهی تکامل پیدا کرده و از کمپین‌های ساده بازاریابی فراتر رفته و هم‌اکنون راهبردهای گسترده‌تری در ساخت هویت ملی و ارتباطات بین‌المللی را در برمی‌گیرد (Bolin & Ståhlberg, 2015; L'Hoeste, 2020). سیمون آنهولت تأثیر زیادی در این زمینه داشته و مدل شش‌گانه‌ای را پیشنهاد کرده که حکمرانی، فرهنگ، مردم، گردشگری، صادرات و سرمایه‌گذاری را به عنوان ابعاد کلیدی ویژند یک ملت مطرح می‌کند (Szmytko, 2021). این مدل، تعامل عوامل اقتصادی، فرهنگی و سیاسی در شکل‌دهی تصویر ملی کشور را نشان می‌دهد. پژوهشگران معتقدند که کمپین‌های موفق باید با هویت ملی هم‌خوانی داشته و در عین حال برای مخاطبان خارجی جذاب باشند (Imran, 2017; Andreja, 2018). اهمیت هم‌راستایی ویژندسازی ملی با میراث فرهنگی و ارزش‌های یک کشور بارها مورد تأکید قرار گرفته لیکن انتقاداتی نیز مطرح است و برخی بر این باورند که ویژندسازی ملی می‌تواند به هم‌گون‌سازی هویت ملی و سرکوب صداهای مخالف منجر شود (Kayani, & Rehman, 2022; Saber et al., 2018; Oksana, 2021). همچنین زیرساخت‌های نئولیبرالی ویژندسازی ملی زیر سؤال رفته که نگرانی‌هایی در مورد کالایی‌سازی هویت ملی و توانمندی دست‌کاری را ایجاد می‌کند (L'Hoeste, 2020).

### ۴. دیپلماسی ورزش- فناوری در ویژندسازی و تصویر ملی

در کتاب *پرفروش ملت* استارت‌آپ: داستان معجزه اقتصادی رژیم صهیونیستی (Senor, & Singer, 2009)، نویسندگان دان سنور و سول سینگر به بررسی DNA نوآورانه دولت رژیم صهیونیستی و مردم یهودی می‌پردازند. در زمینه تجارت، نوآوری به عنوان فرایندی

که طی آن ایده‌ها به محصولات و خدمات جدیدی تبدیل می‌شوند تا به رشد شرکت‌ها کمک کنند تعریف شده است (Grewal & Levy, 2021). سنور و سینگر از تأسیس دولت رژیم صهیونیستی، توانایی آنها برای بقاء در شرایط سخت سیاسی و اقلیمی و توسعه موفق صنعت از آن به عنوان یک معجزه اقتصادی یاد می‌کنند. با این حال، تصویر رژیم صهیونیستی اغلب با درگیری‌های مسلحانه مرتبط بوده است (Avraham, 2009; Gilboa, 2006). برخی کشورها از ورزش برای بهبود تصویر خود از طریق ویژندسازی ملی و دیپلماسی عمومی استفاده کرده‌اند (Anholt, 2010; Murray, 2018). ورزش و فعالیت‌های بدنی در تاریخ رژیم صهیونیستی و در تغییر تصویر یهودیان و صهیونیسم نقش داشته است (Harif, 2011; Kaufman, 2009). اما منازعات رژیم صهیونیستی با اعراب که در میزبانی و شرکت در مسابقات محلی و بین‌المللی نیز بازتاب داشته، فرصت‌های ویژندسازی را برای این رژیم محدود کرده است (Dart, 2016; Dubinsky & Dzikus, 2018). برخی پژوهشگران بر این باورند که برای بهبود این تصویر، رژیم صهیونیستی باید پیامی فراتر از این منازعات مانند تمرکز بر زیست‌بوم پیشرفته فناوری خود ارائه کند (Avraham, 2009; Gilboa, 2006). یکی از بخش‌های سنتی مراسم اختتامیه المپیک، انتقال پرچم المپیک به شهری است که میزبان مراسم بعدی خواهد بود. در مراسم اختتامیه بازی‌های المپیک ریو ۲۰۱۶، شینزو آبه نخست‌وزیر ژاپن با لباسی شبیه به شخصیت محبوب بازی ویدئویی «سوپر ماریو» از یک لوله سبز رنگ ظاهر و حضار را به خنده و تشویق واداشت (Olympics, 2016). حضور خنده‌دار پس از بخش ویدئوی تبلیغاتی المپیک توکیو ۲۰۲۰ با نمایش نمادهای فرهنگی ژاپن مانند برج توکیو، ورزش‌های سنتی و شخصیت‌های انیمه مثل کاپیتان سوباسا، به راهبرد ویژندسازی ملی ژاپن در المپیک ۲۰۲۰ کمک کرد. ابتدا این المپیک با هدف نمایش بازیابی ژاپن از فاجعه‌های ۲۰۱۱ طراحی شده بود اما پس از شیوع کرونا، هدف آن به همبستگی جهانی برای غلبه بر بحران تغییر یافت (Dubinsky, 2022). در طول سال ۲۰۲۰، ژاپن و توکیو به طور مرتب در وضعیت اضطراری قرار داشتند که به محدودیت‌های بیشتر برای حضار در بازی‌ها و در نهایت ممنوعیت حضور تماشاگران منجر شد. در نتیجه، هدف اصلی بازی‌ها، تحقق رؤیای المپیکی ورزشکاران در نظر گرفته و تلاش‌های ویژندسازی ملی ژاپن در اولویت دوم قرار گرفت (Athlete 365, 2021). میزبانی جام جهانی فوتبال هم نقش مهمی در ارتقاء تصویر جهانی قطر داشت که با نمایش میراث فرهنگی و تنوع طبیعی خود، یکپارچگی فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی این کشور را تقویت کرد. قطر از این فرصت برای تضمین امنیت ملی، تقویت صلح منطقه‌ای و ارتقاء ویژند ملی خود استفاده کرد. تلاش‌های قطر شامل میانجی‌گری در مناقشه فلسطین و رژیم

صهیونیستی و سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و ورزش‌های حرفه‌ای بود. این اقدامات تصویر ویژند قطر در ابعاد اجتماعی، اقتصادی، فناورانه، سیاسی و فرهنگی را به شدت بهبود بخشید (Kandakkeel, 2020; Dubinsky, 2019a; Al-Muhannadi, 2024).

## روش تحقیق

پژوهش حاضر از حیث هدف، کاربردی است که پیشنهاداتی در رابطه با کاربرد دیپلماسی ورزش-فناوری در ارتقاء تصویر و ویژند ملی کشور را ارائه خواهد کرد. در این پژوهش به منظور تحقق هدف فوق، از روش مقایسه‌ای استفاده شده است. بکارگیری روش مقایسه‌ای در مطالعه جوامع، نظام‌ها، پدیده‌ها و خط‌مشی‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و می‌تواند آگاهی پژوهشگر درباره پدیده مورد مطالعه را افزایش دهد، همچنین او را از تعمیم بیجا بازدارد و موجب استفاده از تجارب مطلوب دیگر جوامع در تدوین و اجرای سیاست‌ها و استفاده بهینه از منابع و امکانات شود. این روش می‌تواند پژوهشگر را در تدوین نظریات با توجه به نقاط مشترک بین نمونه‌های مورد مطالعه و طبقه‌بندی پدیده‌ها با در نظر داشت نقاط تمایز نمونه‌ها، یاری کند (Hersij, 2001). هدف روش مقایسه‌ای این است که با توصیف و تبیین شباهت و تفاوت پدیده‌ها، بتوان به تفسیرها و تعمیم‌های تازه دست یافت. مطالعات مقایسه‌ای عموماً سه مرحله توصیف، مقایسه و نتیجه دارند. یکی از ویژگی‌های مهم روش مقایسه‌ای این است که پژوهشگر را از قوم‌مداری دور می‌سازد. هر کشور مشکلاتی دارد؛ تصمیم‌گیران در شهرها، حکومت‌های محلی و کشورها به این علت که با مشکلات مشترکی مواجه هستند می‌توانند از یکدیگر بیاموزند. درس‌آموزی به فرایندی اشاره دارد که طی آن دانش حاصل از مطالعه سیاست‌ها، ترتیبات اداری، نهادها و ... یک زمان و یک مکان، برای ایجاد سیاست‌ها، ترتیبات اداری و نهادها در یک زمان و مکان دیگر مورد استفاده قرار می‌گیرد (Mirzaei, 2018). هدف پژوهش حاضر نیز درس‌آموزی از تجربه مطالعات منتخب در زمینه دیپلماسی ورزش-فناوری به منظور ارتقاء تصویر و ویژند ملی است. در پژوهش‌های مقایسه‌ای، انتخاب جوامع مورد مطالعه به صورت هدفمند انجام می‌گیرد و در پژوهش حاضر نیز قطر، رژیم صهیونیستی و ژاپن برای مقایسه انتخاب شده‌اند. قطر و ژاپن به عنوان میزبانان موفق دو رویداد مهم ورزشی یعنی جام جهانی و المپیک و رژیم صهیونیستی نیز به دلیل دیدگاه و نگرش‌های مختلف جامعه جهانی به عنوان مورد مطالعه انتخاب شده‌اند.

## یافته‌های تحقیق

### ۱. رژیم صهیونیستی

رژیم صهیونیستی با تمرکز بر استارت‌آپ‌های ورزش-فناوری و پیوند

آنها با زیست‌بوم نوآوری ملی تلاش کرده تا از طریق کمپین‌های دیجیتال، تصویر استارت‌آپ ملی را در سطح جهانی برجسته سازد. همچنین این کشور با استفاده از فناوری‌های نوآورانه در زمینه مدیریت بحران‌های امنیتی و سیاسی، تصویر یک ملت نوآور را تقویت کرده است. رونق فناوری پیشرفته در صنعت رژیم صهیونیستی، تأثیر زیادی بر صنعت ورزش-فناوری آنها نیز داشته است. از سال ۲۰۲۰، بیش از ۲۰۰ استارت‌آپ ورزش-فناوری در رژیم صهیونیستی تأسیس شده (Colosseum, 2020a) که این استارت‌آپ‌ها شبکه‌ای بین‌المللی با بیش از ۴۰,۰۰۰ عضو ایجاد کرده‌اند و این شبکه شامل برنامه‌های تسریع مجازی است که هدف آن تبدیل ورزش-فناوری به مدل‌های کسب‌وکار می‌باشد (Ravet, 2019).

نتایج دیپلماسی عمومی معتبر، از ارزش‌های اصیل و سیاست‌های صحیح ناشی می‌شود نه از فعالیت‌های روابط عمومی (Cull, 2008). از طریق فعالیت‌های دولتی، دیپلماسی شرکتی، دیپلماسی شهروندی یا دیپلماسی مردم به مردم، نوآوری رژیم صهیونیستی و زیست‌بوم ورزش-فناوری و ویژندسازی این رژیم به عنوان یک مرکز استارت‌آپی تقویت می‌شود (Senor & Singer, 2009). بیشتر ذینفعان رژیم صهیونیستی از مزایای سرمایه‌گذاری در زیست‌بوم ورزش-فناوری رژیم صهیونیستی و تأثیر آن بر تصویر این رژیم صهیونیستی آگاه هستند. بازار بین‌المللی بسیار پذیرای فناوری‌های ورزشی رژیم صهیونیستی است و در همکاری شرکت‌های جهانی با شرکت‌های ورزش-فناوری این رژیم، سازمان‌های ورزشی در تقریباً هر لیگ ورزشی بزرگ از فناوری‌های ورزشی رژیم صهیونیستی استفاده می‌کنند. برخلاف دیگر ابتکارات ورزشی این همکاری‌ها با اعتراضات بین‌المللی نیز مواجه نمی‌شود (Dart, 2016; Dubinsky & Dzikus, 2018; Ber et al., 2017). زیست‌بوم ورزش-فناوری از چالش‌های منحصر به فردی است که جامعه رژیم صهیونیستی با آن مواجه بوده، رشد کرده و سعی در ارائه راه‌حل‌هایی برای نیازهای جهانی دارد (Hassman, 2008). مفهوم «تیکون اولام»<sup>۱</sup> به معنای «اصلاح یا بهبود جهان» است و در زیست‌بوم ورزش-فناوری برای مقابله با مشکلات فراملی مانند چاقی و پاندمی‌ها به کار می‌رود. رژیم صهیونیستی از «دیپلماسی ورزش-فناوری» برای ترکیب ورزش، فناوری و دیپلماسی عمومی استفاده می‌کند که با دیپلماسی دیجیتال متفاوت است (Manor, 2019; Cull, 2011; Duncombe, 2018). رتبه‌بندی‌های بین‌المللی مختلفی، هند را به عنوان رهبر ورزش-فناوری در آسیا (Roy, 2020) و بریتانیا را رهبر اروپا (Statistam 2020) معرفی می‌کنند. ارتباط شناسایی شده میان ورزش، فناوری و دیپلماسی در رژیم صهیونیستی، به عنوان بخشی از راهبرد تغییر تصویر این رژیم از طریق تحلیل دقیق بررسی شده



است (Dubinsky, 2020) و در این راستا، دیپلماسی مبتنی بر ورزش و فناوری دیگر صرفاً یک پیام لحظه‌ای نبوده و می‌تواند به عاملی راهبردی و محوری در تقویت قدرت نرم کشورها تبدیل شود.

## ۲. قطر

قطر با استفاده از ورزشگاه‌های هوشمند، فناوری تهویه و خنک‌سازی و بلیت‌فروشی دیجیتال، تجربه هواداری مدرن را ارائه و از طریق کمپین‌های دیجیتال چندزبانه و استفاده از شبکه‌های اجتماعی، جایگاه بین‌المللی خود را تثبیت کرده است. علاوه بر این، تمرکز بر فناوری‌های سبز و ایمنی ورزشگاه‌ها و تأکید بر میراث پایدار، وجهه فرهنگی و پایدار قطر را تقویت کرده است. طی دهه‌های گذشته، قطر به قدرت نرم، قدرت تصویر و رسانه، بزرگراه‌های اطلاعاتی و فناوری دیجیتال متکی بوده که در دنیای جهانی‌شده امروز، به عنوان ابزاری محافظتی‌تر و عملی‌تر نسبت به قدرت سخت، نیروی فیزیکی و خشونت محسوب می‌شود (Algan, & Kaptan, 2021). این کشور خلیج فارس تصمیم گرفته از دیپلماسی ورزش-فناوری برای اهداف داخلی و بین‌المللی استفاده کند و این موضوع را به یکی از اهرم‌های اصلی خود در این فرایند تبدیل کرده است. ورزش نقشی قابل توجه در راهبرد ویژندسازی قطر ایفاء می‌کند که ترکیبی از فعالیت‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی است (Al-Muhannadi, 2024). تلاش‌های دولتها برای بهره‌برداری از رویدادهای ورزشی بزرگ از جمله جام جهانی فوتبال برای دیده‌شدن در سطح جهانی، بخشی اساسی از دیپلماسی ورزشی قطر است. برخی مطالعات، ابتکار قطر در میزبانی رویدادهای بزرگ ورزشی را محدود به یک ابزار بازاریابی ندانسته و معتقدند این کشور نقشی مهم در ایجاد تمایز این کشور از سایر کشورهای شورای همکاری خلیج فارس ایفاء کرده چرا که تلاش‌های قطر به حفاظت از فرهنگ، جذب متخصصان، سرمایه‌گذاری و گردشگری کمک نموده و تنوع‌بخشی اقتصادی را سبب شده است (Lee Ludvigsen et al., 2022; Haghiriyan & Robles-Gil, 2021; Kandakkeel, 2020). جام جهانی فوتبال فرصتی برای معرفی ظرفیت‌های قطر و تبلیغات بین‌المللی دائمی برای این کشور بود (Kramareva & Grix, 2021). علاوه بر این، لازم است که فرایندها و پویایی‌های دیپلماسی ورزشی و فناوری از طریق قدرت نرم برای تقویت ویژندسازی ملی به طور دقیق مورد توجه قرار گیرد (Al-Muhannadi, 2024). دیپلماسی ورزشی-فناوری چهار ابزار اقناعی اصلی را در زمینه سیاست‌های عمومی و بین‌المللی به نمایش می‌گذارد و موردی تاریخی از هم‌پوشانی ورزش و فناوری و سیاست بین‌المللی در حوزه‌هایی مانند دیپلماسی، ایدئولوژی، ویژندسازی ملی و دسترسی ارائه می‌کند (Kandakkeel, 2020; Dubinsky, 2019a). برخی نیز تأکید کرده‌اند که قطر با نمایش ورزشگاه‌های

پایدار و پیشرفته خود تعهد به شیوه‌های دوستدار محیط‌زیست را نشان داده و از دیپلماسی ورزشی برای ایجاد روابط بین‌المللی بهره می‌برد (Ganohariti & Dijkhoorn, 2020; Næss, 2023; Richelieu et al., 2021). هدف این کشور جذب توجه جهانی از طریق برگزاری یک جام جهانی پایدار و اشتراک‌گذاری امکانات آن با دیگر کشورها است. فناوری مدرن نیز به قطر کمک می‌کند تا از مزایای قابل توجهی بهره‌برداری کند (Al-Muhannadi, 2024).

## ۳. ژاپن

ژاپن با استفاده از رباتیک و هوش مصنوعی، تلاش کرد تا فناوری‌های نوین را در المپیک و بحران پاندمی کرونا به کار گیرد و از طریق دیپلماسی دیجیتال ارتباط مؤثری با مخاطبان جهانی برقرار کند. در عین حال، تلاش این کشور برای ترکیب سنت و مدرنیته در مراسم فرهنگی، تصویری از یک ملت پیشرفته و فرهنگی را ارائه کرد. بازی‌های المپیک ۲۰۲۰ ابتدا با هدف کمک به بازسازی ژاپن پس از زلزله ۲۰۱۱ و فاجعه فوکوشیما و همچنین نمایش سنت‌ها و فناوری‌های نوآورانه ژاپن طراحی شد اما شیوع کرونا سبب تعویق بازی‌ها به ۲۰۲۱ شد و ژاپن را مجبور کرد تا از فناوری‌های نوآورانه برای برگزاری بازی‌ها با رعایت تدابیر محدودکننده استفاده کند. تقاطع ورزش، فناوری دیپلماسی عمومی را که در المپیک ۲۰۲۰ تکیه کرد: چهار حوزه اصلی بررسی شده در عبارات ذیل می‌توان خلاصه کرد: ایمنی عمومی، عملیات بازی‌ها، دیپلماسی فرهنگی و واکنش منفی (Dubinsky, 2020). اصطلاح دیپلماسی ورزش و فناوری به استفاده از فناوری‌های مرتبط با ورزش برای ویژند ملی و اهداف دیپلماسی عمومی اشاره دارد (Dubinsky, 2022b). زیست‌بوم ورزش و فناوری، گسترده، متنوع و به سرعت در حال رشد و توسعه است (Dubinsky, 2022b; Frevel et al., 2020). طبقه‌بندی‌های مختلفی برای ورزش و فناوری وجود دارد. فرول و همکاران، طبقه‌بندی فناوری‌های ورزش و فناوری را تجزیه و تحلیل و فناوری‌های مختلف را بر اساس زاویه کاربر و زاویه فناوری تقسیم‌بندی کرده‌اند (Frevel et al., 2020). آنها فناوری‌ها را در یک ماتریس بر اساس الف. فعالیت و عملکرد (پوشیدنی‌ها و تجهیزات، پیگیری عملکرد و مربیگری و آمادگی‌ها)؛ ب. طرفداران و محتوا (اخبار و محتوا، تجربه طرفداران و سکوها اجتماعی و نیز ورزش‌های تخیلی و شرط‌بندی) و ج. مدیریت و سازماندهی (مشمول بر سازمان‌ها، مکان‌ها، رسانه‌ها و شرکای تجاری) دسته‌بندی می‌کنند. هاب بین‌المللی ورزش و فناوری کولوسئوم اسپورت نقشه «ورزش و فناوری» (Colosseum, 2020a) را بر اساس فناوری‌های مرتبط با الف) توسعه ورزشکار (ب) درگیری طرفداران؛ ج) ورزشگاه‌های هوشمند؛ د) سلامت و تناسب اندام؛ ه) بازی‌ها و ورزش‌های الکترونیکی و و) رسانه‌ها و

برای ورزشکاران ایجاد کرد (Dubinsky, 2022b; Fryer, 2021; Wang, 2021). بنابراین از بُعد عملکردی تصویر ژاپن، استفاده از فناوری‌ها به این کشور این امکان را داد که بازی‌های المپیک را در دوران پاندمی جهانی برگزار کند و توانمندی‌های پیشرفته کشور را به نمایش بگذارد اما در عین حال برخی از نوآوری‌هایی که TOCOG به آنها افتخار می‌کرد باعث انتقاد شدند؛ به سبب عدم کارایی و یا به دلیل آسیب‌های جسمی یا روانی که ایجاد کردند. اینجاست که شایستگی‌ها و محدودیت‌های عملکردی دیپلماسی ورزش-فناوری نمایان می‌شود (Dubinsky, 2022). برنامه‌های موبایلی برای نظارت و ردیابی، تدابیر امنیتی نوآورانه بدون تماس، پشتیبانی الکترونیکی برای فاصله‌گذاری اجتماعی، فناوری‌های جدید پخش، ربات‌ها و سایر سکوها دیجیتال و مجازی امکان برگزاری بازی‌های المپیک توکیو ۲۰۲۰ را فراهم کردند لیکن این بازی‌ها در سطحی ایده‌آل نبودند (Dubinsky, 2022). توکیو ۲۰۲۰ با وجود واکنش‌های منفی و چالش‌های پاندمی، با استفاده از فناوری‌های نوآورانه برگزار و ورزشکاران بیش از ۲۰۰ کشور فرصت داد به ژاپن ببینند. این المپیک سه مفهوم جدید در دیپلماسی ورزش-فناوری و ویژگی‌های کشور ارائه و درس‌هایی برای توسعه این حوزه پیشنهاد کرد (Dubinsky, 2022; Dubinsky, 2022b).

پخش رسانه‌ای طبقه‌بندی می‌کند. به دلیل ماهیت جهانی حل مسائل ورزشی، محبوبیت جهانی آنها و سکوها دیجیتال ارتباطات، زیست‌بوم ورزش همکاری‌ها و تعاملات بین افراد و جوامع را صرف‌نظر از مرزهای ملی تسهیل می‌کند (Dubinsky, 2022b; Kelly, 2021). بُعد عملکردی یک کشور به قابلیت‌ها، اقتصاد، حکمرانی و زیرساخت‌های آن مربوط می‌شود (Buhmann & Ingenhoff, 2015). بر اساس تحلیل بازی‌های المپیک توکیو ۲۰۲۰، بُعد عملکردی ژاپن ویژگی‌های مختلفی دارد. نکته اصلی اما این است که در دوران پاندمی کرونا، ژاپنی‌ها توانستند بازی‌های المپیک را بدون لغو آنها و بدون ایجاد یک «نوع جدید المپیک» برگزار کنند (Waldron, 2021). توکیو ۲۰۲۰ با استفاده از فناوری‌های نوآورانه مانند برنامه‌های موبایل، ربات‌ها و هوش مصنوعی، فاصله‌گذاری اجتماعی و تعاملات بدون تماس، امکان‌پذیر شد. این رویداد نشان داد که با سیاست‌ها و توانمندی‌های میزبان، بشریت می‌تواند از چالش‌های بزرگ عبور کند اما ژاپن به دلیل ناتوانی در کنترل پاندمی با انتقادات زیادی مواجه شد و محدودیت‌های شدیدی به دنبال داشت. علاوه بر این، چالش‌های محیط‌زیستی مانند امواج گرما و طوفان‌های گرمسیری مشکلاتی

#### جدول ۱. مقایسه دیپلماسی ورزشی-فناوری رژیم صهیونیستی، قطر و ژاپن

| مورد مطالعه    | فناوری‌های کلیدی                                                                                                            | دیپلماسی عمومی دیجیتال                                                                         | ویژندسازی ملی                                                               | مدیریت بحران / پایداری                                                             | روایت نمادین / فرهنگی                               | منابع                                                              |
|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| رژیم صهیونیستی | زیست‌بوم استارت‌آپ‌های ورزش-فناوری (پوشیدنی‌ها، داده‌کاوی عملکرد ورزشکاران، اپلیکیشن هواداری)؛ پیوند با زیست‌بوم نوآوری ملی | کمپین‌های دیجیتال برای برجسته‌سازی Start-Up Nation؛ شبکه‌های اسپانسرینگ فناورانه               | بازتعریف ویژگی ملی از «کشور بحران‌زده» به «ملت نوآور»                       | فناوری به عنوان بخشی از مدیریت بحران‌های امنیتی؛ تصویرسازی تاب‌آوری از طریق نوآوری | روایت «نوآوری در دل بحران» به عنوان نماد قدرت نرم   | Avraham (2009); Senor & Singer (2009); Dubinsky (2019)             |
| قطر            | استادیوم‌های هوشمند، فناوری تهویه و خنک‌سازی، بلیت‌فروشی دیجیتال، تجربه هواداری مبتنی بر اپ                                 | کمپین‌های دیجیتال چندزبانه؛ استفاده گسترده از شبکه‌های اجتماعی برای مخاطب جهانی                | ویژندسازی «قطر جهانی» از طریق میزبانی مگا-رویداد؛ تثبیت جایگاه بین‌المللی   | فناوری‌های سبز و ایمنی ورزشگاه‌ها؛ تأکید بر میراث پایدار                           | مراسم افتتاحیه به عنوان نمایش مدرنیته و هویت فرهنگی | Grix, Brannagan & Lee (2019); Næss (2023); Kramareva & Grix (2021) |
| ژاپن           | رباتیک، هوش مصنوعی، اپلیکیشن‌های کنترل کووید و سلامت هواداران؛ پوشش دیجیتال المپیک                                          | دیپلماسی دیجیتال برای برقراری ارتباط از راه دور در دوران پاندمی؛ تعامل آنلاین با مخاطبان جهانی | تصویر «ملت فناوری + فرهنگ»؛ تلاش برای تقویت قدرت نرم در شرایط محدودیت حضوری | فناوری به عنوان ابزار مدیریت بحران پاندمی (کووید-۱۹) و تضمین ایمنی شرکت‌کنندگان    | ترکیب سنت و مدرنیته در مراسم و روایت فرهنگی ژاپنی   | Dubinsky (2022); Rookwood & Adeosun (2023); Pedersen et al. (2021) |

## جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

رژیم صهیونیستی با استفاده از فناوری‌های ورزشی مانند ردیاب‌های عملکرد، سکوی‌های رسانه‌ای اجتماعی و ابزارهای دیجیتال، سعی کرده خود را به عنوان رهبری نوآور و پیشرفته معرفی کند. این رژیم با سرمایه‌گذاری در فناوری‌های پیشرفته، ورزش را به ابزاری برای انتقال تصویر ملی تبدیل کرده است. با ویژندسازی از طریق ورزش و فناوری، رژیم صهیونیستی در بهره‌گیری از فناوری‌های نوین برای مسابقات ورزشی توانسته تصویری متفاوت از خود به عنوان یک مرکز نوآوری ارائه دهد. این اقدام نه تنها وجهه بین‌المللی آن را تقویت کرده بلکه به کاهش تنش در روابط دیپلماتیک نیز کمک کرده است. استفاده از فناوری‌های ورزشی در سطح جهانی به رژیم صهیونیستی این امکان را داده که پیام‌هایی از صلح و همکاری بین‌المللی را منتقل کند. این راهبرد، نمونه‌ای از دیپلماسی عمومی است که از ابزارهای غیررسمی برای اهداف سیاسی بهره می‌گیرد. قطر به عنوان کشوری کوچک اما ثروتمند، در جام جهانی فوتبال (۲۰۲۲) نشان داد که چگونه فناوری می‌تواند تجربه یک رویداد ورزشی را متحول کند. این کشور با بهره‌گیری از ورزشگاه‌های هوشمند، فناوری ردیابی بازیکنان و هواداران و پخش دیجیتال، موفق شد یک میزبانی بی‌نقص را ارائه دهد. **فناوری در حکم ابزار بهبود تجربه هواداران؛** ورزشگاه‌های هوشمند قطر مجهز به سیستم‌های تهویه مطبوع و کنترل دما بودند که تجربه‌ای منحصر به فرد را برای هواداران ایجاد کردند. همچنین استفاده از فناوری‌های پیشرفته برای ردیابی جمعیت، به مدیریت بهتر هواداران و جلوگیری از بحران‌های احتمالی کمک کرد. **افزایش اعتماد بین‌المللی از طریق فناوری؛** قطر با سرمایه‌گذاری کلان در فناوری، توانست توجه جهانی را به خود جلب و اعتبار خود در جایگاه یک کشور پیشرو در میزبانی رویدادهای بزرگ را تقویت کند. این دستاورد، مثال روشنی از چگونگی بهره‌گیری از فناوری برای ارتقاء وجهه بین‌المللی است. برگزاری المپیک ۲۰۲۰ در شرایطی که جهان با پاندمی کرونا مواجه بود چالشی بزرگ برای ژاپن محسوب می‌شد. با این حال، ژاپن توانست با بهره‌گیری از فناوری‌های پیشرفته و نوآورانه، این رویداد جهانی را با موفقیت برگزار کند. استفاده از فناوری‌های مدیریت ایمنی و بهداشت یکی از راه‌حل‌های کلیدی ژاپن بود. اپلیکیشن‌های موبایل برای ردیابی وضعیت سلامتی افراد، ربات‌ها به منظور کاهش تماس انسانی و فناوری‌های پخش نوین جهت ارائه تجربه از راه دور به ژاپن این امکان را داد تا المپیک را به شکلی ایمن و مؤثر برگزار کند. این فناوری‌ها نه تنها به حفظ سلامت و ایمنی شرکت‌کنندگان و تماشاگران کمک کردند بلکه تجربه‌ای نوین از برگزاری رویدادهای ورزشی در شرایط بحرانی را به جهانیان ارائه داد. درس‌های آموخته از مدیریت بحران در این رویداد نشان می‌دهد که فناوری می‌تواند نه تنها کیفیت رویدادهای ورزشی را ارتقاء دهد

بلکه در مواجهه با بحران‌های جهانی نیز می‌تواند نقشی مهم ایفاء کند. تجربه ژاپن می‌تواند به عنوان الگویی برای دیگر کشورها در مدیریت رویدادهای بزرگ و پیچیده به ویژه در شرایط اضطراری و بحران‌های جهانی، مورد استفاده قرار گیرد.

علم و فناوری به عنوان یکی از مؤلفه‌های اصلی قدرت نرم کشورها، نقش مهمی در دیپلماسی علمی و فناوری ایفاء می‌کند و می‌تواند در ایجاد ائتلاف‌های بین‌المللی و مدیریت تعارضات میان کشورها موثر باشد (Ghadimi, 2017). ایران با داشتن نیروی جوان و تحصیل کرده و تجربه در رشد شاخص‌های علمی، توانمندی بالایی برای استفاده از این ظرفیت‌ها در سیاست خارجی خود دارد (Yazdanpanah et al., 2024). همچنین فناوری‌های برتر به عنوان یکی از عناصر مهم قدرت در روابط بین‌الملل، موجب پیچیدگی‌های جدید در دیپلماسی فناوری شده است. ایران برای تأمین نیازهای دفاعی-امنیتی خود باید با شناسایی محدودیت‌های بین‌المللی، راهکارهایی برای مقابله با تحریم‌ها و محدودیت‌ها از طریق دیپلماسی فناوری و منطقه‌گرایی اتخاذ کند (Shafiee & Shokri moghadam, 2014). علاوه بر این، دیپلماسی علم و فناوری به عنوان یک رویکرد چندگانه شامل نفوذ، همکاری، نوآوری و فرصت‌سازی است که ایران به هفت رویکرد در این زمینه توجه دارد (Baghban & Saneai, 2024). برای تقویت دیپلماسی علم و فناوری، کشورمان باید زیرساخت‌ها را توسعه داده و همکاری‌های بین‌المللی را تقویت کند (Moghimani et al., 2017). از سوی دیگر دیپلماسی ورزشی یکی از عوامل اصلی تولید قدرت نرم کشورهاست. قطر با سرمایه‌گذاری‌های قابل توجه در این زمینه نسبت به ایران پیشرفت بیشتری داشته و تبعاً از قدرت رسانه‌ای و نفوذ بیشتری در مجامع بین‌المللی برخوردار است در حالی که ایران در کسب افتخارات ورزشی بین‌المللی عملکرد بهتری دارد (Abbaszadeh Fathabadi & Moradi, 2023). یکی از دلایل توسعه دیپلماسی ورزشی در ایران، بهبود روابط بین‌المللی است لیکن وضعیتی بحرانی در سیاست‌ها و برنامه‌های اجرایی این حوزه وجود دارد (Peymanfar, et al., 2019). برای بهبود شرایط، همکاری سازنده میان سازمان‌های اجرایی و استفاده از توانمندی‌های بین‌المللی ضروری است (Salahi Kojour & Dousti, 2023). با وجود روند رو به رشد، ایران هنوز فاصله زیادی با یک دیدگاه جامع و راهبردی برای توسعه دیپلماسی ورزشی داشته و نیاز به برنامه‌ریزی قوی‌تری در این زمینه دارد (Mousavi gargari et al., 2023). برای تقویت دیپلماسی ورزشی کشور، پیشنهادهایی همچون افزایش همکاری‌های ورزشی با کشورهای همسایه و سطح جهان، ایجاد پست‌های رایزن ورزشی و تقویت مهارت‌های زبانی در ورزشکاران و مدیران مطرح شده است (Moradi et al., 2023). نوآوری این پژوهش در ارائه یک نظریه جدید نیست بلکه در

است. دومین محور، راهاندازی کمپین دیجیتال به زبان‌های مختلف برای ترویج موضوعاتی چون سلامت و توانمندسازی از طریق ورزش و همکاری‌های فنی-آموزشی است. محور سوم، میزبانی رویدادهای منطقه‌ای با هزینه پائین‌تر برای تقویت دیپلماسی و همکاری‌های فنی است. محور چهارم و آخرین محور نیز سنجش عملکرد دیپلماسی ورزشی از طریق شاخص‌های کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت جهت ارزیابی اثربخشی اقدامات است. با این حال، استفاده از فناوری در دیپلماسی ورزشی چالش‌هایی را نیز به همراه دارد. یکی از نگرانی‌ها، تشدید شکاف دیجیتال بین کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه است که شاید دسترسی به این فرصت‌ها را محدود کند. همچنین، هزینه‌های بالای این فناوری‌ها می‌تواند نابرابری‌ها را افزایش دهد. وابستگی بیش از حد به فناوری ممکن است جنبه‌های انسانی دیپلماسی ورزشی را تحت تأثیر خود قرار دهد و تعاملات رودررو را کمرنگ کند. در نهایت، ایران باید با استفاده از فناوری در دیپلماسی ورزشی، نوآوری را با شمولیت ترکیب و بر حفظ جنبه‌های فرهنگی و انسانی ورزش تأکید نماید تا از ایجاد موانع جدید و تقویت نابرابری‌ها جلوگیری کند.

کاربست نظام‌مند و تحلیلی پیشینه موجود دیپلماسی ورزش-فناوری در قالب مطالعه‌ای تطبیقی است. مقاله با مرور انتقادی پژوهش‌های پیشین و استخراج معیارهای کلیدی از آنها در حوزه‌هایی چون فناوری‌های ورزشی، دیپلماسی عمومی دیجیتال و ویژندسازی ملی، این معیارها را مبنای تحلیل سه تجربه متفاوت (رژیم صهیونیستی، قطر و ژاپن) قرار داده است. بدین ترتیب، ارزش افزوده علمی این پژوهش در انتقال مفاهیم نظری به سطح تحلیل تجربی و ارائه تصویری تطبیقی از نحوه بهره‌گیری کشورها از فناوری در خدمت دیپلماسی ورزشی و بازآفرینی تصویر ملی است. این رویکرد به جای افزودن چارچوب نظری تازه، به انسجام‌بخشی پیشینه موجود و استخراج شاخص‌های قابل کاربرد برای تحلیل سیاستی کمک می‌کند و مسیر مطالعات بعدی درباره دیپلماسی ورزش-فناوری در ایران را روشن می‌سازد.

مقاله چهار محور عملیاتی برای تقویت دیپلماسی ورزشی از طریق فناوری و دیپلماسی دیجیتال را پیشنهاد می‌کند: اولین محور، تمرکز بر تولید و صادرات محصولات ورزشی-فناوری به بازارهای منطقه‌ای مانند سکوها، مدیریت مسابقات و اپلیکیشن‌های سلامت بازیکنان

## References

- Abbaszadeh Fathabadi, M. & Moradi, S. (2023). Comparing the Sports Diplomacy of the Islamic Republic of Iran and Qatar. *Diplomatic Interactions*, 1 (4), 157-193. doi: 10.22034/dpiq.2023.195092. {In Persian}.
- Algan, E., & Kaptan, Y. (2021). Turkey's TV celebrities as cultural envoys: The role of celebrity diplomacy in nation branding and the pursuit of soft power. *Popular Communication*, 19 (3), 222-234. <https://doi.org/10.1080/15405702.2021.1888345>
- Al-Muhammadi, A. (2024). How Has Sports Diplomacy Contributed to The Growth of Soft Power and Nation-Branding in Qatar?. *Journal of Politics and Governance*, 14 (3), 1-21. Retrieved from <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jopag/article/view/276303>
- Andreja, S. (2018). The Aspects of National Branding: Conceptual and Theoretical Framework. *European Journal of Interdisciplinary Studies*, 4 (3: November 29, 2018), 45. <http://dx.doi.org/10.26417/ejis.v4i3.p45-53>.
- Anholt, S. (2010). Places: Identity, image and reputation. *Palgrave Macmillan*.
- Arning, C. (2013). Soft power, ideology and symbolic manipulation in Summer Olympic Games opening ceremonies: A semiotic analysis. *Social Semiotics*, 23, 523-544.
- Athlete 365. (July 9, 2021). President Bach sends message to Olympians. *Olympics*. Retrieved from <https://olympics.com/athlete365/games-time/president-bach-sends-message-to-olympians/>
- Avraham, E. (2009). Marketing and managing nation branding during prolonged crisis: The case of Israel. *Journal of Place Branding and Public Diplomacy*, 5, 202-212.
- Ayhan, K. J. (2019). The Boundaries of Public Diplomacy and Nonstate Actors: A Taxonomy of Perspectives. *International Studies Perspectives*, 20 (1), 63-83. <https://doi.org/10.1093/isp/eky010>
- Ber, R., Yarchi, M., & Galily, Y. (2017). The sporting arena as a public diplomacy battlefield: The Palestinian attempt to suspend Israel from FIFA. *The Journal of International Communication*, 23 (2), 218-230.
- Bjola, C., Cassidy, J., & Manor, I. (2019). Public Diplomacy in the Digital Age. *The Hague Journal of Diplomacy*, 14 (1-2), 83-101. <https://doi.org/10.1163/1871191X-14011032>
- Bolin, G., & Ståhlberg, P. (2015). Mediating the Nation-State: Agency and The Media in Nation-Branding Campaigns. *International Journal Of Communication*, 9, 19. Retrieved from <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/3557>
- Bonyadi Naeini, A., & Saduq, S. M. (2017). Identifying



- factors affecting the development of science and technology diplomacy. *Quarterly Journal of Soft Studies*, 17 (7), 84–60.  
[https://www.spba.ir/article\\_48694.html?lang=en](https://www.spba.ir/article_48694.html?lang=en)
- Buhmann, A. & Ingenhoff, D. (2015). The 4D Model of the country image: An integrative approach from the perspective Of communication management. *The International Communication Gazette*, 77, 102–124.
- Chadwick, S., Widdop, P., & Burton, N. (2020). Soft Power Sports Sponsorship – A Social Network Analysis of a New Sponsorship Form. *Journal of Political Marketing*, 21 (2), 196–217.  
<https://doi.org/10.1080/15377857.2020.1723781>
- Chen, Z. (2024). Sustainability Evaluation of Sports Tourism Using a Linguistic Neutrosophic Multi-Criteria DecisionMaking Method. *PloS One*, 19 (3), e0300341.  
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0300341>
- Colosseum. (2020a). Sport tech: New decade new era. *Colosseum*.  
<https://www.colosseumsport.com/reports>
- Cull, N. J. (2011). WikiLeaks, public diplomacy 2.0. and the state of digital public diplomacy. *Place Branding and Public Diplomacy*, 7 (1), 1–8.  
<https://doi.org/10.1057/pb.2011.2>
- Cull, N. J. (2008). Public diplomacy: Taxonomies and histories. *Annals of the American Academy of Political Science*, 616 (1), 31–54.
- Dart, J. (2016). “Brand Israel”: Hasbara and Israeli sport. *Sport in Society*, 19, 1402–1418.
- Davidson, W. D., & Montville, J. V. (1981). Foreign Policy According to Freud. *Foreign Policy*, Vol. 45, Winter 1981–1982.
- Hu, T. (2024). Coupling Development of Sports Industry and Tourism Industry Based on Internet of Things. *PLoS One*, 19 (4), e0299080.  
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0299080>
- Dubinsky, Y. (2019). Analyzing the roles of country image, nation branding, and public diplomacy through the evolution of the modern olympic movement. *Physical Culture and Sport, Studies and Research*, 84 (1), 27–40. <https://doi.org/10.2478/pccsr-2019-0024>.
- Dubinsky, Y. (2019a). From soft power to sports diplomacy: A theoretical and conceptual discussion. *Place Branding and Public Diplomacy*, 15, 156–164.
- Dubinsky, Y. (2020). OCOGs and International Media: A Self-Analysis of Covering Beijing 2008, London 2012, and Rio de Janeiro 2016. *International Journal of Sport and Society*, 11, 23–37.  
[doi:10.18848/2152-7857/CGP/v11i02/23-37](https://doi.org/10.18848/2152-7857/CGP/v11i02/23-37)
- Dubinsky, Y. (2022). Sport-Tech diplomacy at the Tokyo 2020 Olympic Games. CPD perspectives on public diplomacy. *USC Center for Public Diplomacy and Figueroa Press*. Retrieved from [https://uscpublicdiplomacy.org/sites/default/files/Sport-Tech%20Diplomacy\\_11.21.22.pdf](https://uscpublicdiplomacy.org/sites/default/files/Sport-Tech%20Diplomacy_11.21.22.pdf)
- Dubinsky, Y. (2022b). Sport-Tech Diplomacy: Exploring the intersections between the sport tech ecosystem, innovation, and diplomacy in Israel. *Place Branding & Public Diplomacy*, 18 (2), 169–180.  
<https://doi.org/10.1057/s41254020-00191-2>
- Dubinsky, Y., & Dzikus, L. (2018). Israel’s country image in the 2016 Olympic Games. *Place Branding and Public Diplomacy*.  
<https://doi.org/10.1057/s41254-018-0105-y>
- Duncombe, C. (2018). Twitter and the challenges of digital diplomacy. *SAIS Review of International Affairs*, 38 (2), 91–100. <https://doi.org/10.1353/sais.2018.0019>.
- Frevel, N., Schmidt, S. L., Beiderbeck, D., Penkert, B., & Subirana, B. (2023). Taxonomy of sportstech. In *21st century sports: How technologies will change sports in the digital age* (pp. 17–39). Cham: Springer International Publishing.
- Baghban, M., & Sanaie, A. (2024). Explaining the Science and Technology Diplomacy Approaches of the Islamic Republic of Iran. *Science and Technology Policy Letters*, 14 (2), 44–58. {In Persian}.
- Bijani, M. (2005). Diplomacy through time. *Political and Economic Journal*, 221–222. {In Persian}.
- Fryer, J. (2021). Pandemic Olympics endured heat, and now a typhoon’s en route. *AP*. Retrieved from <https://apnews.com/article/2020-tokyo-olympics-pandemic-heat-typhoon-a610ddd9edb564e69ea4e98100180cd>
- Ganohariti, R., & Dijkhoorn, E. (2020). Para-and proto-sports diplomacy of contested territories: CONIFA as a platform for football diplomacy. *The Hague Journal of Diplomacy*, 15 (3), 329354. <https://doi.org/10.1163/1871191XBJA10012>
- Gilboa, E. (2006). Public diplomacy: The missing component in Israel’s foreign.
- Grewal, D., & Levy, M. (2021). Marketing (7th ed.). McGraw Hill. Hackett, C., & McClendon D. (2017, April 5). Christians remain world’s largest religious group, but they are declining in Europe. *Pew Research Center*. Retrieved from <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/04/05/christians-remain-worlds-largest-religious-group-but-they-are-declining-in-europe/>
- Grix, J., Brannagan, P. M., & Lee, D. (2019). Qatar’s global



- sports strategy: Soft power and the 2022 World Cup. In J. Grix, P. M. Brannagan, & D. Lee (Eds.), *Entering the global arena: Emerging states, soft power strategies and sports mega-events* (pp. 97-110). Springer.
- Grix, J., Jeong, J. B., & Kim, H. (2021). Understanding South Korea's use of sports mega-events for domestic, regional and international soft power. *Societies*, 11 (4), 144. <https://doi.org/10.3390/soc11040144>
- Haghirian, M., & Robles-Gil, P. (2021). Soft power and the 2022 World Cup in Qatar: Learning from experiences of past mega-sporting event hosts. *Tajseer Journal*, 3 (2), 1-13. <https://doi.org/10.5339/tajseer.2021.2>
- Harif, H. (2011). Zionism of muscles – The political functions of representative sport.
- Ganjidoost, M. (2008). The developments of diplomacy in the information age. *Political quarterly*, 38 (1). {In Persian}.
- Ghadimi, A. (2017). Function of science and technology diplomacy in islamic republic of iran and united states of america. *Political quarterly*, 47 (1), 139-157. doi: 10.22059/jpq.2017.60778. {In Persian}.
- Hartig, M. (2016). How China Understands Public Diplomacy: The Importance of National Image for National Interests. *International Studies Review*, 18 (4), 655–680. <https://doi.org/10.1093/isr/viw007>
- Hassman, R. (2008). The Israel brand nation marketing under constant conflict [Policy paper]. Tel-Aviv: Tel-Aviv University Press. <https://doi.org/10.1057/s4125401900118-0>
- Ravet, H. (2019). Former Reebok President joins Hype, an Israeli investment fund in sports technologies. *Calcalist*. <https://www.calcalist.co.il/internet/articles/0,7340,L3759734,00.html>. [Hebrew]. <https://technosports.co.in/2020/04/19/india-becomes-asias-no-1-sportstech-nation/>.
- Imran, S. (2017). Reshaping the National Image of Azerbaijan through Nation Branding Endeavours. *Khazar Journal of Humanities and Social Sciences*, 20 (4), 33–46. <http://dx.doi.org/10.5782/2223-2621.2017.20.4.33.in> Eretz Israel ad in the State of Israel, 1898–1960. Yad Izhak Ben-Zvi.
- Kandakkeel, I. I. (2020). Meeting the demands of classic and contemporary – A study on the traditional representations of Qatari heritage in nation branding, with special reference to mainstream logos and social media analysis [Unpublished doctoral dissertation]. Hamad Bin Khalifa University (Qatar).
- Kaufman, H., & Galily, Y. (2009). Sport, Zionist ideology and the State of Israel. *Sport in Society*, 12, 1013–1027. <https://www.jpost.com/israel-news/sports/israeli-participation-in-uae-world-tour-affects-more-than-the-race-track-619081>
- Kayani, S. A., & Rehman, M. S. ur. (2022). Employing nation branding and public diplomacy: strategies for pakistan. *Margalla Papers*, 26 (1), 34–46. <https://doi.org/10.54690/margallapapers.26.1.96>
- Kelly, S. (2021). Sports tech diplomacy: the new Olympics. Dr. Sarah Kelly. Retrieved from <https://www.drSarahKelly.com.au/sports-tech-diplomacy-the-new-olympics/>
- Kiani, M. S., & Nazari, L. (2024). The Position of Diplomacy in Sport as a Discourse of Peace and Health Development in the Contemporary World (Case Study: Iran's Sport System). *Journal of Peacebuilding & Development*, 20 (1), 117-122. <https://doi.org/10.1177/15423166241304237> (Original work published 2025)
- Kramareva, N., & Grix, J. (2021). Understanding public diplomacy, nation branding, and soft power in showcasing places via sports mega-events. In N. Papadopoulos, & M. Cleveland (Eds.), *Marketing countries, places, and place-associated brands* (pp. 298-318). Edward Elgar Publishing.
- L'Hoeste, H.F. (2020). Nation Branding: Neoliberalism, Identity, and Social Media. In Héctor Fernández L'Hoeste, and Juan Carlos Rodríguez (eds), *Digital Humanities in Latin America* (Gainesville, FL, 2020; online edn, Florida Scholarship Online, 17 Sept. 2020), <https://doi.org/10.5744/florida/9781683401476.003.0004>, accessed 29 Nov. 2024.
- Lebedeva, M. M. (2020). Conceptual Transformations of Public Diplomacy. *MGIMO Review of International Relations*, 13 (5), 293-306. <https://doi.org/10.24833/2071-8160-2020-5-74-293-306>.
- Lee Ludvigsen, J. A., Rookwood, J., & Parnell, D. (2022). The sport mega-events of the 2020s: Governance, impacts and controversies. *Sport in Society*, 25 (4), 705-711. <https://doi.org/10.1080/17430437.2021.1908390>
- Liu, Z. (2023). Features of China's Sports Diplomacy. *Sociopolitical Sciences*, 13 (3), 138–144. (In Rus.) DOI: 10.33693/2223-0092-2023-13-3-138-144. EDN: GDEUOI
- Manor, I. (2019). The digitalization of public diplomacy. London: Palgrave Macmillan.
- Martynenko, S. E., Trusova, A. A., & Cherniaev, M. S. (2019). Ping-Pong Diplomacy: Impact on the Establishment of Sino-US Relations. *Vestnik RUDN*.

- International Relations*, 19 (1), 139-147. doi: 10.22363/2313-0660-2019-19-1-139-147.
- McDonald, J. W., & Bendahmane, D. B. (Eds.). (1987). *Conflict Resolution: Track Two Diplomacy*. Foreign Service Institute, US Dept. of State.
- Murray, S. (2018). *Sports diplomacy: Origins, theory and practice*. NY: Routledge.
- Nachlieli, N., & Siminian, O. (2019, August 28). Gone with the click: Israeli sports does not adopt technologies. *Calcalist*. Retrieved from <https://www.calcalist.co.il/sport/articles/0,7340,L-3769179,00.html>. [Hebrew].
- Murray, S., & Pigman, G. A. (2013). Mapping the relationship between international sport and diplomacy. *Sport in Society*, 17 (9), 1098-1118. <https://doi.org/10.1080/17430437.2013.856616>
- Næss, H. E. (2023). A figurational approach to soft power and sport events: The case of the FIFA World Cup Qatar 2022™. *Frontiers in Sports and Active Living*, 5, 1142878. <https://doi.org/10.3389/fspor.2023.1142878>
- Netzloff, M. (2020). *Agents beyond the state: the writings of English travelers, soldiers, and diplomats in Early Modern Europe*. Oxford University Press, USA. <https://doi.org/10.1093/oso/9780198857952.003.0004>
- Ntelezi, A. I. (2024). Indigenous Games as a Catalyst for Sport Tourism Development in South Africa. *International Conference on Tourism Research*, 7 (1), 453-460. <https://doi.org/10.34190/ictr.7.1.2048>
- Oksana, B. (2021). Culture as a nation branding tool within the international interaction system. *Culture and arts in the modern world*, 22, 22-33. <http://dx.doi.org/10.31866/2410-1915.22.2021.235887>
- Olympics. (September 25, 2016). Rio 2016 Closing Ceremony Full HD Replay | Rio 2016 Olympic Games. YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=sssc5eLjLoMQ>.
- Hersij, H. (2001). Comparative method: What, why, and how to use it in political science. *Journal of the Faculty of Administrative Sciences and Economics*, 13 (1), 7-18. {In Persian}.
- Izadi, J. (2010). *Diplomacy of the Islamic Republic of Iran (foreign policy, nuclear energy)* (1st ed.). Tehran: Abrar Moaser Publishing. {In Persian}.
- Mesbah, E. (2014). Classical diplomacy and its modern form in Iran. *Siyasat Quarterly*, 4. {In Persian}.
- Mirzaei, J. (2018). Comparative study of disaster management structure in Iran, Japan, India and Turkey. *Strategic Studies of public policy*, 7 (25), 245-289. {In Persian}.
- Moghimi, T, Arasteh, H., & Mohamadkhani, K. (2017). Science and technology diplomacy improvement and the Impact of higher education. *Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education*, 23 (3), 1-20. doi: 10.22034/irphe.2017.707074. {In Persian}.
- Moradi, M. (2023). Proposing strategies to strengthen the sports diplomacy of the Islamic Republic of Iran in the international arena. Tehran: *Research Center of the Islamic Parliament of Iran*. {In Persian}.
- Mousavi gargari, S. S. , Bonar, N., & Shafiee, S. (2023). Designing the Model of Factors Affecting on Promotion of Sports Diplomacy of Iran. *Sport Management Studies*, 14 (76), 75-104. doi: 10.22089/smrj.2021.9718.3249. {In Persian}.
- Pedersen, P. M., Ruihley, B. J., & Li, B. (2021). *Sport and the pandemic*. NY: Routledge.
- Pigman, G. A. (2014). International sport and diplomacy's public dimension: Governments, sporting federations and the global audience. *Diplomacy & statecraft*, 25 (1), 94-114.
- Pop, N. A., Baba, C. A., Anysz, R. N. & Tohanean, D. (2020). National branding strategy and its effects on business and tourism. *Proceedings of the International Conference on Business Excellence, The Bucharest University of Economic Studies*, 14 (1), 1005-1013. <https://doi.org/10.2478/picbe-2020-0095>.
- Raftowicz-Filipkiewicz, M. (2012). Nation Branding as an Economic Challenge for the Countries of the Middle and East Europe on the Example of Estonia. *Equilibrium. Quarterly Journal of Economics and Economic Policy*, 7 (4), 49-59. <https://doi.org/10.12775/EQUIL.2012.026>.
- Richelieu, A., Lin, Y. C., & Leng, H. K. (2021). A typology of countries using place branding through sport. *Journal of Global Sport Management*, 1-19.
- Rookwood, J., & Adeosun, K. (2023). Nation branding and public diplomacy: Examining Japan's 2019 Rugby World Cup and 2020 (21) Olympic Games in the midst of a global economic downturn and the COVID-19 pandemic. *Journal of Global Sport Management*, 8 (3), 573-593.
- Roy, R. (2020). India becomes Asia's No. 1 SportsTech nation. *TechnoSports*.
- Saberi, D., Paris, C. M., & Marochi, B. (2018). Soft power and place branding in the United Arab Emirates: Examples of the tourism and film industries. *International Journal of Diplomacy and Economy*, 4 (1), 44-58. <https://doi.org/10.1504/IJDIPE.2018.091405>

- Peymanfar, M., Elahi, A., Sajjadpour, S. M. K., & Hamidi, M. (2019). Assessment of Sports Diplomacy of the Islamic Republic of Iran Using the TOPSIS Model. *Socio-Cultural Strategy*, 8 (3), 163-178. {In Persian}.
- Rezaei Mirqaed, M. A. (2006). Iran's future in the horizon of perspectives (1st ed.). Tehran: *Ministry of Culture and Islamic Guidance Publishin*. {In Persian}.
- Salahi Kojour, A., & Dousti, M. (2023). Development of Sport Diplomacy on Horizon, Second Step of the Islamic Revolution of Iran Realization of the landscape of 2041. *International Quarterly of Foreign Relations*, 15 (1), 59-84. doi: 10.22034/fr.2023.354826.1283. {In Persian}.
- Senor, D., & Singer, S. (2009). Start-up nation: The story of Israel's economic mir-acle.Twelve.
- Shariati, F. M. (2019). A comparative study of sport diplomacy in the development of foreign relations of Iran and selected countries. *Journal of Political Science*, 1 (29), 125-148. <https://sid.ir/paper/134459/en>
- Shiu, R. N. (2016). Sports Diplomacy in the Pacific: Developing Pacific Rugby League Elite Athletes for Diplomacy and Development. *Department of Pacific Affairs*, (2016/11), 1-2.
- Smyth, D. (2022). Why are Ethiopian endurance rubbers so success-ful? Runner's World. Retrieved from <https://www.runnersworld.com/uk/training/motivation/a42108849/ethiopian-running-success/>
- Statista. (2020). Distribution of sports technology companies in Europe in 2018, by country. Statista. <https://www.statista.com/statistics/948501/sports-technology-start-up-companies-distributi-on-europe-by-country/>.
- Shafiee, N., & Shokri Moghadam, A. (2014). Technological diplomacy of Iran with emphasis on defensive and security technologies. *Political and International Researches Quarterly*, 6 (19), 235-269. {In Persian}.
- Shariati Feizabadi, M., & Monazzami, A. (2021). The Empirical Model of Sport in Development of Public Diplomacy. *Communication Management in Sport Media*, 8 (3), 13-26. doi:10.30473/jsm.2020.52137.1398 {In Persian}.
- Simbar, R. (2006). The special functions of modern diplomacy in international relations: Mutual influences and effects. *Foreign Policy Quarterly*, 20 (1). {In Persian}.
- Szmytke, R. (2021). Tourism promotion system in Poland in the context of selected National Strategic Documents. *Baltic Journal of Health and Physical Activity*, 13 (6), 14. doi: 10.29359/BJHPA.13.Spec.Iss1.14
- Tabarinzeva-Romanova, K. M., & Negasheva, A. G. (2022). International Skating Union (Isu) As A Sports Diplomacy Actor. <https://doi.org/10.35634/2587-9030-2022-6-2-256-265>
- Tamaki, T. (2019). Repackaging national identity: Cool Japan and the resilience of Japanese identity narratives. *Asian Journal of Political Science*, 27 (1), 108-126. <https://doi.org/10.1080/02185377.2019.1594323>
- Trofymenko, M (2023). Transformation of public diplomacy in the conditions of globalization and digitalization: methodological principles and practical aspects (Ukrainian case). (2023). Series: History. *Political Science*, 35-36, 141-154. <https://doi.org/10.34079/2226-2830-2023-13-35-36-141-154>
- Waldron, T. (2021). The Olympic Games Are A Moral Disaster. *Huffpost*. Retrieved from: [https://www.huffpost.com/entry/tokyo-olympics-covid-19cancel\\_n\\_60df3754e4b0ad1785db6686](https://www.huffpost.com/entry/tokyo-olympics-covid-19cancel_n_60df3754e4b0ad1785db6686)
- Wang, S. (2021). The 'hottest games ever': Summer heat threatens athletes. *CNN*. Retrieved from: <https://www.cnn.com/videos/world/2021/07/30/tokyo-olympics-athletesheat-stroke-selina-wang-pkg-ctw-intl-ldn-vpx.cnn>
- Wu, H. D. (2023). Post-truth public diplomacy: a detrimental trend of cross-national communication and how open societies address it. *Journal of International Communication*, 29, 20-38.
- Vahidi, M. (2007). The changing international arena and the transformation of the nature of diplomacy. *Foreign Policy Quarterly*, 2. {In Persian}.
- Yazdanpanah, M., Moradi, M., & Asgarkhani, A. M. (2024). Scientific and technological diplomacy and regional development of Iran. *International Relations Researches*, 13 (4), 175-191. doi: 10.22034/irr.2024.195854. {In Persian}.
- Zhao, J. (2022). Sports Diplomacy of Socialism with Chinese Characteristics in the New Era: Opportunities and Challenge. *MATEC Web of Conferences*. <https://doi.org/10.1051/mateconf/202236501035>
- Zhi, C & Lou, Y. (2004). Developing Perspective, Influencing Factors and Course of Sports Diplomacy of New China. (9), 12-15.





### جواد رمضان قربانی

دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مدیریت کسب‌وکار با گرایش فناوری و دانشجوی دکتری مدیریت فناوری دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب است. ایشان هم‌اکنون به عنوان دبیر کل اتحادیه میراث فوتبال فعالیت می‌کند. زمینه‌های تخصصی و تحقیقاتی وی شامل انتقال فناوری، دیپلماسی ورزش-فناوری، تأثیرات فوتبال بر جوامع از جنبه‌های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و جامعه‌شناسی است.

### زهره کریم‌میان



دانش‌آموخته دکترای سیاست‌گذاری علم، فناوری و نوآوری در دانشگاه تهران است و هم‌اکنون به عنوان عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب فعالیت می‌کند. تمرکز اصلی وی در پژوهش بر سیاست‌گذاری نوآوری، حکمرانی علم و فناوری، و شبکه‌های سیاست‌گذاری در ایران است. مقالات او در نشریات بین‌المللی معتبری مانند Science and Public Policy و Foresight and STI Governance منتشر شده‌اند. پژوهش‌های اخیر وی به بررسی مأموریت‌ها و عملکرد نهادهای پژوهش عمومی و تدوین چارچوب‌های حکمرانی پژوهش‌های پایه اختصاص دارد. ایشان همچنین با معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست‌جمهوری همکاری داشته و با تلفیقی از دانش علمی و تجربه سیاستی، در تقویت ارتباط میان دانشگاه و سیاست‌گذاری در اقتصاد دانش‌بنیان ایران نقش‌آفرینی کرده است.

