

سیاست‌گذاری قواعد و نهادهای ورزشی در عصر جهانی‌شدن و جامعه شبکه‌ای

عباس مصلی‌نژاد^۱

چکیده

جهانی‌شدن فرایندی است که طی آن، قواعد و نهادهای محلی، ملی و منطقه‌ای در فضای شبکه‌ای و جهانی قرار می‌گیرند. در این فرایند شاهد ظهور طیف گسترده‌ای از حوزه‌های تحول فرهنگ و کنش بازیگران هستیم که در فضای جهانی قرار گرفته و نقش خود را تحت‌تأثیر نهادهای فراملی ایفا می‌کنند. در سال‌های پایانی قرن ۲۰، مانوئل کاستلز مفهوم جامعه شبکه‌ای را در ارتباط با ساختار اقتصادی، اجتماعی، ورزشی و خانوادگی قرن ۲۱ به کار گرفت. ارزیابی‌های تاریخی و نهادی بیانگر این واقعیت است که اولین حوزه تحول نهادهای جهانی مربوط به عرصه‌های اقتصادی است. نهادهای سیاسی و امنیتی نیز به گونه تدریجی در فضای قواعد و سیاست‌های عمومی نظام جهانی قرار گرفتند. پرسش اصلی آن است که سیاست‌گذاری قواعد و نهادهای ورزشی در عصر جهانی‌شدن دارای چه ویژگی‌ها و فرایندی خواهد بود؟ فرضیه مقاله اشاره دارد که سیاست‌گذاری ورزشی در عصر جهانی‌شدن مبتنی بر عام‌گرایی قواعد و نهادهای ورزشی بوده و در فضای جامعه شبکه‌ای ایفای نقش می‌کند. در تبیین از «رهیافت جهانی‌شدن و سیاست‌گذاری نهادی شولت» استفاده می‌شود که معطوف به یکپارچه‌سازی الگوهای کنش و قواعد رفتاری بازیگران خواهد بود. روش پژوهش تحلیل داده‌ها و تحلیل محتوا می‌باشد.

واژگان کلیدی: سیاست‌گذاری ورزشی، جهانی‌شدن، عام‌گرایی قواعد و نهادها و جامعه شبکه‌ای

فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی • سال اول • شماره سوم • تابستان ۹۹ • صص ۵۶-۳۳

تاریخ دریافت مقاله: ۹۸/۱۱/۱۵ تاریخ پذیرش مقاله: ۹۹/۲/۱۷

۱. استاد دانشگاه تهران (mossalanejad@ut.ac.ir)

مقدمه

جهانی شدن تأثیر خود را در تمامی حوزه‌های اقتصادی، فرهنگی، ورزشی و اجتماعی به جا می‌گذارد. هدف اصلی جهانی شدن را باید در هماهنگ‌سازی قواعد و دستورالعمل‌هایی دانست که نقش نظام سرمایه‌داری و نهادهای فرادست در ساختار قدرت را ارتقا می‌دهد. نظام سرمایه‌داری توانست تأثیر خود را بر زندگی اجتماعی شهروندان به جا گذارد و از این طریق به کنترل هنجارها، الگوهای رفتاری، سلاقی و سازوکارهای رفتار گروه‌های شهروندی و نیروهای سیاسی مبادرت کند. اگرچه نظام سرمایه‌داری از قرن ۱۸ فرایند گسترش بازارهای جهانی را در دستور کار خود قرار داده بود، چنین فرایندی در اوایل قرن ۲۱ وارد عرصه ورزش و سیاست‌گذاری ورزشی شده است. نهادهای بین‌المللی ورزشی نه تنها تلاش دارند قواعد یکپارچه‌ساز را درباره موضوعات رقابتی نهادینه نمایند، بلکه درصدد هستند تا فرهنگ عام‌گرایی را در حوزه اجتماعی و هنجاری گسترش دهند. براساس چنین رویکردی می‌توان سیاست‌گذاری ورزش در عصر جهانی شدن را براساس قواعد جامعه شبکه‌ای تبیین کرد.

تحول جهانی شدن براساس توسعه اجتماعی، گسترش قابلیت تکنولوژیک و بهینه‌سازی فرایند تولید کالاهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی شکل گرفته است. ماهیت تحولات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی دوران‌های گذشته نظام سرمایه‌داری با آنچه که در پایان دهه دوم قرن ۲۱ شکل می‌گیرد، متفاوت خواهد بود. در سال‌های قرن نوزدهم نظام سرمایه‌داری تلاش داشت تا یکپارچه‌سازی قواعد را در حوزه تولید اقتصادی سازماندهی کند (Gilens, 2000:21). جهانی شدن دارای قواعد عام و فراگیر در تمامی حوزه‌های اجتماعی و اقتصادی خواهد بود. روند جهانی شدن از یک سو منجر به مقاومت و از سوی دیگر زمینه همبستگی هنجاری را به وجود آورده است. تجربه نقش‌یابی نظام سرمایه‌داری در اقتصاد و سیاست جهانی بیانگر آن است که موج‌های جهانی شدن ماهیت مرحله‌ای داشته و زمینه لازم برای یکپارچه‌سازی و عام‌گرایی نهادی و هنجاری را فراهم می‌سازد.

هرگونه عام‌گرایی نیازمند آن است که مقاومت‌های فراروی یکپارچه‌سازی هنجاری کنترل شود. گسترش عام‌گرایی را می‌توان در حوزه‌های ورزشی، فرهنگ اجتماعی و الگوی کنش خانوادگی تبیین نمود. عام‌گرایی در حوزه‌های اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و امنیتی می‌تواند آثار خود را در حوزه کنش ارتباطی بازیگران به‌جا گذارد. در چنین شرایطی، عرصه‌های ساختار داخلی کشورها باید از الگوی کنش متوازن در سیاست‌گذاری راهبردی استفاده کنند. بهره‌گیری از سازوکارهای تمایز منجر به نشانه‌هایی از ابهام در ادبیات، ذهنیت و الگوی رفتاری کارگزاران حوزه‌های مختلف می‌شود.

جهانی‌شدن در قرن بیستم از تنوع بیشتری برخوردار شد. نهادهای بین‌المللی توانستند موقعیت خود را ارتقا دهد و در فضای روابط بین‌دولتی از میزان اثرگذاری بیشتری برخوردار شوند. سیاست‌گذاری جهانی‌شدن در قرن بیستم، به‌طور عمده مربوط به هماهنگ‌سازی نهادهای حقوقی، امنیتی، سیاسی و اقتصادی بین‌المللی بوده است. در قرن ۲۱، روند جهانی‌شدن براساس سیاست‌گذاری هنجاری و سازماندهی نهادهای مکمل در حوزه فرهنگی و ورزشی گسترش بیشتری پیدا کرده است. نهادهای ورزشی و فرهنگی چندملیتی براساس قواعد به نسبت یکسان و مشترک به ایفای نقش سیاسی مبادرت نمودند (Alford & Hibbing, 2004: 715). در سال‌های دهه دوم قرن ۲۱، موج‌های کنترل اجتماعی از طریق حوزه‌های ارتباطی و شبکه اجتماعی ایجاد شد و تأثیر خود را بر تمامی نهادها، ساخت‌های ارتباطی و الگوی کنش حرفه‌ای به‌جا می‌گذارد. موضوع هویت تحت‌تأثیر فضای ارتباطی و کنترل نهادهای فراسرزمینی و فراساختاری قرار می‌گیرد. «هویت» می‌تواند عامل جدایی نیروهای اجتماعی، فرهنگی، جنسیتی و نژادی از یکدیگر باشد. سیاست‌گذاری جهانی‌شدن در راستای یکپارچه‌سازی نیروهای هویتی، حرفه‌ای، تکنولوژیک و هماهنگ‌سازی نشانه‌های اوقات فراغت تلقی می‌شود. شکل‌گیری «صنعت ورزش» به منزله یکی از حوزه‌های بسیار بنیادین برای یکپارچه‌سازی هنجاری دولت‌های ملی و عبور از تمایز تلقی می‌شود.

۱. فرایند تحول جهانی‌شدن؛ از یکپارچه‌سازی قواعد تا شبکه‌ای شدن حوزه عمومی

ورزش در عصر جهانی‌شدن از این جهت اهمیت ویژه‌ای پیدا کرده که نقش بسزایی در ایجاد هیجان اجتماعی ایفا می‌کند. ورزش حتی در عصر کرونا نقش محوری برای بسیج

گروه‌های اجتماعی، بازیابی هویت‌ها و نیروهای سیاسی خواهد داشت. هرگونه سیاست‌گذاری در حوزه ورزش باید تابعی از ضرورت‌های جهانی شدن اقتصاد و سیاست باشد. در غیر این صورت نمی‌توان نشانه‌هایی از همگونی کنش ارتباطی حوزه ورزش و اقتصاد را به دست آورد (Gigerenzer & Selton, 2002:65).

تحول نهادها و قالب‌های هنجاری جهانی شدن تابعی از دگرگونی‌های تکنولوژیک است. تغییر در اقتصاد جهانی در ادبیات و الگوی سیاسی شهروندان تأثیر می‌گذارد. حوزه ورزشی می‌تواند انتظارات جدیدی را برای گروه‌های اجتماعی، دولت‌ها و نهادهای حرفه‌ای به وجود آورد. تبیین مفهوم جهانی شده با ادبیات مختلفی در نظام اجتماعی، فرهنگی و دینی دوران‌های مختلف مورد توجه قرار گرفته است. بخش قابل توجهی از ادیان از مفاهیم جهان‌شمول برای تبیین رسالت خود بهره گرفته‌اند.

۱-۱. یکپارچه‌سازی قواعد اقتصادی در نظام سرمایه‌داری

موج اول جهانی شدن مربوط به یکپارچه‌سازی قواعد اقتصادی در نظام سرمایه‌داری بوده است. نظام سرمایه‌داری که در اوایل قرن ۱۶ ظهور پیدا کرد، براساس اهداف، مفاهیم، ابزارها و سازوکارهای جهانی شکل گرفته است. برخی از نظریه‌پردازان از جمله «امانوئل والرشتاین» موضوع مربوط به نظام جهانی را تبیین نموده و تلاش دارد شکل‌بندی‌های اقتصادی، سیاسی و راهبردی دوران‌های مختلف را براساس قواعد و الگوهای نظام جهانی تبیین کند. قواعد نظام جهانی تابعی از ضرورت‌های اقتصاد و سیاست جهانی خواهد بود. چنین قواعدی در تمامی حوزه‌ها از جمله ورزش اعمال می‌شود (Fung & Wright, 2003:115).

روندهای جهانی شدن به گونه‌ای بر اندیشه و کنش شهروندان اثر می‌گذارد که درک فرایندهای موجود بدون توجه به قالب‌های گفتمانی و شناخت نهادهای اقتصادی مرتبط با فرایند جهانی شدن امکان‌پذیر نیست. پیوند فرایندهای جهانی شدن با ضرورت‌های سیاست‌گذاری اقتصادی منجر به پیوند فناوری با ذهنیت، هویت و قالب‌های ادراکی شهروندان شده است. اقتصاد اطلاعاتی براساس چگونگی بهره‌گیری و رقابت میان شرکت‌ها و بنگاه‌های تجاری، مناطق و حوزه‌های اقتصادی و کشورها نیازمند دانش شبکه‌ای، بهره‌گیری از فناوری مدیریت و مدیریت فناورانه شده است.

۲-۱. موج دوم انقلاب فناورانه و شبکه‌ای شدن اقتصاد

به هنگام صحبت از نشانه‌های جامعه شبکه‌ای، مفهوم آن است که گزینه خاصی از نظام سیاسی و اقتصادی مؤثر در حال ظهور بوده که قادر خواهد بود هنجارها، قواعد و سازوکارهای کنش اجتماعی و انتخاب اقتصادی شهروندان و کشورهای مختلف را تحت تأثیر قرار دهد. اندیشه و ذهنیت ایجاد نظام جهانی دارای ریشه‌های تاریخی بوده، ولی از قرن ۱۸ با شکل‌گیری انقلاب صنعتی در انگلستان، زمینه برای ظهور گزینه‌های جدیدی از سازوکارهای اعمال قدرت براساس قواعد عمومی به وجود آمد.

موضوع جهانی‌شدن در سال‌های پایانی قرن ۱۹ مورد توجه قرار گرفت. موج دوم انقلاب تکنولوژیک یا فناورانه عامل اصلی تغییر در نگرش و مفاهیم جهانی شد. اختراع موتورهای درون‌سوز، الکترومغناطیس و کشتی‌هایی که سوخت آنها مواد نفتی بوده است، تحولی اساسی در نگرش نظریه‌پردازان به جا گذاشت. هر یک از فرایندهای یادشده بر اقتصاد سیاسی بین‌المللی تأثیر داشت. فرهنگ راهبردی کشورها از این جهت اهمیت دارد که می‌تواند زمینه لازم برای کنش متقابل بازیگران را در حوزه‌های اجتماعی، فرهنگی و ارتباطی از جمله ورزش به جا گذارد (Gerber, Donald, Green and Larimer, 2008: 40). جهانی‌شدن و جامعه شبکه‌ای، فرایند بسیار طولانی را سپری نموده تا زمینه نهادگرایی موضوعی و تخصصی را فراهم سازد. به هر میزان که روند جهانی‌شدن گسترش یابد، حوزه‌های زندگی اجتماعی و اقتصادی از قابلیت تخصصی‌شدن، نهادی‌شدن، یکپارچه‌شدن و الزام‌آوری بیشتری برخوردار می‌شود. در چنین شرایطی زمینه برای شکل‌گیری اتحادیه‌های بین‌المللی مختلفی به وجود آمد. از آنجایی که ارتباطات به‌عنوان زیربنای توسعه جهانی و فرایند جهان‌میهنی تلقی می‌شود، زمینه برای شکل‌گیری اتحادیه‌های بین‌المللی در حوزه ارتباطات به وجود آمد.

هر اتحادیه، کارویژه خاصی برای یکپارچه‌سازی کنش ارتباطی بر اساس عام‌گرایی را به وجود می‌آورد. اتحادیه ارتباطی تلگراف در سال ۱۸۶۵ تأسیس شد. متعاقب آن، زمینه برای شکل‌گیری اتحادیه جهانی پست ایجاد شد. اتحادیه جهانی پست فعالیت‌های خود را در سال ۱۸۷۴ آغاز نمود. چنین روندی نشان می‌دهد که توسعه فرایندهای جهان‌میهنی در قالب ابزارهای ارتباطی بوده است. در سال ۱۹۱۴ اتحادیه‌های کارگری به منظور حمایت از کارگران صنایع خاص، ده‌ها دبیرخانه تجارت بین‌المللی تأسیس کردند. در این فرایند،

محافل بازرگانی در سال ۱۹۲۰ اقدام به بنیان‌گذاری اتاق بازرگانی بین‌المللی کردند (کیدنز، ۱۳۷۹: ۱۹۰).

۳-۱. نهادهای پولی و بانکی شبکه‌ای در اقتصاد جهانی

نهادهای پولی و بانکی از سال‌های دهه ۱۹۲۰ در روند توسعه شبکه‌ای قرار گرفته‌اند. تبدیل سرمایه‌داری صنعتی به سرمایه‌داری مالی در شکل‌گیری شبکه‌های اقتصاد جهانی نقش مؤثری داشته است. نهادهای مالی و بانکی با رویکرد شبکه‌ای در سال‌های بعد از جنگ اول جهانی شکل گرفت. این نهادها دارای جهت‌گیری و اهداف فراملی بودند. هر یک از این نهادها تلاش داشتند روندهای سیاست جهانی را کنترل کنند. در دهه‌های ۱۹۲۰ و ۱۹۳۰ جامعه ملل گستردگی بی‌سابقه‌ای از نظر حکومت فراج جهانی پیدا کرد.

۴-۱. جهانی‌شدن تجارت و نهادهای مبادله‌ای

نظام تجاری چندجانبه از سال ۱۹۴۸ به بعد دائماً توسعه یافته است. در این دوران، سازمان تجارت جهانی، به طور پیوسته و مستمر در حال اصلاح و تکمیل بوده است. با این حال، برای انطباق واقعی این نظام با شرایط اواخر قرن بیستم و اوایل قرن بیست‌ویکم، شاهد بازسازی کامل دوراورد گونه بوده‌ایم. سازمان جهانی تجارت با ایجاد یک نظام قاعده‌مند و دارای یک سازوکار مؤثر برای حل اختلافات باعث شده است که دولت‌ها به دلیل برخورداری از مزایای کلی حقوق و فرصت‌های متقابل این نظام به تعهدات الزام‌آور و پایداری در حوزه اقتصاد تن دردهند.

جنگ جهانی دوم نقش مؤثری در توسعه تجارت و همکاری‌های مبادله‌محور داشته است. جهانی‌شدن تجارت، گام نخستین برای نهادسازی اقتصادی با ابعاد چندملیتی محسوب می‌شود. شرکت‌های چندملیتی به‌عنوان کارگزار اقتصاد جهانی در سال‌های بعد از جنگ دوم جهانی ایفای نقش کرده است. تأسیس «سازمان تجارت جهانی» در سال ۱۹۹۵ برجسته‌ترین پیشرفت در زمینه چندجانبه‌گرایی و نهادسازی تجاری بوده است. تدارک مذاکرات دوراورد گونه چهار سال و انجام آن هم هفت سال به طول انجامید. مذاکرات تجارت جهانی در اواسط دهه ۱۹۸۰ شکل گرفت و تصمیمات تعیین‌کننده‌ای برای شروع هشتمین دور مذاکرات تجاری چندجانبه در قالب موافقت‌نامه عمومی تعرفه و

سیاست‌گذاری قواعد و نهادهای ورزشی در عصر جهانی‌شدن و جامعه شبکه‌ای ۳۹

تجارت (گات) به انجام رساند. برای عده معدودی ابعاد موافقت‌نامه نهایی یا پیش‌بینی تأسیس یک سازمان بین‌المللی جدید، قابل تصور بود. در پایان این مذاکرات، بیش از ۱۲۰ دولت درگیر شده بودند. نتایج آن در ۲۶۰۰۰ صفحه شامل متون حقوقی و تعهدات ملی کشورها در روند جهانی‌شدن بوده است.

۵-۱. موج سوم انقلاب تکنولوژیک؛ جهانی‌شدن فرهنگ، هنجارها، ورزش و ارتباطات

موج سوم انقلاب تکنولوژیک در دهه ۱۹۶۰ شکل گرفت. انقلاب تکنولوژیک جدید ماهیت ارتباطی داشت و زیرساخت‌های خود را بر اساس اقتصاد اطلاعاتی سازمان داده است. از دهه ۱۹۶۰ به بعد، زمینه برای سیاست‌گذاری شبکه‌ای در حوزه فرهنگ، ورزش، هنجارها و سازوکارهای ارتباطی به وجود آمد. این تحول همراه با نوآوری‌های تکنولوژیک، شرایط بی‌سابقه‌ای برای پیدایش جهان یکپارچه ایجاد کرد و آثار آن را می‌توان در حوزه‌های نرم‌افزاری زندگی اجتماعی و انسانی مشاهده کرد.

از دهه ۱۹۶۰ به بعد، مفهوم جهانی‌شدن به جزئی از گفتمان نوین درباره امور جهانی تبدیل شده است. آزادسازی تجارت یکی از عوامل اصلی تشدید جهانی‌شدن در چند دهه اخیر بوده است. برخی از مخالفان جهانی‌شدن تقریباً آن را با سازمان جهانی تجارت یکسان دانسته‌اند. شکل‌گیری سازمان تجارت جهانی منجر به افزایش مبادلات اقتصادی شد. این امر نقش قابل توجهی در تولید اشتغال در کشورهای صنعتی ایفا نموده است (استیگلیتز، ۱۳۸۳: ۶۵). در آمریکا، بعد از شکل‌گیری سازمان تجارت جهانی بالاترین برآوردها درباره کل مشاغلی که به خارج منتقل شده‌اند، وجود دارد. این ارقام سالانه بین ۱۰۰ هزار شغل در سال‌های ۲۰۰۲-۱۹۹۹ و پیش‌بینی سالانه ۲۲۵ هزار شغل در ۱۵ سال بعد بوده است. مشاغل مرتبط با فناوری اطلاعات در سال ۲۰۰۲ به بیش از ۱۷ میلیون شغل رسیده است. سازمان جهانی تجارت به دولت‌ها می‌گوید: در بازار، این فرصت‌ها وجود دارد که افراد یا شرکت‌های محلی در صورت رقابتی بودن فعالیت‌های اقتصادی خود می‌توانند در جهت کنترل بازارهای جهانی از آن استفاده نمایند.

۶-۱. سیاست‌گذاری ورزشی در موج سوم انقلاب تکنولوژیک

سیاست‌گذاری ورزشی در عصر جهانی‌شدن ارتباط مستقیم با چگونگی نقش‌یابی رسانه‌های گروهی دارد. مفهوم ورزش در عصر جهانی به‌عنوان بخشی از الگوی کنش بازیگران در حوزه اقتصادی محسوب می‌شود. ورزش و سیاست‌گذاری ورزشی در پیوند با مؤلفه‌های اقتصادی و سیاسی تعریف می‌شود. چنین الگویی را می‌توان در ارتباط با چالش‌های پایان‌ناپذیر ایران با نهادهای ورزشی جست‌وجو کرد. «تد ترنر»، یکی از چهره‌های سرشناس رسانه‌های گروهی، گفته است که جهانی‌شدن به‌سرعت به پیش می‌رود، درحالی‌که توانایی جهان برای درک و واکنش نشان دادن به آن حرکتی لاک‌پستی دارد.

ضرورت‌های اقتصاد جهانی ایجاب می‌کند که ورزش، هویت خود را با ساختار در حال گذار پیوند دهد. کنفدراسیون‌های ورزشی فعالیت خود را براساس معادله اقتصاد جهانی تعریف کرده‌اند. اقتصاد جهانی با حلقه‌های با هم تنیده جامعه، سیاست، اقتصاد، هنر، اوقات فراغت، ورزش و قدرت راهبردی پیوند یافته و زمینه شکل‌گیری گفتمان جامعه شبکه‌ای را به وجود آورده است. جامعه شبکه‌ای واقعیت نظام جهانی در عصر ارتباطات خواهد بود (GAO, 2002:92). شایان ذکر است که جنبش‌های اجتماعی بدون گفتمان معنای چندانی ندارد، سیاست‌گذاری ورزشی نیز نیازمند شکل خاصی از گفتمان یکپارچه‌ساز بوده است. هر گفتمان، بخشی از واقعیت‌های نظام جهانی را منعکس می‌سازد. عام‌گرایی در حوزه فرهنگ و قواعد ورزشی بخشی از سیاست‌گذاری عمومی کشورها شده است. بنابراین، درک چنین فرایندی صرفاً از طریق ارزیابی گفتمان‌های جهانی‌شدن امکان‌پذیر می‌باشد. ابزارهای ارتباطی عامل بنیادین تحول فرایندهای اقتصادی و راهبردی محسوب می‌شود. گفتمان‌سازی درباره جهانی‌شدن را می‌توان به‌عنوان بخشی از فرایند نظام اقتصادی و راهبردی جهانی دانست که تحت تأثیر ابزارهای ارتباطی قرار گرفته است.

۲. جهانی‌شدن قواعد شبکه‌ای در سیاست‌گذاری ورزشی

قواعد شبکه‌ای به مفهوم بهره‌گیری از سازوکارهایی است که کنش ارتباطی بازیگران را در فضای چندجانبه‌گرایی شکل می‌دهد. اصطلاح «جهانی‌شدن» و چگونگی پیوند آن با مفاهیمی همانند هنر، ورزش و اوقات فراغت برای نخستین بار در سال ۱۹۶۱ در یک

سیاست‌گذاری قواعد و نهادهای ورزشی در عصر جهانی‌شدن و جامعه شبکه‌ای ۴۱

واژه‌نامه آمریکایی نمایان شد. هر یک از حوزه‌های فرهنگی، هنری، ورزشی و ارتباطی شهروندان پیوند همه‌جانبه‌ای با اقتصاد جهانی پیدا می‌کند. موضوع مربوط به هوش مصنوعی نه تنها بخشی از فضای ارتباطی جامعه شبکه‌ای محسوب می‌شود، بلکه می‌تواند زمینه‌های لازم برای کنترل بازیگران و الگوی کنش آنان در فضای ذهنی، ادراکی و ساختاری را به وجود آورد.

پیش از دهه‌های پایانی قرن بیستم، در بحث‌های مربوط به سیاست و اقتصاد جهانی تقریباً همیشه اصطلاح «روابط بین‌الملل» به کار می‌رفت. مفهوم روابط بین‌الملل از دهه ۱۹۸۰ تحت تأثیر مفاهیم دیگری همانند جهانی‌شدن، جامعه شبکه‌ای، اقتصاد جهانی و یکپارچه‌سازی الگوی کنش بازیگران در حوزه زندگی اجتماعی، ذهنیت فردی و عرصه فراغت‌های عمومی مورد توجه شهروندان و دولت‌ها قرار گرفته است. از اواسط دهه ۱۹۸۰ مفاهیمی مثل «حکومت جهانی»، «بازارهای جهانی»، «بوم‌شناسی جهانی» و «مسائل جنسیتی جهانی» به گونه‌ای تدریجی مورد استفاده قرار گرفتند (Frederickson, 2003:68).

فعالیت‌های اقتصادی شبکه‌ای در سال‌های بعد از جنگ دوم جهانی گسترش یافت. شبکه‌ها در قالب شرکت‌های چندملیتی، اتحادهای راهبردی، مؤسسات بزرگ اقتصادی و شبکه‌هایی سازماندهی شد که از حوزه اقتصاد کلاسیک به عرصه‌های اقتصاد اجتماعی ارتقا پیدا کرد. این مفاهیم از دهه ۱۹۹۰ کاربرد بیشتری پیدا نمود و عرصه‌های اوقات فراغت، فرهنگ و حوزه اجتماعی شهروندان را در کنترل خود قرار داده است. شبکه‌های کنترل‌کننده اقتصاد جهانی وارد حوزه کالاهای دیگری همانند ورزش، فرهنگ و زندگی عمومی شهروندان شده است. در سال‌های بعد از جنگ سرد، جهانی‌شدن با مفاهیمی همانند جامعه شبکه‌ای و اقتصاد جهانی پیوند یافت.

۲-۱. عام‌گرایی در سیاست‌گذاری ورزشی عصر جهانی‌شدن

قواعد ورزشی از قابلیت لازم برای ارتقای عام‌گرایی و تعامل فرامرزی برخوردار خواهد بود. در چنین شرایطی گفتمان‌های متفاوت و متعارضی ظهور یافت. هر یک از گفتمان‌ها تلاش دارد روابط جامعه، اقتصاد، دولت، گروه‌های اجتماعی، فرهنگ سیاسی، فناوری و الگوی تعامل بین آنان را براساس رهیافت خاصی مورد ارزیابی قرار دهد. تمامی رهیافت‌های جهانی‌شدن بر این موضوع تأکید دارند که در این دوران فرایندهای کنش و

تعامل فرامرزی و فرا سرزمینی شکل می‌گیرد (Fung & Wright, 2003:99). تحول در اقتصاد و سیاست جهانی تحت تأثیر «پیشرفت‌های تکنولوژیک» قرار داشته است. فناوری به‌عنوان چراغ جادوی مدرنیته محسوب می‌شود که توانست شکل جدیدی از معادله کنش ارتباطی، رقابت، همکاری و تعارض کشورها را شکل دهد. فناوری منجر به ظهور حوزه‌های جدید صنعتی شد. صنعت اوقات فراغت، صنعت رسانه، صنعت ورزش و صنعت گردشگری را می‌توان در زمره حوزه‌هایی دانست که در فضای جهانی شدن شکل گرفته و تأثیر خود را به جا گذاشته است. فرایند جهانی شدن می‌تواند فضای کنش ارتباطی بازیگران را تحت تأثیر قرار دهد. سودگرایی و تأمین انتظارات نهفته فردی بخشی از ضرورت‌های سیاست‌گذاری دولت‌ها در عصر جهانی شدن محسوب می‌شود. ورزش، هویت جدیدی را تولید کرده که با اقتصاد و جهانی شدن پیوند یافته است. همان‌گونه که جهانی شدن هزینه‌های حمل و نقل و ارتباطات و هزینه‌های پرداخت، انباشت و بازیافت اطلاعات را به شدت کاهش داده، میزان کنترل خود بر الگوی سیاست‌گذاری دولت‌ها را افزایش داده است.

۲-۲. قواعد یکپارچه و نهادهای شبکه‌ای سیاست‌گذاری ورزشی

تولید قواعد یکپارچه در نهادهای شبکه‌ای امکان‌پذیر است. سیاست‌گذاری ورزشی زمانی می‌تواند در فضای شبکه‌ای شکل گیرد که از قابلیت لازم برای نهادسازی برخوردار باشد. تاکنون روند نهادگرایی و جهانی شدن در قالب ضرورت‌های نهادی و گفتمانی دگرگون‌کننده نظام جهانی، تبیین و بررسی شده است. پیوند فرایند جهانی شدن با موضوع ورزش می‌تواند مفاهیم جدیدی را در حوزه جامعه شبکه‌ای تبیین کند. جامعه شبکه‌ای می‌تواند زیرساخت‌های اقتصاد ملی کشورها را تعریف و بازتولید کند.

نقش نهادهای ورزشی در روند جهانی شدن از این جهت اهمیت دارد که رابطه بین قدرت، سیاست، جامعه و هنجارهای جدید را منعکس می‌سازد. سیاست‌گذاری ورزشی در عصر جهانی شدن نیازمند درک واقعیت‌های عصر اطلاعات در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خواهد بود. هر یک از این نهادها و گفتمان‌ها انعکاس بخشی از رهیافت‌هایی است که در فرایند تحولات نشانه‌ای، ساختاری و کارکردی در سیاست بین‌الملل با دگرگونی و تغییرات هویتی و راهبردی همراه شده است (Frederickson,

سیاست‌گذاری قواعد و نهادهای ورزشی در عصر جهانی‌شدن و جامعه شبکه‌ای ۴۳

2007:8). اگرچه هم‌اکنون ساخت سیاسی و افکار عمومی در ایران توجه چندانی به موضوع جهانی‌شدن ندارد، شهروندان و نظریه‌پردازان بسیاری از حوزه‌های جغرافیایی تلاش دارند روندهای جدیدی از کنش راهبردی را برای هماهنگ‌سازی الگوهای رفتار در نظام جهانی ایجاد نمایند. نهادگرایی و فرایندهای تحول اقتصادی به موازات گفتمان‌سازی درباره فرایندهای حوزه عمومی نظام جهانی از اهمیت، کارکرد و مطلوبیت قابل توجهی برخوردار می‌شود.

۲-۳. پارادایم‌های الزام‌آور و قواعد آمره در سیاست‌گذاری ورزشی

در سال‌های پایانی دهه دوم قرن ۲۱، گفتمان‌های جهانی‌شدن به لحاظ شکل‌بندی‌های ساختاری، کارکرد و نقش‌آفرینی محیطی با تغییرات همه‌جانبه‌ای در مقایسه با قرن ۱۹ و ۲۰ همراه شده است. موضوعات ورزشی بخشی از قالب‌های پارادایمیک سیاست‌گذاری اقتصادی محسوب می‌شود. گفتمان‌های جدید جهانی‌شدن تحت‌تأثیر دگرگونی‌های تکنولوژیک در حوزه‌های ارتباطات، قدرت، سیاست مالی، محیط زیست، ورزش، اوقات فراغت، سبک زندگی و الگوی مصرف دگرگون شده است.

در سال‌های قرن ۲۱ گفتمان‌های جدیدی ظهور پیدا کرده که هدف اصلی آن یکپارچه‌سازی تفکر، اندیشه، رفتار و نهادهای ارتباطی بوده است. شکل‌بندی کنش بازیگران در نظام بین‌الملل نیز با تغییرات همه‌جانبه‌ای روبرو شده است. اگرچه جهانی‌شدن آثار خود را در مرکز به‌جا گذاشته است، اما واقعیت‌های راهبردی کنش بازیگران نشان می‌دهد که گسترش فضای ارتباطی، زمینه را برای ظهور هویت‌های حاشیه‌ای نیز به وجود آورده است. کنش ارتباطی از این جهت اهمیت دارد که شکل جدیدی از رابطه اقتصادی، سیاسی و الگوی کنش ارتباطی شهروندان در مقیاس جهانی را به وجود می‌آورد (Fehr & Gachter, 2000: 990). همان‌گونه که جامعه شبکه‌ای می‌تواند شهروندان جهانی تولید کند، از قابلیت لازم برای تولید قواعد و فرایندهای بین‌المللی نیز برخوردار خواهد بود. در سال‌های بعد از جنگ سرد، میزان نقش کنترلی نهادها و کنوانسیون‌های بین‌المللی در حال افزایش بوده است. روزنا به این موضوع اشاره دارد که در این دوران شاهد اوج‌گیری هویت عام‌گرایانه در قالب الگوی کنش بازیگران فراملی و فراملی خواهد بود. در چنین شرایطی، جایگاه دولت ملی برای سیاست‌گذاری‌های اقتصادی و اجتماعی کاهش می‌یابد.

۴-۲. فرادولتی شدن قواعد و هنجارهای ورزشی در عصر جهانی

کاهش نقش دولت در حوزه تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری نه تنها در عرصه‌های اقتصادی، بلکه در حوزه‌های اجتماعی نیز ظهور یافته است. نقش دولت در فضای بعد از جنگ سرد از دو حوزه فروملی و فراملی با تهدید روبه‌رو شده است. نهادهای بین‌المللی و کنفدراسیون‌های ورزشی از قابلیت لازم برای مخدوش کردن اراده دولت برخوردارند. شاهد جلوه‌هایی از درهم ریختگی جوامع و در هم تنیدگی کنش بازیگران می‌باشیم، اما دولت به مفهوم «دولت ملی»^۱ توانست موقعیت خود را در مراحل تکامل نهادها و گفتمان‌های جهانی شدن تثبیت نماید (Fitzpatrick, Sanders and Worthen, 2004:5).

درباره تبیین حوزه‌های جهانی شدن رویکردهای مختلفی ارائه شده است. برخی از نظریه‌پردازان با تأکید بر مؤلفه‌های اقتصاد جهانی، تلاش دارند تا روند جهانی شدن را براساس سازوکارهای تجاری، مالی و بانکی تفسیر نمایند. برخی دیگر که دارای نگرش امنیت‌محور می‌باشند، جهانی شدن را در قالب موضوعات مرتبط با قدرت و امنیت تفسیر می‌نمایند. این گروه از نظریه‌پردازان تلاش دارند سازوکارهای جدید نظام جهانی را براساس مؤلفه‌هایی همانند کنوانسیون‌های خلع سلاح و کنترل تسلیحاتی تبیین نمایند. چنین رویکردی به مثابه آن است که روندهای جهانی شدن می‌تواند در حوزه‌های مختلفی منعکس گردد (Axelord, 2008: 6).

فعالیت‌های اقتصاد جهانی با نشانه‌هایی از موضوعات امنیتی در عصر جهانی شدن پیوند یافته است. به طور مثال می‌توان به سازوکارهای تحریم اقتصادی ایران اشاره داشت. موضوع تحریم می‌تواند ماهیت اقتصادی و امنیتی داشته باشد. آثار تحریم اقتصادی را می‌توان در ارتباط با موضوعات دیپلماتیک نیز مورد پردازش قرار داد. مبادلات تجاری، مالی و بانکی بخشی از واقعیت اقتصادی بوده که با موضوعات دیگری از جمله شبکه‌های اطلاعاتی پیوند می‌یابد. به این ترتیب، هر موضوع اجتماعی، اقتصادی و امنیتی که امکان انتقال از یک حوزه جغرافیایی به حوزه‌های دیگر را داشته باشد، در زمره موضوعات جهانی شدن تلقی می‌گردد. بنابراین می‌توان بر این موضوع تأکید داشت که جهانی شدن را باید در حوزه موضوع‌هایی از جمله اقتصاد اطلاعاتی، اقتصاد جهانی، منطقه‌گرایی، نهادگرایی، فرهنگ واقعیت‌های مجازی و همچنین ظهور قطب‌های متقابل در

1. Nation State

سیاست‌گذاری قواعد و نهادهای ورزشی در عصر جهانی‌شدن و جامعه شبکه‌ای ۴۵

شکل‌بندی‌های سیاسی کشورهای مختلف مورد ملاحظه قرار داد. اتحادیه‌های کارگری، دولت رفاه و شرکت‌های چندملیتی را می‌توان نمادی از قطب‌های متقابل اقتصادی و نهادی دانست که در روند جهانی‌شدن از جایگاه و شکل‌بندی نهادی برخوردارند. هر یک از چنین نهادهایی به‌عنوان بخشی از اقتصاد، فرهنگ و ژئوپلیتیک نظام جهانی محسوب می‌شوند (Bardach, 2005: 65).

در روند جهانی‌شدن نشانه‌هایی از استانداردسازی سلیقه‌های اجتماعی ایجاد می‌شود. تبلیغات بخش فرهنگی و اجتماعی فرایند همبسته‌سازی رویکردهای اجتماعی و ادراکی می‌باشد. در این فرایند، دامنه گسترده کالاهای جهانی، شامل بسیاری از مواد خام، غذاهای بسته‌بندی شده، نوشابه‌های پر شده در بطری، سیگارها، لباس‌های طراحی شده، کالاهای لوازم خانگی، فراورده‌های دارویی، موسیقی ضبط شده، محصولات شنیداری دیداری، کتاب‌های چاپ شده، خدمات اطلاعاتی متصل یا برخط، اسناد مالی، تجهیزات اداری، تسلیحات، وسایل حمل و نقل، خدمات مسافرتی و غیره است (Fishkin, 2003:25).

۲-۵. جامعه شبکه‌ای، صنعت ورزش و سرمایه مجازی

در جامعه شبکه‌ای زمینه برای توسعه صنعت گردشگری، صنعت ارتباطی، صنعت مد و صنعت ورزش فراهم شده است. ظهور جامعه شبکه‌ای را می‌توان ادامه تحول نظام سرمایه‌داری در عصر ما بعد سرمایه‌مالی دانست. نظام سرمایه‌داری بیشترین تحولات خود را در حوزه‌های مالی و بانکی شکل داده است. برخی از تحلیلگران بر این اعتقادند که قرن ۲۰ معطوف به گسترش سرمایه‌مالی می‌باشد. در قرن ۲۱ نشانه‌هایی از سرمایه مجازی و پول دیجیتال مشاهده می‌شود. در شرایط موجود می‌توان نشانه‌های مختلفی از نظام بانکی مجازی را در گوشه و کنار هر خیابان مشاهده نمود.

درباره فرایند ادغام کشورها و یکپارچه‌سازی قواعد برای بازیگران مختلف اقتصادی، رهیافت‌های متنوعی ایجاد شده است. هر رهیافت را باید به‌عنوان بخشی از تئوری هنجارساز در تبیین شکل‌بندی اقتصاد و نمادهای مالی بین‌المللی کشورهای مختلف دانست. اولین تئوری هنجارساز در حوزه روابط اجتماعی، سیاسی و اقتصادی مربوط به تئوری «اجماع واشنگتنی» می‌باشد. مفاهیم مشهور و محوری اجماع واشنگتن را «آزادسازی»، «مقررات‌زدایی» و «خصوصی‌سازی» تشکیل می‌دهند (مصطفی‌نژاد، ۱۳۹۲: ۶۵).

۳. جهانی شدن و عام‌گرایی قواعد ورزشی

جهانی شدن را باید به عنوان واقعیت در حال گذار نظام جهانی دانست. نشانه‌های جهانی شدن نه تنها بر اقتصاد بین‌الملل، که بر مؤلفه‌هایی همانند سیاست جهانی نیز تأثیر می‌گذارد. روندهای جهانی شدن آثار خود را بر نهادها و گفتمان‌های سیاسی، اقتصادی و ارتباطی به جا گذاشته است. مفاهیم ورزشی تدریجی وارد عرصه زندگی اجتماعی و اقتصاد سیاسی بین‌المللی می‌شود. بنابراین صنعت ورزش با سیاست‌گذاری اقتصادی و راهبردی کشورها پیوند می‌یابد (Bohte, 2007:812).

با توجه به نقش اقتصاد سرمایه‌داری، می‌توان به این جمع‌بندی رسید که فرایندهای تحول مفهومی و کارکردی جهانی شدن در سال‌های قرن ۲۰ براساس نشانه‌ها و شاخص‌های اقتصادی شکل گرفته است. انقلاب ارتباطات در دهه ۱۹۶۰، زمینه تحول در ماهیت قدرت را به وجود آورده است. قدرت ارتباطی منجر به تحول بنیادین در ارتباط با نشانه‌ها و کارکرد نهادهای جهانی شدن شده است. ورزش به عنوان موضوعی اجتماعی محسوب می‌شود که زمینه کنترل فضای ارتباطی بازیگران هویتی، نیروهای ملی و ساخت‌های سیاسی را به وجود می‌آورد.

هر نهاد و گفتمان را می‌توان به عنوان یکی از نشانه‌های اصلی فرایند جهانی شدن دانست. نهادها، فرایندها و گفتمان‌های جهانی شدن بر شکل‌بندی‌های ساختاری اقتصاد جهانی، سیاست جهانی و تحلیل فرایندهای بین‌المللی تأثیر می‌گذارد. هر نهاد و گفتمان در عصر جهانی شدن بخشی از واقعیت دگرگونی‌های شکل گرفته در حوزه اقتصاد و سیاست جهانی را منعکس می‌سازد. فرایندهای تحول اقتصاد جهانی می‌تواند تأثیر خود را بر معادله سیاست و امنیت ملی تمام کشورها به جا گذارد.

۱-۳. نقش تکنولوژی ارتباطی در عام‌گرایی قواعد ورزشی

در روند جهانی شدن چهار عنصر اصلی نظام جهانی با تغییراتی روبرو می‌شود. علاوه بر آن، چگونگی تعامل این چهار عنصر با یکدیگر نیز دگرگون می‌شود. این عناصر شامل «بازیگران نظام جهانی»^۱، «ساختار نظام جهانی»^۲ و همچنین «فرایند کنش نظام جهانی»^۳

1. Global system actors
2. Global system structure
3. Global system process

سیاست‌گذاری قواعد و نهادهای ورزشی در عصر جهانی‌شدن و جامعه شبکه‌ای ۴۷

می‌باشند. هریک از این عناصر و بازیگران در تبیین گفتمان‌های جهانی‌شدن نقش مؤثر و تعیین‌کننده‌ای دارند. جهانی‌شدن سیاست، پیوند درهم‌تنیده‌ای با جهانی‌شدن قدرت، ورزش و رقابت‌های سیاسی پیدا کرده است.

فرایند جهانی‌شدن می‌تواند زیرساخت‌های لازم برای درهم‌تنیدگی نظام جهانی با اقتصاد سیاسی بین‌المللی را فراهم آورد. به‌طورمثال می‌توان این موضوع را مطرح نمود که در فرایند سازماندهی نظام جهانی، ساختار بین‌المللی از انعطاف‌پذیری بیشتری در مقایسه با دوران جنگ سرد برخوردار است. بنابراین «طبیعت و ماهیت کنش در نظام جهانی»^۱ با تغییراتی همراه شده است. به‌طور کلی، هرگاه ساختار نظام بین‌الملل تغییر یابد و یا اینکه دگرگونی‌های ابزاری، ارتباطی، تولیدی و فناوری به وجود آید، زمینه برای شکل‌گیری تغییرات کلی در نظام جهانی به‌وجود می‌آید.

سیاست‌گذاری ایران در حوزه ورزش بخشی از ضرورت‌های مربوط به اقتصاد و سیاست جهانی خواهد بود. هرگونه سیاست‌گذاری پیوندهای درهم‌تنیده‌ای با حوزه‌های مختلف کنش ارتباطی دارد. سرمایه‌گذاری اقتصادی کشورهای صنعتی در مناطق پیرامونی، زمینه‌های لازم برای انتقال فناوری و تولید کالا در کشورهای پیرامونی را فراهم می‌آورد. اکنون بازارهای منطقه‌ای را می‌توان نماد انتقال فناوری و ابزارهای اقتصادی در محیط پیرامونی دانست. بازارهای منطقه‌ای به موازات رقابت‌های منطقه‌ای حوزه ورزشی حاصل می‌شود.

عوامل حقوقی و قاعده‌ساز سرچشمه جهانی‌شدن و جامعه شبکه‌ای خواهد بود. تحول در اقتصاد و تکنولوژی عوامل مؤثری برای انبساط ساختار عمومی جهانی محسوب می‌شود. نشانه‌های آن را می‌توان در «آزادسازی تجاری» و اشکال دیگر آزادسازی اقتصادی مشاهده نمود. این امر باعث «کاهش حمایت‌های تجاری» و «بازتر شدن نظام تجاری جهانی» شده است. یکی دیگر از عوامل جهانی‌شدن، «توافق ایدئولوژیک جهانی» درباره ارزش اقتصاد بازار و نظام تجارت آزاد بوده است. به همین دلیل است که می‌توان نشانه‌هایی از عصر فراایدئولوژی را در حوزه سیاست جهانی مشاهده کرد (Bardach, 2006: 37). کشوری که نقش سازنده در سیاست بین‌الملل عهده‌دار می‌شود، ناچار خواهد بود تا خود را با چنین قواعدی پیوند دهد. نفوذ بازیگران غیردولتی در ساختار نظام‌های سیاسی و

1. Global system nature

روابط بین بازیگران افزایش می‌یابد. ساختار قدرت از وضعیت سلسله‌مراتبی به شرایطی کاملاً متفاوت در قالب نظام شبکه‌ای قرار می‌گیرد. این امر نشان می‌دهد که در شکل‌بندی آمریت و اقتدار تغییراتی به وجود آمده است. تغییر در معادله آمریت، الگوی کنش بازیگران در عرصه‌های دولتی و فرادولتی را ارتقا خواهد داد (Cialdini & Goldstein, 2004:600).

۲-۳. دیپلماسی ورزشی در عصر جهانی شدن

دیپلماسی ورزشی می‌تواند زمینه عام‌گرایی اجتماعی و قانون‌گرایی ساختاری را به وجود آورد. کنترل فرهنگ، بخشی از سیاست‌گذاری عمومی کشورها در حوزه جهانی محسوب می‌شود. کاربرد «قدرت نرم» در عرصه‌های اجتماعی و راهبردی تأثیرگذار است. کنترل در قواعد ورزشی بخشی از رویکرد نظریه‌پردازانی است که موضوع قدرت را با «رژیم‌های بین‌المللی» پیوند می‌دهند. اگرچه نهادهای ورزشی فعالیت‌های خود را در حوزه غیرسیاسی پیگیری می‌کنند، اما این نهادها ارتباط درهم‌تنیده‌ای با عرصه‌های بنیادین اقتصاد و سیاست جهانی خواهد داشت. نقش عوامل ارتباطی در حوزه فناوری، اقتصاد و صنعت ورزشی ماهیت فراگیرتری پیدا کرده است. جامعه شبکه‌ای توانست سه عرصه یادشده را با یکدیگر پیوند دهد. عوامل ارتباطی نقش مؤثری در شکل‌گیری جهانی‌شدن ورزش، سیاست، اقتصاد و قدرت داشته است. این عوامل به عنوان عناصر اصلی هم‌گرایی جهانی در فضای شبکه‌ای تبیین و اندازه‌گیری می‌شود. عوامل ارتباطی، زمینه لازم برای هم‌گرایی اقتصادی را فراهم آورده است.

۳-۳. دیپلماسی عمومی در جامعه شبکه‌ای ورزشی

جامعه شبکه‌ای توانست زیرساخت‌های الگویی «دیپلماسی عمومی ورزشی» را ایجاد و سازماندهی کند. نقش‌یابی نهادهای جهانی ورزشی بیانگر این واقعیت است که کنترل دولت‌ها به گونه مرحله‌ای کاهش یافته و نهادهای فراملی حتی در حوزه ورزش نقش مؤثری در کنترل الگوهای رفتاری و هنجارهای عمومی بازیگران پیدا کرده است. کنترل حوزه فرهنگ و کنش الگویی دولت‌ها از سوی فدراسیون‌های جهانی که در ارتباط با ایران از این جهت اعمال می‌شود که ایران درصدد به کارگیری سازوکارهای خاص‌گرایی

بوده است.

نهادهای ورزشی در عصر جهانی‌شدن براساس قواعد و الگوهای جامعه شبکه‌ای و نظام جهانی مدیریت می‌شود. بنابراین الگوی رفتار کنفدراسیون‌های ورزشی معطوف به عام‌گرایی بوده که با سازوکارهای تصمیم‌گیری نهادی و ساختاری ایران در عصر جامعه شبکه‌ای هماهنگی ندارد. بنابراین هرگونه اعمال محدودیت‌های سازمانی و تخصصی از سوی کنفدراسیون‌های ورزشی علیه ایران را می‌توان نماد عام‌گرایی هنجاری در برابر خاص‌گرایی دانست (Camerer, Lowenstein and Rabin, 2004:95).

عام‌گرایی ورزشی از این جهت اهمیت دارد که می‌تواند زیرساخت‌های لازم برای شکل‌گیری الگوهایی را به وجود آورد که از قابلیت کنترل نهادی برخوردار باشد. جهانی‌شدن و جامعه شبکه‌ای محور اصلی کنش خود را در عام‌گرایی، کنترل‌گرایی و نظارت فائقه بر تمامی الگوهای کنش هنجاری و رفتاری در عرصه‌های اجتماعی، سیاسی و راهبردی قرار داده است. در فضای عام‌گرایی ورزشی، امارات متحده عربی بعد از عادی‌سازی روابط خود با اسرائیل با چند فوتبالیست قرارداد ورزشی امضا کرد.

کارگزاران و قهرمانان حوزه ورزش در ایران این پرسش را مطرح می‌کنند که چگونه ایران خود را با قواعد فرادستی سیاست، امنیت و اقتصاد جهانی هماهنگ می‌سازد، اما در حوزه ورزش که دارای موضوعات غیرراهبردی است و هیچ نسبتی با امنیت ملی کشور ندارد، حساسیت‌های ویژه‌ای را اعمال می‌کنند. واقعیت آن است که در عصر جهانی‌شدن و جامعه شبکه‌ای نشانه‌های نسبییت فرهنگی کارکرد خود را از دست می‌دهد. چنین مفهومی به معنای آن است که استقلال، امنیت، اقتصاد و قواعد حوزه ورزشی در چگونگی نسبت با نهادهای بین‌المللی از وضعیت وابستگی متقابل برخوردار است.

۴. هویت ملی و سیاست‌گذاری ورزشی در عصر شبکه‌ای

ورزش می‌تواند هویت جدیدی را در سیاست، فرهنگ و جامعه به وجود آورد. آنچه در قالب خاص‌گرایی ساختاری مطرح می‌شود، با قواعد عام‌گرایانه اقتصاد جهانی هماهنگی ندارد. مرزهای هویت اگرچه عامل جدایی گروه‌های فرهنگی، مذهبی، قومی و نژادی است، اما مدیریت هویت به معنای بهره‌گیری از سازوکارهای یکپارچه‌ساز در نظام جهانی محسوب می‌شود. هویت در سیاست‌گذاری اقتصادی کشورها با نشانه‌هایی از کنش ارتباطی و فرهنگی پیوند می‌یابد. در این فرایند، کنفدراسیون‌های ورزشی نقش

محدودکننده بازیگران ملی در اعمال خاص گرایسی سیاسی و نسبییت فرهنگی را خواهند داشت (Crawford & Salmon, 2004:74).

۱-۴. کنش بین‌الذهانی و بازتولید نمادها در سیاست‌گذاری ورزشی

آنچه هابرماس در قالب «کنش بین‌الذهانی» مطرح می‌کند، در فضای جهانی‌شدن نمی‌تواند حاصل شود. کنش بین‌الذهانی تابعی از معادله قدرت بوده و بر اثر پویایی‌های تکنولوژیک و اثربخشی ارتباطی می‌تواند مرزهای جدیدی را در کنترل خود قرار دهد. قواعد اقتصادی و کنش اجتماعی شهروندان تابعی از ضرورت‌های فضای ارتباطی محسوب می‌شود. قالب‌های ارتباطی از مطلوبیت و ضرورت‌های لازم برای پیوندهای همه‌جانبه بازیگران برخوردار است (Bingham, 2002:8).

حوزه ورزش به گونه‌ای گسترش یافته که تبدیل به صنعت تأثیرگذاری در حوزه اقتصاد اوقات فراغت شده است. بازارهای عمومی می‌توانند زیرساخت‌های لازم برای کنترل فرهنگ و اندیشه را ایجاد کنند. به همین دلیل با قالب‌های مربوط به «ارتباطات جهانی» پیوند همه‌جانبه‌ای برقرار کرده‌اند. نمادها و نشانه‌های اصلی ارتباطات جهانی شامل موضوعاتی از جمله حمل و نقل هوایی، رسانه‌های گروهی الکترونیکی، ارتباطات دوربرد و انتشارات جهانی می‌باشد. هرگونه تحول اقتصاد جهانی را باید براساس نشانه‌هایی از دگرگونی در زیرساخت‌های هنجاری، قاعده‌ای، ارتباطی و کارکردی دانست. سیاست‌گذاری نمادین در حوزه ورزش می‌تواند زمینه «بسط بازارهای جهانی» شود. بسط بازارهای جهانی عمدتاً ماهیت نمادین دارد، زیرا نمادها به گونه تدریجی در سیاست‌گذاری اقتصادی، سیاست‌گذاری اجتماعی و الگوی کنش کشورها برای بهینه‌سازی مبادله اقتصادی نقش تعیین‌کننده و مؤثری داشته است. جابه‌جایی بازیگران در حوزه‌های ورزشی را می‌توان بخشی از معادله کنش نمادین ارتباطات فراساختاری و فراهویتی در کشورهای مختلف دانست (Deleon, 2006: 50). در چنین شرایطی ورزش می‌تواند نمادهای چندملیتی و هویت‌های درهم‌تنیده را تولید و بازتولید نماید. در بازارهای جهانی شاهد فروش محصولات و کالاهایی می‌باشیم که «فراورده‌های جهانی» هستند. یعنی اینکه به هیچ کشور خاصی تعلق ندارند. چندین کشور در تولید فراورده‌های جهانی مشارکت دارند. هرگونه مشارکت جهانی نیازمند بهره‌گیری از قواعد هنجاری و نمادهای

سیاست‌گذاری قواعد و نهادهای ورزشی در عصر جهانی‌شدن و جامعه شبکه‌ای ۵۱

سیاست‌گذاری شده دارد. برای فروش فراورده‌های جهانی در بازارهای جهانی نیاز به سازماندهی نهادها، تولید هنجارها، بهره‌گیری از تبلیغات جهانی هستیم. این امر تلاشی سازمان یافته در روند تولید راهکارهای «فروش جهانی» است.

اثر بخشی اقتصاد جهانی ارتباط همه‌جانبه‌ای با سیاست‌گذاری نمادین دارد. سیاست‌گذاری نمادین می‌تواند «زنجیره تولید جهانی» را به وجود آورد. تولید جهانی براساس کالا، هنجارها و معیارهای تصمیم‌گیری تعریف و تبیین می‌شود. بنابراین نشانه‌ها و نمادهای تولید اقتصادی در محیط جهانی شدن را باید براساس بازار جهانی، کالای جهانی، تولید جهانی و شرکت‌های جهانی مورد توجه قرار داد. تولید جهانی به صورت تفکیک شده انجام نمی‌گیرد. شرکت‌ها و کشورهای سرمایه‌داری بخشی از «زنجیره‌های تولید جهانی» محسوب می‌شوند.

سیاست‌گذاری نمادین حوزه ارتباطات، ورزش، فرهنگ و رسانه را با یکدیگر پیوند می‌دهد. بنابراین در روند تولید اقتصادی، مجموعه‌های مختلفی در مشارکت با یکدیگر ایفای نقش می‌کنند. برای تولید هر کالای اقتصادی، شرکت‌های چند ملیتی نیازمند بازار جهانی و همچنین «تخصیص منابع جهانی» هستند. این امر به مفهوم آن است که منابع لازم برای تولید کالاهای اقتصادی صرفاً به یک منطقه جغرافیایی تعلق ندارد (Druckman, 2004:682).

۲-۴. هویت فراملی در سیاست‌گذاری ورزشی

فناوری ورزشی را می‌توان بخش دیگری از نشانه‌های دگرگونی هویتی و ساختاری در اقتصاد و سیاست جهانی دانست. هرگاه موضوع مربوط به فناوری مطرح می‌شود، تأثیر آن در حوزه صنعت، اقتصاد و امنیت انعکاس خواهد داشت. تغییرات تکنولوژیک براساس شاخص‌های دانش‌محور دهه ۱۹۹۰ به بعد شکل گرفته و گسترش یافته است. این تغییرات، ماهیت دولت و گفتمان‌های تأثیرگذار بر فرایند جهانی‌شدن را دگرگون نموده است. تحولات فرهنگی با گرایش و حرکتی به سوی شکل جهانی و همگونی از رسانه‌ها، هنرها و فرهنگ عمومی و با کاربرد گسترده زبان انگلیسی در ارتباطات جهانی همراه بوده است. عده‌ای معتقدند که جهانی‌شدن به منزله تلاشی برای تحکیم هژمونی و سیطره فرهنگی و همچنین اقتصادی و سیاسی امریکاست. حوزه اوقات فراغت به گونه تدریجی

بخشی از اقتصاد عمومی جهان را دربرمی گیرد. رسانه‌ها، فرهنگ، واقعیت‌های مجازی و جامعه شبکه‌ای از این جهت با یکدیگر پیوند دارند که نظارت و کنترل اقتصاد جهانی را اجتناب‌ناپذیر می‌سازد (Eisenberger, Lieberman and Williams, 2003: 291). رهیافت «جهانی‌شدن شولت» ماهیت عام‌گرا داشته و به مفهوم آن است که جهانی‌شدن نه تنها حوزه اقتصاد و امنیت، بلکه عرصه اوقات فراغت، ورزش، هنر و سینما را براساس قواعد عام‌گرا تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. در این فرایند، بسیاری از نهادهای محلی، ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی تحت تأثیر قواعد عصر ارتباطات و کنترل همه‌جانبه بازیگران ماهیت شبکه‌ای، عام‌گرا، فراگیر و راستی‌آزما پیدا می‌کند. جامعه شبکه‌ای می‌تواند الگوی جدیدی از کنش بازیگران را فراتر از حوزه دخالت دولت‌ها به وجود آورد.

هویت فراملی در سیاست‌گذاری ورزشی بر اساس آموزه‌های نئولیبرالی و جامعه شبکه‌ای تفسیر می‌شود. رهیافت نئولیبرالی در تبیین سیاست‌گذاری قواعد و نهادهای ورزشی در عصر جهانی‌شدن، براساس الگوهای نهادگرایی، منطقه‌گرایی و فرامنطقه‌گرایی انجام می‌گیرد. نئولیبرال‌ها این بحث را مطرح کرده‌اند که جهانی‌شدن قواعد ورزشی در چارچوب صنعت ورزش را موضوعات اقتصادی و الگوی کنش بازار تبیین می‌کند. در فضای هویت فراملی، دولت و گروه‌های اجتماعی فروملی میزان اثربخشی خود را در سیاست‌گذاری ورزشی از دست می‌دهند (Birkland, 2001:125). براساس چنین رویکردی، مقامات دولتی باید فقط این فعالیت‌ها را تسهیل کنند نه اینکه در پویایی آنها دخالت کنند. نئولیبرالیسم متکی بر اعتقادات لیبرالیسم کلاسیک است، مبتنی بر این که «نیروهای بازار» منجر به رفاه، آزادی، دموکراسی و صلح برای همه انسان‌ها خواهند شد. سیاست‌گذاری ورزش براساس الگوی نهادی و هنجاری می‌تواند زمینه رقابت برای ایجاد زیرساخت‌های صلح، دموکراسی و جایگاه‌یابی انسان‌های برتر در محیط رقابتی را فراهم سازد (Etzioni, 2006: 840).

۳-۴. هویت و اثربخشی صنعت ورزش در عصر جهانی‌شدن

صنعت ورزش یکی از حوزه‌های اصلی تحرک اقتصاد شبکه‌ای در عصر جهانی‌شدن محسوب می‌شود. همان‌گونه که ورزش با اندیشه، دانش و فناوری پیوند دارد، از قابلیت لازم برای اثربخشی اجتماعی نیز برخوردار است. ورزش را می‌توان شکل نهفته اقتصاد

سیاست‌گذاری قواعد و نهادهای ورزشی در عصر جهانی‌شدن و جامعه شبکه‌ای ۵۳

شبکه‌ای دانست. بنابراین یکی از اصلی‌ترین نشانه‌ها و نمادهای قدرت اقتصادی را می‌توان تولید هنجارهایی دانست که در حوزه «صنعت ورزش»، «هنجارسازی فرهنگی»، «اندیشه»، دانش و «فناوری» شکل می‌گیرد. هرگاه قواعد دارای ابعاد چندجانبه و فراگیر شود، در آن شرایط می‌تواند زیرساخت‌های لازم برای کنترل فرهنگی را به وجود آورد. صنعت ورزش بخشی از اوقات فراغت بوده که جامعه را در حوزه هیجانانگیز هویتی قرار داده و از این طریق می‌تواند به مازاد اقتصادی، کنترل سیاسی، اندیشه فرهنگی و ثبات سیاسی نایل شود. در چنین شرایطی، هرگونه سیاست‌گذاری ورزشی مبتنی بر انتشار دانش، اندیشه و بهره‌گیری از سازوکارهای تکنولوژیک خواهد بود (Chiappe, Brown, Dow, Koontz, Rodriguez and McCulloch, 2004: 110).

ورزش با نمادها پیوند می‌یابد. بنابراین کنترل نمادها و پیوند نمادها با تاریخ کشورها از طریق سیاست‌گذاری ورزشی سازماندهی می‌شود. چنین الگویی را ایران در سال‌های دهه ۱۳۵۰ به بعد در ارتباط با فوتبال پیگیری کرد. برگزاری جام پاسارگاد نماد قالب‌های هویتی و فرهنگی ایرانی دوران حکومت شاه محسوب می‌شد. بسیاری از حوزه‌های ورزشی نیز براساس قالب‌های هنجاری و نمادین تعریف می‌شد. مسابقات ورزشی باید اندیشه برجسته‌سازی معیارهای هنجاری یک کشور را منعکس سازد. بر اساس چنین قالب‌های ادراکی است که سیاست‌گذاری ورزشی بدون قالب‌های دانش‌محور امکان‌پذیر نخواهد بود. از سوی دیگر، سیاست‌گذاری فرهنگی باید منجر به رشد اقتصادی و افزایش تولید ناخالص داخلی شود. به همین دلیل است که صنعت ورزش با اقتصاد و سیاست‌گذاری ورزشی پیوند می‌یابد. دانش مربوطه منجر به سازماندهی شیوه‌های تولید، فنون مدیریت، بازارهای صادراتی و سیاست‌های اقتصادی را با هزینه بسیار پایینی در دسترس کشورهای درحال توسعه قرار داده است. شایان ذکر است که اندیشه اقتصادی به موازات فناوری دانش‌محور را باید عامل اصلی انتشار نشانه‌ها و نمادها دانست (Boardman, Greenberg & Weiner, 2001:26).

۵. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

موج‌های جهانی‌شدن تأثیر خود را بر اقتصاد، سیاست و الگوی رفتاری کشورها در حوزه عمومی به جا گذاشته است. همان‌گونه که نوسازی زمینه شکل‌گیری بحران‌های مشروعیت، مشارکت، توزیع، اقتدار و هویت را به وجود می‌آورد، جهانی‌شدن شکل

دیگری از بحران‌ها را برای جوامع ملی به وجود می‌آورد. بحران‌های جوامع ملی تأثیر خود را بر چگونگی سیاست‌گذاری فرهنگی، اجتماعی، هنجاری، ورزشی و ارتباطی به‌جا می‌گذارد. نهادهای ورزشی در جوامع ملی به‌گونه تدریجی تحت تأثیر ساخت‌های اقتصادی شبکه‌ای قرار می‌گیرند. فدراسیون‌های ورزشی قواعد عام خود را برای کنترل هنجارهای سیاسی سایر بازیگران تولید و به کار گرفته و تلاش دارد روند عام‌گرایی را براساس یکپارچه‌سازی الگوهای رفتاری اقتصاد سرمایه‌داری پیگیری نماید. عام‌گرایی اقتصادی در فضای شبکه‌ای می‌تواند معادله قدرت جدیدی را شکل دهد. هر بازیگری می‌تواند بخشی از فضای رقابت‌های بین‌المللی تلقی شود.

معادله سیاست، نماد جدیدی از کنترل اجتماعی براساس ابزارهای ارتباطی را به وجود آورده است و این امر هویت عام‌گرایانه را محور اصلی سیاست‌گذاری ورزشی در عصر جهانی شدن و جامعه شبکه‌ای قرار می‌دهد. در چنین شرایطی، زمینه برای ظهور سیاست‌گذاری نمادین در ورزش به وجود می‌آید. سیاست‌گذاری نمادین می‌تواند به‌گونه تدریجی هویت ملی کشورها را تحت تأثیر قرار داده و جلوه‌هایی از عام‌گرایی فرهنگی، هنجاری، قانونی و ساختاری نوظهور را فراهم سازد. سیاست‌گذاری نمادین در حوزه‌های فرهنگی، اجتماعی و ساختاری به وجود می‌آید. بنابراین می‌توان نشانه‌هایی از سیاست‌گذاری فرهنگی و نمادین را در حوزه‌های مختلف ورزشی مورد توجه قرار داد. بخش قابل توجهی از هزینه‌های دولت ارتباط مستقیم با عرصه فراغت عمومی شهروندان پیدا می‌کند. به این ترتیب، سیاست‌گذاری نمادین نه تنها در حوزه ورزش، بلکه در بسیاری از عرصه‌های اقتصاد شبکه‌ای شکل گرفته و زمینه ایجاد همبستگی‌های عمومی را به وجود می‌آورد. اگرچه ورزش دارای قابلیت‌های تخصصی است، هرگونه سیاست‌گذاری ورزشی ارتباط مستقیمی با ساختار عمومی کشورها دارد. برخی از کشورها همانند ایران دارای رویکرد خاص گرا هستند. برخی دیگر از قالب‌های فرهنگی عام‌گرا بهره می‌گیرند. بنابراین می‌توان پیوندی درهم‌تنیده بین حوزه‌های انتخاب عمومی و الگوی عقلانیت محدود در سیاست‌گذاری نمادین ورزشی را مشاهده نمود. بازارهای عمومی در مقیاس بازار جهانی عامل اصلی حمایت از معیارهای بنیادین سیاست‌گذاری ورزش خواهد بود.

فهرست منابع

الف) منابع فارسی

- استیگلیتز، جوزف (۱۳۸۳)، *جهانی‌سازی و مسائل آن*، ترجمه حسن گلریز، تهران: نشر نی.
گیدنز، آنتونی (۱۳۷۹)، *جهان رهاشده*، ترجمه علی اصغر سعیدی، تهران: نشر علم و ادب.
مصلی‌نژاد، عباس (۱۳۹۲)، *سیاست‌گذاری ساختار قدرت در ایران*، تهران: انتشارات دانشگاه تهران

ب) منابع لاتین

- Alford, John R, and John R. Hibbing (2004), *The Origin of Politics: An Evolutionary Theory of Political Behavior*, **Perspectives on Politics**, Vol. 2, PP. 707-723.
- Axelord, Robert (2008), *Political Science and Beyond: Presidential Address to the American Political Science Association*, **Perspectives on Politics**, Vol. 6, No. 1, PP. 3-9.
- Bardach, Eugene (2005), *A Practical Guide for Policy Analysis: The Eightfold Path to More Effective Problem Solving*, Washington, DC: CQ Press.
- Bardach, Eugene (2006), *Policy Dynamics*, In *The Oxford Handbook of Public Policy*, ed. Michael Moran, Martin Rein, and Robert E. Goodin, 336-366. New York: Oxford University Press.
- Bingham, Richard D, and Claire Felbinger (2002), *Evaluation in Practice: A Methodological Approach*, New York: Seven Bridgens Press.
- Birkland, Thomas (2001), *An Introduction to the Policy Process*, Armonk, NY: M.E. Sharpe.
- Boardman, Anthony E. D. H. Greenberg, A. R. Vining and D. L. Weiner (2001), *Cost-Benefit Analysis: Concepts and Practice*, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Bohte, John (2007), *Governmental Efficiency in Our Times: Is the What Really More Important than the How?*, **Public Administration Review**, Septemebr/October, PP. 811-815.
- Camerer, Colin F. George Lowenstein, and Matthew Rabin (2004), *Advances in Behavioral Economics*, Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Chiappe, Dan, Adam Brown, Brian Dow, Jennifer Koontz, Marisela Rodriguez, and Kelly McCulloch (2004), *Cheaters Are Looked at Longer and Remembered Better Than Cooperator in Social Exchange Situations*, **Evolutionary Psychology**, Vol. 2, PP. 108-120.
- Cialdini, Robert B, and Noah J. Goldstein (2004), *Social Influence: Compliance and Conformity*, **Annual Review of Psychology** 55, February, PP. 591-621.
- Crawford, Charles and Catherine Salmon (2004), *Evolutionary Psychology, Public*

- Policy, and Personal Decisions**, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Deleon, Peter, (2006), The Historical Roots of the Field, In the **Oxford Handbook of Public Policy**, ed. Michael Moran Martin Rein and Robert E. Gooding, 39-57. New York: Oxford University Press.
- Druckman, James N. (2004), Political Preference Formation: Competition, Deliberation, and the (Ir)relevance of Framing Effects, **American Political Science Review**, Vol. 98, PP. 671-686.
- Eisenberger, Naomi, Matthew D. Lieberman, and Kipling D. Williams (2003), Doew Rejection Hurt: An fMRI Study of Social Exclusion, **Science**, Vol. 302, PP. 290-292.
- Fehr, Ernst, and Simon Gächter (2000), Cooperation and Punishment in Public Goods Experiments, **American Economic Review**, Vol. 90, PP. 980-994.
- Fishkin, James, and Peter Laslett (2003), **Deliberative Democracy**, Malden, MA: Blackwell.
- Fitzpatrick, Jody L, James R. Sanders, and Blaine Worthen (2004), **Program Evaluation: Alternative Approaches and Practical Guidelines**, Boston: Pearson.
- Frederickson, H. George (2003), **The Public Administration Theory Primer**, Boulder, CO: Westview Press.
- Frederickson, H. George (2007), Vulgar Accountability, **PA Times**, August, Vol. 11.
- Fung, Archon, and Erik O. Wright (2003), **Thinking About Empowered Participatory Governance, In Deepening Democracy: Institutional Innovations in Empowered Participatory Governance**, ed. Archon Fung and Erik O Wright, London: Verso.
- General Accounting Office (GAO) (2002), **School Vouchers: Characteristics of Privately Funded Programs**, Washington, DC: USGAO.
- Gerber, Alan S. Donald P. Green and Christopher W. Larimer (2008), Social Pressure and Voter Turnout: Evidence from a Large Scale Field Experiment, **American Political Science Review**, Vol. 12, February, PP. 33-48.
- Gigerenzer, Gerd, and Reinhard Selton (2002), **Bounded Rationality: The Adaptive Toolbox**, Cambridge, MA: MIT Press.
- Gilens, Martin (2000), **Why Americans Hate Welfare: Race, Media, and the Politics of Antipoverty Policy**, Chicago University of Chicago Press.