

همایش علمی مطالعات حقوقی، علوم قضایی و پژوهش های اجتماعی

نهاد برگزار کننده همایش: موسسه قانون یار

((باهمکاری و حمایت معنوی دانشگاه رهنورد (استان بلخ، کشور افغانستان) - جهاد دانشگاهی استان تهران))

سردبیر علمی و مسئول برگزاری همایش: دکتر بهنام اسدی شماره مجوز: ۷۸۸۶۴-۱۵۲۱/۳۳۰

تاریخ برگزاری همایش: ۱۳ خرداد ۱۴۰۰ شماره مقاله: ۱۹/۸۱۱۵ رده بندی کنگره: الف ۷۰۵/۹۰۳

جهانی شدن ورزش الزامی سازمان یافته در نظام کنونی

قربان محمدزاده^۱ - محمدحسین جلالی فر - رضوان محمدخانی

چکیده

ورزش امروزه از مرزهای ملی فراتر رفته و در سطح جهان مطرح است. امروزه ورزش بیشتر به ایده آل های جهانی توجه داشته و کمتر به واقعیت های عینی موجود در درون جوامع توجه نشان می دهد. جهانی شدن ورزش را می توان در سطح مسائلی چون توجه به واقعیت های سیاسی جدید در زمینه های ورزشی در سطح جهان، قهرمانان ورزشی و مسئله مهاجرت آنان به عنوان نیروی کار جدید، سیاست های جهانی تولید تجهیزات ورزشی، پوشاک ورزشی، ایجاد حس جدیدی از واقعیت های سیاسی موجود و دیگر مسائل مرتبط با جهان ورزش دانست. جهانی شدن ورزشی نه تنها موجب تشدید رقابت های ورزشی شده بلکه بازارهای بین المللی ورزشی را همراه با محصولات و ایده های ورزشی تحت نفوذ خود قرار داده است. امروزه جهانی شدن توانسته است با ویژگی های خاص خود یکپارچگی اقتصادی، تعاملات گسترده سیاسی در پیمان ها و سازمان های متکثر، تحول در ارتباطات و فناوری بسترهای مناسبی را برای رشد کارآفرینی و در نتیجه فرآیند توسعه فراهم کند. ورزش صنعت مدرن و پویا و در عین حال از عوامل بسیار مهم و اساسی در تامین نشاط و سلامت و نیز اشتغال جامعه محسوب می شود که امروزه توانسته توفیقات فراوانی را به جهت تولید ارزش ها در ساختار ذهنی جوامع بشری داشته باشد. در این مقاله که با روش تحلیلی-توصیفی نگاشته شده است قصد داریم به بررسی جهانی شدن ورزش الزامی سازمان یافته در نظام کنونی و الزاماتی که در این راستا وجود دارد بپردازیم.

واژگان کلیدی: ورزش، جهانی شدن، توسعه ورزش، تربیت بدنی، جهانی سازی

^۱ نویسنده مسئول

بخش اول: جهانی شدن یا جهانی سازی؟

جهانی شدن یکی از بحث‌برانگیزترین موضوعات حال حاضر و فراروی کشورها در عصر کنونی است که در مورد آن اختلاف نظرهای بسیاری وجود دارد و بررسی آثار و پیامدهای گسترده این فرآیند بر ابعاد مختلف حیات انسانی از جمله آثار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی آن توجه اندیشمندان، سیاستمداران و متولیان فرهنگی جهان را به خود جلب کرده است. محو شدن مرزهای جداکننده جهان و حرکت تدریجی جهان به سوی نوعی همگنی یا همگونگی، بیش‌تر در عرصه‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی که در واقع می‌توان آن را نوعی حرکت از کثرت به وحدت دانست، جهانی شدن گفته می‌شود (شجاعی زند، ۱۳۸۲). پدیده جهانی شدن از واژه Globalization برگردانده شده که مصدر جعلی از واژه Globe به معنی کره زمین است. گرچه واژگان کره زمین و «جهان» بسیار قدیمی هستند و ظاهراً ۱۵۰ سال قبل از میلاد مسیح، فردی به نام کریس^۱ از کره، برای نمایش سطح زمین، استفاده کرده بود؛ اما مشتقات دیگر این کلمه همچون اصطلاح‌های globalization، globalize و globalizing تنها از حدود سال ۱۹۶۰ رواج عمومی یافته است. Globalize فعل گذرا به مفعول است که در آن به فاعل توجه بیشتری می‌شود و در نتیجه در فارسی به جهانی کردن یا «جهانی سازی» برگردانده می‌شود؛ اما همین فعل را می‌توان به صورت فعل ناگذر لحاظ کرد که در این صورت تأکید بیشتر بر خود فعل است تا فاعل و به این ترتیب به «جهانی شدن» تعبیر می‌شود. همچنان که واژه‌های مشابهی همچون صنعتی کردن یا صنعتی شدن، ملی کردن یا ملی شدن در طول تاریخ شهرت بسزایی پیدا کردند (فرهادی محلی، ۱۳۹۰). شاید تا مدت‌ها قبل صاحب‌نظران تفاوتی میان دو مفهوم جهانی شدن و جهانی سازی قائل نبودند و از این دو معنای واحدی ارائه می‌کردند. در صورتی که در معنا و در لفظ مشترک نیستند و دارای معانی کاملاً متفاوتی هستند. این در حالی است که جهانی شدن مفهومی است که بالضروره نمی‌تواند دارای فاعل و عامل باشد. درحالی که جهانی سازی مفهومی است که لزوماً فاعل و عامل

می‌طلبد. با این اوصاف جهانی شدن فرآیندی است گریزناپذیر که شکل تکامل یافته پیشرفت‌های بشری در حوزه سیاسی، اقتصادی و فرهنگی است. جهانی شدن یعنی حرکت تمامی جوامع به سوی جهانی وحدت یافته که در آن، همه چیز در سطح جهانی مطرح و نگریده می‌شود. در حقیقت جهانی شدن به معنای آزادی مطلق کسب و کار، برداشته شدن تمامی موانع از سر راه جریان یافتن سهل و آسان سرمایه و نفوذ آن در تمامی عرصه‌ها، حرکت روان اطلاعات و امور مالی و خدماتی تداخل فرهنگ‌ها، آن‌هم به سوی یکسان شدگی و یکدستی و تمام این امور در مقیاس جهانی رخ می‌دهد. جهانی سازی پروژه‌ای است که مشخصاً در راستای تأمین و منافع و مسلط کردن ارزش‌های مورد نظر قدرت برتر در عرصه جهانی و سایر دولت‌ها و ملت‌هاست. در روند جهانی شدن حرکت‌ها کاملاً طبیعی است و اراده خاصی خواسته‌های خود را بر جامعه جهانی و ملت‌ها تحمیل نمی‌کند در این شرایط، نظریه پردازی‌های بیشتر به صورت تحلیل وضعیت آینده با توجه به اخبار و اطلاعات و پیش‌بینی آینده است. در زمینه جهانی سازی قدرت‌های بزرگ برای سوق دادن جامعه جهانی به سوی اهداف از پیش طراحی شده، برنامه‌ریزی می‌کنند. به عبارتی دیگر در روند جهانی سازی، اراده معطوف به قدرت می‌کوشد خواسته‌ها و منافع خود را بر دیگر ملت‌ها تحمیل کند و به تثبیت رهبری خود بر آنان پردازد. قدرت‌های سلطه‌گر منافع ملت‌ها را در مسلخ منافع خود قربانی می‌کنند و از فرآیندهای تسریع کننده جهانی شدن، برای گسترش سیطره خود بر مقدرات جامعه جهانی بهره می‌گیرند (سپهرنیا، ۱۳۸۷)؛ به عبارت دیگر جهانی شدن یک سیر و روند طبیعی برای حرکت جوامع به سوی فن‌آوری پیشرفته و استفاده بهینه از قابلیت‌های علمی و طبیعی در پرتو استعداد‌های انسانی است؛ اما وقتی این حرکت و روند طبیعی در اختیار تفکر عده‌ای خاص قرار گیرد و به نوعی با اعمال اراده این مسیر طبیعی را به سوی اهداف خاص و از پیش تعیین شده سوق می‌دهند، در حقیقت این حرکت را از جهانی شدن به جهانی سازی تبدیل می‌کنند. امروزه عده‌ای از بزرگان حوزه علوم سیاسی و روابط بین‌الملل بر این تفاوت‌ها تأکید دارند. جیمز رزونا^۱ بر این باور است که جهانی شدن به عنوان یک فرآیند زمینه‌ساز شکل متفاوتی از یکپارچگی

جهانی است (روزنا، ۱۳۷۸). محمد عابد الجابری مدعی است که جهانی شدن به استقبال یک جهان رفتن، آشنا شدن با فرهنگ‌های دیگر و احترام گذاشتن به ایدئولوژی‌هاست. همچنین گروهی از اندیشمندان داخلی نیز بر این مسئله تأکید می‌کنند که فرآیند جهانی شدن یک واقعیت است و پروژه جهانی سازی حاکی از ایدئولوژی و راهبرد برخورد با فرآیند جهانی شدن است (سیف زاده، ۱۳۸۰). جهانی سازی فرآیندی در راستای تأمین منافع و تسلط ارزش‌های مورد نظر قدرت‌های سلطه در عرصه جهانی بر دولت‌ها و ملت‌ها است و این پروژه و برنامه کاملاً متمایز با پروسه طبیعی و قابل قبول «جهانی شدن» است (سیف زاده، ۱۳۸۰).

بخش دوم: اثرات و پیامدهای جهانی شدن

فن آوری اطلاعات در مورد هر چیزی و هر جایی که ما زندگی می‌کنیم با اثراتی که هم عمیق و هم متنوع هستند، در حال تغییر است اینترنت، ایمیل، صفحات وب، ماشین‌های دورنگار، ویدئو اجلاس‌ها و دیگر ابزارهای متعدد به شدت اشاعه و انتقال اطلاعات را تغییر و ارتباطات جهانی را افزایش داده است (آلی، وینتر و مای، ۲۰۰۷؛ جریسات، ۲۰۰۸). این -ها «انقلاب اطلاعات» پیشرفت و بهبود روابط متقابل و ارتباطات جهان در حال تغییر را تسریع می‌کنند. شواهد و دلالت‌های فراوانی در حوزه‌های مختلف اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی در مقیاس‌های خرد و کلان وجود دارند که بیانگر تحقق و گسترده‌گی فرآیند جهانی شدن هستند. مهم‌ترین این شواهد را در زیر می‌توان بیان کرد:

- گسترش بازارهای مالی و بورس؛
- شکل‌گیری تجارت الکترونیک یا اقتصاد بدون وزن
- گسترش و نفوذ شرکت‌های چند ملیتی
- بین‌المللی شدن فرآیند تولید (تولید جهانی) که به واسطه آن بخش‌های زیادی از جهان در تولید کالا ایفای نقش می‌کنند.

- کاهش موانع تعرفه‌ای در امور تجاری
- شکل‌گیری اتحادیه‌های تجاری و اقتصادی
- کاهش نقش و اقتدار دولت‌ها
- بسط و گسترش ارزش‌های دموکراتیک
- توجه به حقوق بشر و جامعه مدنی جهانی
- گسترش عمومیت‌های فرهنگی و محصولات فرهنگی
- گسترش سازمان‌های غیردولتی
- شکل‌گیری جنبش‌های جهانی چون مبارزه با آلودگی‌های زیست‌محیطی و سلاح‌های کشتار جمعی
- شکل‌گیری الگوهای مصرف جهانی
- وابستگی متقابل جوامع و کشورها نسبت به یکدیگر
- گسترش صنعت جهانگردی و گردشگری
- شکل‌گیری ارتباطات و نظام‌های رسانه‌ای جهانی
- جریان آزاد اطلاعات
- شکل‌گیری خرده‌فرهنگ‌ها
- بازشناسی در سطح قومی، محلی و منطقه‌ای
- تشدید نابرابری‌های بین جامعه‌ای

- جهانی شدن بزه کاری

- جهانی شدن اعتیاد

ویژگی‌های مطرح شده گواه این مطلب هستند که جهانی شدن فرآیندی کلان و گسترده است و رسوخ و نفوذ آن در تمامی حوزه‌های حیات اجتماعی قابل درک و شناسایی است. باوجوداین، تأثیر آن صرفاً در سطوح ملی و در مقیاس کلان نیست، بلکه تأثیر آن را باید در مقیاس‌های کلان، میانی و خرد مورد توجه قرار داد. به نظر گیدنز یکپارچگی جهانی پدیده‌ای بیرونی و مربوط به نظام‌های بزرگ، میدان‌های بازارهای جهانی یا صرفاً روندی تأثیرگذار بر ملت‌ها نیست، بلکه پدیده‌ای ذاتی نیز هست. زندگی، شخصیت، هویت‌ها، هیجان‌ها و روابط ما با مردم دیگر با روند یکپارچگی تغییر شکل می‌دهند و حالت جدید می‌گیرند چون یکپارچگی جهانی فرهنگ محلی و محتوای محلی زندگی را مورد تهاجم قرار می‌دهد و ما را مجبور می‌کند تا به صورتی بازتر، انعطاف‌پذیرتر و فردی‌تر زندگی کنیم. تأثیرات فردی به موازات جهان‌گرایی است. فردی شدن به معنای خودپرستی یا دست‌کم خصوصی شدن نیست. بلکه به معنای نیرویی است که زندگی را به‌طرف آینده سوق می‌دهد (گیدنز، ۱۳۷۹). علاوه بر این «گیدنز» تأثیرگذاری فرآیند جهانی شدن را از منظر فشارهایی که این فرآیند در ابعاد مختلف وارد می‌نماید مورد توجه قرار داده است. به نظر او جهانی شدن حاوی مجموعه‌ای از نیروهای متضاد است که آن را در قالب تئوری سه وجهی مطرح می‌نماید و فشارهای وارد شده از این فرآیند را در قالب فشارهای از بالا به پایین، از پایین به بالا و فشار به اطراف دسته‌بندی می‌کند. در مورد فشار از بالا به پایین، از تأثیر فشار بازارهای جهانی بر روی ملت‌ها و در مورد فشار از پایین به بالا از تحریکات جدیدی که درون ملت‌ها و اجتماعات محلی رخ می‌نماید، مانند شکل‌گیری ناسیونالیسم محلی یاد می‌کند و در مورد فشار به اطراف شکل‌گیری مناطق جدید اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی را که فراتر از مرزهای ملی به فعالیت می‌پردازند، یادآور می‌شود. به نظر «واترز»:

- جهانی شدن فرآیندی متمایزکننده و همگون ساز است و با پذیرش ارزش

خرده‌فرهنگ‌ها توانایی‌های محلی جهان را به‌سوی کثرت‌گرایی سوق می‌دهد.

- جهانی شدن پیوندهای عرقی بین ملت و دولت را ضعیف می کند و اقلیت های قومی مستحیل شده را رها می سازد و امکان تشکیل مجدد ملت ها در سراسر مرزهای پیشین دولت را فراهم می آورد.
- جهانی شدن مرکز را به بیرون می آورد. در حدی که از نوگرایی غربی تغذیه شود. امکاناتی برای هویت های محلی جدید در فرهنگ پیرامون به وجود می آورد. بیشتر این جریان فرهنگی، مظاهر الکترونیک و وفور جهانگردی است.
- جهانی شدن همچنین پیرامون را هم به مرکز می آورد، محل آشکار این کار، جریان مهاجران اقتصادی از بخش های نسبتاً کم رونق سیاره به بخش های نسبتاً پررونق آن است (واترز، ۱۳۸۰).

بخش سوم: بررسی و تحلیل جهانی شدن و ورزش و الزامات موجود در این راستا

جهانی شدن ورزشی بخش مهمی از جهانی شدن است که به طور اجتناب ناپذیری در حال گسترش است. تربیت بدنی و ورزش به طور بدیهی یک پدیده جهانی است. از سوی دیگر شتاب توسعه جهانی ورزش از دهه ۱۹۸۰ موجب تأثیر مضاعف آن بر ابعاد جهانی آن شده و ضرورت جهانی شدن ورزش موجب تغییر نقش ورزش در جامعه گردیده است. جهانی شدن ورزشی نه تنها موجب تشدید رقابت های ورزشی شده است بلکه بازارهای بین المللی ورزشی را همراه با محصولات و ایده های ورزشی تحت نفوذ خود قرار داده است. علاوه بر این اندیشمندان و صاحب نظران شاهد افزایش تطابق و سازگاری سبک های زندگی، الگوهای مصرف، اوقات فراغت، جهت گیری ارزش ها و علایق و سازگاری با شرایط کارورزشی و آرامش و رفاه هستند. بر همین اساس به نظر می رسد سبک های زندگی، علایق و تمایلات، الگوهای اوقات فراغت و ارزش ها، بین نسل های جوان تر و پیشین متناسب با دامنه جهانی شدن در کشورهای مختلف تغییر یافته است. در حال حاضر در کشورهای پیشرفته ورزش و تفریحات سالم به عنوان دو عامل اثرگذار در رشد و توسعه

اقتصاد در نظر گرفته می‌شوند. همچنین ورزش سودآورترین صنعت در قرن ۲۱ می‌باشد. این صنعت ریشه‌های خود را به سرعت در تمام گستره دنیا دوانده و بارور نموده تا میلیاردها انسان از آن به طریقی بهره‌مند گردند. در حال حاضر ورزش چه از بعد عملی و چه از بعد نظری در تولید و مصرف کالاها و خدمات ورزشی و توسعه اقتصادی جوامع مختلف نقش اساسی داشته است. ورزش یکی از عرصه‌هایی است که روند جهانی شدن در آن به وضوح قابل رؤیت است (برنشتاین، ۲۰۰۰؛ رو، ۲۰۰۳؛ کرک و همکاران، ۲۰۰۸). اکنون وضعیت جهانی المپیک‌ها تحت پوشش رسانه‌ای شهرت یافته است به ویژه از طریق تلویزیون (جیلیانوتی و رابرتسون، ۲۰۰۴؛ کرک و همکاران، ۲۰۰۰؛ برنشتاین، ۲۰۰۰). ورزش در یک چارچوب زمانی کوتاه در دهه ۱۸۰۰ زمانی که بسیاری از ورزش‌ها برای اولین بار نهادها و سازمان‌های حاکم آن‌ها تأسیس شد، متحول گردید. این تغییرات تقریباً در تمام رشته‌های ورزشی رخ داد. برای شکل دادن نظم ورزش به منظور رقابت‌های بین‌المللی، فرآیندی که ورزشی شدن نامیده می‌شود. توسعه و تحولاتی شامل تأسیس نهادهای حاکم، کتاب قوانین، زمان و فضا که پارامترهایی برای تعامل رقابتی و تغییر آزادتر بازی‌های قومی بود که از قبل وجود داشته‌اند (الیاس و داویننگ^۱، ۱۸۹۶). برای ارائه یک مثال تاریخی، ورزش تنیس یکی از اولین ورزش‌های مدرن بود که برای بین‌المللی شدن شروع به توسعه شاخه‌های جهانی کرد. این بازی در سال ۱۸۷۴ توسط آمریکا معرفی شد (کوپر^۲، ۲۰۰۴). اولین مسابقات نیمه رسمی تنیس، شامل بازیکنانی از آمریکا، کانادا و انگلستان در سال ۱۸۷۸ در نیوپورت ایلات متحده آمریکا برگزار شد. این دوره مسابقات طلایه‌دار اولین رقابت تیم‌های بین‌المللی در سال ۱۹۰۰ به وجود آمد به گونه‌ای که چلنج کاپ بین‌المللی روی چمن نامیده شد و جایزه دوایت دیویس توسط آمریکا به او اهدا شد که متعاقب آن به عنوان دیویس کاپ شناخته شد. شرکت در رقابت برای همه کشورهای که انجمن رسمی تنیس را برای سازمان‌دهی و توسعه ورزش تأسیس کرده‌اند آزاد بود (اسمارت^۳، ۲۰۰۷). در سال ۱۹۱۳ فدراسیون بین‌المللی تنیس روی چمن تأسیس شد

۱ - Elias, N. Dunning

۲ - Cooper

۳ - Smart

(اسمارت، ۲۰۰۷). استدلال شده است که تئیس روی چمن به عنوان یک نتیجه از تقابل درونی تعدادی از فرآیندهای پیچیده اجتماعی توسعه یافته است. درواقع این ورزش پلی بین شکاف سطوح بالا و متوسط مردم است و می تواند به وسیله هر فردی در هر سنی و هر دو جنس مرد و زن بازی شود و ابزاری برای توسعه محسوب می شود (کوپر، ۲۰۰۴).

بخش چهارم: انگیزه های اقتصادی و جهانی شدن تجارت در ورزش

جهانی شدن تجارت در ورزش همانند بسیاری از پدیده های دیگر از سال های ۱۹۷۰ به بعد شتاب بیشتری به خود گرفته است. رشد سود ناخالص در ورزش حرفه ای، سرمایه گذاری کلان تجارت جهانی در ورزش امروزه شکل نظام یافته ای به خود گرفته است. آثار و نتایج آن را به طور مستقیم در بسیاری از کشورها از جمله ایران می توان مشاهده کرد. دلایل عمده ای که روند رو به توسعه تجارت جهانی در ورزش را تشدید می کنند، عبارتند از:

۱. آن دسته از سازمان ها، صاحبان سرمایه، باشگاه ها و شرکت های تجاری که به منظور کسب درآمد بیشتر ناگزیرند تا برای به دست آوردن بازارهای جدید به این مهم دست یابند. دیوید گاترسون^۱ می گوید، «ورزش حرفه ای نیز مانند پول چیزی است که به آن عشق می ورزیم و بیش از هر چیزی به سوی آن جلب می شویم» ورزش در حقیقت وسیله ای است که می تواند مردم را به کالاهای تولیدی شرکت ها و بنگاه های تجاری جلب کند. شرکت ها، سازمان ها و کسانی که ورزش را کنترل و حمایت می کنند در توسعه و تعمیم آن می کوشند، در جستجوی راه هایی برای دستیابی به بازارهای جهانی هستند که بتوانند کالاها و فراورده های خود را به جهانیان معرفی کنند. برای مثال، شرکت کوکاکولا و میتسوبیshi، جنرال موتور و فورد را آمریکا به خاطر جلب توجه جهانیان به کالاهای خود از ورزش های تجاری حمایت می کنند. کواکلی (۱۹۹۸) گزارش می دهد که بیش از دویست شرکت بزرگ که در دنیا فعالیت های اقتصادی می کنند اکنون بخش وسیعی از فعالیت های تبلیغی خود را از طریق ورزش انجام می دهند. برای مثال، شرکت کوکاکولا با پرداخت پانصد میلیون دلار به کمیته

^۱ - David Guterson

بین‌المللی المپیک در طول بازی‌های المپیک آتلانتا در سال ۱۹۹۶ فعالیت‌های وسیعی در زمینه تجارت دنبال کرد. همین شرکت برای بازی‌های المپیک سیدنی در سال ۲۰۰۰ هشت‌صد و پنجاه میلیون دلار با مسئولان برگزاری مسابقات به توافق رسیدند.

۲. بنگاه‌های تجاری و شرکت‌های بزرگ بین‌المللی در زمینه تولید و تجارت لوازم و تجهیزات ورزشی مانند آدیداس، پوما، یونیکس، استار و گلدکاپ با نفوذ در ساختار سازمان‌های بین‌المللی ورزش مثل کمیته بین‌المللی المپیک و فدراسیون‌های جهانی از آن‌ها استفاده می‌کنند. این شرکت‌ها با بستن قرارداد با سازمان‌های جهانی ورزش و پرداخت وجوه کلان به آن‌ها زمینه فروش محصولات خود در سراسر دنیا را فراهم می‌کنند. حمایت سازمان‌های جهانی ورزش از چنین شرکت‌هایی خود عامل مهمی در تجارت فراورده‌ها و کالاهای ورزشی این شرکت‌ها است.

۳. تشکیل لیگ‌های معتبر حرفه‌ای، اندیشه «لیگ گرایی»^۱ اکنون بسیاری از فعالیت‌های ورزشی در سراسر دنیا را به خود مشغول کرده است. لیگ‌های معتبر در رشته‌های مختلف، ورزش را تبدیل به یک تفریح همگانی کرده است. پیشرفت و توسعه ورزش در همه ابعاد آن یعنی (قهرمانی، تفریحی) بستگی به سازمان‌دهی خوب و مناسب لیگ‌های ورزشی دارد. بازیکنان تیم‌های ملی در هر کشور از بازیکنان لیگ‌ها انتخاب می‌شوند. بسیاری از تیم‌های ورزشی در انتخاب و گزینش بازیکنان مرزهای ملی را در هم نوردیده و ورزشکاران ممتاز و نخبه کشورها را به استخدام خود در می‌آورند. در حقیقت تجارت بازیکن در لیگ‌های ورزشی امری رایج شده است. خرید و فروش بازیکنان ورزشی علاوه بر منافع مادی و کسب درآمدهای هنگفت زمینه را برای فروش پخش تلویزیون و ماهواره‌ای مسابقات و رویدادهای ورزشی و سایر محصولات ورزشی فراهم می‌آورد. (نادریان، ۱۳۸۹).

۱- League Think

بخش پنجم: ورزش به عنوان یک پدیده اقتصادی

در چند دهه اخیر کمتر کسی تصور می کرد که ورزش به صورت یک کالا یا محصول تجاری در سیستم اقتصادی جامعه نقش مؤثری داشته باشد. در گذشته آنچه از ورزش برای جامعه مطرح بود بیشتر نقش تفریحی و تفریحی آن مورد توجه بود؛ به عبارت دیگر ورزش بیشتر به صورت غیر حرفه ای و آماتور انجام می شد و دولت ها نقش محدودی در برنامه ریزی، سازمان دهی و اجرای برنامه های ورزشی ایفا می کردند؛ اما امروزه در بسیاری از کشورها وضعیت به کلی تغییر پیدا کرده است. سازمان های تجاری و شرکت های اقتصادی وارد فعالیت و سرمایه گذاری در حوزه ورزش شده اند. آن ها برای انواع رشته ها و شکل های مختلف ورزش برنامه ریزی می کنند و دخالت دولت ها را در امر سرمایه گذاری به حداقل رسانده اند. به طوری که می توان ادعا کرد ورزش های تجاری هم اکنون محور فعالیت های ورزشی در جهان ورزش قرار گرفته است. امروزه از ورزش و رویدادهای ورزشی به عنوان راهی برای دریافت امتیازات و کسب منافع از طریق فروش بلیت، عواید حاصل از فروش حق پخش مسابقات با رسانه های گروهی به ویژه تلویزیون و کسب درآمد از طریق ارائه خدمات جنبی در ورزشگاه ها و در طول مسابقات ارزیابی می شود. شرکت های تجاری و مالکان تیم های ورزشی به منظور کسب درآمد بیشتر با شیوه های مختلف تبلیغی در برنامه ریزی و زمان بندی مسابقات و پوشش آن ها توسط رسانه ها تأثیرگذار بوده و نقش تعیین کننده ای دارند. شرکت های رسانه ای مالک بسیاری از تیم های ورزشی بوده و حمایت کننده اصلی مسابقات ورزشی در سطوح مختلف هستند. نام های شرکت های تولید کننده وسائل و تجهیزات اغلب تداعی کننده مسابقات معتبر ورزشی در جهان ورزش است. در واقع بسیاری از رشته های ورزشی چه به صورت قهرمانی و چه در شکل تفریحی هم اکنون به مثابه شرکت های بزرگ تجاری عمل می کنند و سرمایه گذاران خصوصی و صاحبان باشگاه ها آن ها را به بازاری تجاری و کسب درآمد برای سهامداران و حامیان و شرکت های سرمایه داری تبدیل کرده اند. تجارت در ورزش برای بسیاری از مردم به عنوان یک هدف اصلی در عرصه های ورزشی تبدیل شده است. شرکت های بین المللی و چندملیتی بزرگ در ورزش تشکیل شده و بازارهای تولید و تجارت لوازم و تجهیزات

ورزشی در بسیاری از کشورهای جهان را در اختیار و انحصار خود گرفته‌اند (نادریان - جهرمی، ۱۳۸۹).

بخش ششم: رسانه‌ها و ورزش تجارتي

رسانه‌ها به‌ویژه رسانه‌های تصویری مثل تلویزیون و روزنامه‌ها و تجارتي کردن ورزش موضوعی است که موردتوجه صاحبان و سهامداران رسانه‌ها و باشگاه‌های ورزشی قرار گرفته است. در حقیقت رسانه‌ها توسعه ورزش را به‌سوی تجارتي شدن تشدید کرده و تبلیغ می‌کنند. واقعیت این است که ارتباط میان ورزش تجارتي و رسانه‌ها یک ارتباط دوسویه است. این ارتباط در راستای کسب درآمد و سود بیشتر هم برای صاحبان رسانه‌ها و هم برای صاحبان و مدیران باشگاه‌ها مصداق دارد. تلویزیون با ارتباط با ورزش‌ها بر رشد خود و جلب محبوبیت بین جوانان و ورزش دوستان و مقبولیت اجتماعی ادامه می‌دهد. ورزش تجارتي نیز بسیاری از درآمدهای خود را مرهون رسانه‌های جمعی می‌داند. اکثر ورزش‌های تجارتي به‌منظور ادامه حیات خود به رسانه‌ها وابسته‌اند. در بعضی از کشورها تلویزیون منبع اصلی درآمد و سوددهی برای تعدادی از رشته‌های ورزشی است. شبکه‌های تلویزیونی برنامه مسابقات را تبلیغ و مبالغ زیادی را برای پخش مستقیم و زنده مسابقات ورزشی هزینه می‌کنند. امروزه درآمدی که تیم‌های ورزشی و باشگاه‌ها از بستن قرارداد با شبکه‌های تلویزیونی به دست می‌آورند خیلی بیشتر از سایر منابع درآمد باشگاه‌ها و سازمان‌های ورزشی است. به‌عنوان مثال NFL^۱ شصت درصد درآمد خود را در سال ۱۹۹۸ با انعقاد قراردادهای پخش تلویزیونی به دست آورد. باشگاه‌ها برای کسب منفعت بیشتر در تلویزیون در فهرست مسابقات و زمان‌بندی مسابقات تغییراتی انجام می‌دهند. این موضوع صرفاً برای جذب تماشاچیان بیشتر و بینندگان تلویزیونی زیادتر انجام می‌شود. حتی زمانی که مسابقات لیگ تعطیل است باشگاه‌ها با برگزاری مسابقات چندجانبه سعی می‌کنند تماشاچیان را به ورزشگاه‌ها بکشانند (نادریان جهرمی، ۱۳۸۹). رسانه‌ها مهم‌ترین اثرگذاری را روی توسعه ورزش مدرن داشته‌اند. وضعیت جهانی ورزش با پوشش رسانه‌ای شهرت

۱ - National Football League

جهانی پیدا کرده است (برنشتاین، ۲۰۰۰؛ جلیانوتی و رابرتسون، ۲۰۰۴). از این بابت مسابقات جام جهانی فوتبال و بازی های المپیک مثال های خوبی هستند. جام جهانی فوتبال برای اولین بار در سال ۱۹۵۴ و بازی های المپیک تابستانی در سال ۱۹۶۰ در تلویزیون نمایش داده شدند. بر این اساس بازی های المپیک تابستانی در کنار جام جهانی فوتبال به عنوان یکی از مشهورترین فستیوال های ورزشی برتر می باشند (کرک و همکاران، ۲۰۰۸). هر دو رویدادهای ورزشی جهانی واقعاً برای عموم و حق پخش سازمان ها و شرکت های تجاری جذابند. المپیک ۲۰۰۴ آتن تمام انتظاراتی را که از حق پخش وجود داشت را با ۳/۹ میلیارد نفر که به پوشش تلویزیونی رویداد دسترسی داشتند پشت سر گذاشت. (جلیانوتی و رابرتسون، ۲۰۰۴).

بخش هفتم: ورزش و تسهیل توسعه اقتصادی و اجتماعی

از اوایل دهه ۱۹۸۰ میلادی حکومت ها در ورزش ورود کردند تا از این طریق یک شکل خاصی از توسعه اقتصاد شهری را تسهیل کنند. مسئولین شهری و حکومتی میلیون ها دلار هزینه می کنند تا میزبانی رویدادهای بزرگ ورزشی همچون بازی های المپیک، جام جهانی فوتبال و دیگر رقابت های بزرگ بین المللی را کسب کنند. با اخذ میزبانی رویدادهای ورزشی و با ساخت اماکن و استادیوم های ورزشی و با رونق دادن اقتصاد شهر، یک حرکت اقتصادی عظیمی در کشور ایجاد خواهد شد. استفاده از ورزش یک روش مؤثر برای ایجاد حمایت عمومی برای این نوع از پروژه های اقتصادی هستند. بازی های المپیک ابزاری برای بازسازی شهر است. همچنین بسیاری از دولت مردان معتقدند ورزش باعث به وجود آمدن دسته های اجتماعی می شود که این گروه ها و دسته های اجتماعی حاصل شده از فضای ورزشی نشاط و شادی خاصی را به جامعه منتقل می کنند که این امر در طولانی مدت باعث توسعه اقتصادی و اجتماعی خواهد شد (دوستی، گودرزی، اسدی و خیری، ۱۳۹۱). امروز به دلیل ارزش بزرگ تبلیغاتی و برد جهانی ورزش، برگزاری مسابقات جهانی برای کشور و منطقه میزبان منافع بزرگ اقتصادی از طریق ورود توریسم، آگهی های تبلیغاتی تجاری، ورود اسپانسر ها به صحنه

ورزش و غیره در بردارد. چادریک^۱ استاد رشته استراتژی تجاری ورزش و بازاریابی در دانشگاه کاوتتری مجموع درآمد ناشی از بازی‌های یورو ۲۰۰۸ را ۱/۸ میلیارد یورو برآورد کرده است. همچنین طبق اطلاعات موجود فروش شرکت آدیداس که اسپانسر جام جهانی ۲۰۰۶ بود در زمان بازی‌ها ۳۶٪ افزایش یافت (ملکوئیان، ۱۳۸۷).

بخش هشتم: ورزش و روند جهانی شدن فرهنگ

فرهنگ هر جامعه‌ای متعلق به آن جامعه است، اما امروزه پیشرفت شگفت‌انگیز و همه‌جانبه وسایل ارتباطی سبب تداخل و تعامل فرهنگ‌ها شده است. ورود رسانه‌های همگانی اعم از صوتی و تصویری و مجلات و روزنامه‌ها به متن زندگی مردم و تأثیرات فراوانی که بر زندگی اجتماعی و فردی می‌گذارند. از یک طرف و عوامل دیگری همچون صنعت جهانگردی، ازدیاد وسایل ترابری، همایش‌ها، برگزاری مداوم و مستمر بازی‌ها و مسابقات ورزشی در سطح بین‌المللی و غیره باعث شده که نوعی یگانگی و هم‌شکلی به اجتماعات بشری بخشیده شود و مردمی که به تبعیت از موقعیتی که در آن قرار دارند به‌دلخواه یا به‌ناچار هم‌سویی فرهنگی را پذیرفته یا در آن قرار گرفته‌اند و این روندی است که در آینده تشدید خواهد شد. فرهنگ عصاره زندگی اجتماعی است و در تمام افکار، امیال، الفاظ و فعالیت‌های انسان منعکس می‌شود. فعالیت ورزشی که در قالب رشته‌های مختلف ورزشی ارائه می‌شوند، می‌توانند هم بر مبنای آداب و رسوم و فرهنگ جامعه انجام گیرد و یا مستقل از فرهنگ جامعه کارکرد فردی و اجتماعی داشته باشند. عقیده برخی از صاحب‌نظران بر این است که آن دسته از رشته‌های ورزشی به‌ویژه ورزش‌های قهرمانی که در تمام جهان به‌صورت مشابه اجرا می‌شود کمتر تحت تأثیر فرهنگ و آداب رسوم جوامع قرار می‌گیرد. این افراد معتقدند که باوجود این قوانین و مقررات بین‌المللی و جهانی ورزشکاران و سازمان‌های ورزشی ملزم به اجرای کامل آن هستند. این گونه ورزش‌ها به‌صورت مستقل از فرهنگ‌های قومی و محلی در جامعه اجرا می‌شوند و این افراد هستند که باید خود را با اصول و معیارهای پذیرفته‌شده بین‌المللی در ورزش تطبیق دهند. گروهی

۱ - Simon Chadrik

از متخصصان اعتقاد دارند که هر فعالیت ورزشی که توسط افراد انجام می‌شود دارای کارکرد و اثرات مخصوص به خود است که نشأت گرفته از انگیزه‌ها و اهداف و نیازهای فردی بوده که این خود نیز ریشه در شیوه‌های زندگی اجتماعی و برداشت او از دنیای واقعی و جامعه دارد؛ بنابراین بسیاری از فعالیت‌های ورزشی چه ورزش‌های قهرمانی و چه ورزش‌های تفریحی و یا بازی‌های آموزشی به‌نوعی ریشه در آداب و رسوم و فرهنگ جامعه خواهند داشت. لذا نمی‌توان شرایط فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی جوامع در اجرای برنامه‌های ورزشی را نادیده گرفت. از نظر فرهنگی، ورزش مدرن موجب یک مطالعه غنی از فرآیندهای جهانی‌شدن می‌شود. برای مثال بازی فوتبال یک نسبت قانع‌کننده از هویت‌های اجتماعی را در کنار چارچوب‌های اجتماعی و سیاسی محکم افزایش می‌دهد. از لحاظ تاریخی، فوتبال به‌عنوان یک شکل فرهنگی دست‌خوش جنبه‌های مختلف جهانی‌شدن، از قبیل یک عدم پذیرش یا تغییر در برخی از جوامع و یک توسعه رایج‌تر از هویت‌های بسیار خاص در میان شرکت‌کنندگان می‌باشد. انبوه فرآیندهای فراملی در فوتبال از طریق شدت مهاجرت و مدرن سازی پیشرفته افزایش یافته است. اکثر باشگاه‌های فوتبال ارتباط متقابلی با سایر ملت‌ها از طریق استخدام و مهاجرت بازیکنان و همچنین بازار جهانی بازیکنان و جذب طرفداران خارجی دارند (جیلیانوتی و رابرتسون، ۲۰۰۷). در نتیجه ورزش یکی از محبوب‌ترین شکل‌های فرهنگی شبکه‌های جهانی است. دبیر کل سازمان ملل متحد بر این دیدگاه تأکید می‌کند که فوتبال جهانی‌تر از سازمان ملل می‌باشد و آن‌که جام جهانی فوتبال خانواده‌ای از ملت‌ها و مردم را با یکدیگر در جشنی مشترک در بین بشریت به وجود می‌آورد که کمترین رویداد فرهنگی دیگری توان برابری با آن را دارد (جیلیانوتی و رابرتسون، ۲۰۰۷؛ اسمارت ۲۰۰۷).

بخش نهم: مهاجرت جهانی ورزشکاران

هنگامی که تاریخ بشر را در خصوص مهاجرت بررسی می‌کنیم به مثال‌های زیادی از مهاجرت نیروی کار به صورت داوطلبانه و هم به صورت اجباری برخوردیم. جوامع صنعتی برای تولیدات توسعه اقتصادی نیاز به نیروی کار تولیدی داشته‌اند. اکنون که اقتصاد فرآیند

جهانی شدن را پیموده و در حقیقت جهانی شده است. الگوی مهاجرت نیروی کار مؤثر بین کشورها افزایش یافته است (مگ یور، ۱۹۹۶). موضوع مهاجرت نیز در ورزش همانند سایر مشاغل مصداق دارد. ورزشکاران اغلب هنگامی که شرایط استخدام به یک تیم ورزشی بهتر و بالاتر درآیند، از شهر یا کشور خود مهاجرت می کنند و همین طور ممکن است از یک تیم به تیم و یا شهر دیگر برای بازی مهاجرت کنند. مگ یور و بال^۱ در کتاب «استعدادهای ورزشکاران مهاجر» (۱۹۹۴) اشاره کرده اند، ورزشکاران از یک ناحیه و یا یک منطقه دیگر در درون یک کشور اقدام به مهاجرت می کنند و این مهاجرت تا سطح بین المللی و از یک کشور به کشور دیگر ادامه می یابد. آمارها نشان می دهد که مهاجرت ورزشکاران روزبه روز در حال افزایش است. امروزه مهاجرت ورزشکاران به صورت یک تجارت سودآور در سطح منطقه ای و بین المللی در آمده است. در بسیاری از مواقع مهاجرت ورزشکاران مستعد اغلب به وسیله دولت ها حمایت شده و در برخی مواقع نیز تحت فشار قرار می گیرند (مگ یور، ۱۹۹۶). برای مثال بسیاری از کشورهای آمریکای لاتین مثل برزیل و آرژانتین از مهاجرت ورزشکاران نه تنها حمایت کرده بلکه قوانین حمایتی نیز به تصویب می رسانند. به همین سبب تعداد ورزشکارانی که از این کشورها اقدام به مهاجرت به سایر کشورها می کنند رو به افزایش است. تیم های ورزشی و صاحبان باشگاه ها نیز از استخدام بازیکنان کشورها نیز استقبال می کنند؛ زیرا علاوه بر اینکه سطح کیفی مسابقات ورزشی را بالا می برند درآمد مالی زیادی نیز کسب می کنند. امروزه تیم های ورزشی در کشورهای اروپایی در بسیاری از رشته های ورزشی مانند فوتبال، والیبال و بسکتبال اقدام به استخدام ورزشکاران مهاجر از کشورهای آمریکای لاتین، آفریقا و آسیا می کنند. اتحادیه فوتبال اروپا درهای مهاجرت به روی ورزشکاران از تمام کشورها را کاملاً باز گذاشته است. در حقیقت نوعی مهاجرت جهانی در اروپا شکل گرفته است. تعداد بازیکنان مهاجر لیگ های حرفه ای فوتبال، والیبال و بسکتبال در ایتالیا، اسپانیا، فرانسه و آلمان بیش از دو برابر بازیکنان داخلی است. در ایران برخی از تیم های ورزشی مانند فوتبال، بسکتبال، والیبال، کشتی و تنیس روی میز حتی در شهرهای کوچک اقدام به

^۱ -Magure & Jan Ball

استخدام ورزشکاران خارجی کرده‌اند. لذا کمتر تیمی را می‌توان یافت که یک یا چند بازیکن از سایر کشورها به عضویت نداشته باشد. حتی مهاجرینی هستند که تابعیت کشور مورد علاقه خود را پذیرفته و به عضویت تیم‌های ملی آن کشورها در می‌آیند. این مسئله شاید در گذشته چندان رایج نبوده، ولی امروزه چنین سیاست‌هایی به صورت کاملاً عادی تلقی می‌شود. تاریخ ورزش در چند دهه گذشته شاهد چنین حوادثی بوده است. این موضوع پس از مطرح شدن تجارت جهانی رو به افزایش است (مگ یور، ۱۹۹۶).

بخش دهم: جهانی شدن ورزش و تابعیت سیاسی بازیکنان

جهانی شدن برای توزیع برخی مشکلات رخ داده در زمینه ورزش مورد انتقاد واقع شده است. برای مثال، قبول تابعیت سیاسی در کشورهای خلیج و حامیانی که از تابعیت سیاسی دفاع می‌کنند مورد انتقادند. آن‌ها با اعطای تابعیت به ورزشکاران خارجی، برای دستیابی به نتایج بالاتر و وجهه جهانی بهتر این کشورها در رویدادهای بین‌المللی کمک می‌کنند. برای مثال بیشتر مدال‌های المپیک در رشته‌های ورزشی انفرادی به وسیله ورزشکاران تابعیت گرفته خارجی به دست می‌آید که نشان می‌دهد اعطای تابعیت سیاسی فقط در ورزش‌های انفرادی موفقیت‌آمیز بوده است (البوصافی و بنافا، ۲۰۱۲). با وجود این نتایج، هنوز فقدان یک حامی عام وجود دارد. الحربی (۲۰۱۲) بیان می‌کند که مردم قطر (برای مثال) از قهرمانی هم‌وطن خود، قهرمان دوی ۱۰۰ متر آسیا، طلال منصور که اصالتاً قطری است بیشتر احساس غرور می‌کنند تا قهرمانی صیف شاهین قهرمان ۳۰۰۰ متر اسب‌دوانی که اصالتاً کنیایی است. با این حال، گروهی وجود دارد که دیدگاهی میانه و جایگزین درباره اعطای تابعیت به ورزشکاران خارجی در کشورهای خلیج ارائه می‌دهند. آن‌ها استدلال می‌کنند که فرآیند اعطای تابعیت باید شکلی روشن و معیاری برای حمایت از حقوق هر دو طرف داشته باشد. برای مثال، ورزشکاران باید حداقل از دو سال قبل در کشور تابعیت دهنده زندگی کرده باشند؛ بنابراین آن‌ها می‌توانند فرهنگ آن کشور را کسب کنند. این شرایط در قطر و بحرین وجود ندارد. برای مثال، دونده بحرینی مریم یوسف قهرمان جهان در ۱۵۰۰ متر دومیدانی (با نام اتیوپیایی Azenibic Koto Cola)

که از قبل برای ملیت سوئسی اقدام کرده بود به دلیل اینکه به اندازه کافی برای دستیابی به ملیت سوئسی در کشور سوئیس زندگی نکرده بود درخواست او پذیرفته نشد. او پس از گرفتن ملیت بحرینی به نمایندگی از کشور بحرین در رویدادهای ورزشی شرکت کرد. به هر حال، او به وسیله مردم مورد توجه قرار نمی‌گیرد که او مدلی مناسب برای دختران مسلمان باشد (الانصاری، ۲۰۱۱). داستان مریم مثالی برای نشان دادن فرآیند اعطای تابعیت ورزشی در کشورهای خلیج بود (سعود، ۲۰۱۲). این مشکل در اثر فقدان توجه کشورها به توسعه استعداد های ملی خود اجتناب‌ناپذیر خواهد بود.

بخش یازدهم: ورزش، ایجاد صلح و دوستی و درک متقابل بین‌المللی

اکثر مردم اعتقاد دارند که ورزش نقش‌ها و کارکردهای مهمی را در روابط بین‌المللی و صلح جهانی ایفا می‌کند. دستیابی به صلح و دوستی میان ملت‌ها مدت‌های طولانی است که در ورزش‌های جهانی بر آن تأکید می‌شود. جای امیدواری است که ورزش بتواند بر اساس نظرات و آرمان‌های دوکوبرتن بنیان‌گذار المپیک نوین پایگاه مستحکمی برای ترویج صلح و دوستی و برابری میان ملت‌ها باشد. دستیابی به صلح و دوستی بین ملت‌ها از طریق ورزش به وسیله پیر دوکوبرتن بنیان‌گذار المپیک نوین در سال ۱۸۹۶ مطرح شد. در طول یک قرن افراد بسیاری این اهداف را دنبال کردند. این افراد امیدوار بودند که ورزش بتواند:

۱. خطوط ارتباطی بازی را بین رهبران مردم با قومیت‌های مختلف ایجاد کند.
۲. علاقه‌مندی‌ها و نگرش‌های بین مردم را با فرهنگ‌ها و قومیت‌های مختلف برجسته کند.
۳. نمایش روابط بین‌المللی دوستانه بین کشورها
۴. پرورش درک فرهنگی و حذف استفاده کلیشه‌ای ملی
۵. ایجاد یک مدل و الگوی جهانی برای روابط فرهنگی، اقتصادی و سیاسی.

۶. کاهش شکاف بین ملت‌های غنی و فقیر با یک مدیریت مؤثر جهانی از طریق ورزش.

ورزش مهم‌تر از رقابت بوده، درک متقابل را بهبود می‌دهد. پلی بین جوامع در حال نزاع و کشمکش می‌باشد. با تبعیضات مبارزه کرده، آگاهی و شناخت در مورد حقوق زنان را افزایش می‌دهد. ورزش باعث ایجاد عزت‌نفس و مهارت‌های درون شخصی به‌ویژه در زنان و افراد جوان می‌شود. شرکت در ورزش حق هر انسانی است که باید بدون هیچ مانعی از آن لذت ببرد. همان‌گونه که بچه از بازی کردن لذت می‌برد. بیشتر از آن ورزش یک زبان جهانی است و یک نقش تسهیل‌کننده و واسطه‌ای در جامعه امروزی بازی می‌کند. ورزش سطح کیفیت و رفاه را بهبود می‌دهد. از طریق ورزش هر فردی دیدگاه‌های خود را بهتر می‌تواند به اشتراک بگذارد. همانند خود بازی‌های المپیک اثر نتایج ورزش ماورای مرزها، مذهب، فرهنگ، زبان و سیاست و ارزش‌های آن می‌تواند به یک دستاورد متفاوت و الهام‌بخش که باعث به وجود آمدن یک جامعه مصالحه طلب که به حقوق طبیعی انسان خدمت می‌کند منجر شود (راگ^۱، ۲۰۰۷). ورزش چه به‌صورت تیمی و چه به‌صورت انفرادی ابزاری قدرتمند برای توسعه صلح در جهان می‌باشد. به‌طوری که در سال‌های اخیر طیف گسترده‌ای از سازمان‌ها (به‌ویژه سازمان‌های غیردولتی) از ورزش به‌عنوان ابزاری برای ایجاد صلح استفاده کرده‌اند (جیلیانوتی^۲، ۲۰۱۰). نگرش به رابطه ورزش و ترویج درک بین‌المللی نیز در چندین و چند مورد و عامل مختلف مورد تأکید قرار گرفته است. برخی نویسندگان به اثرات مثبت بدیهی ورزش توجه کرده‌اند و می‌گویند ورزش با توجه به ماهیت آن بهترین سلاح در حل کشمکش برای صلح در روی زمین است. برخی دیگر اصول بازی جوان مردانه در ورزش را بارها مورد توجه و تأکید قرار داده‌اند. با توجه به درک بین‌المللی بحث‌های فراوانی بر نمایش منسجم و صلح‌آمیز ورزش بین‌المللی وجود دارد، یک نمونه از آن این است که در منشور بین‌المللی تربیت‌بدنی و ورزش در اجلاس عمومی یونسکو در سال ۱۹۷۶ به تصویب رسید. مردم از طریق همکاری و پیگیری منافع

۱ - Jacques Rogge

۲ - Giulianotti

متقابل در زبان جهانی تربیت‌بدنی و ورزش به حفظ صلح پایدار، احترام و دوستی متقابل کمک خواهند کرد؛ بنابراین یک جو خوشایند برای حل مشکلات بین‌المللی ایجاد خواهد شد (هایتانن و واریس، ۱۹۸۴).

نتیجه‌گیری

در نتیجه‌گیری پایانی این مقاله فهمیدیم پدیده جهانی‌شدن یکی از بحث‌انگیزترین موضوعات فراروی کشورها در عصر کنونی است که در مورد آن اختلاف‌نظرهای بسیاری وجود دارد و بررسی آثار و پیامدهای گسترده این فرآیند بر ابعاد مختلف حیات انسانی ازجمله آثار سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی آن توجه خاص اندیشمندان، سیاستمداران، اقتصاددانان و متولیان فرهنگی جهان را به خود جلب کرده است. جهانی‌شدن صرفاً یک پدیده اقتصادی نیست بلکه پدیده‌ای اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و تکنولوژیکی است و مستلزم همگرایی کلیه اهداف عالی در حوزه‌های علمی، فناوری، فرهنگی و تجاری و غیره می‌باشد تا بتوان با استفاده از فرصت‌های مناسب امکانات بالقوه کشور را به بالفعل تبدیل کرد. یکی از حوزه‌هایی که جهانی‌شدن در آن نمود پررنگی داشته و شاید به توان گفت از طریق آن توانسته خود را بیشتر به جهانیان معرفی و شناسایی کند حوزه ورزش می‌باشد. این در حالی است که ورزش و سازمان‌های بین‌المللی ورزش فرآیند جهانی‌شدن را بیشتر و بهتر از سازمان‌های بین‌المللی پیموده‌اند به‌طوری‌که تعداد اعضای فیفا و کمیته بین‌المللی المپیک از تعداد اعضای سازمان ملل و دیگر سازمان‌های بین‌المللی بیشتر می‌باشد. امروزه ورزش به یک پدیده جهانی تبدیل شده و یکی از صنایع بزرگ و مهم در دنیاست تا جایی که ۲/۵ درصد تجارت جهانی را به خود اختصاص داده است. عصر حاضر عصر تغییرات و دگرگونی‌هاست و در هیچ عصری امواج دگرگونی‌ها تا این حد خروشان نبوده و زندگی بشر تا این حد ناپایدار و دست‌خوش تحولات پی‌درپی نبوده است. طی روند جهانی‌شدن در ۴۰ سال گذشته رشد تجارت جهانی کالا و خدمات همواره بیشتر از تولید جهانی بوده است. یعنی حدود ۲۰ درصد کل تولید جهانی صادر شده است و ارزش این صادرات هفت تریلیون

دلار یا چیزی حدود ۲۳ درصد ارزش تولید جهانی بوده است که کشورهای در حال توسعه ۳۰ درصد صادرات جهانی را به خود اختصاص داده اند. کشور ایران با توجه به اتکای بیش از اندازه به صادرات نفتی، توجه خود را از توان های بالقوه تولیدی داخلی سلب کرده و این باعث از دست رفتن توان رقابتی اش در بازارهای جهانی در کالاهای غیرنفتی شده است و به خصوص انزوای سیاسی کنونی و تحریم های آمریکا داغی مضاعف بر این سهل انگاری مسئولان زده که این ها موجب آسیب پذیر شدن شدید بخش غیرنفتی در داخل کشور گشته است. تمام این موارد، دست به دست هم داده و اقتصاد کشور را به یک اقتصاد منزوی و بسته مبدل کرده و در حقیقت رتبه بد کنونی ایران از لحاظ جهانی شدن تماماً ناشی از این عوامل است. لازم به ذکر است سرزمین ما علی رغم بهره مندی از استعداد های سرشار تاریخی، فرهنگی، بومی و محلی، اقتصادی، انسانی و فیزیکی جایگاه درخور توجهی در ورزش بین المللی نتوانسته کسب کند. این در حالی است که به نظر می رسد با توجه به تجربیات به دست آمده در سایر کشورها، توسعه این صنعت می تواند نقش مهمی در تحقق آرزوی دیرپای مردم و مسئولین کشور در رهایی اقتصاد ملی از وابستگی به درآمدهای نفتی داشته باشد. ایران می بایست برای توسعه صنعت ورزش از فرصت ها جهت به سود رساندن آن ها استفاده کند. ایران در عین حال که لازم است ارتباطات جهانی خود را به منظور بهره برداری از دانش و امکانات سازمان های جهانی گسترش دهد و فرصت ها و هدف های مناسب را شناسایی و با همکاری های شبکه ای، اهداف اقتصادی توسعه ای خود را دنبال کند، همچنین لازم است از هم اکنون به بررسی تأثیرات مثبت و منفی فرآیند جهانی شدن، هویت، فرهنگ و ارزش های خود بپردازد. از جمله اقداماتی که باید در این زمینه صورت بپذیرد کمک به بهبود و تسهیل ایجاد زیرساخت های مورد نیاز ورزش در جامعه امروز و آینده آن است. دنیای ورزش جهانی شده امروز در کشورهای توسعه یافته فواید خصوصی سازی را به روشنی نمایان کرده، پس جای شکی نیست که زمینه این امر در ورزش ایران نیز باید فراهم شود. برای بهره مندی از مزایای کامل اقتصادی ورزش که در برگزاری رویدادهای ورزشی بزرگ مانند جام جهانی فوتبال و مسابقات المپیک بهتر نمود داده می شود. بایستی زمینه لازم را از هر نظر

برای این امر مهم که لازمه اش فراهم نمودن زیرساخت های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، ارتباطی، حمل و نقل هوایی و شهری، خدمات اقامتی، گردشگری، امنیتی و غیره است را مهیا نمود. نهایتاً بر اساس مطالعات، بررسی ها و نتایج مقاله حاضر به مدیران، مسئولان، کارشناسان برنامه ریزان کشور در امر ورزش و جهانی شدن توصیه می شود برای توسعه و پیشرفت کشور به پیشنهادهای برآمده از این مقاله که به شرح زیر آمده است پردازند:

- ✓ پیشنهاد می شود که مدیران، مسئولان، سیاست گذاران و برنامه ریزان کشور جهانی شدن را به عنوان یک هدف اصلی در برنامه بلندمدت برای توسعه و پیشرفت کشور در نظر بگیرند.
- ✓ پیشنهاد می شود که مدیران، مسئولان، سیاست گذاران و برنامه ریزان برای توسعه بعد اقتصادی کشور به افزایش جذب سرمایه گذاری های (مستقیم و غیرمستقیم) خارجی و بین المللی بکوشند.
- ✓ پیشنهاد می شود که مدیران، مسئولان، سیاست گذاران و برنامه ریزان کشور در ایجاد زمینه ای برای صنعتی شدن کشور برنامه ریزی کرده، زمینه ها و شرایط لازم را برای صنعتی شدن از طریق ورزش کشور را فراهم آورند.
- ✓ پیشنهاد می شود که مدیران، مسئولان، سیاست گذاران و برنامه ریزان کشور برای توسعه بعد اجتماعی کشور به گسترش و توسعه بیشتر در صنعت گردشگری و گردشگری ورزشی کشور پردازند.
- ✓ پیشنهاد می شود که مدیران، مسئولان، سیاست گذاران و برنامه ریزان کشور برای تسهیل بعد اجتماعی کشور برای گسترش تحقق عدالت و امنیت اجتماعی تلاش لازم را با استفاده از ورزش انجام دهند.

- ✓ پیشنهاد می شود که مدیران، مسئولان، سیاست گذاران و برنامه ریزان برای تسهیل بعد اجتماعی کشور با گرفتن میزبانی های ورزشی بین المللی متفاوت بیشتر به افزایش ثبات سیاسی کشور بپردازند.
- ✓ پیشنهاد می شود که مدیران، مسئولان، سیاست گذاران و برنامه ریزان برای تسهیل بعد سیاسی کشور به گسترش فعالیت و همکاری با سازمان های بشردوستانه و حقوق بشر در کشور از طریق ورزش بپردازند.
- ✓ پیشنهاد می شود که مدیران، مسئولان، سیاست گذاران و برنامه ریزان برای تسهیل بعد سیاسی کشور از طریق ورزش گسترش دیپلماسی و تعامل با سایر کشورهای جهان را بیشتر فراهم کنند.
- ✓ پیشنهاد می شود که مدیران، مسئولان، سیاست گذاران و برنامه ریزان ورزشی برای توسعه بعد اجتماعی کشور به گسترش و ترویج ارتقاء کیفیت و سبک زندگی از طریق ورزش بپردازند.
- ✓ پیشنهاد می شود که مدیران، مسئولان، سیاست گذاران و برنامه ریزان برای توسعه بعد فرهنگی کشور به ارتقاء هویت ملی با استفاده از ورزش در سطح جهان بپردازند.
- ✓ پیشنهاد می شود که مدیران، مسئولان، سیاست گذاران و برنامه ریزان ورزشی کشور به جذب حامیان بین المللی برای ورزش کشور بپردازند.
- ✓ پیشنهاد می شود که مدیران، مسئولان، سیاست گذاران و برنامه ریزان برای توسعه ورزش و پیشرفت کشور به کارآفرینی و اشتغال در ورزش بپردازند.

- جاسبی، عبدالله. (۱۳۸۱). کلیاتی پیرامون جهانی شدن (چاپ اول). تهران: دفتر فرهنگ مقاومت.
- حاجی هاشمی، سعید. (۱۳۸۴). توسعه و توسعه نیافتگی. تهران: گفتمان اندیشه معاصر.
- حبیبی، اکرم؛ فتحی، آذر و محمدبخش، بهمن. (۱۳۸۹). جهانی شدن و هویت های محلی و جهانی دانشجویان مطالعه موردی دانشگاه تبریز. فصلنامه تحقیقات فرهنگی، ۳(۲)، ۱۰۱-۱۲۱.
- حجازی، محمدحسن. (۱۳۹۷). جهانی شدن و دین (مجموعه مقالات) (چاپ اول). تهران: روزنه.
- دادگر، یدالله. (۱۳۷۹). جهانی شدن اقتصاد و موضع ما. هفته نامه عصر ما، ۲۳، ۱۵ و ۱۹ بهمن.
- دادگر، یدالله و ناجی میدانی، علی اکبر. (۱۳۹۵). شاخص های جهانی شدن ایران و موقعیت ایران. پژوهشنامه بازرگانی، ۲۹، ۱۰۳-۱۳۵.
- ریحانی، محمد. (۱۳۸۶). جهانی شدن مهم ترین تحول اجتماعی در آغاز هزاره سوم. پژوهشنامه، (۶۷)، ۱۰۳-۱۲۲.
- زمانی، هادی. (۱۳۸۴). فرصت ها و چالش های جهانی شدن. تهران: بال.
- سپهرنیا، رزیتا. (۱۳۸۷). بررسی نقش جهانی شدن در شکل گیری خاص گرائی های فرهنگی. مطالعات راهبردی جهانی شدن، ۲(۵)، ۱۴۴-۱۲۱.
- شاهنوشی، مجتبی و للری، سعیده. (۱۳۸۹). بررسی عوامل مؤثر بر نگرش جوانان به جهانی شدن فرهنگ (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد

- شوشتر). فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی - واحد شوشتر ۴(۸)، ۱۵۹-۱۷۲.
- شجاعی زند، علیرضا. (۱۳۸۲). جهانی شدن و دین (مجموعه مقالات). قم: دبیرخانه دین پژوهان کشور.
 - گرجی، ابراهیم و علیپوریان، اعظم. (۱۳۸۹). تأثیر جهانی شدن اقتصاد بر اشتغال ایران. دانش و توسعه، ۱۷(۳۲)، ۱۱۱-۱۲۷.
 - مجتبی، کوروش. (۱۳۸۱). ورزشکاران و گردشگران ورزشی حافظان محیط زیست. مجموعه مقالات اولین هم اندیشی سبز ورزشی. کمیته ملی المپیک. تهران.
 - محمدی، سردار و مظفری، سید امیر احمد. (۱۳۹۰). ارائه الگوی عوامل مرتبط با انتشار فناوری اطلاعات در سازمان های ورزشی ایران. مطالعات مدیریت ورزش، ۸(۱۰)، ۱۶۸-۱۴۷.
 - محمدی، سردار؛ ایزدی، بهزاد و صالحی، نسیم. (۱۳۹۱). نگرش مربیان تیم های ملی ایران نسبت به کاربرد علم و فناوری اطلاعات در ورزش. مدیریت ورزشی، ۱۵-۱۴۱-۱۲۳.
 - ملکوتیان، مصطفی. (۱۳۸۷). ورزش و سیاست. مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی، ۳۸(۲)، ۳۱۶-۳۰۱.
 - مؤسسه تحقیقات تدبیر اقتصاد. (۱۳۸۲). اندازه گیری شاخص های جهانی شدن. کتابخانه دانشگاه حکیم سبزواری.

ب) کتب و منابع لاتین

- Albrow, M. (۲۰۱۹). The Global Age: State and Society Beyond Modernity. Cambridge: Polity press.
- AL-Busafi, M & Banafa, A. M. A. (۲۰۱۳). Global trend sand Local needs – The trouble whit sport globlaization. European Scientific, ۸(۲۱), ۱۸۵.
- Alexander, C. (۲۰۱۸). Peace building though sport? An introduction to sport for development and peace. Coneflictology, ۴(۱), ۲۴-۳۳.
- Alli, A. Winter, G. and May, D. (۲۰۲۰). Globalization: its effects. International Business and Economics Research, ۶(۱): ۸۹-۹۶.
- Allison, L. (۲۰۰۵). The Global Politics of Sport: the Role of Global Institutions in Sport. London And New York: Psychology Press.
- Osborne, A.C. & Danielle S. C. (۲۰۱۷). Enthusiasts, invaders, and custodians: media haracterizations of foreign owners in Barclays premier league. Sport Communication, ۲, ۲۹۷-۳۱۸.
- Arishita, M.K. (۲۰۱۰). Rasicm in soccer: elmlnatlng socce rasicm and using sport as a vehicle for nationa change. Unpublished Doctoral Dissertation. Texas A&M University.

- Bigdely, M. Honari, H & Mollanoroozi, K. (۲۰۱۸). Effective digital technologies and new media on increasing the size of the sports audience. International Conference on Environmental, Biomedical and Biotechnology. Singapore.
- Cerny, P.G. (۱۹۹۷). Paradoxes of the competition state: The dynamics of political. Government and Opposition, ۳۲(۲), ۲۵۱-۲۷۴.
- Chatzigianni, E. E. (۲۰۲۱). The IOC as an international organization - Choregia. Sport Management, University of Peloponnese, Greece, ۲, (۱-۲).
- Clake, P. (۲۰۲۱). Citizenship a Reader. London: Pluto Press.
- Coakley, JJ. (۲۰۰۹). Sports in Society: Issues And Controversies In Sports In Society. London: McGraw-Hill: ۴۳۹-۷۰.
- Danaeefard, H. & Abbasi, T. (۲۰۰۷). Globalization And Global Innovations, The Systemic Dimension of Globalization. Slavka: InTech.
- Dibrell, C.C. & Thomas, R. M. (۲۰۰۲). Organization design: the continuing influence of information technology. Management Decision, ۴۰(۶), ۶۲۰-۶۲۷
- Elias, N.& Dunning, E. (۱۹۹۷). Quest For Excitement: Sport And leisure In The Civilizing Process. Oxford: Sport History, ۲(۱۴).



جهاد دانشگاهی



Academia.edu



TBBIN.com



CiteFactor



Symposia



JREF.IR



DRJI



CIVILICA



CONF PAPER



ESJI



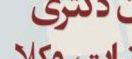
ICI WORLD OF JOURNALS



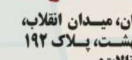
Bahamayah.com



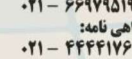
science alert



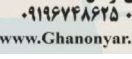
easyPapers



CONF



INDEX COPERNICUS



کنفرانس یاب

موسسه قانون یار

با همکاری مراکز علمی و دانشگاه های داخلی و خارج از کشور همچون مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی و نمایه مقالات در سایت sid.ir (دانشگاه بین المللی رهنورد/بلخ/افغانستان)
(موسسه بین المللی icsi world of journals/ورشو/لهستان)
(انجمن علمی بین المللی citefactor/citefactor/آریزونا)
برگزار می کند:

همایش ملی مطالعات حقوقی، علوم قضایی پژوهش های اجتماعی

۱۳ خرداد ۱۴۰۰ - تهران

داوری زود هنگام مقالات

استان تهران-موسسه قانون یار

محورهای همایش:

- * مقالات در گرایش های حقوق خصوصی، حقوق جزا
- حقوق عمومی، حقوق بین الملل، حقوق قضایی، فقهی و
- * مقالات در گرایش های علوم ثبتی و علوم اقتصادی و بانکی
- * مقالات در گرایش ها و موضوعات علوم اجتماعی و علوم تربیتی

روش های ارسال مقالات به همایش:

* ارسال فایل Word مقاله (به همراه شماره تماس) به ایمیل Phdsara@yahoo.com

* ارسال فایل Word مقاله به واتس آپ یا تگرام شماره ۰۹۱۰۰۶۳۶۰۰۲







ده تقدیس مخصوص همایش به همراه آتدقیرونامه برای ده مقاله برگزیده و برتر همایش بر اساس نظر سردبیر و هیأت داوران

جهت تقویت رزومه داوطلبان آزمون دکتری اساتید دانشگاه، قضات، وکلا

دبیرخانه: تهران، میدان انقلاب، خیابان اردبیهست، پلاک ۱۹۲
واحد پذیرش مقالات: ۰۲۱-۵۲۶۶۹۵۱۹
واحد صدور گواهی نامه: ۰۲۱-۴۴۴۴۱۷۶۴ و ۸۴
مشاور و راهنمای ارسال مقالات: ۰۹۱۹۶۷۴۸۶۲۵-۰۹۱۰۰۶۳۶۰۰۲

www.Chanonyar.ir www.Olomensani.ir