



فصلنامه علمی - پژوهشی

مطالعات راهبردی ورزش و جوانان

شماره ۳۳. پاییز ۱۳۹۵

شاپا: ۱۷۳۵-۲۲۴x

صاحب امتیاز: وزارت ورزش و جوانان

مدیرمسئول: محمد رضا فضلی

سر دبیر: سید نصراله سجادی

مدیر داخلی و ویراستار: زهرا کمالیان

صفحه آرا: پردیس واهب زاده

چاپ و صحافی: نشر دانشگاه هنر

مرکز مطالعات و پژوهش های راهبردی

بزرگراه آفریقا، خیابان سایه، پلاک ۴، ساختمان شماره ۲ وزارت ورزش و جوانان

تلفن: ۲۲۶۶۲۳۶۹، دورنگار: ۲۲۶۶۲۲۶۰

رایانامه: strategic.studies@msy.gov.ir

سامانه ارسال مقاله: <http://faslname.msy.gov.ir>

اقتباس و درج مطالب با ذکر ماخذ آزاد است.

فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان دارای

اعتبار علمی - پژوهشی $\frac{۳/۱۸/۸۰۳۳}{۱۳۹۳/۱/۲۵}$ از وزارت علوم، تحقیقات و فناوری است
و در پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC) نمایه می شود.

هیئت تحریریه: (به ترتیب الفبا)

کیومرث اشتریان

دانشیار گروه علوم سیاسی دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران

محمد جواد پور

استادیار گروه روش ها و برنامه های آموزشی دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران

سید نصراله سجادی

دانشیار دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه تهران و معاون توسعه ورزش قهرمانی و حرفه ای وزارت

ورزش و جوانان

مهدی طالب پور

دانشیار گروه رفتار حرکتی دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه فردوسی مشهد

محمد حسین عبدالهی

دانشیار گروه روانشناسی دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه خوارزمی

فرزاد غفوری

دانشیار دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه علامه طباطبایی

محمد کشتی دار

دانشیار گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه بیرجند

محمود گلزاری

دانشیار گروه روانشناسی بالینی دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه علامه طباطبایی و معاون ساماندهی امور

جوانان وزارت ورزش و جوانان

امیر ملکی

دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه پیام نور

حبیب هنری

دانشیار دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه علامه طباطبایی و عضو کمیته علمی - پژوهشی مرکز

مطالعات و پژوهش های راهبردی وزارت ورزش و جوانان

مشاوران علمی این شماره:

امیر حسین واعظی، حسن کلاشلو، سید محسن بنی جمالی، حمیدرضا نیکخواه، شهرام فرج زاده موالو، لطیف سعادت سیدبگلو، مهدی شکرانی، ذبیح اله صدفی، محمد مهدی شمسایی، ستار پروین، مجید کاشانی، اصغر محمدی فاتح، فیض اله نوروزی، ابوالقاسم حیدرآبادی، سوران رجبی، عبدالرضا امیرتاش، لقمان کشاورز، مهدی نادری نسب، علی گرز، رضا شجاع، حسن قره خانی، اسفندیار خسروی زاده، فرشاد امامی، محمد رسول خدادادی، احمد ولی پور ده نو، فرزاد نوبخت، مهدی سلیمی، علی فهیمی نژاد، کیوان شعبانی مقدم، مهدی بشیری، رحیم رمضانی نژاد، وحید ساعتچیان، عباس صارمی، رسول اسلامی، مهدی مومنی، احمد یوسفی صادقلو، مجید رمضان، جلال حقیقت منفرد، علی ناصحی، بهنام غفاری، محمد رضا اسماعیلی، روح انگیز لطیفی، مرجان صفاری، فاطمه عبدوی، پروین شوشی نسب، ناهید اتقیا، سیده طاهره موسوی راد، فریده عقیلی و لیلا میرآقاسی

اهداف فصلنامه:

۱. ارتقای دانش علمی و بررسی نقادانه سیاست ها و برنامه های موجود
۲. کمک به سیاست گذاری و برنامه ریزی در حوزه ورزش و جوانان
۳. بررسی مسائل و چالش های فراروی جوانان و ورزش کشور با ارائه راهکارهای نوین و مفید در این زمینه ها
۴. انعکاس جدیدترین یافته های جوان پژوهی و ورزشی در داخل و خارج کشور

شرایط چاپ مقالات:

۱. مقالات ارسالی نباید برای هیچ نشریه داخلی یا خارجی ارسال یا در آنها چاپ شده باشد.
۲. مقالات ارسالی، به هیچ وجه مسترد نخواهد شد و پس از طی مراحل ارزیابی و تأیید علمی داوران به چاپ خواهد رسید.
۳. فصلنامه در رد یا پذیرش مقالات و ویرایش مطالب و تغییر عناوین، آزاد است.
۴. مسئولیت مطالب، با نویسندگان است.

راهنمای تنظیم مقاله های فصلنامه

۱- مقاله های قابل پذیرش در فصلنامه عبارت اند از گزارش های علمی از مطالعات تحقیقی که شامل چکیده فارسی و انگلیسی، مقدمه، روش، یافته ها، بحث و تفسیر، نتیجه گیری و منابع باشند.

۲- حجم مقاله ها باید بین ۱۵ تا ۲۵ صفحه A۴ (هر صفحه حدود ۴۰۰ واژه) و در فرمت word 2007 تایپ شده باشد.

۳- ساختار مقاله ها باید شامل اجزای زیر باشد:

صفحه عنوان: ضروری است که عنوان کامل مقاله در کوتاه ترین و زیباترین شکل، نام کامل نویسندگان، بالاترین مدرک، مقطع و رشته تحصیلی، دانشگاه یا سازمان متبوع و رتبه علمی یا پست سازمانی هر یک از نویسندگان (به فارسی و انگلیسی)، نشانی پستی، تلفن ثابت، تلفن همراه، نامبر و نشانی الکترونیکی نویسنده مسئول درج شود.

چکیده فارسی و انگلیسی: لازم است که چکیده ای سازمان یافته حداکثر در ۲۵۰ واژه، به زبان فارسی و انگلیسی در بر گیرنده بخش های هدف، روش، یافته ها و نتیجه گیری به صورت فشرده و منعکس کننده اهم مطالب مقاله به همراه ۳ تا ۶ کلمه به عنوان واژگان کلیدی (به گونه ای که مقاله بر مبنای آن نمایه سازی شود) ارائه گردد.

مقدمه: شامل طرح مسئله، پیشینه تحقیق، خلاصه ای از تعاریف، اصول، تئوری ها، مجهولات بجا مانده از تحقیقات قبلی چارچوب نظری، فرضیه ها یا پرسش ها، و نتایج، بحث و و منابع به صورت کامل ارائه گردد.

روش: شامل تبیین روش تحقیق، جامعه آماری، روش نمونه گیری و ابزارهای پژوهش است.
یافته ها: یافته های حاصل از روش های آماری می تواند به صورت متن، جدول (شماره و عنوان در بالای آن) و نمودار (شماره و عنوان در زیر آن) ارائه شود- تعداد جدول ها و نمودارها نباید بیشتر از ۶ عدد باشد.
بحث و نتیجه گیری: ضمن مقایسه یافته های حاصل از این تحقیق با تحقیقات قبلی از منظر شباهت ها و تفاوت ها، به درستی یا نادرستی فرضیه ها و هدف تحقیق اشاره گردد.

منابع: تمامی مقاله ها باید دارای منابع مستند، صحیح و مرتبط باشند و از آنجا که بررسی صحت و سقم تمامی منابع برای اعضای هیئت تحریریه و داوران ممکن نیست، مسئولیت این امر بر عهده نویسنده مسئول می باشد. همچنین، لازم است که منابع مورد استفاده، جدید و از سال ۲۰۰۵ به بعد باشند.

۴- ارجاعات به منابع فارسی و انگلیسی باید به شیوه درون متنی (APA) در داخل پراکنش و به شیوه زیر باشد: (نام خانوادگی مولف، سال انتشارمنبع: شماره صفحه یا صفحات)- چنانچه از نویسنده ای در یک سال، بیش از یک اثر منتشر شده باشد، با ذکر حروف الفبا پس از سال انتشار از یکدیگر متمایز شوند.
۵- معادل غیر فارسی واژه های تخصصی، اسامی افراد یا مکان ها، کوتاه نوشت ها و سر واژه ها، در پاورقی هر صفحه با شماره گذاری مستقل ذکر شود.

۶- هر گونه توضیح اضافی ضروری به ترتیب شماره، در پی نوشت انتهای مقاله، پیش از فهرست منابع بیاید.

۷- فهرست منابع (فارسی یا غیر فارسی) در انتهای مقاله به ترتیب الفبایی نام خانوادگی مولف به شکل زیر تنظیم شود:

- الف. کتاب:** نام خانوادگی مولف، نام. (سال انتشار). عنوان کتاب. نام و نام خانوادگی مترجم (در صورت لزوم). محل انتشار: ناشر.
- ب. مقاله:** نام خانوادگی مولف، نام. (سال انتشار). "عنوان مقاله". نام و نام خانوادگی مترجم (در صورت لزوم). نام مجله. سال یا دوره، شماره.
- ج. مجموعه مقالات:** نام خانوادگی مولف، نام. (سال انتشار). "عنوان مقاله". نام و نام خانوادگی مترجم (در صورت لزوم). در (in) نام و نام خانوادگی ویراستار مجموعه. عنوان مجموعه. محل انتشار: ناشر.
- د. رساله تحصیلی:** نام خانوادگی مولف، نام. (سال تدوین). "عنوان رساله". مقطع تحصیلی، دانشکده و دانشگاه محل تحصیل.
- ه. پایگاه اینترنتی:** نام خانوادگی مولف، نام. (آخرین زمان به روز نمودن سایت). "عنوان مقاله". نشانی پایگاه اینترنتی (تاریخ مراجعه به پایگاه).

فهرست

تبیین جامعه شناختی مشارکت جوانان، علل، صور و چالش ها (مورد مطالعه: شهر تهران)	رضا کریمی، علیرضا محسنی تبریزی، مهرداد نوابخش	۹
ذائقه جنسیتی و اوقات فراغت مجازی (مطالعه ای بر جوانان ۱۵-۲۹ ساله شهر تهران)	سهیلا علیرضائزاد، سکینه سیف جمالی	۳۵
نقش تشکل های غیر دولتی در توسعه حقوق جوانان	رسول منتجب نیا، روح اله مدبر، داوود نوری	۵۷
بررسی تاثیر شبکه اجتماعی تلگرام و مکانیسم تاثیرگذاری آن بر ارزش های خانواده (مورد مطالعه: جوانان شهر تهران)	مسعود دارابی، حسن کلاشلو	۷۷
بررسی مشارکت سیاسی جوانان شهر یزد و عوامل مؤثر بر آن	مهناز فرهمند، سمیه وکیلی قاسم آباد، الهه پوررجیمیان	۱۰۷
بررسی ارتباط میزان استفاده و اعتیاد به شبکه های اجتماعی بر گرایش به طلاق و تعارضات زناشویی	حسین اسکندری، حمید درودی	۱۳۳
ارزیابی و بهینه سازی عملکرد فدراسیون های ورزشی منتخب جمهوری اسلامی ایران با استفاده از روش تحلیل پوششی داده ها	مهدیه سراجی، سید عماد حسینی، محمد احسانی، محمدرضا برومند	۱۵۱
تدوین استراتژی توسعه ورزش روستایی و بومی و محلی استان گلستان	محمد علی نوده‌ی، مجتبی احمدی، غلامرضا نوده‌ی، محمد صادق داداشی	۱۶۳
شناسایی و رتبه بندی موانع ورود گردشگر ورزشی به کشور ایران	صدیقه اسلامی، جمشید همتی، ابراهیم زرینی	۱۸۹
تدوین برنامه راهبردی ورزش اداره کل ورزش و جوانان استان بوشهر و اولویت بندی آنها بر اساس مدل جامع تدوین استراتژی	محمد حسن عبدالحی، سید نصرالله سجادی	۲۰۱
تدوین برنامه راهبردی ورزش قهرمانی استان سمنان با روش ترکیبی SWOT و AHP	حسین زیاری، سید مصطفی طیبی ثانی، محمد حامی	۲۱۹
بررسی عوامل مؤثر بر توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران	منصور خیرگو، سحر فامیل زارع	۲۳۳

تبیین جامعه شناختی مشارکت جوانان، علل، صور و چالش ها (مورد مطالعه: شهر تهران)

رضا کریمی^۱
علیرضا محسنی تیریزی^۲
مهرداد نوابخش^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۸/۱۲

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۵/۸/۲۰

مشارکت، یکی از موضوعات مهمی است که در حوزه های مختلف علوم اجتماعی و سیاسی به آن توجه خاص می شود. امروزه جوانان به عنوان یک گروه تاثیرگذار در مشارکت، نقش مهمی در تصمیم گیری های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی جامعه دارند. بنابراین، این پژوهش با هدف بررسی تبیین جامعه شناختی مشارکت جوانان، علل، صور و چالش ها صورت گرفته است. به منظور دست یابی به این هدف از بین عوامل و متغیرهای گوناگونی که در مشارکت جوانان تاثیر گذار است، متغیرهای اعتماد اجتماعی، بیگانگی اجتماعی، بی تفاوتی اجتماعی، میزان استفاده از رسانه ها و پایگاه اقتصادی- اجتماعی به عنوان متغیرهای مستقل انتخاب شده است. مبانی نظری متغیرها و پارامترهای این پژوهش، بر مبنای نظریات ملوین سیمن، لیپست، پارسونز، گیدنز، زتومکا و اینگلهارت تدوین شده است.

روش تحقیق، پیمایشی و ابزار گردآوری داده ها، پرسش نامه دارای قابلیت اعتماد و اعتبار است. جامعه آماری پژوهش، جوانان ۱۸-۲۹ سال مناطق ۲۲ گانه تهران در سال ۱۳۹۴ می باشد. حجم نمونه ۳۹۰ نفر است که با استفاده از فرمول کوکران و به شیوه نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای به دست آمده است. روش اصلی در تحلیل داده ها، رگرسیون و تحلیل مسیر است.

۱. دانشجوی دکتری جامعه شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲. استاد تمام، گروه جامعه شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: mohsenit@ut.ac.ir

۳. استاد تمام، گروه جامعه شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

همچنین بر اساس نتایج تحقیق، میان صور مشارکت و متغیرهای اعتماد اجتماعی، بیگانگی اجتماعی، رسانه های جمعی، بی تفاوتی اجتماعی و پایگاه اقتصادی و اجتماعی و جنسیت رابطه معنادار وجود دارد، اما بین متغیر وضع تاهل با مشارکت و صور آن رابطه معناداری به چشم نمی خورد. از میان این متغیرها، اعتماد اجتماعی دارای قوی ترین رابطه با متغیر وابسته صور مشارکت (اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و روانی) است. در همین راستا نتایج به از دست آمده از رگرسیون چند متغیره، حاکی از آن است که متغیرهای مطرح شده در این تحقیق (متغیرهای مستقل) به میزان ۳۵ درصد تغییرات متغیر وابسته "مشارکت اجتماعی"، به میزان ۴۱ درصد تغییرات متغیر وابسته "مشارکت سیاسی"، به میزان ۳۲ درصد تغییرات متغیر وابسته "مشارکت فرهنگی"، به میزان ۲۸ درصد تغییرات متغیر وابسته "مشارکت اقتصادی" و به میزان ۲۵ درصد تغییرات متغیر وابسته "مشارکت روانی" را تبیین می کنند.

واژگان کلیدی: مشارکت، اعتماد اجتماعی، بیگانگی اجتماعی، بی تفاوتی اجتماعی، میزان استفاده از رسانه ها و پایگاه اقتصادی - اجتماعی

مقدمه

مشارکت و همکاری به عنوان یکی از مهم ترین ارکان ادامه حیات بشری در طول تاریخ از اهمیت ویژه ای برخوردار است. این مهم این امکان را برای افراد فراهم می آورد تا در سرنوشت خود و چگونگی محقق شدن تصمیمات حیاتی، نظارت کنند و اثرگذار باشند. اما بحث از مشارکت می باید با این پیش فرض همراه گردد که از یک سو، مفهوم مشارکت در طول سالیان پشت سرگذاشته شده با دگرگونی های مختلفی همراه بوده است و از سویی دیگر، تحقق مفهوم مشارکت به معنای جامعه شناختی آن، تنها در قالب جوامع برخوردار از شهروندی و به تبع آن نهادهای مدنی شکل خواهد گرفت؛ جوامعی که مشارکت را "دخاله مستقیم افراد در تصمیم گیری اجتماعی می دانند تا حقوق و آزادی های افراد از گزند تصمیم های گروه های کوچک و دور از دسترس و اغلب ناشناس در امان بماند" (آشوری، ۱۳۷۳). اما در دیدی وسیع تر، مشارکت را می توان روند درگیر ساختن مردم در تعیین سرنوشت خود و احساس مسئولیت نسبت به این سرنوشت دانست که در حقوق عمومی و اسناد بین المللی در پنج حوزه مطرح شده است:

الف) مشارکت سیاسی که عنصر اساسی در ساختار جامعه در ارتباط با توزیع قدرت است.
ب) مشارکت اقتصادی که متضمن مداخله مستقیم افراد در مدیریت کار و فعالیت خود و نیز تقسیم منافع حاصل از آن است.

ج) مشارکت اجتماعی که طیف وسیعی از فعالیت ها را برای مداخله جوانان در اجتماعات و محله های اطراف خود و همچنین شرکت در فرآیند جامعه پذیری در خانواده سنتی و مدرن در اشکال مختلف همبستگی در بر می گیرد.

د) مشارکت فرهنگی که این نوع مشارکت در گروه های هنرمندان و دوستداران هنر و نیز فعالیت های مراکز فرهنگی به عنوان راه هایی برای ترویج شناسایی مشارکت اجتماعی جوانان در خلق اشکال جدید هنر و ارزش های فرهنگی نمود پیدا می کند (شیانی، ۱۳۸۲: ۱۶).

ه) مشارکت روانی که در چهارچوب همدلی و همبستگی اجتماعی موجبات انسجام اجتماعی و مشارکت بیشتر را به دنبال دارد.

همچنین، میزان مشارکت به عنوان یکی از سطوح توسعه یافتگی جوامع قلمداد می شود که هرچه قلمرو، فراگیری و تنوع مشارکت شهروندان گسترده تر باشد، نشانگر توان تصمیم گیری اعضای جامعه، نظارت و کنترل بر سرنوشت اجتماعی خود و تحقق معنای شهروندی است. از آنجا که هدف از این پژوهش بررسی علل، صور و موانع مشارکت اجتماعی جوانان و ارائه راهکارهایی جهت افزایش این وجه از مشارکت است، حوزه مشارکت اجتماعی مورد توجه قرار دارد. جوانان به عنوان قشری که بیشترین فراوانی را در ساختار جمعیتی کشور به خود اختصاص داده اند و پیش برنده مسائل اجتماعی در جامعه نیز محسوب می گردند، از نقش و اهمیت ویژه ای برخوردارند، چرا که با استناد به تعریف، "مشارکت اجتماعی به آن دسته از فعالیت های ارادی دلالت دارد که از طریق آن ها اعضای یک جامعه در امور محله، شهر و روستا شرکت می کنند و به صورت مستقیم یا غیرمستقیم در شکل دادن به حیات اجتماعی مشارکت دارند" (محسنی تبریزی، ۱۳۸۷: ۱۳۷۵). براساس اطلاعات موجود و با استناد به آمارهای موجود، "مشارکت جوانان در نهادهایی مثل محل تحصیل، نهادهای سازندگی، نهادهای فرهنگی، نهادهای نظامی و انتظامی و نهادهای سیاسی بسیار اندک است و کاملاً آشکار می سازد که جامعه نتوانسته است زمینه های مشارکت اجتماعی جوانان را فراهم نماید و آنان را به حضور اجتماعی موثر دعوت کند. بدین جهت بسیاری از جوانان به حوزه های اجتماعی منتسب به خود و نهادهای کوچک اجتماعی رانده شده اند (گروه دوستان)؛ نهادهایی که ارتباطات درونی شان مبتنی بر ارتباط

چهره به چهره است" (مشکینی، ۱۳۸۲: ۱۹۰).

ضرورت بررسی موانع مشارکت اجتماعی از این جهت آشکار می گردد که در پی مشارکت است که جامعه پذیری و سازگاری اجتماعی در نهان اعضای جامعه بخصوص جوانان نهادینه می شود، هدف گذاری های جمعی و کار گروهی در سایه نهادهای مدنی فعال محقق می گردد و دست یابی به هدفی والاتر که شکل گیری ساختارهای کارآمد جهت بیان و انعکاس درست و دقیق دیدگاه ها و نظرات در حوزه های سیاسی و اجتماعی را در پی دارد. از این جهت در این پژوهش برآنیم تا علل، صور و چالش های عدم شکل گیری زمینه های مشارکت را مشخص کنیم و در وهله دوم راهکارهایی اجرایی جهت افزایش این نوع مشارکت را بیان نماییم.

پیشینه تجربی پژوهش

قریشی و صداقت (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان "بررسی عوامل فرهنگی- اجتماعی مرتبط بر شکل گیری اعتماد اجتماعی شهروندان تبریز" ۳۹۵ نفر از شهروندان ۱۸ سال به بالای شهر تبریز را مورد پیمایش قرار داده اند. یافته های این تحقیق نشان می دهد که بین متغیرهای سطح شهروندی، نگرش دینی، مشارکت اجتماعی، پایگاه اقتصادی- اجتماعی، فقر فرهنگی، جنسیت، وضعیت تاهل، تحصیلات، سن و شغل با اعتماد اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد.

قدیمی (۱۳۸۰) در تحقیقی با عنوان "بیگانگی در سازمان های اداری" به نتایج متعددی دست یافته است: اولاً، بیگانگی اجتماعی را می توان با بی قدرتی مترادف و همسنگ دانست؛ ثانیاً، بیگانگی اجتماعی با تحرک شغلی و ارتقای شغلی، رابطه به شدت نیرومندی دارد که جهت آن معکوس است- یعنی، هر چند میزان بیگانگی افزایش یابد به همان میزان میل به ارتقا و تحرک شغلی کاهش می یابد؛ ثالثاً، هر چه افراد در روابط صمیمانه تری در قالب گروه های غیر رسمی با یکدیگر رابطه داشته باشند، از میزان بیگانگی کمتری برخوردارند. به عبارتی، بین داشتن روابط صمیمانه در قالب گروه های غیررسمی و میزان بیگانگی رابطه معکوس وجود دارد.

کلاتری و همکاران (۱۳۸۶) به بررسی بی تفاوتی و نועدوستی در جامعه شهری ایران و عوامل موثر بر آن پرداخته اند. این پژوهش به روش پیمایش علی- مقایسه ای و طی دو مرحله انجام شده است. نتایج حاصل از این پژوهش نشان می دهد: اولاً، در مواجهه با حالت های اضطراری، ۷۵/۳ درصد از شهروندان نועدوست و ۲۴/۷ درصد بی تفاوت اند؛ ثانیاً، گروه نועدوست در مقایسه با گروه بی تفاوت دارای همدلی بیش تر، مسوولیت پذیری بیش تر و تحلیل هزینه- پاداش مادی کم تر است. یافته های این پژوهش با توجه به نتایج مطالعات پیشین مورد بحث قرار گرفته و نشان داده شده که با افزایش همدلی، افزایش مسوولیت پذیری و کاهش تحلیل هزینه پاداش مادی در بین شهروندان می توان نועدوستی را افزایش و بی تفاوتی را کاهش داد.

محسنی تبریزی و صداقتی فرد (۱۳۹۰) پژوهشی در مورد بی تفاوتی اجتماعی در شهر تهران انجام داده اند. یافته ها نشان داد میان متغیرهای قومیت، شغل و تحصیلات از صفات زمینه ای تفاوت وجود دارد و بین تمامی متغیرهای مستقل اصلی- بی هنجاری (آنومی)، اعتماد اجتماعی، اثربخشی اجتماعی، رضایت اجتماعی، محرومیت نسبی، فردگرایی، تحلیل هزینه- پاداش و التزام مدنی- با بی تفاوتی اجتماعی رابطه معنی داری وجود دارد. در نتایج حاصل از تحلیل چندگانه، مشخص شد که حدود ۴۰ درصد تغییرات در بی تفاوتی اجتماعی به وسیله مجموع پنج متغیر مستقل قابل تبیین است. بر اساس یافته های به دست آمده در این مطالعه، می توان استنتاج کرد که بی تفاوتی اجتماعی در شهروندان تهرانی به میزانی بالاتر از حد متوسط وجود دارد و سطح آن به ترتیب با نوسانات پنج متغیر التزام مدنی، فردگرایی، بی هنجاری، رضایت اجتماعی و محرومیت نسبی تغییر می کند.

ساری و وثوقی (۱۳۹۲) در تحقیقی به مطالعه جامعه شناختی گونه های بیگانگی اجتماعی جوانان در شهر تهران پرداخته اند. نتایج حاصل از این پژوهش نشان می دهد بی هنجاری، رایج ترین گونه بیگانگی در میان

جوانان است و پس از آن، بی معنایی در رتبه دوم، از خود بیزاری در رتبه سوم، انزوای اجتماعی در رتبه چهارم و بی قدرتی در رتبه آخر قرار دارند. همچنین، پدیده بیگانگی اجتماعی در بین دختران و پسران جوان وضعیت یکسانی را داراست.

رسولی و بنی فاطمه (۱۳۹۰) به بررسی میزان بیگانگی اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه تبریز و عوامل مرتبط با آن پرداخته‌اند. نتیجه حاصل از آزمون فرضیه‌ها نشان دهنده وجود رابطه معنی دار بین متغیرهای اعتماد اجتماعی و رضایت اجتماعی به عنوان متغیرهای مستقل و بیگانگی اجتماعی به عنوان متغیر وابسته تحقیق است. بعلاوه، نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون چند متغیره تحقیق نشان می‌دهد که در نمونه تحصیلات تکمیلی ۵۳ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل پژوهش تبیین می‌شود.

نوروزی و بختیاری (۱۳۸۸) به بررسی مشارکت اجتماعی و عوامل اجتماعی موثر بر آن پرداختند. شیوه این پژوهش، پیمایشی با حجم نمونه ۴۰۰ نفر از ساکنان ۳۰ تا ۶۰ ساله شهرستان خدابنده است. هدف از انجام این پژوهش، سنجش میزان مشارکت اجتماعی-سیاسی افراد ۳۰ تا ۶۰ ساله ساکن شهرستان خدابنده و نیز بررسی عوامل موثر بر مشارکت اجتماعی-سیاسی آنان بوده است. متغیر مستقل در این پژوهش سن، جنسیت، طبقه اجتماعی، محل سکونت، عام‌گرایی، آینده‌نگری، بیگانگی سیاسی-اجتماعی، اعتماد، ساختار خانواده، تعلیم و تربیت، رسانه‌های گروهی و تقدیرگرایی بوده که تاثیر این عوامل بر متغیر وابسته یعنی مشارکت اجتماعی-سیاسی سنجیده شده است. یافته‌های پژوهش نشان داده است که بین میزان عام‌گرایی، تقدیرگرایی و آینده‌نگری افراد و میزان مشارکت آنها ارتباط معناداری وجود ندارد، اما بین میزان بیگانگی اجتماعی-سیاسی، میزان اعتماد، میزان تعلق اجتماعی، میزان شیوه اقناع‌گری تربیتی، میزان استفاده از رسانه‌های گروهی و طبقه اجتماعی با مشارکت اجتماعی-سیاسی افراد ارتباط معناداری وجود دارد. البته رابطه بیگانگی اجتماعی-سیاسی و مشارکت معکوس است؛ به این معنا که با افزایش بیگانگی اجتماعی-سیاسی، مشارکت کاهش می‌یابد. همچنین بر اساس تحلیل رگرسیونی، تعلق اجتماعی وزن مهم‌تری را در پیش‌بینی مشارکت اجتماعی-سیاسی دارد.

پاول (۱۹۸۶) بیگانگی، بی‌قدرتی و انزوای اجتماعی را در میان کارکنان زندان در ایالت مونتانا مورد مطالعه قرار داد. محقق ۱۳ فرضیه را ارائه کرد که سه مورد از آنها در کلیه کارکنان به تایید رسید و ۴ مورد از فرضیه‌ها فقط در گروهی از کارکنان مشاهده شد و بقیه فرضیه‌ها رد شدند. نتایج مطالعات این محقق نشان داد که میزان بیگانگی در میان کارکنان جوان‌تر و با سابقه کمتر، بیشتر از کارکنان با سابقه است؛ به گونه‌ای که ناامیدی و یاس از فضای زندان و شغل‌شان در آنها بسیار دیده می‌شد.

ناتالیا لتکی (۲۰۰۳) در مقاله خود با عنوان "تبیین مشارکت سیاسی در اروپای شرقی - مرکزی: سرمایه اجتماعی، دموکراسی و جوامع مابعد کمونیستی" تلاش نمود تا تاثیر اعتماد اجتماعی، ویژگی‌های اقتصادی-اجتماعی و ... را بر انواع مشارکت سیاسی (شرکت در بحث‌های سیاسی، عضویت حزبی، هواداری حزبی و رأی دهی) بررسی نماید. تحلیل رگرسیونی در این پژوهش نتایج با ارزشی را نشان می‌دهد که از جمله می‌توان به معنادار بودن تاثیر اعتماد اجتماعی بر متغیرهای شرکت در بحث‌های سیاسی، هواداری احزاب، رأی دهی و معنادار نبودن تاثیر آن بر متغیر عضویت در احزاب سیاسی اشاره کرد.

گنس (۱۹۹۲) به "بررسی رابطه میان مشارکت سیاسی و بی‌تفاوتی" پرداخت و با توجه به کاهش علاقه افراد به پیگیری مسائل سیاسی جامعه خود، بی‌تفاوتی را به عنوان مسئله‌ای مهم در این کشور معرفی کرده است.

ون اسنپنبرگ و شپرز (۱۹۹۱) نیز افزایش بی‌تفاوتی اجتماعی در هلند سال ۱۹۸۵ را ما به ازای اعتراضات سیاسی طبقاتی دانسته‌اند که به شدت از رکود اقتصادی ضربه خورده‌اند و به همین دلیل، الگویی را

برای تبیین بی تفاوتی سیاسی در میان افراد طبقات پایین در اواسط دهه ۱۹۸۰ هلند طراحی کردند. در پژوهش دیگری که در کشور عربستان سعودی انجام شد، محقق مسئله بی تفاوتی عمومی را به عنوان مانعی در جهت برنامه های توسعه این کشور مورد تحلیل و تبیین قرار داد (المیزجادی، ۲۰۰۱). در پژوهشی با عنوان "سنجش بی تفاوتی سیاسی مردم شهر پکن"، عوامل مؤثر و اثر متغیرهای گوناگون زمینه ای و مستقل مانند رضایت اجتماعی، احساس اثربخشی، موقعیت اجتماعی- شغلی و وابستگی حزبی- سیاسی بر روی بی تفاوتی سیاسی مورد بررسی قرار گرفت. نتایج حاصله حاکی از وجود رابطه معنی دار میان این متغیرها بوده است (چن و زانگ، ۱۹۹۰).

چارچوب نظری و مفهومی پژوهش تئوری تالکوت پارسونز

اگر مشارکت اجتماعی را نوعی کنش توسط افراد جامعه در نظر بگیریم، می توانیم آن را با استفاده از نظریه کنش پارسونز مورد بررسی قرار دهیم. در تحلیل کنش در سطح خرد، پارسونز معتقد است که هر عملی که از انسان سر می زند سه خصلت عمده دارد: خصلت اورگانیکستی، یعنی هر کنشی در جهت پاسخ به نیازی زیستی است؛ خصلت شخصیتی، یعنی هر کنشی تحت تأثیر شخصیت فرد است؛ و خصلت فرهنگی، یعنی هر کنشی صبغه فرهنگی دارد و تحت تأثیر فرهنگ جامعه است. پارسونز ارگانیسم رفتاری را- که دارای سه گرایش هنجاری، ارزیابی و ادراکی یا شناختی است- نخستین منشأ کنش می داند. اورگانیکسم، وسیله ای است که انسان به وسیله آن با محیط ارتباط پیدا می کند و کارکرد آن فراهم کردن عوامل تطابق انسان با محیط است. به نظر پارسونز، به دلیل آن که نوزاد انسان در یک نظام فرهنگی متولد می شود، این اورگانیکسم در برخورد با فرهنگ و پذیرش مجموعه باورها، ارزش ها و هنجارهای نظام فرهنگی، آن ها را درونی می کند (از طریق زندگی در میان اعضای خانواده، کسب تحصیلات در گروه های آموزشی، یادگیری باورها و ارزش ها درباره فایده های مشارکت در امور اجتماعی و همکاری، و از این دست مفاهیم) و با درونی شدن ارزش ها و هنجارها، نظامی شخصیتی شکل می گیرد که کارکرد آن هدف یابی است. وقتی نظام شخصیتی شکل گرفت، دیگر انسان نه از اورگانیکسم، بلکه از شخصیت خود پیروی می کند و شخصیت بر ارگانیکسم مسلط می شود. (روشه: ۱۶۸، ۱۳۷۷)

به عقیده پارسونز، دو عنصر محیط فیزیکی و ارزش های غایی نیز بر کنش اثر می گذارند؛ محیط ارگانیک- فیزیکی، تسهیلات محیطی را برای فرد فراهم می کند (نظیر امکانات موجود در هر خانواده، محله و منطقه زندگی، مثل وجود سازمان ها و نهادهای مشارکتی، ارزیابی از وجود این امکانات و نبودن آن به عنوان مانع مشارکت) و ارزش غایی نیز نمادی ناظر بر آینده است (نظیر امید به آینده و بهبود شرایط با فعالیت فرد) در بین عناصر مطرح شده، عنصری که میزان اطلاعات آن بالاتر است، کنترل بیش تری بر کنش دارد و آن را از بالا به پایین مورد توجه قرار می دهد. بر این اساس، محیط طبیعی، اورگانیکسم رفتاری، نظام شخصیتی و در نهایت ارزش های غایی، به ترتیب، کاملترین اطلاعات و بیش ترین انرژی را دارند. از نظر پارسونز، انسان در کنش خود آزاد است و کنش نیز گرچه تا حدی ارادی و اختیاری است، ولی آزاد مطلق نیست و کنش گر تحت شرایط ساختاری در جامعه عمل می کند؛ بنابراین، عوامل و شرایط سطح کلان، کنش انسان را مقید و مشروط می کند و نتیجه این است که انسان هر چند در اعمال خود مقید به شرایط اقتصادی، اجتماعی، و فرهنگی است، می تواند با کنش خود این ساختارها را تغییر دهد. (یزدان پناه به نقل از کرایب، ریتزر، توسلی، ۱۳۸۷)

"پارسونز منشأ هر رفتار را تمایلاتی نیازی می داند که طی فرآیند اجتماعی شدن شکل می گیرند و انگیزه های کنش را می سازند. یک دسته از این تمایلات نیازی، تمایلاتی است که کنش گران را وادار می کند در روابط اجتماعی شان به دنبال تأیید و عشق بروند و دسته دیگر، ارزش های ملکه ذهن شده ای است که شخص را وادار

می‌کند معیارهای گوناگون فرهنگی را رعایت کند" (روشه، ۱۳۷۷: ۱۷۰). بنابراین، تمایل به کسب پاداش‌های مادی و معنوی از یک سو، و تمایل به رعایت ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی، از سوی دیگر منشأ کنش اند. پارسونز ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی را که در عمل، سازنده شرایط ساختی کنش اند، زیر عنوان متغیرهای الگویی دسته‌بندی می‌کند و منظور وی از متغیر، انتخاب یک گونه از دو گونه‌ای است که کنش‌گر باید یکی از آن دو را انتخاب کند. از نظر پارسونز، ترکیب الگوها و جهت‌گیری‌های ارزشی که به وسیله کنش‌گر در زمان اجتماعی شدن به دست می‌آید، تا اندازه زیادی نتیجه کارکرد ساختار بنیادین جامعه و ارزش‌های مسلط نظام اجتماعی است؛ بنابراین از نظر وی، هر یک از عوامل ساختاری سطح کلان مانند اقتصاد، سیاست، اجتماع، فرهنگ و سطح توسعه، به روش تأثیرگذاری بر ترکیب متغیرهای الگویی، مشروط‌کننده کنش است. از سوی دیگر، او معتقد است که کنش نیز به طور متقابل بر ساختار جامعه تأثیر می‌گذارد و تغییردهنده شرایط ساختاری است. این تغییرات در جهت تفکیک‌پذیری و انسجام نظام اجتماعی، شکل‌گیری ارزش‌ها و اجتماع عام و افزایش توان و ظرفیت تطابق جامعه با محیط صورت می‌گیرد (ریترز، ۱۳۷۷: ۶۲). بر اساس نظریه پارسونز، افراد مشارکت‌جو دارای ویژگی‌هایی چون: عام‌گرایی، فعال‌گرایی، خردگرایی و امیدوار به آینده و دارای احساس مسئولیت نسبت به جامعه و افراد آن هستند که نمود آن را می‌توان در عضویت در سازمان‌های غیردولتی، خیریه، انجمن‌های علمی و فرهنگی و... مشاهده نمود.

تئوری لیپست

لیپست، از دیگر نظریه پردازان نوسازی نیز در مدل خود می‌کوشد براساس متغیرهای اجتماعی پدیده مشارکت یا عدم مشارکت گروه‌های مختلف را در پویش‌های اجتماعی تبیین کند. مدل لیپست بر آن است که پدیده شرکت یا عدم شرکت اقشار و گروه‌های مختلف اجتماعی را براساس چندین عامل کلی اجتماعی در فرایندهای سیاسی و اجتماعی نظیر انتخابات، انجمن‌ها، سندیکاها، کارگری، شوراهای محلی و نظایر آن تبیین کند. وی با تبیین الگوی شرکت در انتخابات میان کشورهای مختلف (آلمان، سوئد، آمریکا، نروژ، فنلاند و...) این الگو را در کشورهای مذکور کم و بیش یکسان می‌بیند و معتقد است در کلیه این کشورها میزان مشارکت در فرایندهای اجتماعی در میان مردان، گروه‌های تحصیلکرده، متأهلان، شهرنشینان، افراد میانسال و نیز افراد دارای منزلت و همچنین اعضای سازمان‌ها، احزاب، سندیکاها و شوراهای بیشتر است (غفاری و نیازی، ۱۳۸۶: ۵۴).

تئوری زتومکا

زتومکا (۱۹۹۹) در بحث اعتماد اجتماعی، تئوری "ضرورت اجتماعی فرهنگ اعتماد" را مطرح می‌کند و معتقد است که ظهور فرهنگ اعتماد با مقداری از فرهنگ اعتماد فطری و ذاتی یعنی سنت اعتمادیابی شروع می‌گردد. پس از آن، شرایط ساختاری واقعی - شامل همبستگی هنجاری، ثبات و نظم اجتماعی، شفافیت، انس و آشنایی و در نهایت پاسخگویی یا فقدان هر یک از آنها - احتمال تجارب مثبت و با ارزش اعتماد و نیز برآورد و یا نقض شروط اعتماد را افزایش و یا کاهش می‌دهند. این شرایط بسته به استعداد کنشگران، فرصت‌های ساختاری را برای پذیرش و یا نادیده گرفتن آسان تر مخاطره اعتماد فراهم و یا مانع می‌گردند. (زتومکا، ۱۳۸۶: ۲۳۶) خلیقات اجتماعی که به عنوان پیامدهای جمعی نشانگان‌های شخصیتی اعتمادپذیری و یا شک و تردید که برای اعضای گوناگون جامعه به صورت مختلفی ظاهر می‌شوند، می‌توانند موجب ترغیب و یا سد راه تبلور فرهنگ اعتماد گردند. به همین ترتیب، سرمایه جمعی که به عنوان مجموعه‌ای از منابع گوناگون در تصاحب اعضای جامعه ظاهر می‌شوند، در صورتی که به اندازه کافی غنی باشد، امنیت بیمه و گزینه‌های پشتیبان را فراهم می‌کند و در صورت فقر سرمایه جمعی، ناامنی، عجز و ناتوانی را به بار می‌آورد که در نتیجه می‌تواند محرک و یا مانع ظهور اعتماد و فرهنگ اعتماد شود. به نظر زتومکا، اعتماد اجتماعی

پایین در یک جامعه منجر به انزوا و دوری اعضای جامعه از همدیگر می شود و میزان بیگانگی اجتماعی را افزایش می دهد.

تئوری گیدنز

از نظر گیدنز، جوامع امروزی برای پیشرفت نیازمند مفهوم اعتماد هستند. مفهوم اعتماد تنها به معنای اعتماد به یک شخص خاص نیست، بلکه شامل سازمان ها و نهادهای بزرگتر، از جمله نظام های تخصصی می گردد؛ به طوری که این گونه روابط در گذشته بدین وسعت و گستردگی وجود نداشته است. اعتماد، به شیرازه زمان و مکان مربوط می شود. نظریه پردازانی مانند گیدنز، همچنین بین دو نوع اعتماد تمایز قایل می شوند: اعتماد به افراد خاص و اعتماد به افراد یا نظام های انتزاعی. اعتماد انتزاعی، در برگیرنده آگاهی از مخاطره و فرد مورد اعتماد است. لذا در حالی که کنشگر می تواند به راحتی در مورد میزان ارزش اعتماد به افراد خاص قضاوت کند، بر اساس اطلاعات مربوط به تاریخچه آن فرد، انگیزه ها و شایستگی های او می تواند درباره میزان ارزش اعتماد نسبت به دیگران تعمیم یافته نیز دارای ایده ها و باورهایی باشد. (شارع پور، ۱۳۸۰: ۱۰۴) از نظر گیدنز، اعتماد شیوه ضروری و اجتناب ناپذیر زندگی اجتماعی و از مولفه های مدرنیته است. در فرهنگ های سنتی، چهار زمینه محلی شامل خویشاوندی، اجتماع محلی، سنت و کیهان شناسی مذهبی یا دین در ارتباط با اعتماد غالب هستند. طبق نظر گیدنز، منابع اصلی اعتماد در جوامع سنتی، اهمیت خود را در جوامع صنعتی و جدید از دست داده اند. گیدنز ارتباط ناب را منوط به اعتماد متقابل می داند که رابطه ای نزدیک با صمیمیت دارد. برای ایجاد اعتماد، شخص باید هم به دیگری اعتماد کند و هم خودش دست کم در محدوده رابطه مورد نظر، قابل اعتماد باشد. گیدنز اعتماد را در جوامع دوره پیش از مدرن و دوره مدرن نه تنها متفاوت، بلکه در تضاد با یکدیگر می داند. به عبارت دیگر، می توان برای فرهنگ هر یک از این جوامع، از محیط های اعتماد و محیط های مخاطره یاد کرد. در دوره پیش از مدرن، اعتماد محلی از اهمیت زیادی برخوردار بوده که این امر زمینه عمومی و جهت گیری کلی اعتماد را در این جوامع نشان می دهد. در جوامع مدرن، اعتماد بین مردم کاهش یافته و زمینه عمومی و جهت گیری کلی اعتماد در آن مبتنی بر روابط اعتماد نظام های انتزاعی و تخصصی است که از نظر گیدنز دارای ویژگی از جاکندگی یا بی ریشگی در دنیای مدرن هستند (گیدنز، ۱۳۸۴: ۱۲۰).

تئوری کلاوس اوفه

از نظر کلاوس اوفه می توان با استدلال سه مرحله ای، علاقه به اعتماد و دیگر پدیده های مرتبط با آن را مورد بررسی قرار داد. اولاً، نظم اجتماعی جامعه مدرن از طریق سه ابزار پول، قدرت و دانش باز تولید می شود. ثانیاً، آرمان نهایی این سه ابزار ایجاد هماهنگی است که اعتماد نمونه بسیار خوبی از منابع فرهنگی و اخلاقی است که شیوه غیر رسمی ایجاد هماهنگی اجتماعی را امکان پذیر می سازد. ثالثاً، با استفاده از اعتماد - که سرچشمه همکاری اجتماعی است - می توان کیفیت نظم و کارایی استفاده از ابزار قدرت، پول و دانش را به شدت افزایش داد (اوفه، ۱۳۸۵: ۲۰۵-۲۰۶). افزایش اعتماد، بهره وری سازمان های خدماتی و تولیدی و مشروعیت حکومت ها را افزایش می دهد. فقدان اعتماد بر گذار سریع و موفقیت آمیز به حکومت غیر اقتدارگرا و تحکیم نظام لیبرال دموکرات تأثیر بسیار نامطلوبی دارد. اعتماد اجتماعی را می توان از حوزه ها و جنبه های مختلف بررسی کرد. از ترکیب دوگانه توده^۱، نخبه^۲ افقی^۳ و عمودی^۴ چهار حوزه به دست می آید که روابط اعتماد در آن چهار حوزه

1. Mass

2. Elite

3. Horizontal

4. Vertical

خود را نشان می دهد.

تئوری ملوین سیمن

سیمن کوشیده ضمن ارائه تعریفی مفهومی از بیگانگی و مشخص نمودن تیپولوژی آلبناسیون، صور و انواع تظاهرات رفتار بیگانه گونه را در شش نوع قابل تمیز که به نظر وی از رایج ترین و متداول ترین صور کاربرد مفهومی واژه در ادبیات جامعه شناسی و روانشناسی است، نشان می دهد.

۱. **احساس بی قدرتی:** عبارت است از احتمال و یا انتظار متصوره از سوی فرد در قبال بی تاثیری عمل خویش و یا تصور این باور که رفتار او قادر به تحقق و تعیین نتایج مورد انتظار نبوده و وی را به هدفی که بر اساس آن کنش او تجهیز گردیده رهنمون نیست. سیمن معتقد است که این مفهوم از بیگانگی، بیش از صور دیگر آن در ادبیات معاصر کاربرد دارد.

۲. **احساس انزوای اجتماع:** واقعیتی فکری است که در آن فرد عدم تعلق و وابستگی و انفصال تامه ای را با ارزش های مرسوم جامعه احساس می کند. در این حالت فرد همچنین دارای اعتقاد و باور نازلی نسبت به مکانیسم ارزش گذاری و سیستم پاداش اجتماعی است و با هر آنچه که از نظر جامعه معتبر و ارزشمند است خود را هم عقیده و همسو نمی بیند. احساس انزوای اجتماعی از نظر سیمن به مفهوم فقدان قابلیت سازگاری فرد با زمینه اجتماعی خویش نیست، بلکه چنین انفکاک فکری فرد از استانداردهای فرهنگی است.

۳. **احساس بی هنجاری:** به عقیده سیمن احساس بی هنجاری چون احساس بی قدرتی، وضعیتی فکری و ذهنی است که در آن فرد این احتمال را به حد مفراطی بر خود مفروض و متصور می دارد که تنها کنش های فرد را به حوزه های هدف نزدیک می سازد که مورد تأیید جامعه نیست.

۴. **احساس بی معنایی:** این شکل از بیگانگی به نظر سیمن زمانی مشهود است که فرد در باور و عقیده خود دچار شک و تردید و ابهام است، یعنی نمی تواند که به چه اعتقاد داشته باشد. در تصمیم گیری ها عقیده خود را با استانداردهای موجود در جامعه خویش نمی تواند تطبیق دهد. به عبارتی، وی در تخمین و پیش بینی نسبتاً دقیق رفتار دیگران و نیز برآورد عواقب و نتایج رفتار خود با دشواری روبه روست.

۵. **احساس تنفر از خویش:** سیمن میزان و درجه هر رفتاری را بر اساس پاداش های مورد انتظار و آتی می بیند و چون مارکس معتقد است پاداش منحصرأ در خود عمل نهفته نیست، بلکه نسبت به کار امری خارجی است. به نظر سیمن، در دنیای صنعتی انسان در بسیاری از حرف و مشاغل در روابط تولیدی خاص واقع می شود که در آن کار و تولید فرد را دیگر به هدف و تعالی مورد انتظار رهنمون نیست. او کار می کند بدون آن که به ارزش واقعی کار خود واقف باشد و از نتایج کار خویش متمتع گردد. نتیجه آن، زوال و از دست رفتن مفهوم واقعی کار و آغاز نفی خود در تولید است. در چنین وضعیتی، فرد از شانس و فرصت لازم جهت خلق و تولید محصولی که او را راضی و خرسند می سازد، برخوردار نیست و در نوعی احساس انزجار از روابط اجتماعی تولید گرفتار است (محسنی تبریزی، ۱۳۷۰، ۶۷).

۶. **تنفر فرهنگی:** از نظر سیمن احساسی است که طی آن فرد نسبت به باورها و اهدافی که در یک جامعه خاص ارزشمند و دارای پاداش اجتماعی می باشد، اعتقاد نازلی دارد. به عبارتی، آنچه که نزد سایر مردم مهم و بالارزش می باشد، در نظر فرد دارای چنین احساسی، بی ارزش یا دارای ارزش کمتری می باشد.

تئوری مانوئل کاستلز

به اعتقاد کاستلز، شبکه اینترنت ستون فقرات ارتباطات جهانی از دهه ۱۹۹۰ به بعد است، چرا که به تدریج بیشتر شبکه های اجتماعی را به یکدیگر پیوند خواهد داد. البته، مسأله بدین جا ختم نشده، بلکه انتشار اینترنت و شبکه های ارتباطی کامپیوتری به تدریج فرهنگ کاربران شبکه و حتی الگوهای ارتباطی آینده را نیز شکل می دهد. از نظر کاستلز، جامعه شبکه ای - که محصول اصلی اینترنت است - بر ساخته شدن هویت افراد

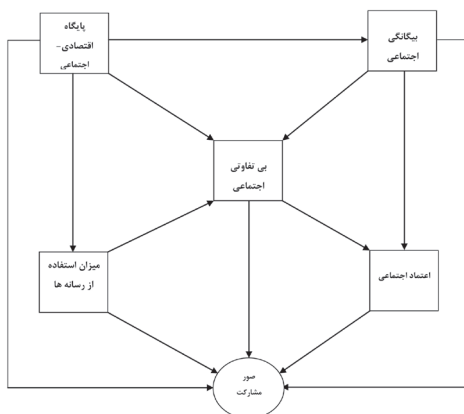
موثر خواهد افتاد (کاستلز، ۱۳۸۵). به نظر وی، فرآیند جهانی شدن و به دنبال آن جامعه شبکه ای با تولید و رشد آگاهی در مردم منجر به تضعیف مسائلی چون دولت ملی و هویت ملی مرتبط با آن می شود؛ بدین صورت که با برجسته شدن بسیاری هویت های خاص گرایانه - همانند هویت های قومی و مذهبی - در داخل کشورها، سلطه دولت و نقش آن در تعریف هویت ملی به چالش کشیده خواهد شد.

تئوری یورگن هابرماس

هابرماس، جامعه اطلاعاتی و جهانی شدن رسانه ای را در قالب حوزه عمومی و همگانی مورد توجه قرار داده است. او اینترنت را محیطی می داند که یک حوزه و فضای عمومی را در جامعه فراهم کرده است. حوزه عمومی هابرماس، عرصه ای است که در آن حضور افراد در مباحثات باز و علنی و کنش ارتباطی از طریق بیان و گفت و گو تحقق می یابد. (آذرنگ، ۱۳۸۲: ۶۵) این حوزه فقط در جامعه های باز و مردم سالار شکوفا می شود، قدرت در آن دخالتی ندارد و در این فضا گفتگوها به صورت آزادانه انجام شده و افراد می توانند مسائل مورد علاقه و حتی خصوصی خود را مطرح کنند. در نگاه هابرماس، شبکه ارتباطی اینترنتی مدت هاست که به عنوان یک حوزه عمومی جدید مطرح شده و هر چند به نظر بعضی ها، فقط یک حوزه عمومی مجازی است، ولی با این حال به شدت در حال رشد است (آذرنگ، ۱۳۸۲: ۳۷) به زعم هابرماس، در تمام انسان های آزاد مجموعه ای از نیازهای اساسی و اصیل وجود دارد و این نیازها زمانی که فرد با دیگران صمیمانه وارد گفتگو شود، کشف خواهد شد. در محیط های تعاملی اینترنتی (ایمیل، وبلاگ، سایت های مختلف، چت روم و...) در واقع "شرایط آرمانی مورد نظر هابرماس" به خوبی تحقق می یابد. در این محیط ها، افراد معمولاً راحت تر می توانند نیازهای خود را مطرح کنند و این طرح کردن نیازها باعث شکل گیری یک فضای گفتگو و مباحثه می شود. کاربران در آن فضا به گفتگو می پردازند، احساسات خود را ابراز می کنند و از یکدیگر تاثیر می پذیرند. (زنجان زاده، ۱۳۸۳: ۱۲۶)

مدل مفهومی پژوهش

شکل ۱: مدل مفهومی صور مشارکت



فرضیه های پژوهش

فرضیه اول: بین بیگانگی اجتماعی جوانان و صور مشارکت آنها رابطه وجود دارد.

فرضیه دوم: بین بی تفاوتی جوانان و صور مشارکت آنها رابطه وجود دارد.
فرضیه سوم: بین اعتماد اجتماعی جوانان و صور مشارکت آنها رابطه وجود دارد.
فرضیه چهارم: بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی جوانان و صور مشارکت آنها رابطه وجود دارد.
فرضیه پنجم: بین میزان استفاده جوانان از رسانه ها و صور مشارکت آنها رابطه وجود دارد.
فرضیه ششم: بین متغیرهای زمینه ای (جنس و تاهل) و صور مشارکت رابطه وجود دارد.

روش شناسی پژوهش

از لحاظ هدف، این تحقیق از نوع کاربردی، از لحاظ شیوه تجزیه و تحلیل داده ها، توصیفی و همبستگی می باشد و هدف آن، شناخت و توصیف وضعیت مشارکت (متغیر وابسته) در جامعه آماری مورد مطالعه و تعیین رابطه آن با ویژگی های اجتماعی- فردی و مولفه های بیگانگی اجتماعی، بی تفاوتی اجتماعی، اعتماد و رسانه ها (متغیر مستقل) می باشد. برای گردآوری داده ها از دو روش اسنادی (کتابخانه ای) و میدانی (پیمایش و مصاحبه) استفاده شده است. در روش اسنادی، جهت تدوین جامع چارچوب نظری تحقیق، مطالعات انجام گرفته قبلی و نظریه های جامعه شناسی در تحلیل مشارکت و صور آن بررسی شده است و پس از ارزیابی تحقیقات و نظریه های مرتبط با موضوع از یک طرف و شناخت وضعیت فعلی جامعه، تدوین شاخص ها و متغیرهای تحقیق انجام گرفته است.

تعریف نظری و عملی مفاهیم و چگونگی اندازه گیری متغیرها

مشارکت

الف) تعریف مفهومی: "مشارکت به معنی سهمی در چیزی یافتن و یا از آن سود بردن و یا در گروهی شرکت جستن و بنابراین با آن همکاری داشتن است" (بیرو، ۱۳۶۷: ۲۵۷). مشارکت یک حرکت آگاهانه، فعال، آزاد و مسئولیت آوری است که برای پیشبرد امور جامعه ضروری است. بر این اساس، تعاریف جدید مشارکت از نوعی رابطه همکاری به بنیادی اساسی برای برنامه های توسعه و از عملی صرفاً منفعلانه به کنشی فعال و آگاهانه تغییر کرده است " (شجاعی، ۱۳۸۱: ۲).

ب) تعریف عملیاتی: برای سنجش متغیر مشارکت از پنج بعد اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و روانی، سوالات محقق ساخته طراحی و سوالات هر مولفه بر اساس طیف لیکرت به صورت پنج گزینه ای در نظر گرفته شده است (محسنی تبریزی، ۱۳۹۰: ۸).

جدول ۱: تعریف عملیاتی صور مشارکت

مفهوم	ابعاد	گویه ها	سطح سنجش
مشارکت اجتماعی	اجتماعی	تمایل به عضو شدن در انجمن ها (گروه های صنفی ، باشگاه ها و غیره)	ترتیبی
		همکاری با نهادهایی مثل سمن ها، هلال احمر، بهزیستی و....	
		شرکت در کارهای خیر و عام المنفعه (مانند کار در موسسات خیریه درمانی، مالی و اجتماعی و مددکاری و یا احداث بناهای خیریه و...)	
		میزان تمایل شما در مشارکت و کمک به مردم و دولت در صورت وقوع حادثه غیر مترقبه فراگیر (سیل، زلزله و...)	

ترتیبی	اجتماعی	میزان تمایل به مشارکت شما در فعالیت های علمی، فرهنگی و ورزشی (مانند مدارس، دانشگاه ها، کانون های هنر، کتابخانه ها و اداره ارشاد اسلامی)
		میزان تمایل به کاندیدا و یا عضو شدن در شوراهای، خوابگاه های دانشجویی و...
		میزان تمایل شما به شرکت در شورای محل سکونت
	سیاسی	در انتخابات مختلف سراسری که شرایط حضور را در آن داشته باشیم، شرکت می کنم
		اطلاعات و اخبار سیاسی کشور را پیگیری می کنم
		در بحث های سیاسی که در محیط خانواده و بیرون از خانواده مانند محیط کار و اماکن عمومی و غیره شکل می گیرد، شرکت می کنم
	سیاسی	شرکت در برنامه ها و همایش های اجتماعی-مدنی که از طریق تشکل های ذریع در دانشگاه و کشور برگزار می شود
		تشویق دیگران به شرکت در انتخابات
		نامزد شدن برای نمایندگی مجلس شورای اسلامی و شهر
		تبلیغ انتخاباتی به نفع کاندیدا های مورد علاقه خود در انتخابات سراسری
	اقتصادی	عضویت در یکی از نهادهای سیاسی
		ارائه نظرات انتقادی یا اسلامی خود به مسئولان و دستگاه های دولتی به طرق مختلف مثل نوشتن نامه، مراجعه حضوری، نوشتن مقاله و...
		همکاری و کار با موسسات دولتی
		همکاری و کار با موسسات غیر دولتی
		مشارکت جوانان در سازمان های خودیاری (NGOs)
		همکاری با شرکت های دانش بنیان در جهت تقویت توان اقتصادی کشور
		تا چه اندازه در سازمان ها و کانون های فرهنگی (کانون هنرهای تجسمی، گردشگری، موسیقی، فیلم، شعر، نشریات و غیره) عضویت دارید
	فرهنگی	بازدید از نمایشگاه های فرهنگی (نمایشگاه کتاب، خوشنویسی، طراحی، نقاشی و غیره)
		شرکت در سمینارها و گردهمایی فرهنگی
		فعالیت در زمینه های روزنامه، قصه نویسی، رادیو، تلویزیون و غیره
	روانی	شرکت در مراسم و مناسبت های مذهبی محلی و ملی (شرکت در نماز جماعت، اعیاد و عزاداری، عاشورا و...)
		افراد اغلب با محاسبه سود و زیان ناشی از مشارکت و با در نظر گرفتن منافع خود پای صندوق رای می روند

ترتیبی	گاهی اوقات خود را جای مسئولان قرار می دهم و راجع به مسائل فکر می کنم.	روانی	۸ ۳
	عدم اعتماد به نفس جوانان باعث شده که آنان در مسائل سیاسی جامعه شرکت نکنند و آن را خارج از توانمندی های خود بدانند		
	شما تا چه اندازه خود را به لحاظ تاثیرگذاری بر تصمیم گیری های سیاسی موثر می دانید		

بی تفاوتی اجتماعی

الف) تعریف مفهومی: بی تفاوتی اجتماعی وضعیتی معرفی شد که طی آن، افراد به واسطه عدم اتصال ذهنی (شناختی) و عینی (کنشی) با جامعه (همنوعان، نهادها و ساختارهای اجتماعی)، با بی علاقه‌گی و بی‌اعتنایی به واقعیت‌های پیرامون از انجام مشارکت اجتماعی سیاسی، مسئولیت‌های اجتماعی، فعالیت‌های دگرخواهانه و درگیری فعال و مدنی در مسائل اجتماعی پرهیز می‌کنند؛ یعنی بی تفاوتی اجتماعی، وضعیتی است که طی آن افراد در جامعه نسبت به هم‌نوعان، اوضاع اجتماعی، سیاسی و فرهنگی و شرایط موجود و آینده دچار بی‌اعتنایی و بی‌علاقگی می‌شوند.

ب) تعریف عملیاتی: برای سنجش متغیر بی تفاوتی اجتماعی از چهار عامل بی‌هدفی، بی‌اعتمادی، قدرت تصمیم‌گیری و مسئولیت‌پذیری سیاسی استفاده شد که سوالات به صورت محقق ساخته طراحی و سوالات هر مولفه بر اساس طیف لیکرت به صورت پنج گزینه‌ای در نظر گرفته شده است (محسنی تبریزی، ۱۳۹۰: ۸).

بیگانگی اجتماعی

الف) تعریف مفهومی: بیگانگی اجتماعی، چیزی است که گره خوردگی‌ها و وابستگی‌ها و ارتباط بشر با خودش و دیگران، نهادهای اجتماعی و کسی که او را آفریده است، گم، مفقود و یا بریده و فسخ می‌نماید. بیگانگی اجتماعی عبارت است از حالتی برای افراد که احساس می‌کنند نظام اجتماعی که در آن زندگی می‌کنند خردکننده و مغایر با برخی نیازمندی‌هایشان است؛ به طوری که باعث جدایی و تعلق نداشتن آنان نسبت به جامعه می‌شود و حتی گاه تلاش می‌کند که این نظام اجتماعی و ضوابط حاکم بر آن را نفی کنند (محسنی تبریزی، ۱۳۷۳: ۶۵).

ب) تعریف عملیاتی: برای سنجش مفهوم بیگانگی اجتماعی از شش بعد یا مولفه (احساس بی قدرتی، احساس بی‌هنجاری، احساس بی‌معنایی، انزوای اجتماعی، تنفر از خود و تنفر فرهنگی) استفاده شده است.

اعتماد اجتماعی

الف) تعریف مفهومی: اعتماد اجتماعی دلالت دارد بر انتظارات و تعهدهای اکتسابی و تایید شده به لحاظ اجتماعی که افراد نسبت به یکدیگر و نسبت به سازمان‌ها و نهادهای مربوط به زندگی اجتماعی شان دارند و قرین با روابط متقابل تعمیم یافته است (ازکیا، ۱۳۸۰: ۹). آنتونی گیدنز، اعتماد را عامل احساس امنیت وجودی می‌داند که موجود انسانی منفرد را در نقل و انتقال‌ها در بحران‌ها و در حال و هوایی آکنده از خطرهای احتمالی قوت قلب می‌بخشد (گیدنز، ۱۳۷۸: ۶۳).

ب) تعریف عملیاتی: برای سنجش اعتماد اجتماعی از سه مولفه (اعتماد بین شخصی، اعتماد تعمیم یافته یا اعتماد به غریبه‌ها، اعتماد به نهادها یا سازمان‌های دولتی) استفاده شده است و سوالات هر مولفه بر اساس طیف پنج گزینه‌ای لیکرت اندازه‌گیری شده است.

رسانه‌های جمعی

الف) تعریف مفهومی: رسانه‌های جمعی یا گروهی عبارت‌اند از: شکل‌های ارتباط مانند روزنامه‌ها،

مجلات، رادیو یا تلویزیون که به منظور رساندن پیام به پیام گیرندگان انبوه طرح ریزی شده اند. (گیدنز، ۱۳۷۶: ۸۰۵) رسانه‌های جمعی یا وسایل ارتباط جمعی^۱ به مجموعه وسایل غیرشخصی اطلاق می‌شود که انتقال پیام سمعی، بصری و یا هر دو را به سوی مردمی بسیار و در مناطق دور دست موجب می‌شوند. شاخص این وسایل، ارتباط با جمع است. بدین سان رسانه‌های همگانی، وسایل و ابزاری هستند که بین جمع و جمع، یا فرد و جمع ایجاد ارتباط می‌کنند (ساروخانی، ۱۳۷۰، ۲۹-۴۲۸). به نظر بیرو، رسانه‌های جمعی "مجموع فنون، ابزار و وسایلی را می‌رساند که از توانایی انتقال پیام های ارتباط حسی و یا اندیشه‌ای در یک زمان به شماری بسیار از افراد و به خصوص در فواصل زیاد برخوردار باشد" (بیرو، ۱۳۶۶: ۲۱۸).

ب) تعریف عملیاتی: معیار سنجش متغیر وسایل ارتباط جمعی در این تحقیق، روزنامه و مجلات (مطبوعات) رادیو ایران، تلویزیون ایران، رایوهای خارجی، تلویزیون خارجی، ماهواره و اینترنت می‌باشند که میزان استفاده از آنها شامل شش متغیر با سطح سنجش رتبه‌ای با پنج گزینه می‌باشد.

پایگاه اقتصادی- اجتماعی

پایگاه اقتصادی، "جایی است که هر کس در ساخت اجتماعی اشغال می‌کند. وضع یا اعتبار اجتماعی است که معاصران فرد به او به طور عینی در بطن جامعه ای که در آن یا به حیات می‌گذارد، تفویض می‌دارند. وضع یا مرتبتی است که شخص به طور ذهنی حفظ می‌کند یا سعی در نگهداری از آن در نظر دیگران دارد" (بیرو، ۱۳۷۵: ۳۸۰-۳۸۱). به عبارت دیگر، طبقه اجتماعی به مجموعه افرادی گفته می‌شود که از لحاظ شغل، درآمد و ثروت در موقعیت مشابهی باشند.

به منظور سنجش این متغیر، شاخصی براساس منطقه محل سکونت، میزان درآمد خانواده، مرتبه شغلی و میزان تحصیلات والدین پاسخگو ساخته شد که جایگاه خانواده پاسخگویان را در ساختار اقتصادی- اجتماعی جامعه نشان می‌دهد.

اعتبار و روایی ابزار اندازه گیری

در این پژوهش جهت برآورد اعتبار سوالات پرسشنامه، از اعتبار محتوایی استفاده شده است. اعتبار محتوایی به معنی شناسایی اعتبار شاخص‌ها یا معرف‌های پژوهش از طریق مراجعه به داوران می‌باشد. بدین ترتیب، در پژوهش حاضر پژوهشگران از طریق بررسی ادبیات موضوع و نظر خبرگان این حوزه به این نتیجه رسیده‌اند که شاخص‌های گنجانده شده در سوالات پرسشنامه، معرف حوزه معنایی مفاهیم مورد مطالعه هستند. همچنین برای حصول اطمینان از پایایی ابزار سنجش، پرسشنامه مورد پیش آزمون قرار گرفت؛ به این صورت که تعداد ۶۰ نفر از پاسخگویان پرسشنامه تنظیم شده را تکمیل نمودند. سپس پرسشنامه‌های مذکور کدگذاری و در نرم افزار SPSS وارد شدند و پایایی آن‌ها به وسیله آلفای کرونباخ ارزیابی گردید. بر این اساس نتایج به دست آمده در غالب موارد بیش از ۷۰ درصد بود که نشان دهنده پایایی و قابلیت اعتماد پرسشنامه می‌باشد. داده‌ها با نرم افزار SPSS در دو سطح توصیفی و استنباطی مورد پردازش قرار گرفت و برای تحلیل داده‌ها از رگرسیون چند متغیره و تحلیل مسیر استفاده شد.

جامعه و نمونه آماری، استراتژی نمونه گیری و تعیین حجم نمونه

جامعه آماری تحقیق حاضر شامل مجموعه جوانان گروه سنی ۱۸-۲۹ سال ساکن در شهر تهران بزرگ می‌باشند که براساس آمار سال ۱۳۹۰ برابر ۲۲۱۹۶۵۳ نفر است (سرشماری عمومی نفوس و مسکن ۱۳۹۰). از این تعداد، ۱۰۸۸۰۹۶ نفر زن و ۱۱۳۱۵۵۷ نفر مرد هستند. نمونه گیری این پژوهش در چند مرحله انجام گرفته است. ابتدا شهر تهران بر اساس ویژگی های جمعیتی، فرهنگی و اقتصادی به چند طبقه تقسیم شد. سپس

متناسب با جمعیت هر طبقه، تعداد نمونه طبقه ها انتخاب گردید و در نهایت در هر کدام از طبقات با روش نمونه گیری خوشه ای و تصادفی ساده به تکمیل پرسشنامه مبادرت گردید. برای برآورد حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد. نمونه آماری در این پژوهش شامل ۳۸۴ نفر بود که برای اطمینان بیشتر به ۳۹۰ افزایش پیدا کرد. روش تعیین حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران به صورت زیر بوده است:

که در آن حد مطلوب اطمینان در این پژوهش ۰/۹۵ در نظر گرفته شد. در نتیجه، سطح احتمال مورد نظر (d) برابر با ۰/۰۵ و اندازه متغیر در توزیع طبیعی یا ضریب اطمینان (t) برابر با ۱/۹۶ است. برای تعیین واریانس، از پیش برآورد استفاده گردید. به بیان دیگر، بزرگ ترین نمونه لازم برای پاسخ گویی به سوالات یک تحقیق وقتی به دست می آید که احتمال دارا بودن صفت یا قرار گرفتن در نمونه (p) برابر ۰/۵ باشد. در این صورت، اشتباه استاندارد کم ترین مقدار را به خود می گیرد (سرایی، ۱۳۸۴: ۱۲۴).

روش و تجزیه و تحلیل داده ها

تجزیه و تحلیل داده ها در چند مرحله و با استفاده از نرم افزار اس پی اس انجام شد و به تناسب سوالات و فرضیات تحقیق از روش توصیفی یا تبیینی استفاده گردید. در بخش آمار توصیفی با توجه به سطوح سنجش متغیرها، از آماره های میانگین و انحراف استاندارد بهره گیری شد و برای ایجاد مفاهیم مورد نظر - زمانی که سطوح سنجش گویه ها و سوالات با هم متفاوت بودند- از طریق استاندارد سازی امکان جمع آوری آنها فراهم آمد. در تحلیل دو متغیری نیز بنا به سطح سنجش متغیرها از آزمون های مقایسه میانگین ها، تحلیل واریانس و آزمون پیرسون استفاده گردید. به منظور انجام تحلیل چند متغیری و مشخص کردن سهم هر یک از متغیرها در تبیین تغییرات متغیر وابسته، تحلیل رگرسیون چند متغیری انجام شد. تحلیل مسیر نیز برای تعیین اثرات مستقیم و غیر مستقیم متغیرها بکار گرفته شد.

$$n = \frac{Nt^2 p(1-p)}{(Nd^2 + t^2 p(1-p))}$$

یافته های توصیفی متغیرهای پژوهش

شاخص مشارکت

متغیر وابسته پژوهش حاضر، مشارکت جوانان است که در پنج بعد اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و روانی سوالاتی محقق ساخته طراحی و بر اساس مقیاس طیف لیکرت مورد سنجش قرار گرفت. گویه های طراحی شده مثبت و منفی بعد از این که هم مسیر شدند، با همدیگر تشکیل شاخص مشارکت را نشان می دهند. میانگین بالاتر بیانگر میزان مشارکت بالاست و میانگین پایین تر بیانگر میزان مشارکت پایین در جامعه مورد مطالعه است.

بر اساس یافته های پژوهش، میانگین همه عوامل نزدیک به ۳ می باشد و مولفه مشارکت سیاسی بیشترین میانگین را (۳/۵۱) در بین پنج مولفه داراست و مولفه مشارکت اجتماعی با مقدار ۳/۴۷ در رتبه دوم و مشارکت فرهنگی با مقدار ۳/۱۷ در مرتبه سوم و مشارکت روانی با میانگین ۲/۹۳ در مرتبه چهارم و مولفه مشارکت اقتصادی با مقدار ۲/۷۳ دارای کمترین مقدار میانگین می باشد.

شاخص بیگانگی اجتماعی

برای سنجش مفهوم بیگانگی اجتماعی از شش بعد یا مولفه (احساس بی قدرتی، احساس بی هنجاری، احساس بی معنایی، انزوای اجتماعی، تنفر از خود و تنفر فرهنگی) استفاده شد و سوالات هر مولفه بر اساس

طیف لیکرت طراحی گردید.

بر اساس یافته های پژوهش، میانگین همه عوامل کمتر از ۳ می باشد و مولفه احساس بی معنایی بیشترین میانگین را (۳/۳۰) در بین شش مولفه داراست و مولفه احساس بی قدرتی با مقدار (۲/۳) دارای کمترین مقدار میانگین می باشد. در کل میانگین بیگانگی اجتماعی در جامعه مورد مطالعه (۲/۷) بود که با توجه به حداقل و حداکثر نمره - به ترتیب ۱ و ۵- نشان می دهد که میزان بیگانگی در بین جوانان تقریباً در حد متوسط رو به پایین می باشد.

شاخص بی تفاوتی اجتماعی

برای سنجش متغیر بی تفاوتی اجتماعی از چهار عامل بی هدفی، بی اعتمادی، قدرت تصمیم گیری و مسئولیت پذیری سیاسی با سوالات محقق ساخته استفاده شد و سوالات هر مولفه بر اساس طیف لیکرت به صورت پنج گزینه ای طراحی گردید.

بر اساس یافته های پژوهش، میانگین همه عوامل کمتر از ۳ می باشد و مولفه بی اعتمادی بیشترین میانگین را (۳/۲۹) در بین چهار مولفه داراست و مولفه بی هدفی با مقدار ۲/۷۸ دارای کمترین مقدار میانگین می باشد. در کل، میانگین بی تفاوتی در جامعه مورد مطالعه ۲/۹۳ بود که با توجه به حداقل و حداکثر نمره - به ترتیب ۱ و ۵- نشان می دهد که میزان بی تفاوتی در بین جوانان تقریباً در حد متوسط می باشد.

شاخص اعتماد اجتماعی

برای سنجش متغیر اعتماد اجتماعی از سه عامل اعتماد بین فردی، اعتماد تعمیم یافته و اعتماد نهادی با سوالات محقق ساخته استفاده شد و سوالات هر مولفه بر اساس طیف لیکرت به صورت پنج گزینه ای طراحی گردید.

بر اساس یافته های پژوهش، میانگین همه عوامل بالاتر از ۳ می باشد و مولفه اعتماد بین فردی بیشترین میانگین را (۳/۴۳) در بین سه مولفه داراست و مولفه اعتماد نهادی با مقدار ۲/۹۸ دارای کمترین مقدار میانگین می باشد. در کل، میانگین اعتماد اجتماعی در جامعه مورد مطالعه ۳/۲۱ بود که با توجه به حداقل و حداکثر نمره - به ترتیب ۱ و ۵- نشان می دهد که میزان اعتماد در بین جوانان تقریباً در حد متوسط رو به بالا می باشد.

شاخص میزان استفاده از رسانه ها

یکی از عوامل موثر در دانش و اطلاعات و نگرش افراد و در نتیجه، میزان و نحوه مشارکت آنان، میزان استفاده از انواع رسانه های جمعی است. در این تحقیق سعی شد میزان استفاده از انواع رسانه های داخلی شامل مطبوعات، رادیو و تلویزیون و میزان استفاده از انواع رسانه های خارجی شامل رادیو، ماهواره و اینترنت مورد پرسش واقع شود تا بتوان آثار احتمالی آنها را در مشارکت جوانان بررسی کرد. برای سنجش متغیر میزان استفاده از رسانه ها از دو جنبه داخلی و خارجی از سوالات محقق ساخته طراحی شده بر اساس طیف لیکرت به صورت پنج گزینه ای استفاده گردید.

بر اساس یافته های پژوهش، اگر به طور نسبی هم به میزان رسانه داخلی و خارجی جوانان تهرانی نگاه کنیم، ۳۵/۷ درصد آنان از رسانه های داخلی و خارجی به میزان کم و ۳۴/۷ درصد به میزان متوسط استفاده می کنند. بدین ترتیب، ۶۰/۴ درصد استفاده آنان از رسانه های داخلی و خارجی در سطح پایین و متوسط قرار دارد و فقط حدود ۲۹/۶ درصد آنان از رسانه های داخلی و خارجی به میزان بالا استفاده می نمایند. مجموع این داده ها نشان از استفاده در حد متوسط رو به پایین جوانان تهرانی از رسانه های داخلی و خارجی دارد. در کل، میزان استفاده از رسانه های اجتماعی (داخلی و خارجی) در جامعه مورد مطالعه ۲/۸۷ است که نشان می دهد میزان استفاده از رسانه های خارجی و داخلی در بین جوانان تقریباً در حد متوسط روبه پایین می باشد - دلیل پایین بودن میانگین، استفاده کمتر از رسانه های خارجی در بین جوانان می باشد.

آزمون فرضیه های تحقیق

جدول زیر نشان دهنده نتایج آزمون همبستگی بین متغیرهای مستقل تحقیق با متغیر وابسته صور مشارکت (اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و روانی) می باشد. همانطور که داده های جدول نشان می دهد با توجه به سطح معناداری گزارش شده، بین تمامی متغیرهای مستقل تحقیق با صور مشارکت رابطه معناداری وجود دارد. سطح معناداری و ضرایب همبستگی هر یک از متغیرها در جدول زیر به تفکیک آمده است.

جدول ۲: ضریب همبستگی پیرسون بین بیگانگی اجتماعی جوانان و صور مشارکت آنان

متغیر مستقل	معناداری سطح	صور مشارکت				
		روانی مشارکت	اقتصادی مشارکت	سیاسی مشارکت	فرهنگی مشارکت	اجتماعی مشارکت
بیگانگی اجتماعی	ضریب همبستگی پیرسون	-۰/۲۹۲	-۰/۲۰۳	-۰/۳۰۹	۰/۳۱۵	-۰/۳۳۶
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
	تعداد	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰
	نتیجه آزمون	تایید	تایید	تایید	تایید	تایید
نی تفاوت اجتماعی	ضریب همبستگی پیرسون	-۰/۲۷۵	-۰/۱۹۳	-۰/۲۳۹	-۰/۲۱۵	-۰/۲۳۴
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۲۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
	تعداد	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰
	نتیجه آزمون	تایید	تایید	تایید	تایید	تایید
اعتماد اجتماعی	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۲۳۷	۰/۲۱۴	۰/۲۵۴	۰/۲۸۷	۰/۳۲۱
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
	تعداد	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰
	نتیجه آزمون	تایید	تایید	تایید	تایید	تایید
رسانه اجتماعی	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۲۱۱	۰/۱۸۷	۰/۳۰۲	۰/۲۳۱	۰/۲۴۷
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
	تعداد	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰
	نتیجه آزمون	تایید	تایید	تایید	تایید	تایید

۰/۲۱۱	۰/۲۶۴	۰/۲۴۷	۰/۲۲۹	۰/۲۵۷	ضریب همبستگی پیرسون	آزمون رگرسیون
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معناداری	
۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	تعداد	
تایید	تایید	تایید	تایید	تایید	نتیجه آزمون	

برای بررسی میزان مشارکت جوانان بر حسب جنسیت از آزمون آماری t مستقل استفاده شد. به منظور بررسی رابطه صور مشارکت و ابعاد آن با جنسیت پاسخگویان از آزمون مقایسه میانگین ها استفاده گردید که آزمون آماری مناسب برای بررسی تفاوت میانگین هاست. نتایج این آزمون نشان می دهد که میان جنسیت (زنان و مردان) با صور مشارکت و پنج بعد آن تفاوت معنادار آماری وجود دارد. بنابراین، صور مشارکت در هر دو جنس (مرد و زن) مورد مطالعه یکسان نیست و میانگین مردان بیشتر از زنان بوده است.

برای بررسی میزان صور مشارکت جوانان بر حسب وضعیت تاهل از آزمون آماری t مستقل استفاده شد. یافته های پژوهش نشان می دهد که سطح معناداری به دست آمده برای صور مشارکت به ترتیب برابر است با: ۰/۱۲۴، ۰/۲۱۴، ۰/۰۸۷، ۰/۲۳۱ و ۰/۰۹۷. از آنجا که این اعداد بیش از ۰/۰۵ می باشند، بین صور مشارکت و وضعیت تاهل رابطه معنادار وجود ندارد؛ به این معنی که تفاوت معناداری بین صور مشارکت جوانان در دو گروه مجرد و متأهل به چشم نمی خورد. به عبارت دیگر، فرضیه H_0 تایید و فرضیه H_1 (فرضیه پژوهش) رد می شود.

آزمون رگرسیون چندگانه

برای تبیین روابط چندگانه بین متغیرها و نیز آزمون مدل نظری تحقیق با استفاده از داده های جمع آوری شده و مقیاس اندازه گیری این داده ها، از مدل تحلیلی رگرسیون چندگانه استفاده شد. از آن جا که متغیر وابسته تحقیق در قالب پنج متغیر میزان مشارکت اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و روانی مورد سنجش قرار گرفته است، به بررسی نتایج حاصله از پنج معادله رگرسیونی تنظیم شده می پردازیم.

۱- روابط چندگانه متغیرهای مستقل با متغیر میزان مشارکت اجتماعی

در جدول زیر نتایج معادله رگرسیونی متغیر میزان مشارکت اجتماعی به عنوان متغیر وابسته با متغیرهای مستقل اعتماد اجتماعی، بیگانگی اجتماعی، رسانه های جمعی، بی تفاوتی اجتماعی و پایگاه اقتصادی و اجتماعی ارائه شده است.

جدول ۳: نتایج آزمون تحلیل رگرسیون برای عوامل موثر بر مشارکت اجتماعی

مدل	R	R^2	تعدیل شده R	انحراف استاندارد		
۱	۰/۵۹۹	۰/۳۵۹	۰/۳۰۲	۱/۳۰۲۵۵		
عنوان متغیر	ضرایب غیر استاندارد			ضرایب استاندارد	مقدار T	سطح معناداری
	B	اشتباه استاندارد	Beta			
عدد ثابت (Constant)	۲/۰۹۷		۱/۳۵۵	-	۱۱/۵۴۸	۰/۰۰۰

بیگانگی اجتماعی	-۰/۵۲۰	۰/۱۳۸	-۰/۲۷۸	-۳/۷۶	۰/۰۰۰
بی تفاوتی اجتماعی	-۰/۳۳۵	۰/۱۳۰	-۰/۲۱۵	-۲/۵۸	۰/۰۱۲
اعتماد اجتماعی	۰/۶۲۳	۰/۱۰۹	۰/۴۹۰	۵/۶۹	۰/۰۰۰
رسانه های جمعی	۰/۴۵۷	۰/۱۴۹	۰/۲۱۷	۳/۴۲	۰/۰۰۰
پایگاه اقتصادی- اجتماعی	۰/۰۲۹	۰/۰۱۲	۰/۱۸۵	۲/۴۵	۰/۰۱۵

نتایج معادله رگرسیون با توجه به میزان F و سطح معناداری آن نشان می دهد که معادله رگرسیون معادله معناداری در سطح اطمینان ۹۹ درصد می باشد. متغیرهای مستقل وارد شده در مدل، رابطه معناداری را در سطح اطمینان ۹۵ درصد نشان می دهد. میزان همبستگی چندگانه متغیرهای مستقل با متغیر وابسته تحقیق که مشارکت اجتماعی است برابر با ۶۰ درصد و ضریب تعیین برابر با ۳۵ درصد است؛ یعنی ۳۵ درصد از واریانس متغیر وابسته از طریق متغیرهای مستقل وارد شده در مدل تبیین می شود. از میان متغیرهایی که رابطه معنادار با متغیر وابسته دارند، بیشترین تاثیر مربوط به متغیر اعتماد اجتماعی و کمترین تاثیر مربوط به متغیر پایگاه اقتصادی- اجتماعی است.

۲- روابط چندگانه متغیرهای مستقل با متغیر میزان مشارکت سیاسی

در جدول زیر نتایج معادله رگرسیونی که متغیر مشارکت اجتماعی متغیر وابسته آن و متغیرهای اعتماد اجتماعی، بیگانگی اجتماعی، رسانه های جمعی، بی تفاوتی اجتماعی و پایگاه اقتصادی- اجتماعی متغیرهای مستقل آن هستند، در زیر آورده شده است.

جدول ۴: نتایج آزمون تحلیل رگرسیون برای عوامل موثر بر مشارکت سیاسی

مدل	R	R^2	R تعدیل شده	انحراف استاندارد	
۱	۰/۶۴۲	۰/۴۱۲	۰/۳۶۴	۱/۲۱۴۳	
عنوان متغیر	B	ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد	مقدار T
		استنباه استاندارد	Beta		
عدد ثابت (Constant)	۲/۱۳۴	۱/۱۲	-	۱۲/۱۴	۰/۰۰۰
بیگانگی اجتماعی	-۰/۵۶۴	۰/۱۸۴	-۰/۳۲۱	۳/۰۶	۰/۰۰۱
بی تفاوتی اجتماعی	-۰/۴۲۵	۰/۱۷۱	-۰/۳۷۴	۲/۴۸	۰/۰۰۰
اعتماد اجتماعی	۰/۷۴۱	۰/۱۹۲	۰/۵۲۱	۳/۸۶	۰/۰۰۳
رسانه های جمعی	۰/۵۲۳	۰/۱۶۷	۰/۳۶۵	۳/۱۳	۰/۰۰۰
پایگاه اقتصادی- اجتماعی	۰/۱۴۱	۰/۱۱۰	۰/۲۴۱	۱/۲۸	۰/۰۰۲

نتایج معادله رگرسیون با توجه به میزان F و سطح معناداری آن نشان می دهد که معادله رگرسیون، معادله معناداری در سطح اطمینان ۹۹ درصد می باشد. متغیرهای مستقل وارد شده در مدل، رابطه معناداری را در سطح اطمینان ۹۵ درصد نشان می دهد. میزان همبستگی چندگانه متغیرهای مستقل با متغیر وابسته تحقیق که مشارکت سیاسی است برابر با ۶۴ درصد و ضریب تعیین برابر با ۴۱ درصد است؛ یعنی ۴۱ درصد از واریانس متغیر وابسته از طریق متغیرهای مستقل وارد شده در مدل تبیین می شود. از میان متغیرهایی که رابطه معنادار با متغیر وابسته دارند، بیشترین تاثیر مربوط به متغیر اعتماد اجتماعی و کمترین تاثیر مربوط به متغیر پایگاه اقتصادی- اجتماعی است.

۳- روابط چندگانه متغیرهای مستقل با متغیر میزان مشارکت فرهنگی

در جدول زیر نتایج معادله رگرسیونی که متغیر مشارکت اجتماعی، متغیر وابسته آن و متغیرهای اعتماد اجتماعی، بیگانگی اجتماعی، رسانه های جمعی، بی تفاوتی اجتماعی و پایگاه اقتصادی- اجتماعی متغیرهای مستقل آن هستند، در زیر آورده شده است.

جدول ۵: نتایج آزمون تحلیل رگرسیون برای عوامل موثر بر مشارکت فرهنگی

مدل	R	ΔR	R تعدیل شده	انحراف استاندارد		
۱	۰/۵۶۹	۰/۳۲۴	۰/۲۸۷	۱/۴۳۰		
عنوان متغیر	B	اشتباه استاندارد	ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد	مقدار T
			Beta			
عدد ثابت (Constant)			۱/۸۷۱	۱/۱۸	-	۹/۴۱
بیگانگی اجتماعی	-۰/۴۶۴	۰/۱۶۴	-۰/۲۸۴	۲/۸۲	۰/۰۲۱	۰/۰۰۰
بی تفاوتی اجتماعی	-۰/۳۲۵	۰/۱۳۴	-۰/۲۱۵	۲/۴۳	۰/۰۰۴	۰/۰۱۱
اعتماد اجتماعی	۰/۶۴۱	۰/۱۷۲	۰/۳۶۵	۳/۷۳	۰/۰۰۷	۰/۰۱۴
رسانه های جمعی	۰/۴۲۳	۰/۱۲۳	۰/۳۴۹	۳/۴۴	۰/۰۰۷	۰/۰۱۴
پایگاه اقتصادی- اجتماعی	۰/۱۴۱	۰/۰۹۸	۰/۱۴۷	۱/۴۴	۰/۰۱۴	۰/۰۱۴

نتایج معادله رگرسیون با توجه به میزان F و سطح معناداری آن نشان می دهد که معادله رگرسیون معادله معناداری در سطح اطمینان ۹۹ درصد می باشد. متغیرهای مستقل وارد شده در مدل، رابطه معناداری را در سطح اطمینان ۹۵ درصد نشان می دهد. میزان همبستگی چندگانه متغیرهای مستقل با متغیر وابسته تحقیق که مشارکت فرهنگی است، برابر با ۵۶ درصد و ضریب تعیین برابر با ۳۲ درصد است؛ یعنی ۳۲ درصد از واریانس متغیر وابسته از طریق متغیرهای مستقل وارد شده در مدل تبیین می شود. از میان متغیرهایی که رابطه معنادار با متغیر وابسته دارند، بیشترین تاثیر مربوط به متغیر اعتماد اجتماعی و کمترین تاثیر مربوط به متغیر پایگاه اقتصادی- اجتماعی است.

۴- روابط چندگانه متغیرهای مستقل با متغیر میزان مشارکت اقتصادی

در جدول زیر نتایج معادله رگرسیونی که متغیر مشارکت اجتماعی، متغیر وابسته آن و متغیرهای اعتماد

اجتماعی، بیگانگی اجتماعی، رسانه های جمعی، بی تفاوتی اجتماعی و پایگاه اقتصادی- اجتماعی، متغیرهای مستقل آن هستند، در زیر آورده شده است.

جدول ۶: نتایج آزمون تحلیل رگرسیون برای عوامل موثر بر مشارکت اقتصادی

مدل	R	۲R	R تعدیل شده	انحراف استاندارد	
۱	۰/۵۳۵	۰/۲۸۶	۰/۲۱۲	۱/۳۴۲	
عنوان متغیر	B	اشتباه استاندارد	Beta	ضرایب استاندارد	مقدار T سطح معناداری
عدد ثابت (Constant)		۱/۰۸۶	۱/۰۲	-	۷/۸۴
بیگانگی اجتماعی	-۰/۴۵۲	۰/۱۷۴	-۰/۲۶۵	-۰/۲۶۵	۲/۵۹
بی تفاوتی اجتماعی	-۰/۲۴۷	۰/۱۷۷	-۰/۲۳۲	-۰/۲۳۲	۱/۳۹
اعتماد اجتماعی	۰/۵۷۴	۰/۱۴۷	۰/۳۹۴	۰/۳۹۴	۳/۹۰
رسانه های جمعی	۰/۳۲۵	۰/۱۷۹	۰/۲۴۷	۰/۲۴۷	۱/۸۱
پایگاه اقتصادی- اجتماعی	۰/۳۷۴	۰/۱۸۶	۰/۳۲۷	۰/۳۲۷	۲/۰۱

نتایج معادله رگرسیون با توجه به میزان F و سطح معناداری آن نشان می دهد که معادله رگرسیون معادله معناداری در سطح اطمینان ۹۹ درصد می باشد. متغیرهای مستقل وارد شده در مدل، رابطه معناداری را در سطح اطمینان ۹۵ درصد را نشان می دهد. میزان همبستگی چندگانه متغیرهای مستقل با متغیر وابسته تحقیق که مشارکت اقتصادی است، برابر با ۵۳ درصد و ضریب تعیین برابر با ۲۸ درصد است؛ یعنی ۲۸ درصد از واریانس متغیر وابسته از طریق متغیرهای مستقل وارد شده در مدل تبیین می شود. از میان متغیرهایی که رابطه معنادار با متغیر وابسته دارند، بیشترین تاثیر مربوط به متغیر اعتماد اجتماعی و کمترین تاثیر مربوط به متغیر رسانه های جمعی است.

۵- روابط چندگانه متغیرهای مستقل با متغیر میزان مشارکت روانی

در جدول زیر نتایج معادله رگرسیونی که متغیر مشارکت اجتماعی، متغیر وابسته آن و متغیرهای اعتماد اجتماعی، بیگانگی اجتماعی، رسانه های جمعی، بی تفاوتی اجتماعی و پایگاه اقتصادی- اجتماعی متغیرهای مستقل آن هستند، در زیر آورده شده است.

جدول ۷: نتایج آزمون تحلیل رگرسیون برای عوامل موثر بر مشارکت روانی

مدل	R	۲R	R تعدیل شده	انحراف استاندارد	
۱	۰/۵۳۵	۰/۲۵۴	۰/۲۱۲	۱/۳۴۲	

عنوان متغیر	B	ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد	مقدار T	سطح معناداری
		اشتباه استاندارد	Beta			
عدد ثابت (<i>Constant</i>)	۱/۰۲۴	۱/۰۴	-	۶/۶۷	۰/۰۰۰	
بیگانگی اجتماعی	-۰/۳۲۴	۰/۱۸۴	-۰/۲۴۷	۱/۷۶۰	۰/۰۰۲	
بی تفاوتی اجتماعی	-۰/۲۲۷	۰/۱۶۲	-۰/۲۰۷	۱/۴۰۱	۰/۰۰۰	
اعتماد اجتماعی	۰/۴۵۴	۰/۱۷۶	۰/۳۲۶	۲/۵۶	۰/۰۲۰	
رسانه های جمعی	۰/۳۱۵	۰/۱۹۰	۰/۲۱۴	۱/۶۶	۰/۰۰۰	
پایگاه اقتصادی- اجتماعی	۰/۱۳۲	۰/۱۰۱	۰/۲۱۷	۱/۳۲	۰/۰۰۱	

نتایج معادله رگرسیون با توجه به میزان F و سطح معناداری آن نشان می دهد که معادله رگرسیون معادله معناداری در سطح اطمینان ۹۹ درصد می باشد. متغیرهای مستقل وارد شده در مدل، رابطه معناداری را در سطح اطمینان ۹۵ درصد را نشان می دهد. میزان همبستگی چندگانه متغیرهای مستقل با متغیر وابسته تحقیق که مشارکت اقتصادی است برابر با ۶۰ درصد و ضریب تعیین برابر با ۳۵ درصد است؛ یعنی ۳۵ درصد از واریانس متغیر وابسته از طریق متغیرهای مستقل وارد شده در مدل تبیین می شود. از میان متغیرهایی که رابطه معنادار با متغیر وابسته دارند، بیشترین تاثیر مربوط به متغیر اعتماد اجتماعی و کمترین تاثیر مربوط به متغیر بی تفاوتی اجتماعی است.

بحث و نتیجه گیری

مشارکت به عنوان زیربنای پیشرفت جامعه، از شروط لازم برای توسعه اجتماعی قلمداد می گردد که در صورت فقدان آن، طرح ها و برنامه های توسعه با شکست روبه رو می شوند. بنابراین، این پژوهش با هدف بررسی تبیین جامعه شناختی مشارکت جوانان، علل، صور و چالش ها صورت گرفته است. نتایج پژوهش حاکی از آن است که بین صور مشارکت جوانان در دو گروه زنان و مردان تفاوت معناداری وجود دارد. این فرضیه با ۹۵ درصد اطمینان تایید شد؛ به این معنی که بین صور مشارکت جوانان در دو گروه زنان و مردان تفاوت معناداری وجود دارد و مردان بیش از زنان مشارکت دارند. نتایج تحقیقات حسینی (۱۳۸۴)، دارابی (۱۳۹۴)، محسنی (۱۳۸۲)، عفتی (۱۳۷۱)، شفیعی (۱۳۸۵)، ایسپا (۱۳۸۲)، حسینی (۱۳۸۵)، شرفخانی (۱۳۸۵) نیز پیرامون مشارکت جوانان، همراستا با نتایج این تحقیق می باشد. بنابراین، در تأیید نظریات لیپست، بین جنسیت جوانان و صور مشارکت (اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و روانی) ارتباط معناداری مشاهده گردید. فرضیه دیگر تحقیق آن بود که هر چه احساس بیگانگی اجتماعی جوانان افزایش یابد، میزان صور مشارکت آنان کاهش می یابد. این فرضیه با ۹۵ درصد اطمینان تایید شد. به عبارت دیگر، هرچه احساس بیگانگی اجتماعی جوانان افزایش یابد، میزان صور مشارکت آنان کاهش می یابد. نتایج تحقیقات بنی فاطمه (۱۳۹۰)، فولادیان (۱۳۹۴) نیز در مورد مشارکت جوانان، همراستا با نتایج این تحقیق می باشد.

از سوی دیگر، بیگانگی افراد نسبت به جامعه را از دو زاویه اجتماعی و سیاسی می توان مورد توجه قرار داد. این مسئله در نظریات مارکس، دورکیم و سیمن هم مورد بررسی قرار گرفته است. در واقع، هنگامی که فرد احساس می کند عمل او تأثیری بر سیر وقایع سیاسی ندارد و جامعه به

وسيله گروه كوچكي اداره مي شود كه صرف نظر از هر نوع فعاليت يا عمل افراد جامعه، همچنان به حفظ منافع و موقعيت خود مي پردازند، وي دچار بيگانگي سياسي مي گردد و اين امر، احساس بي تفاوتی، انفعال و بی علافگی فرد از ساختار سياسي جامعه را در پی دارد. یافته های این پژوهش نیز ارتباط معنی دار بین متغیر بیگانگی سیاسی- اجتماعی با میزان مشارکت اجتماعی و سیاسی افراد در جامعه را تأیید نموده است.

فرضیه دیگر تحقیق آن بود که هرچه احساس بی تفاوتی اجتماعی جوانان افزایش یابد، میزان صور مشارکت آنان نیز کاهش می یابد. این فرضیه با ۹۹ درصد اطمینان تأیید شد. به عبارت دیگر، هر چقدر احساس بی تفاوتی اجتماعی جوانان افزایش یابد، میزان صور مشارکت آنان نیز کاهش می یابد. نتایج تحقیقات بنی فاطمه (۱۳۹۰) و فولادیان (۱۳۹۴) نیز پیرامون مشارکت جوانان همراستا با نتایج این تحقیق می باشد. یافته های این پژوهش، رابطه بین میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی و صور مشارکت (اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی) را با همبستگی بالایی تأیید کرده است؛ یعنی هرچه میزان استفاده جوانان از رسانه ها افزایش یابد، میزان صور مشارکت آنان نیز افزایش می یابد. این فرضیه با ۹۹ درصد اطمینان تأیید شد. به عبارت دیگر، هرچقدر میزان استفاده جوانان از رسانه ها افزایش یابد، میزان صور مشارکت آنان نیز افزایش می یابد. نتایج تحقیقات عفتی (۱۳۷۱) و حسینی (۱۳۸۵) نیز پیرامون مشارکت جوانان، همراستا با نتایج این تحقیق می باشد.

در بررسی تأثیر طبقه اجتماعی افراد بر مشارکت آنها در جامعه، هانتینگتون معتقد است که کسب منزلت های بالاتر اجتماعی به نوبه خود در فرد احساس توانایی و نگرش های معطوف به تأثیر نهادن بر تصمیم گیری های دستگاه های عمومی را ایجاد می کند که این عوامل ذهنی در مجموع می تواند مشوق مشارکت در سیاست و فعالیت اجتماعی باشد. در این حالت، منزلت اجتماعی بالاتر و احساس توانایی و مؤثر بودن از نظر سیاسی به عنوان متغیرهای میانی، مشوق مشارکت اجتماعی و سیاسی محسوب می شود و از میان متغیرهای منزلتی، میزان سواد و تحصیلات فرد، دارای بیشترین تأثیر بر صور مشارکت می باشد.

فرضیه بعدی این بود که هرچه میزان اعتماد اجتماعی جوانان افزایش یابد، میزان مشارکت اجتماعی آنان نیز افزایش می یابد. این فرضیه با ۹۹ درصد اطمینان تأیید شد. به عبارت دیگر، هرچقدر اعتماد اجتماعی جوانان افزایش یابد، میزان مشارکت آنان نیز افزایش می یابد. نتایج تحقیقات محسنی (۱۳۸۲)، کلدی (۱۳۸۰)، عفتی (۱۳۷۱)، ایسپا (۱۳۸۲) و حسینی (۱۳۸۵) نیز درباره مشارکت جوانان، همراستا با نتایج این تحقیق می باشد. همچنین، به عقیده گیدنز، ارتباط ناب در جامعه منوط به اعتماد متقابل است و اعتماد متقابل نیز رابطه نزدیکی با صمیمیت دارد. برای ایجاد اعتماد، شخص باید هم به دیگری اعتماد کند و هم خودش دست کم در محدوده رابطه مورد نظر قابل اعتماد باشد. نکته مهم از نظر گیدنز آنکه در این رابطه هرکس باید شخصیت دیگری را به رسمیت بشناسد و قادر باشد به طور منظم بعضی پاسخ های مطلوب را از گفتار و رفتار دیگران استنباط کند. در این پژوهش، اعتماد به عنوان یکی از عوامل بنیادین و تأثیرگذار بر مشارکت اجتماعی سیاسی افراد شناخته شده و ارتباط معنی دار آن با متغیر وابسته مشارکت اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و روانی به تأیید رسیده است.

همچنین، بین متغیر تاهل و صور مشارکت افراد- تأیید نظریات لیپست و هانتینگتون- ارتباط معنی داری مشاهده نگردیده است.

فرضیه دیگر تحقیق آن بود که بین مشارکت جوانان در دو گروه مجرد و متاهل تفاوت معناداری وجود دارد. این فرضیه با ۹۵ درصد اطمینان رد شد. به عبارت دیگر، بین مشارکت جوانان در دو گروه مجرد و متاهل

تفاوت معناداری وجود ندارد و همه پاسخگویان صرف نظر از وضعیت تاهل، مشارکت تقریباً یکسانی داشتند. دیگر فرضیه تحقیق حاضر آن بود هرچه سن جوانان افزایش یابد، میزان صور مشارکت آنان نیز افزایش می یابد. این فرضیه با ۹۵ درصد اطمینان رد شد. به عبارت دیگر، بین سن جوانان و میزان صور مشارکت آنان رابطه معناداری وجود ندارد و همه گروه های سنی مشارکت تقریباً یکسانی دارند. نتایج تحقیقات محسنی (۱۳۸۲)، کلدی (۱۳۸۰)، شفیعی (۱۳۸۵)، ایسپا (۱۳۸۲)، حسینی (۱۳۸۵) و شرفخانی (۱۳۸۵) نیز درباره مشارکت جوانان، همراستا با نتایج این تحقیق می باشد.

نتایج به دست آمده از تحلیل رگرسیون چند متغیره، حاکی از آن است که متغیرهای مطرح شده در این تحقیق (متغیرهای مستقل) به میزان ۳۵ درصد تغییرات متغیر وابسته "مشارکت اجتماعی"، به میزان ۴۱ درصد تغییرات متغیر وابسته "مشارکت سیاسی"، به میزان ۳۲ درصد تغییرات متغیر وابسته "مشارکت فرهنگی"، به میزان ۲۸ درصد تغییرات متغیر وابسته "مشارکت اقتصادی"، به میزان ۲۵ درصد تغییرات متغیر وابسته "مشارکت روانی" را تبیین می کنند. ۶۵ درصد از عوامل موثر بر مشارکت اجتماعی و ۵۹ درصد از عوامل موثر بر مشارکت سیاسی، ۶۸ درصد از عوامل موثر بر مشارکت فرهنگی، ۷۲ درصد از عوامل موثر بر مشارکت اقتصادی و ۷۵ درصد از عوامل موثر بر مشارکت روانی نیز خارج از قلمروی این تحقیق می باشند که باید در تحقیقات بعدی مورد بررسی قرار گیرند.

منابع

- آذرنگ، عبدالحسین. (۱۳۸۲). *پدیده جهانی شدن وضعیت بشری و تمدن اطلاعاتی*. تهران: آگه
- ازکیا، مصطفی و غفاری، غلامرضا. (۱۳۷۹ و ۱۳۸۶). *جامعه‌شناسی توسعه*. تهران: انتشارات کیهان
- آشوری، داریوش. (۱۳۷۳). *دانشنامه سیاسی*. تهران: انتشارات مروارید
- اوفه، کلاوس. (۱۳۸۵). *"چگونه به شهروندان باید اعتماد کرد"*. در کتاب *کیان تاجبخش «سرمایه اجتماعی/اعتماد، دموکراسیون و توسعه»*. تهران: نشر شیرازه
- بیرو، آلن. (۱۳۶۶). *فرهنگ علوم اجتماعی*. باقر ساروخانی. تهران: نشر کیهان
- روشه، گی. (۱۳۷۶). *تغییرات اجتماعی*. منصور وثوقی. تهران: نشر نی
- روشه، گی. (۱۳۷۷). *جامعه‌شناسی تالکت پارسونز*. عبدالحسین نیک گهر. تهران: انتشارات تبیان
- ریتز، جرج. (۱۳۷۴). *نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر*. محسن ثلاثی. تهران: انتشارات علمی
- زتومکا، پیوتر. (۱۳۸۶). *اعتماد، نظریه جامعه‌شناختی*. غلامرضا غفاری. چاپ دوم، تهران: انتشارات شیرازه
- زنجانی زاده، هما و جوادی، محمدی. (۱۳۸۴). *"بررسی تاثیر اینترنت بر ارزش های خانواده در بین دانش آموزان دبیرستانی ناحیه ۳ مشهد"*. مجله جامعه‌شناسی ایران. دوره ششم، شماره ۲.
- ساری، محسن و وثوقی، منصور. (۱۳۹۲). *"مطالعه جامعه‌شناختی گونه های بیگانگی اجتماعی جوانان در شهر تهران"*. نشریه مطالعات توسعه اجتماعی ایران. دوره ۵، شماره ۳.
- شارع پور، محمود. (۱۳۸۰). *"فرسایش سرمایه اجتماعی و پیامدهای آن"*. نامه انجمن جامعه‌شناسی. سال اول، شماره یک.
- صداقتی فرد، مجتبی. (۱۳۸۸). *"مطالعه بی تفاوتی اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن (مورد پژوهش: شهر تهران)"*. پایان نامه دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران.
- غفاری، غلام رضا و نیازی، محسن. (۱۳۸۶). *جامعه‌شناسی مشارکت*. تهران: نشر نزدیک
- فاضلی، محمد و خوشفر، غلامرضا. (۱۳۸۳). *"مشارکت سیاسی در استان گلستان"*. مجله مطالعات اجتماعی ایران. سال چهارم، شماره ۳.
- قدیمی، مهدی. (۱۳۸۶). *"بررسی میزان اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن در بین دانشجویان دانشگاه های زنجان"*. پژوهشنامه علوم انسانی. فصلنامه ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید بهشتی، شماره ۵۳.
- قریشی، فخرالسادات و صداقت، کامران. (۱۳۸۸). *"بررسی نقش عوامل فرهنگی - اجتماعی مرتبط بر شکل گیری اعتماد اجتماعی شهروندان تبریز"*. جامعه‌شناسی کاربردی. سال بیستم، شماره پیاپی ۳۶- شماره ۴، صص ۷۵-۱۰۲.
- کلاتری، صمد؛ ادیبی، مهدی؛ ربانی خوراسگانی، رسول و احمدی، سیروس. (۱۳۸۶). *"بررسی بی تفاوتی و ناعدوستی در جامعه شهری ایران و عوامل مؤثر بر آن"*. نشریه دانشور رفتار. دوره ۲۲، شماره ۸.
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۵). *عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ* (جلد ۲، قدرت هویت). احد علیقلیان، افشین خاکباز و حسن چاوشیان. ویراسته‌ی علی پایا. چاپ پنجم. تهران: طرح نو.
- کرایب، یان. (۱۳۷۸). *نظریه های مدرن جامعه‌شناسی از پارسونز تا هابرماس*. محبوبه مهاجر. تهران: سروش
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۳). *تجدد و تشخیص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*. ناصر موفقیان.

چاپ سوم، تهران: نشر نی

- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۴). چشم اندازهای جهانی. حمیدرضا جلایی پور. تهران: انتشارات طرح نو
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۴). پیامدهای مدرنیت. محسن ثلاثی. تهران: نشر مرکز
- محسنی تبریزی، علی رضا. (۱۳۷۸). "بررسی راه‌های جلب مشارکت مردمی در برنامه‌های توسعه‌ی پایدار". تهران: موسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی دانشگاه تهران.
- محسنی تبریزی، علیرضا و صداقتی فرد، مجتبی. (۱۳۹۰). "بی تفاوتی اجتماعی در شهر تهران". مجله پژوهشی علوم انسانی دانشگاه اصفهان. دوره ۲۲، شماره ۳.
- محسنی تبریزی، علیرضا. (۱۳۷۰). "بیگانگی". نامه علوم اجتماعی. دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، شماره ۲.
- محسنی تبریزی، علیرضا. (۱۳۸۱). "بررسی آسیب شناسی بیگانگی اجتماعی - فرهنگی (بررسی انزوای ارزشی در دانشگاه های دولتی تهران)". نشریه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی. دوره ۸، شماره ۲۶.
- محسنی، منوچهر و جاراللهی، عذرا. (۱۳۸۲). مشارکت اجتماعی در ایران. چاپ اول، تهران: انتشارات آرون
- محسنی، منوچهر. (۱۳۷۸). بررسی برخی از ابعاد مشارکت اجتماعی در ایران. تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
- محسنی، منوچهر؛ دوران، بهزاد و سهرابی، محمدهادی. (۱۳۸۵). "بررسی اثرات استفاده از اینترنت بر انزوای اجتماعی کاربران اینترنت (در میان کاربران کافی نت های تهران)". فصلنامه جامعه شناسی ایران. سال هفتم، شماره ۴.
- مشکینی، احمد. (۱۳۸۲). "گفتار و مصاحبه: مشارکت اجتماعی جوانان راهی به سوی کشف منابع سرشار انسانی در نسل سوم انقلاب". فصلنامه مطالعات جوانان. زمستان ۱۳۸۱ و بهار ۱۳۸۲، شماره ۱ و ۲: صص از ۱۸۹ - ۲۰۲.
- نوروزی، فیض اله و بختیاری، مهناز. (۱۳۸۸). "مشارکت اجتماعی و عوامل اجتماعی موثر بر آن". فصلنامه راهبرد. سال هجدهم، شماره ۵۳، زمستان ۸۸.
- Al.Mizjaji, Almad Dawood. (2001). "Public Apathy towards Bureaucracy As a Constraint On The Development Of Saudi Arabia". Public Administration Quarterly. Fall 2001, 25,3/4,ABI/Inform Global. P: 270.
- Castells. M. (2001). The Internet Galwcy. Reflections on the internet..
- Chen, J. & Zhong,Y. (1999). "Mass Political Interest(Or Apathy)in Urban China". Communist and Post- Communist Studies.Vol 32.
- Letki, Natalia. (2003). "Explaining political participation in east-central Europe: social capital, democracy and the communist past".
- Van, Snippenburg. ,Leo, B. & Peer Scheepers. (1991). "Social Class and Plitical Behavior During a Period of Economic Stagnation: Apathy and Radicalism in the Netherland, 1985". Political Psychology. Vol 12. No 1.

ذائقه جنسیتی و اوقات فراغت مجازی (مطالعه ای بر جوانان ۱۵-۲۹ ساله شهر تهران)

سهیلا علیرضائزاد^۱

سکینه سیف جمالی^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۵/۱۳

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۵/۷/۲۶

همچنان که افراد یک جامعه یکسان نیستند، راهکارهای اوقات فراغت آنان نیز متفاوت است. این پژوهش به دنبال یافتن الگوهای رفتاری جوانان به تفکیک دختر و پسر در فضای مجازی است. چگونگی گذران اوقات فراغت برای جوانان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، زیرا الگوهای گذران اوقات فراغت در شناخت سبک زندگی افراد بسیار موثر است. بر این اساس، پرسش اصلی این پژوهش عبارت است از آن که گذران فراغت مجازی در بین جوانان چگونه بوده و تاثیر جنسیت بر آن چگونه است؟ برای پاسخگویی به این پرسش ضمن مراجعه به واقعیت، از مفاهیم نظری از قبیل میدان و منش در اندیشه بوردیو و نظریات کاستلز در باره جامعه شبکه ای استفاده شد. با توجه به ماهیت پژوهش، روش ترکیبی متوالی استقرایی انتخاب شد که ترکیب دو روش مطالعه میدانی و پیمایش است. ابزار گردآوری اطلاعات در مطالعه میدانی، مصاحبه نیمه ساخت یافته و بحث گروهی است و در بخش پیمایش، پرسشنامه ای با توجه به یافته های کیفی ساخته شد. روش نمونه گیری در بخش کیفی، نمونه گیری هدفمند و در پیمایش، نمونه گیری سهمیه ای بود. یافته ها نشان از عمومیت استفاده از فضای مجازی در بین جوانان دارد، اما علیرغم باز شدن فضا و تسهیل کنشگری دختران در فضای مجازی، وجود نوعی منش و ذائقه جنسیتی در میدان فضای مجازی مشاهده شد. به عبارت دیگر، ساخت جنسیتی در اوقات فراغت مجازی بازتولید شده است. افزایش امکانات، تاثیر چندانی در نحوه رفتار جوانان برای گذران اوقات فراغت در فضای مجازی ندارد، اگرچه تمایل به مصرف نمایی و اوقات فراغت تظاهری در دختران و پسران دیده می شود، اما به لحاظ شکلی متفاوت است.

واژگان کلیدی: اوقات فراغت، اوقات فراغت مجازی، جنسیت و ذائقه جنسیتی

۱. دانشیار، گروه جامعه شناسی، دانشکده علوم انسانی، واحد گرمسار، دانشگاه آزاد اسلامی، گرمسار، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: soal802001@gmail.com

۲. کارشناس ارشد جامعه شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

بیان مسئله

اوقات فراغت، یک نهاد اجتماعی است که ارزش‌ها و هنجارها را به افراد انتقال می‌دهد و به شکل دادن و بازسازی جامعه کمک می‌کند. نحوه گذران اوقات فراغت نشان دهنده ارزش‌های موجود در جامعه است و ممکن است به حفظ الگوهای جامعه کمک کند، از تنش‌ها بکاهد و به حس تعلق اجتماعی و کاهش گرایش‌ها و اقدامات بزهکارانه کمک کند (هاشمی، ۱۳۸۹: ۲). گذران اوقات فراغت، مفهومی مدرن و دارای کارکردهای اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی در جامعه است. امروزه، اوقات فراغت و برنامه‌ریزی برای آن تبدیل به یکی از معیارهای شناخت توسعه‌یافتگی و ارزیابی کیفیت زندگی شده است (ادریسی و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۷)؛ بدین معنی که لازم است که فضای مناسبی برای گذران اوقات فراغت جوانان تعریف شود. به این ترتیب، اینک، اوقات فراغت بدل به نیازی ضروری برای انسان‌ها شده است؛ نیازی که در کنار کارکردهای کلاسیک خود، مبنایی برای هویت‌سازی و هویت‌یابی افراد فراهم می‌آورد. اگر فضای واقعی مناسبی برای گذران اوقات فراغت جوانان وجود نداشته باشد، جهان امروز برای پاسخگویی به نیازهای فراغتی آنان راه‌های جایگزینی طراحی کرده است که معمولاً می‌توانند آنان را به آسانی به سوی خود جلب کنند. امروزه، رشد شتابان فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات، زندگی انسان‌ها به ویژه نسل جوان را دچار تغییرات و تحولات بسیاری کرده است. این تغییرات و دگرگونی‌ها از طریق آفرینش فضای جدیدی در زندگی واقعی انسان‌ها رخ می‌دهد که به آن "فضای مجازی" گفته می‌شود. فضای مجازی موجب ظهور شرایطی گردیده که در آن اوقات فراغت از اشکال سنتی خویش جدا و به نوعی رسانه‌ای و خانگی شده است. دو فرآیند رسانه‌ای شدن و خانگی شدن، توصیف‌کننده گذران بخش عمده فراغت در فضای مجازی است که جوانان ایرانی بیش از همه در این فضا سردرگم‌اند (ذکایی، ۱۳۸۳: ۲). این ویژگی می‌تواند از گذران اوقات فراغت جوانان در فضاهای عمومی کاسته و بر ابعاد پنهان آن بیفزاید. شبکه‌های اجتماعی مجازی اکنون در شمار تاثیرگذارترین عوامل تغییر در جامعه هستند. نقش متمایز فضای مجازی در ارائه خدمات متنوع برای پرکردن اوقات فراغت، جوانان را بر آن داشته است تا بخش بزرگی از زمان فراغت خود را به این فضا اختصاص دهند. حضور در این فضا می‌تواند به ازخودی‌گانگی آنان بیانجامد. این نوع ازخودی‌گانگی بدان معنی است که فرد به درستی نمی‌داند که به دنبال چیست، درحالی که به نظر می‌آید در حال گذران اوقات فراغت است. احتمالاً جوان در این شرایط، یک گم‌شده در فضای مجازی است. در این شرایط محتملاً ویژگی‌هایی مانند کاهش سطح تعامل‌های اجتماعی رو در رو و حتی اعتیاد اینترنتی، در فرد بروز پیدا می‌کند.

بر اساس نتایج سرشماری سال ۱۳۹۰ (مرکز آمار ایران) می‌توان گفت هنوز ۳۱/۵ درصد جمعیت کشور را جوانان ۱۵-۲۹ ساله تشکیل می‌دهند. شهر تهران مطابق سرشماری سال ۹۵ (مرکز آمار ایران) حدود ۱۱۹۵۰ هزار نفر را در خود جای داده است که بیش از یک سوم آن به این رده سنی تعلق دارد. با توجه به آن که در جامعه مدرن^۱ معنای زندگی انسان و فرصت‌های او دگرگون شده است، فرصت‌های ویژه‌ای برای گذران اوقات فراغت در اختیار جوانان قرار می‌گیرد. ایران امروز دستخوش تغییرات سریع و ریشه‌ای است. پیوندهای سنتی با طبقه و خانواده به تدریج کم‌اهمیت‌تر می‌شوند و از این رو جوانان، الگوهای فراغت متنوعی را تجربه می‌کنند. افزایش دوره جوانی و نیز تنوع گذران اوقات فراغت در میان نوجوانان و جوانان و تاثیر شیوه‌های گذران اوقات فراغت بر تربیت و شکل‌گیری هویت و شخصیت آن‌ها، حساسیت‌های خاصی را برای برنامه‌ریزی اوقات فراغت جوانان برانگیخته است. اکنون

۱. در ایران مانند بسیاری از کشورهای جهان سوم عناصر پیشامدرن، مدرن و پسامدرن در کنار هم دیده می‌شوند. از این رو، جوانان بی‌شک در معرض عناصر مدرن قرار دارند.

شبکه های اجتماعی مجازی در شمار تاثیرگذارترین عوامل گذران اوقات فراغت جوانان در فضای مجازی هستند. بررسی پژوهش های متعدد نشان می دهد که شیوه های گذران اوقات فراغت توسط جوانان در حال تغییر است. گسترش کمی و کیفی فضای مجازی در قالب شبکه های اجتماعی موبایل محور، الگوهای جدیدی از رفتار اجتماعی را در بین جوانان - از قبیل گذران اوقات فراغت در فضای مجازی و با استفاده از تلفن های هوشمند - رقم زده است. این پژوهش در پی یافتن الگوهای رفتاری دختران و پسران در فضای مجازی است. بر این اساس پرسش اصلی این پژوهش عبارت است از: گذران فراغت مجازی در بین جوانان چگونه است؟ آیا شیوه گذران اوقات فراغت مجازی در بین دو جنس متفاوت است؟

مبانی نظری پژوهش

جو بای (۲۰۰۱) معتقد است که اینترنت و دیگر رسانه های نوین، فضاهای فراغتی چندگانه ای را برای کاربران فراهم کرده اند و فعالیت های فراغتی بسیاری را شامل می شود. این رسانه ها و به ویژه اینترنت، سبب شده است که تجربه فراغت از حالت محلی خارج شده و وجهه جهانی و بین المللی به خود بگیرد. بیت من^۱ و وایک من^۲ (۲۰۰۰) دریافتند که الگوی گذران فراغت زنان ناشی از سن و وضعیت تأهل آنهاست. از سوی دیگر، گرین نشان داد که زنان در مطالعات اوقات فراغت نادیده گرفته شده اند و اوقات فراغت زنان و مردان یکسان تلقی شده است (شفیعی، ۱۳۸۳: ۵۲). به نظر تورکلیدسن^۳ فراغت پیامدهای مهمی برای جامعه دارد (تورکلیدسن، ۱۳۸۲: ۳۵). مارکس فراغت را "فضای رشد و پیشرفت انسان" تعریف می کند و انگلس معتقد است باید "از ساعات کار کاسته شود تا زمان آزاد برای شرکت در امور عمومی و اجتماعی فراهم آید" (همان). طبق تعریف پارکر اوقات فراغت، به معنی زمان مازاد بر زمان کار و وظایف دیگر فرد است که از این زمان برای استراحت، تفریح، موفقیت و پیشرفت اجتماعی یا فردی (از قبیل افزودن بر دانش و اطلاعات، ارتقای مهارت ها، مشارکت داوطلبانه و ...) استفاده می کند (سازمان ملی جوانان، ۱۳۸۱: ۳۹). در این پژوهش، اوقات فراغت ساعاتی را که پس از کسر ساعات کار، تحصیل و خواب، در بیست و چهار ساعت شبانه روز باقی می ماند، در برمی گیرد.

نظریه های اوقات فراغت

بوردیو در تحلیل های جامعه شناختی از فعالیت های فراغتی و تعامل آن با ابعاد خرد و کلان (عاملیت و ساختار) در جوامع یاد می کند. او معتقد است که هم ساختار عینی (زمینه) و هم عاملیت (ساختار ذهنی) در انتخاب نوع فعالیت برای گذران اوقات فراغت موثرند. نگرش دیالکتیکی بین عاملیت و ساختار و مصرف کالاهای فرهنگی به عنوان عنصر تمایز طبقاتی از شاخص های عمده جامعه شناسی اوقات فراغت بوردیو است. بدین ترتیب، بوردیو به تبیین علی اوقات فراغت در قالب زمینه، عادت واره و ذائقه های فراغتی دست می زند. زمینه یا حوزه عبارت از زیراجتماعی است که یک عادت واره یا منش در آن حاکمیت دارد. بوردیو موجبات بیرونی که مارکسیست ها از آن به عنوان "بحران اقتصادی، تحولات فنی یا انقلاب سیاسی" یاد می کنند، زمینه محسوب می نماید (بوردیو، ۱۳۸۰: ۱۶). نکته مهم این که زمینه دارای ابعاد سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی است (ریتزر، ۱۳۸۰: ۷۵۹). شاید بتوان انتظار داشت که فضای اجتماعی عصر اطلاعات

1. Bittman

2. Wajcman

3. George Thorkildsen

منش و ذائقه خاصی را در باره اوقات فراغت در افراد ایجاد می کند.

از دیگر مفاهیمی که بوردیو در تحلیل فعالیت های فراغتی استفاده می کند، مفاهیم موضع و موضع گیری است. بوردیو عقیده دارد که هر گونه موضع گیری فرهنگی در ارتباط با جایگاه افراد است. مفهوم موضع، بیشتر واجد خصلت عینی و ساختاری و گویای مقام و موقعیت و جایگاه هر یک از عناصر و عوامل متعلق به حوزه های گوناگون است. مفهوم موضع گیری، بیشتر جنبه ذهنی دارد و بیانگر منش است (بوردیو، ۱۳۷۹: ۱۵۰). "منش" به مجموعه ای نسبتاً ثابت از خلق و خوی ها گفته می شود که محصول تجربه های کنشگران در موقعیت های خاصی در ساختار اجتماعی است، ساختاری که "کنش ها و بازآمدها را تولید می کند و به آن ها نظم می بخشد" (جلایی پور و محمدی، ۱۳۹۱: ۳۱۸ به نقل از Bourdieu، ۱۹۹۰: ۵۳). بنابراین منش پایه فهم ما از جهان است. به طور کلی می توان گفت فضای موقعیت های اجتماعی به واسطه فضای منش ها به فضای "موضع گیری ها" تبدیل می شود. هر مجموعه از موقعیت ها متناظر است با مجموعه ای از منش ها یا ذائقه ها که محصول شرایط اجتماعی متناسب با آن موقعیت هاست. یکی از کارکردهای مفهوم "منش"، نشان دادن "یکدستی سبک" است؛ یعنی نشان دادن چیزی که کنش ها و دارایی های یک عامل اجتماعی یا مجموعه ای از عاملان را وحدت می بخشد (همان، ۳۲۹). بر اساس نظر بوردیو، افراد برای گزینش فعالیت های اوقات فراغت با توجه به عواملی مثل سن و جنس محدود می شوند؛ این عوامل باعث محدودیت چیزی می شود که بوردیو آن را "حوزه (امکانات)" می نامد (هیوود و همکاران، ۱۳۸۰: ۳۵۶). براین اساس، حوزه در اختیار زنان و مردان می تواند متفاوت باشد. در واقع، تمام گزینه های فراغتی بر پایه شالوده منش، بنا نهاده شده و افراد توسط آن به طیفی از شایستگی های فرهنگی یا سرمایه ی فرهنگی دست می یابند که انواع خاصی از فعالیت های اوقات فراغت را کم و بیش در اختیارشان قرار می دهد یا امکان پذیر می سازد (هیوود و همکاران، ۱۳۸۰: ۳۵۸-۳۵۶). بوردیو بیان می کند که منش، کنش را در خلا اجتماعی تولید نمی کند، بلکه از نظر او کنش در زمینه اجتماعی ساختاریافته ای شکل می گیرد که "میدان" نامیده می شود (هیوود و همکاران، ۱۳۸۰: ۲۰۰ به نقل از سوارتز، ۲۰۰۲: ۶۳).

بوردیو معتقد است فعالیت های فراغت محور، محل منازعه طبقات اجتماعی است و سطحی از مقاومت در قبال تعریف رایج و مسلط از اوقات فراغت و عملکردهای ملازم با آن وجود دارد. تحلیل بوردیو نشانگر این واقعیت است که طبقات اجتماعی متفاوت و بخش های گوناگون طبقات فعالانه پیگیر ذائقه های متفاوتی هستند که بازتابنده موضع آنان در گروه، طبقه و جامعه است، اما تباین ذائقه ها بازتابنده توانمندی گروه های متفاوت در وابستگی به فعالیت های فراغتی حاشیه ای یا کم اهمیت نیز خواهد بود. بوردیو بر این باور است که ذائقه ها در داخل طبقات با برخوردی طبیعی مواجه شده و به منزله "عقل سلیم" پذیرفته می شوند، ولی توسط افراد خارج از یک طبقه با تردید و سوءظن با آن ها برخورد می شود (ابراهیمی، ۱۳۹۰: ۲۵). نکته مهم آن است که داخل هر طبقه اوقات فراغت برای زنان و مردان متفاوت است و منش جنسیتی متفاوتی ارائه می شود. به بیان بوردیو، افرادی که در منطقه محدودی از فضای اجتماعی قرار دارند، به لحاظ ویژگی ها، منش ها و ذائقه ها به یکدیگر نزدیک ترند (جلایی پور و محمدی، ۱۳۸۷: ۳۳۲). منش ها مبنای شکل گیری کنش های متمایز و مجزا هستند (همان، ۳۳۰) به این ترتیب، زنان نیز به مثابه کنشگران از این امر مستثنی نیستند، اما به نظر می رسد زن و مرد در یک فضای اجتماعی یکسان، به واسطه جنسیت شان کنش های متفاوتی داشته باشند. بوردیو در ادامه بر این مطلب نیز تاکید می کند که زیستن در یک فضای اجتماعی و اشغال کردن موقعیت اجتماعی خاصی در این فضا اساساً "فرد بودن در درون فضایی اجتماعی" به معنای متفاوت بودن و فرق داشتن است (همان ۳۳۱). در تمایز بوردیو، جنسیتی شدن ذائقه^۱ و سلطه مردانه به مثابه تفاوت جنسیتی

تلقی شده است (بورديو، ۲۰۱۰؛ Skeggs، ۲۰۰۴: ۱۹). بدین ترتیب، با اتکا به نظریه بورديو می توان انتظار داشت که نوعی تمایز جنسیتی در تفاوت منش و ذائقه جنسیتی در گذران اوقات فراغت مجازی مشاهده شود. علاوه بر بورديو، تورستن وبلن (۱۸۹۹) نیز به اهمیت شیوه مصرف و فراغت و تحلیل چند و چون آن، توجه کرده است. او به ارتباط دوسویه شیوه مصرف و فراغت با موقعیت اجتماعی توجه کرده و کوشش مصرف کننده به مصرف کالاها را تلاشی برای نشان دادن منزلت و موقعیت اجتماعی ارزیابی می کند. به زعم وبلن، موقعیت اجتماعی از طریق اوقات فراغت تظاهری^۱ به نمایش گذاشته می شود (وبلن، ۱۳۸۳: ۱۱۶-۱۱۰؛ روجک، ۱۳۸۸: ۲۱۸؛ دیلینی، ۱۳۸۱: ۳۱۳). اوقات فراغت تظاهری، پدیده ای عرفی یا نهادی است و رابطه نزدیکی با مصرف متظاهرهانه دارد. به نظر وبلن، در جوامع مدرن، مصرف چشمگیر (متظاهرهانه) و سبک زندگی مبتنی بر رفاه و فراغت، سراسر ساختار اجتماعی را فرا گرفته است (کوزر ۱۳۸۰: ۳۶۲ به نقل از وبلن ۱۳۸۳: ۱۱۱) و طبقه مرفه برای این که در رقابت ها میزان ارزش و منزلت خود را بالا ببرد، همواره مشغول خودنمایی تظاهری، آسایش تظاهری و مصرف تظاهری است (وبلن، ۱۳۸۶: ۶۳). مشاهدات نشان می دهد که شبکه های اجتماعی می تواند فضایی را برای تظاهر به مصرف در اختیار جوانان قرار دهد. در خلال پژوهش دیده شده است که تصاویر در اینستاگرام در این باره مورد استفاده قرار می گیرد. تصاویر می تواند بیانگر پیام های مصرف متظاهرهانه در سطحی وسیع باشد و همچنین می تواند گروه های فرودست تر را به نمایش شرایط گروه های فرادست وادارد. اما نکته آن است که آیا نمایش مصرف دختران و پسران به گونه ای مشابه ظاهر می شود یا تفاوت هایی در آن ها دیده می شود؟

فضای مجازی

فضای مجازی، اصطلاحی جدید و زاده دوران معاصر است که با شیوه زندگی و تفکر دوران معاصر مبتنی بر فناوری نوین مرتبط است. فضای مجازی، جهان ذهنی اطلاعات و شبکه های الکترونیکی است که با اینترنت قابل دسترس است و اغلب با حیطه ناشناخته مقایسه می شود که مرزهای نامحدودی دارد. امروزه برای بسیاری از مردم، فضای مجازی بخشی از زندگی روزمره شده است. فراغت مجازی (موبایل محور) عبارت است از کاربرد موبایل و اینترنت برای مقاصد فراغتی.

گسترش فزاینده فناوری اطلاعات و ارتباطات که مانوئل کاستلز از آن به عنوان "جامعه شبکه ای" یاد می کند، منجر به بروز دگرگونی های بسیار در جوامع شده است. ویژگی های جامعه شبکه ای همچون: اقتصاد اطلاعاتی و کاهش اهمیت زمان و مکان در تعاملات اجتماعی، ویژگی متمایزی به هزاره سوم بخشیده است که اصل بنیادین آن اهمیت محوری فرد در عرصه فعالیت های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی با بهره گیری از ابزارهای نوین ارتباطی و اطلاعاتی است. در چنین فضایی، مجموعه هایی از ارتباطات درونی انسان ها از طریق کامپیوتر و مسائل مخابراتی بدون در نظر گرفتن جغرافیای فیزیکی شکل می گیرد. سیستم "لاین" نمونه ای از فضای سایبر است که کاربران آن می توانند از طرق مختلف از قبیل ایمیل با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. در فضای سایبر نیاز به جابجایی های فیزیکی نیست و اعمال فقط از طریق فشردن کلیدها یا حرکات "ماوس" صورت می گیرد (کاستلز، ۱۳۸۰: ۱۵). مانوئل کاستلز برای توصیف صورت بندی ارتباطی در زیست بوم جدید رسانه ای از مفهوم جامع تری به نام "ارتباطات خودگزین"^۲ سخن می گوید؛ ارتباطاتی که در محتوا خود- تولید، در پخش خود- گردان و در دریافت خود- انتخاب است. ارتباطات خود گزین از آن جایی که با

1. conspicuous leisure

2. Mass- self communication

استفاده از شبکه‌های اینترنتی پیام خود را به انبوه مخاطبان می‌رساند، در واقع نوعی از ارتباطات جمعی است. این نوع ارتباط، امکان دسترسی آسان و رایگان مطالب و آرایش مجدد آن‌ها را فراهم می‌کند. این شکل جدید رسانه، تنوع نامحدود و خودگردانی عظیمی را در ساخت و تولید محتوا در اذهان عمومی ایجاد می‌کند که هر لحظه در سطحی محلی و جهانی در جریان است (Castells, ۲۰۰۷: ۲۴۶-۲۴۸). این ساخت رسانه ای، فرصت‌های ویژه ای را برای کنشگری اجتماعی به ویژه در زمینه اوقات فراغت فراهم می‌کند. با رجوع به واقعیت از طریق مصاحبه‌های کیفی و بررسی مبانی نظری، می‌توان برای پاسخ به پرسش‌های آغازین پرسش‌های زیر را مطرح کرد:

- جوانان شهر تهران در زمان فراغت خود چه فعالیت‌هایی را در فضای مجازی انجام می‌دهند؟
- بین نحوه گذران اوقات فراغت دختران و پسران در فضای مجازی چه تفاوت‌هایی وجود دارد؟
- آیا با افزایش امکانات و دسترسی به منابع، تفاوت بین اوقات فراغت دختران و پسران کاهش می‌یابد و مرزهای جنسیتی کم رنگ می‌شود؟

تعریف مفاهیم^۱

لازم به ذکر است که تعریف مفاهیمی که برای بخش کمی انجام شده است، بیشتر با توجه به مشاهدات کیفی و با رجوع ثانویه به نظریات انجام شده و لزوماً از منابع نظری خاصی استخراج نشده است. اوقات فراغت

اوقات فراغت، ساعاتی را در بر می‌گیرد که بدون اجبار، صرف اموری می‌شود که شخص به دور از انگیزه‌های اقتصادی یا وظایف خانوادگی و به منظور ایجاد سرگرمی و فراهم آوردن امکانات رشد فکری و جسمی به انجام آن‌ها تمایل دارد (سازمان ملی جوانان، ۱۳۸۴). در این تحقیق، اوقات فراغت ساعاتی است که پس از کسر ساعات کار، تحصیل و خواب، در بیست و چهار ساعت شبانه روز باقی می‌ماند.

فراغت مجازی

فراغت مجازی عبارت است از کاربرد موبایل و اینترنت برای مقاصد فراغتی که شاخص‌های سنجش آن عبارت‌اند از: استفاده از کتابخانه‌های مجازی، حضور در شبکه‌های اجتماعی، لایک پُست‌های دیگران، استفاده از بازی‌های کامپیوتری و موبایلی، دانلود موسیقی و فیلم، وب‌گردی و سرگرمی، سایت‌های اینترنتی و شرکت در تالارهای گفتگو (چت)، دوست‌یابی در شبکه‌های اجتماعی، پلی‌استیشن و ایکس باکس.

روش شناسی پژوهش

در این پژوهش از روش ترکیبی متوالی استقرایی کیفی و کمی استفاده شد که شامل روش میدانی^۲ و پیمایش است. بخش کیفی از نظر زمانی بر بخش کمی تقدم دارد. انتخاب روش میدانی به دلیل تناسب آن برای کشف و تفسیر تجربه‌های زیسته جوانان بود و ابزار گردآوری اطلاعات، مصاحبه نیمه ساخت یافته و بحث گروهی متمرکز است. روش نمونه‌گیری در بخش کیفی، نمونه‌گیری هدفمند^۳ است (نچمیاس و فرانکفورد، ۱۳۹۰: ۲۶۴). شایان ذکر است که استفاده از این روش اجازه چند سویه‌بینی را به پژوهشگر می‌دهد. بدین ترتیب، یافته‌های پژوهش با اتکای به این ویژگی ارائه خواهد شد. به عبارت دیگر، یافته‌ها براساس روش ارائه نخواهد شد، بلکه

۱. نظر به این که پژوهش با روش ترکیبی انجام شده است، مفاهیم طرح شده در پرسش‌ها برای انجام پیمایش تعریف شده‌اند.

2. Field research

3. Purposive Sampling

با کنار هم گذاشتن اطلاعات متفاوت کیفی و کمی، تلاش می شود تا ابعاد مختلف مساله روشن شود. برای دسترسی به اطلاعات صحیح، تلاش شد تا در انتخاب افراد به مشخصاتی از قبیل سن، جنس، منطقه محل سکونت، وضعیت پوشش ظاهری، میزان دسترسی به منابع مالی و امکانات رفاهی و.... توجه شود. در مجموع با سی نفر شامل ۱۵ پسر و ۱۵ دختر جوان در محل های متفاوتی همچون: پارک دانشجو، پارک ملت، بوستان ولایت، سالن زیبایی، باشگاه ورزشی، کتابخانه عمومی، مسجد، سینما، مرکز خرید، کوچه و خانه های آنان مصاحبه شد. خروجی داده های کیفی، تحلیل شد و مبنایی برای بخش کمی و تهیه پرسشنامه گردید. در مرحله دوم که با روش پیمایش اجرا شد، بر اساس یافته های بخش کیفی، پرسشنامه ای به عنوان ابزار پژوهش فراهم گردید. در پیمایش برای افزایش اعتبار درونی و دسترسی به داده های صحیح از روش نمونه گیری سهمیه ای استفاده شد^۱ (سرای، ۱۳۹۳). در نتایج سرشماری ۱۳۹۰ (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۱) تعداد جوانان شهر تهران اعم از زن و مرد در گروه سنی ۱۵-۲۹ سال معادل ۳۷۷/۶۱۲ نفر است. با استفاده از فرمول کوکران، حجم نمونه در این بخش ۱۹۵/۹ نفر برآورد شد که عملاً ۲۰۰ پرسشنامه^۲ تکمیل شد.

$$n = \frac{Nt^2 p(1-p)}{(Nd^2 + t^2 p(1-p))}$$

$$n = \frac{2300000(1/96)^2 (0/25)}{(2300000)(0/07)^2 + (1/96)^2 (0/25)}$$

$$n = \frac{2208920}{11270 + 0/96}$$

$$n = \frac{2208920}{11270/96} = 195.98$$

از بین مناطق تهران چهار منطقه یک، دو، شانزده و نوزده به طور قضاوتی انتخاب شد که در هر منطقه پنجاه پرسشنامه تکمیل شد. پرسشنامه ها بین هر دو جنس به طور مساوی تکمیل شد. شایان ذکر است که یک مرحله مصاحبه های تکمیلی برای پاسخگویی به پرسش داور مقاله، به این پژوهش اضافه شد؛ بدین معنی که با ۶ مصاحبه شونده پیشین که به آنان دسترسی بود، تماس مجدد گرفته شد و در عین حال با ۶ فرد جدید هم گفتگو شد. یافته های مصاحبه های تکمیلی به بخش های مربوطه اضافه شد. سیمای پاسخگویان در گروه های سنی ۱۵ تا ۱۹ سال ۴۰/۵ درصد، گروه سنی ۲۰ تا ۲۴ سال ۳۰ درصد و ۲۵ تا ۲۹ سال ۲۹/۵ درصد را شامل می شد. ۲۵ درصد پاسخگویان زیردیپلم، ۳۷ درصد دیپلم، ۴ درصد فوق دیپلم، ۲۴ درصد کارشناس و ۷/۵ درصد کارشناس ارشد بودند. در مجموع، بیش از ۸۰ درصد پاسخگویان مجرد بودند. ۷۶ درصد دختران پاسخگو و ۸۵/۴ درصد پاسخگویان پسر، مجرد و بقیه متأهل بودند.

یافته های پژوهش

عمومیت استفاده از اوقات فراغت مجازی

یافته های حاصل از مصاحبه ها نشان می دهد که در انتخاب اولویت های فراغتی جوانان، استفاده از شبکه های

۱. از این رو، این پژوهش به هیچ عنوان ادعای تعمیم یافته ها را ندارد. پژوهشگران امید دارند که نتایج این پژوهش در آینده با استفاده از روش های مختلف کمی و کیفی مورد آزمون قرار گیرد تا بدین ترتیب دانش تولید شده تصحیح و تکمیل شود.

۲. خطای آماری در این پژوهش معادل ۰/۰۷ است. چنان که در زیرنویس پیشین نیز ذکر شد، این پژوهش به هیچ عنوان ادعای تعمیم داده ها را ندارد.

اجتماعی به ویژه شبکه‌های مبتنی بر موبایل از نظر تنوع مصرف جایگاه ویژه‌ای دارد. این پدیده به عنوان یک الگوی گذران اوقات فراغت تأثیرات ویژه‌ای بر روابط دو جنس، الگوهای ارتباطی و دوست‌یابی جوانان بر جای گذاشته و مرزبندی‌های رایج جنسیتی و اجتماعی را در نزد جوانان کمرنگ ساخته است. پسر ۲۴ ساله دانشجو در این باره اظهار داشت:

"... ۹۹ درصد بچه‌ها بیشتر وقتشون را تو سایت هستن، گروه لاین، بیتاک، اکثرا دنبال دوستی جنس مخالف،... فقط دوستی مهمه، بیست تا سیزده؛ ساعت‌ها وقت اونجا می‌گذرونن..."
دختری ۲۲ ساله:

"تلگرام و اینستا... واتس آپ... تبادل پست‌ها... سرگرمی خوندنی متن‌های خنده دار هجو کگروه‌های دوستی، کارکرد دوست‌یابی زیاده...."
دختر ۳۰ ساله دانشجو:

"... باور نمی‌کردم که دوستم توی شبکه‌های اجتماعی دنبال دپته (date)... او منو ترک کرد و از این طریق دنبال دوست تازه بود..."
دختر ۲۹ ساله:

"... من از طریق بی تاک با دوست فعلی ام آشنا شدم..."
خانم ۲۷ ساله:

"فیس بوک باعث جدایی من و همسرم شد. صبح تا شب سر کار بود. وقتی هم می‌آمد سرش تو فیس بوک و شبکه‌های اجتماعی بود... به من توجه نداشت..."
دختر ۲۵ ساله:

"... می‌خواهی بروی سینما، تئاتر، دنبال یک پایه می‌گردی؟ تنهایی؟ از شبکه اجتماعی... می‌تونی دوستی پیدا کنی که سینما تنها نروی..."

بیشتر مصاحبه‌شوندگان به فضای مجازی دسترسی دارند و بخش عمده‌ای از اوقات فراغت خود را به شیوه‌های گوناگون در این فضا سپری می‌کنند. بیش از ۹۰ درصد مصاحبه‌شوندگان اظهار کردند که موبایلشان همواره به اینترنت متصل و فضای مجازی آن‌ها همواره باز است. پسر ۲۰ ساله درباره این موضوع می‌گوید:

"روزی دو سه ساعت وقت می‌زارم که پست‌های دوستانم را چک کنم."
پسر ۱۷ ساله دیگر:

"سرکلاس هم گوشی می‌برم یواشکی پست‌هامو چک می‌کنم، قرارهای آخر هفته را تو اینستا می‌زاریم... روزی سه بار گوشی را می‌زنم شارژ..."

دختری ۲۲ ساله:

"گوشی کنار دست منه. مدام چک می‌کنم ببینم دوستانم پست جدید گذاشتن یا نه."

پسر ۱۷ ساله گفت:

"اینستاگرام رو هر پنج ثانیه چک می‌کنم."

نکته مهم آن که داده‌های حاصل از پیمایش و انجام آزمون کای اسکوتر حاکی از یکسان بودن رفتار دو جنس در باره مراجعه به فضای مجازی دارد؛ به عبارت دیگر، این رفتار در هر دو جنس عمومیت دارد.

نکته مهم در باره فضای مجازی آن است که دسترسی به این فضا موجب می‌شود تا جوانان بیش از پیش در خلوت اتاق خود و البته در هیاهوی فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی به گذران اوقات فراغت بپردازند. از این رو، آنان برای سرگرم شدن به طور فزاینده‌ای به رسانه‌های جدید متکی هستند.

پسر ۱۷ ساله:

"... تفریح دیگری نداریم ... بیشتر اینستاگرام هستیم."

دختر دانشجوی ۲۰ ساله:

"تلگرام، لاین و اینستا... تبادل پست‌ها ... سرگرمی خوندنی و متن‌های خنده دار، جوک و گروه‌های دوستی."

پسر ۲۱ ساله:

"... اینطوری مجبور نیستم از خونه برم بیرون..."

دختر ۲۲ ساله:

"... در حین انجام همه کارهام گوشی با من است ..."

پسر ۲۸ ساله:

"... من معتاد فضای مجازی هستم"

پسر ۱۷ ساله:

"اینستا... رو هر پنج ثانیه چک می‌کنم ... باتوق‌ها یک سری دوستی شکل می‌گیره"

عمومیت بدان معنی نیست که همه شرکت کنندگان در پژوهش با حضور در فضای اجتماعی موافق اند، بلکه گروهی از آنان با حضور در این فضا و شبکه‌های اجتماعی موافقت کمتری دارند و آن را ابزار اتلاف وقت می‌دانند. کاستلز بر این باور است که رسانه‌های ارتباطی یکی از منابع ارائه معنا در جهان نوین هستند (کاستلز، ۱۳۸۵). پس نقش رسانه‌های ارتباطی در فرآیند سوژه‌بودگی و هویت‌یابی فراغتی دارای اهمیت است. اما همه افرادی که از این رسانه‌ها بهره می‌برند، مواضع یکسانی در برابر آن ندارند. در خلال مصاحبه‌ها مشاهده شد که گروهی از جوانان نگاهی متفاوت به شبکه‌های اجتماعی داشتند.

پسر ۲۳ ساله:

"... مغز جوان‌ها را خراب می‌کند. هیچی نفهمم، هیچی یاد نگیرم، به جای یادگیری ... یک چیز را سوژه

کنم، بخندند... یارو دانشجو مغزش همش تو تلگرامه. از درس چیزی نمی‌فهمه."

دختر ۲۸ ساله:

".... استفاده بد می‌کنن ... بطلالت وقت، خراب شدن زندگی ..."

دختر ۱۷ ساله:

"من کل تابستانم از اول تیر تا پایان شهریور گرفتار شبکه‌های اجتماعی بودم. وقتی به خودم اومدم، دیدم

هم وزنم رفته بالا ... هم وقتم را تلف کردم ... وابسته می‌کنه"

دختر ۱۹ ساله:

"... تو ایران شده وسیله پز دادن."

پسر ۲۹ ساله:

"واتس آپ را از اولش که اومد، داشتم و استفاده می‌کردم، ولی بعدا تکراری و روتین شد ..."

بدین ترتیب، می‌توان رویکردهای متفاوتی در باره بهره‌برداری از فضای مجازی و میزان و چگونگی آن در نزد جوانان مشارکت‌کننده در این پژوهش مشاهده کرد.

نیازمندان لایک

از لابلای گفتگوی مصاحبه‌شوندگان مشخص شد که بیش از ۹۰ درصد آن‌ها در شبکه‌های اجتماعی صفحه‌ای دارند و حداقل یک بار هم که شده گرفتار وسوسه لایک کردن شده‌اند. آنان برای لایک گرفتن، کارهای متفاوتی انجام می‌دهند. از آن جمله می‌توان به عکس رستوران رفتن، صفحه برای کودک گم شده، صفحه بچه پولدارهای تهران و غیره اشاره کرد. آن‌ها چنان گرفتار لایک شده‌اند که هر جا غذا می‌خورند، فوراً عکسش را در شبکه‌های اجتماعی منتشر می‌کنند و توقع دارند دیگران آن را لایک کنند. در آغاز فعالیت خیلی

راحت است، لایک می دهند و لایک می گیرند؛ ولی بعد از مدتی که عادت شد خیلی برایشان سنگین است که کمتر مورد توجه واقع شوند و لایک نخورند- این عملاً یک بازی است که انتها ندارد. رقابت شروع می شود؛ فرد به دنبال چیزهای عجیب و غریب و لایک خور می گردد. حتی صفحاتی که لایک خور زیاد دارند خرید و فروش می شود. اینجاست که برخلاف تفکر آزادی بیشتر در شبکه های اجتماعی، اسارت بیشتر می شود، چرا که فرد به دریافت مداوم قضاوت مثبت نیازمند است. دختران و پسران همچنین لایک های یکدیگر را تعقیب می کنند و روابط احتمالی را حدس می زنند. روابط پیچیده ای پیرامون لایک ها وجود دارد.

پسر ۱۹ ساله آهنگساز:

"برام اند (end) ماجراجویی این است که یک موسیقی و آهنگ جدید بسازم و بزارم تو سایت. ببینم چقدر لایک می خوره، چند نفر داندلود می کنن."

دختر ۱۹ ساله:

"طرف تو مهمونی عکس از خودش می زاره، یک متن فلسفی هم پایش می نویسه ... یا با ماشین شاسی بلندش عکس بکھویی می گیره «من و ماشینم بکھویی» خیلی ها ... لایک و فالو می خرن ..."

دختر ۲۴ ساله:

"... چشم و هم چشمی بین دختران مخصوصاً زیاد است..."

دختر ۲۳ ساله:

"... وقتی من یک پُست می زارم، انتظار دارم همه بیان لایک کنن. همش می رم صفحه را چک می کنم ... به نظر من این خودش یک جور گدایی کردن توجه است..."

پسر ۲۹ ساله:

"لایک یه نوع تایید شدن، تمجید شدن و تشویقه. وقتی لایک می خوری، خوشاینده، ولی اینکه من بخوام تلاش کنم لایک جمع کنم نه، عکسم را آپدیت می کنم ... تا بازخورد بقیه را ببینم. هرچی لایک بیشتر باشه احساس بهتری دارم..."

پسر ۲۹ ساله:

"ارتباطها به هم می خورن برای لایک شدن یا لایک نشدن ... همدیگر را مورد بازخواست قرار می دن و خیلی وقت ها به زد و خورد کشیده می شه."

دختر ۳۰ ساله:

"... از روی لایک ها می فهمم که او دنبال کدام دخترهاست. یک لحظه فرصت لایک کردن را از دست نمی دهد..."

جنسیت در فضای مجازی

برخی صاحب نظران اوقات فراغت معتقدند فضای مجازی باعث پدیدار شدن شرایطی شده که در آن اوقات فراغت از اشکال سنتی خویش جدا گردیده و به نوعی رسانه ای و خانگی شده است. دو فرآیند رسانه ای شدن و خانگی شدن، توصیف کننده گذران بخش عمده فراغت جوانان است (ذکایی، ۱۳۹۱: ۵۴). در فضای مجازی نیز مانند زندگی واقعی، نگاه جنسیتی به دختران وجود دارد و دخترانی که با هویت واقعی خود در تعاملات مجازی وارد می شوند، از سوی پسران در معرض مزاحمت بیشتری قرار می گیرند. در مورد تعداد لایک خور نیز نگاه جنسیتی حاکم است؛ به طوری که اگر تعداد لایک صفحه پسری بالا باشد، نشان از برتری او دارد و موجب جذب بیشتر و رقابت شدیدتر دختران برای ایجاد ارتباط خواهد بود، ولی اگر صفحه دختری لایک بالا داشته باشد، نتیجه معکوس است.

پسر ۲۸ ساله:

"پسرهایی هستن که فیس (face) خوب دارن، هیکل خوب دارن، پولدار هستن، عکس خوش استایل تو

پروفايلشون مي‌دارن، دخترها پيچ و مطالبشون را دنبال مي‌کنن، ... صفحه لايک يك مياره.....".

پسر ۲۸ ساله درباره لايک بالاي صفحه دخترها مي‌گويد:

"دختر اگر پيچش لايک زياد داشته باشه اثر عكس داره، مگر اين كه بازيگر باشه يا آدم معروف باشه." ازسوي ديگر، داشتن عكس زيبا و جذاب هم يكي از معيارهاي توجه به دختران جوان است.

پسر ۲۹ ساله:

"دخترى كه عكس داره (پروفایل يا پيچش) پيگيري پسر (برای دوستی) بيشتري مي‌شه ... اونم برای يك رابطه گذري ...".

پسر ۲۴ ساله:

".... همان دختر زيبا كه آن همه مورد توجه بود، بعد از انتشار خبر مزدوج شدنش، يكهو به صورت خودجوش تحريم مي‌شه و ديگر كسي او را در فضاي نت تحويل نمي‌گيره".

جالب آن است كه در باره موقعيت دو جنس در فضاي مجازي، داده هاي كمي به گونه اي متفاوت شرايطي مشابه را به نمايش مي گذارند. اجراي آزمون كاي اسكوئر بر داده هاي پرسشنامه نشان مي دهد كه رفتار دو جنس در ميزان لايك كردن پست ديگران با هم تفاوتي ندارد. به عبارت ديگر، هر دو جنس به شيوه مشابهي به لايك كردن علاقمند هستند و توجه نشان مي دهند؛ اما دور از انتظار نيست كه ايجاد پست توسط دختران با پسران متفاوت باشد، زيرا در اين جا فرد بيشتري به بيان خود مي پردازد.

جدول ۱: جدول دوبعدی رابطه جنس با ايجاد پست در شبکه‌های اجتماعی

کل پاسخگویان درصد	میزان ایجاد پست در شبکه‌های اجتماعی					خیلی زیاد	
		اصلا	کم	متوسط	زیاد		
۱۰۰	۱۱/۶	۱۸/۹	۲۴/۲	۱۲/۶	۳۲/۶	پسر	جنسیت
۱۰۰	۲۶	۲۲/۱	۱۵/۴	۱۵/۴	۲۱/۲	دختر	
۱۰۰	۱۹/۱	۲۰/۶	۱۹/۶	۱۴/۱	۲۶/۶	کل (درصد)	

داده‌های فوق نشان مي دهد كه پسران به طور معناداري بيشتري از دختران اعلام کرده‌اند كه "خيلي زياد" در شبکه‌های اجتماعی پُست ايجاد مي‌کنند، در حالي كه تعداد دختران در ايجاد پست "خيلي كم" و "اصلا" بر پسران فزوني دارند. اجراي آزمون كاي اسكوئر با مقدار $10/170$ درجه آزادي 4 و $Sig = 0/038$ نيز نشان مي دهد كه رفتار دو جنس در ايجاد پست شبکه‌های اجتماعی با هم متفاوت است.

جدول ۲: جدول دو بعدی رابطه جنس با دوست يابی در شبکه‌های اجتماعی

کل پاسخگویان درصد	میزان دوستیابی در شبکه‌های اجتماعی					خیلی زیاد	
	زیاد	متوسط	کم	اصلا			
۱۰۰	۱۷/۹	۹/۵	۱۶/۸	۲۶/۳	۲۹/۵	پسر	جنسیت
۱۰۰	۷/۷	۶/۷	۵/۸	۱۳/۵	۶۶/۳	دختر	
۱۰۰	۱۲/۶	۸	۱۱/۱	۱۹/۶	۴۸/۷	کا (درصد)	

داده‌های جدول نشان می‌دهد که پسران به طور معناداری بیش از دختران در فضای مجازی به دنبال دوست‌یابی هستند، در حالی که تعداد دختران در گزینه "اصلا" بر پسران فزونی قابل توجهی دارد. اجرای آزمون کای اسکور با مقدار $27/188$ و درجه آزادی 4 و $Sig = 0/000$ نیز نشان می‌دهد که فعالیت دوست‌یابی در شبکه‌های اجتماعی رفتار دو جنس با هم متفاوت است. این امر بیانگر تداوم فضای جنسیتی جامعه واقعی در فضای مجازی است؛ به طوری که دختران به طور معمول دقت عمل بیشتری در برقراری ارتباط اعمال می‌کنند - در یافته‌های کیفی از احساس ترس و نگرانی آنان در این فضا یاد شد. به عبارت دیگر، منش و ذائقه دو جنس در فضای مجازی یکسان نیست. دسترسی به فضای مجازی در هر دو جنس وجود دارد اما هر دو جنس به شکل یکسانی از آن بهره نمی‌برند.

جدول ۳: جدول دوبعدی رابطه جنس با شرکت در تالارهای گفتگو

کل پاسخگویان درصد	میزان شرکت در تالارهای گفتگو					خیلی زیاد	
		اصلا	کم	متوسط	زیاد		
۱۰۰	۲۴/۲	۲۵/۳	۱۶/۸	۱۶/۸	۱۶/۸	پسر	جنسیت
۱۰۰	۵۲/۹	۲۶	۷/۷	۴/۸	۸/۷	دختر	
۱۰۰	۳۹/۵	۲۵/۵	۱۲	۱۰/۱۵	۱۲/۵	کل (درصد)	

جدول فوق نشان می‌دهد که پسران به طور معناداری بیش از دختران در تالارهای گفتگو حضور دارند. تعداد دختران در استفاده "کم" و "اصلا" بر پسران فزونی دارد. اجرای آزمون کای اسکور با مقدار $22/446$ و درجه آزادی 4 و $Sig = 0/000$ نشان می‌دهد که رفتار دو جنس در این زمینه متفاوت است. چنان که پیش از این اشاره شد، ذائقه دو جنس متفاوت است و داده‌ها نشان دهنده تمایز جنسیتی در فضای مجازی است.

جدول ۴: جدول دو بعدی رابطه جنس با میزان استفاده از بازی‌های کامپیوتری

کل پاسخگویان درصد	میزان استفاده از بازی‌های کامپیوتری					خیلی زیاد	
		اصلا	کم	متوسط	زیاد		
۱۰۰	۱۰/۵	۱۳/۷	۲۲/۱	۲۵/۳	۲۸/۴	پسر	جنسیت
۱۰۰	۲۷/۹	۲۶/۹	۱۳/۵	۱۴/۴	۱۷/۳	دختر	
۱۰۰	۱۹/۶	۲۰/۶	۱۷/۶	۱۹/۶	۲۲/۶	کل	

داده‌های جدول فوق نشان می‌دهد که تفاوت معناداری بین دختران و پسران در میزان استفاده از بازی‌های کامپیوتری وجود دارد؛ به طوری که پسران با میزان "خیلی زیاد" و "زیاد" در مقابل گزینه‌های "کم" و "اصلا" دختران این تفاوت را نشان می‌دهند. همچنین، اجرای آزمون کای اسکور با مقدار $19/654$ و درجه آزادی 4 و $Sig = 0/001$ نشان می‌دهد که رفتار دو جنس در استفاده از بازی‌های کامپیوتری با هم متفاوت است. به

این ترتیب، نوعی ذائقه زنانه در مقابل ذائقه مردانه در نحوه گذران اوقات فراغت مجازی به چشم می خورد.

جدول ۵: جدول دو بعدی رابطه جنس با میزان استفاده از بازی های پلی استیشن

کل پاسخگویان درصد	میزان استفاده از بازی های پلی استیشن					خیلی زیاد	
	زیاد	متوسط	کم	اصلا			
۱۰۰	۳۲/۲	۱۳/۷	۲۳/۲	۲۴/۲	۱۵/۸	پسر	جنسیت
۱۰۰	۵/۸	۸/۷	۹/۶	۱۴/۴	۶۱/۵	دختر	
۱۰۰	۱۴/۱	۱۱/۱	۱۶/۱	۱۹/۱	۳۹/۷	کل	

داده های جدول فوق نشان از تجمع پسران در گزینه های "خیلی زیاد"، "زیاد" و متوسط دارد که در مقابل تعداد گزینه "اصلا" در دختران، تفاوت قابل توجهی را نشان می دهد. همچنین، اجرای آزمون کای اسکور با مقدار ۶/۱۳۴ و با درجه آزادی ۴ و $\text{Sig} = ۰/۰۰۰$ نیز نشان می دهد که رفتار دو جنس در استفاده از بازی های پلی استیشن با هم متفاوت است.

جدول ۶: جدول دو بعدی رابطه جنس با استفاده و دانلود موسیقی و فیلم

کل پاسخگویان درصد	میزان دانلود موسیقی و فیلم					خیلی زیاد	
	زیاد	متوسط	کم	اصلا			
۱۰۰	۳۳/۷	۲۳/۲	۲۱/۱	۱۴/۷	۷/۴	پسر	جنسیت
۱۰۰	۲۱/۲	۱۸/۳	۲۱/۲	۱۹/۲	۲۰/۲	دختر	
۱۰۰	۲۷/۱	۲۰/۶	۲۱/۱	۱۷/۱	۱۴/۱	کل	

داده های جدول فوق تفاوت معناداری بین میزان دانلود موسیقی و فیلم توسط دختران و پسران نشان می دهد؛ به طوری که پسران با میزان "خیلی زیاد"، "زیاد" و متوسط، تفاوت آشکاری با تعداد "کم" و "اصلا" دختران دارد. اجرای آزمون کای اسکور با مقدار ۹/۸۳۹ و درجه آزادی ۴ و $\text{Sig} = ۰/۰۴۳$ نیز نشان می دهد که رفتار دو جنس در میزان دانلود موسیقی و فیلم با هم متفاوت است. در این جا، دوباره داده های گردآوری شده از پرسشنامه در هماهنگی با داده های حاصل از مصاحبه، نشان دهنده تفاوت ذائقه و منش دختران و پسران است. به عبارت دیگر، تفاوت ذائقه جنسیتی نوعی تمایز در نحوه گذران اوقات فراغت دو جنس را نشان می دهد. همانگونه که در مصاحبه ها آمده است دختران با محدودیت های عرفی بیشتری برای ایجاد پست در شبکه های اجتماعی، حضور در تالارهای گفتگو، شرکت در بازی های مختلف و غیره رو به رو هستند- این امر به معنای تکرار شرایط فضای واقعی نیست. نکته مهم، تفاوت منش زنانه و مردانه است که درباره گروه مشارکت کننده در پژوهش مشاهده شد. تمایز بین دو جنس در فضای مجازی نیز مشهود است.

کاهش محدودیت‌های اجتماعی برای دختران

به طور معمول فضای واقعی در تهران، نوعی فاصله اجتماعی را برای زن و مرد تعریف می کند که به طور نسبی حفظ می شود، اما شبکه‌های اجتماعی به دور از قید و بندهای اجتماعی، امکان ارتباط با جنس دیگر و افراد دور از دسترس را برای دختران فراهم می کند. آنان در فضای مجازی، رهایی و آزادی را تجربه می کنند که نظارت‌ها و کنترل‌های معمول در آن کمتر دیده می شود. صفحه جلوی آن‌ها، به مثابه یک فضای اجتماعی، امکان ارتباطات گسترده را برای آن‌ها فراهم می کند؛ نوعی حوزه خصوصی که کمتر زیر نظر قرار دارد.

پسر ۲۹ ساله:

"تو جامعه ما، خواهان همیشه پسرها بودن ... الان تو شبکه‌های اجتماعی خیلی راحت شده ارتباط دختر و پسر...."

دختر ۲۲ ساله:

"فضای مجازی اولین اولویت منه ..."

دختر ۲۸ ساله:

"فضای مجازی بسیار عالی است، اما بعضی جوان‌ها ... این فضا را تبدیل به جایی برای بی ادبی و بی شرم و حیا بودن کردن."

دختر ۲۳ ساله:

"گاهی اوقات زیر پُست‌هایی که گذاشتم تو اینستاگرام، آنقدر بدو بیراه می نویسند که دلم می‌خواد یک مشت بزnm تو صفحه موبایلم."

دختر ۲۲ ساله:

"بچه‌های دوره راهنمایی و دبیرستان تو این شبکه‌ها دنبال دوست‌یابی هستن...."

همان طور که پیش از این تذکر داده شد، برخی از این دوست‌یابی‌ها به منظور برقراری روابط بلند مدت تر و برخی دیگر کاملاً کوتاه مدت است مثل شرکت در یک مهمانی یا دیدن یک فیلم.

مقایسه داده‌های حاصل از پرسشنامه و مصاحبه در این باره شایان توجه است. داده‌های پرسشنامه، نشانی از تفاوت رفتار بین دختران و پسران در ایجاد پست نشان نمی دهد و داده‌های حاصل از مصاحبه، کاهش محدودیت‌های دختران در فضای مجازی را تایید می کند. به عبارت دیگر، علیرغم تفاوت ذائقه‌ها، این تفاوت کمتر از فضای واقعی است و فرصتی برای نوعی برابری نسبی در فضای مجازی فراهم می شود. اما از سوی دیگر، حضور در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی برای دختران جوان علاوه بر ستایش و هیجان و شور، با نوعی ترس و تنفر و عدم اعتماد نیز همراه است، زیرا در حالی که دختران در این فضا آزادی و احساس توانمندی را تجربه می کنند، در عین حال با نوعی ناکامی و عدم اطمینان نیز روبه‌رو می شوند که موجب دلزدگی آنان می گردد.

دختر ۲۳ ساله:

"من وقتی با کسی که نمی‌شناسمش دارم چت می‌کنم یا بیوگرافیش را تو پروفایلش می‌خونم، حس می‌کنم که دروغه ..."

پسر ۲۹ ساله:

"خیلی از رابطه‌های عمیق به خاطر بی اعتمادی به هم می‌خوره. دوست دختر، دوست پسرها پسورد فیس‌بوک همدیگر را می‌گیرن چک می‌کنن...."

اهمیت حضور در این فضا در زندگی دختران جوان از آن جا مشخص می شود که علیرغم این نگرانی‌ها، دختران همچنان از فضای مجازی به مثابه جایگزین ارتباطی بهره می برند و آن را ترک نمی کنند.

فاصله اجتماعی از خود در فضای مجازی

فاصله اجتماعی بین دو جنس و بین طبقات در فضای واقعی وجود دارد. بسیاری از جوانان فضای مجازی را به عنوان فرصتی برای فاصله گرفتن از موقعیت خود و گذر از فاصله های اجتماعی باز می شناسند.

پسر ۲۹ ساله:

"... کافی یکی را که لایک خور زیاد داره، بری جزو دوستاش تو صفحه اش لایک بزاری تو هم می تونی با دوستای اون طرف دوست بشی".

پسر ۲۸ ساله:

"ارتباطات گسترده است، چون ناخواسته عضو خیلی از گروه ها می شم، چون شماره ها را دارن اد می کنن نیاز به تایید نداره..."

بدین ترتیب، شبکه های اجتماعی فرد را با موجی سنگین و قوی از روابط اجتماعی متعدد، مواجه می کند. این موج روابط می تواند فرد را با خود به هر کجا ببرد.

شبکه های اجتماعی اینترنتی، عرصه جدیدی را برای گذران فراغت طیف رو به افزایشی از جوانان و شکل گیری خرده فرهنگ های مختلف با زمینه ها و علائق متنوع فراهم ساخته است. مفاهیم جدیدی در زندگی جوانان با اتکای به این شبکه ها شکل می گیرد. اگر چه این "میدان" جدید و بهره مندی از آن عموماً محدود به آشنایی ها، ایجاد پست و لایک کردن پست های دیگران است، اما این فضا برای جوانان مجالی برای ابراز وجود نیز فراهم می کند. این افراد از پتانسیل های فضای مجازی برای تقویت سرمایه های سمبلیک و فرهنگی خود در برقراری ارتباط و تنظیم روابط جدید استفاده می کنند. فرد به طور مقطعی از خود فاصله می گیرد و تبدیل به شخصیتی که دوست دارد باشد، می شود. به عبارت دیگر، فضای مجازی فرصتی برای برقراری فاصله اجتماعی با خود فراهم می کند.

پسر ۲۸ ساله:

"... راحت می تونی با بالاشهری ها دوست بشی و رابطه بگیری ...".

پسر ۲۷ ساله:

"خوب وقتی خودشو بچه مایه دار جا می زنه، میتونه مخ ... بزنه از امکاناتش استفاده کنه ... تو مهمونی بره ...".

پسر ۲۹ ساله:

"... تو صفحه خودش ظاهر سازی می کنه تا بتونه با آدم های سطح بالاتری رابطه بگیره".

جوانان به طور معمول تظاهر به رفتار و منش ثروتمندان را با استفاده از اصطلاح «پهوپی» انجام می دهند، اما جوانان کم برخورداری که به لحاظ مالی امکان دسترسی به امکانات ثروتمندان را ندارند، اصطلاح «الکی» را رایج کردند. اینان به طور مثال کنار ماشین مازراتی که در خیابان پارک شده عکس سلفی می گیرند و می نویسند: «من و ماشینم الکی». این رفتار، نوعی الگوگیری از طبقات بالاتر و هم ذات پنداری است که به آنان اجازه می دهد تا از شرایط واقعی خود فاصله بگیرند.

در مسیری مشابه، داده های حاصل از پرسشنامه نیز نشان می دهد که ۳۰/۲ درصد از پاسخگویان خیلی زیاد تمایل به حضور در شبکه های اجتماعی دارند که نشان از تسلط این مقوله فراغتی در زندگی جوانان دارد. اجرای آزمون کای اسکور نشان از عدم تفاوت در رفتار دو جنس برای حضور در شبکه های اجتماعی دارد. حضور پاسخگویان در شبکه های اجتماعی علاوه بر کمیت، در کیفیت حضور هم اثرگذار است؛ همگان در صفحه اجتماعی خود پُست عکس سلفی می گذارند، اما تصمیم گیری در مورد اینکه چه عکس هایی را باید در معرض دید قرار داد، یکی از راه های مهمی است که جوانان از طریق آن «خود» را برای دیگران بیان می کنند. برای مثال، عکس گرفتن با ماشین پورشه، کنار استخر شخصی، غذای تزئین شده در رستوران گرانقیمت و... در سال های اخیر در صفحات اجتماعی رایج شده است. اما بدیهی است که قرار گرفتن در چنین موقعیت هایی

برای همه ممکن نیست و مختص قشر خاصی از جوانان است که در فضای مجازی و حقیقی به عنوان "بچه پولدار" مشهورند. در این پژوهش مشاهده شد افراد مرفه که دسترسی بیشتری به امکانات و منابع فراغتی داشته‌اند، بیشتر در فیس بوک حضور داشتند. با همگانی شدن فیس بوک بیشتر کاربرانی که به دنبال تمایز بودند، به صفحه اینستاگرام نقل مکان کردند. صفحاتی مانند «صفحه بچه پولدارها»، «صفحه بازیگران» و... در اینستاگرام از این قبیل است. شایان توجه است که بین جوانان ایرانی عمومیت یافتن کاربرد اینترنت باعث شده است که مهارت افراد در گزینش ابزارها و رویه‌ها، منجر به حفظ تمایز شود.

جاذبه‌های فراغت مجازی برای جوانان

با توجه به مباحث مطرح شده می توان دلایل جذب جوانان به فضای مجازی را چنین برشمرد:

۱- ایجاد فضای خصوصی در فضای مجازی

جوانان در این فضا، محدودیت‌های فضای واقعی را ندارند و آزادند تا به هر شکلی که می‌خواهند به کنش بپردازند. آن‌ها خود، کنترل این حوزه را در دست دارند و می‌توانند ورود سایر کاربران را کنترل کنند. می‌توانند در این فضا با هویتی انتخابی دیدگاه‌های خود را ارایه کنند. این احساس اختیار به ویژه درباره دختران از اهمیت زیادی برخوردار است.

دختر ۲۲ ساله:

"من توی خیابان یا محیط دانشگاه نمیتونم مستقیم از پسری سوال بپرسم و یا خودم شروع کننده ارتباط باشم، اما با یک لایک کردن پست طرف مقابل میتونم واکنش اون را بسنجم و ... در واکنش به لایکهای صفحه ام میتونم بعضی را بپذیرم و بعضی ها را هم بلاک کنم ... اختیار با خودمه. یه جور حس کنترل رابطه بهم دست میده؛ این منم که تعیین کننده هستم".

پسر ۲۸ ساله:

"توی اینترنت و شبکه های مجازی، دنیای خودت را داری. کسی نمیتونه بهت دیکته کنه که چطور فکر کن و چی کار بکن چی کار نکن یا ایده اش را تحمیل کنه، خیلی راحت میتونی عقاید دیگران را بپذیری یا نپذیری و واکنش مثبت یا منفی نشون بدی، میتونی صفحه ات را رمزگذاری کنی. فقط دوستاهای خودت مطالبات را بخونن ...".

دختر ۲۶ ساله :

"من خیلی کنجکاو بودم که بدونم دنیای پسرها چطوره ... یک آیدی با عکس پسر و سازه ساختم و خودتی و خودت و دنیای خودت هر طور میخوای میتونی باشی ...".

۲- سهولت در قطع ارتباطات

در روابط اجتماعی مبتنی بر الگوی روابط مجازی به همان آسانی که فرد می‌تواند دکمه Disconnect را فشار دهد، می‌تواند از روابطی که دیگر رضایت بخش نیست، رهایی یابد. این قابلیت همان عنصری است که باعث سطحی شدن روابط و کمتر شدن احساسات می‌شود و از سوی دیگر، استقلال و لذت را زیاد می‌کند.

جدول ۷: شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی (از دیدگاه مصاحبه شوندگان)

- دوست یابی (غیرهمجنس) - وقت گذراندن با جنس مخالف - تبادل پُست‌های جالب - اطلاع رسانی میتینگ‌ها - سرگرمی - تشکیل گروه‌های دوستی - گسترش تعداد دوستان - پر کردن تنهایی - پُزدادن با عکس‌های سلفی و مکان‌هایی که رفتیم و غذاهایی که خوردیم - چشم همچشمی دختر در تعداد لایک خوردن صفحات - نشان دادن تعداد مهمونی‌هایی که رفتیم - خواندن متن‌های خنده دار و جوک - اطلاع از وضعیت دوستان کجا رفتن؟ چی خوردن؟	دلایل حضور در شبکه‌های اجتماعی
- لایک خوردن یعنی مورد توجه قرار گرفتن - لایک خوردن یعنی تو معروفی آدم مهمی هستی همه تو را می‌شناسن - من خیلی شاخ هستم - ارتباط با آدم‌هایی که در دنیای حقیقی امکان ارتباط با اون‌ها را نداریم - حضور مرده‌های متاهل که زندگی‌شون به این دلیل خراب میشه - ارایه هویت غیرواقعی و کاذب - گسترش دامنه تعاملات فضای مجازی به دنیای حقیقی - کم شدن روابط با خانواده	معنای ذهنی و پیامدهای حضور در شبکه‌های اجتماعی
- احساس بیهودگی نسبت به شبکه‌های اجتماعی - احساس ماجراجویی - مورد تایید قرار گرفتن توسط دیگران	تفاوت احساس جوانان از حضور در فضای مجازی

شاخص فراغت مجازی

برای به دست آوردن نتیجه کلی از ابعاد مختلف فراغت مجازی در بخش کمی، شاخصی با عنوان "فراغت مجازی" تعریف شد. برای ساختن این شاخص تمامی گویه‌های مرتبط با فعالیت‌های فراغت مجازی همچون: استفاده از کتابخانه‌های مجازی، حضور در شبکه‌های اجتماعی، لایک کردن پُست‌های دیگران، استفاده از بازی‌های کامپیوتری و موبایلی، دانلود موسیقی و فیلم، وب گردی و سرگرمی و سایت‌های اینترنتی و شرکت در تالارهای گفتگو (چت)، دوست‌یابی در شبکه‌های اجتماعی، پلی‌استیشن و ایکس باکس شامل می‌شود. جدول توزیع فراوانی آن به شرح زیر است.

جدول ۸: توزیع فراوانی شاخص فراغت مجازی

عنوان	فراوانی	درصد معتبر
خیلی زیاد	۳۴	۱۷
زیاد	۳۹	۱۹,۵
متوسط	۷۴	۳۷
کم	۵۱	۲۵,۵
اصلا	۲	۱
کل	۲۰۰	۱۰۰

داده‌ها نشان می‌دهد که پسران به طور معناداری بیش از دختران اعلام کرده‌اند که "زیاد" یا "خیلی زیاد" از فراغت مجازی استفاده می‌کنند، در حالی که تعداد دختران در استفاده "متوسط" و "خیلی کم" بر پسران فزونی دارد. در عین حال هیچ پسری اعلام نکرده است که از فراغت مجازی استفاده نمی‌کند، در حالی که دو دختر اعلام کرده‌اند که "اصلاً" از فضای مجازی برای گذران اوقات فراغت استفاده نمی‌کنند. اجرای آزمون کای اسکوئر با مقدار (۱۵/۷۴۴) و درجه آزادی ۴ و $Sig = ۰/۰۰۳$ نشان می‌دهد که رفتار دو جنس در میزان استفاده از فراغت مجازی با هم متفاوت است که یافته‌های بخش کیفی مبنی بر نگاه جنسیتی به فضای مجازی و وجود تمایز جنسیتی را تایید می‌کند.

جدول ۹: جدول دوبعدی رابطه جنس با فراغت مجازی

کل پاسخگویان درصد	جنسیت			
	دختر	پسر		
۱۷	۹/۶	۲۵	خیلی زیاد	فراغت مجازی
۱۹/۵	۱۵/۴	۲۴	زیاد	
۳۷	۴۰/۴	۳۳/۳	متوسط	
۲۵/۵	۳۲/۷	۱۷/۷	کم	
۱	۱/۹	۰	اصلاً	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	کل	

فضای مجازی، میدانی است که منش‌های تازه‌ای را شکل می‌دهد. ظهور این منش‌ها، عادت‌واره‌های پیشین را به چالش می‌کشد و شیوه‌های متنوعی را برای زنان و مردان در استفاده از فضای مجازی سامان می‌بخشد. مهمترین نکته علاوه بر تفاوت در منش و ذائقه جنسیتی، ارتقای میزان کنترل جوانان بر روابط اجتماعی است.

بحث و نتیجه گیری

این پژوهش نشان می‌دهد که در انتخاب‌ها و اولویت‌های فراغتی جوانان، به‌کارگیری شبکه‌های اجتماعی به ویژه روی موبایل از نظر تنوع مصرف جایگاه ویژه‌ای دارد. این پدیده به عنوان یک الگوی گذران اوقات فراغت، بر روابط بین دو جنس و الگوهای ارتباطی و دوست‌یابی جوانان موثر است و مرزبندی‌های رایج جنسیتی را در رفتار جوانان کمرنگ می‌سازد. همچنین، در خلال پژوهش مشاهده شد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی در بین جوانان از عمومیت برخوردار است. به عبارت دیگر، از منظر دسترسی و حضور در فضای مجازی، افزایش امکانات تغییر چندانی رقم نمی‌زند، اما امکانات در نحوه حضور موثر است. به عنوان مثال، جوانان برخوردارتر با نمایش امکانات خود اوقات فراغت نمایشی ویژه‌ای در شبکه‌های اجتماعی را به نمایش می‌گذارند. نکته مهم آن است که جوانان کمتر برخوردار نیز نسخه‌هایی مشابه را تولید می‌کنند، به عنوان نمونه، جوانان کمتر برخوردار که عملاً به امکانات رفاهی دسترسی ندارند به جای اصطلاح "یهویی" از اصطلاح "الکی" استفاده می‌کنند و تصاویری مشابه را از خود به نمایش می‌گذارند. به عبارت دیگر،

فضای مجازی به جوانان اجازه می دهد تا تمایزات طبقاتی را در نحوه گذران اوقات فراغت کاهش دهند، اما نکته آن است که جنسیت کماکان در این باره نقش آفرینی می کند. یافته های این پژوهش حکایت از نقش آفرینی جنسیت در تمایز در گذران اوقات فراغت دارد. حضور در فضای مجازی اختیار بیشتری در حوزه روابط اجتماعی در اختیار دختران قرار می دهد. به عبارت دیگر، آنان همانطور که کاستلز اشاره می کند، به سمت ارتباطات خودگزین حرکت می کنند. همچنین، سهولت در برقراری ارتباط و قطع آن، این فضا را برای دختران، متفاوت از فضای واقعی ساخته است. به عبارت دیگر، دختری که نمی تواند در فضای واقعی با پسران وارد گفتگو شود، در فضای مجازی عملاً می تواند در این باره پیشقدم شود. این فضا همچنین به دختران اجازه می دهد تا به نحوی دنیای پسران را تجربه کنند. این یافته ها به نوعی کاهش تفاوت نحوه حضور در فضای مجازی را در بین دو جنس به ذهن متبادر می کند. اما چنان که گفته شد، این تجارب به معنای یکسان شدن شرایط از منظر جنسیتی نیست. داده های کیفی و کمی هر دو نوعی منش و ذائقه جنسیتی در استفاده از فضای مجازی و نحوه حضور در شبکه های اجتماعی را به نمایش می گذارد. این منش حکایت از بازتولید ساخت جنسیتی در فضای مجازی دارد. ساخت جنسیتی، محدودیت های ویژه ای را برای دختران در حضور و نقش آفرینی در شبکه های اجتماعی رقم می زند. به عبارت دیگر، فاصله جنسیتی در بین دختران و پسران در این فضا حذف نمی شود.

یافته ها نشان می دهد حضور دختران و پسران در شبکه های اجتماعی یکسان است، اما گزینش ها و رفتارهای آنها متفاوت است؛ به طوری که تفاوت آشکاری بین پسران و دختران در ایجاد پست در شبکه های اجتماعی دیده می شود. با اینکه دختران حضور پررنگی در شبکه های اجتماعی دارند، اما بیشتر در نقش های منفعل و در قالب مشاهده گر در این فضا حاضر می شوند؛ آنان ترجیح می دهند پست های دیگران را لایک کنند و در ایجاد پست در شبکه های اجتماعی جانب احتیاط را حفظ می کنند. نتایج پیمایش نشان می دهد که در رفتار دو جنس در باره میزان استفاده از فضای مجازی تفاوت وجود دارد؛ به طوری که پسران نسبت به دختران بیشتر از فضای مجازی استفاده می نمایند. تفاوت های رفتاری معنا دار بیشتر در ایجاد پست در شبکه های اجتماعی، میزان دانلود موسیقی و فیلم، شرکت در تالارهای گفتگو (چت روم ها)، دوست یابی در شبکه های اجتماعی، استفاده از بازی های کامپیوتری و بازی های موبایل، استفاده از بازی های پلی استیشن و ایکس باکس دیده می شود، اما در مواردی از قبیل سایت گردی، استفاده از کتابخانه های مجازی، حضور در شبکه های اجتماعی، لایک کردن پست های دیگران تفاوت معناداری در رفتار دو جنس مشاهده نشد که نشان از غلبه این الگوی فراغتی در بین جوانان هر دو جنس دارد. تفاوت در نحوه گذران اوقات فراغت در فضای مجازی می تواند حکایت از منش و ذائقه متفاوت زنان و مردان داشته باشد. به عبارت دیگر، می توان گفت که تمایز جنسیتی در فضای مجازی به روشنی قابل مشاهده است. فضای مجازی برای دختران فرصتی برای بیان خود را فراهم کرده است، اما شرایط دختران و پسران یکسان نیست. تفاوت در نقش های دختران و پسران در فضای مجازی همچنین نشان می دهد که هر دو گروه به رفتار نمایی اقدام می کنند. تفاوت رفتارهای نمایی در ماجراجویی های پسران و دختران قابل رویت است. اما نکته بسیار مهم فاصله اجتماعی دختران از موقعیت جنسیتی خود در فضای مجازی است.

منابع

- ابراهیمی، قربانعلی و مسلمی پطروودی، رقیه. (۱۳۹۰). "اوقات فراغت، سرمایه فرهنگی و زنان (مطالعه موردی: زنان شهرستان جویبار)". پژوهش زنان. شماره ۴.
- ادیسی، افسانه؛ رحمانی خلیلی، احسان و حسینی امین، سیده نرگس. (۱۳۹۱). "سرمایه فرهنگی خانواده و ذائقه فراغتی دانشجویان با رویکرد نظری بوردیو (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه تهران)". جامعه شناسی مطالعات جوانان. شماره ۵.
- بوردیو، پیر. (۱۳۷۹). "تکوین تاریخی زیباشناسی ناب". مراد فرهادپور. فصلنامه ارغنون. شماره ۱۷.
- بوردیو، پی.یر. (۱۳۸۰). نظریه کنش: دلایل عملی و انتخاب عقلانی. سید مرتضی مردیها. تهران، انتشارات نقش و نگار
- بوردیو، پیر. (۲۰۱۰). سلطه مردانه. رحیم هاشمی. کتاب های الکترونیکی تابناک
- بهرام، عباس. (۱۳۶۷). "بررسی چگونگی گذران اوقات فراغت دانش آموزان رزمده با تاکید بر فعالیت های ورزشی". پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس تهران.
- تورکلیدسن، جرج. (۱۳۸۲). اوقات فراغت و نیازهای مردم. عباس اردکانیان. انتشارات نوربخش
- جلالی پور، حمیدرضا، محمدی، جمال. (۱۳۹۱). نظریه های متاخر جامعه شناسی. تهران، نشر نی
- فرانکفورد، چاوآنچمیاس، دیوید. (۱۳۹۰). روش های پژوهش در علوم اجتماعی. تهران، سروش.
- دیلینی، تیم. (۱۳۸۸). نظریه های کلاسیک جامعه شناسی. بهرنگ صدیقی و وحید طلوعی. تهران: نشر نی
- ریتزر، جرج. (۱۳۸۰). نظریه های جامعه شناسی در دوران معاصر. محسن ثلاثی. تهران: انتشارات علمی
- ذکایی، محمدسعید. (۱۳۸۳). "جوانان و فراغت مجازی". فصلنامه مطالعات جوانان. شماره ۶.
- ذکائی، محمدسعید. (۱۳۹۱). "سبک های فراغتی جوانان". به سفارش اداره کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران. تهران: نشر تیسرا
- سازمان ملی جوانان. (۱۳۸۱). بررسی وضعیت اوقات فراغت جوانان. پژوهش تحقیقی سازمان ملی جوانان. تهران: سرای اهل قلم
- سازمان ملی جوانان. (۱۳۸۴). اوقات فراغت و سبک زندگی جوانان. تالیف گروه اجتماعی - فرهنگی. تهران.
- سرایی، حسن. (۱۳۹۳). مقدمه ای بر نمونه گیری در تحقیق. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه ها (سمت)
- شفیعی، سمیه سادات. (۱۳۸۳). "میزان رضامندی زنان از چگونگی گذران اوقات فراغت". پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی.
- شکوری، علی. (۱۳۸۷). "سبک ها و الگوهای فراغتی در میان بخشی از جوانان شهر تهران". فصلنامه مطالعات جوانان. شماره ۱۳.
- فاضلی، محمد. (۱۳۸۲). مصرف و سبک زندگی. قم: انتشارات صبح صادق
- کاستلز، ایمانوئل. (۱۳۸۰). ظهور جامعه شبکه ای. علیقلیان و خاکباز. تهران: طرح نو
- کاستلز، ایمانوئل. (۱۳۸۵). عصر اطلاعات (اقتصاد، جامعه و فرهنگ). حسن چاوشیان، احد علیقلیان و افشین خاکباز. تهران: انتشارات طرح نو

- کوزر، لوئیس. (۱۳۸۰). **زندگی و اندیشه بزرگان جامعه شناسی**. محسن ثلاثی. تهران: انتشارات علمی
- لیس، هیوود؛ کیو، فرانسیس؛ براهام، بی تر؛ اسپینک، جان؛ کاپنرهارست، جان و هنری، یان. (۱۳۸۰). **اوقات فراغت**. محمد. تهران: نشر امید دانش
- ویلن، تورستاین. (۱۳۸۶). **نظریه طبقه تن آسا**. فرهنگ ارشاد. چاپ دوم، تهران: نشرنی
- هاشمی، سیدضیاء. (۱۳۸۹). **سبک های فراغتی دانشجویان تهران**. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی
- Adkins ,Lisa and Skeggs ,Beverley. (2004). **Feminism after Bourdieu (first published)**. Oxford :Blackwell.
- Aitchison ,C & M leod ,N.E .(2000). **Leisure and Tourism Landscape**. Routledge
- Bittman & Wajcman. (2000). **“The Rush Hour”**. Journal of Sociology. (79)
- Green, E. & Carrie Singleton. (2006). **Risky Bodies at Leisure in Sociology**. (40).
- Rojek, C. (2006). **A Handbook of Leisure Studies**. Palgrave, Macmillan
- Castells, Manuel .(2007). **“Communication Power and Counter Power in the Network Society”**. International Journal of Communication.

نقش شکل های غیر دولتی در توسعه حقوق جوانان

رسول منتجب نیا^۱
روح اله مدبر^۲
داوود نوری^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۶/۱۳

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۵/۸/۲۰

در دنیای معاصر و با توجه به تحولات هر روزه که در حوزه ارتباطات انسانی رخ داده، روند حرکت جوامع موجب گردیده که نقش دولت ها هر روز کم رنگ تر شود و تحولاتی به وقوع پیوندد. بدیهی است که به موازات تحول جوامع، سناریوهای جدیدی در عرصه های اجتماعی- سیاسی محقق می شود که اولویت های نوین همراه با اتخاذ شیوه ها و ابزارهای جدید همانند استفاده از ظرفیت بازیگران غیردولتی به ویژه NGOs ها را می طلبد. در این میان، نقش آفرینی جوانان در کشورهای مختلف دنیا به خصوص جوامع توسعه یافته به عنوان نیروی فکر، کار و ارائه ایده در نهادها و مراکز علمی و اداری و روند توسعه YNGOs در نظام جهانی با برنامه های مختلفی از جمله اقدامات عام المنفعه و بشردوستانه فراتر از مرزهای کشورها، تاثیر زیادی بر افکار توده های مختلف مردم و حتی دولت ها و سازمان های بین المللی بر جای گذاشته است. روش به کار برده شده در این پژوهش، شیوه اسنادی و کتابخانه ای و داده ها نیز از نوع کیفی بوده است. در این پژوهش به بررسی این سؤال پرداخته ایم که مشارکت اجتماعی با استفاده از ابزار NGO Y چگونه می تواند در پیگیری حقوق جوانان مؤثر باشد و چه جایگاهی را برای سازمان های مردم نهاد در توسعه حقوق جوانان قائلیم؟ به نظر می رسد حرکت در مسیر فهم مطالبات داخلی و حقوقی جوانان و دغدغه های آنان موجب نهادینه سازی فرهنگ استفاده از ظرفیت جوانان با محوریت شکل های غیر دولتی و استفاده از تجارب بین المللی به منظور توانمند نمودن نسل آینده کشور با نگاهی به اسناد مرجع بین المللی با روحیه مطالبه گری و حقوقی خواهد شد.

واژگان کلیدی: جوانان، شکل های غیر دولتی، حقوق جوانان، تکالیف جوانان و سرمایه اجتماعی

۱. دکترای تخصصی فقه و حقوق، عضو هیات علمی دانشکده علوم انسانی، دانشگاه شاهد، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: r.montajab1395@gmail.com

۲. دکترای تخصصی روابط بین الملل، پژوهشگر دیپلماسی جوانان، تهران، ایران
۳. دانشجوی دکتری جامعه شناسی ورزش، گروه جامعه شناسی ورزش، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

مقدمه

در عصر جدید از مفاهیم متعددی از قبیل حقوق شهروندی، حقوق زن، حقوق کودک، حقوق جوانان، حقوق بشر و ... در سطوح مختلف ملی و بین المللی یاد می شود که در مواردی نیز محل مناقشه و اختلاف می باشند. با این حال، نباید بحث حقوق جوانان را مقوله جدیدی دانست، زیرا توجه به حقوق جوانان از دوران جامعه ملل (۱۹۴۲-۱۹۱۹) مطرح بوده که در این راستا قطعنامه ها و توصیه نامه هایی نظیر حفاظت از حقوق جوانان در قالب های زنان، کودکان، سربازان، جوانان، کارگران و مهاجران را شامل می شد. توجهات جهانی به حقوق جوانان را از تعداد قطعنامه های مجمع عمومی، شورای اقتصادی و اجتماعی کمیسیون حقوق بشر سازمان ملل می توان دریافت. همچنین، سند جهانی برنامه عمل برای جوانان تا سال ۲۰۰۰ و پس از آن که در قطعنامه شماره ۵۰/۸۱ دسامبر سال ۱۹۹۵ به تصویب رسیده نیز مؤید این مطلب است. این قطعنامه ها که با عناوین مختلف سیاست ها و برنامه هایی را برای جوانان به تصویب می رسانند، حکایت گر رویکرد حمایت گرانه از حقوق جوانان هستند؛ چرا که دولت ها را مکلف به تدوین برنامه ها و سیاست های مناسب برای حمایت از حقوق جوانان می کنند.

در کشور ما مفهوم حقوق جوانان با توجه به چالش ها و مسائل متعدد حوزه جوانان از قبیل ازدواج، اشتغال، اوقات فراغت، مسکن و ... مطرح بوده، یا به تعبیر دیگر موضوع حقوق جوانان به صورت وسیع و فراگیر بوده است. برای مفهوم حقوق جوانان در ایران رویکردهای سه گانه ای را می توان برشمرد:

در رویکرد نخست که آن را می توان "رویکرد تکلیف گرا" دانست، بیشتر به وظایف جوانان نسبت به حقوق آنان تأکید شده است. مصداق بارز این رویکرد را در "منشور تربیتی نسل جوان" که در ۱۴ فصل و ۹۸ اصل در سال ۱۳۷۳ به تصویب شورای عالی جوانان رسیده است، می توان مشاهده کرد.

در دومین رویکرد که آن را "رویکرد حقوق گرا" می توان نام نهاد، به حقوق جوانان پرداخته شده است که مصداق واضح آن در "منشور ملی حقوق جوان" که در سال ۱۳۸۳ به تصویب شورای عالی جوانان رسیده است. رویکرد سوم که با فضای سیاسی دولت تدبیر و امید نیز مطابقت دارد، "رویکرد تعادل گرا" است. در این رویکرد، نوعی اعتدال و توازن بین حقوق جوانان با مسئولیت های آنان وجود دارد.

ابزار کمک کننده و تسهیلگر برای توسعه حقوق جوانان، سازمان های مردم نهاد غیردولتی است که علاقمند به این امور و یا متشکل از خود جوانان باشند. تشکل های غیردولتی به عنوان یکی از نهادهای توانمند در تحقق الگوی مشارکت اجتماعی، از آن رو در دنیای امروز اهمیت پیدا کرده اند که می توانند الفبای نقش مردم را در قالب شهروند مقتدر و حلقه واسط بین حکومت و مردم تا شعاع حضور در صحنه های زنده اجتماعی و سیاسی جامعه ایفا نمایند.

سابقه شکل گیری و ایجاد نهادهای مدنی و تشکل های غیردولتی به جامانده به بیش از شش هزار سال پیش می رسد. ارتقای مشارکت نهادهای غیردولتی و مؤسسات خیریه در برنامه های فقرزدایی و شناسایی کودکان یتیم و خانواده های زیر خط فقر در کلیه مناطق کشور توسط مدیریت های منطقه ای و اعمال حمایت های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی برای افراد یاد شده و توسط آنان و دستگاه ها و نهادهای مسئول در نظام تامین اجتماعی از جمله سیاست های کلی است که اجرای آنها براساس ماده ۹۵ برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به دولت واگذار شده است. براساس این ماده، دولت مکلف است به منظور استقرار عدالت و ثبات اجتماعی، کاهش نابرابری های اجتماعی و اقتصادی، کاهش فاصله میان دهک های درآمدی و توزیع عادلانه درآمد در کشور، کاهش فقر و محرومیت و توانمندسازی فقرا از طریق تخصیص کارآمد و هدفمند منابع تامین اجتماعی و یارانه ای پرداختی، برنامه های جامع فقرزدایی و عدالت اجتماعی را به اجرا بگذارد. در برنامه چهارم توسعه، آنجا که بحث توانمندسازی جوامع محلی به میان می آید، مستقیماً از نهادهای غیردولتی

به عنوان شرکای دولت در پروژه های فقرزدایی نام برده شده است. علاوه بر مشخص کردن جایگاه همکاری آنها، بر تعامل آنها با بدنه دولت و به طور مشخص با نهاد نظام تامین اجتماعی تاکید شده است. سازمان ملی جوانان هم براساس تفاهم نامه منعقد شده با وزارت کشور در سال ۱۳۸۲ اعتبار نامه سمن های جوانان به را صادر نموده است که هم اکنون، بیش از ۵ هزار سمن اعتبار نامه دریافت کرده اند.

اهمیت مشارکت های مردمی تا جایی است که سازمان های بین المللی مانند سازمان ملل متحد، بانک جهانی، سازمان کشورهای مشترک المنافع و همچنین سازمان های منطقه ای مانند اتحادیه اروپا و اتحادیه آفریقا، بودجه، برنامه ها و فعالیت های سازمان های غیردولتی را تأمین می کنند. این وجوه از طریق نهادهای جامعه مدنی با هدف ترویج، توسعه و بهبود ارائه خدمات در سطح توده مردم هدایت می شود. (Lekorwe, ۲۰۰۷: ۲۳)

وجود سازمان هایی که به صورت داوطلبانه و غیر انتفاعی و بدون وابستگی به دولت با تشکیلات و سازماندهی متناسب در جهت نیل به اهداف معین حرکت می کنند، می تواند عاملی مؤثر در مشارکت و توسعه پایدار باشد. این سازمان ها که خود تبلوری از سرمایه اجتماعی محسوب می شوند، دارای کارکرد در ابعاد مختلف اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی هستند. سازمان غیر حکومتی یا آنگونه که به تازگی در کشورمان با عنوان "سازمان مردم نهاد" شناخته می شود، مفهومی دارای تعریف خاص، دقیق و جامع است که امکان جستجوی تاریخچه معینی از زمان ایجاد آن وجود دارد. براساس قطعنامه شماره (E/۱۹۹۶/۳۱) شورای اقتصادی و اجتماعی، هر سازمانی که ارگان های دولتی و یا موافقت نامه های بین الدولی تشکیل نداده باشند، غیردولتی محسوب می گردد. همچنین، سازمان هایی که اعضای دولتی را به عضویت خود می پذیرند، در صورتی که این گونه عضویت ها به آزادی بیان و عقاید سازمان خلی وارد نیابرد غیردولتی محسوب می گردند. تعریف دیگر، مبنای تشکیل این سازمان ها را مورد توجه قرار می دهد: سازمان غیردولتی به معنی یک سازمان داوطلبانه است که براساس مقاصد کاملاً یا بعضاً بشر دوستانه تشکیل شده است و از لحاظ قانونی از دولت ها یا سایر نهادهای سیاسی مستقل می باشد (اکبری، ۱۳۸۲: ۱۷۰).

پس هر سازمانی که بر اساس نهادهای دولتی یا موافقت نامه های بین دولت شکل نگرفته باشد، غیر دولتی است. سازمان های غیردولتی برای نیل به اهداف خویش و انجام فعالیت های مورد نظر از راهکارهای مختلفی سود می جوید که با اندکی چشم پوشی از تفاوت های ناشی از حیطه های مختلف فعالیت سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی می توان آن ها را در هشت قالب کلی دسته بندی کرد:

۱. جمع آوری، ارزیابی و انتقال اطلاعات؛
۲. اقدامات حمایتی و وکالتی؛
۳. ایجاد معیار از طریق ارائه پیشنهاد به دولت و یا سازمانی بین المللی؛
۴. آموزش، پژوهش و انجام مطالعات؛
۵. جمع آوری و ارائه کمک های حقوقی و بشر دوستانه؛
۶. ایجاد تشریک مساعی؛
۷. کارکرد روانی - تبلیغاتی از طریق ستایش و محکومیت اخلاقی؛
۸. ایفا نمودن نقش ناظر در تعهدات داخلی و بین المللی دولت.

اهمیت و ضرورت پژوهش

با توجه به اینکه امروزه اثر گذاری NGOs (تشکل های غیردولتی) چشم گیر و حائز اهمیت است، در این پژوهش به بررسی میزان استفاده از این ظرفیت عظیم در ایران و بررسی نقش آن در توسعه حقوق جوانان

پرداخته ایم. ظرفیت و میزان توسعه NGOs و هم رویکرد و نگاه توسعه گفتمان دفاع از اقدامات عام المنفعه، مواردی است که می تواند به توسعه حقوق جوانان و ارتقای جایگاه ایران نزد افکار عمومی منجر شود. همچنین از توصیه های دین مبین اسلام در کتاب آسمانی قرآن کریم، ترویج اقدامات بشردوستانه و نیکوکارانه و ممنوع دوستی است که انجام آن موجبات آرامش انسان را نیز فراهم خواهد نمود (سوره مبارکه نمل، آیه ۸۹). فعالیت های هدفمند و سازمان یافته اجتماعی بر اساس انگیزه های عاطفی و مذهبی از سالیان دور در ایران مرسوم بوده است. این فعالیت ها همیشه بدون حمایت دولتمردان توسط مردم سازماندهی و در قالب گروه های خیریه، هیات های مذهبی و انجمن های بشردوستانه یا میهن پرستانه هدایت و مدیریت گردیده است و عموماً با کم ترین اتکا به نهادهای حکومتی به فعالیت پرداخته اند. (نمازی، ۱۳۸۱: ۹۴) جوان ایرانی با نگاه به آینده و ظرفیت بالقوه فکر و نیروی خود می تواند در مسیر توسعه گفتمان بشردوستی نقشی موثر در معرفی رویکرد صلح طلبانه ایران بردارد. پس از روی کار آمدن دولت یازدهم در ایران به ریاست دکتر حسن روحانی، دستگاه دیپلماسی ایران در مسیر سیاست خارجی تعامل سازنده با نظام بین الملل به عنوان کلیدی برای حل مشکلات سیاسی و اقتصادی حرکت نمود. اصول و محورهای تعامل سازنده با جهان شامل محورهایی همچون دوری از تنش و تنش زدایی، عقلانیت و تدبیر در سیاست خارجی، اعتماد سازی، بهبود چهره، تصویر و پرستیژ ایران در عرصه جهانی، دیپلماسی فعال و پویا، تلاش برای متوازن نمودن و بهبود روابط با کشورهای جهان، به خصوص با کشورهای همسایه و در صورت وجود شرایط منطقی مذاکره دو جانبه و از موضع احترام متقابل با ایالات متحده آمریکا می باشد (رضایی، ۱۳۹۲: ۱۳۸). تلاش برای بهبود چهره و تصویر ایران در نظام بین الملل، دوری از درگیری ها و تنش زدایی، تحول هویتی و اجماع نخبگان، اعتمادسازی در عرصه بین المللی و همزیستی مسالمت آمیز از برنامه های سیاست خارجی دولت یازدهم می باشد (رضایی، ۱۳۹۲: ۷۴).

آنچه امروز در نظام بین الملل به عنوان یک امر پذیرفته نزد نخبگان مطرح است آن است که برداشت از واقعیت حداقل به اندازه خود واقعیت دارای اهمیت است. به عبارتی، تصویری که سایرین از یک کشور دارند، حداقل به اندازه واقعیت دارای اهمیت است. در این راستا کشورها بر اساس برداشتی که از هم دارند، همدیگر را درک می کنند و بر اساس همین برداشت به اتخاذ سیاست می پردازند. (ترابی، ۱۳۸۸: ۳۸) بنابراین ارائه چهره و تصویری مثبت از کشور و تعریف آن به عنوان کشوری مسئول و تابع قواعد و رژیم های بین المللی، می تواند باعث گسترش تعاملات و پذیرش آن کشور به عنوان کشوری مسئول در عرصه بین المللی و در نتیجه ورود گسترده تکنولوژی ها و سرمایه گذاری خارجی گردد. بدین منظور ارائه تصویری مثبت از کشور موجب می شود که توسعه آن برای سایرین تهدید در نظر گرفته نشود. (Fritz, ۲۰۰۶: ۱۵) لذا نگاه مثبت به توسعه سازمان های غیر دولتی و توجه به حقوق جوانان همانگونه که در اسناد بین المللی آمده است، در مسیر اعتماد سازی به نسل جوان و استفاده از ظرفیت آنان موجب مشارکتی برد- برد، برای تسهیل در روند تغییر چهره کشور در نظام بین الملل می تواند مورد استفاده قرار گیرد. نقشی که NGOs های جوانان ایران می توانند در ارائه تصویر صلح طلبانه کشور در نظام بین الملل بردارند و یا در محکومیت اقدامات نقض حقوق بشری متعدد از جمله کشتار مسلمانان عراق، پاکستان، بحرین، فلسطین، یمن... و یا سایر موارد جنایات علیه بشریت انجام دهند، دولت و دستگاه دیپلماسی با اتلاف هزینه های هنگفت به آن خواهند رسید. (مدیر، ۱۳۹۴: ۹۰) در این میان، "سازمان های غیردولتی" به عنوان نهادی مستقل و خودانگیخته علاوه بر اینکه می توانند در دوگانه رابطه "مردم - مردم" و یا "مردم - دولت" به عنوان "واسطه" یا "تسهیلگر" عمل نمایند، می توانند میزان تأثیر و کارایی رفتار مدنی و شخصیت مدنی جامعه را اعتلا بخشند و مورد ستایش و ارزیابی قرار دهند. "رفتار و شخصیت مدنی" به مجموعه کنش ها و واکنش های ارادی و غیرارادی در سطح عمومی بر مبنای حقوق، تکالیف، وظایف و اختیارات متعارف و پذیرفته شده نسبت به هنجارها و ناهنجارهای فرهنگی -

اجتماعی اطلاق می شود. (سماواتیان، ۱۳۹۰: ۳۸) از این رو، در جوامعی که نقش جوانان فعال باشد، آنان بنا به "مسائل" نه مشکلات و معضلات - و بر اساس ضرورت ها و دغدغه های جامعه، علاوه بر پذیرش نقش های متعددی مانند کمک رسان یا خدمت رسان، اطلاع رسان، امدادگر، مددکار یا نیکوکار، در حوزه تکالیف ملی ایفای نقش "واسطه گری" یا "تسهیلگری" را می پذیرند که عموماً این نقش در بدنه جامعه در دو قالب "رسمی و غیر رسمی" و اغلب با عنوان NGOs شکل گرفته و با استفاده از ظرفیت شبکه های متنوع اجتماعی در جامعه توسعه می یابند.

سازمان های غیردولتی جوانان در شبکه های اجتماعی "خودساز" و "خود کفا" زنجیره و حلقه های ارتباطی را تشکیل می دهند و در مسیر اهداف و وظایف مورد نظرشان به ابزار اطلاع رسانی و شفاف سازی تبدیل و یا به عنوان همکار یا همیار، ناظر و منتقد بر عملکرد دولت ها و حتی اهرم فشار - اگر چه به مذاق دولت ها نیز خوش نیاید - می پردازند. (مدیر، ۱۳۹۴: ۱۰۲)

بر مبنای نظر سازمان ملی جوانان سابق، شکل های غیر دولتی جوانان می توانند نقش های زیر را ایفا نمایند:

۱. تقویت و ارتقای هویت دینی و ملی نسل جوان و نوجوانان؛
۲. غنی سازی و عمومی سازی برنامه های دینی، فرهنگی، آموزشی و تأمین فرصت ها و امکانات گذران و غنی سازی اوقات فراغت؛
۳. تسهیل هویت یابی فرهنگی و اجتماعی از طریق تجربه اندوزی، مسئولیت پذیری و ایفای نقش های فعال اجتماعی؛
۴. مشارکت و همیاری در برنامه های توسعه و شکوفایی استعدادها و خلاقیت در مسیر سازندگی کشور؛
۵. برآورده شدن انتظارات و نیازمندی های فرهنگی، اجتماعی و صنفی گروه های مخاطب در فعالیت های گروهی سازمان یافته؛
۶. کسب مهارت ها و فعالیت های لازم برای مواجهه با مسائل و شرایط پیچیده زندگی در دوره های مختلف سنی؛
۷. اعتدالی نقش و فراهم آوردن فرصت توانمندی به منظور کسب شایستگی های مدیریتی برای اداره امور کشور در سطوح عالی، میانی و اجرایی؛
۸. فقرزدایی، اقدامات انسان دوستانه، توسعه بهداشت، آموزش و سواد آموزی (سازمان ملی جوانان، ۱۳۸۴: ۷۱).

تمام موارد یاد شده می تواند به عنوان بخشی از امکان استفاده کشور در مسیر اعتماد به توان نسل جوان در پذیرش مسئولیت های اجتماعی محقق شود. بدیهی است که ورود خاص به مسائل کلیدی همچون اقدامات بشر دوستانه توسط جوانان در ترویج گفتمان همدلی و حمایت از بشریت و کمک به دیپلماسی عمومی کشور نیز مفید واقع خواهد شد.

به همین دلیل بسیاری از شکل های غیردولتی تلاش می نمایند تا با ارائه راه کارهای اجرایی و یا نظری، انجام پروژه های خرد و کلان در زمینه ها و موضوع های مختلف، یاری رسان دولت و یا سازمان های بین المللی شوند (اعرابی، ۱۳۸۰: ۴۲).

این عمل ضمن کمک به دولت در پیشبرد اهداف و سیاست هایش به ویژه در تحقق توسعه پایدار، باعث ایجاد و افزایش تعامل بر پایه اعتماد بین دولت و نهادهای غیردولتی می شود. به عنوان مثال، همکاری نمایندگان سازمان های غیردولتی در تهیه مفاد حقوق بشری پیش نویس منشور سازمان ملل، از جمله پیش بینی تشکیل کمیسیونی برای ارتقای حقوق بشر و یا تلاش سازمان های مردم نهاد بین المللی دفاع برای کودکان در تهیه پیش نویس کنوانسیون حقوق کودک (۱۹۸۹) اهمیت نقش NGOs در سطح بین المللی را نشان می دهد. (سازمان

ملی جوانان، ۱۳۸۴: ۳۲) علاوه بر موارد فوق سازمان های مردم نهاد، حضور فعالی در خلال کنفرانس های جهانی دارند، از جمله حضور فعال و مؤثر این سازمان ها در کنفرانس جهانی حقوق بشر (وین)، کنفرانس جهانی زنان در (پکن)، کنفرانس های جهانی زمین (ریودوژانیرو و ژوهانسبورگ) و نظایر آن بسیار چشمگیر بوده است. (همان) در تمامی این کنفرانس ها، سازمان های مردم نهاد ضمن مشارکت در مباحث کنفرانس و امور مربوط به تهیه پیش نویس اسناد نهایی، اقدام به برپایی نمایشگاه های عکس، پوستر، نقاشی و کتاب پیرامون حوزه تحت پوشش خود و یا حتی تبلیغ آیین گروه و سازمان خویش می نمایند.

در دو دهه اخیر، NGOs به بازیگران مهمی در سطوح مختلف زندگی بشری تبدیل شده اند؛ به طوری که می توان به طور منطقی استدلال کرد که ظهور این سازمان های داوطلبانه غیر دولتی می تواند موجب تغییراتی در روابط بین دولت ها و جوامع در سراسر جهان شود. ویلیام فیشر (۱۹۹۷) ظهور NGOs را به انقلابی بی سر و صدا با اهمیتی همسان با ظهور دولت مدرن در قرن نوزده تشبیه کرده است. برخی با طرح نظریه "خیر عمومی"، علت وجودی NGOs را خروجی تقاضاهای برآورده نشده خیر عمومی در جامعه می دانند. به عبارتی، معتقدند دولت ها معمولاً خیر عمومی را فقط در سطحی فراهم می سازند که رأی دهندگان میانی را راضی می کند، در حالی که یک اقلیت مهم یک نوع خیر عمومی یا سطحی خاص از خیر عمومی را درخواست می کند که فاقد حمایت اکثریت است و دولت نمی تواند در این زمینه کمکی کند. لذا NGOs در این زمینه و جهت پر کردن این شکاف گام بر می دارند. بعضی از بخش های جامعه ممکن است به خیر عمومی بیشتری از آنچه دولت مایل است ارائه دهد، نیاز داشته باشند. آنها می توانند با سازماندهی خود و بسیج نیروهای مردمی غیردولتی محلی، ملی و حتی بین المللی نیازهای خود را تأمین نمایند. به عبارتی، هر چه جامعه ای دارای انسجام و همگنی بیشتری باشد و از نظر فرهنگی به سمت دموکراسی و نگاه به فعالیت های غیردولتی آزادانه سوق داده شده باشد، بیشتر مستعد ظهور این نوع سازمان های داوطلبانه است.

ادبیات و چارچوب نظری

همانطور که اشاره گردید مباحث حقوق و تکالیف جوانان از مقولات جدید در مقایسه با مقولاتی چون حقوق بشر است و با عنایت به این که پژوهش در حوزه جوانان و تشکل های جوانان از جمله بحث های میان رشته ای به حساب می آید- در کنار محدودیت و کمبود منابع و نظریه ها- لازم است کنکاش عمیق تری صورت پذیرد.

برخی از صاحب نظران "نظریه ناکامی قرارداد" معتقدند سازمان های غیردولتی در جایی ظهور پیدا می کنند که مکانیسم های قراردادی اولیه در ارائه ابزارهای لازم به مردم برای دستیابی و دسترسی به خدماتی که بنگاه ها تولید می کنند، ناکام بمانند. این فقدان اطلاعات لازم برای تولیدکنندگان به این شیوه را ناکامی قرارداد، می نامند. در این شرایط مردم برای تأمین خیر عمومی و نیازهای خود بیشتر به سازمان های غیرانتفاعی و غیردولتی تکیه و اعتماد می کنند. آنچه ذکر شد بیشتر به علل تبیین ظهور و رشد NGOs در جوامع در حال توسعه می پردازد. البته بخش عمده شروع این فعالیت ها توسط بدنه جوان و اغلب دانشجوی این جوامع به علت نوع نگاه و امید به آینده و دستیابی به آرمان هایشان جهت توسعه کشور هایشان انجام می شود.

در این بین، برخی از صاحب نظران معتقدند برای فهم ظهور سازمان های غیردولتی باید روی نقش نیروهای سیاسی و ساختارهای مورد نیاز آنها متمرکز شد. بر اساس این دیدگاه، تحولات در سیاست و ساختارهای نهادی دولت ها و سازمان های بین دولتی در طی زمان، فرصت هایی را در سطوح داخلی و بین المللی برای ظهور سازمان های غیردولتی ایجاد کرده است. به عبارتی، ظهور NGOs را نباید به عنوان ظهور بازیگران اجتماعی

مدنظر قرار داد که هدف آنها به چالش طلبیدن دولت یا تلاش برای تکیه زدن به جای آن باشد، بلکه بسیاری از رهبران سیاسی دولت ها و سازمان های بین المللی نقشی کلیدی در ظهور ورشد NGO دارند. البته عکس این مسئله هم وجود دارد و برخی از رهبران سیاسی دولت ها نگاهی امنیتی به مسئله سازمان های غیر دولتی دارند و در جهت محدود کردن آنها و یا هدفمند نمودن مأموریت های آنها گام بر می دارند. به بیان دیگر، NGOs را از غیر دولتی به دولتی و تحت نظارت کامل نهادهای امنیتی قرار می دهند و یا این که آن را ابزاری برای کسب منافع سیاسی و گروهی خود می کنند.

جهانبینی و نگاه به مقوله حکومت و اعتقاد به میزان مشارکت مردم در تأمین سرنوشت خود از سوی زمامداران، در نگاهشان به مقوله مهم سازمان های غیر دولتی دارای تفاوت می باشد. صرف نظر از اینکه کدام یک از دیدگاه های یاد شده را در مورد NGOs بپذیریم، باید اذعان کنیم که سازمان های غیردولتی امروزه به عنوان بخشی از زندگی سیاسی مدرن هستند. همانطور که گفته شد NGO، سازمانی است غیرانتفاعی، خدمت مدار و توسعه محور که در جهت منافع افراد جامعه و توانمندسازی آنها مستقل از دولت عمل می نماید و از افراد معتقد به اصول عمده اجتماعی و ارزش های معین تشکیل شده است (مدبر، ۱۳۹۴: ۲۸). این سازمان ها از نظر ساختاری، انعطاف پذیر و مردمی هستند و در زمینه های بشر دوستانه، خیریه، اجتماعی، مذهبی، فرهنگی و اقتصادی بدون چشم داشت منفعتی در جهت ارائه خدمات به مردم تلاش می کنند.

در تعریف ایرانی از NGOs یا همان سازمان های مردم نهاد، می توان به این جمع بندی رسید که سازمان های غیردولتی جوانان، مجموعه ای با اهداف خیرخواهانه دارای شخصیت حقوقی مستقل، غیردولتی و غیرانتفاعی هستند که برای انجام فعالیت داوطلبانه با گرایش های غیر سیاسی و بر اساس قانونمندی و اساسنامه مدون و رعایت چارچوب قوانین موضوعه کشور و مفاد آیین نامه های اجرایی آن فعالیت می کنند. این تشکل ها توسط جوانان ۱۵ تا ۲۹ سالتشکیل شده است و خود آنها اداره کننده آن هستند. البته طبق کنوانسیون حقوق کودک - که جمهوری اسلامی ایران آن را پذیرفته است - افراد تا ۱۸ سالگی کودک محسوب می شوند و این مسئله در ایران هنوز در تعریف سن جوانی مدنظر قرار نگرفته و ضرورت دارد با استناد به این کنوانسیون، مورد بازبینی قرار گیرد؛ چنان که در متن آن آمده است که با عنایت به اهمیت همکاری های بین المللی برای بهبود شرایط زندگی کودکان در تمام کشورها به خصوص کشورهای در حال توسعه، به توافقات ذیل نایل شدند:

بخش ۱/ ماده ۱:

از نظر این کنوانسیون منظور از کودک، افراد انسانی زیر سن ۱۸ سال است مگر این که طبق قانون قابل اجرا در مورد کودک، سن بلوغ کمتر تشخیص داده شود.

در کل، سازمان غیر دولتی بر چند مبنا و پایه استوارند که این مبانی، اصول اساسی هر تشکل غیردولتی را در بر دارد:

داوطلبانه بودن / انسان دوستانه بودن / خیرخواهانه بودن / غیرانتفاعی بودن / غیرسیاسی بودن / توسعه مدار بودن / عدم وابستگی به دولت / خودجوش بودن / برخورداری از هدف و تعهد ارزش مشترک / انعطاف پذیری / (مدبر، ۱۳۹۴: ۱۰۰)

فارغ از موارد فوق، آنچه حائز اهمیت است ضرورت ورود جوانان به میدان مشارکت در امور مختلف کشور می باشد که جزو حقوق ذاتی جوانان کشورها به شمار می آید. در حال حاضر، چند سند عمده تعهد آور بین المللی وجود دارد که مختص حقوق جوانان و ضرورت ورود و فعالیت های مشارکت جویانه آنان می باشد:

۱. اعلامیه جهانی حقوق بشر

۲. کنوانسیون حقوق کودک ملل متحد

۳. برنامه عمل جهانی برای جوانان تا سال ۲۰۰۰ و پس از آن

۴. اعلامیه لیسبون در خصوص سیاست ها و برنامه های جوانان

۵. منشور بین المللی حقوق جوانان (قطعنامه شماره XXV ۲۶۳۳) (مدبر، ۱۳۹۴: ۸۷)

نظرات اینگلهارت در مورد مشارکت شهروندان در امور اجتماعی و دگرگونی ارزش ها مبتنی بر دو فرضیه است:

فرضیه کمیابی: اولویت های فرد، بازتاب محیط اجتماعی - اقتصادی وی است. شخص بیشترین ارزش ها را برای آن چیزی قائل می شود که عرضه آنها نسبتاً کم است.

فرضیه اجتماعی شدن: مناسبات محیط اجتماعی - اقتصادی و اولویت های ارزشی، یک رابطه مبتنی بر تطابق بلافاصله نیست؛ یک تأخیر زمانی محسوس در این میان وجود دارد، زیرا ارزش های اصلی شخص تا حدود زیادی انعکاس شرايطی است که در طول سال های بلوغ وی حاکم بوده است. اینها مباحث مرتبط با دگرگونی فرهنگی در سطوح مختلف را در بر می گیرند که در روندهای اجتماعی جوانان با آنها درگیرند.

اما با توجه به اینکه بخش عمده مسائل رشد و گسترش NGOs در ایران و امکان کمک آنها به کسب منافع ملی، بسته به نوع نگاه دولت ها به این مجموعه هاست، رویکرد سازه انگارانه نیز می تواند به تبیین پژوهش کمک نماید. در نگرش سازه انگارانه بر ساخت اجتماعی واقعیت تاکید می شود؛ چنان که همه کنش های انسانی در فضایی اجتماعی شکل می گیرد و معنا پیدا می کند و این معنا سازی است که به واقعیات جهانی شکل می دهد. در تئوری سازه انگاری، هویت ها، هنجارها و فرهنگ نقش مهمی در سیاست های جهانی ایفا می کنند. هویت ها و منافع دولت ها توسط هنجارها، تعاملات و فرهنگ ها ایجاد می شود و این "فرایند" است که موضوع تعامل دولت ها را تعیین می نماید. سازه انگاری به این امر می پردازد که چگونه هویت ها و هنجارهای اجتماعی مردم می تواند با روابط نهادینه میان آنها گسترش یابد و روابط میان دولت ها بر اساس معنایی است که آنها برای یکدیگر قائل اند (هادیان، ۱۳۸۲: ۹۱۵).

پرسش پژوهش

سوالی که در اینجا مطرح می شود این است که سازمان های مردم نهاد چگونه می توانند در توسعه حقوق جوانان مؤثر باشند و چه جایگاهی را برای آنها در روند توسعه حقوق جوانان می توان متصور بود؟

پیشینه پژوهش

جو اندرسون در پژوهشی با عنوان "Societies Western-Non and Ethnicity, Nationalism On" در سال ۲۰۱۰ به بررسی تفاوت قوم گرایی و ملیت گرایی در جوامع غیر غربی و توسعه نیافته پرداخته است. او معتقد است سازمان های مردم نهاد در منطقه آسیا و اقیانوسیه، نقش های مهمی در مشاوره های سیاستی بازی کرده اند و همیشه دانش و تجارب آنها بر اولویت های دولت و برنامه های توسعه در سطح ملی و پایین تر از آن نفوذ داشته است. این سازمان ها جایگاه مهمی در فرآوری اطلاعات و داده ها و جلب توجه تصمیم گیران به واقعیات های موجود داشته اند. در زمینه برنامه های تنظیم خانواده، سازمان های مردم نهاد رویکردهای ارتباطی، اطلاعاتی، آموزشی و مشاوره ای را به منظور ترویج مفاهیم این حوزه بین افکار عمومی به کار می برند. در سری لانکا مؤسسه تنظیم خانواده به عنوان یک NGOs در سال ۱۹۵۳ تأسیس شد - پیش از اینکه دولت برنامه های تنظیم خانواده را در سال ۱۹۶۵ به رسمیت بشناسد. در طول این ۱۰ سال این مؤسسه توانست مشاوره های اثربخشی به منظور مشروعیت بخشیدن به برنامه تنظیم خانواده و ابزارهایی برای تغییرات اجتماعی داشته باشد.

پژوهش دیگری با عنوان "The leaders young for training practical of foundations" توسط ادوارد سیمپسون در سال ۲۰۱۲ صورت پذیرفته که در آن به برنامه های توانمند سازی جوانان تاثیر گذار بر امور داخلی کشورها توسط NGOs اشاره شده است. در این پژوهش آمده است که تشکیل زیر بنای مشخص آموزشی برای جوانان کشورها توسط شورای اقتصادی و اجتماعی ملل متحد به واسطه تشکل های غیر دولتی می تواند در شبکه سازی آنان نقش داشته باشد.

تأکید و توجه روزافزونی در زمینه همکاری میان تعداد زیادی از NGOs به منظور ایجاد شبکه های گسترده و همبستگی و اتحاد راهبردی وجود دارد. توانایی فوق العاده ای که در سازمان های مردم نهاد وجود دارد، نتیجه دانش و تجاربی است که آنها از طریق کار با فقرای روستایی در موقعیت های متفاوت به دست می آورند. این نوع اطلاعات و تجارب در دیگر نظام های نهادینه شده، قابل دسترس نیست. البته او تاکید می کند بسته به نوع فرهنگ و نهادینه بودن دموکراسی یا جامعه مدنی نقش NGOs در این جوامع متفاوت است، ولی در جوامع غربی دیگر جایگاه NGOs میان مردم مشخص و کاربردی شده است.

همچنین پژوهش دیگری با عنوان "بررسی نقش عوامل سیاسی و امنیتی در سیاست گذاری سازمان های مردم نهاد ایرانی" از امید حسینی در نهمین شماره فصلنامه امنیت ملی در سال ۱۳۹۲ صورت پذیرفته که در آن تاکید گردیده که امروزه، ارتباط مردم با حکومت و دستگاه های دولتی و رشد مشارکت های هرچه بیشتر آنان از طریق نهادهای سازمان های غیردولتی (NGOs) انجام شده است. ویژگی هایی نظیر نداشتن وابستگی به ساختار دیوان سالارانه و منابع عمومی دولت، داوطلبانه و دموکراتیک بودن، آنها را از سازمان های دولتی (S.O.G) متمایز می کند. درحال حاضر، سازمان های غیردولتی به عنوان نهادهای مؤسساتی کارآمد و مکمل بخش دولتی در تأسیس اهداف توسعه جایگاه ویژه ای یافته اند.

نگاه اسلام به جایگاه و حقوق جوانان

اگر به تاریخ و وقایع صدر اسلام و چگونگی شکل گیری نظام اجتماعی آن بازگردیم، به خوبی مشخص می شود که بنای اولیه این دین با اتکا بر همین جوانان شکل گرفته است. بدین ترتیب که پیامبر خدا (ص) در ابتدای دعوت خود نگاه ویژه ای به نسل جوان داشت تا آنان را به سوی خدا فرا خواند و زمینه اسلام آوردن این نسل را فراهم کند. نتیجه تلاش و کوشش پیامبر گرامی اسلام نسبت به جوانان چنین ثمره ای را در جامعه آن زمان و اسلام در پی داشت؛ چنان که در اولین صف ایمان آورندگان به پیامبر (ص)، افراد جوانی قرار داشتند که حاضر بودند برای اسلام از همه چیز خود بگذرند. به طور مثال، از جمله جوانانی که جامعه اسلام را متحیر کرده بود و نقش بسیاری در جامعه مسلمانان داشت، امیرالمومنین حضرت علی علیه السلام بود.

راهبرد بلند مدت پیامبر گرامی اسلام، تربیت نسل جوان بود که قدرت تفکر پویا و درک اندیشه ها و آرمان های جدید و نو را داشتند تا جامعه آلوده و غرق در شرک و بت پرستی را از بدی ها پاک نمایند. البته غالب انبیای الهی اساس دعوت خود را در عرصه اجتماعی بر نسل جوان متمرکز نموده بودند، چرا که روح پاک و بی آرایش این نسل زمینه ای بوده تا آنان زودتر از دیگران و به نیکی، دعوت انبیا را لبیک گویند و برای اجرای دستورات خداوند آماده شوند. به همین جهت خداوند در قرآن کریم، دعوت حضرت موسی علیه السلام را مثال می زند؛ آنگاه که او دعوت خداوند را به بنی اسرائیل و فرعون عرضه کرد و در شرایطی که بیش از هر چیز به حامی و افرادی نیاز داشت که به او ایمان آورند و همچنین به نیرویی نیاز داشت که دارای آرمان و اندیشه های نو و قدرت و نیرو باشند و شکنجه و تحقیر، عزت آن ها را از بین نبرده باشد.

پس بر همین اساس، جوانان از قوم او بودند که ایمان خود را به موسی علیه السلام و خدای او اظهار داشتند: "فَمَا آمَنَ لِمُوسَى إِلَّا ذُرِّيَّةٌ مِنْ قَوْمِهِ عَلَى خَوْفٍ مِنْ فِرْعَوْنَ وَمَلَئِهِمْ أَنْ يَقْتُلَهُمْ..." (۸۳- سوره مبارکه یونس) سرانجام کسی به موسی ایمان نیاورد مگر فرزندان او از قوم وی، در حالی که بیم داشتند از آن که مبادا فرعون

و بزرگان آنان به ایشان آزاری برسانند.

و همچنین رشادت و تلاش اصحاب کهف را مثال می زند که چگونه فراتر از شرایط زمانی و محیطی حاکم بر جامعه خود عمل کردند و تحت تأثیر دلبستگی های دنیوی قرار نگرفتند و برای خدا و حفظ ایمان خود، مناصب خویش را رها کردند و به غار پناه بردند، در حالی که همگی آنان جوان بودند:

"لَحْنُ نَقْصٍ عَلَيْكَ بَبَأَهُم بِالْحَقِّ إِنَّهُمْ فِتْنَةٌ آمَنُوا بِرَبِّهِمْ وَزِدْنَاهُمْ هُدًى" (سوره مبارکه کهف-۱۳)

ما خبر آنها را به تو بر حق کفایت می کنیم، آنان جوانانی بودند که به پروردگارشان ایمان آوردند و بر هدایتشان افزودیم.

لذا تمام ادیان به وسیله همین جوانان جامعه را متحول کردند. پیامبر اسلام (ص) نیز که به اهمیت نسل جوان آگاه بود، اساس برنامه های خود را بر تربیت این نسل بنا نهاد؛ نسلی که بتواند نسبت به دیگر اقشار و سایر نسل های جامعه تفاوت برتری آمیزی داشته باشد و آماده انجام کارهای بزرگ باشد. همین نسل برای سال ها جامعه اسلام را تغذیه نمود و از قلب همین جوانان مهمترین حافظان، محدثان و فرمانده ها و حکام بیرون آمدند و از همین نسل کسانی ظهور کردند که بزرگترین افتخارات را در تاریخ اسلام رقم زدند. پیامبر اسلام صلی... علیه و آله و سلم در تمامی طول عمر مبارکش اعتقاد خود را نسبت به این نسل جوان از دست نداد و آنگاه که آخرین روزهای حیات خویش را سپری می کرد و در بستر بیماری بود، از میان تمامی اصحاب فرماندهی سپاه اسلام را به دست جوانی به نام "اسامه بن زید" سپرد که سن او به ۲۰ سال هم نمی رسید. با این توضیحات به این نتیجه می رسیم که پیامبر صلی... علیه و آله و سلم هنگامی که خواست یک جامعه نامطرح و غرق در جهالت را به قله های علم و فرهنگ و تمدن برساند، از جوانان شروع کرد و آنان را تربیت نمود؛ چنان که نتیجه تلاش و کوشش پیامبر در جهت تربیت این نسل موجب رشد جوانانی شد که اسلام را تا حد دین برتر و حاکم در تمام مناطق دنیا اعتلا بخشیدند. بدین ترتیب، اهمیت جوانان در جامعه کاملاً راهبردی و بلند مدت است.

حضرت علی(ع) فرموده اند: "هرگاه در امری که بر تو عارض شده است نیازمند به مشورت بودی، ابتدا با جوانان مشورت کن؛ زیرا که آنها تیز هوش ترند و سریعتر حدس می زنند. سپس آن را به اندیشه پیران و بزرگان واگذار کن تا عاقبت آن را شناسایی کنند و انتخاب نیکو نمایند، زیرا تجربه آنها بیشتر است."

امام صادق (ع) نیز به ابوجعفر احوال پس از بازگشت وی از بصره فرمود:

"استقبال مردم را نسبت به امر امامت و پذیرش آن، چگونه یافته ای؟"

گفت: "سوگند به خدا آنان اندک اند، آنچه خواستند انجام دادند..."

امام فرمود: "به جوانان بپرداز، زیرا آنان به هر کار خیری شتابنده ترند."

جوان، عنصری فعال و حساس در جامعه است که حقوق و وظایفی بر او معین است و می تواند منشأ بسیاری از دگرگونی های اجتماعی باشد. به همین دلیل بزرگان جامعه و بزرگ ترهای خانواده باید از احوال جوان خود جويا و آگاه باشند و هرگز او و حقوق او را از یاد نبرند؛ زیرا رعایت حقوق جوان، در هدایت جوان به سوی انجام دادن وظایفش بسیار مؤثر است. گاهی بزرگ ترها نمی توانند احساسات جوانان را به خوبی درک کنند و جوانان ناراضی و حتی معترض اند. پس، رعایت روحیات جوانی و نیازهای روحی و جسمی آنان بسیار مهم است. در میان گروه های جامعه، جوانان بیش از گروه های دیگر در عرصه اجتماعی، به نیکی و نگاه پر مهر و لطف بزرگ ترها نیاز دارند؛ چنان که بدون توجه و رویکرد حکومت به اهمیت این نسل، عرصه شکفتن و بالندگی بر جوانان تنگ می شود.

تحلیل وضعیت سازمان های مردم نهاد در توسعه حقوق جوانان

قدمت یکصد ساله تشکل های غیردولتی در نظام حقوقی ایران مبین آن است که این تشکل ها در نظام

حقوقی کشور به رسمیت شناخته شده‌اند. این تشکلهای مانند سایر مؤسسات خصوصی دارای شخصیت حقوقی و اهلیت برخورداری از حقوق مالی و سیاسی می‌باشند، اما از حقوق غیرمالی مانند سایر اشخاص حقوقی محروم‌اند. تشکلهای غیردولتی ایران از مسئولیت مدنی برخوردارند، اما در مورد مسئولیت کیفری آن‌ها دو تلقی وجود دارد که وجه ارجح آن است که مسئولیت کیفری نیز متوجه آنهاست. امروزه با توجه به تنوع نقش‌های این تشکلهای، علیرغم برخی ممنوعیت‌ها باید تشکلهای غیردولتی را تأسیسات حقوقی ویژه با نظام حقوقی مختلط دانست. از یک سو، در حقوق داخلی این تشکلهای آمیزه‌ای از "حقوق خصوصی" و "حقوق عمومی" هستند و از سوی دیگر، با نگاهی به عملکرد گسترده و فرامرزی شان باید آنها را تابعی از تابعان "نظام حقوق داخلی" و "نظام حقوق بین‌الملل" به شمار آورد. گرچه قانون اساسی ایران در هیچ‌جا به طور صریح به فعالیت چنین تشکلهایی اذعان نکرده است، اما در اصول متعدد به آزادی تشکیل و فعالیت گروه‌ها اشاره نموده است.

چهارچوب تاریخی اسناد مرجع در خصوص قانون بین‌المللی حقوق جوانان

- کنوانسیون‌ها و توصیه‌های مربوطه به حقوق جوانان مصوب کنفرانس بین‌المللی کار: ۱۹۳۷ - ۱۹۱۹
- قطعنامه‌های مربوط به حقوق و مسئولیت‌های جوانان مصوب کنفرانس هیأت‌های مدیره و کارشناسی جامعه ملل: ۱۹۳۳ - ۱۹۲۳
- سازمان‌های عمده بین‌المللی غیردولتی جوانان که برای ارتقای حقوق و مسئولیت‌های جوانان از طریق جامعه ملل فعال بوده‌اند: ۱۹۴۰ - ۱۹۲۶
- قطعنامه‌های مربوط به حقوق و مسئولیت‌های جوانان، مصوب مجمع عمومی و شورای اقتصادی و اجتماعی سازمان ملل متحد ۱۹۹۳ - ۱۹۶۵
- قطنامه‌های کمیسیون حقوق بشر سازمان ملل متحد و اجلاس‌های مرتبط در مورد حقوق جوانان ۱۹۹۳ - ۱۹۶۹
الف) آموزش جوانان سرتاسر جهان برای رشد شخصیت شان و تقویت احترام آنان به بشر و آزادی‌های اساسی؛
ب) نقش جوانان در ترویج و حمایت از حقوق بشر (برپاکنده سمینار: بخش حقوق بشر سازمان ملل متحد با همکاری دولت یوگسلاوی، بلغراد، یوگسلاوی، ۱۲-۲ ژوئن ۱۹۷۰)
یک) خواسته‌های جوانان پیرامون استانداردهایی که باید در مسیر تحقق خواسته‌های بشردوستانه عمده در دوران حاضر حاکم باشد.
دو) نقش جوانان در اعمال استانداردهای حقوق بشر به ویژه پیرامون توسعه اقتصادی و اجتماعی؛ حمایت و ترویج آزادی‌های اساسی؛ ریشه کن نمودن نژادپرستی، آپارتاید و استعمارگری؛ ارتقای صلح و عدالت جهانی، روابط دوستانه و همکاری در میان کشورها.
سه) آموزش جوانان پیرامون حقوق بشر و آزادی‌های اساسی.
چهار) مشارکت جوانان در توسعه ملی و همکاری بین‌المللی برای ترویج و حمایت از حقوق بشر و آزادی‌های اساسی.

مجمع عمومی ملل متحد و حقوق جوانان

با تشکیل سازمان ملل متحد و به وجود آمدن نظام سازمان‌ها و آژانس‌های وابسته به آن در سال ۱۹۴۵، قانون بین‌المللی حقوق جوانان ماهیتی متنوع‌تر و گسترده‌تر یافت که نتیجه آن، ضرورت گزارش‌دهی متنوع توسط دولت‌ها بود. همان‌گونه که در فصل دهم آمده است، مجمع عمومی به تنهایی حداقل ده مقوله مختلف از قطعنامه‌های مربوط به حقوق و مسئولیت‌های جوانان را به تصویب رسانده است.

در حال حاضر تنها یک "اعلامیه" (مصوب سال ۱۹۶۵) و دو "رهنمود" در این مورد موجود است که عنوان یکی از آنها "برنامه ریزی بیشتر و پیگیری مناسب در زمینه مسائل جوانان" (در ۱۹۸۵) و عنوان دیگری "پیگیری از بزهکاری جوانان" (در ۱۹۹۰) است. با این حال، قطعنامه های بسیاری وجود دارد که در آن بند های خاصی در زمینه جنبه های خاص حقوق جوانان گنجانده شده است. به عنوان مثال، مجمع عمومی ملل متحد طی قطعنامه های خود به شماره ۴۳/۹۴ مصوب سال ۱۹۸۸ و شماره ۴۴/۵۹ مصوب سال ۱۹۸۹ بر اهمیت آزادی جوانان و سازمان های جوانان در تشکیل اجتماعات (مطابق با قوانین ملی ذی ربط، اعلامیه جهانی حقوق بشر، میثاق بین المللی حقوق مدنی و سیاسی و سایر اسناد بین المللی حقوق بشر) تاکید ورزید که این آزادی طرح ها و فعالیت های سازمان یافته در سطوح محلی، ملی، منطقه ای و جهانی برای جوانان ارائه شود. در نظام ملل متحد هیچ گونه سند الزام آوری وجود ندارد که تضمین کننده حقوقی نظیر حق آزادی جوانان و سازمان های جوانان در تشکیل اجتماعات باشد. اگرچه سازمان بین المللی کار ساز و کار ویژه ای به نام "کمیته آزادی اجتماعات" دارد که با موافقت شورای اقتصادی و اجتماعی ملل متحد برای بررسی شکایات در زمینه آزادی اجتماعات به وجود آمده است، اما این امر به طور سنتی به اتحادیه های کارگری محدود بوده است. اتحادیه های دانشجویی/دانش آموزی نه تنها به کمیته مذکور، بلکه به "کمیسیون آشتی و رفع اختلاف یونسکو" نیز دسترسی نداشته اند.

مجمع عمومی سازمان ملل متحد قطعنامه های متعددی را پیرامون حقوق بشر و آزادی های جوانان به تصویب رسانده است (جدول ۸). قطعنامه های اولیه در این زمینه به سال های ۱۹۶۵ تا ۱۹۷۰ مربوط می شوند که در پی جنبش های اعتراض آمویز جوانان در سراسر جهان تصویب شدند. علاوه بر اعلامیه سال ۱۹۶۵، اولین قطعنامه درباره جوانان و حقوق بشر در سال ۱۹۶۸ توسط مجمع عمومی ملل متحد به تصویب رسید و بر درخواست کنفرانس بین المللی حقوق بشر مبنی بر استفاده از کلیه روش های آموزشی جهت رشد و ارتقای جوانان در فضایی آکنده از روحیه احترام به کرامت انسانی و تساوی حقوق انسان ها بدون اعمال تبعیض مبتنی بر نژاد، رنگ، زبان، جنسیت و عقیده تاکید نمود.

جدول ۱: قطعنامه های اصلی مصوب مجمع عمومی ملل متحد پیرامون حقوق و مسئولیت های جوانان

نوع سند	موضوع	سال	شماره
اعلامیه	ترویج آرمان های صلح و احترام و تفاهم متقابل بین ملت ها در میان جوانان	۱۹۶۵	۲۰۳۷ (xx)
قطعنامه ها	حقوق جوانان آموزش آنان برای احترام به حقوق بشر و آزادی های اساسی و مشکلات و نیاز های آنان	۱۹۶۸ ۱۹۶۹ ۱۹۷۰	۲۴۴۷ (XXIII) ۲۴۹۷ (xxiv) ۲۶۳۳ (XXV)
قطعنامه ها	حقوق جوانان برای مشارکت در توسعه اجتماعی و اقتصادی و بهره مندی آنان از حق زندگی، اشتغال و آموزش	۱۹۸۱ ۱۹۸۲ ۱۹۸۳ ۱۹۸۴ ۱۹۸۵ ۱۹۸۶ ۱۹۸۷	۳۶/۲۹ ۳۷/۴۹ ۳۸/۲۳ ۳۹/۲۳ ۴۰/۱۵ ۴۱/۹۸ ۴۲/۵۲
قطعنامه ها	فرصت های مساوی برای جوانان	۱۹۸۵ ۱۹۸۷	۴۰/۱۶ ۴۲/۵۳
قطعنامه ها	حقوق جوانان در زمینه ایجاد شبکه های جهانی و مجازی ارتباطی	۱۹۷۲ ۱۹۸۷	۳۰۲۲ (XXVII) ۴۲/۵۵

قطعنامه ها	حقوق و مسئولیت های جوانان: مشارکت، توسعه و صلح	۱۹۷۸ تا ۱۹۸۵	۳۳/۷	۴۰/۱۴
قطعنامه ها	برنامه ریزی بیشتر و پیگیری مناسب در زمینه مسائل جوانان	۱۹۸۵ تا ۱۹۸۷	۴۰/۱۴	۴۲/۵۴
قطعنامه ها	اداره دادرسی نوجوانان و پیشگیری از بزهکاری نوجوانان	۱۹۸۵ تا ۱۹۹۰	۴۰/۳۳	۴۵/۱۱۲ ۴۵/۱۱۳
قطعنامه ها	مساعادت به دانشجویان / دانش آموزان آواره در جنوب آفریقا	۱۹۷۶ تا ۱۹۸۹	۳۱/۱۲۶	۴۴/۱۵۷ ۴۵/۱۷۱
قطعنامه ها	سیاست ها و برنامه های ترویج حقوق و مسئولیت های جوانان	۱۹۸۶ تا ۱۹۹۲	۴۱/۹۷	۴۷/۸۵

جامعه مدنی و توسعه مشارکت های اجتماعی

جامعه مدنی سپر و حفاظ شهروندان در برابر دولت و تنظیم کننده روابط و مناسبات میان دولت و شهروندان بر اساس مشارکت عمومی در گردش امور همگانی جامعه است. جامعه مدنی به عنوان یکی از کانون های آموزش و قدرت یابی شهروندان، از عرصه هایی است که افراد از طریق آن و به واسطه تعاملات مدنی به موقعیت شهروندی فرد دارای حق مشارکت در زندگی اجتماعی و سیاسی نائل می شوند. رشد، پویایی و شادابی جامعه مدنی تأثیر مهمی در شکوفایی نقش انسان در زندگی اجتماعی و سیاسی داشته است. در جامعه مدنی به افراد فرصت حضور در اجتماع و موقعیت های اجتماعی اعطا می شود؛ لذا پویایی و شادابی جامعه مدنی به رشد شخصیت انسانی، بلوغ اجتماعی و استقلال او در برابر دیگر بازیگران و کانون های قدرت منجر می شود.

از طریق مشارکت در فعالیت های مدنی است که افراد با دیگران تعامل می کنند و ارتباطات اجتماعی بر مبنای احترام و نفع متقابل شکل می گیرد؛ شهروندان متوجه ارتباط بین منافع شخصی خود و مصالح اجتماعی می شوند و از این طریق می توانند به انباشت و افزایش سرمایه اجتماعی کمک کنند. (مقدم، ۱۳۷۰: ۸۸) یک جامعه مدنی قوی، جامعه ای را شکل می دهد که در آن تمامی افراد به طور یکسان از حقوق شهروندی بهره مند گردند. جامعه مدنی قوی و متکثر برای شکل دادن به یک فرهنگ دموکراتیک ضروری است (نیرا، ۱۳۷۷: ۸۱). بنابراین، وجود جامعه مدنی پویا و فعال زیر بنای شکل گیری سرمایه اجتماعی در جامعه می باشد.

از سوی دیگر، بالا بودن میزان سرمایه اجتماعی باعث می شود تا نهادهای اجتماعی شکل گرفته توسط مردم بتوانند وظیفه خود را به عنوان ناظر و کنترل کننده عملکرد دولت به انجام برسانند و از این طریق شهروندان قادر گردند در شکل دادن به یک جامعه مدنی قوی مشارکت داشته باشند. به گفته منتسکیو: "اصلاحات سیاسی متوقف بر اصلاحات فکری و اخلاقی است". (تامس، ۱۳۸۰: ۱۴۳)

"سرمایه اجتماعی"، مجموعه هنجارها و ارزش های غیر رسمی است که میان اعضای یک گروه مشترک هستند. این گروه می تواند از یک گروه دولتی، یک سازمان غیر دولتی، یک شبکه تا یک ملت را در برگیرد. (فیروزآبادی، ۱۳۸۳: ۶۰)

اگر افراد در یک بستر مدنی مشارکت کنند و اشتراکاتی را که به عنوان شهروندان با سایر افراد دارند - فارغ از پیوندهای درونی با زمینه های قومی و فرهنگی - مبنا قرار دهند، سرمایه اجتماعی شکل می گیرد. البته همین پیوندهای درون گروهی می تواند پتانسیلی مولد برای انباشت سرمایه اجتماعی باشد که یکی از نمونه های این رشد و انباشت نقش NGOs است؛ چنان که این سیر می تواند به سمت کسب منافع ملی و جلوگیری از اتلاف انرژی و سرمایه اجتماعی نسل جوان منجر شود.

با این حال، نباید نقش دولت در شکل گیری این مسئله را از نظر دور داشت. شکل گیری هر پدیده اجتماعی احتیاج به شرایط خاصی دارد. به عبارت دیگر، انسان ها نمی توانند به صورت کاملاً ارادی و تحت هر شرایطی، هر نوع جامعه ای را که خواستند ایجاد کنند، بلکه باید زمینه های عینی و ذهنی لازم برای شکل گیری نوع خاصی از جامعه و پدیده اجتماعی وجود داشته باشد. مهیا کردن این زمینه ها عمدتاً بر عهده دولت ها می باشد. در این جهت تغییر نگاه دولتمردان به مردم ضروری است؛ باید مردم را به دیده کسانی دید که فعالانه - با اعطای فرصت ها - درگیر شکل دادن به سرنوشت خودشان هستند.

همچنین آماده سازی محیط قانونی و سیاسی زیربنایی، تأمین منابع مالی و فیزیکی، ایجاد کانال هایی جهت ابراز شرایط توسط افراد و گروه ها و کمک به جوانان برای فعال شدن در امور مشارکتی کشور خود و تعیین هنجارهای مشترک، دسترسی و شرایط مشارکت اجتماعی را امکان پذیر می نماید. (گلشن پژوه، ۱۳۸۱: ۹۹)

تشکیل یک سازمان غیر دولتی مستلزم آن است که ارزش ها و هنجارهای مشترک (چه مثبت و چه منفی) میان افراد وجود داشته باشد تا این افراد در جهت تحقق بخشیدن به اهداف و هنجارهای یاد شده در سطح جامعه اقدام به سازماندهی و تشکیل گروه نمایند. همانطور که ذکر گردید یکی از شاخص هایی که برای اندازه گیری میزان سرمایه اجتماعی در جامعه مورد استفاده قرار می گیرد، حجم فعالیت داوطلبانه افراد است. از آنجا که فعالیت داوطلبانه افراد بیشتر از طریق مشارکت در گروه های غیر دولتی رسمی و غیر رسمی صورت می پذیرد، می توان از حجم و گستردگی فعالیت سازمان های غیر دولتی به عنوان معیاری در جهت سنجش میزان سرمایه اجتماعی استفاده نمود که این مشارکت حرکتی در مسیر استفاده از ظرفیت پنهان مردم در راستای کسب منافع ملی حداکثری می باشد.

از دیدگاه پژوهشگران عرصه مطالعات اجتماعی و علوم سیاسی، مهم ترین عامل مؤثر بر اقتدار نرم دولت در صحنه سیاست خارجی و داخلی افزایش مشارکت های اجتماعی توسط تشکل ها و مجموعه های غیر دولتی است (کلارک، ۲۰۰۰: ۲۸) چرا که معتقدند این وجه از قدرت، پایه های تصمیمات سیاست خارجی و داخلی کشور را محکم می سازد، مشروعیت لازم برای سیاست های متخذه در روابط خارجی را در انظار دولت های دیگر فراهم می آورد و با استفاده از این توان می توان در مسیر کمک به دیپلماسی عمومی گام برداشت. از سوی دیگر، این امر در بطن خود، درجه ای از وحدت و هم سونگری را در میان مردم کشور موجب می شود که به نوبه خود با کاستن از امکان درگیری ها و اختلافات قومی و مذهبی، سرمایه مناسبی از قدرت نرم را در اختیار حکومت قرار می دهد. پوتنام معتقد است سرمایه اجتماعی که لازمه آن مشارکت اجتماعی و توسعه تشکل های غیر دولتی است، مجموعه ای از مفاهیمی چون اعتماد، هنجار و شبکه های ارتباطی میان افراد یک اجتماع می باشد که موجب افزایش امنیت جامعه نیز خواهد شد، چرا که افراد در محیطی ساختارمند حتی اعتراضات خود به سیستم حاکم را اعلام می کنند و به این واسطه دولت در جریان مستقیم نقدها و اشتباهات احتمالی خود قرار می گیرد - علاوه بر آن که مسائل به صورت زیرزمینی و محرمانه که منجر به آشوب یا نافرمانی مدنی شود، پیگیری نخواهد شد. این توسعه وسیله ای برای رسیدن به توسعه سیاسی و اجتماعی در سیستم های مختلف سیاسی است (پوتنام، ۱۹۹۷: ۷۶). پوتنام بر اعتماد تأکید زیادی می کند. از نظر او، اعتماد و ارتباط متقابل در شبکه های اجتماعی منابعی هستند که در کنش های اعضای جامعه موجود است.

شاخص هایی که به طور متعارف برای سنجش مشروعیت و مصادیق جامعه مدنی به کار می روند، عبارت اند از: آزادی انتخاب کردن و انتخاب شدن، حق رأی همگانی، حق مراجعه به دادگاه صالحه، آزادی گردش سرمایه های فکری و مالی، حق تجمع قانونی و تشکیل حزب سیاسی و تشکل های غیر دولتی، برابری شهروندان و گردش مسالمت آمیز قدرت (Edwards, ۱۹۹۹: ۵۸)

البته به اعتقاد بیشتر کارشناسان، همان گونه که مشروعیت سیاسی نقش بسیار مهمی در افزایش سرمایه

اجتماعی دارد، سرمایه اجتماعی نیز یکی از مهم‌ترین منابع ایجاد و افزایش مشروعیت سیاسی برای دولت به شمار می‌رود.

سازمان‌های غیردولتی در زمینه حمایت از حقوق گروه‌های مختلف افراد نقش عمده‌ای را برعهده دارند. اصولاً حقوق بشر به قدرت نمایندگی افراد در معرض تهدید بستگی دارد. حقوق اندکی هستند که بدون این که یک گروه آن‌ها را تقاضا کنند یا از آن‌ها حمایت کنند، قابل اعمال و دستیابی هستند.

سازمان‌های غیردولتی در حمایت از حقوق گروه‌های مختلف افراد به ویژه گروه‌هایی که کمتر مورد توجه قرار می‌گیرند، نقش عمده‌ای برعهده دارند. به علاوه، فعالیت‌های این سازمان‌ها موجب می‌گردد تا توجه افکار عمومی نسبت به موارد ناشناخته و غیرمشهور نیز جلب گردد.

در حوزه حقوق زنان، سازمان‌های غیردولتی به کانون‌هایی برای بیان خواسته‌های آنان تبدیل شده‌اند تا زنان از شکل سیال و توده‌ای خارج شوند. بدیهی است تا نهادها، تشکله‌ها و انجمن‌ها عهده دار بیان خواسته‌های زنان نشوند و تا این تقاضاها به یک نیروی اجتماعی تبدیل نشوند، چند نماینده و یک یا دو وزیر مشکل را نمی‌توانند حل کنند.

آن دسته از سازمان‌های غیردولتی که به طور غیرمعتصبانه و از دیدگاهی برابر به حمایت از حقوق زنان پرداخته‌اند توانسته‌اند نقش موثری در آگاهی زنان نسبت به حقوق خود و طرح مطالعاتی در این زمینه ایفا نمایند.

در حوزه دفاع از حقوق معلولان، سازمان‌های غیردولتی از طریق ارائه کمک‌های پزشکی و اجتماعی به اشخاص ناتوان جسمی و روحی و نیز کمک به پذیرش و ادغام آن‌ها در اجتماع فعالیت می‌کنند. تشکیل مراکز بازتوانی و کارگاه‌های تولیدی برای معلولان از دیگر اقدامات انجام شده است. هدف این گونه فعالیت‌ها نیل به یک وضعیت اقتصادی پایدار برای معلولان است. سازمان‌های غیردولتی باید این حقیقت را مورد تاکید قرار دهند که اشخاص ناتوان از حق زندگی توأم با احترام برخوردارند و از تمامی حقوق بشر به طور یکسان بهره‌مند می‌گردند.

از بین بردن قومیت گرایی، سازمان‌های زنان و جوانان و سایر سازمان‌هایی که اهدافشان منحصر به یک گروه قومی خاص نیست می‌توانند با جذب گروه‌های مختلف و نیز اقلیت‌ها به درون خود و نزدیک ساختن این گروه‌ها با یکدیگر در جهت از بین بردن یا کاهش دیدگاه‌های قومی مفید باشد.

یتیمان و کودکان تک سرپرست، پدیده‌ای نگران کننده هستند که ممکن است به آسانی از سوی دولت و نهادهای رسمی نادیده گرفته شوند، چرا که بچه را به راحتی می‌توان از دید جامعه پنهان کرد و ظرفیت حمایت گرانه‌ای در مورد آنان ایجاد نمود.

در مورد زندانیان، سازمان‌های غیردولتی باید توجه کنند که بازداشت پیش از محاکمه زندانیان در حداقل زمان ممکن باشد و آنان در زندان از رفتار احترام‌آمیز و شرایط بهداشتی مناسب برخوردار باشند. شیوع ایدز در برخی از زندان‌های ایران نگران کننده است. شیوع بیماری در زندان منجر به شیوع بیماری در کل جامعه می‌گردد. لذا شرایط بهتر زندان بر کل جامعه تاثیر می‌گذارد. (آشوری، ۱۳۸۲: ۳۳۰)

به علاوه، سازمان‌های غیردولتی باید در اجرای طرح خدمات عمومی زندانیان در تمام سطوح مشارکت داشته باشند. همچنین باید در سیاست‌گذاری‌های مربوط در حد ارائه توصیه و راهکار شرکت کنند.

بیماران روانی، گروه دیگری هستند که نیازهای آنان اغلب توسط نهادهای رسمی و دولتی نادیده گرفته می‌شود. دفاع از حقوق افرادی که از تعادل روحی برخوردار نیستند، نه شهری به دنبال دارد و نه پاداشی به آن اعطا می‌گردد. سازمان‌های غیردولتی که به صورت موفقیت‌آمیزی این چالش را برگزیده‌اند، شایسته پاداش و تحسین هستند.

مبتلایان به ایدز که جمعیت آن‌ها روز به روز در حال افزایش است، به طور نامناسب از صحنه اجتماع طرد می‌گردند. دیدگاه نادرست جامعه نسبت به این افراد باعث می‌گردد تا آن‌ها تلاش کنند بیماری خود را پنهان نگاه دارند که این امر جامعه را در معرض خطرهای جدی قرار می‌دهد. به علاوه، این رانده شدگی موجب بروز علامت‌های ضد اجتماعی و رفتارهای انتقام‌جویانه در این افراد می‌گردد. توجه سازمان‌های غیردولتی و افراد علاقمند به انجام فعالیت‌های داوطلبانه به این حوزه ضروری به نظر می‌رسد.

کودکان خیابانی و دختران فراری، به یکی از جدی‌ترین معضلات اجتماعی ایران در سال‌های اخیر تبدیل شده است. توجه جدی فعالان جامعه مدنی و مردم به این حوزه ضرورتی انکارناپذیر است. به دلیل آنکه این گروه‌ها با مشکل تامین نیازهای اولیه از جمله سرپناه و تغذیه روبه‌رو می‌باشند، سازمان‌های غیردولتی که این گروه‌ها را هدف فعالیت‌های خود قرار داده‌اند توانسته‌اند موفقیت‌های قابل توجهی را به دست آورند. پدیده اعتیاد، از دیگر مسائل مبتلا به جامعه امروز ایران می‌باشد. بیکاری روزافزون جوانان و عدم موفقیت آن‌ها در کسب یک هویت اجتماعی مشخص موجب گرایش روزافزون جوانان به مواد مخدر شده است. ورود مواد مخدر مصنوعی به بازار ایران و افزایش استفاده از این مواد در میان جوانان، توجه جدی جامعه مدنی را می‌طلبد. سازمان‌های غیردولتی می‌توانند در این حوزه نقش مؤثری را ایفا نمایند.

سازمان‌های غیردولتی نقش عمده‌ای را در زمینه تدوین و توسعه حقوق بشر در سطح بین‌المللی بر عهده داشته‌اند. این سازمان‌ها در کنفرانس سانفرانسیسکو و تدوین منشور ملل متحد حضوری فعال داشتند. بر اثر تلاش‌های این سازمان‌ها بود که ماده ۷۱ منشور ملل متحد در مورد اعطای نظام مشورتی به سازمان‌های غیردولتی به تصویب رسید. (مرکز اطلاعات سازمان ملل متحد، ۱۳۷۹: ۵۰)

به علاوه، سازمان‌های غیردولتی در جهت ایجاد سمت "کمیسر عالی حقوق بشر"، قبولاندن اصل جهانی بودن حقوق بشر در سطح جهان و ایجاد محاکم بین‌المللی در یوگسلاوی و رواندا تلاش‌های زیادی را به عمل آوردند. (همان)

در سایر کنفرانس‌های بین‌المللی نیز سازمان‌های غیردولتی مشارکت فعالی داشته‌اند که از میان آن‌ها می‌توان به کنفرانس جهانی حقوق بشر وین (۱۹۹۳)، کنفرانس جهانی زنان پکن (۱۹۹۵) و کنفرانس ژوهانسبورگ (۲۰۰۲) اشاره کرد. در این کنفرانس‌ها سازمان‌های غیردولتی ضمن مشارکت در مباحث کنفرانس و امور مربوط به تهیه پیش‌نویس سند نهایی اقدام به برپایی نمایشگاه‌های عکس، نقاشی، کتاب و ... پیرامون موارد نقض حقوق بشر در حوزه‌های تحت پوشش خود و یا تبلیغ گروه خود نمودند.

در سطح داخلی نیز سازمان‌های غیردولتی تلاش می‌کنند تا با ارائه راهکارهای اجرایی و یا نظری در زمینه حقوق بشر معیارسازی کنند. ارائه طرح به مراجع اجرایی و قانون‌گذاری ملی از جمله این فعالیت‌هاست. به عنوان مثال، طرح اولیه لایحه منع کودک آزاری را انجمن حمایت از حقوق کودکان تهیه کرده بود. سازمان‌های غیردولتی به دلیل ساختار و خصوصیات خاص خود مورد وثوق مراجع بین‌المللی قرار دارند. ملاحظات سیاسی در موضع‌گیری‌های این سازمان‌ها دخالت کمتری دارد.

بدون سازمان‌های غیردولتی، دولت هیچ درکی از آنچه در حال وقوع در سطح پایین جامعه است، ندارد. وضعیت مبهم خواهد بود؛ هیچ گونه ارتباطی بین بالا و پایین وجود ندارد. ارگان‌های سطح بالای رهبری برای تصمیم‌گیری به اطلاعات یکطرفه و نادرست وابسته خواهند بود و لذا اجتناب از ذهنیت گرایی را دشوار خواهند یافت.

اما باید دید برای تعیین جایگاه سازمان‌های غیردولتی در جامعه و تثبیت آن چه می‌توان کرد و مسئولیت این وظیفه دشوار را چه کسی بایست برعهده گیرد- دولت یا مردم؟

آنچه مسلم است برای تقویت سازمان‌های غیردولتی و ارتقای نقش آن‌ها در جامعه، مشارکت تمامی

بخش‌ها و گروه‌های اجتماع ضروری است. همان‌طور که گفته شد شکل‌گیری سازمان‌های غیردولتی وابسته به سطح و میزان "سرمایه اجتماعی" در کشور است. این امر نیز به نوبه خود معلول عوامل فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی و قانونی متعدد است.

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به یافته‌های تحقیق و برای اینکه بتوانیم از ظرفیت سازمان‌های مردم‌نهاد در توسعه حقوق جوانان بهتر بهره‌بریم و در پاسخ به سؤال تحقیق موارد زیر ارائه می‌گردد:

اصلاح نگرش در قبال حقوق و تکالیف جوانان باید صورت گیرد؛ به طوری که یک نگاه اعتدال‌گرایانه نسبت به حقوق جوانان در حاکمیت و در افکار عمومی ایجاد شود. نقش و سهم جوانان در اشکال مختلف سازمان یافته اعم از مدیریت و فعال شدن در نهادهای حاکمیتی و غیرحاکمیتی مورد توجه ویژه قرار گیرد. در این میان، دولت‌ها بهتر است آسان‌سازی رویه‌های فعلی با اعمال تفسیر آزادانه از مقررات را در دستور کار خود قرار دهند و با نهادسازی، زمینه مشارکت و توسعه حقوق جوانان را فراهم نمایند. تشکیل گروه‌های کاری مشترک با شرکت سازمان‌های غیردولتی، متخصصان و دولت در مورد سازمان‌های غیردولتی با داشتن اختیارات واضح از طرف دولت برای تهیه مقرراتی که به سازمان‌های غیردولتی اجازه دهد به عنوان شرکای مؤثری در فرآیند توسعه حقوق جوانان فعالیت کنند، به کاهش نقش دولت و مراجع دولتی در مراحل تأسیس، فعالیت و انحلال سازمان‌های غیردولتی و نیز تغییر مقررات مربوط به ثبت و فعالیت سازمان‌های غیردولتی بین‌المللی در ایران و توسعه حقوق جوانان کمک خواهد کرد.

یکی از وظایف دولت‌ها در قبال سازمان‌های بین‌المللی، حمایت از حقوق جوانان است. نهادهای دولتی و غیردولتی باید طبق مفاد "منشور تربیتی نسل جوان" و "منشور ملی حقوق جوانان" که در آن افراد ۱۵ تا ۲۹ ساله به عنوان "جوان" تلقی شده‌اند و نیز تصریح منشور ملی حقوق جوانان که باید زمینه مشارکت کامل در تعیین سرنوشت سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی و مشارکت فعال در فرایند توسعه ملی و تقویت و پیشبرد صلح در ایران و جهان از حقوق مسلم جوانان کشور است فراهم با تشکیل نهادها، انجمن‌ها و سازمان‌های غیردولتی به صورت مستقیم یا غیرمستقیم در مسائل ملی مشارکت داشته باشند. حق حفظ و ترویج صلح و آزادی عقیده از دیگر حقوق مصرح در این منشور برای جوانان کشور است؛ به گونه‌ای که جوانان می‌توانند بدون بیم و اضطراب استقلال عقیده داشته باشند و عقاید خود را اظهار کنند. مطابق این منشور جوانان کشور از تفتیش عقاید و مواخذه به علت داشتن عقیده‌ای خاص مصون هستند و مسئولان کشور مکلف به استماع نظرات جوانان یا نمایندگان آنها می‌باشند. در منشور تدوین شده سازمان ملی جوانان، آزادی بیان و ابراز وجود بدون هیچ فشار حاکمی از مداخله‌گرایی دیگران به هر شکل از جمله برگزاری تریبون‌های آزاد و اظهارنظر در موارد گوناگون از حقوق جوانان برشمرده شده و حقوقی چون حق آموزش و ... برای جوانان ایرانی در نظر گرفته شده است. "مخبر ویژه حقوق جوانان" نیز براساس این منشور مسئولیت تهیه گزارش‌هایی با استفاده از نظر متخصصان در مورد حقوق جوانان کشور را بر عهده خواهد داشت و شورای عالی جوانان نیز موظف به نظارت عالیه بر اجرای آن است. این منشور با تأکید بر دسترسی عادلانه جوانان کشور به فرصت‌های آموزشی، بر تلاش برای آموزش اجباری همه جوانان تصریح کرد. همچنین برخورداری از حق حرفه‌آموزی و دسترسی به امکانات و فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی در سطحی فراگیر برای همه جوانان کشور، آموزش "رایگان" جوانان مطابق مفاد قانون اساسی مورد تأکید قرار گرفته است. دسترسی آسان به منابع مطالعاتی پیرامون بهداشت جنسی و باروری و امنیت و ایمنی در مقابل هر نوع خشونت و آزار جسمی و روحی در بخش حقوق

بهداشتی جوانان مورد حمایت قرار گرفته است.

همانطور که در این پژوهش اشاره شد اهمیت جایگاه جوانان از زمان آفرینش انسان مورد توجه بوده و در قرآن کریم و آموزه های همه ادیان آسمانی و گفتمان پیامبر اسلام و ائمه معصومین (ع) به نقش جوانان در کمک به ساخت جامعه ای عاری از آلودگی به واسطه فطرت پاک آنان اشاره شده است. بدیهی است که جوانان دارای حقوق مشخصی هستند که به برخی از آنها پرداخته شد، اما پیگیری مطالبات و حقوق آنان نیازمند زیر ساخت هایی مانند سازمان های مردم نهاد جوانان برای پیگیری و حتی عملیاتی کردن حقوق یاد شده است. لذا با توجه به جایگاه ویژه این سازمان ها در کشور و نظام بین الملل، توصیه می گردد که از ظرفیت یاد شده با نگاهی بسیط و رویکردی توسعه ای در راستای حقوق جوانان بهره گیری شود.

منابع

- لمتون، آن کی اس. (۱۳۷۹). نظریه دولت در ایران. چنگیز پهلوان. تهران: نشر گویو
- لیپست، سیورمارتین. (۱۳۸۱). دایره المعارف دموکراسی. گروه مترجمان. تهران: انتشارات وزارت امور خارجه
- رضوی، محمدرضا. (۱۳۷۸). "توان رقابتی و روابط پیمانکاری". نامه علوم اجتماعی. شماره ۱۹.
- مرکز اطلاعات سازمان ملل. (۱۳۸۰). گزارش دبیرکل به اجلاس ویژه مجمع عمومی در باره ایدز. تهران: انتشارات دفتر سازمان ملل متحد
- مدیر، روح اله. (۱۳۹۴). "نقش سازمان های مردم نهاد جوانان در کسب منافع ملی جمهوری اسلامی ایران". رساله دکتری، دانشگاه آزاد علوم و تحقیقات.
- نقی زاده، محمد. (۱۳۸۱). "نظریه شهروندی و فرهنگ و تمدن ایرانی". مجله اطلاعات سیاسی-اقتصادی. شماره ۱۸۳.
- نمازی، محمداقبر. (۱۳۷۹). بررسی وضع موجود تشکل های غیردولتی ایران. تهران: نشر دفتر تحقیقات و مطالعات سیاسی دفتر مشارکت و بسیج مردمی وزارت کشور
- نمازی، محمداقبر. (۱۳۷۹). بررسی اجمالی سازمان های غیردولتی. تهران: نشر جامعه
- کولایی، الهه. (۱۳۸۳). "چشم اندازهای دموکراسی در ایران". خبرنامه انجمن مطالعات زنان. شماره ۱۰.
- موسی زاده، رضا. (۱۳۸۷). سازمان های بین المللی. تهران: بنیاد حقوقی میزان
- Volker Rittberger & Bernhard Zangl. (2010). **International Organizations: Polity, Politics and Policies**. Palgrave Macmillan in the UK/St. Martin's Press LLC in the US
- Margaret P. Karns & Karen A. Mingst. (2011). **International Organizations: The Politics and Processes of Global Governance**. London: Lynne Rienner Publishers
- Thomas, G. Weiss & Sam Daws. (2009). **The Oxford Handbook on the United Nations**. Oxford: Oxford University Press
- United Nations Conference on Sustainable Development (UNCSD) so called Rio Bob Reinalda. (2009). " **Routledge History of International Organizations From 1815 to the Present Day**". London :Routledge
- United Nations Development Program website :<http://www.undp.org>
- United Nations High Commissioner for Refugees website :<http://www.unhcr.org/cgi-bin/texis/vtx/home>;



بررسی تاثیر شبکه اجتماعی تلگرام و مکانیسم تاثیرگذاری آن بر ارزش های خانواده (مورد مطالعه: جوانان شهر تهران)

مسعود دارابی^۱

حسن کلاشلو^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۹/۲

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۵/۹/۲۹

نظام خانوادگی و ارزش های آن در زمره مفاهیمی است که از دل تجدد و فرهنگ انسان اجتماعی برخاسته است. تعامل میان فردی به بعد مهمی از فعالیت های اجتماعی تبدیل شده و تأثیرات آن بر زندگی اجتماعی اشخاص رو به فزونی است. فراگیرترین شکل تعاملات بین فردی در چیزی که «سرویس شبکه اجتماعی» خوانده می شود، برقرار است. بنابراین، پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر شبکه اجتماعی تلگرام و مکانیسم تاثیرگذاری آن بر ارزش های خانواده در میان جوانان شهر تهران صورت گرفته است. به منظور دست یابی به این هدف از بین عوامل و متغیرهای گوناگونی که در ارزش های خانواده تاثیر گذار است، متغیرهای شبکه اجتماعی، میزان پایبندی به باورهای دینی و پایگاه اقتصادی - اجتماعی، به عنوان متغیرهای مستقل انتخاب شده است. مبنای نظری متغیرها و پارامترهای این پژوهش بر مبنای نظریات هابرماس و روکیچ تدوین شده است. روش تحقیق در این پژوهش، پیمایشی و ابزار گردآوری داده ها، پرسش نامه دارای قابلیت اعتماد و اعتبار است. جامعه آماری این پژوهش، جوانان ۱۸-۲۹ سال مناطق ۲۲ گانه شهر تهران در سال ۱۳۹۴ می باشد. حجم نمونه ۳۹۰ نفر است که با استفاده از فرمول کوکران و به شیوه نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای به دست آمده است. روش اصلی در تحلیل داده ها، رگرسیون و Amos است. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که در کل میانگین ارزش های خانواده در جامعه مورد مطالعه ۳/۷۷ بوده که با توجه به اینکه حداقل و حداکثر نمره به ترتیب ۱ و ۵ می باشد، نشان می دهد که ارزش های خانواده در بین جوانان تقریباً در حد متوسط روبه بالاست. همچنین بر اساس نتایج تحقیق، میان ارزش های خانواده و متغیرهای شبکه اجتماعی تلگرام، میزان پایبندی به باورهای دینی، پایگاه اقتصادی - اجتماعی و جنسیت رابطه معنادار وجود

۱. استادیار، گروه جامعه شناسی، مدرس دانشگاه، تهران، ایران (نویسنده مسئول) E-mail: masuod.darabi@gmail.com

۲. دانشجوی دکترای جامعه شناسی سیاسی، مدرس دانشگاه، تهران، ایران

دارد، اما بین متغیرهای سن، وضع تاهل و تحصیلات با ارزش های خانواده رابطه ای به چشم نمی خورد. از میان این متغیرها، شبکه اجتماعی دارای قوی ترین رابطه با متغیر وابسته است. چهار متغیر شبکه اجتماعی، پابندی به باورهای دینی و پایگاه اقتصادی و اجتماعی و سن وارد معادله رگرسیون شده اند و ضریب تعیین گزارش شده برابر $0/358$ است. بنابراین متغیرهای فوق به طور کلی بیش از ۳۵ درصد تغییرات متغیر وابسته را تبیین می نمایند.

واژگان کلیدی: ارزش های خانوادگی، شبکه اجتماعی، پابندی به باورهای دینی و پایگاه اقتصادی- اجتماعی

مقدمه

صاحب نظران تعلیم و تربیت نهاد خانواده را از جمله موثرترین و عمومی ترین نهادهای اجتماعی می دانند که در تمام جوامع وجود دارد و مهم ترین تکیه گاه و محور زندگی اجتماعی است. در محیط خانواده، فرزندان ارزش ها را می آموزند و با کسب تجربه با دنیای بیرون از خانواده رابطه برقرار می کنند. با ورود تکنولوژی و وسایل ارتباط جمعی به خانه ها، ارزش های اجتماعی خانواده ها تحت تاثیر قرار گرفته و تغییراتی در رفتار نسل جوان به وجود آمده است. از جمله این وسایل دسترسی آسان به اینترنت می باشد. امروزه اینترنت به سریع ترین، گسترده ترین و مناسب ترین وسیله اطلاع رسانی تبدیل شده است. اینترنت علاوه بر نقاط قوت دارای نقاط ضعفی هم هست. وسایل ارتباط جمعی فواصل را ناپدید می سازند، همچنان که جدار بین انسان ها را نیز تا حدود زیادی شفاف تر می سازند (اسلوین، ۱۳۸۰: ۸۰). هربرت مارکوزه در کتاب "انسان تک ساختی" از عقلانیت تکنولوژی با عنوان "منطق سلطه" بحث می کند و معتقد است پیشرفت تکنولوژی در جامعه به جای این که به آزادی و تسلط انسان بر طبیعت منجر شود، به عاملی در بهره کشی بیشتر انسان ها تبدیل شده است و انسان ها دارای یک بُعد ماشینی شده و ابعاد دیگر شخصیت آنها از بین رفته است. اخلاق، زبان، فرهنگ، هنر و عواطف همه از حاکمیت تکنولوژی متاثر شده اند و حقوق و آزادی های فردی از مفهوم سنتی دوری بسته و جای خود را به فرهنگ مادی سپرده است (کفاشی، ۱۳۸۴: ۸۵). امروزه گسترش فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی بر ابعاد مختلف زندگی بشر تاثیر گذاشته است. با کمرنگ شدن اهمیت زمان و مکان و بی نیازی به مکان مشترک برای برقراری ارتباط، افراد به شکل بسیار آسان تری می توانند در فضای مجازی با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. امروزه تحت تاثیر رسانه ها و فناوری های اطلاعاتی، در عصر جدیدی از روابط انسانی به سر می بریم. ظهور فضای سایبر و امکاناتی که فناوری های اطلاعاتی به همراه آورده اند، امیدها، آرزوها و کابوس هایی را به دنبال داشته است. در این دوران، استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی روز به روز محبوبیت بیشتری پیدا می کنند. هم اکنون سایت های شبکه اجتماعی، تبدیل به پر استفاده ترین خدمات اینترنتی شده اند.

شبکه اجتماعی شامل مجموعه های از اشخاص یا گروه ها هستند که به وسیله یک رابط به هم متصل شده اند. شبکه اجتماعی معمولاً امکان برقراری رابطه یا تعامل بین افراد یا گروه ها را فراهم می سازد. اغلب کاربران شبکه های اجتماعی، اشخاص جوان هستند. از این رو، شبکه های اجتماعی نقش فعالی در زندگی روزانه نسل جوان بازی می کنند (لین هارت، ۲۰۰۹، کاکا، ۲۰۰۹). امروزه تعداد استفاده کنندگان از شبکه های اجتماعی از طریق موبایل رو به افزایش است. دستگاه های موبایل امکان ارتباطات از طریق شبکه های اجتماعی را به واسطه تکنولوژی های نوین، برای بسیاری ممکن ساخته اند. این امکان جدید، برقراری ارتباط با اینترنت را فراهم نموده است. در اصطلاح این یادگیری بدین معناست که مردم می توانند به طور فزاینده ای به محتوا و منابع یادگیری در زمان ها و مکان های مختلف دسترسی داشته باشند. امروزه ابزارهای موبایل دسترسی پایدار و دائمی به اطلاعات را ممکن ساخته اند (فریمن، ۲۰۰۶). یکی از تأثیرگذارترین شبکه های اجتماعی، تلگرام است که به نوبه خود تحول شگرفی را در نظام اجتماعی کشورهای جهان سوم از جمله ایران ایجاد کرده است. امروزه تلگرام به عنوان یک شبکه اجتماعی در بین مردم به خصوص جوانان از جایگاه ویژه ای برخوردار است و گرایش جوانان به شبکه اجتماعی تلگرام رو به رشد می باشد؛ به طوری که به بخش جدایی ناپذیر زندگی آنان تبدیل شده است. جوانان در این فضا به دنبال دوستان جدید برای تبادل نظر و به اشتراک گذاشتن عقاید و نظرات خود هستند. یکی از تأثیرات شبکه اجتماعی تلگرام، ایجاد صمیمیت و اعتماد است. همچنین موجب گسترده تر شدن ارتباطات شده است. جوانان می توانند با کسانی که از آنان بسیار دورند و یا با کسانی که مدت زیادی ارتباطی با آنها نداشتند، ارتباط برقرار کنند. شبکه اجتماعی تلگرام تلاشی در منزوی

کردن و تنهایی بیشتر افراد می باشد، چرا که هر فرد آن را محیط خصوصی تر نسبت به محیط خانواده اش می داند و لایک ها (تأییدها) و اشتراک گذاری ها یک نوع حس رضایت و محبوبیت در آنها به وجود می آورد و همین موضوع باعث پای بندی آنان می شود. با توجه به گستردگی استفاده جوانان ایرانی، لزوم پژوهش درباره شبکه های اجتماعی موبایلی بر همگان آشکار است. این پژوهش نیز در راستای روشنگری استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام طراحی شده است. با توجه به مسائل مطرح شده در مورد اثرگذاری تلگرام بر ارزش های خانوادگی در این پژوهش، محقق تلاش دارد این موضوع را مورد مطالعه قرار دهد که شبکه اجتماعی تلگرام چه تأثیری بر ارزش های خانوادگی دارد.

پیشینه تجربی پژوهش

یافته های کفاشی (۱۳۸۸) در پژوهش خود با عنوان "بررسی تأثیر اینترنت بر ارزش های خانواده" حاکی از آن است که رابطه معنی دار و معکوسی بین متغیرهای مستقل شامل دسترسی دانشجویان به اینترنت، استفاده بیشتر دانشجویان از اینترنت، میزان وابستگی آنها به اینترنت، فضای صمیمیت، روابط احساسی، وارد شدن دانشجویان در بحث و مناظره گروهی، پذیرفته شدن آنها در محیط تعاملی اینترنت، میزان اطلاع خانواده در مورد استفاده فرزندان از محیط های اینترنتی با ارزش های خانوادگی وجود دارد (کفاشی، ۱۳۸۸: ۵۷-۷۸). احمدزاده کرمانی و قاسمی (۱۳۹۲) در مطالعه شان با عنوان "بررسی نقش اینترنت بر ارزش های خانواده" پس از بررسی ابعاد ارزش سنتی و عقلایی و نیز عوامل موثر بر ارزش های جوانان، با استفاده از نظریات حوزه ارتباطات و نظریات حوزه ارزش به بررسی نقش اینترنت بر ارزش های خانواده از زوایای مختلف پرداختند. یافته های آنها حاکی از آن است که استفاده از اینترنت دارای اثرات مثبت و فزاینده ای با گرایش بر ارزش های عقلایی و اثر کاهنده بر ارزش های سنتی دارد (احمدزاده کرمانی و قاسمی، ۱۳۹۲: ۵۱-۶۴). یافته های عدلی پورو دیگران (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان "شبکه اجتماعی فیس بوک و روابط خانوادگی کاربران جوان ایرانی" حاکی از آن است که بین استفاده از شبکه اجتماعی فیس بوک و کاهش فعالیت های روزانه در محیط خانواده، بی اعتنایی والدین نسبت به والدین، کاهش ارتباطات رودر رو با افراد خانواده، کناره گیری از افراد خانواده و کاهش تعاملات با افراد خانواده رابطه معناداری وجود دارد (عدلی پورو همکاران، ۱۳۹۲: ۷۱-۹۳). ابوالقاسمی و دیگران (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان "تأثیر اینترنت بر ارزش های خانواده از منظر هویت دینی و ملی" نشان دادند که رابطه معنادار و معکوسی بین متغیرهای وابستگی به اینترنت، وارد شدن به فضای صمیمیت، بحث و مناظره گروهی، ایجاد روابط احساسی در محیط تعاملی اینترنت و میزان استفاده از اینترنت با ارزش های خانواده وجود دارد (ابوالقاسمی و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۴-۳۰). یافته های پژوهش عدلی پورو (۱۳۹۱) که به بررسی تأثیرات و پیامدهای شبکه های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی جوانان پرداخته، خود حاکی از آن است که شبکه های اجتماعی مجازی به عنوان یک پدیده نوظهور هم دارای آثار مثبت و هم آثار منفی می باشند. آثار منفی آن شامل پاره گشتن سریع جوامع، دگرگونی مفاهیم مکان، زمان، فضا و منابع فرهنگی، به چالش کشیده شدن هویت های اصیل و سنتی، رواج هویت های سیال و ناپایدار، گمنامی و ناشناس ماندن و سرقت هویت است. علی رغم این نکات منفی که این پدیده به همراه دارد، نمی توان از آثار مثبت آن نیز غافل ماند. افزایش منابع هویتی و آزادی عمل افراد برای کسب منابع مورد نیاز، رهایی و آزادی افراد از چنگال عوامل متولیان فرافردی هویت سازی، فراهم آمدن واقعیت به گونه ای مجازی و غیره از آثار مثبت این پدیده هستند که اگر از آن ها استفاده درستی به عمل آید، باعث رشد و پویایی هویت اجتماعی در میان افراد جامعه خواهد گشت. مطالعه احمدپور و قادرزاده (۱۳۸۹) با عنوان "تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان" حاکی از تأثیرپذیری هویت دینی در ابعاد پنج گانه تجربی، پیامدی، اعتقادی، مناسکی و شناختی از تعامل

در فضای سایبر است؛ به طوری که تعامل بیشتر در فضای سایبر، نشان دهنده تأثیرات کمابیش جهانی شدن فرهنگ و تعامل در فضای سایبر بر دانشجویان است و پیامدهای آن در جامعه در حال گذار ایران به طور محسوسی مشاهده می شود. وضعیت مذکور بر ماهیت آسیب زای تعامل در فضای سایبر بر هویت دینی دانشجویان دلالت دارد. ساروخانی و رضایی قادری (۱۳۹۱) در مطالعه شان نشان دادند که میان میزان استفاده از اینترنت و هویت ملی رابطه معنادار و معکوس وجود دارد. همچنین نوع استفاده از اینترنت نیز در میزان تعلق به هویت ملی تأثیرگذار است. در نهایت استفاده از اینترنت باعث تضعیف هویت ملی می گردد. نجفی ایوکی (۱۳۹۲) در مطالعه ای با عنوان "بررسی تأثیر شبکه های ماهواره ای فارسی زبان بر ارزش های خانواده" نشان می دهد که بین میزان وابستگی به ماهواره، فضای صمیمیت و پایگاه اقتصادی - اجتماعی و ارزش های خانوادگی رابطه معنی داری وجود دارد. دانش آموزانی که به ماهواره دسترسی دارند نسبت به دانش آموزانی که به ماهواره دسترسی ندارند دارای ارزش های خانوادگی متفاوتی هستند. یافته های بالو^۱ (۲۰۱۱) در پژوهشی با عنوان "ارتباطات خانوادگی و اینترنت" حاکی از آن است که بین نوع استفاده از اینترنت و ارتباطات خانوادگی رابطه وجود دارد. بین استفاده بزرگسالان از اینترنت برای اهداف اجتماعی (بازی های آنلاین، ارتباط با دوستان و مشارکت در بحث های گروهی) با تعارضات و کشمکش های خانوادگی همبستگی مستقیمی دارد، اما بین استفاده از اینترنت برای یادگیری اهداف آموزشی همچون دانلود نرم افزار با جستجوی اطلاعات با تعارضات و انسجام خانوادگی رابطه وجود ندارد. یافته های مش^۲ (۲۰۰۶) در پژوهشی با عنوان "ارزش های خانواده: تأثیر تجربی استفاده از اینترنت" حاکی از آن است که بین ارزش های خانوادگی و استفاده از اینترنت رابطه معنادار وجود دارد. ارزش های خانوادگی مردان بیشتر تحت تأثیر اینترنت قرار دارد، در حالی که ارزش های خانوادگی زنان بیشتر از تحصیلات تأثیر می پذیرد.

چارچوب نظری و مفهومی پژوهش

نظریه مارشال مک لوهان^۳

وی در نظریه امتداد، معتقد است که هر وسیله ارتباطی، امتداد یکی از حواس انسان است. به عنوان مثال، خط امتداد چشم و رادیو امتداد شنوایی است. به بیان دیگر، با پیدایی خط انسان توانست به عمق تاریخ رخنه کند. از نظر وی این ویژگی صرفاً از آن وسایل ارتباط جمعی نیست، بلکه همه وسایل چنین اند. او در جستجوی جامعه ای است که در آن شاهد اختلال تعادل حواس نشویم؛ یعنی با ابداع یا اختراع وسیله یا وسایلی یکی از حواس بر حواس دیگر پیشی بگیرد و موجب بر هم خوردن نظم و تعامل در حیات انسانی نشود. به نظر این دانشمند، ارتباط مدار هستی اجتماعی است و با توجه بدان می توان حرکت جوامع را مورد ارزیابی و دقت قرارداد. مک لوهان مانند اینیس، تاریخ غرب را تاریخ سوگیری ارتباط و انحصار دانش مبتنی بر کتابت می داند. مک لوهان از عناصر اساسی در اندیشه خود به مفهوم محیط و ضد محیط اشاره می کند و بر این عقیده بود که یک انسان در چارچوب محیط اجتماعی خویش رنگ می پذیرد و بدان خو می گیرد. این اعتیاد به محیط و عناصر که نوعی همنوایی را در انسان ها بر می انگیزد، بی شبهه بر ادغام فکری و در نهایت جذب تام فرد با محیط می انجامد و شبکه ای بر گرداگرد اندیشه او تشکیل می دهد. به نظر او، آزادی اندیشه تابعی از قرین فاصله با محیط خویشتن است تا جایی که این فاصله می تواند در برابر محیط و اصلاح آن منتهی

1. Ballew
2. Mesch
3. Marshal McLuhan

شود. مک لوهان در این باب اعتیاد در برابر محیط اجتماعی را به محیط شغلی نیز تسری می دهد. به نظرش همان نظر که در محدودیت دهی بر اثر اعتیاد در برابر جامعه مطرح گردید در باب مشاغل نیز مطرح است. وی این پدیده را در اصطلاح "انحراف ناشی از شغل" می خواند. انسان همه چیز را در چارچوب شغل خود و با معیارهای تنگ آن می بیند. تک بعدی بودن یا به زعم مارکوزه، انسان تک ساختی از یک دیدگاه تابع تقسیم کار و محدودیت ذهنی ناشی از آن است بدون آنکه تقسیم کار و احراز تخصص مورد انتقاد قرار گیرد. از این رو، امروزه از تکمیل دیدگاه های تخصصی جستجوی راه هایی در تاملیت و بالاخره شکوفایی انسان چند بعدی می رود. (ساروخانی، ۱۳۷۷: ۴۷). مک لوهان در آثارش بر مفهوم منطق موزاییکی نظر دارد؛ چیدن تمامی عناصر در کنار یکدیگر و آن را در یک مجموعه نگریستن موجب می شود که فرد از تک بینی دیدگاه های محدود و انحصاری فراتر رود و هر عنصر را در بستر محیطی آن مد نظر قرار دهد. از نظر وی وسیله همان پیام است. او برای حاصل پیام که همان وسیله ارتباطی است، تنها رسالت انتقال محض پیام را قائل نیست و به نظر خودش خود وسیله نیز مظهر و پیام یک عنصر است و با آن دنیایی دیگر، انسان هایی دیگر پدید می آیند.

نظریه مانوئل کاستلز^۱

او در یکی از مهم ترین مباحث خود به نقش تکنولوژی های ارتباطی مانند اینترنت، در عضوگیری و گسترش قدرت جنبش های اجتماعی می پردازد (بهرامی، ۱۳۸۸: ۱۰۹). وی، با دگرگونی فرهنگ های سنتی توسط رسانه های جدید الکترونیکی موافق نیست، بلکه معتقد است باعث جذب فرهنگ در خود می شود. او ادامه می دهد، ارتباط کامپیوتری جایگزین سایر وسایل ارتباطی نمی شود و شبکه های جدیدی ایجاد نمی کند، بلکه الگوهای اجتماعی که از قبل وجود دارند را تقویت می کند. سیستم های چندرسانه ای بیشتر جلوه های فرهنگی را با همه تنوع شان در قلمرو خود جای می دهند. همه جلوه های فرهنگی از بدترین تا بهترین و از نخبه گراترین تا مردمی ترین در این جهان دیجیتال گرد هم می آیند. جهانی که در ابر متنی غول آسا و غیر تاریخی جلوه های گذشته، حال و آینده ذهنی را که برقرار کننده ارتباط است، به یکدیگر پیوند می زند (کاستلز، ۱۳۸۰: ۴۳۱-۴۲۷). مانوئل کاستلز، بین واقعیت و نمایش نمادین تمایزی قایل نیست. او با صراحت می گوید: "هیچ گونه جدایی بین واقعیت و نمایش نمادین وجود ندارد. واقعیتی که تجربه می شود همواره مجازی است، چون همواره از طریق نمادها درک می شوند. عمل را به گونه ای معنادار شکل می دهند که از چهارچوب تنگ معنایی که نمادها برای آن در نظر گرفته اند، می گریزد (کاستلز، ۱۳۸۰: ۳۸۳). او می افزاید، همه واقعیت ها از طریق نمادها بیان می شوند و در ارتباط انسانی و تعاملی بدون در نظر گرفتن رسانه ارتباط، همه نمادها در ارتباط با معانی و واژگانی که به آنها استناد داده می شود به نوعی دچار تغییر می شوند. کاستلز با نظر پستمن هماهنگ است که می گوید: "واقعیت را آنگونه که هست نمی بینیم، بلکه آنگونه می بینیم که زبان هایمان هستند و زبان های ما رسانه ها هستند. رسانه های ما و استعاره های ما، محتوای فرهنگ ما را می آفرینند" (کاستلز، ۱۳۸۰: ۳۸۳). کاستلز در کتاب عصر اطلاعات (اقتصاد، جامعه و فرهنگ) چنین آورده است: تکنولوژی های جدید اطلاعات با تغییر فرایند پردازش اطلاعات، همه پهنه های فعالیت انسان ها را تحت تاثیر قرار می دهند و امکان برقراری رابطه پایان ناپذیر میان پهنه های مختلف و نیز بین عناصر و کارگزاران این فعالیت ها را فراهم می سازند (همان: ۱۰۳). به گفته وی، مهم ترین تاثیر فرهنگی ارتباط رایانه ای، تقویت شبکه های اجتماعی که تسلط فرهنگی دارند و افزایش حالت کلان شهری و جهانی شدن شبکه های اجتماعی است. به زعم او ارتباط رایانه ای می تواند به طور قدرتمندی در تقویت انسجام اجتماعی نخبگان جهان شهری مؤثر باشد و از معنای فرهنگ جهانی و از گردش سریع پیام های

نخبگان در کلان شهر حمایت کند (کاستلز، ۱۳۸۰: ۴۲۲). در مورد اثرات ارتباطی تکنولوژی های جدید ارتباطی و اطلاعاتی، کاستلز می گوید: "هنوز مشخص نیست که در این شبکه های الکترونیکی چه مقدار معاشرت های اجتماعی ایجاد می شود و تأثیرات فرهنگی این نوع جدید معاشرت های اجتماعی چیست" (همان: ۴۲۰). او عقیده دارد که به دلیل تازگی سیستم چندرسانه ای ها، ارزیابی تأثیرات آنها بر فرهنگ جامعه کار سختی است و تنها می توان گفت که تحولات بنیادینی در راه است. با وجود این، شواهد تجربی پراکنده و تفسیر آگاهانه از اجزای مختلف شبکه های ارتباطی جدید، مبنایی برای طرح فرضیاتی درباره گرایش های اجتماعی و فرهنگی نوظهور است (همان: ۴۲۷).

نظریه هربرت مارکوزه^۱

او معتقد بود که تکنولوژی در جامعه نوین منجر به توتالیتاریسم می شود. در واقع او می گوید: "این تکنولوژی به روش های مؤثرتر و حتی دلخوش کننده تر به نظارت خارجی بر افراد منجر می شود". او این فکر را رد می کند که تکنولوژی در جهان نوین بی طرف است و آن را در عوض وسیله ای برای تسلط بر مردم می داند. به عقیده او، این وسیله از آن روی مؤثر است که به ظاهر خشنی می نماید، ولی در واقع مردم را به بردگی می کشاند، تکنولوژی در خدمت سرکوب فردیت است. از نظر او، تکنولوژی های جدید باعث کاهش اختیارات و آزادی های افراد در جامعه می شود و این امر منجر به شکل گیری "جامعه تک بعدی" می گردد (ریتزر، ۱۳۸۸: ۲۰۳). مارکوزه معتقد است که رشد عقلانیت ابزاری و توسعه تکنولوژی برای انسان ها نتیجه ای جز بدبختی و جنگ نداشته است. وی در کتاب انسان تک ساختی می گوید: "توسعه تکنولوژی، حاکمیت جامعه را بر افراد، سخت استوار ساخته و نظامی به وجود آورده که به نوبه خود، خط مشی این توسعه و شکل زندگی و توانایی انسان ها را تعیین می کند. پیداست که هرگونه اعتراض و فریاد ناشی از شناخت تاریخی و برای آزادی انسان، کاری ناپسند تلقی شده است. هرگونه دگرگونی کیفی که بر ایجاد نهادهایی کاملاً متفاوت با تشکیلات جامعه صنعتی، منتهی گردد و شناخت های تازه ای را در امر تولید و کیفیت زندگی به وجود آورد، مسلماً از سوی جامعه سرکوب می گردد" (بهرامی، ۱۳۸۸: ۷۴). وی استدلال می کند که این سرکوبی خلاقیت و آزادی فقط به روش های خشونت آمیز پلیسی یا تنبیه محدود نمی شود، بلکه رسانه های ارتباط جمعی و خانواده ها نیز می توانند بطور غیر مستقیم باعث چنین سرکوب هایی شوند. به ویژه وسایل ارتباط جمعی، امیال کاذبی را در انسان ها ایجاد می کنند که آنها را در پذیرش وضع موجود قانع می کند (همان: ۷۵). وی، تکنولوژی را فی نفسه دشمن نمی انگارد، بلکه آن صورتی از تکنولوژی را که در جوامع سرمایه داری جدید رایج است، دشمن انسان ها می داند. او می افزاید: "تکنولوژی ها هر چقدر هم که ناب و خاص باشند، انسان ها را به سلطه می کشند و باعث نابودی آنها می شوند. این روند را فقط با یک انقلاب می توان از بین برد؛ انقلابی که تکنولوژی های نوین را در راستا و خدمت نیازها و اهداف انسان ها درآورد". در واقع، مارکوزه در این زمینه با مارکس هم عقیده است که تکنولوژی در ذات خود مسأله ساز نیست، بلکه می توان با استفاده مناسب از آن برای ساختن یک جامعه بهتر کمک گرفت (ریتزر، ۱۳۸۸: ۲۰۳).

نظریه دیوید رایزمن^۲

او در فصل اول کتاب معروفش "انبوه تنها" تاریخ تحول جامعه انسانی را به سه دوره تقسیم می کند که بر اثر گذشت زمان، هر یک جایگزین دیگری می شوند. او معتقد است که درحال حاضر، جوامع صنعتی به سوی جامعه ای از گونه سوم که بر دوره ای از رفاه اقتصادی و زمینه ای از وفور انطباق دارد، رهسپارند

1. Herbert Marcuse

2. David Riesman

(دادگران، ۱۳۸۴: ۸۳). سه دوره تحول جامعه انسانی از نظر رایزمن عبارت اند از:

۱) جامعه سنتی یا باستانی: رایزمن این دوره را "سنت راهبر" می خواند (رزاقی ۱۳۸۵: ۶۵). در این دوره، سنت ها، فرهنگ را انتقال می دهند و هر نسل، پیوند خود با نسل های پیشین را از طریق اشتراک سنن باز می یابد و همین باعث می شود که وحدت و هویت اقوام انسانی (نسل های انسانی) تأمین شود. سنت ها به عنوان راه ها و شیوه های عمل و میراث نیاکان، بعدی تقدس آمیز دارند و همین امر شک و تردید در مورد آن ها را از بین می برد. در این دوره راه های آینده، همان راه هایی است که نیاکان ما قرن ها طی کردند (رابرتسون، ۱۳۷۴: ۱۳۱). نمونه های بارز آن بسیاری از جوامع جهان سوم هستند که در آن ها هنوز اقتصاد فقر با اقتصاد کمیایی حاکم است. (دادگران، ۱۳۸۴: ۶۱). در این نوع جوامع، میزان زاد و ولد بسیار بالاست که بالا بودن میزان مرگ و میر تا حدی آن را جبران می کند و تا حدی از این طریق، میان جمعیت و کمبود منابع تعادل ایجاد می شود (محسنی، ۱۳۷۱: ۱۲۴). رایزمن بر این باور است که تربیت فردی در این مرحله، از طریق حماسه ها، افسانه ها و اسطوره ها شکل می گیرد که به صورت شفاهی به فرد منتقل می شود.

۲) جامعه فردگرایی: دومین مرحله که رایزمن در تحول جامعه انسانی باز می شناسد، مرحله ای است که در آن، فرهنگ جامعه، گرایش به ساختن انسان هایی دارد که از درون هدایت می شوند. گذار از مرحله سنتی به این مرحله، منوط به جهش و یا انقلابی است که به قول رایزمن چند قرن طول می کشد و عصر روشنگری و جنبش اصلاح مذهب، انقلاب صنعتی و نیز انقلاب های سیاسی قرن هجدهم، نوزدهم و بیستم را در بر می گیرد. (کازنو، ۱۳۸۷: ۲۵). دوران دوم از دیدگاه رایزمن، دورانی است که در آن با کاهش اهمیت سنت ها در هستی اجتماعی مواجه می شویم. این کاهش موجب می شود که همگنی در رفتار و عمل انسانی کاستی یابد- به این دلیل که همه از الگوهای یکسان در حیات اجتماعی پیروی نمی کنند. در این شرایط، تاریخ شاهد پیدایی و سپس تکثر انسان هایی خاص است که وی "درون راهبر" می خواند. دورانی است مساعد برای تبلور فردگرایی. در این دوره انسان بار مسئولیت و عمل خود را به دوش می گیرد. رایزمن این دوران را دوران التهاب، هراس و سرزنش های بی پایان نیز می داند (رزاقی، ۱۳۸۵: ۶۷). وی علل این تحول را تغییراتی می داند که در تعادل جمعیت پدید می آید. در این دوره، جمعیت افزایش می یابد و طول عمر انسان ها در پرتو پیشرفت های پزشکی و بهداشتی بالا می رود، این در حالی است که با کمیایی مواد غذایی مواجه نمی شویم، بلکه برعکس با پیشرفت های صنعتی در زمینه کشاورزی، منابع مورد نیاز انسان فراوان تر می شود. در چنین شرایطی، عدم تعادلی که بر اثر بالا رفتن میزان زاد و ولد و کاهش میزان مرگ و میر در وضع جمعیت پدید می آمد و همچنین بهبود نسبی شرایط زندگی مردم، ایستایی اجتماعی و واکنش های مکانیکی مردم نسبت به فشار سنت ها که از ویژگی های مهم جوامع پیشین بود، به تدریج از میان می رود. همچنین در این مرحله، انتقال میراث فرهنگی از طریق نوشتار به ویژه چاپ انجام می گیرد، در حالی که در دوره قبل اسطوره ها و حماسه ها سینه به سینه از نسلی به نسل دیگر منتقل می شد. در این دوره نسل "از درون هدایت شده" کتاب خود را در انزوا و یا در گوشه ای از اتاق خود می خواند (دادگران، ۱۳۸۴: ۸۷).

۳) جامعه مصرف و فراوانی: در مرحله سوم، جامعه انسانی رایزمن، جای خود را به جامعه نوین می دهد. این دوره، دوره "دگر راهبر" است؛ دورانی که ظهور وسایل ارتباط جمعی و پدیده هایی چون هدایت از راه دور، بت واره پرستی، شیء سروری و بحران هویت از ویژگی های آن می باشد. در این دوره عده ای با استفاده از قدرت جادویی وسایل ارتباط جمعی توده ها را تحت تأثیر قرار می دهند و الگوهای خاص فکری و اجتماعی خود را القا می کنند. انسان در این دوره در پی کمرنگ کردن روابط سنتی و خانوادگی، خویشاوندی، همسایگی و دوستی های قدیم می باشد و در برابر رسانه ها و گردانندگان قدرتمند آن و همچنین وسوسه های ناشی از آن بسیار آسیب پذیر است. به زعم رایزمن این دوره در تاریخ انسان با عنوان دوره ای ثبت خواهد شد که در آن،

رسانه ها و گردانندگان آن ها الگوهای حیات اجتماعی را می سازند (رابرتسون، ۱۳۷۴: ۱۳۱). رابرمن گذار به این نوع جامعه را با نوعی انقلاب همراه می داند که چارچوب آن در انتقال از حالت تولید به حالت مصرف است. وی بار دیگر برای توجیه این مرحله از تحول، دست به دامان عامل جمعیت می شود. با این تفاوت که در این مرحله، به علت پیشرفت های علمی و بهداشتی، میزان مرگ و میر در جوامع بسیار پیشرفته صنعتی پایین می آید؛ اما چون به موازات آن از شمار زاد و ولد کاسته می شود، جمعیت افزایش پیدا نمی کند و بار دیگر میان این دو تعادل برقرار می شود. ولی این بار رایزمن ناچار می شود در کنار عامل جمعیتی، به عامل مؤثرتر، به ویژه پیشرفت هایی تکنیکی و تحولات اقتصادی توجه کند. رسانه ها افراد را می سازند، آن هم نه در میان جمع خانواده و یا در گوشه عزلت، بلکه در میان گروه دوستان و همسالان. تأثیر آموزشی رسانه ها در تمام طول حیات انسان تداوم می یابد و رسانه هایی مانند تلویزیون و رادیو دائماً افراد کلیشه ای و متحدالشکل "توده تنها" را هدایت می کنند و رفتار آن ها را نظم می بخشند (دادگران، ۱۳۸۴: ۸۶). پس به طور خلاصه می توان گفت رایزمن معتقد بود میان مرحله "سنت راهبر" و ارتباطات شفاهی و میان مرحله "درون رهبر" و چاپ و سپس بین مرحله "دگر راهبر" یا "از برون هدایت شده" و ارتباط جمعی رابطه ای آشکار وجود دارد.

نظریه کاشت

نظریه کاشت یا پرورش گریز، بر کش متقابل میان رسانه و مخاطبانی که از آن رسانه استفاده می کنند و نیز بر چگونگی تأثیر گذاری رسانه ها بر مخاطبان تأکید دارد. فرض اساسی این نظریه این است که بین میزان مواجهه و استفاده از رسانه و واقعیت پنداری در محتوا و برنامه های آن رسانه ارتباط مستقیم وجود دارد؛ به این صورت که ساعت های متمادی مواجهه با رسانه ای خاص باعث ایجاد تغییر نگرش و دیدگاه های موافق با محتوای رسانه می شود. در واقع، نظریه پرورش با تعیین میزان و نوع برنامه های مورد استفاده از رسانه ها، میزان تأثیر را مطالعه می کند تا به سازوکار و نحوه تأثیر دست پیدا کند (عباسی قادی و خلیلی کاشانی، ۱۳۹۰: ۸۱). نظریه کاشت یکی از اشکال اثر رسانه ها در سطح شناختی بوده و مربوط به این موضوع است که قرار گرفتن در معرض رسانه ها، تا چه حد می تواند باورها و تلقی عموم از واقعیت خارجی را شکل دهد. نظریه کاشت با اشاعه برای ارائه الگویی از تحلیل، تبیین شده است تا نشان دهنده تأثیر بلندمدت رسانه هایی باشد که اساساً در سطح برداشت اجتماعی عمل می کنند (احمدزاده کرمانی، ۱۳۹۰: ۳۳۶). در واقع، محور بحث گریز این است که اهمیت تاریخی رسانه ها بیشتر در ایجاد شیوه های مشترک در انتخاب مسائل و موضوعات و چگونگی نگرستن به رخدادها و وقایع است. این شیوه های مشترک، محصول استفاده از تکنولوژی و نظام ارائه پیام است که نقش واسطه را به عهده دارند و به دید و درک مشترک از جهان اطراف منجر می شوند. گریز محصول چنین فرایندی را "کاشت الگوهای مسلط ذهنی" می نامد. از نظر وی رسانه ها متمایل به ارائه دیدگاه های هم شکل و کم و بیش یکسان از واقعیت اجتماعی هستند و مخاطبان آن ها براساس این چنین مکانیسمی فرهنگ پذیر می شوند. گریز تا آن جا پیش می رود که می گوید: "رسانه ها به دلیل نظم و هماهنگی که در ارائه پیام در طول زمان دارند، قدرت تأثیر گذاری فراوانی دارند؛ به طوری که باید آن ها را شکل دهنده جامعه دانست". گریز بعدها در پاسخ به انتقادات وارده بر نظریه کاشت مبنی بر لحاظ نکردن سایر متغیرهای متداخل بر کاربران، این نظریه را مورد تجدید قرار داد. وی دو مفهوم "جریان اصلی" و "تشدید" را به این نظریه اضافه کرد. با این مفاهیم این واقعیت ها در نظر گرفته می شود که میزان مواجهه با رسانه ای خاص، نتایج متفاوتی را برای گروه های اجتماعی مختلف در بردارد. جریان اصلی هنگامی رخ می دهد که میزان مواجهه با رسانه، به تقارن دیدگاه در گروه ها منجر شود و تشدید، زمانی روی می دهد که اثر کاشت در گروه خاصی از جمعیت بیشتر شود (سورین و تانکار، ۱۳۸۶: ۳۹۲). اکنون داعیه این نظریه این است که استفاده از رسانه با متغیرهای دیگر در تعامل قرار می گیرد؛ به شیوه ای که مواجهه با رسانه ای خاص، بر برخی از افراد و گروه ها اثر قوی خواهد داشت و بر برخی از گروه ها تأثیری نخواهد گذاشت. گریز

معتقد است زمانی که شخص متغیرهای دیگر (میزان نوع، مدت و ویژگی های فردی و اجتماعی) را همزمان کنترل کند، اثر باقی مانده که قابل انتساب به رسانه ای خاص باشد، نسبتاً کم است.

نظریه میلتن روکیچ

بنا به گفته روکیچ، "ارزش" عقیده یا باور نسبتاً پایداری است که فرد با تکیه بر آن یک شیوه رفتاری خاص با یک حالت غایی را که شخصی یا اجتماعی است، به یک شیوه رفتاری خاص یا یک حالت غایی که در نقطه مقابل حالت برگزیده قرار دارد، ترجیح می دهد. او به طور کلی، نظام ارزشی را سازمانی از اعتقادات مرتبط با مدل های مورد پذیرش برای اعمال یا وجود حالت نهایی در امتداد یک سلسله از اهمیت نسبی می داند (یوسفی، ۱۳۸۹: ۱۷). روکیچ ارزش ها را به دو گروه ارزش های نهایی و ارزش های ابزاری تقسیم کرده و معتقد است که ارزش ها شیوه های برتر رفتار هستند و به عنوان وسیله ای برای رسیدن به هدف مطرح می باشند (آزاد مرزآبادی، ۱۳۸۷: ۱۱۸). او برای هر کدام از ارزش های غایی و ابزاری، دو دسته ارزش تشخیص می دهد. ارزش های غایی عبارت اند از: ارزش هایی که کانون تمرکز اجتماعی دارند مثل جهان در صلح، ارزش هایی که کانون تمرکز شخصی دارند، مثل رستگاری. ارزش های ابزاری نیز عبارت اند از: ارزش هایی که کانون تمرکز اخلاقی دارند، به این معنا که فرد در صورت پیروی نکردن از ارزش در رفتار یا احساس گناه و عذاب وجدان روبه رو می شود. ارزش هایی که متوجه شایستگی و خوشکوفایی و دارای کانون تمرکز شخصی هستند. روکیچ معتقد است که باورها، گرایش ها و ارزش ها (ابزاری یا غایی) همگی در چارچوب نظامی کلی که همان نظام باورهای فراگیر است، نظم می یابد و نوعی آمیختگی و ارتباط کارکردی بین عناصر یا اجزای آن وجود دارد که روشنگر اهمیت نسبی هر یک از عناصر نظام کلی باورهاست. بنابراین، ارزش های غایی مهمتر و مرکزی تر از ارزش های ابزاری هستند. همان گونه که اهمیت ارزش های ابزاری از گرایش ها بیشتر است (یوسفی، ۱۳۸۹: ۱۸). در واقع روکیچ بر این باور است که ارزش ها به انسان ها آموزش داده می شوند و پس از یادگیری آنها در درون یک نظام ارزشی سازمان می یابند - هر ارزش در آن نظام براساس رابطه اش با ارزش های دیگر مرتب می شود. ارزش ها می توانند برای هر فرد کارکردهای مختلفی داشته باشند. آنها استانداردهای رفتاری ما را شکل می دهند و در تصمیم گیری به ما کمک می کنند. برای مثال، ارزش ها در بازنمایی و معرفی ما به دیگران، در مقایسه ای که نسبت به اعمال و اهداف مختلف داریم، تلاشی که در جهت اثر گذاری بر روی دیگران انجام می دهیم، در فرموله کردن نگرش هایمان، در ارزیابی و نکوهش دیگران و غیره به ما کمک می کنند. همچنین روکیچ عوامل شکل دهنده نظام ارزشی افراد را به قرار زیر بیان می کند: تشابهات فرهنگ، نظام اجتماعی، طبقه، جنس، شغل، تحصیل، مذهب، تربیت و تمایلات سیاسی. وی بروز تغییرات در نظام ارزشی افراد را ناشی از تأثیرات دو دسته عوامل شخصیتی یا فردی و عوامل فرهنگی یا نهادهای اجتماعی می داند. وی اذعان می دارد که ارزش ها، محصولات نیروهای نهادی و فرهنگی هستند که بر افراد تأثیر می گذارند. نهادهای اجتماعی گوناگون که فرد در سرتاسر زندگی خود در یک فرهنگ مشخص در معرض آن قرار می گیرد، نمایندگان و عاملان انتقال به شمار می روند. این نهادهای اجتماعی ممکن است یکدیگر را در ارزش هایی که مروج آنها هستند، تقویت کنند، ولی ممکن است در اولویت هایی که به ارزش های خاص نسبت می دهند، با هم به رقابت برخیزند (یوسفی، ۱۳۸۹: ۱۹). وی بر این باور بود که هر فرد به طور نسبی ارزش هایی دارد که اهمیت ویژه ای برایش دارد. روکیچ معتقد است که نظام باورهای کلی هر فرد به صورت کارکردی و سلسله مراتبی ساختار بندی شده است. بنابراین، اگر بخشی از یک سیستم تغییر کند، بخش های دیگر آن نیز تحت تأثیر قرار می گیرد و تغییر می کند، و به تبع آن رفتار فرد را نیز تحت تأثیر قرار می دهد.

نظریه یورگن هابرماس

حوزه عمومی مورد نظر هابرماس، فضایی است که در آن فضا افراد به شیوه عقلانی بتوانند به بحث بپردازند و در این بحث به توافقی برسند و افراد در این محیط ها بتوانند به طور برابر شرکت کنند. قدرت در این بحث ها دخالت ندارد. هر موضوعی بتواند در این بحث ها مطرح شود و افراد بتوانند در این بحث ها مسائل خصوصی خود را مطرح کنند (آزاد ارمکی و امامی، ۱۳۸۳). منظور هابرماس از حوزه عمومی، قلمروی از حیات اجتماعی است که در آن بتوان چیزی را در برخورد با افکار عمومی شکل داد و شهروندان باید از امکان دسترسی به حوزه عمومی برخوردار باشند. در جریان هر گفتگو که افراد کنار هم جمع می شوند تا یک اجتماع را تشکیل دهند، در حقیقت بخشی از حوزه عمومی تشکیل می شود. افرادی که در کنار هم جمع شده اند زمانی به منزله عموم عمل می کنند که بدون اجبار بتوانند به مسائل مورد علاقه مردم یا منافع عمومی بپردازند و این زمانی امکان پذیر است که تضمین های لازم برای گرهمایی و اجتماع آنان فراهم باشد و آزادانه بتوانند به یکدیگر پیوندند و آزادانه افکار خود را تبلیغ نمایند (نوذری، ۱۳۸۱: ۶۶۶). هابرماس برای حوزه عمومی ویژگی هایی را بر می شمارد که عبارت اند از: حوزه عمومی بستر شکل گیری افکار عمومی است و محل بحث و تبادل نظر افراد پیرامون مسائل و علایق عمومی است. در این حوزه شهروندان بر سر منافع عمومی به بحث و تبادل نظر می پردازند. این حوزه میانجی گروه های همسو و قدرت عمومی است. اصل مشارکت و نظارت دموکراتیک، یکی از پایه های اساسی در این حوزه است. حق ورود در این حوزه برای تمامی شهروندان تضمین شده است. افراد شرکت کننده برای پیش بردن استدلال ازارزش ها و مبانی مقدس استفاده نمی کنند. در این حوزه خرد جمعی حاکم است؛ یعنی مهم توافق عام و اشتراک عقیده است که از طریق استدلال و گفتن منافع عمومی به دست می آید. در حوزه عمومی به لحاظ فرهنگی و فکری ابعاد متعددی مطرح می شود و فضای حوزه عمومی به روی عقاید متفاوت باز است (علیخواه، ۱۳۷۸: ۱۱۷). در صورت گسترده بودن حوزه عمومی، ارتباط میان افراد مستلزم ابزار معینی است. در جامعه امروزی که مراکز تولید اطلاعات افزون شده، نقش ابزارهای ارتباطی نیز تشدید گردیده است. امروزه دیگر کسی بدون ابزارهای ارتباطی توان ایجاد برقراری ارتباط موثر با دیگران در حوزه عمومی را نخواهد داشت. به تعبیر هابرماس، امروزه با توجه به گسترش و رشد عظیم تکنولوژی و علم، ابزار و امکانات پراکنش ارتباطات نیز گسترش یافته اند که از جمله مهمترین این ابزار می توان به روزنامه، نشریات، رادیو و تلویزیون، سینما، کامپیوتر، شبکه های اینترنت و... به عنوان مهمترین ابزار حوزه عمومی اشاره کرد (نوذری، ۱۳۸۱: ۶۶۷). هابرماس در کتاب "نظریه کنش ارتباطی" در تبیین کنش ارتباطی می نویسد: "در مقابل اینها (کنش راهبردی و ابزاری) من از کنش ارتباطی سخن می گویم؛ آنجا که کنش های کارگزاران نه از طریق محاسبات خودخواهانه موفقیت، بلکه از طریق عمل حصول تفاهم هماهنگ می شود. در کنش ارتباطی، مشارکت کنندگان در وهله اول به سوی موفقیت های فردی خود سمت گیری نمی کنند. آن ها هدف های فردی خود را تحت شرایطی دنبال می کنند که بتوانند نقشه های کنش خود را بر مبنای تعاریف مشترک از وضعیت هماهنگ کنند" (هابرماس، ۱۳۸۴: ۳۹۰). در مورد مفهوم "حصول تفاهم" که مولفه کلیدی فهم کنش ارتباطی به شمار می رود، رسیدن به هم فهمی دوطرفه در کنش ارتباطی بوده و فرایند رسیدن به توافق در میان فاعلان در مقام گوینده و عمل کننده می باشد (همان: ۳۹۱). هابرماس معتقد است که نیازهای اساسی یا اصیل معینی وجود دارد که تمامی افراد کاملاً آزاد آن ها را دارند و این نیازها توسط هر کس که صمیمانه وارد یک گفت و گوی عملی شود، ضرورتاً کشف خواهد شد (استیون، ۱۳۸۰: ۷). هابرماس می افزاید: "روابط میان گویندگان و شنوندگانی که از توانش ارتباط برخوردارند، موجب می شود تا یکی دیگر از کارکردهای گفتار که همان شیوه با کاربرد زبان عادی تلفیق شده است، وارد عمل گردد. در کاربرد توصیفی زبان، هر گفتار کنش نوعی در بردارنده قول صمیمیت یا صداقتی است که با آن «من» گوینده احساسات، نیازها،

مدل نظری تحقیق

The conceptual model illustrates the relationships between the following variables:

- Network Usage (شبکه اجتماعی تلگرام):** Measured by five indicators:
 - میزان استفاده (Usage level)
 - استفاده اطلاعاتی (Informational use)
 - استفاده تجاری (Commercial use)
 - استفاده ارتباطی (Relational use)
 - استفاده تفریحی (Recreational use)
- Religious Literacy (دانش مذهبی):** Measured by four indicators:
 - اعتقادی (Doctrinal)
 - منازکی (Jurisprudential)
 - تجربی (Experiential)
 - پیمایی (Comparative)
- Religious Literacy Awareness (آرزش های خانوادگی):** Measured by two indicators:
 - آرزش های سنتی (Traditional values)
 - آرزش های مدرن (Modern values)

The model shows that both Network Usage and Religious Literacy have direct paths to Religious Literacy Awareness. There is also a direct path from Network Usage to Religious Literacy.

- بین میزان و نوع استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام و ارزش های خانوادگی جوانان رابطه وجود دارد.
- بین میزان و نوع استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام و میزان پایبندی به باورهای مذهبی (دینداری) رابطه وجود دارد.
- بین پایگاه اقتصادی - اجتماعی جوانان و ارزش های خانوادگی آنان رابطه وجود دارد.
- بین میزان پایبندی به باورهای مذهبی (دینداری) جوانان و ارزش های خانوادگی آنان رابطه وجود دارد.

از لحاظ هدف، تحقیق از نوع کاربردی، از لحاظ شیوه تجزیه و تحلیل داده ها توصیفی و همبستگی می باشد و هدف آن شناخت و توصیف وضعیت موجود ارزش های خانواده (متغیر وابسته) در جامعه آماری مورد مطالعه و تعیین رابطه آن با ویژگی های اجتماعی- فردی و مولفه های نو سازی فرهنگی (متغیر مستقل) می باشد. بنابراین از لحاظ روش گردآوری داده ها از دو روش اسنادی (کتابخانه ای) و روش میدانی (پیمایش و مصاحبه) استفاده شده است. در روش اسنادی جهت تدوین جامع چارچوب نظری تحقیق، مطالعات انجام گرفته قبلی و نظریه های جامعه شناسی در تحلیل ارزش های خانواده بررسی شده است و پس از ارزیابی تحقیقات و نظریه های مرتبط با موضوع، از یک طرف و شناخت وضعیت فعلی جامعه، تدوین شاخص ها و متغیرهای تحقیق انجام گرفته است.

الف) تعریف مفهومی: شبکه را می توان به هر مجموعه یا سیستم درون پیوندی نسبت داد که هدف آن به اشتراک گذاشتن یک قابلیت یا توانایی بین دو یا چند نظام در محدوده مکان و زمان است و در حالت مطلوب،

محدودیت مکانی و زمانی ندارد. در واقع، شبکه مجموعه ای است از اشیا یا دستگاه ها مانند تلفن، فکس و کامپیوتر که به هم متصل اند. گونه ای از این شبکه ها، اجتماعی هستند. در این نوع شبکه، انسان ها با یکدیگر ارتباط دارند. ساده ترین شبکه اجتماعی را می توان خانواده، بستگان، قبیله، دوستان و همکاران دانست. نوع دیگری از شبکه های اجتماعی نیز وجود دارند که در آن روابط اشخاص، بر پایه رایانه و اینترنت به گونه برخط (آنلاین) انجام می پذیرد.

ب) تعریف عملیاتی: برای سنجش متغیر شبکه اجتماعی تلگرام از دو بعد میزان استفاده و نوع استفاده، سوالات به صورت محقق ساخته طراحی و سوالات هر مولفه بر اساس طیف لیکرت به صورت پنج گزینه ای طراحی شده است. (طالبی، ۱۳۹۰: ۲۲۳). در مورد مفهوم سازی شبکه اجتماعی تلگرام گویه هایی برای سنجش هر یک از ابعاد ذکر شده در نظر گرفته شده اند. این گویه ها به صورت تعریف عملیاتی متغیرهای تحقیق در جدول شماره ۱ آمده است.

جدول ۱: معرف ها، گویه ها و سطح سنجش شبکه اجتماعی تلگرام

ردیف	مؤلفه	گویه ها
شبکه اجتماعی تلگرام	استفاده اطلاعاتی	اشتراک گذاری و ارسال اطلاعات و اخبار سیاسی و اجتماعی، اقتصادی و حوادث و ...
		اشتراک گذاری و ارسال اطلاعات و اخبار پزشکی، بهداشتی، سلامت و تغذیه
		اشتراک گذاری و ارسال اطلاعات و اخبار تفریحی، سرگرمی و اوقات فراغت
	استفاده اطلاعاتی	اشتراک گذاری و ارسال اطلاعات و اخبار موضوعات ورزشی
		اشتراک گذاری و ارسال اطلاعات مذهبی و دینی
		اشتراک گذاری و ارسال اطلاعات و منابع علمی
	استفاده تجاری	معرفی تولیدات به دیگران از طریق کانال
		تبلیغات فروشگاه ها و شرکت ها
		خرید و فروش کالا
	استفاده تفریحی	وقت گذرانی در تلگرام
		گوش دادن به موسیقی
		تماشای فیلم کوتاه، کلیپ و عکس
		دانلود انواع فایل های صوتی، تصویری و سرگرمی

شبکه اجتماعی تلگرام	نوع استفاده	استفاده ارتباطی	چت کردن
			ارسال و دریافت پیام از طریق تلگرام
			نظر دادن یا پاسخ دادن به نظریات دیگران
			مشارکت در هر نوع نظرسنجی تلگرامی
	میزان استفاده	به طور متوسط در شبانه روز چند ساعت از تلگرام استفاده می کنید ؟	

گرایش مذهبی (دینداری)

الف) تعریف مفهومی: با بررسی عناصر مشترک تعاریف مربوط به دین، می توان دین را مجموعه ای از اعتقادات، احساسات و اعمال فردی و جمعی که به یک حقیقت متعالی (خدا) مرتبط است، تعریف نمود. دینداری یا التزام دینی نیز مفهومی است که به پذیرش این اعتقادات و انجام اعمال خاص و به طور کلی تبعیت از دستورهای دین و مجری آنها بودن اشاره دارد. در واقع، اطلاق لفظ دینداری هنگامی صورت می گیرد که مردم یا گروهی از افراد، تمام یا بخشی از تعالیم و دستورهای دینی را پذیرفته باشند. بنابراین می توان گفت که دینداری عبارت است از: التزام فرد به دین مورد پذیرش خویش. این التزام در مجموعه ای از اعتقادات، احساسات و اعمال فردی و جمعی که حول خداوند و رابطه ایمانی با او دور می زند، سازمان می پذیرد. (شایسته، ۱۳۶: ۱۳۸۶)

ب) تعریف عملیاتی: برای سنجش متغیر دینداری از سه بعد اعتقادی، مناسکی و پیامدی، سوالات محقق ساخته و استاندارد، طراحی و سوالات هر مولفه بر اساس طیف لیکرت به صورت پنج گزینه ای طراحی شده است. همان طور که گفته شد، دینداری در این تحقیق بر مبنای مقیاس گلاک و استارک مورد سنجش قرار گرفت که شامل سه بعد می باشد. در مورد مفهوم سازی دینداری جوانان گویه هایی برای سنجش هر یک از ابعاد ذکر شده در نظر گرفته شده اند.

جدول ۲: معرف ها، گویه ها و سطح سنجش گرایش مذهبی

مفهوم	ابعاد	گویه ها
گرایش مذهبی	اعتقادی	می دانم خدایی وجود دارد و هیچ شکی در آن ندارم. (اعتقاد به وجود خداوند)
		حضرت محمد از طرف خداوند مبعوث شده است. (اعتقاد به بعثت پیامبر از سوی خداوند)
		اطاعت از امامان معصوم (ع) اطاعت از خداست.
		به عقیده من این دنیا آکنده از ظلم و جور، با ظهور مهدی پر از عدل و داد خواهد شد. (اعتقاد به ظهور حضرت مهدی (ع) و اجرای عدالت از سوی او)
		من به وجود فرشتگان اعتقاد دارم.
		قران کلام خداوند است و هر چه می گوید حقیقت محض است.
		در روز قیامت به اعمال و کردار ما رسیدگی می شود. (اعتقاد به روز قیامت و رسیدگی به اعمال)

نماینده	مذهبی	نماز خواندن
		روژه گرفتن
		رفتن به مسجد محل یا هر موسسه اسلامی دیگر
		رفتن به نماز جماعت
		رفتن به زیارت امام زاده ها
		شرکت در مجالس روضه و عزاداری اهل بیت(ع)
		شرکت در مجالس سخنرانی مذهبی
		شرکت در جلسات قرائت یا تفسیرقرآن
		شرکت در جشن ها و اعیاد مذهبی
		کسی که به خدا ایمان دارد از مرگ نمی ترسد.
نماینده	عقلی	بعضی وقت ها احساس ترس از خداوند به من دست می دهد.
		هرگاه به حرم یکی از امامان و اولیا می روم، احساس معنویت عمیقی به من دست می دهد.
		زندگی در جامعه ما که ارزش های اسلامی در آن حاکم است بهتر از زندگی در کشورهای غربی است با همه رفاهی که دارند.
		آیا حلال یا حرام بودن لقمه برای شما اهمیت دارد؟
نماینده	عقلی	برای دفاع از دین و اعتقادات تا چه حد آماده اید در جنگ علیه دشمن شرکت کنید؟
		فکر می کنید تا چه حد لازم است به غسل های واجب اهمیت دهید؟
		بعضی ها معتقدند که به عنوان مسلمان باید سعی کنیم به افرادی که خلاف شرع عمل می کنند تذکر دهیم و آنها را امر به معروف و نهی از منکر کنیم.

ارزش های خانوادگی

الف) تعریف مفهومی: ارزش های خانوادگی مفهومی است که رسالت تداوم خانواده و به تبع آن تداوم نسل ها را در خود دارد و هم اوست که کیفیت و کمیت نسل فردا را رقم می زند. کولین در مقاله خود در سال ۱۹۹۴ ارزش های خانوادگی را چنین تعریف می کند: "کیفیت هایی که هسته خانواده را تعریف می کنند و پیوند مادام العمر بین زن و مرد و سایر اعضای خانواده را تضمین می نمایند. به عبارت دیگر، ارزش های خانوادگی، اموری بسیار مهم اند که موجب استحکام بنیان خانواده می شوند" (کولین به نقل از حسین بگی، ۱۳۸۳: ۱۹).

ب) تعریف عملیاتی: برای سنجش ارزش های خانوادگی و تغییرات این ارزش ها از مفاهیمی چون نگرش به خانواده، اهمیت خانواده (خانواده گرایی) استفاده و سوالات هر مولفه بر اساس طیف پنج گزینه ای لیکرت اندازه گیری شده است. در ارتباط با مفهوم سازی ارزش های خانوادگی، گویه هایی برای سنجش هر یک از ابعاد ذکر شده در نظر گرفته شده اند.

بررسی تاثیر شبکه اجتماعی تلگرام و مکانیسم تاثیرگذاری آن بر ارزش های خانواده (مورد مطالعه: جوانان شهر تهران)

جدول ۳: معرف ها، گویه ها و سطح سنجش ارزش های خانوادگی

مفهوم	ابعاد	گویه ها
ارزش های خانوادگی	ارزش های سنتی و مدرن	اهمیت قائل شدن به خوردن شام به طور دسته جمعی
		دوست داشتن تفریح دسته جمعی با اعضای خانواده
		اهمیت قائل شدن به اطاعت از حرف پدر مادر
		مشورت با اعضای خانواده
		قبول داشتن افکار و عقاید پدر و مادر
		اظهار نظر پدر و مادر در انتخاب دوست فرزندان
		لذت بردن از گفتگو با اعضای خانواده
		جلب رضایت پدر و مادر جهت ازدواج
		اهمیت قائل شدن به نظرات پدر و مادر
		دختر هر چه زودتر ازدواج کند بهتر است
		یک دختر یا پسر پس از رسیدن به سن ازدواج باید حتما ازدواج کنند و مجرد ماندن قابل قبول نیست.
		مسائل خانوادگی بسیار خصوصی است و نباید دیگران از آن مطلع شوند.
		در خانه حرف اول و آخر را باید مرد بزند.
		هرچه ارتباط کمتری با خویشاوندان داشته باشیم بهتر است.

روش شناسی پژوهش روایی و پایایی ابزار اندازه گیری

در این پژوهش برای برآورد اعتبار سوالات پرسشنامه، از اعتبار محتوایی استفاده شده است. اعتبار محتوایی به معنی شناسایی اعتبار شاخص ها یا معرف های پژوهش از طریق مراجعه به داوران می باشد. بدین ترتیب در پژوهش حاضر پژوهشگران از طریق بررسی ادبیات موضوع و نظر خبرگان این حوزه به این نتیجه رسیده اند که شاخص گنجانده شده در سوالات پرسشنامه معرف حوزه معنایی مفاهیم مورد مطالعه هستند. همچنین برای حصول اطمینان از پایایی ابزار سنجش، پرسشنامه مورد پیش آزمون قرار گرفت. به این صورت که تعداد ۵۰ نفر از پاسخگویان پرسشنامه تنظیم شده را تکمیل نمودند. پس از تکمیل، پرسشنامه های مذکور کدگذاری و در نرم افزار SPSS وارد شدند و پایایی آن ها به وسیله آلفای کرونباخ ارزیابی گردید. نتایج به دست آمده در غالب موارد بیش از ۷۰ درصد بود که نشان دهنده پایایی و قابلیت اعتماد پرسشنامه می باشد (جدول ۱) برای روایی سازه ها نیز با استفاده از نرم افزار Amos عاملی انجام گرفت و سپس با اطمینان از اعتبار آن به تحلیل داده ها اقدام گردید. داده ها با نرم افزار spss در دو سطح توصیفی و استنباطی مورد پردازش قرار گرفته است. همچنین برای تحلیل داده ها از رگرسیون چند متغیره و مدل سازی معادلات ساختاری استفاده شده است.

$$n = \frac{nt^2 s^2}{Nd^2 + t^2 s^2}$$

جدول ۴: ضریب آلفای کرونباخ مقیاس‌های تحقیق

ضریب آلفای کرونباخ		تعداد	متغیرهای پنهان	
مقیاس	خرده مقیاس		خرده مقیاس	مقیاس
۰/۸۶	۰/۸۷	۶	استفاده اطلاعاتی	شبکه اجتماعی تلگرام
	۰/۸۱	۳	استفاده تجاری	
	۰/۸۸	۴	استفاده ارتباطی	
	۰/۷۹	۴	استفاده تفریحی	
	۰/۸۵	۷	میزان استفاده	
۰/۸۹	۰/۹۱	۷	اعتقادی	میزان پایبندی دینی
	۰/۸۹	۹	مناسکی	
	۰/۷۹	۳	تجربی	
	۰/۷۲	۵	پیامدی	
۰/۸۴	۰/۸۴	۱۴	ارزش های سنتی و مدرن	ارزش های خانواده

جامعه و نمونه آماری و استراتژی نمونه گیری و تعیین حجم نمونه

با توجه به ماهیت موضوع پژوهش و اهداف مورد نظر، جامعه آماری تحقیق حاضر شامل مجموعه جوانان گروه سنی ۱۸-۲۹ سال می‌باشند که در شهر تهران بزرگ سکونت دارند. با توجه به تعریف جامعه آماری، هر یک از افراد این گروه سنی به عنوان واحد آماری محسوب می‌شود که براساس آمار سال ۱۳۹۰ برابر ۲۲۱۹۶۵۳ نفر است (سرشماری عمومی نفوس و مسکن ۱۳۹۰). از این تعداد، ۱۰۸۸۰۹۶ نفر زن و ۱۱۳۱۵۵۷ نفر مرد هستند. روش نمونه گیری در این تحقیق، از نوع "نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای" است. بر این اساس در مرحله اول نمونه گیری، مناطق ۲۲ گانه شهرداری تهران به سه قسمت یا خوشه تقسیم شدند؛ به طوری که مناطق ۱ تا ۵ در گروه ۱، مناطق ۶ تا ۱۴ در گروه ۲ و مناطق ۱۵ تا ۲۲ در گروه ۳ طبقه بندی شدند. جدول زیر جمعیت گروه سنی ۱۸-۲۹ سال شهر تهران را به تفکیک جنس نشان می‌دهد. بر اساس این جدول جمعیت گروه سنی ۱۸-۲۹ سال شهر تهران برابر ۲۲۱۹۶۵۳ نفر می‌باشد که بر طبق فرمول کوکران حجم نمونه ۳۸۴ نفر می‌باشد. لذا از روش نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای استفاده شده است. بدین صورت که ابتدا نقشه شهر تهران بر اساس مناطق ۲۲ گانه تهیه گردید. سپس بر طبق اطلاعات به دست آمده از شهرداری به ۲۴ خوشه تقسیم بندی گردید. در ادامه هر کدام از خوشه ها به شهرک ها و محله و در ادامه به بلوک هایی تقسیم بندی گردید. در مرحله بعد با استفاده از نمونه گیری تصادفی از هر خوشه، از بین محله های مشخص شده یک محله که معرف کل خوشه باشد، انتخاب شد. در ادامه از داخل هر کدام از نواحی که به بلوک هایی مشخص تقسیم شده اند، اطلاعات جمع آوری شد. بدین صورت که بین فهرست بلوک های هر قسمت تعیین شده، تعدادی بلوک (به تعداد یک دهم حجم نمونه در هر قسمت) به صورت تصادفی انتخاب و سپس با منظور کردن عدد ۱۰ به عنوان فاصله نمونه، در هر بلوک ۱۰ خانوار به صورت منظم انتخاب شدند. به علاوه، در هر بلوک نقطه شروع نمونه گیری از بین اعداد ۱ تا ۱۰ به صورت تصادفی تعیین شده است. شروع نمونه گیری در هر بلوک از سمت شمال شرقی آن و در جهت حرکت عقربه ساعت صورت گرفته و

بلوک هایی که کمتر از ۱۰ خانوار دارند، همراه با بلوک سمت غرب یا نزدیکترین بلوک مسکونی به آنها در نظر گرفته شدند. روش تعیین حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران به صورت زیر بوده است:

از آن جا که حد مطلوب اطمینان در این پژوهش ۰/۹۵ در نظر گرفته شده، در نتیجه سطح احتمال مورد نظر (d) برابر با ۰/۰۵ و اندازه متغیر در توزیع طبیعی یا ضریب اطمینان (t) برابر با ۱/۹۶ است. برای تعیین واریانس، می توان از پیش برآورد استفاده کرد. بزرگ ترین نمونه لازم برای پاسخ گویی به سوالات یک تحقیق وقتی به دست می آید که احتمال دارا بودن صفت یا قرار گرفتن در نمونه (p) برابر ۰/۵ باشد. در این صورت، اشتباه استاندارد کم ترین مقدار را به خود می گیرد (سرایی، ۱۳۸۴: ۱۲۴). همچنین، بر اساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۰ جامعه آماری (N) افراد ۱۸-۲۹ سال ساکن در شهر تهران بزرگ برابر با ۲۲۱۹۶۵۳ است که با توجه به داده های بالا و فرمول کوکران حجم نمونه (n) برابر با ۳۸۴ نفر خواهد بود- برای کاهش خطای ناشی از نمونه گیری و احتمال ناقص بودن برخی از پرسشنامه ها، این تعداد به ۳۹۰ نفر افزایش داده شد.

روش و تجزیه و تحلیل داده ها

فرضیه های اصلی تحقیق با استفاده از مدل سازی معادله ساختاری آزمون شده اند. آزمون فرضیه ها با استفاده از این تکنیک به محقق یاری می رساند تا با متغیرهای اصلی درگیر در فرضیه به عنوان متغیرهای پنهان برخورد کند و خطاهای اندازه گیری را در برآورد پارامترهای مرتبط با آزمون فرضیه دخالت دهد. به منظور انجام محاسبات از نسخه ۲۲ دو نرم افزار spss و Amos استفاده شده است.

یافته های پژوهش

یافته های توصیفی متغیرهای پژوهش

بر اساس آمار از ۳۹۰ نفر پاسخگو، ۵۱/۳ درصد مرد و ۴۸/۷ درصد زن بوده اند که از این تعداد، ۳۳/۳ درصد را افراد رده اول سنی ۱۸-۲۱، ۳۵/۴ درصد را افراد رده دوم سنی ۲۲-۲۵ و ۳۱/۳ درصد دیگر را جوانان رده سوم سنی ۲۶-۲۹ تشکیل می دهند. ۸۱ درصد ترکیب جامعه نمونه را مجردان و ۱۴/۹ درصد را افراد متأهل تشکیل می دهند- البته ۳/۳ درصد نیز به این پرسش پاسخ ساینده داده اند. از نظر سطح تحصیلات ۱۷۲ نفر (۴۴/۱ درصد) دارای مدرک کارشناسی بوده که نمای توزیع است و کمترین تعداد با فراوانی ۲ نفر (۰/۵ درصد) دارای تحصیلات حوزوی هستند. همچنین، ۶/۲ درصد افراد دارای مدرک زیر دیپلم، ۲۵/۱ درصد دارای مدرک دیپلم، ۱۷/۷ درصد دارای مدرک فوق دیپلم، ۵/۶ درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد و ۰/۸ درصد دارای مدرک دکتری هستند. حدود ۱۵/۴ درصد از پاسخگویان در مناطق بالایی (۱ تا ۳)، ۶۴/۱ درصد در مناطق میانی (۴ تا ۱۶)، و ۲۰/۵ درصد در مناطق پایینی (۱۷ به بالا) سکونت داشته اند. در مورد وضع فعالیت پاسخگویان، نتایج بیانگر آن است که ۲۶/۱ درصد از افراد مورد بررسی در بخش های دولتی یا خصوصی بوده اند- از این تعداد، ۷/۹ درصد در بخش دولتی و ۱۸/۲ درصد نیز در بخش خصوصی فعالیت داشته اند. ۷۳/۹ درصد از افراد در مشاغل غیر دولتی فعالیت داشته اند که از این تعداد، ۳۱ درصد خود را در حال تحصیل (دانش آموز یا دانشجو) معرفی کرده اند. ۴۲/۹ درصد نیز در سایر موارد جای گرفته اند (خانه دار، سرباز و بیکار و غیره). حدود ۴۸ درصد از پاسخگویان میزان درآمد خانواده را بین ۱ تا ۱/۵ میلیون بیان نموده اند. این طبقه به علاوه افرادی که بین ۲ تا ۱/۵ میلیون درآمد دارند و ۱۳/۶ درصد هستند، طبقه متوسط محسوب می شوند و بیشتر افراد نمونه آماری از نظر درآمدی به شمار می آیند. میانگین درآمد ماهیانه خانواده

پاسخگویان ۱۲۵۰,۰۰۰ هزار تومان است- کمترین میزان درآمد ۸۰ هزار تومان و بیشترین درآمد نیز ۱۰ میلیون تومان بیان شده است. همچنین شاخص های انحراف استاندارد و واریانس مربوط به این متغیر بسیار بزرگ است و بدین معناست که فاصله درآمد پاسخگویان با یکدیگر زیاد و لذا فاصله طبقاتی آنان بسیار زیاد است. ۱۴/۹ درصد خانواده های پاسخگویان در پایگاه اقتصادی- اجتماعی خیلی پایین و حدود ۳۸/۷ درصد از آنان نیز در پایگاه اقتصادی- اجتماعی پایین قرار گرفته اند. حدود ۲۷/۲ درصد از خانواده ها نیز به پایگاه متوسط تعلق داشتند. پایگاه اقتصادی- اجتماعی حدود ۱۳/۱ درصد از خانواده های جوانان مورد مطالعه بالا و ۶/۱ درصد خیلی بالا است. بنابراین در مجموع، حدود ۵۳/۶ درصد از پاسخگویان در پایگاه اقتصادی- اجتماعی پایین، ۲۷/۲ درصد در طبقه متوسط و ۱۹/۲ درصد نیز در پایگاه اقتصادی- اجتماعی بالا قرار داشتند.

باورهای مذهبی (دینداری)

جدول ۵: توزیع پاسخگویان بر حسب میزان التزام به ابعاد دینداری

میانگین	میزان پابندی			ابعاد دینداری
	کم	متوسط	زیاد	
۴/۹۵	۰/۰۵	۱/۲	۹۸/۳	بعد اعتقادی
۳/۰۲	۱۱/۳	۶۷/۷	۱۲	بعد مناسکی
۲/۷۷	۲۶/۶	۶۲/۱	۱۱/۳	بعد تجربی
۳/۳۰	۳/۳	۳۳/۷	۶۳	بعد پیامدی
۳/۵۱	۶/۸	۶۶/۲	۳۱/۲	مقیاس کل دینداری

همانطور که در این جدول دیده می شود، میانگین همه عوامل بالاتر از ۳ می باشد و مولفه اعتقادات دینی بیشترین میانگین را (۴/۹۵) در بین چهار مولفه داراست و مولفه تجربی باورهای دینی با مقدار ۲/۷۷ دارای کمترین مقدار میانگین می باشد. در کل میانگین دینداری در جامعه مورد مطالعه ۳/۵۱ بوده که با توجه به اینکه حداقل و حداکثر نمره به ترتیب ۱ و ۵ می باشد نشان می دهد که میزان دینداری در بین جوانان تقریباً در حد متوسط رو به بالا می باشد.

شبکه اجتماعی تلگرام

جدول ۶: توزیع پاسخگویان بر حسب مقیاس های نوع استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام

میانگین	میزان استفاده			نوع استفاده
	کم	متوسط	زیاد	
۳/۵۴	۱۹/۱	۵۱/۶	۲۹/۳	استفاده اطلاعاتی از تلگرام
۲/۲۱	۵۸	۲۶/۳	۱۵/۷	استفاده تجاری از تلگرام
۳/۳۴	۲۷/۴	۴۹/۲	۲۳/۴	استفاده تفریحی از تلگرام
۳/۷۵	۱۷/۵	۴۵/۳	۳۷/۲	استفاده ارتباطی از تلگرام
۳/۲۱	۳۰/۵	۴۳/۱	۲۶/۴	مقیاس کل نوع استفاده از تلگرام

جدول ۶، توزیع پاسخگویان را برحسب شاخص یا مقیاس های نوع استفاده از تلگرام نشان می دهد. بر اساس اطلاعات این جدول، بیشترین استفاده از تلگرام به ترتیب استفاده ارتباطی با میانگین (۳/۷۵) و استفاده اطلاعاتی با میانگین (۳/۵۴) و استفاده تفریحی با میانگین (۳/۳۴) بوده است. همچنین، کمترین استفاده از تلگرام، مربوط به استفاده تجاری با میانگین (۲/۲۱) می باشد.

میزان استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام

با مشاهده جدول فوق ملاحظه می گردد، ۸/۲ درصد از جوانان در بازه زمانی کمتر از ۱ ساعت، ۲۰/۲ درصد از افراد در بازه زمانی ۱ تا ۲ ساعت، ۲۱/۳ درصد از افراد در بازه زمانی ۲ تا ۴ ساعت و ۴۴/۹ درصد از افراد در بازه زمانی ۴ ساعت و بیشتر در روز به شبکه اجتماعی تلگرام مراجعه می کنند- ۵/۴ درصد نیز پاسخ نداده اند.

جدول ۷: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان استفاده

میزان استفاده	فراوانی	درصد
کمتر از ۱ ساعت	۳۲	۸/۲
۱ تا ۲ ساعت	۷۹	۲۰/۲
۲ تا ۴ ساعت	۸۳	۲۱/۳
بیشتر از ۴ ساعت	۱۷۵	۴۴/۹
بدون پاسخ	۲۱	۵/۴
جمع	۳۹۰	۱۰۰

آزمون فرضیه های پژوهش

رابطه میزان و نوع استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام و ارزش های خانوادگی

اولین فرضیه: بین میزان استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام و ارزش های خانوادگی رابطه معکوس وجود دارد؛ یعنی هرچه میزان استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام افزایش یابد، سطح ارزش های خانوادگی نیز کاهش می یابد.

جدول ۸: ضریب همبستگی پیرسون بین نوع استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام و ارزش های خانوادگی

متغیر مستقل	نوع استفاده	ضرایب و سطح معناداری	ارزش های خانوادگی	نتیجه آزمون
میزان و نوع استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام	استفاده اطلاعاتی	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۱۹۶	تایید
		سطح معناداری	۰/۰۰۱	
		تعداد	۳۹۰	
	استفاده تجاری	ضریب همبستگی پیرسون	-۰/۰۵۵	رد
		سطح معناداری	۰/۳۷۵	
		تعداد	۳۹۰	

تایید	۰/۱۴۳-	ضریب همبستگی پیرسون	استفاده تفریحی	میزان و نوع استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام
	۰/۰۰۰۳	سطح معناداری		
	۳۹۰	تعداد		
تایید	۰/۱۸۱-	ضریب همبستگی پیرسون	استفاده ارتباطی	
	۰/۰۰۱	سطح معناداری		
	۳۹۰	تعداد		
تایید	۰/۲۷۸-	ضریب همبستگی پیرسون	میزان استفاده	
	۰/۰۰۰	سطح معناداری		
	۳۹۰	تعداد		

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل جدول ۸ حاکی از آن است که بین استفاده اطلاعاتی از شبکه اجتماعی تلگرام و ارزش های خانوادگی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد ($P = ۰/۰۰۱$). با توجه به نتایج به دست آمده از جدول، می توان گفت که با اطمینان ۹۹ درصد و سطح خطای کوچک تر از ۰/۰۵ بین استفاده اطلاعاتی از شبکه اجتماعی تلگرام و ارزش های خانوادگی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد. از طرف دیگر، این رابطه (ضریب همبستگی پیرسون) که برابر با ۰/۱۹۶ است، به صورت مستقیم و مثبت می باشد و موید این نکته است که با افزایش میزان استفاده اطلاعاتی از شبکه اجتماعی تلگرام ارزش های خانوادگی افزایش می یابد، اما بین استفاده تجاری از شبکه اجتماعی تلگرام و ارزش های خانوادگی جوانان رابطه معنی داری وجود ندارد ($P = ۰/۳۷۵$). با توجه به نتایج به دست آمده از جدول، می توان گفت که با اطمینان ۹۹ درصد و سطح خطای کوچک تر از ۰/۰۵ بین استفاده تجاری از شبکه اجتماعی تلگرام و ارزش های خانوادگی جوانان رابطه معنی داری وجود ندارد. بین استفاده تفریحی از شبکه اجتماعی تلگرام و ارزش های خانوادگی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد ($P = ۰/۰۰۳$). با توجه به نتایج به دست آمده از جدول، می توان گفت که با اطمینان ۹۹ درصد و سطح خطای کوچک تر از ۰/۰۵ بین استفاده تفریحی از شبکه اجتماعی تلگرام و ارزش های خانوادگی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد. از طرفی این رابطه (ضریب همبستگی پیرسون) که برابر با ۰/۱۴۳ است، به صورت معکوس و منفی می باشد و موید این نکته است که با افزایش میزان استفاده تفریحی از شبکه اجتماعی تلگرام، سطح ارزش های خانوادگی کاهش می یابد. بین استفاده ارتباطی از شبکه اجتماعی تلگرام و ارزش های خانوادگی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد ($P = ۰/۰۰۱$). با توجه به نتایج به دست آمده از جدول، می توان گفت که با اطمینان ۹۹ درصد و سطح خطای کوچک تر از ۰/۰۵ بین استفاده ارتباطی از شبکه اجتماعی تلگرام و ارزش های خانوادگی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد. از طرفی این رابطه (ضریب همبستگی پیرسون) که برابر با -۰/۱۸۱ است، به صورت معکوس و منفی می باشد و موید این نکته است که با افزایش میزان استفاده ارتباطی از شبکه اجتماعی تلگرام، سطح ارزش های خانوادگی نیز کاهش می یابد. نتایج نشان می دهد که بین استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام و ارزش های خانوادگی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد ($P = ۰/۰۰۰$). با توجه به نتایج به دست آمده از جدول، می توان گفت که با اطمینان ۹۹ درصد و سطح خطای کوچک تر از ۰/۰۵ بین استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام و ارزش های خانوادگی جوانان رابطه وجود دارد. از طرفی این رابطه (ضریب همبستگی پیرسون) که برابر با -۰/۲۷۸ است، به صورت معکوس و منفی می باشد و موید این نکته است که هرچه میزان استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام افزایش یابد، سطح ارزش های خانوادگی کاهش می یابد. ضریب همبستگی به دست آمده رابطه قوی بین دو متغیر را نشان می دهد.

جدول ۹: ضریب همبستگی پیرسون بین میزان و نوع استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام با ارزش های خانوادگی جوانان

متغیر مستقل	ضرایب و سطح معناداری	ارزش های خانوادگی
میزان و نوع استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام	ضریب همبستگی پیرسون	-۰/۳۹۵
	سطح معناداری	۰/۰۰۰
	تعداد	۳۹۰
	نتیجه آزمون	تایید

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل جدول ۹ حاکی از آن است که بین میزان و نوع استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام و ارزش های خانوادگی جوانان رابطه وجود دارد ($P = ۰/۰۰۰$). با توجه به نتایج به دست آمده از جدول، می توان گفت که با اطمینان ۹۹ درصد و سطح خطای کوچک تر از ۰/۰۵ بین میزان و نوع استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام و ارزش های خانوادگی جوانان رابطه وجود دارد. از طرفی این رابطه (ضریب همبستگی پیرسون) که برابر با -۰/۳۹۵- درصد است، به صورت معکوس و منفی می باشد و موید این نکته است که هرچه میزان و نوع استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام افزایش یابد، سطح ارزش های خانوادگی کاهش می یابد. ضریب همبستگی به دست آمده رابطه قوی بین دو متغیر را نشان می دهد.

رابطه میزان و نوع استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام با میزان پایبندی دینی جوانان

جدول ۱۰: ضریب همبستگی پیرسون بین نوع استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام و میزان پایبندی دینی جوانان

متغیر مستقل	نوع استفاده	ضرایب و سطح معناداری	میزان پایبندی دینی	نتیجه آزمون
میزان پایبندی دینی	استفاده اطلاعاتی	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۲۰۵	تایید
		سطح معناداری	۰/۰۰۱	
		تعداد	۳۹۰	
	استفاده تجاری	ضریب همبستگی پیرسون	-۰/۰۱۶	رد
		سطح معناداری	۰/۳۲۲	
		تعداد	۳۹۰	
	استفاده تفریحی	ضریب همبستگی پیرسون	-۰/۱۳۷	تایید
		شبکه اجتماعی تلگرام	-۰/۰۳۸	
		تعداد	۳۹۰	
	استفاده ارتباطی	ضریب همبستگی پیرسون	-۰/۱۸۵	تایید
		سطح معناداری	۰/۰۰۷	
		تعداد	۳۹۰	

رد	۰/۱۴۲-	ضریب همبستگی پیرسون	میزان استفاده	استفاده از شبکه اجتماعی
	۰/۲۵۷	سطح معناداری		
	۳۹۰	تعداد		

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل جدول ۱۰ حاکی از آن است که بین استفاده اطلاعاتی از شبکه اجتماعی تلگرام و میزان پایداری دینی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد ($P = ۰/۰۰۱$). با توجه به نتایج به دست آمده از جدول، می توان گفت که با اطمینان ۹۹ درصد و سطح خطای کوچک تر از ۰/۰۵ بین استفاده اطلاعاتی از شبکه اجتماعی تلگرام و میزان پایداری دینی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد. از طرفی این رابطه (ضریب همبستگی پیرسون) که برابر با ۰/۲۰۵ درصد است، به صورت مستقیم و مثبت می باشد و موید این نکته است که با افزایش میزان استفاده اطلاعاتی از شبکه اجتماعی تلگرام، میزان پایداری دینی افزایش می یابد، اما بین استفاده تجاری از شبکه اجتماعی تلگرام و میزان پایداری دینی جوانان رابطه معنی داری وجود ندارد ($P = ۰/۳۲۲$). با توجه به نتایج به دست آمده از جدول، می توان گفت که با اطمینان ۹۹ درصد و سطح خطای کوچک تر از ۰/۰۵ بین استفاده تجاری از شبکه اجتماعی تلگرام و میزان پایداری دینی جوانان رابطه معنی داری وجود ندارد. بین استفاده تفریحی از شبکه اجتماعی تلگرام و میزان پایداری دینی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد ($P = ۰/۰۳۸$). با توجه به نتایج به دست آمده از جدول، می توان گفت که با اطمینان ۹۹ درصد و سطح خطای کوچک تر از ۰/۰۵ بین استفاده تفریحی از شبکه اجتماعی تلگرام و میزان پایداری دینی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد. از طرفی این رابطه (ضریب همبستگی پیرسون) که برابر با ۰/۱۳۸- درصد است، به صورت معکوس و منفی می باشد و موید این نکته است که با افزایش میزان استفاده تفریحی از شبکه اجتماعی تلگرام، میزان پایداری دینی کاهش می یابد. بین استفاده ارتباطی از شبکه اجتماعی تلگرام و میزان پایداری دینی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد ($P = ۰/۲۵۷$). با توجه به نتایج به دست آمده از جدول، می توان گفت که با اطمینان ۹۹ درصد و سطح خطای کوچک تر از ۰/۰۵ بین استفاده ارتباطی از شبکه اجتماعی تلگرام و میزان پایداری دینی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد. از طرفی این رابطه (ضریب همبستگی پیرسون) که برابر با ۰/۱۸۵- درصد است، به صورت معکوس و منفی می باشد و موید این نکته است که با افزایش میزان استفاده ارتباطی از شبکه اجتماعی تلگرام میزان پایداری دینی نیز کاهش می یابد. بین میزان استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام و میزان پایداری دینی جوانان رابطه وجود ندارد ($P = ۰/۳۲۲$). با توجه به نتایج به دست آمده از جدول، می توان گفت که با اطمینان ۹۹ درصد و سطح خطای کوچک تر از ۰/۰۵ بین میزان استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام و میزان پایداری دینی جوانان رابطه معنی داری وجود ندارد.

جدول ۱۱: ضریب همبستگی پیرسون بین میزان و نوع استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام با میزان پایداری دینی جوانان

متغیر مستقل	ضرایب و سطح معناداری	میزان پایداری دینی
میزان و نوع استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام	ضریب همبستگی پیرسون	-۰/۲۴۵
	سطح معناداری	۰/۰۰۱
میزان و نوع استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام	تعداد	۳۹۰
	نتیجه آزمون	تایید

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل جدول ۱۱ حاکی از آن است که بین میزان و نوع استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام با میزان پایبندی دینی جوانان رابطه معکوس وجود دارد ($P = 0/001$). با توجه به نتایج به دست آمده از جدول، می توان گفت که با اطمینان ۹۹ درصد و سطح خطای کوچک تر از ۰/۰۵ بین میزان و نوع استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام با میزان پایبندی دینی جوانان رابطه وجود دارد. از طرفی این رابطه (ضریب همبستگی پیرسون) که برابر با ۰/۲۴۵- درصد است، به صورت معکوس و منفی می باشد و موید این نکته است که با افزایش میزان و نوع استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام، میزان پایبندی به ارزش های دینی نیز کاهش می یابد.

رابطه پایگاه اقتصادی- اجتماعی با ارزش های خانوادگی

جدول ۱۲: ضریب همبستگی پیرسون بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی و ارزش های خانوادگی

متغیر مستقل	ضرایب و سطح معناداری	ارزش های خانوادگی
پایگاه اقتصادی- اجتماعی	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۱۷۳
	سطح معناداری	۰/۰۰۰
	تعداد	۳۹۰
	نتیجه آزمون	تایید

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل جدول ۱۲ حاکی از آن است که بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی و شبکه اجتماعی تلگرام جوانان رابطه معنی داری وجود دارد ($P = 0/000$). با توجه به نتایج به دست آمده از جدول، می توان گفت که با اطمینان ۹۹ درصد و سطح خطای کوچک تر از ۰/۰۵ بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی و استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام جوانان رابطه وجود دارد. از طرفی این رابطه (ضریب همبستگی پیرسون) که برابر با ۰/۱۷۳ درصد است، به صورت مستقیم و مثبت می باشد و موید این نکته است که با افزایش پایگاه اقتصادی- اجتماعی، میزان استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام افزایش می یابد. ضریب همبستگی به دست آمده رابطه قوی بین دو متغیر را نشان می دهد.

رابطه میزان پایبندی دینی جوانان با ارزش های خانوادگی

جدول ۱۳: ضریب همبستگی پیرسون بین میزان پایبندی دینی جوانان با ارزش های خانوادگی

متغیر مستقل	ضرایب و سطح معناداری	ارزش های خانوادگی
میزان پایبندی دینی	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۴۱۵
میزان پایبندی دینی	سطح معناداری	۰/۰۰۰
	تعداد	۳۹۰
	نتیجه آزمون	تایید

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل جدول ۱۳ حاکی از آن است که بین میزان پایبندی دینی جوانان با ارزش های خانوادگی رابطه معنی داری وجود دارد ($P = 0/001$). با توجه به نتایج به دست آمده از جدول، می توان گفت که با اطمینان ۹۹ درصد و سطح خطای کوچک تر از ۰/۰۵ بین میزان پایبندی دینی جوانان با ارزش های

خانوادگی رابطه وجود دارد. از طرفی این رابطه (ضریب همبستگی پیرسون) که برابر با ۰/۴۱۵ درصد است، به صورت مستقیم و مثبت می باشد و موبد این نکته است که با افزایش میزان پایبندی دینی جوانان، سطح ارزش های خانوادگی نیز افزایش می یابد. ضریب همبستگی به دست آمده رابطه قوی بین دو متغیر را نشان می دهد.

آزمون رگرسیون چندگانه

در این بخش از تحلیل به بررسی روابط چند گانه بین متغیرها پرداخته می شود. هدف ما در این قسمت یافتن میزان و سهم اثر متغیرهای مستقل در تبیین ارزش های خانواده می باشد. نتایج جدول رگرسیون (جدول ۸) نشان می دهد ضریب همبستگی چندگانه بین ارزش های خانواده و عوامل موثر بر آن ۰/۵۹۹ است که با توجه به میزان F و سطح معناداری جدول رگرسیونی، رابطه آن معنادار است. ضریب تعیین مبین آن است که ۳۵۹ واریانس تصویر بدن توسط متغیرهای موجود در معادله رگرسیون (جدول ۱۴) که در سطح معناداری قرار دارند، تبیین می شود. از بین متغیرهای موجود در جدول با توجه به سطح معناداری آماره t هر متغیر و میزان ضرایب بتا^۱ به ترتیب شبکه اجتماعی تلگرام، گرایش مذهبی، پایگاه اقتصادی- اجتماعی و سن در تبیین ارزش های خانواده موثرند. با توجه به ضرایب بتای حاصل شده، متغیر شبکه اجتماعی تلگرام بیشترین تاثیر و سن کمترین تاثیر را بر روی متغیر وابسته تحقیق دارد.

جدول ۱۴: نتایج آزمون تحلیل رگرسیون برای عوامل موثر بر ارزش های خانوادگی

مدل	R	۲R	تعدیل شده R	انحراف استاندارد
۱	۰/۵۹۹	۰/۳۵۹	۰/۳۰۲	۱/۳۰۲۵۵

جدول ۱۵: ضرایب آزمون تحلیل رگرسیون برای عوامل موثر بر ارزش های خانوادگی

عنوان متغیر	ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد	مقدار T	سطح معناداری
	B	اشتباه استاندارد			
عدد ثابت (Constant)	۰/۰۹۷	۱/۳۵۵	-	۱/۵۴۸	۰/۰۰۰
دینداری	۰/۵۲۰	۰/۱۳۸	۰/۳۲۹	۳/۷۶	۰/۰۰۰
شبکه اجتماعی	-۰/۶۲۳	۰/۱۰۹	-۰/۴۹۰	-۵/۶۹	۰/۰۰۰
پایگاه اقتصادی- اجتماعی	۰/۰۴۵۷	۰/۱۴۹	۰/۲۱۷	۳/۴۲	۰/۰۰۰
سن	۰/۰۰۰۲	۰/۰۰۳۷	۰/۰۰۴	۰/۰۴۸	۰/۹۶۴

به این ترتیب معادله رگرسیونی پژوهش عبارت است از:

$$b_0x_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + Y = a + b_4x_4$$

شبکه اجتماعی ۴۹۰٪- دینداری ۳۲۹٪+ مقدار ثابت (۲/۰۹۷) = ارزش های خانواده

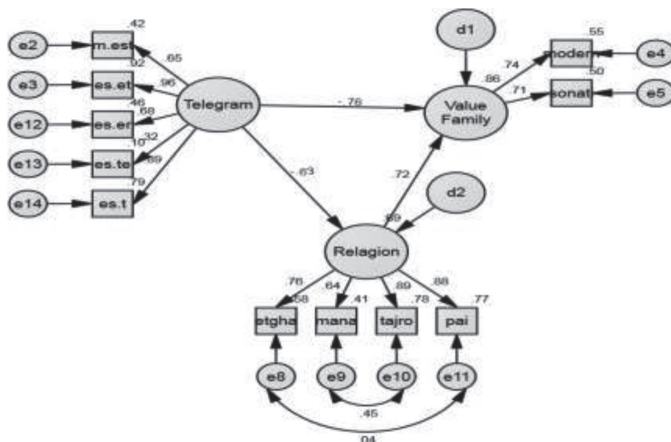
سن ۰۰۴٪+ پایگاه اقتصادی - اجتماعی ۲۱۷٪+

الگو سازی معادلات ساختاری با کاربرد Amos

در این قسمت به آزمون اعتبار سازه ای وسیله اندازه گیری و آزمون نیکویی برازش ساختار مورد نظر با استفاده

از نرم افزار^۱ با در اختیار داشتن داده های مربوط به متغیرهای بر گرفته شده از فرضیه ها می پردازیم.

نمودار ۲: مدل نهایی برازش شده بر اساس تکنیک تجزیه و تحلیل معادلات ساختاری برای پیش بینی عوامل موثر بر ارزش های خانواده



Chi-square = 222/41, df = 74, NFI= 0/91 , CFI=0/95,GFI=0/95 , RMSEA=0/038

جدول ۱۶: خلاصه ای از شاخص های برازش برای مدل

شاخص ها	نام شاخص	اختصار	برازش قابل قبول	مقدار به دست آمده	نتیجه گیری
شاخص های برازش مطلق	سطح تحت پوشش کای دو		بزرگ تر از ۵ درصد	۹۴٪	قابل قبول
	شاخص نیکویی برازش	GFI	GFI > ۹۰٪	۹۵٪	قابل قبول
	شاخص نیکویی برازش اصلاح شده	AGFI	AGFI > ۹۰٪	۹۴٪	قابل قبول
شاخص های برازش تطبیقی	شاخص برازش هنجار نشده	NNFI	NNFI > ۹۰٪	۹۰٪	قابل قبول
	شاخص برازش هنجار شده	NFI	NFI > ۹۰٪	۹۱٪	قابل قبول
	شاخص برازش تطبیقی	CFI	CFI > ۹۰٪	۹۵٪	قابل قبول
	شاخص برازش نسبی	RFI	RFI > ۹۰٪	۸۹٪	قابل قبول
	شاخص برازش افزایشی	IFI	IFI > ۹۰٪	۹۴٪	قابل قبول
شاخص های برازش مقتصد	شاخص برازش مقتصد هنجار شده	PNFI	بالاتر از ۵۰ درصد	۷۵٪	قابل قبول
	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	RMSEA	RMSEA < ۰.۸٪	۳۸٪	قابل قبول
	کای دو بهنجار شده به درجه آزادی	CMIN/df	مقدار بین ۱ تا ۵	۳/۰۷	قابل قبول

مدل فوق به آزمون اعتبار سازه ای وسیله اندازه گیری ارزش های خانوادگی و آزمون نیکویی برازش ساختار آن پرداخته است. در بخش اندازه گیری همچنان که از مدل بر می آید، بیشتر معرف های متغیرهای مکنون به طور نسبتاً مناسب روی آن ها بار شده اند و البته متغیرهایی که بار گویه پایینی داشته اند از معادله خارج شده اند. بخش ساختاری مدل نیز حاکی از آن است که متغیرهای شبکه اجتماعی تلگرام و گرایش مذهبی بیشترین مقدار واریانس ارزش های خانوادگی جوانان را تبیین کرده اند. شاخص های مدل، آزمون نیکویی برازش ساختار نظری مطرح شده با داده های مشاهده شده و اعتبار سازه ای وسیله اندازه گیری مورد بحث را نشان می دهد. کلیه شاخص های تطبیقی مدل نیز مقادیر بالاتر از $0/90$ را نشان می دهند که به معنای توان مدل از فاصله گرفتن از یک مدل استقلال و نزدیک شدن به یک مدل اشباع شده بر مبنای معیارهای تعریف شده برای آن هاست. از آنجا که معیارهای $GFI=0/95$ ، $AGFI=0/94$ و $IFI=94$ نزدیک به یک می باشند، داده ها حاکی از برازش نسبتاً زیاد مدل و معیار $RMSEA=0/38$ حاکی از عملکرد خوب باقیمانده ها در مدل است (البته از آنجا که آماره χ^2/x^2 کاملاً تحت تاثیر حجم نمونه مورد مطالعه می باشد و حجم نمونه در این تحقیق زیاد است، معناداری یا عدم معناداری χ^2/x^2 ملاک مناسبی برای قضاوت در مورد مدل می باشد).

بحث و نتیجه گیری

شبکه های اجتماعی با توجه به ماهیت، ساختار و قالب های برنامه سازی خود به اشکال گوناگون بر هویت و ارزش های خانوادگی اثر می گذارند. هدف کلی این شبکه ها، ارتقای سطح دانش و آگاهی عمومی است. آنچه امروزه از شبکه های اجتماعی مورد انتظار است، توجه به تحولات ساختاری عمیقی است که در هویت و ارزش های خانوادگی روی داده است. امروزه، هویت و ارزش های خانوادگی نه تنها از نظر بعد، اندازه و کارکردهای آن، بلکه از نظر نقش اعضا متحول شده است. این تحولات اگرچه در مواردی زمینه لازم را برای شکوفایی و تحرک درونی هویت خانوادگی فراهم ساخته، خود موجب پدید آمدن تهدید هایی جدی شده که انسجام درونی خانوادگی را در معرض نابودی قرار داده است. شبکه های اجتماعی، آسیب های مهم اجتماعی و نقش هر یک از آنها را در هویت خانوادگی در چهارچوب کلی تری مطرح می کند. از این رو، شناخت ویژگی هر یک از آسیب های اجتماعی و تحولاتی که طی زمان پیدا می کنند، از وظایف مهم شبکه های اجتماعی است و آنچه اهمیت دارد، پذیرفتن این واقعیات اجتماعی به جای انکار آنهاست. براساس نظریه هابرماس (نظریه کنش ارتباطی)، نتایج پژوهش حاضر گویای آن است که میزان و نوع استفاده از شبکه های اجتماعی تلگرام در کنار واقعی تلقی کردن محتوای شبکه های اجتماعی اینترنتی بر ارزش های خانوادگی کاربران مؤثر است. می توان گفت هرچه میزان استفاده در شبکه های اجتماعی تلگرام افزایش یابد، احتمال تأثیرپذیری کاربر بیشتر است. برعکس هر چه میزان، مدت زمان استفاده و مدت زمان عضویت در شبکه های اجتماعی کاهش یابد، احتمال تأثیرپذیری وی کمتر خواهد بود. بین میزان و نوع استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام و میزان پایبندی به باورهای دینی رابطه معکوس و منفی وجود دارد؛ یعنی هر چه میزان و نوع استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام افزایش یابد، میزان پایبندی به باورهای دینی جوانان نیز کاهش می یابد. این فرضیه با ۹۵ درصد اطمینان تایید شد. به عبارت دیگر، با افزایش میزان و نوع استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام، میزان پایبندی به باورهای دینی نیز کاهش می یابد. این نتیجه با یافته های عدلی پوروسپهری (۱۳۹۲) که متناسب با افزایش مدت زمان عضویت، شناسه ها و مولفه های دینداری دگرگون می شود همخوانی دارد. بین میزان پایبندی به باورهای دینی و ارزش های خانواده در بین جوانان رابطه مستقیم و مثبت وجود دارد؛ یعنی هر چه میزان پایبندی به باورهای دینی افزایش یابد، میزان پایبندی سطح ارزش های خانواده در بین جوانان نیز افزایش می یابد. این فرضیه با ۹۵ درصد اطمینان تایید شد. به عبارت دیگر، با افزایش میزان پایبندی به

باورهای دینی، سطح ارزش های خانواده نیز در بین جوانان افزایش می یابد. بررسی یافته های تحقیق نشان داد که نوع استفاده و میزان استفاده از شبکه های اجتماعی تلگرام و برنامه های آنها رابطه مستقیم و مثبت یا منفی و معکوس با ارزش های خانوادگی دارد. در این میان، شبکه اجتماعی تلگرام در ایجاد ناهنجاری های اخلاقی و تربیتی نقش دارد و به رابطه معکوس و منفی بین میزان استفاده از تلگرام و ارزش های خانوادگی منجر می شود؛ بدین معنی که هرچه میزان استفاده از تلگرام بیشتر می شود، سطح ارزش های خانوادگی کمتر می شود. همچنین بررسی یافته ها بر این دیدگاه تاکید می کند که استفاده تجاری از تلگرام در به وجود آوری رابطه مثبت یا منفی بر ارزش های خانوادگی نقشی ندارد، اما بین استفاده اطلاعاتی، ارتباطی و تفریحی با ارزش های خانواده رابطه معناداری وجود دارد. این نتیجه با یافته های جوادی و زنجانی زاده (۱۳۸۳)، کفاشی (۱۳۸۷) و نجفی ایوانکی (۱۳۹۲) که نتایج تحقیق آنها هم به یک رابطه معکوس بین متغیرهای شبکه اجتماعی تلگرام با ارزش های خانوادگی اشاره دارد، همخوانی دارد.

پیشنهادهای

در پایان، پیشنهاد می گردد:

- با توجه به تاثیر میزان دینداری بر میزان ارزش های خانوادگی در بین دانش آموزان مورد مطالعه، سعی شود تقویت مولفه های دینداری توسط والدین و کادر آموزشی در دستور کار قرار گیرد.
- از آنجا که دسترسی به شبکه اجتماعی تلگرام از طریق گوشی همراه در هر زمان و هر مکانی امکان پذیر می باشد، خانواده ها با اعمال نظارت و کنترل بیشتر بر فرزندان، دامنه آسیب های اجتماعی را کاهش دهند و بر گستره ارزش های خانوادگی بیفزایند.
- مسئولان و برنامه ریزان کشور سعی در ارائه برنامه های منسجم برای معرفی خانواده ایرانی در فضای مجازی داشته باشند تا به نوعی بتوان خانواده ایرانی را به عنوان یکی از خانواده های اثرگذار در عرصه جهانی به کاربران خارجی معرفی نمود.
- تلگرام، یک ظرف خالی است که جوانان خود را با تمام ویژگی هایش در آن خالی می کنند. نادیده گرفتن این ظرف می تواند منجر به آسیب های اجتماعی و خانوادگی شود. بنا براین شایسته است که از سرکوب و سرزنش آن دست برداریم و با به رسمیت شناختن آن، اختصاص پژوهش های خاص در مورد آن و دخالت در این شبکه و استفاده بهینه از آن در بهبود روابطمان از آن بهره گیریم.

منابع

- احمدزاده کرمانی، روح الله. (۱۳۹۰). *بازاندیشی در فرهنگ و رسانه*. تهران: نشر چاپار
- اسلوین، جیمز. (۱۳۸۰). *اینترنِت و جامعه*. عباس گلیگوری. تهران: کتابدار
- اینگلهارت، رونالد. (۱۳۷۳). *تحول فرهنگی در جوامع پیشرفته صنعتی*. مریم وتر. تهران: کویر
- آزاد ارمکی، تقی و امامی، یحیی. (۱۳۸۳). "تکوین حوزه عمومی و گفت و گوی عقلانی". *مجله جامعه شناسی ایران*. دوره پنجم، شماره ۱.
- آزاد مرزآبادی، اسفندیار. (۱۳۸۷). "بررسی نظام ارزش های خانواده با ارزش های نوجوانان". *علوم رفتاری*. دوره دوم، شماره ۲.
- بهرامی کمیل، نظام. (۱۳۸۸). *نظریه رسانه ها (جامعه شناسی ارتباطات)*. تهران: کویر
- دادگران، سید محمد. (۱۳۸۴). *مبانی ارتباط جمعی*. تهران: نشر مروارید
- رابرتسون، یان. (۱۳۷۴). *درآمدی بر جامعه (با تاکید بر نظریه های کارکردگرایی، ستیز و کنش متقابل نمادین)*. حسین بهروان. چاپ دوم، مشهد: نشر آستان قدس رضوی
- رازقی، نادر و پاکمنش، زهرا. (۱۳۹۲). "بررسی تاثیر اینترنت بر هویت ملی". *مجله آنلاین جامعه شناسی*.
- رزاقی، افشین. (۱۳۸۵). *نظریه های ارتباطات اجتماعی*. چاپ دوم، تهران: آسیم
- ریترز، جورج. (۱۳۸۸). *نظریه جامعه شناسی در دوران معاصر*. محسن ثلاثی. تهران: انتشارات علمی
- ساروخانی، باقر. (۱۳۷۷). *جامعه شناسی ارتباطات*. چاپ هفتم، تهران: نشر اطلاعات
- سوروین، ورنر و تانکارد، جیمز. (۱۳۸۶). *نظریه ارتباطات*. علیرضا دهقان. تهران: انتشارات دانشگاه تهران
- عباسی قادی، مجتبی و خلیلی کاشانی، مرتضی. (۱۳۹۰). *تاثیر اینترنت بر هویت ملی*. تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی
- عدلی پور، صمد و سپهری، آسیه. (۱۳۹۲). "تاثیر فیس بوک بر میزان دینداری دانشجویان دانشگاه تهران". *کنگره بین المللی فرهنگ و اندیشه دینی*.
- عدلی پور، ص.؛ میر محمدتبار، س.ا. و قاسمی، و. (۱۳۹۲). "تاثیر شبکه اجتماعی فیسبوک بر هویت فرهنگی جوانان شهر اصفهان". *فصلنامه علمی پژوهشی تحقیقات فرهنگی*. دوره هفتم، شماره ۱.
- علیخواه، فردین. (۱۳۷۸). "کنش ارتباطی بنیاد شکوفایی حوزه عمومی هابرماس". *ماهنامه اطلاعات سیاسی و اقتصادی*. سال سیزدهم، اردیبهشت، شماره ۱۴۰-۱۳۹.
- کازنو، ژان. (۱۳۸۷). *جامعه شناسی وسایل ارتباط جمعی*. باقر ساروخانی و منوچهر محسنی. تهران: اطلاعات
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۰). *عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ (ظهور جامعه شبکه ای)*. احد علیقلیان، افشین خاکباز و حسن چاووشیان. جلد ۱، تهران: انتشارات طرح نو
- کفاشی، مجید. (۱۳۸۷). "بررسی تاثیر اینترنت بر ارزش های خانواده". *فصلنامه پژوهش اجتماعی*. سال دوم، شماره سوم، صص ۵۶-۷۸.
- کفاشی، مجید. (۱۳۸۴). "هربرت مارکوزه و نظریه انتقادی". *فصلنامه علمی - پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد خلیلال*. شماره ۴ صفحه ۸۵.
- محسنی، منوچهر. (۱۳۸۶). *جامعه شناسی جامعه اطلاعاتی*. تهران: نشر دیدار
- نجفی ایوکی، پیمان. (۱۳۹۲). "بررسی تاثیر شبکه های ماهواره ای فارسی زبان بر ارزش های

خانوادگی دانش آموزان". پایان نامه کارشناسی ارشد، جامعه شناسی، دانشگاه آزاد بابل .

- نوذری ، حسینعلی. (۱۳۸۱). بازخوانی هابرماس. تهران: نشر چشمه
- هابرماس ، یورگن. (۱۳۸۴). نظریه کنش ارتباطی. کمال پولادی. تهران: انتشارات روزنامه ایران
- یوسفی، نریمان. (۱۳۸۹). بررسی نقش تلویزیون در روابط نسلی با تاکید بر ارزش های فرهنگی. مرکز تحقیقات صدا و سیما

- Freeman, Linton. (2006). **The Development of Social Network Analysis.** Vancouver: Empirical Pres.
- Ballew, K. C. (2011). **Family values: The empirical impact of internet use.** M.A. Thesis, Baylor University, Department of Sociology.
- Rokeach, M. (1968). **Beliefs, Attitudes, and Values: A theory of organization and change.** Sanfransisco: Jossey-Bass Publishers
- Mesch, G. (2006). **"Family Relations and the Internet: Exploring a Family Boundaries Approach"**. Journal of family communication, 6 (2), 119-138.



بررسی مشارکت سیاسی جوانان شهر یزد و عوامل مؤثر بر آن مهناز فرهمند^۱

سمیه وکیلی قاسم آباد^۲
الهه پوررجیمیان^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۸/۲۹

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۵/۹/۲۸

مشارکت سیاسی، یکی از شاخص‌های عمده توسعه سیاسی-اجتماعی جوامع تلقی می‌گردد. مشارکت سیاسی جوانان به عنوان بزرگ‌ترین گروه جمعیتی در کشورهای در حال توسعه اهمیت خاصی برای ثبات سیاسی و پویایی جامعه دارد. بر همین مبنا، تحقیق حاضر به منظور بررسی میزان مشارکت سیاسی جوانان شهر یزد و عوامل مرتبط با آن انجام یافته است. نظریات مشارکت سیاسی هانتینگتون، مارتین لیپست، برادول، میلبراث و گوئل چارچوب نظری پژوهش حاضر را تشکیل می‌دهد. این پژوهش، با استفاده از روش تحقیق پیمایشی و نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای بر روی ۳۸۴ نفر از جوانان (گروه سنی ۱۵ تا ۲۹ ساله) شهر یزد انجام گرفته است. ابزار مورد استفاده در این پژوهش، پرسشنامه است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد میانگین مشارکت سیاسی پاسخگویان یزدی کمتر از حد متوسط بوده و میزان مشارکت عینی بیشتر از مشارکت ذهنی است. نتایج همچنین موید آن است که متغیر سن با میزان مشارکت سیاسی رابطه معنادار دارد و با افزایش سن، مشارکت سیاسی کاهش می‌یابد و مشارکت مردان بیشتر از زنان است. بین متغیرهای فرهنگ مشارکتی خانواده، فرهنگ سیاسی و انگیزه سیاسی با میزان مشارکت سیاسی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین، بین متغیرهای وضعیت تأهل، موقعیت ساختاری فرد، تعلق ملی-مذهبی و مشارکت رابطه معناداری مشاهده نشد. نتایج رگرسیون چندگانه از نقش معنادار سه متغیر انگیزه سیاسی، فرهنگ برون‌گروهی خانواده و جنسیت حمایت می‌کند که در این میان، انگیزه سیاسی بیشترین نقش را در تبیین مشارکت سیاسی جوانان ایفا می‌نماید.

واژگان کلیدی: مشارکت سیاسی، فرهنگ سیاسی، تعلق ملی-مذهبی، فرهنگ مشارکتی خانواده و انگیزه سیاسی

E-mail: farahmandm@yazd.ac.ir

۱. استادیار، گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه یزد، یزد، ایران (نویسنده مسئول)

۲. کارشناس ارشد، دانشگاه یزد، یزد، ایران

۳. کارشناس ارشد، دانشگاه یزد، یزد، ایران

مقدمه

از دیرباز مشارکت، یکی از اساسی ترین صورت های روابط اجتماعی بوده و به عنوان یکی از محورهای موضوعی در جامعه شناسی تلقی شده است (بویاکس و استوکس، ۲۰۰۹: ۲۸). مشارکت نوعی کنش هدفمند در فرایند تعاملی بین کنشگر سیاسی و محیط اجتماعی او در جهت نیل به اهداف معین و از پیش تعیین شده است؛ فرایندی که افراد جامعه به صورت جمعی و آگاهانه با در نظر داشتن اهداف مشخص، در آن شرکت می جویند (پارسونز، ۱۹۹۱: ۸۳). مشارکت، یک حق انسانی است و مفهومی چندبعدی و پیچیده دارد که هر جامعه ای نسبت به قوام خود، از سطوح مختلفی از آن در ابعاد مختلف برخوردار است. بر همین اساس، جوامع مختلف به دنبال ایجاد و افزایش مشارکت شهروندان در عرصه های گوناگون اجتماعی هستند تا بدین طریق، همبستگی اجتماعی و پیوندهای اجتماعی شان را محکم و از فروپاشی اجتماعی جلوگیری کنند (فولادیان، ۱۳۸۷: ۲). از این رو، لازمه زندگی در اجتماع همکاری و مشارکت است (مسعودنیا، ۱۳۹۱: ۷۸). یکی از انواع مهم مشارکت که بسیار مورد بحث و بررسی صاحب نظران قرار گرفته، مشارکت سیاسی است. مشارکت سیاسی و چگونگی دخالت دادن مردم در تصمیم گیری های سیاسی و اداره جامعه از جمله مباحثی است که در سرتاسر تاریخ اندیشه سیاسی از قرن ها قبل از میلاد مسیح تا به امروز به چشم می خورد و قدمتی دیرینه دارد و با وجود فراز و نشیب هایی که طی قرون و اعصار داشته است، امروزه از آن به عنوان امری اساسی و در ارتباط نزدیک با توسعه سیاسی ملت ها یاد می شود (چابکی، ۱۳۸۲: ۱۰۸). این نوع مشارکت، از مصادیق مهم حقوق بشر و مشارکت فعال مردم در سطوح گوناگون تصمیم گیری و سیاست گذاری درباره تعیین سرنوشت خود می باشد (عالم، ۱۳۳۸: ۲۰۳) و در نظام های مردم سالار از اهمیت زیادی برخوردار است (جینینی ویکز، ۲۰۰۷: ۳۲۸). تعاریف گوناگون مشارکت سیاسی بیانگر عدم اجماع نظر در مورد تعریف، شاخص ها و مؤلفه های این پدیده است. هلسیوم (۲۰۰۲: ۱۸۲) مشارکت سیاسی را شرکت کردن یا درگیر شدن فرد در فعالیت های سیاسی می داند و رأی دادن در انتخابات را نمونه بارز مشارکت سیاسی معرفی می نماید. صاحب نظران بر آن اند که مشارکت سیاسی موجب آگاهی و فرهیختگی بیشتر، درک عمیق تر از سیاست و افزایش احساس اثرگذاری سیاسی در افراد می شود (وانگ، ۲۰۰۴: ۳-۱) که شهروندان به طور مستقیم یا غیرمستقیم برای تأثیرگذاری بر گزینش اعضای دولت و حکومت یا برنامه ها و فعالیت های آن ها انجام می دهند (وربا و نای، ۱۹۷۹). مشارکت در فرایندهای سیاسی، نشان دهنده مردم سالاری پایدار و تلاش برای حفظ این شکل از نظام سیاسی می باشد. در حقیقت، "مشارکت سیاسی" عبارت است از: دخالت واقعی مردم در سرنوشت جامعه خویش به دور از هرگونه تهدیدات سیاسی و شغلی و یا انتظارات مادی و مقامی (فرصت طلبی و تطمیع)؛ به گونه ای که تأثیر تعیین کننده ای در سرنوشت آن ها داشته باشد (تبریزنیا، ۱۳۷۱: ۱۴). این فعالیت ها ممکن است در جهت حمایت یا علیه نظام سیاسی حاکم صورت بگیرد و به شکل شرکت در گزینش رهبران سیاسی یا همکاری در اداره امور جامعه باشد یا به صورت تظاهرات، شورش ها، اجتماعات، راهپیمایی ها و ... ظاهر شود.

مشارکت سیاسی انواع و سطوح مختلفی دارد و این امر تحت تأثیر شرایط اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، باورهای مذهبی و پیشینه تاریخی قرار می گیرد. مشارکت سیاسی می تواند به شکل عضویت در احزاب و اتحادیه ها، کسب اطلاعات سیاسی، شرکت در تحصن ها و اعتصاب های صنفی یا به اشکال بسیجی و توده ای مشاهده شود (هرسیج، ۱۳۹۱: ۹). کاهش مشارکت سیاسی در جامعه به معنای ایجاد جدایی و انفصال بیشتر بین مردم و سیستم سیاسی است. این وضعیت در نهایت در برنامه ریزی های اساسی برای اداره جامعه و ثبات و سازماندهی اجتماعی اختلال ایجاد می کند و با دامن زدن به تنش ها و بحران ها، از انجام برنامه های توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ممانعت به عمل می آورد. افزایش مشارکت سیاسی در جامعه می تواند در ایجاد

تعادل و هماهنگی لازم نقش بسیار مثبتی را ایفا نماید (آلموند و وبر، ۱۹۶۳: ۳۳۰).

نظریه پردازان سیاسی معتقدند که برای مشارکت اعضا در امر سیاسی و مراحل فعالیت باید شرایط و بسترهای لازم در جامعه فراهم شود و ساختار سیاسی - اجتماعی و افراد در آن از آمادگی های لازم برخوردار باشند. در فرایند مشارکت سیاسی عوامل متنوعی چون: ویژگی های شخصی، انگیزه روانی، خانواده، سن، میزان تحصیلات، استفاده از وسایل ارتباط جمعی، جهت گیری مذهبی، قومیت، نژاد، درآمد ماهیانه، وضعیت تأهل، عوامل منطقه ای، شهری یا روستایی، طبقه اجتماعی، انگیزه های سیاسی، موقعیت اجتماعی، محیط سیاسی، آگاهی سیاسی، احساس کارایی سیاسی، اعتماد و احساس تعلق اجتماعی، تحرک اجتماعی و غیره تأثیر دارند؛ اما عواملی نظیر عدم پاسخگویی مقامات حکومتی، نداشتن آزادی ها و حقوق مدنی ناراضی، کنترل مطبوعات و رسانه های همگانی، استفاده از پلیس مخفی، سرکوب احزاب سیاسی و غیره (صبوری، ۱۳۸۴: ۱۴۲) نیز ممکن است مانع مشارکت شوند.

در زمینه آموزش و محیط های آموزش بر رفتار سیاسی، محققانی چون: کنت لنگتون و دیوید کارنز (۱۹۹۶) براوسکس و وسینایوسکی (۱۹۷۳) الن بک و کنت جینگز (۱۹۸۲)، استفان کروگ (۱۹۸۴)، هیل پاتین (۱۹۸۶) کونولی (۱۹۹۱) تورن (۱۹۹۳) و دیگران به بررسی های میانی همت گماردند. آلموند و همکاران نیز بر این نظرند که افراد تحصیل کرده از تأثیر حکومت بر زندگی خود، آگاهی بیشتری دارند و توجه بیشتری به سیاست می کنند. اینان در مورد فرایندهای سیاسی اطلاعات بیشتری دارند و در رفتارهای سیاسی خود عهده دار طیف وسیع تری از فعالیت های سیاسی می گردند (آلموند و دیگران، ۱۳۷۶: ۶۳). تورن در تحقیق خود بر روی جمعیت جوان شیلی نشان می دهد که آن دسته از جوانانی که دارای سطح آموزش بالاتر و از تربیت منسجم تری برخوردار بوده اند، رفتار سیاسی بیشتر و عقلانی تری را اتخاذ می کنند. (تورن، ۱۹۹۳: ۱۱)

مشارکت سیاسی جوانان مشروعیت سیاسی دولت را تأمین می کند، برای دولت انگیزه ایجاد می کند، به دولت در تصمیم گیری ها کمک می کند و زمینه را برای مشارکت نهادها و سازمان های جامعه ایجاد می کند. نتیجه چنین مشارکتی، سازندگی بیشتر و قرار گرفتن جامعه در مسیر پیشرفت است؛ به طوری که میزان بالای مشارکت سیاسی مردم در زمینه تصمیمات و خط مشی های سیاسی بر فرهنگ توسعه یافته و توسعه یافتگی فرهنگ سیاسی آن جامعه دلالت دارد (ترابی، ۱۳۸۴: ۱۰۶) و به توسعه سیاسی، فرهنگی و اجتماعی آن کمک می کند. علاوه بر این، از منظر دینی مشارکت سیاسی فعال و حساسیت نسبت به سرنوشت خود و جامعه، نه تنها یک حق، بلکه یک تکلیف حتمی و ضروری و ارزشی مطلوب برای عموم جامعه است (غفاری هاشجین، ۱۳۸۹: ۲۰۸).

لذا اهمیت و ارزش تحقیق حاضر بر سه پایه استوار است: اگر پدیده مشارکت سیاسی جوانان به درستی شناخته شود، می توان زمینه مشارکت و ظهور آنان را در جامعه افزایش داد و با کاهش موانع و افزایش کنش فعالانه در جوانان، زمینه را برای پویایی هر چه بیشتر جامعه و توسعه سیاسی جامعه فراهم نمود. لذا یکی از شاخصه های مهم در پیشرفت جوامع، فراهم ساختن فضای لازم برای تعامل و مشارکت همه آحاد جامعه به خصوص جوانان است. نتیجه چنین مشارکتی، سازندگی بیشتر و قرار گرفتن جامعه در مسیر پیشرفت است. از طرف دیگر، ایجاد فرصت های واقعی برای مشارکت جوانان به گسترش مهارت های ارتباطی، افزایش اعتماد به نفس، اثربخشی، استقلال و آگاهی سیاسی آنان می انجامد. مسئله دوم که بر اهمیت موضوع تحقیق می افزاید، موضوع تغییرات و تحولات اساسی در سطح توسعه جوامع در سراسر جهان است؛ این تغییرات نیاز به پاسخگویی و اقدام افرادی دارد که از یک سو، با مسائل جدید رویارویی نزدیک دارند و از سوی دیگر، برای حل و فصل آن ها عهده دار مسئولیت اجرایی اند. بنابراین هر مکانیسم سازنده ای که به افراد چنین امکانی برای مشارکت در سطح جامعه در عرصه های مختلف به ویژه مشارکت سیاسی فراهم نماید، به طور طبیعی به کارایی و اثربخشی نیروی مؤثر جوانی کمک خواهد کرد. ضرورت سوم که مهم ترین موضوع است، احساس

تعلق و تعهد جوانان به عوامل و عناصر جامعه در کلیه ابعاد است که انتظار می رود در پرتو مشارکت ایجاد شود. لذا با توجه به اهمیت مشارکت سیاسی در جامعه، به خصوص در جوامع مبتنی بر دموکراسی، بررسی مشارکت سیاسی جوانان یزدی و عوامل مؤثر بر آن موضوع پژوهش حاضر است. شهر یزد با برخورداری از شاخص های متعارف اقتصادی اجتماعی نظیر تحصیلات، شهرنشینی و اشتغال بالاتر از متوسط مردم، در انتخابات سال ۱۳۹۲ نزدیک به ۸۶ درصد مشارکت داشت که شواهد نشان می دهد که احساس کارایی سیاسی و میزان تعلق اجتماعی آن ها بالاست و از آنجایی که ۱۷۲ هزار نفر از جمعیت شهر یزد را جوانان تشکیل می دهند لذا در این پژوهش به دنبال پاسخ به این سؤال هستیم که میزان مشارکت سیاسی جوانان یزدی در عرصه های گوناگون سیاسی چقدر است و چه عواملی بر روی مشارکت سیاسی آن ها تأثیر می گذارد.

پیشینه پژوهش

پالیزبان (۱۳۹۱) در مقاله ای با عنوان "بررسی میزان تمایل به مشارکت سیاسی دانشجویان و عوامل مؤثر بر آن" با روش پیمایش به این نتیجه رسید که میزان تمایل به مشارکت سیاسی دانشجویان کم است. بر اساس تحلیل های آماری انجام شده، وجود رابطه مثبت بین میزان تمایل به مشارکت سیاسی دانشجویان با احساس کارایی سیاسی، حساسیت سیاسی و آگاهی سیاسی آن ها تأیید شده است.

مسعودنیا و همکاران (۱۳۹۱ الف) در مقاله ای با عنوان "بررسی عوامل اجتماعی- روان شناختی مؤثر بر مشارکت سیاسی استادان دانشگاه اصفهان" نشان دادند که با توجه به میانگین، میزان استفاده از رسانه های جمعی و میزان محرومیت نسبی، میزان مشارکت سیاسی اساتید بالاست و رابطه معناداری بین متغیرهای رسانه های جمعی، آگاهی سیاسی، محیط سیاسی، اثرگذاری سیاسی، انگیزه های سیاسی، میزان محرومیت نسبی و احساس بی قدرتی سیاسی با مشارکت سیاسی وجود دارد. مسعودنیا و همکاران (۱۳۹۱ ب) در پژوهشی دیگر با عنوان "بررسی تأثیر عوامل انگیزشی بر مشارکت سیاسی در بین دانشجویان دانشگاه بین المللی قزوین" نشان دادند میان ابعاد عوامل انگیزشی (اعتماد سیاسی، دینداری، هویت ملی، رسانه ها و ارزش های فرامادی) با مشارکت سیاسی همبستگی معناداری وجود داشته است. نیک پورقوتائی، معینی و احمدی (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان "بررسی عوامل اجتماعی- اقتصادی مرتبط با مشارکت سیاسی" به این نتیجه رسیدند که محل تولد، تحصیلات، شغل، طبقه اجتماعی، جهت گیری مذهبی، درآمد، استفاده از رسانه های جمعی، سیاسی بودن خانواده، سیاسی بودن دوستان و علاقه به برنامه های سیاسی با مشارکت سیاسی زنان رابطه معناداری دارند. جعفری نیا (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان "بررسی عوامل اقتصادی- اجتماعی مؤثر بر میزان مشارکت سیاسی شهروندان شهر خورموج" با استفاده از روش پیمایش در میان ۳۴۱ نفر از افراد واقع در سن رأی شهر خورموج به این نتیجه رسید که میزان تمایل به مشارکت سیاسی شهروندان در حد متوسط و میزان مشارکت سیاسی مردان بیشتر از زنان است و با افزایش تحصیلات، میزان تمایل به مشارکت سیاسی نیز افزایش می یابد. طبقات اجتماعی بالا نسبت به طبقات اجتماعی پایین، تمایل بیشتری به مشارکت سیاسی داشتند. فقیه زاده گرجی و گودرزی (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان "بررسی میزان مشارکت سیاسی جوانان استان همدان و عوامل مؤثر بر آن" بر روی ۴۰۰ نفر از جوانان ۱۸ تا ۳۵ سال استان همدان که با استفاده از روش نمونه گیری خوشه ای چندمرحله ای انتخاب شده بودند، نشان دادند بین متغیرهای سن، جنس، تحصیلات، وضعیت تأهل، طبقه اجتماعی، میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی، مشروعیت سیاسی، نوع نگرش به دنیای سیاست، میزان اطلاعات سیاسی و اثربخشی سیاسی با مشارکت سیاسی رابطه معنادار وجود دارد. هاشمی، فولادیان و فاطمی امین (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان "بررسی عوامل اجتماعی و روانی مؤثر بر مشارکت سیاسی مردم شهر تهران" به این نتیجه رسیدند که هر یک از متغیرهای سن، وضعیت تأهل،

سطح تحصیلات، انعطاف مذهبی، درجه مذهبی بودن، رضایت از زندگی، آزادی سیاسی، مشروعیت سیاسی، اعتماد سیاسی، دوستان سیاسی، فاتالیسم (سرنوشت گرایی)، احساس کارآمدی و اثربخشی سیاسی، احساس بی‌قدرتی سیاسی، بیگانگی سیاسی، پخش مسئولیت، خانواده سیاسی، آگاهی سیاسی، دوری‌گزینی سیاسی، استفاده از رسانه‌ها، اعتماد اجتماعی، رضایت از عملکرد دولت، محتوای شعارهای کاندیداها، داشتن فراغت در روز انتخابات، ثبات در گرایش حزبی، اهمیت نتایج انتخابات، اهمیت نظارت اجتماعی، رابطه و همبستگی معناداری با میزان مشارکت سیاسی دارد. همچنین نتایج نشان می‌دهد که تمایلات سیاسی خانواده مؤثرترین متغیر بر میزان مشارکت سیاسی بوده است؛ بدین معنا که هرچه تمایلات سیاسی خانواده فرد بیش‌تر باشد، مشارکت سیاسی وی نیز بیش‌تر خواهد بود. فیروزجانیان و جهانگیری (۱۳۸۷) پژوهشی با عنوان "تحلیل جامعه‌شناختی مشارکت سیاسی دانشجویان دانشگاه تهران" به شیوه پیمایش انجام داده‌اند. نتایج تحلیل دومتغیره نشان داد میان متغیرهای سن، جنس، وضعیت تأهل، تحصیلات مادر، تحصیلات پدر، نوع شغل پدر، منزلت شغلی مادر، محل سکونت فرد، وضعیت اقتصادی، نوع دانشکده، خانواده سیاسی، دوستان سیاسی، شرکت در انجمن‌های ارادی، تعهد مذهبی، استفاده از وسائل ارتباط جمعی، گرایش به رسانه‌ها و مشارکت سیاسی فرد رابطه معنی‌داری موجود بوده و بین تحصیلات فرد، وضعیت شغلی فرد، نوع شغل مادر، منزلت شغلی پدر و قومیت و مشارکت سیاسی فرد هیچ‌گونه رابطه معنی‌داری دیده نشده است. دیانی نیت (۱۳۸۲) در پژوهشی به "بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان مشارکت دانشجویان تبریز" پرداخته است. یافته‌های حاصل از تجزیه و تحلیل دومتغیره پژوهش مذکور، بیانگر این است که متغیرهای عضویت در انجمن‌های داوطلبانه، دوستان سیاسی، خانواده سیاسی، آگاهی سیاسی، فضای باز سیاسی و رسانه‌های گروهی با مشارکت سیاسی رابطه معناداری داشته‌اند. ایمان و مقدس (۱۳۸۱) در پژوهشی با عنوان "بررسی عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی جوانان شهر شیراز" نشان دادند از مجموع متغیرها فقط هشت متغیر، سیاسی بودن دوستان، عضویت در انجمن‌های اداری، علاقه به برنامه‌های سیاسی، خانواده سیاسی، مذهبی بودن، آگاهی سیاسی، جنسیت، مشارکت در تدوین تصمیم‌گیری‌های محل کار با متغیر مشارکت سیاسی جوانان رابطه معناداری داشته و در مجموع ۳۱ درصد از واریانس آن را تبیین کرده‌اند. الگوی دخالت در فعالیت‌های سیاسی که در این تحقیق به‌دست آمده، با الگوی بسیاری از تحقیقات پیشین همانند بود؛ به‌طوری‌که مردان بیش از زنان، مجردها بیش از متأهلان، افراد دارای مشاغل دولتی بیش از دارندگان مشاغل آزاد، افراد دارای تحصیلات بالا بیش از افراد بدون تحصیلات یا دارای تحصیلات پایین وارد فعالیت‌های سیاسی می‌شوند.

کیریش (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان "مشارکت سیاسی و فرهنگ سیاسی غیردموکراتیک در اروپای غربی، اروپای شرقی و کشورهای یوگسلاوی سابق" براساس نظریه اینگلهارت استدلال می‌کند که مردم در کشورهایی که به لحاظ اقتصادی-اجتماعی توسعه‌یافته‌ترند، از نظر سیاسی نیز فعال‌ترند و افرادی که گرایش‌های غیردموکراتیک دارند، از نظر سیاسی نیز کمتر فعال‌اند. در این پژوهش، این استدلال‌ها به وسیله مقایسه سه منطقه اروپایی مورد آزمون قرار گرفتند؛ کشورهایی که جزو دموکراسی اروپایی محسوب می‌شدند، ده کشور عضو اتحادیه اروپا در اروپای شرقی و مرکزی و هفت کشور که بعد از تجزیه کشور یوگسلاوی به وجود آمدند. در این پژوهش، سطوح مشارکت سیاسی، فرهنگ سیاسی، سبک زندگی، سنت‌گرایی، نقش جنسیت و ارتباط بین مشارکت سیاسی و فرهنگ سیاسی بررسی شده است. نتایج تحقیق نشان داد شهروندان و زنان در کشورهای پساکمونیست-که فرهنگ سیاسی محدودتری دارند- از لحاظ سیاسی کمتر فعال‌اند و در مقایسه با هم‌تاهای غربی خود در فرایندهای سیاسی کمتر مشارکت می‌کنند.

فلاوین و کین (۲۰۱۲) در پژوهشی با عنوان "رضایت از زندگی و مشارکت سیاسی: شواهدی از ایالات متحده آمریکا" با استفاده از روش پیمایش و تکنیک پرسشنامه‌ای، به دنبال این سؤال بودند که آیا کسانی که از زندگی

رضایت بیشتری دارند، بیشتر در سیاست مشارکت می کنند. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که افرادی که از زندگی شان رضایت بیشتری دارند، بیشتر در رأی گیری و فرایندهای سیاسی شرکت می کنند و به آن بیشتر اهمیت می دهند. همچنین نتایج حاکی از آن بود که کسانی که رضایت بیشتری از زندگی خود دارند، کمتر به فعالیت های شورشی و اعتراض های سیاسی می پردازند.

آلبانسی و همکاران (۲۰۱۲) پژوهشی با عنوان "جوانان مدنی و مشارکت سیاسی از دریچه جنسیت در ایتالیا" انجام داده اند. هدف از مطالعه این بود که تا چه حد شکاف جنسیتی در جامعه بزرگسالان ایتالیایی بر اقدامات سیاسی و مدنی نسل های جوان تر تأثیر می گذارد و اینکه آیا روند مشارکت ویژگی خاص جنسیت فرض می شود. نمونه آماری تحقیق ۸۳۵ نفر از افراد ۱۶ تا ۲۶ ساله و نیز افراد زیر سن رأی بودند که پرسشنامه خود گزارش دهی را تکمیل کردند. نتایج حاکی از آن بود که سرمایه فرهنگی خانواده و حمایت های هنجاری پیش بینی کننده مهم مشارکت سیاسی، به ویژه برای دختران و زنان جوان هستند.

ویتر شاپیرو (۲۰۰۸) در پژوهشی با عنوان "مشارکت سیاسی و کیفیت زندگی" به بررسی رابطه بین این دو متغیر پرداخت. نتایج پژوهش نشان می دهد مردمی که مشارکت سیاسی دارند، از بیشتر بعدهای دیگر زندگی نیز راضی هستند. اطلاعات گرفته شده از امریکای لاتین نشان می دهد که رابطه مثبت و معناداری میان رأی دادن و رضایت از زندگی وجود دارد. استفاده از مدل های چند سطحی این پژوهش نشان می دهد که بین شکل های مختلف دیگر از مشارکت سیاسی و رضایت از زندگی نیز رابطه معنی داری وجود دارد.

اونیل (۲۰۰۴) در مطالعه خویش با عنوان "جنسیت، مذهب، سرمایه اجتماعی و مشارکت سیاسی" بر تعهدگرایی مذهبی به عنوان یک عنصر سرمایه اجتماعی و مشارکت سیاسی میان زنان در امریکا تأکید می کند و به دنبال بررسی رابطه میان مشارکت زنان در سازمان های مذهبی و ایجاد سرمایه اجتماعی است. نتایج این مطالعه حاکی از وجود ارتباط میان عقاید و فعالیت های مذهبی با رفتارهای سیاسی است. وی همچنین بیان می کند که احتمال بیشتری وجود دارد که زنان به فعالیت های مذهبی به طور منظم تری نسبت به مردان توجه کنند. تعهد مذهبی در زنان فرصت هایی برای تحت اختیار گرفتن دامنه وسیعی از فعالیت ها برای آنان فراهم کرده است و دامنه مهارت های اجتماعی آنان را گسترش می دهد.

مک کلارگ (۲۰۰۳) در پژوهشی با عنوان "شبکه اجتماعی و مشارکت سیاسی" به این نتیجه رسید که افزون بر این که تعاملات اجتماعی دارای عنوان سیاسی مهم هستند، اندازه شبکه تعاملات افراد نیز مهم است. افرادی که با دوستان و آشنایان سیاسی ارتباط بیشتری داشته باشند، از مشارکت سیاسی بالاتری نیز برخوردار خواهند بود. هم چنین نتایج پژوهش نشان داد، زوجینی که دارای همسران علاقه مند به سیاست هستند، از مشارکت بیش تری برخوردار بوده اند.

کمپل (۲۰۰۰) در "بررسی رابطه مشارکت سیاسی با کارایی سیاسی" به این نتیجه رسید که هرچه احساس کارایی سیاسی فرد بیشتر باشد، میزان مشارکت سیاسی وی افزایش می یابد. به نظر وی تحصیلات، پایگاه اقتصادی و اجتماعی، درآمد و شغل به شدت بر میزان مشارکت سیاسی فرد تأثیر دارند.

رویکردهای نظری

از نیمه دوم قرن بیستم، پژوهشگران رفتار سیاسی کوشیده اند علل و انگیزه های مشارکت سیاسی را بررسی کنند. بسیاری از پژوهشگران نیز کوشیدند تا مدل های مشارکت سیاسی را برای رفع تبعیضات اجتماعی به وجود آورند. با این وصف عوامل متعددی در مشارکت سیاسی دخالت دارد و ارائه نظریه جامع برای تبیین مشارکت سیاسی اصولاً امکان پذیر نیست و اغلب نظریه ها در قالب نظریه های میان بردی که رابطه متغیرهای خاصی را با مشارکت سیاسی به آزمون می گذارند، صورت گرفته است که در ادامه برخی از نظریه ها بررسی می شوند.

از نظر هانتینگتون مهم ترین عامل توسعه سیاسی در کشورها، همانا مشارکت سیاسی است. آنان مشارکت سیاسی را تابعی از فرایند توسعه اقتصادی و اجتماعی و تصمیمات نخبگان حاکم و سیاست‌های آن‌ها می‌دانند؛ به عبارتی، نخبگان برای تحکیم قدرت خود، تحکیم استقلال ملی، اصلاحات اجتماعی و کاهش نابرابری‌های اجتماعی - اقتصادی و ... مشارکت بخش‌هایی از جامعه را در سیاست تسهیل و تشویق می‌کنند. هانتینگتون مفهوم توسعه سیاسی را بر اساس میزان صنعتی شدن، تحرک و تجهیز اجتماعی، رشد اقتصادی و مشارکت سیاسی ارزیابی می‌کند و بر این اعتقاد است که از آنجا که در فرایند توسعه سیاسی تقاضاهای جدیدی به صورت مشارکت و ایفای نقش‌های جدیدتر ظهور می‌کنند، لذا نظام سیاسی باید از ظرفیت و توانایی‌های لازم برای تغییر وضعیت برخوردار باشد، در غیر این صورت، نظام با بی‌ثباتی و هرج و مرج، اقتدارگرایی و زوال سیاسی مواجه خواهد شد و امکان دارد جامعه به این نابسامانی‌ها به شکل انقلاب برخورد کند (قوم، ۱۳۸۲: ۱۶). پس می‌توان نتیجه گرفت که افزایش مشارکت سیاسی و اجتماعی به مفهوم افزایش سهم افراد در فراگرد توسعه جامعه است. هانتینگتون معتقد است بین گسترش فرصت‌های تحرک اجتماعی فردی و مشارکت سیاسی در کوتاه مدت رابطه معکوس وجود دارد و چنانچه افرادی بتوانند با استفاده از بالا بردن سطح تحصیلات، انتقال به شغل پرمزلت تر یا کسب درآمد بیشتر به اهداف موردنظر خود که همان بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی خود است، دست یابند، معمولاً از مشارکت در سیاست و فعالیت اجتماعی صرف نظر می‌نمایند. همچنین با توجه به نظریه لیپست می‌توان بیان کرد که هرچه فرد به لحاظ موقعیت اقتصادی و اجتماعی (شغل، درآمد و تحصیلات) جایگاه بالاتری داشته باشد، از نظر سیاسی فعال تر است. بر این اساس، باتوجه به نظریه هانتینگتون و لیپست، موقعیت ساختاری افراد از عوامل موثر بر مشارکت سیاسی می‌باشد (گلایی و حاجیلو، ۱۳۹۰: ۱۷۶).

به نظر ملبراث و گوئل مشارکت بسته به چهار عامل مهم تغییر می‌کند: انگیزه‌های سیاسی، موقعیت اجتماعی، ویژگی‌های شخصی و محیط سیاسی. به این عوامل باید مهارت‌ها، منابع و تعهد را نیز افزود. برای مثال، هر چه فرد بیشتر در معرض انگیزه‌های سیاسی به شکل بحث درباره سیاست، تعلق به سازمانی که به شکلی به فعالیت سیاسی می‌پردازد یا دسترسی داشتن به اطلاعات سیاسی مربوط قرار داشته باشد، احتمال مشارکت سیاسی وی بیشتر است، اما مشارکت سیاسی بر طبق ویژگی‌های شخصی فرد نیز فرق می‌کند. شخصیت‌های اجتماعی تر، مسلط تر و برون گرا تر احتمال دارد که از نظر سیاسی فعال باشند. موقعیت اجتماعی که با میزان تحصیلات، محل سکونت، طبقه اجتماعی و قومیت سنجیده می‌شود، به طور قابل ملاحظه‌ای در مشارکت تأثیر دارد. زمینه و محیط سیاسی نیز مهم است؛ مثلاً ممکن است فرهنگ سیاسی جامعه مشارکت و تشکل‌های همسوی آن را مناسب یا نامناسب تلقی کند. بنابراین، قواعد بازی مانند حق انتخاب رأی، فراوانی انتخابات، نگرش‌ها نسبت به اجتماعات و تظاهرات خیابانی و دامنه و ماهیت احزاب سیاسی و گروه‌های فشار، همه متغیرهای مهمی در تعیین میزان مشارکت هستند (راش، ۱۳۸۳: ۱۳۵). لذا از دیدگاه ملبراث، کنش سیاسی افراد در زندگی روزمره تحت تأثیر گروه‌هایی است که به آن تعلق دارند. از این رو، افراد به دلیل افکار خود به فعالیت سیاسی نمی‌پردازند، بلکه معیارهای دوستان و خانواده است که رفتار سیاسی آنان را هدایت می‌کند. از این دیدگاه، افراد آن‌گونه می‌اندیشند که از نظر اجتماعی در آن به سر می‌برند (هاشمی و همکاران، ۱۳۸۸: ۲۰۷).

برادول (۲۰۰۴: ۵۶-۱) عواملی چون: محل سکونت، سن، تحصیلات، درآمد، نژاد، قومیت و دین را بر میزان مشارکت تأثیر می‌داند و بر مبنای نتایج تحقیقات خود، در پاسخ به این سؤال که "چرا مردم در امور سیاسی مشارکت می‌کنند؟" از عواملی مانند منافع شخصی، نیازهای روان‌شناختی و اهداف شخصی نام می‌برد. او دلایل عدم مشارکت مردم را نیز محدودیت‌های قانونی، تضاد در زندگی شخصی، تهدید روان‌شناختی و

فقدان مهارت در انجام فعالیت‌های سیاسی می‌داند. از نظر وی، چون بخشی از آمریکایی‌ها از شرایط خوب زندگی خود راضی هستند، لذا خواهان تغییر آن نیستند و به همین دلیل، ضرورتی برای مشارکت در امور سیاسی نمی‌بینند. علاوه بر این تحقیقات او نشان می‌دهد که اعتماد آمریکاییان به نظام سیاسی شان پایین است و این نیز باعث کاهش مشارکت مردم می‌شود. علاوه بر این موارد، ناامیدی و دلسرد بودن از نتایج انتخابات، وجود نظام تک حزبی، تردید در موثر بودن نتیجه انتخابات و عدم رقابت کاندیدها از عواملی است که بر میزان مشارکت افراد در امور سیاسی به ویژه انتخابات تأثیرگذار است.

بر اساس برخی نظریات، موقعیت و وضعیت اجتماعی، فرهنگی و سیاسی تعیین کننده میزان مشارکت سیاسی افراد و فعالیت‌های سیاسی آنان است. واکاری (۲۰۰۳: ۴) معتقد است بخشی از مشارکت یا عدم آن به فرهنگ جامعه مربوط می‌شود. میل به خدمت و کار برای اهداف عمومی و احساس وظیفه که از هنجارهای اجتماعی هستند و در گروه‌های اجتماعی و در نهادها به وجود می‌آیند، از فرهنگ جامعه نشأت می‌گیرند و تقویت و به کارگیری نهادهایی که منابع سازمانی را برای مشارکت عموم مردم در یک زمان خاص آماده می‌کند، موجب می‌گردد. به اعتقاد واکاری، رسانه‌ها نقش کلیدی و موثری در جریان انتخابات و مشارکت در امور سیاسی دارند. از نظر او، رسانه‌های جمعی در صحنه‌های سیاسی از مرکزیت برخوردارند و قادرند با فراخواندن مردم به مشارکت در امور سیاسی، باعث بالابردن میزان مشارکت سیاسی شوند. رسانه‌های جمعی، نبض قدرت هستند و می‌توانند واقعیت‌های سیاسی اجتماعی را ایجاد یا دگرگون کنند.

لیپست از جمله افرادی که در این حوزه فعالیت کرده است و بیشتر به دنبال شناخت عواملی است که خارج از فرد و شخصیت او قرار دارند و به عنوان عوامل اجتماعی شناخته می‌شوند. وی معتقد است که در زمینه‌های فرهنگی مختلف، عوامل مشابه می‌توانند نتایج متفاوتی را به بار آورند و لذا نمی‌توان بر اساس مدل واحدی به تبیین مشارکت سیاسی پرداخت. وی علل تأثیرگذار بر مشارکت سیاسی را بدین شرح زیر بیان کرده است: ۱- تحصیلات: از نظر وی تحصیلات رسمی عامل مهمی در میزان فعالیت شهروندان است و هرچه سطح آن بیشتر باشد، میزان مشارکت بیشتر خواهد بود. ۲- اشتغال؛ ۳- جنسیت: وی ادعا دارد که فعالیت سیاسی زنان کمتر از مردان است، اما با توجه به تحصیلات آنان و موفقیت اقتصادی آنان، تفاوت خواهد بود. ۴- طبقه: لیپست معتقد است طبقه متوسط و بالا، فعالیت بیشتر و طبقه پایین، فعالیت کمتری را از خود بروز می‌دهند؛ ۵- عامل سن: افراد بین ۳۵ تا ۵۵ سال بیشتر از جوان‌ها فعالیت دارند (لیپست، ۱۳۷۳: ۳۸۹). البته شدت تأثیرگذاری عوامل مذکور در همه کشورها به یک اندازه نیست و همانطور که گفته شد، نمی‌توان به یک الگوی چندان ثابتی در رفتار مشارکتی شهروندان در آن دست یافت. متغیرهای مورد نظر لیپست در تبیین مشارکت سیاسی را می‌توان در سه سطح کلی تقسیم کرد:

۱) موقعیت اقتصادی خانواده که متغیرهایی چون: سطح درآمد، شغل، محل سکونت و منزلت را در بر می‌گیرد. این متغیرها از نظر لیپست به عنوان متغیرهایی پایه‌ای عمل می‌کنند که به طور غیر مستقیم از طریق برخی متغیرهای دیگر نظیر ایدئولوژی سیاسی، عضویت حزبی و... رفتار سیاسی افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهند. ۲) موقعیت اجتماعی فرد که متغیرهایی چون: وضعیت تأهل، مشارکت در نهادهای سیاسی - اجتماعی، شهری یا روستایی بودن، مهاجر یا بومی بودن، سطح تحصیلات و میانسال یا جوان بودن را در بر می‌گیرد. ۳) موقعیت سیاسی - مذهبی فرد که متغیرهای این دو وجه تأثیر متقابلی بر یکدیگر دارند. متغیرهایی چون: ایدئولوژی سیاسی فرد که ارتباط تنگاتنگی با میزان مذهبی بودن دارد که به نوبه خود متأثر از ویژگی سیاسی خانواده نیز هست (فولادیان و رمضان، ۱۳۸۷: ۲).

آلموند و ربا (۱۹۷۵: ۲۱۱) بر این باورند که جوامع گوناگون را می‌توان بر پایه سه نوع فرهنگ کوتاه بینانه، ذهنی و مشارکتی یا آمیزه‌ای از آنها شناسایی کرد: ویژگی فرهنگ کوتاه بینانه، شناخت اندک از حکومت است

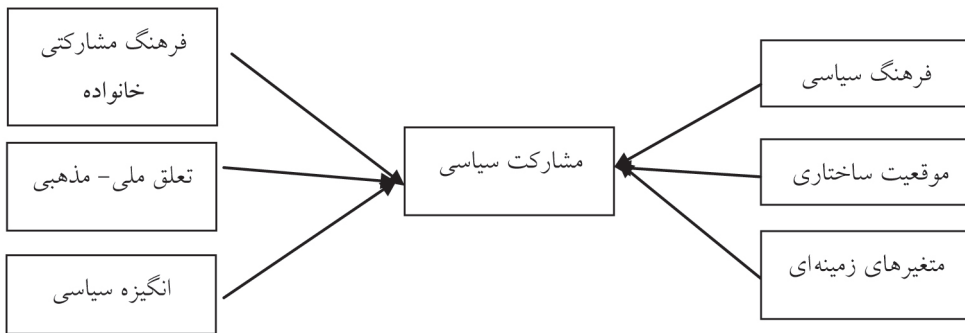
و اغلب در میان اقشار و طبقات پایین جامعه به لحاظ سطح تحصیلات، شغل و درآمد و آگاهی سیاسی دیده می‌شود. از ویژگی‌های این نوع فرهنگ، انتظارات ناچیز از حکومت و پایین بودن میزان مشارکت سیاسی است. وجود انتظارات بالا و شناخت بیشتر از نظام سیاسی ویژگی فرهنگ سیاسی ذهنی و وجه اختلاف آن با فرهنگ پیش گفته است و وجه اشتراک آن میزان مشارکت سیاسی اندک است. اما در فرهنگ سیاسی مشارکتی هر سه ویژگی (شناخت از حکومت، انتظار از حکومت و میزان مشارکت سیاسی) برجسته است. در این نوع فرهنگ که اغلب در میان اقشار و طبقات میانی و بالای جامعه یافت می‌شود، افراد به دلیل سطوح بالای تحصیلات، درآمد و شغل، از آگاهی سیاسی بالایی نیز برخوردارند و همواره خود را در معرض اطلاعات و کسب آگاهی‌های گوناگون قرار می‌دهند. در نتیجه، شناخت آنها از نظام سیاسی افزایش می‌یابد و انتظارات آنها از داوطلبان تصدی کرسی‌های تصمیم‌گیری بالاتر می‌رود. از دید آلموند، در یک نظام سیاسی اقتدارگرا برخی مشارکت‌جویان مثل دانشجویان و روشنفکران به مخالفت با نظام بر می‌خیزند و می‌کوشند از طریق مجاب‌سازی یا اقدامات اعتراضی پرخاشجویانه‌تر آن را تغییر دهند. در چنین نظامی بیشتر مردم را پیروان منفعلی تشکیل می‌دهند که هر چند از وجود حکومت آگاه و به قوانین پای بندند، ولی جز این مشارکتی در امور عمومی ندارند. از دید آلموند، دهقانان و کارگران کشاورزی که در زمین‌های بزرگ کار و زندگی می‌کنند، تماس آگاهانه با نظام سیاسی ندارند (آلموند، پاول و رابرت جی، ۱۳۷۷: ۸۰-۷۱). یکی از راه‌هایی که نظام به حمایت از خود و حفظ خود می‌پردازد، از طریق جامعه‌پذیری سیاسی می‌باشد. لذا هر نظام سیاسی که به دنبال بقای خود می‌باشد، باید در میان اعضای خود انتظارات حمایتی را رشد دهد. به همین لحاظ به اعتقاد آلموند فرایند جامعه‌پذیری سیاسی اساساً تعیین‌کننده ثبات فرهنگ سیاسی و ساختار جامعه در گذر زمان می‌باشد. از نظر آلموند، جامعه‌پذیری سیاسی هرگز واقعاً پایان نمی‌پذیرد و در سراسر زندگی فرد ادامه می‌یابد (اخترشهر، ۱۳۸۶: ۷۲). آلموند و وربا جهت بررسی مشارکت سیاسی در پنج کشور ایتالیا، انگلیس، آمریکا، مکزیک و آلمان از نظریه اجتماعی‌شدن سیاسی استفاده کردند و طی آن سه نهاد اجتماعی‌کننده خانواده، مدرسه و شغل را از نظر میزان الگوی مشارکت بررسی کردند. استدلال آلموند و وربا در نهایت این است که هر چقدر سه نهاد اجتماعی‌کننده یاد شده، الگوی مشارکت قوی‌تری را نهادینه کرده باشند و فرد در درون این سه نهاد اجتماعی‌کننده مشارکت بیشتری داشته باشد، در مراحل بعدی زندگی مشارکت سیاسی بیشتری خواهد داشت و جامعه‌مربوط از نظر فرهنگ سیاسی به فرهنگ مشارکتی نزدیک‌تر خواهد بود (عرفانی، ۱۳۸۳: ۷۶). در این نظریه بر نقش الگوی اقتدار در بیرون از نظام سیاسی یا به عبارتی بر یادگیری سیاسی از الگوهای حاکم بر نهادهای اجتماعی - یا تجربه‌های سازنده برآمده از موقعیت‌های نهادی - و نخبگان سیاسی و تأثیر نهادها و نخبگان بر فرهنگ سیاسی مردم بسیار تأکید می‌شود (اینگلهارت، ۱۳۷۳: ۴۷۹). آلموند و وربا از داده‌های خود نتیجه می‌گیرند که الگوی مشارکت در درون گروه‌های طبقاتی مختلف تفاوت‌های معنی‌داری دارد و کسانی که در طبقات اجتماعی بالاتر قرار دارند، مشارکت بیشتری نیز دارند. به نظر آن‌ها، یکی از دلایل قابلیت سیاسی اندک کسانی که اطلاعات و آموزش مناسبی ندارند، این است که از نظر طبقاتی در خانواده‌هایی رشد می‌کنند که در آن‌ها انتظار و توقع این که هرکس با تصمیمی مخالف است، می‌تواند مخالفت‌اش را اعلام کند، پرورش نمی‌یابد (عرفانی، ۱۳۸۳: ۱۰۰). وربا و نای معتقدند موقعیت اقتصادی - اجتماعی افراد در آمریکا بیش از هر عامل دیگری تعیین‌کننده میزان قدرت سیاسی آنان است. داده‌های آن‌ها نشان می‌دهد که هرچه سطح مشارکت افزایش می‌یابد، نسبت افراد طبقات پایین‌تر کاهش می‌یابد. (پناهی، ۱۳۸۶: ۳۳).

چارچوب نظری پژوهش

همان‌طور که در مبانی نظری و تجربی بیان شد، مشارکت سیاسی معلول علت واحدی نیست و صاحب‌نظران

از زوایای متعددی به این مبحث پرداخته و علل متنوعی را بیان نموده اند. برای تبیین موضوع مشارکت سیاسی در تحقیق حاضر از نظریات مختلف اندیشمندان حوزه های سیاسی و جامعه شناختی استفاده شده است. هانتینگتون، نلسون، لیپست و برادول موقعیت ساختاری شامل شغل، جنسیت، تحصیلات، محل سکونت و وضعیت تاهل را از عوامل موثر بر مشارکت سیاسی بیان می کنند. صاحب نظرانی چون آلموند وربا و دال سیونگ یو عامل فرهنگ مشارکتی را از علل اصلی مشارکت سیاسی می دانند که به موازات آگاهی سیاسی بیشتر، شناخت از حکومت، انتظار از حکومت و میزان مشارکت سیاسی برجسته تر می شود و مشارکت سیاسی نیز بیشتر انجام می پذیرد. بنا به نظریه میلبراث و گوئل، هس و تورنی، لوسین پای، اولسون و وربا و غیره شاخص برجسته وجود مشارکت سیاسی، فرایند جامعه پذیری اجتماعی و پذیرش همگانی قوانین، قواعد و هنجارهای سیاسی، پیوند با نهادهای مذهبی و خانوادگی و احساس تعلق و اعتماد به ساختارهای سیاسی مردم گرا است. برادول و لیپست نیز معتقدند میزان مذهبی بودن افراد، ارتباط تنگاتنگی با میزان سیاسی بودن آنان دارد که خود متأثر از ویژگی سیاسی خانواده است. میلبراث و راش نیز انگیزه سیاسی را از عوامل مهم در مشارکت سیاسی مطرح می کنند. بنابراین در تدوین چارچوب نظری این تحقیق از نظریات جامعه شناختی و سیاسی هانتینگتون، مارتین لیپست، برادول، میلبراث و گوئل در تبیین تحقیق حاضر استفاده شده است.

نمودار ۱: مدل تحقیق



فرضیات پژوهش

۱. میزان مشارکت سیاسی در دو گروه زنان و مردان متفاوت است.
۲. بین سن و مشارکت سیاسی رابطه وجود دارد.
۳. بین فرهنگ مشارکتی خانواده و مشارکت سیاسی رابطه وجود دارد.
۴. بین تعلق ملی - مذهبی و مشارکت سیاسی رابطه وجود دارد.
۵. بین انگیزه سیاسی و مشارکت سیاسی رابطه وجود دارد.
۶. بین فرهنگ سیاسی و مشارکت سیاسی رابطه وجود دارد.

روش شناسی پژوهش

این پژوهش براساس تکنیک پیمایش انجام شده، ابزار مورد استفاده، پرسشنامه بوده و در تحلیل داده ها از روش های آماری و استنباطی استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر را کلیه جوانان ۱۵-۲۹ ساله شهر یزد در فاصله مقطعی آذر ماه و دی ماه ۱۳۹۳ تشکیل می دهند. حجم جامعه آماری، توسط مرکز

آمار ایران و براساس سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۹۰ مشخص شد که تعداد آن‌ها ۱۷۲۰۰۹ نفر بود. برای برآورد حجم نمونه ابتدا یک مطالعه مقدماتی روی ۳۰ نفر از پاسخگویان انجام گردید تا واریانس متغیر مورد مطالعه (مشارکت سیاسی جوانان) مشخص گردد. سپس با استفاده از فرمول کوکران، با سطح اطمینان ۹۵ درصد و دقت احتمالی ۵ درصد و با واریانسی که بر اساس پیش‌آزمون به دست آمد $p=0/5$ و $q=0/5$ ، ۳۸۴ نفر مشخص گردید. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای (MCS) استفاده گردید. به این ترتیب اطلاعات لازم از جوانان در مناطق سه‌گانه یزد شامل منطقه ۱ (محدوده امامشهر، فرودگاه سید گلسترخ، خلد برین و چاه ملکی)، منطقه ۲ (محدوده میدان امام حسین، بلوار دانشجو، میدان امیر چخماق و چهار راه سلمان) و منطقه ۳ (محدوده شهرک رزمندگان آزاد شهر) جمع‌آوری گردید.

تعریف مفاهیم و متغیرهای تحقیق

مشارکت سیاسی

به هر نوع فعالیت سیاسی داوطلبانه در رابطه با احزاب، انتخاب کردن و انتخاب شدن برای پست‌های سیاسی جامعه، اثرگذاری در شکل‌گیری سیاست‌ها و برنامه‌های عمومی و در نهادها و نظام سیاسی جامعه گفته می‌شود که در دو بعد سنجیده شده است.

بعد ذهنی مشارکت

به نوع پنداشت فرد از شرکت در فعالیت‌های سیاسی گفته می‌شود که قبل از هر اقدامی به او کمک می‌کند تا وضعیت‌های سیاسی واقعی یا بالقوه را بررسی کند. تمایل به شرکت در انتخابات شوراهای، تمایل به شرکت در انتخابات ریاست جمهوری، تمایل به شرکت در راهپیمایی‌ها، تمایل به عضویت در انجمن‌ها و احزاب سیاسی.

بعد عینی مشارکت

جنبه دیگر مشارکت، مشارکت سیاسی عینی است؛ یعنی درگیر شدن در فعالیت‌هایی که بنا به تعریف مشارکت سیاسی تلقی می‌شوند و به‌صورت عضویت، نظارت، اجرا و تصمیم‌گیری بروز می‌کند از قبیل مشارکت در میتینگ‌های عمومی، شرکت در رأی‌گیری، حضور در انتخابات و شرکت در احزاب و گروه‌ها و غیره. بدین منظور پژوهشگر از دو نوع مشارکت سیاسی رسمی و غیررسمی برای سنجش مشارکت جوانان بهره برده است (امام‌جمعه زاده و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۸).

بعد رسمی مشارکت

هرگونه عمل داوطلبانه‌ای است که اعضای جامعه به‌منظور حمایت از نظام سیاسی و تأثیرگذاری بر آن در چارچوب‌های مشخص و تعیین شده که به‌طور رسمی و برنامه‌ریزی‌شده توسط سازمان‌ها و نهادهای رسمی کشور صورت می‌گیرد، انجام می‌دهند. شرکت در انتخابات مختلف، مشارکت در تظاهرات و راهپیمایی‌های سیاسی و ... (امام‌جمعه زاده و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۸).

بعد غیررسمی مشارکت

هرگونه عمل داوطلبانه‌ای است که اعضای جامعه به‌منظور حمایت یا تأثیرگذاری بر نظام و جریان‌های سیاسی و در خارج از چارچوب‌های تعیین شده و رسمی توسط سازمان‌ها و نهادهای رسمی انجام می‌دهند. این نحوه مشارکت شامل هرگونه فعالیت سیاسی می‌شود که درکنش متقابل بین افراد و در رابطه آن‌ها با حکومت انجام می‌شود و ساخت و شکل از پیش تعیین شده و برنامه‌ریزی‌شده ندارد. در این زمینه می‌توان اقداماتی از قبیل حضور در تظاهرات، نوشتن نامه‌ها، رأی‌گیری از افراد، امضای طومار، مشارکت اینترنتی و فعالیت‌هایی از این قبیل را نام برد (امام‌جمعه زاده و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۸).

فرهنگ سیاسی

به پاسخ‌های نمادین، احساسات و ادراکاتی که مردم به سیستم سیاسی دارند و به ارتباط این گرایش‌ها با دیگر جنبه‌های سیاسی توجه می‌کند (ساموئل سی پترسون) که شامل سه عنصر اعتقاد به مشروعیت سیاسی، نهادهای سیاسی کارا در جامعه و ارزیابی سیاسی می‌شود، از قبیل میزان رضایت از عملکرد حکومت، وجود نهادی مدنی در جامعه نظیر احزاب، انجمن‌ها، موسسات و گروه‌های سیاسی و تمایل به مشارکت (کینگ، ۱۹۹۴: ۱۱۸).

فرهنگ مشارکتی خانواده

به ارزش‌ها و عناصر مشارکت و همکاری در بین اعضای خانواده اطلاق می‌شود؛ یعنی، اعضای خانواده تا چه میزان از تصمیم‌گیری مشترک، آزادی عمل، همکاری، حمایت، تشویق و سایر مشخصه‌های مشارکتی در خانواده برخوردارند که در دو بعد درون‌گروهی و برون‌گروهی سنجیده می‌شود (گلایی و حاجیلو، ۱۳۹۱ الف: ۳۸).

تعلق ملی - مذهبی به میزان احساس دل‌بستگی و تعلق خاطر افراد به مؤلفه‌ها و عناصر ملی و مذهبی اطلاق می‌شود، نظیر عشق به سرزمین، پرچم، زبان فارسی، فرهنگ، دین، قرآن، تکالیف اخلاقی، ائمه و ... (جنادله، ۱۳۸۶: ۴۳).

انگیزه سیاسی

به عوامل درونی اطلاق می‌شود که فرد را برای رسیدن به هدفی خاص از درون به فعالیت وادار می‌دارد (شیرازی، ۱۳۷۳: ۱۴۱).

جدول ۱: ضرایب پایایی متغیرهای پژوهش

متغیر	تعداد گویه	آلفای کرونباخ
مشارکت سیاسی	۳۰	۰/۹۳۸
فرهنگ مشارکتی خانواده	۱۲	۰/۷۰۴
فرهنگ سیاسی	۱۸	۰/۸۹۸
انگیزه سیاسی	۱۰	۰/۸۴۵
تعلق ملی - مذهبی	۱۲	۰/۸۷۸

یافته های پژوهش

یافته های توصیفی

در تحقیق حاضر، ۴۹/۵ درصد از پاسخگویان مرد و ۵۰/۵ درصد زن می‌باشند. ۳۱ درصد از پاسخگویان ۱۵ تا ۱۹ سال، ۳۵/۷ درصد ۲۰ تا ۲۴ سال و ۳۳/۳ درصد ۲۵ تا ۲۹ سال سن دارند. ۰/۸ درصد از پاسخگویان بی سواد می‌باشند. ۴۴/۸ درصد دارای تحصیلات دیپلم و پایین تر، ۴۸/۲ درصد دارای تحصیلات فوق دیپلم و لیسانس و ۶/۳ درصد دارای تحصیلات فوق لیسانس و بالاتر می‌باشند. از بین پاسخگویان، ۴۵/۶ درصد از آن‌ها غیر شاغل و ۵۴/۴ درصد شاغل می‌باشند. ۳۹/۶ درصد از پاسخگویان درآمدی نداشتند و درآمد ماهیانه ۲۴/۰ درصد از کل پاسخگویان، کمتر از ۵۰۰ هزار تومان، ۲۲/۷ درصد بین ۵۰۰ تا یک میلیون تومان، ۸/۳ درصد بین یک میلیون تا یک میلیون و پانصد هزار تومان و ۵/۵ درصد بالاتر از یک میلیون و پانصد هزار

تومان است.

جدول ۲: آماره های توصیفی میزان مشارکت سیاسی و ابعاد آن

ردیف	موضوع	میانگین	انحراف معیار	دامنه تغییرات	حد اقل	حد اکثر
۱۰	مشارکت سیاسی ذهنی	۱۹/۵۶	۸/۴۱	۴۰	۱۰	۵۰
۲۰	مشارکت سیاسی عینی (بعد رسمی و غیررسمی)	۳۲/۷۵	۱۲/۷۰	۷۱	۲۰	۹۱
۳۰	مشارکت سیاسی (شاخص کل)	۵۲/۳۱	۲۰/۱۱	۱۱۱	۳۰	۱۴۱

همان طور که جدول میزان مشارکت سیاسی نشان می دهد، میانگین بعد مشارکت سیاسی ذهنی، ۱۹/۵۶ و میانگین مشارکت سیاسی عینی، ۳۲/۷۵ می باشد و میزان مشارکت عینی بیشتر از مشارکت ذهنی پاسخگویان است. این نتیجه با نتایج پژوهش امام جمعه زاده و همکاران (۱۳۹۱) هماهنگ و با نتایج امام جمعه زاده و همکاران (۱۳۸۹) ناهمسو بود. همچنین، میانگین مشارکت سیاسی پاسخگویان با توجه به کمترین و بیشترین مقدار (۳۰ و ۱۴۱) ۵۲/۳۱ و کمتر از حد متوسط می باشد که حاکی از آن است که پاسخگویان به لحاظ میزان مشارکت سیاسی در حد پایینی می باشد. این نتیجه با نتایج پژوهش پالیزبان (۱۳۹۱) و هاشمیان و همکاران (۱۳۸۸) که میزان مشارکت سیاسی پاسخگویان را در شهر تهران در سطح پایینی گزارش کردند، همسو بود و با نتایج پژوهش مسعودنیا و همکاران (۱۳۹۱ الف)، فقیه زاده گرجی و همکاران (۱۳۹۰) و جعفری نیا و همکاران (۱۳۹۰) که میزان مشارکت سیاسی را در سطح متوسط و بالا گزارش کردند، ناهمسو بود.

جدول ۳: آماره های توصیفی میزان متغیر فرهنگ سیاسی و تعلق ملی - مذهبی و ابعاد آن

ردیف	موضوع	میانگین	انحراف معیار	دامنه تغییرات	حد اقل	حد اکثر
۶	تعلق مذهبی	۴/۳۴	۲۶/۰۶	۴/۵۹	۶	۳۰
۶	تعلق ملی	۳/۸۸	۲۳/۳۰	۵/۷۹	۶	۳۰
۱۲	تعلق ملی - مذهبی (شاخص کل)	۴/۱	۴۹/۳۶	۹/۳۳	۱۲	۶۰
۹	ارزیابی فرد از مشارکت سیاسی	۳/۰۱	۲۷/۰۱	۶/۰۰	۹	۴۵
۹	مشروعیت دولت	۳/۱	۲۸/۰۱	۱۰/۵۴	۹	۵۴

۵۴	۹	۴۵	۱۰/۳۸	۳۰/۰۴	۳/۳۳	۹	عملکرد نهادها
۱۳۶	۲۷	۱۰۹	۲۰/۰۳	۸۵/۰۶	۳/۱۷	۲۷	فرهنگ سیاسی (شاخص کل)

میزان تعلق ملی- مذهبی، یکی دیگر از متغیرهایی است که در این پژوهش سنجیده شده است. جدول فوق آماره های توصیفی مربوط به میزان تعلق ملی و مذهبی را نشان می دهد که با توجه به میانگین، میزان تعلق ملی و تعلق مذهبی پاسخگویان (در دامنه ۶ تا ۳۰)، بالاتر از حد متوسط می باشد. به طور کلی، میانگین تعلق ملی- مذهبی پاسخگویان (در دامنه ۱۲ تا ۶۰)، ۴۹/۳۶ و بالاتر از حد متوسط می باشد که حاکی از آن است که پاسخگویان به لحاظ میزان تعلق ملی- مذهبی در سطح بالایی قرار دارند.

فرهنگ سیاسی در این پژوهش، در سه بعد مجزا سنجیده شده است. جدول فوق آماره های توصیفی مربوط به هریک از ابعاد آن را نشان می دهد که از میان ابعاد سه گانه فرهنگ سیاسی، بعد ارزیابی فرد از مشارکت سیاسی با میانگین ۲۷/۰۱، پایین ترین و بعد عملکرد نهادها با میانگین ۳۰/۰۴، بالاترین میزان را به خود اختصاص داده است. همچنین، میانگین فرهنگ سیاسی پاسخگویان (در دامنه ۲۷ تا ۱۳۶)، ۸۵/۰۶ و در حد متوسط می باشد که از میزان متوسط فرهنگ سیاسی حکایت دارد.

تحلیل استنباطی یافته ها

جدول زیر توزیع نرمال متغیرهای تحقیق را با آماره کالموگروف اسمیرونف نشان می دهد. همانطور که مشاهده می شود، آزمون کالموگروف اسمیرونف برای متغیرهای مشارکت سیاسی، فرهنگ سیاسی، فرهنگ مشارکت خانواده و انگیزه سیاسی با سطح معناداری بیشتر از ۰/۰۵ معنادار نبوده است. بنابراین این متغیرها دارای توزیع نرمال هستند. پس در آزمون داده های تحقیق از تحلیل های پارامتریک پیروسون، آزمون تی مستقل و تحلیل واریانس استفاده شد و نرمال بودن متغیر تعلق ملی - مذهبی با سطح معناداری صفر رد شد. بنابراین برای آزمون آن از آزمون اسپیرمن استفاده شده است.

جدول ۴: آزمون کالموگروف اسمیرونف

sig	K-S آزمون	متغیرهای تحقیق
۰/۱۱۷	۱/۱۹۱	مشارکت سیاسی ذهنی
۰/۰۷	۱/۳۵۳	مشارکت سیاسی عینی
۰/۰۶۱	۱/۳۸۲	مشارکت سیاسی (شاخص کل)
۰/۰۰۰	۲/۴۹۵	تعلق ملی- مذهبی
۰/۲۳۷	۱/۰۳۱	فرهنگ سیاسی
۰/۰۷	۱/۲۹	فرهنگ مشارکت خانوادگی
۰/۰۸۵	۱/۲۵۷	انگیزه سیاسی

فرضیه اول: بین مشارکت سیاسی زنان و مردان تفاوت وجود دارد.

به منظور مقایسه میانگین مشارکت سیاسی زنان و مردان جوان و نیز مقایسه میانگین ابعاد آن، از آزمون تی استفاده گردید که نتایج آن در جدول زیر نشان داده شده است:

جدول ۵: خروجی آزمون تی مستقل جهت مقایسه میانگین مشارکت سیاسی زنان و مردان

مشارکت سیاسی	جنسیت	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	سطح معناداری
مشارکت سیاسی	مرد	۱۹۰	۵۴/۵۴	۲۳/۲۰	۲۰/۹۲۸	۰/۰۰۰	۲/۱۵۷	۳۳۹
	زن	۱۹۴	۵۰/۱۲	۱۶/۳۰	۰/۰۲۲			

همان‌طور که از نتایج آزمون تی و یافته‌های نمایش داده شده در جدول مشخص است، میزان t با سطح معناداری صفر، فرض برابری واریانس‌ها رد شده و تفاوت میانگین مشارکت سیاسی زنان و مردان تایید می‌شود ($P < ۰/۰۵$). با توجه به میانگین گزارش شده در جدول فوق، میزان مشارکت سیاسی مردان از زنان بیشتر است.

فرضیه دوم: بین سن و مشارکت سیاسی همبستگی وجود دارد.

به‌منظور آزمون این فرضیه، از ضریب همبستگی پیرسون استفاده گردید. در جدول زیر ضریب همبستگی پیرسون متغیر سن و مشارکت سیاسی جوانان و ابعاد آن نشان داده شده است:

جدول ۶: ضریب همبستگی بین متغیر سن و مشارکت سیاسی جوانان

ابعاد	ذهنی	سطح معناداری	عینی	سطح معناداری	مشارکت سیاسی (شاخص کل)	سطح معناداری
سن	-۰/۱۰۳*	۰/۰۴۴	-۰/۱۰۲*	۰/۰۴۷	-۰/۱۰۸*	۰/۰۳۶

* $p < ۰/۰۵$ ** $p < ۰/۰۱$ *** $p < ۰/۰۰۱$

بر اساس نتایج آماری حاصل از جدول بالا، میان سن و مشارکت سیاسی همبستگی منفی و معناداری وجود دارد ($P < ۰/۰۵$). به عبارت دیگر، هرچه سن جوانان افزایش می‌یابد، میزان مشارکت سیاسی آن‌ها کمتر می‌شود. از سوی دیگر، از بین ابعاد مشارکت سیاسی، میان سن و مشارکت سیاسی ذهنی و نیز عینی همبستگی منفی و معنادار وجود دارد ($P < ۰/۰۵$). بر این اساس این فرضیه مبنی بر وجود همبستگی میان سن و مشارکت سیاسی جوانان تأیید می‌شود.

فرضیه سوم: بین فرهنگ مشارکتی خانواده و مشارکت سیاسی جوانان رابطه وجود دارد.

به‌منظور آزمون این فرضیه، از ضریب همبستگی پیرسون استفاده گردید. در جدول زیر ضریب همبستگی پیرسون متغیر فرهنگ مشارکتی خانواده و مشارکت سیاسی جوانان و ابعاد آن نشان داده شده است:

جدول ۷: ماتریس همبستگی بین متغیر فرهنگ مشارکتی خانواده و مشارکت سیاسی جوانان

ابعاد	ذهنی	سطح معناداری	عینی	سطح معناداری	مشارکت سیاسی (شاخص کل)	سطح معناداری
فرهنگ درون‌گروهی	۰/۱۱۷*	۰/۰۲۲	۰/۰۷۳	۰/۱۵۱	۰/۰۹۵	۰/۰۶۲

فرهنگ برون گروهی	۰/۳۰۰***	۰/۰۰۰	۰/۲۸۳***	۰/۰۰۰	۰/۳۰۵***	۰/۰۰۰
فرهنگ مشارکتی خانواده (شاخص کل)	۰/۲۵۳***	۰/۰۰۰	۰/۲۱۹***	۰/۰۰۰	۰/۲۴۴***	۰/۰۰۰

*** $p < ۰/۰۰۱$ ** $p < ۰/۰۱$ * $p < ۰/۰۵$

بر اساس نتایج آماری حاصل از جدول بالا، میان فرهنگ مشارکتی خانواده و مشارکت سیاسی و ابعاد آن همبستگی مثبت و معنادار است ($P < ۰/۰۰۱$). به عبارت دیگر، هرچه فرهنگ خانواده مشارکت جویانه تر باشد، میزان مشارکت سیاسی بیشتر است. همچنین، از بین فرهنگ برون گروهی با مشارکت سیاسی و ابعاد آن همبستگی مثبت و معنادار وجود دارد ($P < ۰/۰۰۱$)، ولی همبستگی بین فرهنگ درون گروهی خانواده با بعد عینی و مشارکت سیاسی کل معنادار نیست ($P < ۰/۰۵$) و فقط بین فرهنگ درون گروهی با مشارکت سیاسی ذهنی همبستگی مثبت و معنادار وجود دارد ($P < ۰/۰۵$). لذا فرضیه ششم تحقیق مبنی بر وجود همبستگی معنادار بین فرهنگ مشارکتی خانواده و مشارکت سیاسی جوانان تأیید می شود.

فرضیه چهارم: بین فرهنگ سیاسی و مشارکت سیاسی جوانان رابطه وجود دارد.

به منظور آزمون این فرضیه، از ضریب همبستگی پیرسون استفاده گردید. در جدول زیر ضریب همبستگی پیرسون متغیر فرهنگ سیاسی و مشارکت سیاسی جوانان و ابعاد آن نشان داده شده است:

جدول ۸: ماتریس همبستگی بین متغیر فرهنگ سیاسی و مشارکت سیاسی جوانان

ابعاد	ذهنی	سطح معناداری	عینی	سطح معناداری	مشارکت سیاسی	سطح معناداری
ارزیابی فرد از مشارکت سیاسی	۰/۱۴۴**	۰/۰۰۵	۰/۰۴۸	۰/۳۴۶	۰/۰۹۱	۰/۰۷۶
رضایت از دولت	۰/۱۶۱**	۰/۰۰۲	۰/۱۷۵**	۰/۰۰۱	۰/۱۷۸***	۰/۰۰۰
عملکرد نهادها	۰/۰۸۲	۰/۱۰۸	۰/۱۲۳*	۰/۰۱۶	۰/۱۱۲*	۰/۰۲۸
فرهنگ سیاسی	۰/۱۶۷**	۰/۰۰۱	۰/۱۷۳**	۰/۰۰۱	۰/۱۷۹***	۰/۰۰۰

* $p < ۰/۰۵$ ** $p < ۰/۰۱$ *** $p < ۰/۰۰۱$

با توجه به جدول فوق، بین متغیر فرهنگ سیاسی و مشارکت سیاسی همبستگی مثبت و معنادار وجود دارد ($P < ۰/۰۰۱$). به عبارتی، هرچه فرهنگ سیاسی بالاتر باشد، میزان مشارکت سیاسی بیشتر است. همچنین، از بین ابعاد فرهنگ سیاسی بین دو بعد رضایت از دولت و عملکرد نهادها با مشارکت سیاسی همبستگی مثبت و معنادار است. علاوه بر این، بین بعد ارزیابی فرد از مشارکت سیاسی و مشارکت ذهنی همبستگی مثبت و معنادار وجود دارد - در حالی که بین ارزیابی فرد از مشارکت سیاسی با مشارکت عینی و شاخص کل مشارکت سیاسی همبستگی معنادار نیست ($P < ۰/۰۵$). در مجموع، یافته‌های حاصل از پژوهش، از فرضیه هفتم تحقیق مبنی بر رابطه بین فرهنگ سیاسی و مشارکت سیاسی حمایت می کنند.

فرضیه پنجم: بین میزان تعلق ملی - مذهبی و مشارکت سیاسی جوانان رابطه وجود دارد.

فرضیه ششم: بین میزان انگیزه سیاسی و مشارکت سیاسی جوانان رابطه وجود دارد. به منظور آزمون این فرضیه ها، از ضریب همبستگی پیرسون استفاده گردید. در جدول زیر ضریب همبستگی پیرسون متغیر تعلق ملی- مذهبی و مشارکت سیاسی جوانان و ابعاد آن نشان داده شده است:

جدول ۹: ماتریس همبستگی بین متغیر های تعلق ملی- مذهبی، انگیزه سیاسی و مشارکت سیاسی جوانان

ابعاد	ذهنی	سطح معناداری	عینی	سطح معناداری	مشارکت سیاسی	سطح معناداری
تعلق مذهبی- ملی	۰/۰۴۵	۰/۳۸۲	۰/۰۸۶	۰/۰۹۳	۰/۰۷۳	۰/۱۵۴
انگیزه سیاسی	۰/۳۸۸***	۰/۰۰۰	۰/۳۷۳***	۰/۰۰۰	۰/۳۹۸***	۰/۰۰۰

بر اساس جدول بالا، بین میزان تعلق ملی- مذهبی و مشارکت سیاسی همبستگی معنادار وجود ندارد ($P > ۰/۰۵$) و این فرضیه تأیید نمی شود. بین متغیر انگیزه سیاسی و مشارکت سیاسی همبستگی مثبت و معنادار وجود دارد ($P > ۰/۰۰۱$). به عبارت دیگر، هرچه انگیزه سیاسی جوانان بیشتر باشد، میزان مشارکت سیاسی آن ها بیشتر می شود. از سوی دیگر، بین میزان انگیزه سیاسی و ابعاد مشارکت سیاسی، همبستگی مثبت و معنادار وجود دارد ($P > ۰/۰۰۱$).

در نهایت در یک جمع بندی از آزمون های مطرح شده، رگرسیون چندگانه تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته با روش گام به گام بررسی شد که نتایج آن به شرح جدول زیر است:

جدول ۱۰: رگرسیون چندگانه برای سنجش اثر متغیرهای مستقل بر میزان مشارکت سیاسی جوانان

متغیرهای مستقل	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده (Beta)	آزمون t	سطح معنی داری	آماره های هم خطی	
	B	خطای معیار				تولرانس	عامل تورم واریانس
مقدار ثابت	۱۳/۱۹۸	۳/۲۷۹		۴/۰۲۵	۰/۰۰۰		
انگیزه سیاسی	۰/۵۰۳	۰/۰۷۷	۰/۳۱۸	۶/۵۴۶	۰/۰۰۰	۰/۹۰۱	۱/۱۱۰
مشارکت برون گروهی خانواده	۰/۴۹۱	۰/۱۲۳	۰/۱۹۴	۳/۹۸۶	۰/۰۰۰	۰/۸۹۸	۱/۱۱۳
جنس	-۳/۷۰۰	۱/۱۷۴	-۰/۱۴۶	-۳/۱۵۲	۰/۰۰۲	۰/۹۹۴	۱/۰۰۶
$R^2 = ۰/۱۹۰$ ضریب تعیین تعدیل شده $R^2 = ۰/۱۹۴$ ضریب تعیین چندگانه $f = ۶۱/۷۴۸$ $sig = ۰/۰۰۰$							

از مجموع متغیرهای وارد شده به معادله رگرسیون، سه متغیر مستقل تأثیر معنی داری بر متغیر وابسته داشته اند. از بین متغیرهای باقی مانده در مدل رگرسیون، متغیر انگیزه سیاسی در مجموع بیشترین تأثیر را در میزان مشارکت سیاسی داشته است. همان گونه که ملاحظه می شود، تأثیر انگیزه سیاسی و فرهنگ برون گروهی

خانواده و جنس بر مشارکت سیاسی مستقیم است. واریانس ترکیب خطی متغیرهای مستقل می تواند ۱۹ درصد از واریانس میزان مشارکت سیاسی را تبیین کند. مابقی تغییرات متغیر وابسته، احتمالاً به دلیل به حساب نیامدن برخی از متغیرهایی است که بر این متغیر تأثیر گذار هستند. میزان دو آماره تولرانس و عامل تورم واریانس نیز نشان می دهد که اطلاعات مرتبط به متغیرها در وضعیت مطلوب است و داده ها از استقلال نسبی برخوردارند و رگرسیون برای پیش بینی مناسب است.

بحث و نتیجه گیری

در جامعه ما، جوانان به عنوان سرنوشت سازترین و حساس ترین قشر جامعه محسوب می گردند و میزان مشارکت سیاسی آن‌ها نشانگر میزان اهمیت و فراهم بودن زمینه مشارکت افراد جامعه در امور سیاسی تلقی می گردد. عوامل بسیاری ممکن است در مشارکت سیاسی افراد یک جامعه به ویژه جوانان مؤثر باشند. لذا تحقیق حاضر با هدف بررسی عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی جوانان شهر یزد صورت گرفته است. برای بررسی میزان مشارکت سیاسی و عوامل مؤثر بر آن، چهار متغیر مستقل که از نظریات و تحقیقات موجود استخراج شده است، مورد بررسی قرار گرفت. متغیرهای مستقل تحقیق، انگیزه های سیاسی، میزان تعلق ملی- مذهبی، فرهنگ سیاسی و فرهنگ مشارکتی خانواده و متغیر وابسته تحقیق، میزان مشارکت سیاسی جوانان شهر یزد بودند. صاحب نظران این حوزه، هانتینگتون، میلبراث و گوئل، مایکل راش، لیپست و ... بودند که در این پژوهش، با تمسک به مفروضات نظریات آنها، به بررسی عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی جوانان شهر یزد پرداخته شد.

نتایج تحقیق حاضر نشان می دهد که میانگین مشارکت سیاسی پاسخگویان یزدی کمتر از حد متوسط است. مشارکت مردان بیش از زنان می باشد و با افزایش سن، مشارکت سیاسی کاهش می یابد. از بین ابعاد مشارکت سیاسی، میزان مشارکت عینی بیش از مشارکت ذهنی پاسخگویان بود. پاسخگویان با توجه به نتایج تحقیق، در عین این که در انتخابات و راهپیمایی ها شرکت می کردند، ولی به فعالیت در جهت کاندیدا شدن در انتخابات و نیز همکاری با احزاب سیاسی اقبالی نشان نمی دادند. در مورد مشارکت سیاسی غیررسمی، پاسخگویان در عین این که اخبار سیاسی را پیگیری می کردند، اما به فعالیت در جهت نوشتن نامه یا متون سیاسی و کمک مالی به احزاب سیاسی نمی پرداختند. با توجه به این نتیجه، هرچه از سطوح پایین مشارکت سیاسی (عدم درگیری در فعالیت های سیاسی رأی دادن و علاقه کم به مشارکت سیاسی) به سطوح بالا (داشتن مقام سیاسی و مدیریتی) حرکت می کنیم، از میزان مشارکت سیاسی جوانان کاسته می شود و مشارکت سیاسی فقط به سطوح پایین (شرکت در انتخابات و راهپیمایی ها و پیگیری اخبار سیاسی) محدود می شود و حداکثر مشارکت آن‌ها منحصر به شرکت در انتخابات و راهپیمایی هاست. این یافته با نتایج پژوهش پالیزبان (۱۳۹۱) و هاشمیان و همکاران (۱۳۸۸) که میزان مشارکت سیاسی پاسخگویان را در شهر تهران در سطح پایینی گزارش کردند، همسو بود. یافته ها همچنین حاکی از آن بود که میزان مشارکت سیاسی ذهنی پاسخگویان نیز کم است. جوانان پاسخگو در طیف مشارکت سیاسی تنها به شرکت در انتخابات تمایل داشتند، ولی گرایشی به راه اندازی حزب یا تشکیلات سیاسی و فعالیت در آن‌ها مشاهده نشد. این یافته، نتایج بسیاری از پژوهشگران از جمله پالیزبان (۱۳۹۱) و هاشمی و همکاران (۱۳۸۸) را تأیید می کند.

از نظر فرهنگ مشارکتی خانواده بیشترین میانگین، متعلق به گویه های مشارکت درون گروهی در خانواده ها بود و کمترین میانگین، به مشارکت در جامعه تعلق داشت. بیشترین مشارکت اعضای خانواده در سطح جامعه، در انتخابات ریاست جمهوری و کمترین میانگین، در گویه حمایت خانواده از مشارکت فرزندان در فعالیت های سیاسی بود.

میانگین فرهنگ سیاسی پاسخگویان یزدی در حد متوسط است که از میان ابعاد سه گانه فرهنگ سیاسی، بعد ارزیابی فرد از مشارکت سیاسی با میانگین پایین و بعد عملکرد نهادها با میانگین بالا را به خود اختصاص داده است. همچنین، از نظر میزان رضایت از دولت یافته ها نشان داد که پاسخگویان معتقد بودند که با اینکه مسئولان کشور به فکر تأمین امنیت مردم هستند، اما برای حل مشکلات کشور دوراندیش نیستند. در بعد میزان عملکرد نهادها، پاسخگویان عملکرد نیروی انتظامی را در ایجاد امنیت در شهر رضایت بخش می دانستند، اما عملکرد نهادها را در رفع محرومیت ها مطلوب نمی دانستند. همچنین در بعد ارزیابی فرد از مشارکت سیاسی نیز، پاسخگویان بیان کردند که گرچه مدیریت های سیاسی را نباید به جوانان سپرد، ولی هرکس صلاحیت دارد، باید صاحب مناصب سیاسی و اداری شود. این نتیجه با نتایج پژوهش مسعودنیا و همکاران (۱۳۹۱ الف) که حاکی از پایین بودن میزان رضایت پاسخگویان از محیط سیاسی بود، همسوست.

میزان تعلق ملی و تعلق مذهبی پاسخگویان بالاتر از حد متوسط بود. در بعد تعلق مذهبی، اگرچه پاسخگویان در انجام واجباتی چون نماز و روزه کمی سهل انگاری می کردند، ولی در کارهایشان خداوند را ناظر اعمال خود می دانستند. از نظر تعلق ملی، پاسخگویان با این که به سرزمین خود علاقه زیادی دارند، ولی بر این نظر بودند که هرکاری که از دستشان برآید، برای مردم ایران انجام می دهند.

از نظر میزان انگیزه سیاسی، پاسخگویان جهت انتخاب نامزد مورد علاقه شان در انتخابات شرکت می کردند، ولی جهت بالا بردن آگاهی و رشد سیاسی در تشکل های سیاسی عضویت نداشتند. همچنین، میانگین گویه های انگیزه سیاسی در حد متوسط بوده و حاکی از آن است که میزان انگیزه سیاسی پاسخگویان متوسط است. این یافته با نتایج پژوهش مسعودنیا و همکاران (۱۳۹۱ الف) که میزان انگیزه سیاسی اساتید دانشگاه را در سطح پایینی گزارش کردند، ناهمسو بود.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه اول نشان داد که بین میزان مشارکت سیاسی زنان و مردان تفاوت قابل ملاحظه ای وجود دارد؛ به گونه ای که مردان بیشتر از زنان مشارکت سیاسی داشتند. نتایج به دست آمده از بررسی رابطه بین جنسیت و مشارکت سیاسی در این پژوهش، همسو با نتایج حاصل از پژوهش جعفری نیا (۱۳۹۰)، فقیه زاده گرجی و گودرزی (۱۳۹۰)، فیروزجائیان و جهانگیری (۱۳۸۷)، ایمان و مقدس (۱۳۸۱) می باشد. تحقیقات یاد شده مشارکت بیشتر مردان نسبت به زنان را تایید می کنند. نتیجه حاضر با تئوری لیپست، میلبراث و گوئل که پایه نظری ما در این فرضیه بوده است، مطابقت دارد. لیپست معتقد است زنان عموماً کمتر نقش فعالی در سیاست ایفا کرده اند، زیرا فعالیت شان بیشتر به امور خانه محدود شده است، حال آنکه مردان بیشتر فعال بوده اند چون از حمایت های جانبی زنان در زندگی برخوردار بوده اند. به طور کلی بر اساس تبیین وضعیتی، مردان می توانند به صورت پدر نان آور و رهبر سیاسی درآیند، ولی وظیفه مادری از نظر سنتی به عنوان یک شغل تمام وقت مدنظر است.

از دیگر نتایج پژوهش، همبستگی معکوس و معنادار سن و مشارکت سیاسی بود. به عبارت دیگر، هرچه سن جوانان بیشتر باشد، میزان مشارکت سیاسی آنها کمتر است. از سوی دیگر، از بین ابعاد مشارکت سیاسی، میان سن و مشارکت سیاسی ذهنی و مشارکت عینی همبستگی معکوس و معنادار وجود داشت. این نتیجه، با نتایج فقیه زاده گرجی و گودرزی (۱۳۹۰)، هاشمی و همکاران (۱۳۸۸) و فیروزجائیان و جهانگیری (۱۳۸۷) مبنی بر همبستگی میان سن و مشارکت سیاسی همسو و با نتایج پژوهش نیک پورقنوتی و همکاران (۱۳۹۱) و جعفری نیا (۱۳۹۰) ناهمسوست. نتیجه حاضر با توجه به مبنای نظری لیپست در این فرضیه که هر چه سن افزایش یابد، رغبت به مشارکت بیشتر می شود همخوانی ندارد.

همبستگی مثبت و معنادار میان فرهنگ مشارکتی خانواده و مشارکت سیاسی و ابعاد آن، نتیجه دیگر تحقیق است. به بیان دیگر، هرچه فرهنگ خانواده مشارکت جویانه باشد، میزان مشارکت سیاسی بیشتر است. این

نتایج در راستای نتایج مطالعات بسیاری از قبیل مک کلارگ (۲۰۰۳) و بک (۱۹۸۲) در خارج از کشور و نیک پور قنوتی و همکاران (۱۳۹۱)، هاشمی و همکاران (۱۳۸۸)، فیروزجائیان و جهانگیری (۱۳۸۷) و دیانتی (۱۳۸۲) در داخل کشور بود. این تحقیقات مؤید این نکته بودند که افرادی که در خانواده سیاسی با فرهنگ مشارکت بالا رشد یافته اند و والدینشان مشارکت سیاسی بیشتری دارند، از مشارکت سیاسی بالاتری برخوردار خواهند بود و حمایت اعضای خانواده از فعالیت‌های سیاسی، باعث سوق داده شدن فرد به سوی گرایش‌های سیاسی شده است. نقطه عطف این مهم را می‌توان در پژوهش درویش‌پور (۱۹۹۵) نیز یافت. وی در مطالعه انواع خانواده بر اساس روابط موجود و به‌ویژه روابط قدرت، بین دو نوع خانواده سلطه‌گر و دموکراتیک تمایز قائل شده است. از نظر وی، فرزندان خانواده‌های سلطه‌گر، فرهنگ گفتگو و تفاهم را نمی‌آموزند، بلکه فرهنگ دیکته کردن و دیکته شدن را فرا می‌گیرند و آنچه فرزندان در این نوع خانواده‌ها یاد می‌گیرند، تقلید کورکورانه و وابستگی است. در خانواده‌های دموکراتیک، مناسبات و ارزش‌های دموکراتیک به معنای رسمیت شناختن تنوع آرا، حق مخالفت و دگراندیشی، به رسمیت شناختن حریم اشخاص، حرمت افراد و ارزش‌های فردی، امکان رشد آزاد و حقوق برابر افراد برای اعمال‌نظر و درنهایت مشارکت سیاسی و اجتماعی بیشتر اعضاست. لذا زمینه خانوادگی فرد و تعامل با افراد خانواده و به‌ویژه والدین بر رفتار و کنش سیاسی فرد تأثیر می‌گذارد. این متغیر متأثر از فعالیت والدین و اطرافیان در انجمن‌ها و گرایش سیاسی آن‌ها می‌باشد. این نتیجه، نظریه میلبراث را درباره تأثیر خانواده و گروه‌هایی که فرد به آن‌ها تعلق دارد، بر مشارکت سیاسی مورد تأیید قرار می‌دهد. به زعم آلموند و وربا نیز افرادی که در تصمیم‌گیری خانواده شرکت دارند، به طور میانگین بیش تر احساس می‌کنند که اظهار عقاید سیاسی آنها می‌تواند بر دولت اثر بگذارد.

یافته‌های پژوهش حاضر از فرضیه تحقیق مبنی بر رابطه مثبت بین متغیر فرهنگ سیاسی و مشارکت سیاسی حمایت می‌کنند. به عبارتی، هرچه فرهنگ سیاسی بالاتر باشد، میزان مشارکت سیاسی بیشتر است. همچنین، از بین ابعاد فرهنگ سیاسی بین دو بعد رضایت از دولت و عملکرد نهادها با مشارکت سیاسی همبستگی مثبت و معنادار وجود داشت. این نتیجه همسو با نتایج مطالعات بسیاری از جمله کیریش (۲۰۱۳)، گایزر و ریک (۲۰۰۸)، مسعودنیا و همکاران (۱۳۹۱ الف) و دیانتی (۱۳۸۲) بود. این نتیجه، بیانگر این نظریه میلبراث و گوئل می‌باشد که معتقدند زمینه و محیط سیاسی بر میزان مشارکت سیاسی فرد مؤثر است؛ از این نظر که فرهنگ سیاسی ممکن است مشارکت و تشکل‌های مشارکت را که مناسب تلقی می‌گردد، تشویق کند یا برعکس، مشوق مشارکت نباشد. بر این اساس، این نوع مشارکت تا حدودی متأثر از فرهنگ سیاسی و طرز تلقی از نظام سیاسی است و فرهنگ سیاسی، یکی از مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده در چگونگی ساخت قدرت و نیز میزان علاقه‌یابی تفاوتی نسبت به مشارکت سیاسی است. پای معتقد است که عاملین دارای فرهنگ سیاسی بالا در امر تصمیم‌گیری دخالت می‌کنند و نسبت به رفتارهای سیاسی حساس هستند و به تبع آن میزان آگاهی سیاسی، رضایت سیاسی، احساس اثر بخشی سیاسی و میزان مشارکت سیاسی مردم افزایش می‌یابد.

نتایج تحقیق در مورد آزمون فرضیه رابطه بین میزان تعلق ملی- مذهبی و مشارکت سیاسی عدم همبستگی بین دو متغیر را تایید می‌کند. یافته‌های این فرضیه با نتایج اونیل (۲۰۰۴) و امام جمعه زاده و همکاران (۱۳۸۹) همخوانی نداشت. می‌توان این ادعا را وارد کرد که صرف تعلق ملی- مذهبی نمی‌تواند در شرکت یا عدم شرکت در انتخابات تأثیرگذار باشد و عوامل دیگری از قبیل رضایت از عملکرد نهادهای سیاسی و میزان مشروعیت دولت، فرهنگ مشارکتی خانواده و ... در این زمینه می‌تواند مؤثر واقع شود.

نتیجه دیگر تحقیق، همبستگی مثبت و معنادار متغیر انگیزه سیاسی و مشارکت سیاسی بود. به عبارت دیگر، هرچه انگیزه سیاسی جوانان بیشتر باشد، میزان مشارکت سیاسی آن‌ها بیشتر می‌شود. این امر با دیدگاه‌های میلبراث و گوئل مبنی بر اینکه مشارکت سیاسی به عواملی چون انگیزه‌های سیاسی فرد وابسته است تا حدی

همخوانی دارد. میلبراث و گوئل تأکید دارند که هرچه فرد بیشتر در معرض انگیزه های سیاسی به صورت بحث درباره مسائل سیاسی، دسترسی به اطلاعات سیاسی و عضویت در سازمان یا تشکلی که به فعالیت سیاسی باشد، احتمال مشارکت سیاسی اش بیشتر است. راش معتقد است انگیزه هایی مانند جستجوی مقام سیاسی- اداری، عضویت در سازمان های سیاسی و حزبی، مشارکت در اجتماعات و بحث سیاسی انگیزه های اقتصادی و مالی، انگیزه های فرهنگی و ... می تواند از جمله دلایل لازم برای مشارکت فعال سیاسی باشد که با توجه به شرایط سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی یک جامعه و اولویت بندی نیازهای اجتماعی درجه بندی می شود.

از مجموع متغیرهای وارد شده به معادله رگرسیون، دو متغیر مستقل تأثیر معنی داری بر متغیر وابسته داشته اند. از بین متغیرهای باقی مانده در مدل رگرسیون، متغیر انگیزه سیاسی در مجموع بیشترین تأثیر را در میزان مشارکت سیاسی داشته است. همان گونه که ملاحظه شد تأثیر انگیزه سیاسی و فرهنگ برون گروهی خانواده بر مشارکت سیاسی مستقیم است. واریانس ترکیب خطی متغیرهای مستقل می تواند ۱۹ درصد از واریانس میزان مشارکت سیاسی را تبیین کند. مابقی تغییرات متغیر وابسته، احتمالاً به دلیل به حساب نیامدن برخی از متغیرهایی است که بر این متغیر تأثیر گذار هستند.

پیشنهادهای

با توجه به ابعاد نظری مسئله که ساختارهای دولتی، قوانین و مقررات را از عوامل موثر در توسعه سیاسی بیان می کنند و نتایج تحقیق حاضر نیز آن را تایید می کند، به نظر می رسد که هرچه دولتمردان مشارکت را عاملی برای از دست دادن امتیازات و اختیارات خود تلقی کنند و مشارکت را امری مزاحم بدانند و به این باور نرسند که اعضای جامعه ایده هایی دارند و از توان بالقوه ای برخوردارند که می توانند بسیار مفید واقع شوند، به هیچ وجه زمینه مشارکت آماده نخواهد شد. بنابراین می طلبد دولتمردان موارد زیر را لحاظ کنند:

- ایجاد حس اعتماد به دولت؛
- ارتقای سطح عملکرد نهادها و میزان مشروعیت دولت؛
- تقویت انگیزه های فعالیت سیاسی از طریق تشریح اهمیت مشارکت سیاسی جوانان در زندگی فردی و اجتماعی و پیوستگی تحقق اهداف و آرمان های جوانان با مسائل و موضوعات سیاسی؛
- استفاده از ترغیب های کلامی، عملکردی و سیاسی بالفعل در راستای تشویق درگیری و ایجاد انگیزه سیاسی؛
- خودداری جدی دولتمردان از ابزاری ساختن مشارکت؛
- ایجاد تسهیلات لازم برای مشارکت زنان در کلیه سطوح جامعه؛
- شفاف سازی نقش مهم و کلیدی خانواده ها در تشویق و حمایت فرزندان به شرکت در فعالیت های سیاسی و مشارکت خودجوش؛
- فرهنگی سازی در راستای تغییر فرایند اجتماعی شدن دوجنس در خانواده و اصلاح نگرش سنتی خانواده ها نسبت به دختران تا زنان نیز مانند مردان بتوانند در حوزه های اجتماعی، سیاسی و ... فعال باشند؛
- تلاش صاحبان قدرت رسمی جهت کاهش هزینه های مشارکت سیاسی در جامعه و افزایش پاداش های اجتماعی آن؛
- اصلاح نوع نگرش جوانان به فعالیت های سیاسی، زیرا تا زمانی که دنیای سیاست از دید مردم دنیای دورنگی، قدرت طلبی و دروغ قلمداد شود، از ورود به آن اکراه خواهند کرد.

- حذف روحیه منفی انگاری از مشارکت در احزاب سیاسی و کنش های سیاسی و توانمندسازی اعضای جوان و تقویت روحیه مشارکت جویی و مشارکت پذیری در مدیریت های اجرایی و سیاسی جهت پذیرش مشارکت جوانان؛

- برگزاری کارگاه های آموزش مدنی به صورت رسمی و غیررسمی و تقویت فهم و دانش سیاسی جوانان پیرامون عملکرد مشروع دولت و نهادهای سیاسی با هدف افزایش آگاهی و انگیزه سیاسی جوانان برای مشارکت بیشتر در فعالیت های سیاسی.

منابع

- اخترشهر، علی. (۱۳۸۶). *مؤلفه‌های جامعه پذیری سیاسی در حکومت دینی*. تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی
- امام جمعه زاده، سید جواد؛ محموداوغلی، رضا و عیسی نژاد، امید. (۱۳۸۹). "بررسی میزان دینداری و مشارکت سیاسی دانشجویان دانشگاه اصفهان". پژوهش‌نامه علوم سیاسی. سال ششم، شماره ۱: ۳۴-۷.
- آلموند، گابریل آبراهام؛ پاول، بینگهام و مونت، رابرت جی. (۱۳۷۷). *چارچوبی نظری برای بررسی سیاست تطبیقی*. علیرضا طبیب. تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی
- ایمان، محمدتقی و مقدس، علی اصغر. (۱۳۸۱). "بررسی عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی جوانان (مورد مطالعه: شهر شیراز)". مجله تخصصی زبان و ادبیات دانشکده ادبیات و علوم انسانی مشهد. شماره ۳۵، (پیاپی ۱۳۹-۱۳۸): ۷۸۸-۷۳۵.
- اینگلهارت، رونالد. (۱۳۷۳). *تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی*. مریم وتر. تهران: کویر
- پالیزبان، محسن. (۱۳۹۱). "بررسی میزان تمایل به مشارکت سیاسی دانشجویان و عوامل مؤثر بر آن". فصلنامه سیاست. دوره ۴۱، شماره ۲: ۴۹-۳۳.
- پناهی، محمدحسین. (۱۳۸۶). *جامعه‌شناسی مشارکت سیاسی زنان*. چاپ اول، تهران: نشر دانشگاه علامه طباطبایی
- تبریزنیا، حسین. (۱۳۷۱). *علل ناپایداری احزاب سیاسی در ایران*. تهران: مرکز نشر بین‌الملل
- ترابی، یوسف. (۱۳۸۴). *آسیب‌شناسی مدیریت توسعه در ایران*. دانش سیاسی. شماره ۲: ۱۳۴-۱۰۳.
- جعفری نژاد، مسعود؛ کلاتری، صمد و نورمحمدیان، مژگان. (۱۳۸۸). "بررسی میزان مشارکت سیاسی زنان شاغل در آموزش و پرورش ناحیه یک شهرکرد". جامعه‌شناسی کاربردی. سال بیستم. شماره پیاپی ۳۳، شماره ۱: ۱۰۴-۸۳.
- جعفری نیا، غلامرضا. (۱۳۹۰). "بررسی عوامل اقتصادی-اجتماعی مؤثر بر میزان مشارکت سیاسی شهروندان شهر خورموج". پژوهشنامه علوم سیاسی. سال هفتم، شماره ۲: ۱۲۲-۸۷.
- جنادله، علی. (۱۳۸۶). "بررسی روند تغییرات نگرش‌های فرهنگی-سیاسی در ایران". پژوهشنامه تغییرات فرهنگی در ایران. شماره ۷: ۱۲-۶۷.
- چابکی، ام‌البنین. (۱۳۸۲). "جنسیت و مشارکت سیاسی؛ بررسی مقایسه‌ای مشارکت سیاسی دانشجویان دختر و پسر در تهران". فصلنامه علمی-پژوهشی علوم انسانی دانشگاه الزهراء، سال دوازدهم و سیزدهم، شماره ۴۴ و ۴۵: ۱۲۸-۱۰۷.
- حسینی، قاسم. (۱۳۸۴). "بررسی رابطه بیگانگی سیاسی-اجتماعی با مشارکت سیاسی-اجتماعی و امنیت ملی". فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی. شماره ۵۰: ۱۷۰-۱۲۹.
- دیانتی نیت، جواد. (۱۳۸۲). "بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان مشارکت سیاسی دانشجویان دانشگاه تبریز". پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تبریز، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی.
- راش، مایکل. (۱۳۸۱). *جامعه و سیاست*. منوچهر صبوری. تهران: سمت
- شیرازی، علی. (۱۳۷۳). *مدیریت آموزشی*. مشهد: موسسه انتشارات جهاد دانشگاهی مشهد
- صبوری، منوچهر. (۱۳۸۴). *جامعه‌شناسی سیاسی*. تهران: سخن
- عالم، عبدالرحمان. (۱۳۶۸). *بنیادهای علم سیاست*. تهران: نشر نی
- عرفانی، نصرالله. (۱۳۸۳). "مشارکت‌جویی رابطه گرایش ارزشی و سیاسی دانش‌آموزان مراکز پیش‌دانشگاهی استان همدان". گزارش طرح تحقیقاتی، شورای تحقیقات سازمان آموزش و پرورش استان

همدان.

- غفاری هنجین، زاهد؛ بیگی نیا، عبدالرضا و تصمیم قطعی، اکرم. (۱۳۸۹). "عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی دانشجویان علوم سیاسی و فنی دانشگاه تهران". دانش سیاسی. سال ششم، شماره دوم: ۲۴۰-۲۰۷.
- فیروزجانیان، علی اصغر و جهانگیری، جهانگیر. (۱۳۸۷). "تحلیل جامعه‌شناختی مشارکت سیاسی دانشجویان دانشگاه تهران". مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد. شماره اول: ۸۳-۱۰۹.
- فولادیان، مجید و رضایی، احمد. (۱۳۸۷). پارادایم‌ها و نظریه‌های مشارکت در جامعه‌شناسی. مشهد: سخن‌گستر
- قوام، عبدالعلی. (۱۳۸۲). چالش‌های توسعه سیاسی. تهران: قومس
- گلایی، فاطمه و حاجیلو، فتنه. (۱۳۹۰). "بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر میزان مشارکت سیاسی زنان". مطالعات و تحقیقات اجتماعی. دوره اول، شماره ۱: ۱۷۳-۲۰۰.
- لیست، سیمور مارتین و دوز، روبرت. (۱۳۷۳). جامعه‌شناسی سیاسی. محمدحسین فرجاد. تهران: انتشارات توس
- مسعودنیا، حسین؛ محمدی فر، نجات؛ مرادی، گل‌مراد و فروغی، عاطفه. (۱۳۹۱ الف). "بررسی عوامل اجتماعی- روان‌شناختی مؤثر بر مشارکت سیاسی استادان دانشگاه اصفهان". جامعه‌شناسی کاربردی. سال ۲۳، شماره ۴ (پیاپی ۴۸): ۱۰۳-۱۲۴.
- مسعودنیا، حسین؛ رهبر قاضی، محمود رضا، روحانی، حسین و کشاورز، حسین. (۱۳۹۱ ب). "بررسی تأثیر عوامل انگیزشی بر مشارکت سیاسی در بین دانشجویان دانشگاه بین‌المللی قزوین". فصلنامه پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام. سال دوم، شماره ۲ (پیاپی ۳): ۹۵-۷۷.
- هاشمی، سید ضیاء؛ فولادیان، مجید و فاطمی امین، زینب. (۱۳۸۸). "بررسی عوامل اجتماعی و روانی مؤثر بر مشارکت سیاسی مردم شهر تهران". پژوهش‌نامه علوم سیاسی. سال پنجم، شماره اول: ۱۹۹-۲۲۶.
- هرسیچ، حسین و محمود اوغلی، رضا. (۱۳۹۱). "بررسی رابطه مشارکت سیاسی و احساس امنیت اجتماعی در بین شهروندان اصفهانی". پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی. سال اول، شماره دوم: ۱-۲۰.
- نیک پورقنات، لیل؛ معینی، مهدی؛ احمدی، حبیب. (۱۳۹۱). "بررسی عوامل اجتماعی- اقتصادی مرتبط با مشارکت سیاسی". فصلنامه علمی- پژوهشی جامعه‌شناسی زنان. سال سوم، شماره اول: ۳۹-۶۲.
- Albanesi, C. Zani, B. & Cicognani, E. (2012). "Youth civic and political participation through the lens of gender: The Italian case". Human Affairs, 22(3), 360-374.
- Almond, G; S. Verba. (1963). **Civic Culture**. Princeton: Princeton university press
- Boix, C. and Stokes, S. (2009). **The Oxford Handbook of Comparative Politics**. Oxford University Press.
- Broadwell, W. (2004). **Political Participation**, Georgia Perimeter College Rockdale/ Newton Campus, www.gpc.edu/ wbroadwe
- Campbell, C. & Jovchelovitch, S. (2000). "Health, community and development: Towards a social psychology of participation". Journal of Community & Applied Social Psychology, 10(4), 255-270.

- Diamond, L. (1994). **Political Culture and Democracy in Developing Countries**, Boulder, Colorado: Lynne Rienner Publishers.
- Flavin, P. & Keane, M. J. (2012). "Life satisfaction and political participation: evidence from the United States". Journal of Happiness Studies, 13(1), 63-78.
- Heelsum, A.V. (2002). "The Relationship between Political Participation and Civic Community Of Migrants in The Netherlands". Journal of International Migration and Integration, Vol. 3, No. 2, pp.179- 200.
- Ginieniewicz, J. (2007). "The Scope of Political Participation". Journal of International Migration and Integration, Vol 8, No. 3, pp 327-345
- Kirbiš, A. (2013). **Political Participation and Non-democratic Political Culture in Western Europe, East-Central Europe and Post-Yugoslav Countries**. Democracy in Transition (pp. 225-251): Springer.
- Lerner, D. (1956). **The Passing of Traditional Society: modernizing the middleeast**. New York, free press.
- Lipset, S.M. (1963). "Political Man: The social Bases of Politics". New York: University Press.
- Lin, N. (1976). **Foundation of social research**. London; M.C gram hill. inc
- McClurg, S. D. (2003). "Social Networks and Political Participation: The Role of Social Interaction in Explaining Political Participation". Political research quarterly, 56(4), 449-464.
- Mc Nair, B. (1999). **An Introduction to Political Communication**, London, Routledge
- O'Neill, Brenda. (2004). "Gender, Religion, Social Capital and Political Participation". Prepared for delivery at the Annual Meeting of the American Political Science Association.
- Parsons, T. (1991). **The Social System**, London: Routledge.
- Vaccary, C. (2003). **The Present and Future of Democracy and Civic Engagement in the Age of Mass Communications**. Lecture I: Introduction to political participation and mass communications. University of Denver.
- Wangc, T. (2004). "Political Participation and Voting". [http://www.unc.edu/-Wangc/ Class%205.doc](http://www.unc.edu/-Wangc/Class%205.doc).
- Weitz-Shapiro, R. (2008). "Political Participation And Quality of Life". Journal Inter American Development Bank, Columbia University. Springer- verlag, 541-555.
- King, J. D. (1994). "Political Culture, Registration Laws, and Voter Turnout among the American States". Publius, vol. 24, pp: 115-27.

بررسی ارتباط میزان استفاده و اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی بر گرایش به طلاق و تعارضات زناشویی

حسین اسکندری^۱

حمید درودی^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۴/۱۴

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۵/۵/۵

پژوهش حاضر که از انواع کمی و توصیفی به شمار می‌رود، رابطه بین اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و میزان استفاده از آنها را از یک سو، با تعارضات زناشویی و گرایش به طلاق، از سوی دیگر مورد بررسی قرار داد. جامعه آماری پژوهش حاضر را کلیه جوانان متاهل استان خراسان شمالی تشکیل می‌دادند که سن آنها در دامنه بین ۱۵ تا ۲۹ سال قرار داشت. به دلیل نامشخص بودن حجم جامعه، تعداد افراد گروه نمونه براساس جدول کرجسی و مورگان ۳۸۲ نفر در نظر گرفته شد. جهت اطمینان، ۴۲۲ پرسشنامه به شرکت‌کنندگان ارائه شد که ۲۲ مورد آن به علت مخدوش بودن کنار گذاشته شد. با توجه به وسیع بودن حجم جامعه و نامشخص بودن آمار دقیق افراد، از روش نمونه‌گیری در دسترس استفاده شد. در پژوهش حاضر از پرسشنامه‌های تعارض زناشویی ثنائی، گرایش به طلاق رزولت و همکاران، مقیاس اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی برگن و یک پرسشنامه محقق ساخته درباره میزان و ابعاد استفاده از شبکه‌های اجتماعی استفاده شد. برای تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار اسپس اس، از روش‌های آماراستنباطی آزمون کلموگروف-اسمیرنوف، آزمون همبستگی اسپیرمن و آزمون کروسکال والیس استفاده شد. تحلیل سئوالات پژوهش نشان داد که با افزایش اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر حسب ساعت، تعارضات زناشویی ($p < 0/0001$ و $r = 0/24$)، ($p < 0/0001$) و گرایش به طلاق ($Z = 32/78$) و گرایش به طلاق ($p < 0/0001$ و $r = 0/31$)، ($p < 0/0001$) و $Z = 23/17$) افزایش می‌یابد. نتیجه کلی این پژوهش حاکی از آن است که هرچه میزان وابستگی و استفاده از شبکه‌های اجتماعی بیشتر باشد، کیفیت روابط زن و شوهر به‌طور معناداری پایین‌تر است. این رابطه معکوس و معنادار در همه ابعاد تعارضات زناشویی

شامل کاهش همکاری، کاهش رابطه جنسی، افزایش رابطه فردی با خویشاوندان خود، کاهش رابطه فردی با خویشاوندان همسر و دوستان، جدا کردن امور مالی از یکدیگر و کاهش ارتباطات موثر نیز وجود دارد. پیشنهاد می‌شود که با افزایش روزافزون شبکه‌های اجتماعی، نهادهای مسئول، برنامه‌هایی را برای ارتقای سواد رسانه‌ای و آگاهی بخشی نسبت به آسیب‌های بالقوه این شبکه‌ها طراحی و اجرا کنند.

واژگان کلیدی: فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی، تعارضات زناشویی و گرایش به طلاق

مقدمه

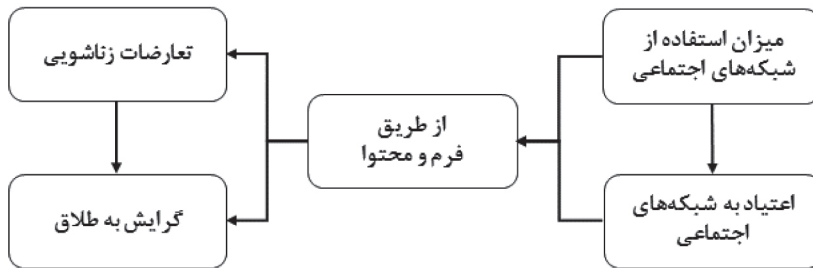
جامعه ایران مانند بسیاری از جوامع ارزشی، در دوران گذار از سنت به مدرنیته، در رویارویی با فرایند جهانی شدن و با ورود به عصر اطلاعات و ارتباطات، با چالش‌ها و آسیب‌های اجتماعی نوپدیدي مواجه است. بخشی از این چالش‌ها و آسیب‌ها به‌طور مستقیم و غیرمستقیم به ظهور و توسعه رسانه‌های نوین باز می‌گردد. اگر آنچه مک‌لوهان در کتاب "شناخت رسانه‌ها" (۱۹۶۴) بیان کرده است حاوی حقایقی باشد، لازم است که به‌طور جدی درباره نقش محوری رسانه‌ها در تغییرات و تحولات اجتماعی، فرهنگی و ارزشی تأمل بیشتری داشته باشیم. به اعتقاد او جوامع بشری تحت تأثیر ماهیت رسانه‌هایی هستند که در آن جوامع غالب است. بنا به نظریه ارتباطات، رسانه‌ها (اعم از چاپی، دیجیتالی، اینترنتی، ماهواره‌ای) عمیقاً نظام ارزشی جامعه را تحت تأثیر قرار می‌دهند. یافته‌های پژوهشی بسیاری مویید این است که بین کمیت و کیفیت استفاده از یک رسانه و تغییرات ارزشی مخاطبان ارتباط معناداری برقرار است. از این دست پژوهش‌ها می‌توان به مطالعه مشهور و قدیمی‌تر رفیع‌پور (۱۳۷۵) درباره گسترش ویدئو در دهه ۷۰ شمسی و پیامدهای آن از جمله کاهش گرایش‌ها و پایبندی‌های مذهبی اشاره کرد. در یک نمونه جدیدتر، اسکندری و کاظمی (۱۳۹۳) در قالب یک پژوهش استانی نشان دادند که بین جهت‌گیری‌های ارزشی جوانان با میزان استفاده آنها از رسانه‌ها رابطه معنادار قوی برقرار است.

در مورد تأثیرات فناوری به‌طور عام و رسانه به‌طور ویژه، دو دیدگاه کلان وجود دارد: نخست آنکه فناوری به لحاظ فرهنگی-ارزشی، خنثی است و به مثابه یک ابزار توسط انسان مورد استفاده قرار می‌گیرد؛ دوم اینکه فناوری، خنثی نیست و در دل خود فلسفه‌ها و ایدئولوژی‌هایی را نهفته دارد (زیمنس و تیننبرگر، ۲۰۰۹، ص ۴۳). در دیدگاه نخست، اقتدار آدمی بر فناوری مورد تأکید قرار گرفته است و فناوری را ابزاری بیش نمی‌داند که صرفاً با هدف‌های خاصی مورد استفاده قرار می‌گیرد؛ اما در دیدگاه دوم، نقش فناوری قوی‌تر است. در این دیدگاه، فناوری‌ها- که رسانه‌ها نیز در زمره آنها به‌شمار می‌روند- از دو طریق شکل (فرم) و محتوا بر مخاطب اثر می‌گذارند. تأثیر از طریق محتوا تا حد زیادی روشن و قابل درک است، اما تأثیر از طریق شکل (فرم) بدین معناست که فناوری‌ها از هر نوعی که باشند، خنثی نیستند و صرف نظر از محتوایی که منتقل می‌کنند و مستقل از آن، اثراتی را به‌جا می‌گذارند. خنثی نبودن رسانه و تأثیر قالب رسانه بر هویت کاربران آن، یکی از دستاوردهای مهم مارشال مک‌لوهان است. به نظر مک‌لوهان، رسانه پیام است (۱۹۶۷) و مهم‌ترین اثر رسانه این است که بر عادات درک و تفکر ما اثر می‌گذارد. از این رو، آثار پراهمیت رسانه‌ها، از شکل آنها ناشی می‌شود، نه از محتوای آنها (سورین و تانکارد، ترجمه دهقان، ۱۳۸۸).

از بین انواع مختلف فناوری‌ها و رسانه‌ها در دو دهه اخیر، ماهواره و فضای مجازی، بیش از دیگران در معرض اتهام برای تغییرات، تحولات و انحرافات اجتماعی بوده‌اند. به دلیل ضعف سواد رسانه‌ای در کشور، جامعه و خانواده ایرانی، به شکل مضاعفی در معرض آسیب‌های نوپدید حاصل از این رسانه‌ها قرار گرفته است (تقی‌زاده، ۱۳۹۱). خانواده ایرانی، از جمله مهم‌ترین کانون‌هایی است که فضای مجازی، ساختار سنتی آن را تغییر داده است. تغییر در نظام ارزشی حاکم بر جامعه و به تبع آن خانواده‌های ایرانی بعد از پایان جنگ تحمیلی و به موازات گسترش رسانه‌هایی مانند ویدئوهای خانگی به تدریج آغاز (رفیع‌پور، ۱۳۷۵) و در دهه هشتاد و نود، به‌ویژه همزمان با ورود و گسترش فناوری‌هایی نوینی چون ماهواره و اینترنت بر شدت آن افزوده شد (اسکندری و کاظمی، ۱۳۹۳). به‌طور کلی، چارچوب نظری پژوهش حاضر بر این فرض استوار است که اینترنت، فضای مجازی، شبکه‌ها یا رسانه‌های اجتماعی و یا هر نامی از این دست، از جمله فناوری‌های

نوینی هستند که به صورت شکلی و محتوایی بر فرد، خانواده و جامعه تأثیر می‌گذارند. به‌طور خاص، پژوهش حاضر تأثیر شبکه‌های اجتماعی را بر کیفیت روابط زوج‌های جوان (تعارضات زناشویی و گرایش به طلاق) در مرکز توجه قرار داده است.

شکل ۱: مدل نظری پژوهش



همان‌طور که با تفصیل بیشتر خواهیم دید، پیرامون تأثیرات شبکه‌های اجتماعی بر روابط زناشویی نیز پژوهش‌هایی به انجام رسیده است که حاکی از تأثیرات مثبت و منفی است. برای نمونه، جوینسون^۱ (۲۰۰۸) نشان داد که شبکه‌های اجتماعی چگونه می‌تواند بر روابط عاطفی زوجین تأثیر مثبت داشته باشد. بنا به یافته‌های پژوهشی بلو^۲ (۲۰۱۳) "اینترنت نرخ ازدواج در بین افراد ۲۱ تا ۳۰ سال را افزایش داده است. این امر به افزایش ارتباطات از طریق اینترنت، آشنایی سریع‌تر آنها با یکدیگر و قرار ملاقات‌های ساده‌تر مربوط می‌شود- اگرچه ممکن است اینترنت به طلاق هم انجامیده باشد، در عین حال ازدواج مجدد افراد جداشده را نیز تسهیل می‌کند".

با وجود گزارش‌های مثبت فوق، عمده تحقیقاتی که درباره تأثیرات شبکه‌ها یا رسانه‌های اجتماعی و حتی رسانه‌ها به معنای کلی آن- شامل تلویزیون، بازی‌های رایانه‌ای و ویدیویی و مانند آن- به انجام رسیده است، حاکی از توان بالقوه این رسانه‌ها در آسیب‌رسانی به نهاد خانواده به‌طور کلی و کیفیت روابط زوجین به‌طور خاص می‌باشد. از این میان، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: بایم و همکاران^۳ (۲۰۰۷)، ویتی^۴، کیوگلی^۵ (۲۰۰۸)، روجویی^۶ (۲۰۱۲)، شارلوسکا^۷ (۲۰۱۲)، فاروجیا^۸ (۲۰۱۳)، بلو^۹ (۲۰۱۳)، کلاتون^۹، ناگارونی^{۱۰} و

1. Joinson
2. Bellou, A.
3. Baym, N. K., Zhang, Y. B., Kunkel, A., Ledbetter, A., & Lin, M. C.
4. Whitty, M. T.
5. Quigley, L.
6. Rujoiu, M.
7. Sharalevska, I.
8. Farrugia, Rianne C.
- 9- Clayton: MA
10. Nagurney A.

اسمیت^۱ (۲۰۱۳)، لنهارت^۲، دوگان^۳ و اسمیت^۴ (۲۰۱۴)، کلایتون (۲۰۱۴)، والنزوئلا^۵، هالپرن^۶ و کتز^۷ (۲۰۱۴)، دیو^۸ و تولان^۹ (۲۰۱۵) و صالح^{۱۰} و مختار^{۱۱} (۲۰۱۵).

پژوهش حاضر در میان این دو دیدگاه به دنبال بررسی فرضیات زیر است:

- ۱) بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی با اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی رابطه معناداری دارد؛
- ۲) بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی با میزان گرایش به طلاق رابطه معناداری دارد؛
- ۳) بین اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی با میزان گرایش به طلاق رابطه معناداری دارد؛
- ۴) بین اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی با میزان تعارضات زناشویی رابطه معناداری دارد؛
- ۵) بین میزان گرایش به طلاق با میزان تعارضات زناشویی رابطه معناداری دارد.

پیشینه پژوهش

از میان تحقیقات مورد اشاره، کلایتون، ناگورنی و اسمیت (۲۰۱۳) نشان دادند که استفاده مفرط از این فضاها می‌تواند آسیب‌های جدی به روابط زناشویی بویژه روابط عاطفی زوج وارد نماید. به عنوان نمونه، چندین مطالعه آشکار ساخته که استفاده از فیس‌بوک از طریق کاهش زمان مراقبت و صمیمیت، افزایش ابهام در روابط فرازناشویی، تحریک حسادت، استفاده تکانشی و وسواسی از اینترنت و رد و بدل کردن تصاویر و پیام‌های عاشقانه خارج از عرف زناشویی می‌تواند صمیمیت عاطفی را خدشه‌دار کند (یوتر^{۱۲} و بئوکوم^{۱۳}، ۲۰۱۱؛ پاپ^{۱۴}، دانیلویچ^{۱۵} و سایمبرگ^{۱۶}، ۲۰۱۲) همین مشکلات در خصوص استفاده از رسانه‌هایی مانند تویتر نیز گزارش شده است (کلایتون، ۲۰۱۴).

والنزوئلا، هالپرن و کتز (۲۰۱۴) پژوهشی را با عنوان "شبکه‌های اجتماعی، کیفیت ازدواج و طلاق: پژوهش میدانی و شواهد ایالتی از ایالات متحده" به انجام رساندند. نتایج نشان می‌دهد که کاربرد شبکه‌های اجتماعی با کیفیت ازدواج و خوشبختی، ارتباط منفی و با تجربه یک رابطه مشکل‌دار و فکر درباره طلاق، ارتباط مثبت دارد. در پژوهش دیگری که در آمریکا توسط کلایتون و همکاران (۲۰۱۳) با هدف بررسی اثرات استفاده از فیس‌بوک بر روابط عاطفی و بر روی نمونه‌ای با حجم ۲۰۸ نفر از کاربران ۱۸ تا ۸۲ ساله انجام گرفت، نتایج بیانگر وجود ارتباط بین استفاده مفرط از فیس‌بوک و پیامدهای منفی ارتباطی بود. نویسندگان بر اثرات نامطلوب این رسانه بر افزایش نرخ طلاق و عوارض عاطفی نامطلوب آن تاکید نمودند. کلایتون (۲۰۱۴) در

1. Smith J.
2. Lanhart A.
3. Duggan, M.
4. Smith, A.
5. Valenzuela, S.
6. Halpern, D.
7. Katz, J. E.
8. Dew, J.
9. Tulane, S.
10. Saleh
11. Mukhtar
12. Utz S.
13. Beukeboom C. J.
14. Papp LM.
15. Danielewicz J.
16. Cayemberg C.

پژوهشی دیگر پیرامون اثرات استفاده از توییتر بر روابط زوجی، خیانت زناشویی و طلاق به این نتیجه رسید که بین استفاده از این رسانه و احتمال گسست در روابط عاطفی و تشدید احتمال خیانت در روابط زناشویی رابطه وجود دارد.

تحقیقات نشان داده است که هرچه سال‌های سپری شده از ازدواج کمتر باشد یا به عبارتی زوجین جوان باشند، اثرات منفی استفاده از شبکه‌های اجتماعی بیشتر است. برای نمونه، کلاتون، ناگارونی و اسمیت (۲۰۱۳) نشان دادند که استفاده در سطح بالا از فیس‌بوک بویژه در بین کسانی که سه سال یا کمتر از روابط آنها نگذشته است، با روابط منفی بین زوجین در ارتباط مستقیم قرار دارد. همچنین، روجویی (۲۰۱۲) در رساله دکتری خود با عنوان "تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر نگرش زوجین نسبت به تعارض زناشویی (در رومانی)" نشان داد که شبکه‌های اجتماعی، منبعی برای فشار اجتماعی بر زوج‌های جوان است؛ هم در انتقال ارزش‌ها و هم در تحمیل ارزش‌ها، در اصول زندگی، الگوهای رفتاری و تغییر رفتارها و نگرش‌هایی که نامطلوب هستند. به‌طور کلی لنه‌ارت، دوگان و اسمیت (۲۰۱۴) نشان دادند که نگاه و الگوی استفاده از فناوری در زوجینی که مدت طولانی‌تری با هم هستند (حدود ۱۰ سال و بالاتر) متفاوت از زوجین جوانتر است. همان‌طور که یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد، جوانان و آنها که مدت کمتری از تاریخ ازدواجشان گذشته است، بیشتر تحت تأثیر فناوری (مثبت یا منفی) قرار می‌گیرند.

از دیگر تحقیقات ملی که ۱۳۶۸ زوج آمریکایی را مورد مطالعه قرار داده، رابطه بین استفاده از رسانه‌های سرگرم‌کننده، از یک سو و رضایت، تعارض و ادراک بی‌ثباتی ازدواج^۱ از سوی دیگر سنجیده شده است. این گزارش نشان داد که بازی‌های ویدیویی زنان- از طریق موبایل، رایانه یا... به صورت آنلاین یا آفلاین- به‌طور مثبت با گزارش تعارضات زناشویی آنان و ادراک بی‌ثباتی ازدواج آنان رابطه دارد. در حالی که استفاده شوهران از سایت‌های شبکه‌های اجتماعی به‌طور مثبت با تعارضات زناشویی آنان و به‌طور منفی با رضایت زنان آنها رابطه دارد. به عبارت دیگر، هر اندازه زنان بیشتر اهل بازی‌های رایانه‌ای و موبایلی باشند، تعارضات زناشویی آنها و ادراک آنها از بی‌ثباتی زناشویی بیشتر است و هرچه مردان از شبکه‌های اجتماعی بیشتر استفاده کنند، تعارضات زناشویی و نارضایتی بیشتر همسرانشان را به همراه دارد (دیو و تولان، ۲۰۱۵: ص ۶۲۸).

از دیگر یافته‌های مربوط به روابط زوجین و شبکه‌های اجتماعی اینکه میزان استفاده زنان از شبکه‌های اجتماعی به‌طور معناداری بیش از مردان است (صالح و مختار، ۲۰۱۵: ص ۵۸)، اما استفاده مردان از این شبکه‌ها، نارضایتی و تعارض بیشتری به دنبال دارد- این امر تاحدی می‌تواند به نرم‌های اجتماعی باز گردد. زنان معمولاً روابط گسترده‌تری با دوستان، خانواده و اطرافیان برقرار می‌کنند و این امر از سوی جامعه به عنوان یک ویژگی جنسیتی زنانه پذیرفته شده است، در حالی که در مورد مردان اینگونه نیست. از این رو، صرف زمان در شبکه‌های اجتماعی از سوی مردان، حساسیت بیشتری را در زنان برمی‌انگیزد. تبیین دیگر اینکه مردانی که در شبکه‌های اجتماعی وقت می‌گذارند ممکن است از روابط درون خانه رضایت چندان نداشته باشند و به دنبال روابط مثبت دیگری در شبکه‌ها باشند (حتی روابط رومانتیک با جنس مخالف)- امری که می‌تواند با درک بی‌ثباتی ازدواج رابطه مثبت داشته باشد (دیو و تولان، ۲۰۱۵). به قول والنزولا، هالپرن و کتز (۲۰۱۴: ص ۱۰۰) هر چند ممکن است عجیب به نظر برسد که یک پروفایل فیس‌بوک که عامل نسبتاً کوچکی در مقایسه با سایر محرک‌های رفتارهای انسانی است، می‌تواند رابطه معناداری از نظر آماری با نرخ طلاق و رضایت‌مندی از ازدواج داشته باشد، ولی گویا حقیقت دارد. مطالعات مختلفی در آمریکا و دیگر نقاط جهان (مثلاً صالح و مختار، ۲۰۱۵، در نیچر) به هدف بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی بر روابط زوجین به انجام رسیده است.

طرح پژوهشی پیش رو به دنبال بررسی میزان وابستگی به شبکه‌های اجتماعی (اعتیاد به آن) و میزان استفاده از آن بر حسب ساعت (کمیت استفاده) از یک سو و ارتباط آن با گرایش به طلاق و تعارضات زناشویی، از سوی دیگر در بین زوج‌های ایرانی است. در جامعه ایران که طلاق یکی از چالش‌های پیش روی آن است، گرایش به طلاق و تعارضات زناشویی می‌تواند به عنوان پیش‌بینی کننده‌های اصلی افزایش طلاق و طلاق عاطفی در بین زوج‌های جوان در نظر گرفته شود.

روش شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر در زمره پژوهش‌های توصیفی-همبستگی است و از حیث هدف، از نوع پژوهش‌های کاربردی به‌شمار می‌رود. جامعه آماری عبارت بود از کلیه جوانان متاهل استان خراسان شمالی که براساس جدول کرجسی و مورگان، انتخاب ۳۸۴ نفر به عنوان حجم نمونه کافی است. با وجود این، با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس و جهت اطمینان بیشتر ۴۲۲ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. در این پژوهش از سه پرسشنامه اصلی تعارض زناشویی ثنائی (۱۳۷۹)، پرسشنامه گرایش به طلاق رزولت و همکاران (۱۹۸۶) و پرسشنامه اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی برگن استفاده شد.

● **پرسشنامه تعارضات زناشویی:** یک ابزار ۵۴ سوالی است که برای سنجیدن تعارض‌های زن و شوهری بر مبنای تجربیات بالینی ساخته شده است. این پرسشنامه هشت بعد از تعارضات زناشویی را می‌سنجد که عبارت اند از: کاهش همکاری، کاهش رابطه جنسی، افزایش واکنش‌های هیجانی، افزایش جلب حمایت فرزندان، افزایش رابطه فردی با خویشاوندان خود، کاهش رابطه خانوادگی با خویشاوندان همسر و دوستان، جدا کردن امور مالی از یکدیگر و کاهش ارتباط موثر. بنا به پژوهشی که ثنائی (۱۳۷۹) درباره این پرسشنامه انجام داده است، آلفای کرونباخ پرسشنامه تعارض زناشویی روی یک گروه ۲۷۰ نفری برابر با ۰/۹۶ به‌دست آمد و برای ۸ خرده مقیاس آن از این قرار بود: کاهش همکاری، ۰/۸۱؛ کاهش رابطه جنسی، ۰/۶۱؛ افزایش واکنش‌های هیجانی، ۰/۷۰؛ افزایش جلب حمایت فرزندان، ۰/۳۳؛ افزایش رابطه فردی با خویشاوندان خود، ۰/۸۶؛ کاهش رابطه خانوادگی با خویشاوندان همسر و دوستان، ۰/۸۹؛ جدا کردن امور مالی از یکدیگر، ۰/۷۱ و کاهش ارتباط موثر، ۰/۶۹. پرسشنامه تعارضات زناشویی از روایی محتوایی خوبی برخوردار است. ثنائی (۱۳۷۹) در مرحله تحلیل محتوای آزمون، پس از اجرای مقدماتی و محاسبه همبستگی هر سوال با کل پرسشنامه و مقیاس‌های آن، به دلیل همبستگی مناسب تمام سوالات، هیچ سوالی را حذف نکرده است. همچنین، نتایج اعتباریابی پرسشنامه تعارضات زناشویی در پژوهش حاضر با استفاده از دو روش آلفای کرونباخ و روش دو نیمه‌سازی اسپیرمن-براون محاسبه گردید که بر این مبنای ضریب آلفای کرونباخ برابر با ۰/۸۸ و ضریب دو نیمه‌کردن آن برابر با ۰/۸۱ محاسبه شد که بیانگر اعتبار مناسب پرسشنامه در پژوهش حاضر است. همچنین، بررسی ضرایب آلفای ابعاد تعارضات زناشویی بین ۰/۶۰ تا ۰/۷۵ محاسبه گردیده که بیانگر اعتبار نسبی این پرسشنامه است.

● **پرسشنامه گرایش به طلاق:** اولین بار توسط روزولت و همکاران (۱۹۸۶) طراحی گردید. این مقیاس یک ابزار ۲۸ سوالی برای ارزیابی زوجین مستعد طلاق می‌باشد. ابعاد پرسشنامه شامل ۴ بعد است که هر بعد ۷ سؤال را در بر می‌گیرد. ابعاد پرسشنامه عبارت اند از: ۱- بعد تمایل به خروج از رابطه ۲- بعد ابزار ۳- بعد وفاداری ۴- بعد مسامحه. ضریب آلفای کرونباخ برای ابعاد چهارگانه پرسشنامه گرایش به طلاق، بین ۰/۶۳ تا ۰/۹۱ محاسبه گردیده است. در پژوهش داودی، اعتمادی و بهرامی (۱۳۹۰) ضریب اعتبار این ابزار برابر با ۰/۸۸ محاسبه شده است. روزولت، جانسون و مورو (۱۹۸۶) در تحلیل آماری این پرسشنامه ضریب آلفا برای، بعد خارج شدن (متماثل به طلاق) (۰/۹۱)، بعد ابراز احساسات (۰/۷۶)، وفاداری (۰/۶۳) و بعد مسامحه

(۰/۸۶) گزارش کردند (روزولت و بونک، ۱۹۹۳). این پرسشنامه توسط داودی، اعتمادی و بهرامی (۱۳۸۷) در ایران هنجاریابی شد و بر روی ۴۰ زوج به اجرا درآمد که پایایی آن با استفاده از شیوه آلفای کرونباخ برای کل نمونه ۰/۸۸ (۰/۸۹ برای زنان و ۰/۸۷ برای مردان) به دست آمد و میزان آلفای کرونباخ برای خرده مقیاس‌های تمایل برای خارج شدن ۰/۸۹، ابراز احساسات ۰/۹۰، وفاداری ۰/۸۶ و مسامحه ۰/۷۲ بود. همچنین، بررسی اعتبار پرسشنامه در پژوهش حاضر با استفاده از روش آلفای کرونباخ برابر با ۰/۸۰ و با استفاده از روش دو نیمه سازی برابر با ۰/۷۸ محاسبه شده است.

• **پرسشنامه اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی:** با اصلاحات اندکی از مقیاس سنجش اعتیاد به فیسبوک برگن (BFAS)^۱ اخذ شد و مورد استفاده قرار گرفت. این پرسشنامه ۶ سوالی توسط اندرسون^۲ (۲۰۱۲) ساخته شده و دارای پایایی ۰/۸۲ است. این پرسشنامه، میزان وابستگی افراد را به شبکه‌های اجتماعی مورد سنجش قرار می‌دهد. بنابراین، بر اساس این پرسشنامه، شدت وابستگی به شبکه‌های اجتماعی مشخص می‌شود، نه میزان استفاده از شبکه‌ها. از این رو، در قسمت اطلاعات دموگرافیک، میزان ساعات استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر حسب ساعت نیز مورد سوال قرار گرفت.

جدول ۱: بررسی اعتبار پرسشنامه تعارضات زناشویی و مولفه های آن در پژوهش حاضر

مولفه	ضریب آلفای کرونباخ	ضریب دو نیمه سازی اسپیرومن - براون
تعارضات زناشویی	۰/۸۸	۰/۸۱
کاهش همکاری	۰/۷۲	۰/۶۹
کاهش رابطه جنسی	۰/۷۸	۰/۷۴
افزایش رابطه فردی با خویشاوندان خود	۰/۷۲	۰/۷۶
کاهش رابطه فردی با خویشاوندان همسر و دوستان	۰/۶۹	۰/۷۰
جدا کردن امور مالی از یکدیگر	۰/۷۳	۰/۸۷
کاهش ارتباطات موثر	۰/۷۵	۰/۷۰

همانگونه که نتایج جدول ۱ نشان می‌دهد ضرایب اعتبار محاسبه شده برای پرسشنامه تعارضات زناشویی و مولفه های آن در پژوهش حاضر با استفاده از دو روش آلفای کرونباخ و روش دو نیمه سازی اسپیرمن - براون بین ۰/۶۹ تا ۰/۸۸ محاسبه شده است که بیانگر اعتبار متوسط این پرسشنامه می‌باشد.

یافته‌های پژوهش

توصیف و توزیع متغیرها

قبل از انجام ادامه تحلیل آماری، داده‌ها از نظر وجود مقادیر پرت ناشی از ورود اشتباه داده به نرم‌افزار بررسی و نسبت به رفع آن‌ها اقدام شد. سپس پرسشنامه‌ها از نظر وجود داده مفقود مورد بررسی قرار گرفت و مواردی که به بیش از ۱۰ درصد سؤالات پاسخ نداده بودند، از تحلیل کنار گذاشته شدند. داده‌های مفقود در

1. BFAS: Bergen facebook addiction scale

2. Andreassen, Cecilie,S

پرسشنامه‌های با کمتر از این مقدار - ۱۰ درصد - به وسیله میانگین هر متغیر جایگزین شد. همچنین، پرسشنامه پاسخگویانی که به صورت یکنواخت به همه سؤالات پاسخ داده بودند (پرسشنامه‌های دارای انحراف استاندارد کمتر از ۰/۵) نیز شناسایی و حذف گردید. نتایج نشان داد که از میان ۴۰۰ نفر، ۶۷ نفر (۱۷ درصد) حدود نیم ساعت، ۵۹ نفر (۱۴/۸ درصد) حدود یک ساعت، ۷۰ نفر (۱۷/۵ درصد) بین یک تا دو ساعت، ۴۲ نفر (۱۰/۵ درصد) بین دو تا سه ساعت و ۴۵ نفر (۱۱/۳ درصد) بیش از سه ساعت در روز از شبکه‌های اجتماعی استفاده می نمایند. همچنین، ۱۱۶ نفر (۲۹ درصد) الگوی منظمی در استفاده روزانه از شبکه‌های اجتماعی ندارند و به صورت متغیر از این شبکه ها استفاده می کنند. از آنجا که شرط استفاده از آزمون های پارامتری، نرمال بودن توزیع داده ها می باشد، جهت بررسی نرمال بودن توزیع این متغیرها از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف استفاده گردید که بر اساس سطوح معناداری آزمون کلموگروف-اسمیرنوف، توزیع تمامی متغیرهای پژوهشی غیرنرمال محسوب می گردد. بنابراین جهت تحلیل سوال‌های پژوهشی پیرامون رابطه بین اعتیاد به شبکه های اجتماعی و گرایش به طلاق باید از آزمون های ناپارامتری استفاده نمود.

آزمون فرضیه‌ها

فرضیه ۱: بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی با اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی رابطه معناداری دارد. با توجه به اینکه میزان استفاده از شبکه های اجتماعی به صورت طبقه‌ای تعریف شده، در جدول زیر به بررسی تفاوت میزان اعتیاد به شبکه های اجتماعی برحسب میزان استفاده از این شبکه‌ها پرداخته می شود. همچنین با توجه به اینکه توزیع متغیر اعتیاد به شبکه های اجتماعی در همه طبقات استفاده از این شبکه‌ها نرمال نمی باشد، برای بررسی این فرضیه از آزمون کروسکال والیس استفاده می گردد که نتایج آن در جدول ۲ ارائه گردیده است:

جدول ۲: مقایسه اعتیاد به شبکه های اجتماعی برحسب میزان استفاده از این شبکه ها

متغیر	میزان استفاده	میانگین	انحراف استاندارد	میانگین رتبه ها	آماره کروسکال والیس	سطح معناداری
$\chi^2_{(4)} = 10.57$ p < 0.05	حدود نیم ساعت	۹/۰۹	۳/۰۸	۷۲/۲۹	۸۸/۷۵	۰/۰۰۰۰۱
	حدود یک ساعت	۱۲/۸۲	۴/۴۵	۱۳۸/۵۷		
	بین یک تا دو ساعت	۱۳/۳۱	۴/۲۴	۱۴۶/۵۵		
	بین دو تا سه ساعت	۱۶/۱۷	۴/۴۸	۱۹۰/۹۰		
	بیش از سه ساعت	۱۷/۸۶	۵/۹۸	۲۰۲/۲۷		

همان‌گونه که نتایج جدول ۲ نشان می دهد میانگین و انحراف استاندارد نمرات اعتیاد به شبکه های اجتماعی در افرادی که حدود نیم ساعت از شبکه های اجتماعی استفاده می نمایند، برابر با 9.09 ± 3.08 می باشد. همین مقادیر در افرادی که حدود یک ساعت از شبکه های اجتماعی استفاده می نمایند، برابر با 12.82 ± 4.45 گزارش شده است. به علاوه، میانگین و انحراف استاندارد نمرات اعتیاد به شبکه های اجتماعی در افرادی که بین یک تا دو ساعت از شبکه های اجتماعی استفاده می نمایند، برابر با 13.31 ± 4.24 می باشد و در افرادی

که حدود بین دو تا سه ساعت از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌نمایند برابر با $16/17 \pm 4/48$ گزارش شده است. در نهایت، میانگین و انحراف استاندارد نمرات اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی در افرادی که بیش از سه ساعت از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌نمایند، برابر با $17/86 \pm 5/98$ می‌باشد. سطح معناداری آزمون کروسکال والیس بیانگر آن است که اختلاف معناداری در میزان اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی برحسب میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی وجود دارد ($p < 0/0001$ و $Z = 88/75$)؛ بدین معنا که با بالا رفتن میزان استفاده زوج‌های جوان از شبکه‌های اجتماعی، نمرات اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی افزایش می‌یابد.

فرضیه ۲: بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی با میزان گرایش به طلاق رابطه معناداری دارد.

از آنجا که توزیع نمرات گرایش به طلاق نرمال نمی‌باشد، لذا جهت مقایسه این نمرات برحسب میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی، از آزمون کروسکال والیس استفاده می‌گردد. همان‌گونه که نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد میانگین و انحراف استاندارد نمرات گرایش به طلاق در افرادی که حدود نیم ساعت از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌نمایند، برابر با $33/53 \pm 10/35$ می‌باشد. همین مقادیر در افرادی که حدود یک ساعت از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌نمایند، برابر با $38/70 \pm 12/64$ گزارش شده است. به علاوه، میانگین و انحراف استاندارد نمرات گرایش به طلاق در افرادی که بین یک تا دو ساعت از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌نمایند، برابر با $34/39 \pm 9/30$ می‌باشد و همین مقادیر در افرادی که حدود بین دو تا سه ساعت از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌نمایند، برابر با $41/28 \pm 21/59$ گزارش شده است. در نهایت، میانگین و انحراف استاندارد نمرات گرایش به طلاق در افرادی که بیش از سه ساعت از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌نمایند، برابر با $41/32 \pm 12/44$ می‌باشد. سطح معناداری آزمون کروسکال والیس بیانگر آن است که اختلاف معناداری در میزان گرایش به طلاق برحسب میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی وجود دارد ($p < 0/0001$ و $Z = 23/17$)؛ بدین معنا که در جامعه مورد پژوهش، با بالا رفتن میزان استفاده زوج‌های جوان از شبکه‌های اجتماعی، نمرات گرایش به طلاق آنها نیز افزایش می‌یابد. این افزایش در بین افرادی که دو تا سه ساعت و یا بیش از سه ساعت از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، بیش از گروه‌های دیگر است.

جدول ۳: مقایسه نمرات گرایش به طلاق برحسب میزان استفاده از شبکه اجتماعی

متغیر	میزان استفاده	میانگین	انحراف استاندارد	میانگین رتبه‌ها	آماره کروسکال والیس	سطح معناداری
$\chi^2_{(5)} = 88.75$	حدود نیم ساعت	33/53	10/35	111/82	23/17	0/0001
	حدود یک ساعت	38/70	12/64	153/25		
	بین یک تا دو ساعت	34/39	9/30	124/16		
	بین دو تا سه ساعت	41/28	12/59	171/35		
	بیش از سه ساعت	41/32	12/44	171/84		

فرضیه ۳: بین اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی با میزان گرایش به طلاق رابطه معناداری دارد.

با توجه به اینکه توزیع نمرات اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و گرایش به طلاق نرمال نمی‌باشد، جهت بررسی این سؤال از آزمون همبستگی اسپیرمن استفاده می‌گردد. همان‌گونه که نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد بین اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و گرایش به طلاق ارتباط آماری مثبت و معناداری وجود دارد ($p < 0/0001$ و

$r=0/31$ ؛ بدین معنا که در جامعه آماری مورد پژوهش، با بالا رفتن نمره اعتیاد به شبکه های اجتماعی در بین زوج های جوان، نمرات گرایش به طلاق آنها نیز افزایش می یابد.

جدول ۴: رابطه بین اعتیاد به شبکه های اجتماعی و گرایش به طلاق

متغیر	اعتیاد به شبکه های اجتماعی	
	ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معناداری
گرایش به طلاق	۰/۳۱	۰/۰۰۰۱

فرضیه ۴: بین اعتیاد به شبکه های اجتماعی با میزان تعارضات زناشویی رابطه معناداری دارد.

با توجه به اینکه توزیع نمرات اعتیاد به شبکه های اجتماعی، تعارضات زناشویی و ابعاد آن نرمال نمی باشد، جهت بررسی این سؤال از آزمون همبستگی اسپیرمن استفاده می گردد. همان گونه که نتایج جدول ۵ نشان می دهد بین اعتیاد به شبکه های اجتماعی و تعارضات زناشویی ارتباط آماری مثبت و معناداری وجود دارد ($r=0/24$ و $p<0/0001$)؛ بدین معنا که با بالا رفتن نمره اعتیاد به شبکه های اجتماعی، نمرات تعارضات زناشویی نیز افزایش می یابد. همچنین، مبتنی بر همین نتایج ارتباط آماری معناداری بین اعتیاد به شبکه های اجتماعی با ابعاد کاهش همکاری ($r=0/22$ و $p<0/0001$)، کاهش رابطه جنسی ($r=0/21$ و $p<0/0001$)، افزایش رابطه فردی با خویشاوندان خود ($r=0/12$ و $p<0/01$)، کاهش رابطه فردی با خویشاوندان همسر و دوستان ($r=0/21$ و $p<0/0001$)، جدا کردن امور مالی از یکدیگر ($r=0/22$ و $p<0/0001$) و کاهش ارتباطات موثر ($r=0/13$ و $p<0/0001$) وجود دارد؛ این بدان معناست که اعتیاد به شبکه های اجتماعی موجب افزایش همه ابعاد تعارضات زناشویی می گردد. از آنجا که توزیع نمرات تعارضات زناشویی و ابعاد آن نرمال نمی باشد، از آزمون کروسکال والیس برای مقایسه نمرات تعارضات زناشویی و ابعاد آن برحسب میزان استفاده از شبکه اجتماعی استفاده شد. نتایج نشان داد که میانگین و انحراف استاندارد نمرات تعارضات زناشویی در افرادی که حدود نیم ساعت از شبکه های اجتماعی استفاده می نمایند، برابر با $21/78 \pm 103/80$ می باشد. همین مقادیر در افرادی که حدود یک ساعت از شبکه های اجتماعی استفاده می نمایند، برابر با $19/28 \pm 105/45$ گزارش شده است. به علاوه، میانگین و انحراف استاندارد نمرات گرایش به طلاق در افرادی که بین یک تا دو ساعت از شبکه های اجتماعی استفاده می نمایند، برابر با $15/86 \pm 104/01$ می باشد و همین مقادیر در افرادی که حدود بین دو تا سه ساعت از شبکه های اجتماعی استفاده می نمایند، برابر با $22/23 \pm 115/03$ گزارش شده است. در نهایت، میانگین و انحراف استاندارد نمرات گرایش به طلاق در افرادی که بیش از سه ساعت از شبکه های اجتماعی استفاده می نمایند، برابر با $26/03 \pm 124/77$ می باشد. سطح معناداری آزمون کروسکال والیس بیانگر آن است که اختلاف معناداری در میزان تعارضات زناشویی برحسب میزان استفاده از شبکه های اجتماعی وجود دارد ($Z=32/78$ و $p<0/0001$)؛ بدین معنا که با بالا رفتن میزان استفاده از شبکه های اجتماعی در بین زوج های جوان، نمرات تعارضات زناشویی در بین آنها، افزایش می یابد - بدین صورت که میانه رتبه های تعارضات زناشویی افرادی که دو تا سه ساعت و یا بیش از سه ساعت از شبکه های اجتماعی استفاده می نمایند، بالاتر از سایر گروه هاست. همچنین، بر مبنای سطح معناداری آزمون کروسکال والیس اختلاف آماری معناداری در میزان بعد کاهش همکاری ($Z=44/60$ و $p<0/0001$)، کاهش روابط جنسی ($p<0/0001$) و $Z=20/18$ ، افزایش رابطه فردی با خویشاوندان خود ($Z=17/80$ و $p<0/0001$)، کاهش رابطه با خویشاوندان

همسر ($p < 0/005$ و $Z = 14/80$)، جدایی در امور مالی ($p < 0/001$ و $Z = 23/09$) و کاهش ارتباطات موثر ($p < 0/001$ و $Z = 19/40$) بر حسب میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی وجود دارد؛ بدین صورت که در جامعه پژوهشی مورد نظر، میانه رتبه‌های این ابعاد در افرادی که دو تا سه ساعت و یا بیش از سه ساعت از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌نمایند، بالاتر از سایر گروه‌ها می‌باشد.

جدول ۵: رابطه بین اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و تعارضات زناشویی

متغیر	اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی	
	ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معناداری
تعارضات زناشویی	۰/۲۴	۰/۰۰۰۱
کاهش همکاری	۰/۲۲	۰/۰۰۰۱
کاهش رابطه جنسی	۰/۲۱	۰/۰۰۰۱
افزایش رابطه فردی با خویشاوندان خود	۰/۱۲	۰/۰۱
کاهش رابطه فردی با خویشاوندان همسر و دوستان	۰/۲۱	۰/۰۰۰۱
جدا کردن امور مالی از یکدیگر	۰/۲۲	۰/۰۰۰۱
کاهش ارتباطات موثر	۰/۱۳	۰/۰۰۰۷

فرضیه ۵: بین میزان گرایش به طلاق با میزان تعارضات زناشویی رابطه معناداری دارد. با توجه به اینکه توزیع نمرات استعداد طلاق، تعارضات زناشویی و ابعاد آن نرمال نمی‌باشد، جهت بررسی این سؤال از آزمون همبستگی اسپیرمن استفاده می‌گردد.

جدول ۶: رابطه بین استعداد طلاق و تعارضات زناشویی

متغیر	استعداد طلاق	
	ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معناداری
تعارضات زناشویی	۰/۵۵	۰/۰۰۰۱
کاهش همکاری	۰/۴۷	۰/۰۰۰۱
کاهش رابطه جنسی	۰/۴۰	۰/۰۰۰۱
افزایش رابطه فردی با خویشاوندان خود	۰/۳۶	۰/۰۱
کاهش رابطه فردی با خویشاوندان همسر و دوستان	۰/۴۲	۰/۰۰۰۱
جدا کردن امور مالی از یکدیگر	۰/۳۲	۰/۰۰۰۱
کاهش ارتباطات موثر	۰/۳۷	۰/۰۰۰۷

همان‌گونه که نتایج جدول ۶ نشان می‌دهد بین استعداد طلاق و تعارضات زناشویی، ارتباط آماری مثبت و معناداری وجود دارد ($p < 0/0001$ و $r = 0/55$)؛ بدین معنا که با بالا رفتن نمره استعداد طلاق، نمرات تعارضات زناشویی نیز افزایش می‌یابد. همچنین، براساس همین نتایج ارتباط آماری معناداری بین اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی با ابعاد کاهش همکاری ($p < 0/0001$ و $r = 0/47$)، کاهش رابطه جنسی ($p < 0/0001$ و $r = 0/40$)، افزایش رابطه فردی با خویشاوندان خود ($p < 0/01$ و $r = 0/36$)، کاهش رابطه فردی با خویشاوندان همسر و دوستان ($p < 0/0001$ و $r = 0/42$)، جدا کردن امور مالی از یکدیگر ($p < 0/0001$ و $r = 0/32$) و کاهش ارتباطات موثر ($p < 0/0001$ و $r = 0/37$) وجود دارد؛ این بدان معناست که استعداد طلاق موجب افزایش همه ابعاد تعارضات زناشویی می‌گردد.

بحث و نتیجه‌گیری

یکی از فرض‌های بنیادین پژوهش حاضر این است که صرف نظر از محتوا، استفاده زیاد از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند تأثیراتی را بر کاربر به همراه داشته باشد. به بیان دیگر، حتی اگر از نوع و کیفیت استفاده از فناوری شبکه‌های اجتماعی صرف نظر شود، صرف استفاده کمی (وابستگی و میزان استفاده از این شبکه‌ها) نیز می‌تواند اثرات نامطلوبی در پی داشته باشد. با توجه به چارچوب نظری که در مقدمه آورده شد، این یافته‌ها مؤید دیدگاه نظریه‌پردازانی چون: مک‌لوهان (۱۹۶۷)، کروکر^۱، (۱۹۹۲)، پستمن^۲ (۱۹۹۳)، دلوز^۳، گوتاری^۴ و ماسومی^۵ (۱۹۸۷)، چندلر^۶ (۱۹۹۶) و ولگار^۷ (۱۹۹۶) است؛ دیدگاهی که معتقد است فناوری‌ها و رسانه‌ها قائم به ذات خود بدون آنکه به مطلوبیت محتوایی آنها توجه شود، می‌توانند بر مخاطب تأثیر داشته باشند. نتایج پژوهش با این فرض بنیادین کاملاً هماهنگ و هم‌راستا است. بدیهی است که این امر به معنای غفلت از تأثیر محتوایی رسانه‌ها و در اینجا محتوای شبکه‌های اجتماعی نیست، بلکه می‌توان این‌طور استدلال کرد که اگر شکل و فرم ظاهری فناوری‌ها بتواند حامل پیام‌ها و ارزش‌هایی برای مخاطب باشد، محتوا به طریق اولی می‌تواند تأثیرگذاری بیشتر و عمیق‌تری داشته باشد.

شواهد پژوهشی نشان می‌دهد که کاربرد افراطی رسانه‌های اجتماعی می‌تواند به "وابستگی" یا کاربرد اعتیادگونه آنها (راک^۸ و بوندس^۹، ۲۰۰۸، به نقل از والنزولا، هالپرن و کتز، ۲۰۱۴) و حتی بروز اختلالات روانی، اجتماعی یا مشکلاتی در مدرسه، محل کار و در زندگی فردی منجر می‌شود (کاس^{۱۰} و گریفیثس^{۱۱}، ۲۰۱۱، به نقل از همان). برخی از این اختلالات و ویژگی‌های اجتماعی می‌توانند بسیار مشکل‌زا باشند. بر اساس برخی پژوهش‌های انجام شده توسط تارنمای سیک فیس‌بوک^{۱۲} که یک وبلاگ ضد فیس‌بوک است،

1. Kroker
2. Postman
3. Deleuze, Gilles
4. Guattari, Felix
5. Massumi, Brian
6. Chandler
7. Woolgar
8. Raacke
9. Bonds
10. Kuss
11. Griffiths
12. Sickfacebook.com

بیش از ۳۵۰ میلیون کاربر از اختلال اعتیاد به فیس‌بوک (اف‌ای دی)^(۱) رنج می‌برند (لی، چئونگ و تادانی، ۲۰۱۲؛ به نقل از همان).

تا آنجا که این آسیب‌ها و اختلالات به خانواده و روابط زوجین مربوط است، این شبکه‌های اجتماعی می‌توانند در عمل به عنوان یک شبکه ضداجتماعی عمل کنند؛ بدین معنا که با جای‌گزینی شبکه‌های مجازی، شبکه خانواده را به عنوان یک شبکه اصیل به چالش کشیده و تهدید می‌کنند. استفاده مداوم از شبکه‌های اجتماعی، باعث می‌شود که ارتباطات چهره به چهره و تعاملات عمیق انسانی در درون خانواده، کاهش یابد و در عوض ارتباطات مجازی گسترده، ولی کم‌عمق جای‌گزین آن شود.

به‌طور ویژه، نتایج پژوهش حاضر در مورد کیفیت روابط همسران، تأییدکننده یافته‌های تحقیقات متعددی است که در نقاط مختلف دنیا از جمله آمریکا به انجام رسیده است. از این میان می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: بایم و همکاران (۲۰۰۷)، ویتی، کیوگلی (۲۰۰۸)، شارلوسکا (۲۰۱۲)، روجویی (۲۰۱۲)، فاروجیا (۲۰۱۳)، بلو (۲۰۱۳)، کلایتون، ناگارونی و اسمیت (۲۰۱۳)، لنهاارت، دوگان و اسمیت (۲۰۱۴)، کلایتون (۲۰۱۴)، والنزوئلا، هالپرن و کتز (۲۰۱۴)، دیو و تولان (۲۰۱۵)، صالح و مختار (۲۰۱۵) و صداقت و عبداللهی (۲۰۱۵). نتایج این پژوهش‌ها نشان داده‌اند که شبکه‌های اجتماعی چگونه می‌توانند کیفیت زندگی، کیفیت رابطه، ناسازگاری و تعارض بین زوجین را تحت تأثیر قرار دهند و زمینه طلاق عاطفی و قانونی را فراهم آورند.

با وجود مبانی نظری که از اثرگذاری فناوری‌ها و رسانه‌ها پشتیبانی می‌کنند، بر اساس نتایج پژوهش حاضر و پژوهش‌هایی از این دست، دقیقاً نمی‌توان مشخص کرد که آیا این شبکه‌های مجازی هستند که بر تعارضات زناشویی و گرایش به طلاق تأثیر گذاشته و آن را افزایش داده‌اند یا اینکه زوجینی که از قبل دچار چنین مشکلاتی بوده‌اند، به سوی این شبکه‌ها گرایش پیدا کرده‌اند. به عبارت دیگر، ممکن است بتوان اینگونه استدلال کرد که اگر به هر دلیل کیفیت روابط بین زوجین نامطلوب باشد و یا گرایش به جدایی و طلاق در آنها بالا باشد، آنها شبکه‌های اجتماعی را به عنوان یک جایگزین و محل فرار، انتخاب می‌کنند و به‌جای همسر به دنبال ایجاد روابط بهتر با دوستان و آشنایان بر می‌آیند. اگر اینگونه باشد، استفاده از شبکه‌ها چه پیامدی را به دنبال خواهد داشت؟ در چنین وضعیتی، آیا شبکه‌ها به کاهش و حل تعارضات زناشویی و همچنین به کم‌رنگ‌تر شدن گرایش به طلاق کمک می‌کنند؟ بر اساس یافته‌های پژوهشی، پاسخ قطعاً منفی است.

یافته‌های پژوهشی حاکی از این است که در موارد متعدد ارتباط‌هایی که در شبکه‌های مجازی شکل می‌گیرد عقیفانه نبوده و همراه با خیانت‌های عاطفی و واقعی است (کلایتون، ۲۰۱۴؛ والنزوئلا، هالپرن و کتز، ۲۰۱۴؛ صالح و مختار، ۲۰۱۵). روابطی که از طریق شبکه‌ها شکل می‌گیرد و اهداف و محتوایی که دنبال می‌شود نه تنها بستری برای حل مشکلات زوجین فراهم نمی‌آورد، بلکه می‌تواند به تشدید آن کمک کند. به عبارت دیگر، می‌توان چرخه تقویت دوجانبه بین تعارضات زناشویی و گرایش به طلاق، از یک سو و اعتیاد و استفاده از شبکه‌های اجتماعی، از سوی دیگر را متصور شد؛ بدین معنا که در خوشبینانه‌ترین حالت، اگر معتقد باشیم که بذر اختلاف و اختلال در کیفیت روابط زوجین را معمولاً شبکه‌های اجتماعی نمی‌پاشند - که در موارد متعدد می‌پاشند - با اطمینان می‌توان گفت که شبکه‌ها در رشد این بذر نقش بسزایی دارند.

پیشنهادها

با توجه به یافته‌های پژوهش، می‌توان پیشنهادات زیر را ارائه کرد:
(۱) تلاش نهادهای مسئول در جهت افزایش سواد رسانه‌ای و آگاه‌سازی زوجین از آسیب‌ها و تهدیدات

احتمالی شبکه‌های اجتماعی که یکی از بسترهای مناسب تحقق این امر، می‌تواند دو واحد درس عمومی دانش خانواده در دوره کارشناسی باشد.

(۲) تلاش نهادهای تربیتی جهت ارتقای تقوای حضور در کنار تقوای پرهیز و گریز، چرا که فناوری جدید مفاهیم دور/نزدیک و مجاز/ممنوع را به هم ریخته است (باقری، ۱۳۸۸) به گونه‌ای که دیگر نمی‌توان به واسطه تربیت قرنطینه‌ای و همچنین با تقوای پرهیز و گریز جوانان را از محیط‌های آلوده دور داشت. سالم‌سازی فضای مجازی از طریق فیلتر کردن، اگرچه یکی از راهکارهاست (تقوای پرهیز)، اما به هیچ وجه کافی نیست. (۳) داشتن حساب کاربری مشترک (بوک^۱، ۲۰۱۳) و استفاده همراهانه از این فناوری (همانند تماشای تلویزیون) بدون پنهان‌کاری و خصوصی‌کاری.

(۴) عدم استفاده یا حداقل استفاده از شبکه‌های اجتماعی در شرایطی که معنای ضمنی آن عدم توجه به حضور همسر است.

(۵) رعایت رفتار عقیفانه در فضای مجازی و حفظ فاصله عاطفی با مردان و زنان غیرمحرّم.

منابع

- اسکندری، حسین و کاظم، کاظمی. (۱۳۹۳). "بررسی جهت‌گیری‌های ارزشی جوانان و عوامل مؤثر بر آن". فصلنامه پژوهش در مسائل تعلیم و تربیت اسلامی. سال بیست و دوم، دوره جدید، شماره ۲۲، ص. ۸۱-۹۸.
- باقری، خسرو. (۱۳۸۸). *نگاهی دوباره به تربیت اسلامی*. چاپ بیستم، تهران: انتشارات مدرسه
- تقی‌زاده، عباس. (۱۳۹۱). *ارتقای سواد رسانه‌ای زمینه کاهش آسیب‌های اجتماعی نوپدید فضای مجازی*. نخستین کنگره ملی فضای مجازی و آسیب‌های اجتماعی نوپدید. تهران: وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی.
- ثنائی، باقر. (۱۳۷۹). *مقیاس‌های سنجش خانواده و ازدواج*. چاپ اول، تهران: موسسه انتشارات بعثت
- رفیع‌پور، فرامرز. (۱۳۷۵). *وسایل ارتباط جمعی و تغییر ارزش‌های اجتماعی: پژوهشی در مورد چند فیلم سینمایی و سریال تلویزیونی، ویدئو، روزنامه و تبلیغات*. تهران: معاونت پژوهشی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
- داودی، زهرا؛ اعتمادی، عذرا و بهرامی، فاطمه. (۱۳۹۰). "رویکرد کوتاه مدت راه حل محور برای کاهش گرایش به طلاق در زنان و مردان مستعد طلاق". فصلنامه علمی-پژوهشی رفاه اجتماعی. سال یازدهم، شماره ۴۳، ص ۱۲۱-۱۳۴.
- سورین، ورنر، جیمز تانکارد. (۱۳۸۸). *نظریه‌های ارتباطات*. علیرضا دهقان. چاپ چهارم، تهران: انتشارات دانشگاه تهران
- Andreassen, C., S. (2012). **"Development of a Facebook Addiction Scale"**. Psychological reports, 2012, 110, 501-517.
- Baym, N. K. , Zhang, Y. B. , Kunkel, A. , Ledbetter, A. , & Lin, M. C. (2007). **"Relational quality and media use in interpersonal relationships"**. New Media and Society, 9, 735-752.
- Bellou, A. (2013). **"The Impact of Internet Diffusion on Marriage Rates: Evidence from the Broadband Market"**. The Institute for the Study of Labor (IZA), Discussion Paper, No. 7316.
- Buck S. (2013). **When Facebook official isn't enough**. Mashable. com.
- Chandler, D. (1996). **"Engagement with media: Shaping and being shaped"**. Computer-Mediated Communication Magazine. Retrieved September 27, 2007 from: <http://users.aber.ac.uk>.
- Clayton . R. B. , Nagurney A, & Smith J. (2013). **"Cheating, breakup, and divorce: is Facebook use to blame?"**. Cyberpsychology, Behavior, & Social Networking, 16:717-720.
- Clayton ,R.B.(2014).**"The Third Wheel :The Impact of Twitter Use on Relationship Infidelity and Divorce ."**Cyber psychology, Behavior, And Social Networking. Volume 17, Number 7.
- Deleuze ,G ,Guattari ,F ,Massumi ,B . (1987).**A Thousand Plateaus :Capitalism and Schizophrenia** .University of Minnesota Press.
- Dew ,J & ,Tulane ,S. (2015).**The Association Between Time Spent Using Entertainment Media and Marital Quality in a Contemporary Dyadic National Sample**. J Fam Econ Iss, 36:621-632.
- Farrugia, R. C. (2013). **"Facebook and Relationships: A Study of How Social**

Media Use is Affecting Long-Term Relationships". (M. S Thesis), Rochester Institute of Technology, College of Liberal Arts.

- Joinson AN. (2008) **"Looking at," "looking up" or "keeping up with" people? Motives and uses of Facebook"**. In: Proceedings of the 26th Annual SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems (Florence, Italy, April 5–10, 2008), CHI'08. New York: ACM Press, pp. 1027–1036.
- Kroker, A. (1992). **The Possessed Individual: Technology and New French Theory.** Palgrave Macmillan.
- Lanhart, A., Duggan, M. , & Smith, A. (2014). **Couples, the internet, and Social Media: How American couples use digital technology to manage life, logistics, and emotional intimacy within their relationships.** Pew Research Center, Available at: <http://pewinternet.org/Reports/2014/Couples-and-the-internet.aspx>.
- McLuhan, M. (1967). **The medium is the message: An inventory of effects.** Corte Madera, CA: Gingko Press.
- McLuhan, M. (1964). **Understanding Media.** Routledge, London.
- Papp LM, Danielewicz J, Cayemberg C. (2012). **"Are we Facebook official?" Implications of dating partners' Facebook use and profiles for intimate relationship satisfaction"**. Cyberpsychology, Behavior, & Social Networking 2012;15:85–90.
- Postman, N. (1993). **Technopoly: The surrender of culture to technology.** New York: Vintage Books.
- Rusbult, C. J., Johnson, D. & Morrow, G. (1986). **"Determinants and consequences of exit, voice, loyalty, and neglect: Responses to dissatisfaction in adult romantic involvements"**. Human Relations. 39(1), 45-63
- Rujoiu, M. (2012). **"The influence of social network on attitude toward conflict in couple"**. (PhD Thesis) Babe-Bolyai University.
- Saleh, M. and Mukhtar, J. I. (2015). **"Social Media and Divorce Case Study of Dutse L. G. A. Jigawa State"**. IOSR Journal of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS). Volume 20, Issue 5, Ver. II, PP 54-59.
- Sedaghat, N. & Abdullahi, I. (2015). **"The impact of media and social networking on the divorce in Bushehr city during the years of 2011 till 2014"**. Journal UMP Social Sciences and Technology Management. 3,3 P. 642-647.
- Sharalevska, I. (2012). **"Family and marital satisfaction and the use of social network technologies"**. (PhD Thesis) university of Illinois at Urbana-Champaign.
- Siemens, G., Tittenberger, P. (2009). **Handbook of Emerging Technologies for Learning.** University of Manitoba.
- Utz S. & Beukeboom C. J. (2011). **"The role of social network sites in romantic relationships: effects on jealousy and relationship happiness"**. Journal of Computer-Mediated Communication 2011; 16:511–527.
- Valenzuela, S., Halpern, D., & Katz, J. E. (2014). **"Social network sites, marriage well-being and divorce :Survey & state-level evidence from the United States."** Computers in Human Behavior. 36 (2014) 94–101.
- Whitty, M. T. & Quigley, L. (2008). **"Emotional and sexual infidelity offline and in cyberspace."** Journal of Marital and Family Therapy. 34(4), 461-468.

- Woolgar ,S. (1996). **Technologies as cultural artifacts**. In: Dutton, W H, (ed.) *Information and Communication Technologies: Visions and Realities*. Oxford University Press, Oxford.



ارزیابی و بهینه سازی عملکرد فدراسیون های ورزشی منتخب جمهوری اسلامی ایران با استفاده از روش تحلیل پوششی داده ها

مهدیه سراجی^۱

سید عماد حسینی^۲

محمد احسانی^۳

محمد رضا برومند^۴

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۴/۲/۱۳

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۴/۴/۱۴

با توجه به اهمیت فدراسیون های ورزشی در ترویج ورزش در سطح کشور، علاوه بر ارزیابی عملکرد، مدیریت عملکرد آنها برای بهبود کارایی، اثربخشی و در نهایت بهره وری فدراسیون از اهمیت به سزایی برخوردار است. پژوهش حاضر تلاش نموده است تا ضمن ارزیابی عملکرد فدراسیون های ورزشی منتخب جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۳۹۲ با روش تحلیل پوششی داده ها، راهکارهایی را برای بهینه سازی عملکرد هر یک از آنها ارائه نماید. بر اساس فرمول های روش تحلیل پوششی داده ها، ۱۲ فدراسیون از ۵۰ فدراسیون فعال در سال ۱۳۹۲، با روش نمونه گیری هدفدار و بر اساس نتایج کسب شده در ارزیابی های پیشین وزارت ورزش و جوانان، به عنوان نمونه انتخاب شدند و مورد ارزیابی قرار گرفتند. بر اساس نتایج ارزیابی، از ۱۲ فدراسیون مورد بررسی، تنها ۵ فدراسیون (تکواندو، کاراته، کوهنوردی، شطرنج و کشتی)، با امتیاز کارایی یک، کاملاً کارا بودند و سایر فدراسیون ها، با امتیاز کارایی کمتر از یک، به عنوان فدراسیون هایی ناکارا تعیین شدند. میانگین کارایی فدراسیون های مورد بررسی در کارایی مقیاس برابر با ۰/۷۲۴، در کارایی مدیریتی ۰/۷۳۸ و در کارایی فنی ۰/۵۸۹ تعیین شد. بنابراین می توان ناکارایی فنی و پس از آن، ناکارایی مقیاس

۱. کارشناس ارشد، مدیریت ورزشی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

Email: mahdie_seraji@yahoo.com

۲. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

۳. استاد تمام، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

۴. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

را مهم ترین عامل ناکارایی فدراسیون های مورد بررسی دانست. از دیگر نتایج تحقیق، ارائه الگویی مجازی برای دستیابی هر یک از فدراسیون های ناکارا به سطح مطلوب کارایی، شامل معرفی فدراسیون های کارا به عنوان الگو و تعیین مقادیر مازاد و بهینه متغیرهای ورودی است تا فدراسیون ها برای تدوین برنامه های آینده خود هدایت شوند.

واژگان کلیدی: ارزیابی عملکرد، بهینه سازی عملکرد، تحلیل پوششی داده ها (DEA) و فدراسیون ورزشی

مقدمه

هدف اصلی مدیران، حداکثر استفاده از منابع سازمان است تا بتوانند بهترین نتیجه را با کمترین امکانات و منابع موجود به دست آورند که این نتیجه را می توان کارایی^۱ و بهره وری^۲ بالاتر نامید (محققر، حکاک و یعقوبی، ۲۰۱۴: ۲۴۷-۲۳۷). برای دستیابی به این مهم تنها داشتن منابع کافی نیست، بلکه نحوه ترکیب و استفاده از آنها اهمیت به سزایی دارد که در گرو طرز عمل و نحوه کار در سازمان هاست (دانشور، ۱۳۸۵: ۳۲). از این رو، آگاهی از چگونگی استفاده از این منابع و امکانات و به طور کلی، سنجش و ارزیابی عملکرد در همه سازمان ها از اهمیت بسیاری برخوردار است. برای بهبود عملکرد یک سازمان نمی توان تنها به انجام ارزیابی عملکرد آن بسنده کرد، بلکه باید از نتایج به دست آمده از ارزیابی، برای مدیریت عملکرد و در پی آن بهینه سازی عملکرد بهره برد.

در سال های اخیر ارزیابی و مدیریت عملکرد فدراسیون های ورزشی کشور و تعیین میزان موفقیت آن ها در رسیدن به اهداف از پیش تعیین شده، یکی از دغدغه های اصلی وزارت ورزش و جوانان و روسای فدراسیون های ورزشی بوده است. با توجه به اهداف و وظایفی که به عنوان اصلی ترین نهاد متولی هر رشته ورزشی برای فدراسیون های ورزشی تعیین شده است، استفاده صحیح و کارآمد آن ها از منابع اختصاص داده شده از اهمیت بسزایی برخوردار است. لذا لازم است که مدیران فدراسیون های ورزشی به منظور دستیابی به کارایی، از همه منابع و امکانات موجود حداکثر استفاده را بنمایند و چگونگی استفاده از آنها را مورد ارزیابی قرار دهند (حامی، ۱۳۹۲: ۴۶).

برای سازمان هایی نظیر فدراسیون های ورزشی که از چندین ورودی^۳ استفاده می کنند و چندین خروجی^۴ ارائه می نمایند، روش های سنتی ارزیابی در تحلیل عملکرد سازمان از توانایی کافی برخوردار نیستند و امکان ارائه تصویری مناسب و کامل از کارایی سازمان را فراهم نمی کنند. بدین منظور، روش تحلیل پوششی داده ها^۵ به عنوان روشی مناسب برای ارزیابی کارایی نسبی مجموعه ای از واحدهای تصمیم گیرنده^۶ مشابه که دارای چندین ورودی و چندین خروجی مشابه هستند، پیشنهاد می شود (موسوی، ۱۳۸۳: ۲۵-۳۷). یکی از نکات قابل توجه در این روش آن است که واحدهای مورد ارزیابی، با ملاک ها و استانداردهای از پیش تعیین شده ارزیابی نمی شوند، بلکه ملاک این سنجش، وضعیت عملکردی دیگر واحدهاست (ابطحی نیا، میرکاظمی و کشتی دار: ۱۳۹۲؛ ۳۳-۵۸).

طبق بررسی های انجام شده، محققان در پژوهش های اندکی که به ارزیابی کارایی سازمان های ورزشی با استفاده از تحلیل پوششی داده ها پرداخته اند، تنها به ارائه اطلاعاتی پیرامون کارا یا ناکارا بودن واحدهای تحت بررسی بسنده کرده و سایر داده های حاصل از تحلیل پوششی داده ها را مورد تحلیل و بررسی قرار نداده اند. این در حالی است که تکنیک تحلیل پوششی داده ها علاوه بر ارزیابی عملکرد و تعیین مقادیر کارایی هر واحد، اطلاعاتی وسیعی را در مورد عملکرد واحدهای مورد بررسی در اختیار قرار می دهد. این تکنیک، از مجموع واحدهای تحت بررسی، تعدادی را واحد کارا تعیین می کند و به عنوان الگوی عملکرد به واحدهای ناکارا معرفی می نماید (افشارکاظمی، ستایش و سلام زاده سلماسی، ۲۰۰۶: ۳۲-۱۵). علاوه بر این،

1. Efficiency
2. Productivity
3. Mohaghar; Hakkak; and Yaghobi
4. Input
5. Output
6. Data Envelopment Analysis (DEA)
7. Decision Making Unit (DMU)

مقادیر مازاد شاخص های ورودی را در واحدهای ناکارا محاسبه می کند و با ارائه میزان بهینه آن ها جهت حداکثرسازی کارایی در هر یک، خط مشی سازمان را به سوی ارتقای کارایی و بهره وری مشخص می نماید (آذر و مؤتمنی، ۱۳۸۶: ۱-۲۲).

از این رو، پژوهش حاضر درصدد است تا ضمن ارزیابی عملکرد فدراسیون های ورزشی منتخب جمهوری اسلامی ایران با استفاده از تکنیک تحلیل پوششی داده ها، راهکارهایی را برای بهینه سازی عملکرد هر فدراسیون ارائه دهد و با انجام پیش بینی های لازم به منظور برطرف نمودن عوامل ناکارایی، فدراسیون ها را برای دستیابی به سطح مطلوب کارایی هدایت نماید.

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی، به لحاظ روش توصیفی-تحلیلی، از نظر موضوعی در حیطه مدیریت و ارزیابی عملکرد و به لحاظ اجرا میدانی بوده است. از آنجایی که پژوهش درباره عملکرد و کارایی فدراسیون های ورزشی در سال ۱۳۹۲ بود، از نظر زمانی، از نوع مطالعات گذشته نگر محسوب می شود. جامعه آماری پژوهش شامل ۵۰ فدراسیون ورزشی فعال جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۳۹۲ بود که حجم نمونه بر اساس فرمول $DMUs > 3$ ، تعداد ۱۲ فدراسیون ورزشی تعیین شد (کوپر، سیفورد و تون^۱، ۲۰۰۰: ۲۱۷-۲۴۶). در واقع، برای استفاده از روش تحلیل پوششی داده ها، سه برابر جمع ورودی ها و خروجی ها باید کوچک تر از تعداد فدراسیون های مورد بررسی باشد (حامی، ۱۳۹۲: ۶۷).

از آنجایی که شاخص های ارزیابی عملکرد فدراسیون های ورزشی در قالب دو ورودی (فرآیندهای داخلی و رشد و یادگیری) و دو خروجی (مالی و مشتری) در تکنیک تحلیل پوششی داده ها ارزیابی شده اند، بر اساس فرمول ذکر شده، $(3 \times (2+1) = 12)$ ، تعداد ۱۲ فدراسیون به عنوان نمونه برای مدل لازم بوده است. بر این اساس، ۱۲ فدراسیون ورزشی به روش نمونه گیری هدف دار و بر اساس موفقیت در فعالیت های خود و نتایج کسب شده در ارزیابی های صورت گرفته توسط وزارت ورزش و جوانان، به عنوان نمونه انتخاب شدند که عبارت اند از: فدراسیون های والیبال، بسکتبال، تکواندو، وزنه برداری، کاراته، ووشو و کشتی که توانسته بودند در رقابت های قهرمانی و در سطح بین المللی به موفقیت های قابل قبولی دست یابند و هم چنین فدراسیون های تیراندازی با کمان، تیراندازی، شطرنج، قایقرانی و کبدی که در فعالیت های مربوط به توسعه رشته ورزشی بسیار فعال بوده اند.

انتخاب فدراسیون های برتر به عنوان نمونه از آن جهت بوده است که مقایسه و الگودهی فدراسیون هایی که از نظر عملکرد به هم نزدیک تر هستند، معنادارتر خواهد بود. در واقع، در تکنیک تحلیل پوششی داده ها، علاوه بر راهکارهای بهینه سازی بر اساس عملکرد خود فدراسیون، راهکارهایی نیز بر اساس عملکرد فدراسیون هایی که از نظر عملکرد و شاخص های ورودی و خروجی نزدیک به آن هستند، ارائه می شوند.

نکته مهم در استفاده از روش تحلیل پوششی داده ها، انتخاب مدل مناسب با توجه به ویژگی های سازمان مورد بررسی است. با توجه به بررسی های انجام شده در زمینه مدل های مختلف تحلیل پوششی داده ها و مشورت با اساتید تحقیق در عملیات، در این پژوهش از مدل BCC با بازده متغیر به مقیاس^۲ استفاده شد که این امر با توجه به ماهیت پویای فدراسیون های ورزشی، قابل توجیه خواهد بود. پس از جمع آوری داده های مربوط به عملکرد هر یک از فدراسیون های ورزشی منتخب بر اساس چک لیست های ارزیابی عملکرد وزارت

1. Cooper ,Seiford & Tone

2. Variable Return to Scale (VRS)

ورزش و جوانان، فدراسیون ها با استفاده از نرم افزار تخصصی تحلیل پوششی داده ها یعنی Version DEAP ۲,۱ با فرض بازدهی متغیر به مقیاس و ورودی محور مورد ارزیابی قرار گرفتند و میزان کارایی هر یک از آنها محاسبه شد.

یافته های پژوهش

با استفاده از روش تحلیل پوششی داده ها، مقادیر انواع کارایی شامل کارایی فنی، کارایی مدیریتی، کارایی مقیاس و کارایی کلی برای هر یک از فدراسیون های مورد بررسی تعیین شد. کارایی عملیاتی یا فنی^۱، به معنای توانایی حداقل سازی میزان استفاده از ورودی ها برای ایجاد سطح معینی از خروجی ها؛ کارایی مدیریتی^۲، بیانگر ترکیب صحیح ورودی ها برای افزایش بهره وری و کارایی مقیاس^۳، برابر حاصل ضرب دو کارایی مدیریتی و فنی است که در نهایت میانگین آنها کارایی کلی^۴ هر واحد مورد بررسی را تعیین می کند. مقادیر انواع کارایی هر فدراسیون در جدول ۱ ارائه شده اند.

جدول ۱: انواع کارایی فدراسیون های ورزشی مورد بررسی

کارایی کلی	کارایی مقیاس	کارایی مدیریتی	کارایی فنی	
۰/۳۰	۰/۴۱۸	۰/۳۹۶	۰/۱۶۵	کبدی
۰/۶۸	۰/۷۷۶	۰/۷۲۷	۰/۵۶۴	تیراندازی
۱	۱	۱	۱	تکواندو
۱/۳۸	۰/۴۳۲	۰/۵۵۶	۰/۲۴۰	وزنه برداری
۱	۱	۱	۱	کاراته
۰/۲۴	۰/۲۲۲	۰/۵۴۲	۰/۱۲۰	تیراندازی با کمان
۰/۵۶	۰/۸۱۰	۰/۵۲۰	۰/۴۲۲	ووشو
۱	۱	۱	۱	کوهنوردی
۰/۵۰	۰/۷۰۲	۰/۵۱۳	۰/۳۶۰	بسکتبال
۱	۱	۱	۱	شطرنج
۱	۱	۱	۱	کشتی
۰/۳۳	۰/۳۲۱	۰/۶۰۰	۰/۱۹۳	والیبال
۰/۶۶	۰/۷۲۴	۰/۷۳۸	۰/۵۸۹	میانگین

طبق نتایج ارائه شده در جدول ۱، تنها ۵ فدراسیون تکواندو، کاراته، کوهنوردی، شطرنج و کشتی، با کسب

1. Technical Efficiency
2. Management Efficiency
3. Scale Efficiency
4. Total Efficiency

امتیاز کامل یک در تمامی انواع کارایی فنی، مدیریتی و مقیاس، به عنوان فدراسیون های کارا و سایر فدراسیون های مورد ارزیابی، با کسب امتیاز کارایی کمتر از یک، حداقل در یکی از انواع کارایی، فدراسیون های ناکارا تلقی می شوند. مقادیر میانگین انواع کارایی برای مجموعه فدراسیون ها در کارایی مقیاس برابر با $0/724$ ، در کارایی مدیریتی $0/738$ و در کارایی فنی $0/589$ بوده است که نشان می دهد کارایی فنی با کمترین میزان میانگین، عامل اصلی ناکارایی فدراسیون هاست و بعد از آن، کارایی مقیاس و کارایی مدیریتی قرار گرفته اند. میانگین کارایی کلی مجموعه فدراسیون ها نیز معادل $0/66$ محاسبه شده است که نشان دهنده 34 درصد ناکارایی و عملکرد نه چندان خوب فدراسیون های مورد ارزیابی به لحاظ شاخص کارایی است.

یکی دیگر از مزیت های روش تحلیل پوششی داده ها، معرفی واحدهای الگو برای رسیدن واحدهای ناکارا به سطح مطلوب کارایی است. بدین منظور برای هر فدراسیون ناکارا، الگویی برای رسیدن به سطح بهینه ارائه شد؛ واحد الگو (مرجع) به لحاظ متغیرهای ورودی و خروجی و سایر ویژگی ها نزدیک به واحد ناکارا است، اما موفق شده است به سطح مطلوب کارایی دست یابد. واحد ناکارا با الگو قرار دادن واحد(های) الگوی خود در میزان ورودی ها و خروجی ها، می تواند خود را به مرز کارایی برساند. در جدول ۲ واحدهای الگو و وزن آن ها برای تمام فدراسیون ها ارائه شده است:

جدول ۲: واحدهای الگو برای فدراسیون های ناکارا

شماره	نام فدراسیون	واحدهای مرجع		
فدراسیون ۱	کبدی	$11 (0/026)$	$5 (0/0859)$	$3 (0/095)$
فدراسیون ۲	تیراندازی	$5 (0/318)$	$3 (0/682)$	
فدراسیون ۳	تکواندو	$3 (1)$		
فدراسیون ۴	وزنه برداری	$3 (0/722)$	$5 (0/278)$	
فدراسیون ۵	کاراته	$5 (1)$		
فدراسیون ۶	تیراندازی با کمان	$3 (0/319)$	$5 (0/571)$	$10 (0/110)$
فدراسیون ۷	ووشو	$3 (0/036)$	$8 (0/107)$	$5 (0/661)$
فدراسیون ۸	کوهنوردی	$8 (1)$		
فدراسیون ۹	بسکتبال	$3 (0/142)$	$10 (0/078)$	$8 (0/093)$
فدراسیون ۱۰	شطرنج	$10 (1)$		
فدراسیون ۱۱	کشتی	$11 (1)$		
فدراسیون ۱۲	والیبال	$3 (0/50)$	$5 (0/50)$	

همان طور که در جدول ۲ مشاهده می شود، فدراسیون های کارا که انواع کارایی مقیاس، مدیریتی و فنی در آن ها، ۱ (صد در صد) است، فدراسیون هایی هستند که الگوی خودشان هستند؛ یعنی روش تحلیل پوششی داده ها، به آن ها الگوگیری از فدراسیون های دیگر را توصیه نمی کند. برای هر یک از فدراسیون های ناکارا، حداقل دو فدراسیون

فدراسیون‌هایی که ناکارا هستند علاوه بر الگوگیری از فدراسیون‌های مرجع خود، باید با کاستن از مقادیر مازاد ورودی‌ها تا مقداری که به عنوان مقادیر بهینه در جدول ۴ محاسبه و ارائه شده است، به مرز کارایی برسند. مقادیر مازاد و بهینه ورودی‌ها بیان می‌کنند که هر فدراسیون باید چه مقداری از هر یک از شاخص‌های ورودی خود را کاهش دهند و به چه مقداری برسند تا سطح مطلوبی از کارایی داشته باشند. مقادیر مازاد و بهینه شاخص‌های ورودی برای هر یک از فدراسیون‌های ورزشی مورد بررسی، در جدول ۳ ارائه شده اند:

107

فعالیت های آموزش و ارتقای همیگری	مقادیر مازاد	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
	مقادیر بهینه	۰/۱۶۵	۴/۳۸۴	۵	۴/۴۴	۳	۴	۳	۳
فعالیت های آموزش و ارتقای داوری	مقادیر مازاد	۰	۳/۲۲	۰	۷/۲۷	۰	۰	۰	۰
	مقادیر بهینه	۲/۹۵۶	۲/۳۱۸	۳	۳/۲۷۸	۴	۴	۴	۴
حمایت های علمی و فرآیند های فدراسیون	مقادیر مازاد	۱/۴۳۱	۴/۵	۰	۴/۸۳۳	۰	۰	۰	۰
	مقادیر بهینه	۷/۱۲۵	۲/۳۱۸	۱	۱/۲۷۸	۲	۲	۲	۲
توسعه مدیریت و رفتار سازمانی	مقادیر مازاد	۱/۱/۹	۱	۰	۳	۰	۰	۰	۰
	مقادیر بهینه	۲/۹۶۴	۲/۳۳۱	۲	۷/۵۵۶	۴	۴	۴	۴
توسعه فعالیت های فرهنگی	مقادیر مازاد	۰/۷۵۰	۰	۰	۲	۰	۰	۰	۰
	مقادیر بهینه	۵/۰۶۸	۲/۳۳۱	۳	۳/۵۵۶	۵	۵	۵	۵
نحوه اداره تیم های ملی	مقادیر مازاد	۹/۴۹۸	۵/۹۵۵	۰	۹/۸۳۳	۰	۰	۰	۰
	مقادیر بهینه	۲/۳۷۱	۱/۳۱۸	۱	۱/۲۷۸	۲	۲	۲	۲
میزبانی مسابقات و اعزام به مسابقات برون مرزی	مقادیر مازاد	۲/۰۴۴	۴/۳۱۸	۰	۱۰/۲۷	۰	۰	۰	۰
	مقادیر بهینه	۹/۷۸۲	۲/۵۹۱	۵	۶/۳۸۹	۱۰	۱۰	۱۰	۱۰
توسعه روابط بین الملل	مقادیر مازاد	۱/۰۲۶	۱/۳۳۱	۰	۵/۵۵۶	۰	۰	۰	۰
	مقادیر بهینه	۶/۸۸۷	۵/۳۳۱	۵	۵/۵۵۶	۷	۷	۷	۷
اجرای طرح های استعدادیابی	مقادیر مازاد	۱۱/۱۰۵	۴/۵۴	۰	۱۹/۴۴	۰	۰	۰	۰
	مقادیر بهینه	۲/۶۵۴	۵/۳۳۱	۵	۵/۵۵۶	۷	۷	۷	۷
تناسب نیروی انسانی	مقادیر مازاد	۰/۲۶	۵/۲۷	۰	۰	۰	۰	۰	۰
	مقادیر بهینه	۷/۱۴۶	۵/۳۳۱	۵	۵/۵۵۶	۷	۷	۷	۷
توسعه استانداردهای ارزیابی	مقادیر مازاد	۲/۸۸۳	۰/۹۰۹	۰	۱/۸۸	۰	۰	۰	۰
	مقادیر بهینه	۵/۱۲۹	۲/۳۸۴	۷	۲/۴۴۴	۵	۵	۵	۵
محیط حقوقی	مقادیر مازاد	۰/۱۳۱	۲/۰۴۵	۰	۱/۲۱۱	۰	۰	۰	۰
	مقادیر بهینه	۲/۰۲۴	۲/۳۱۸	۲	۲/۲۷۸	۳	۳	۳	۳

ارزیابی و بهینه سازی عملکرد فدراسیون های ورزشی منتخب جمهوری اسلامی ایران با استفاده از روش تحلیل پوششی داده ها

دانشگاه	کد ملی	سطح	بسیکبال	کره روری	روشن	تیر اندازی با کمان
۵/۸	۷	۸	۸۸۰/۸	۱	۱۳۷/۸	۸۸۱/۸
۴/۸	۰	۰	۰	۰	۷۳۸/۰	۱۱۱/۱
۱	۴	۴	۷۸۱/۵	۵	۱۷۷/۳	۸۱۳/۵
۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
۱	۲۰	۰	۸۱۷/۷	۵۸	۸۸۳/۵	۳۵۷/۷
۰	۰	۰	۸۵۱/۸	۰	۳۰/۸	۳۱/۳
۱	۱	۰	۳۸۵/۷	۳۸	۰/۸۸۵	۳۵۷/۷
۷/۷	۰	۰	۷۸/۱	۰	۵۵/۱	۷۷/۷
۱۲	۱۰	۵	۱۰۳/۷	۱۵	۰/۸۷۸	۸۳۱/۷
۷/۵	۲۰	۱۵	۵۵۹/۲	۰	۳۱۰/۲	۴۷۵/۱
۱۰/۵	۰	۰	۹۰۷/۸	۱۰	۶۸/۱	۷۵۵/۷
۱/۵	۲۰	۵	۳۸/۷	۰	۱۰	۴۵۲/۱
۵/۳	۰	۰	۵۵/۲	۱۰	۲۰۳/۲	۸۱۰/۱
۳	۵۱	۰	۷۳۷/۵	۴۱	۱۷۷/۷	۱۸۷/۷
۵	۰	۰	۸۷/۰	۰	۰	۳۱۵/۳
۳	۱۰	۱	۵۰۸/۲	۱	۲۱۰/۲	۷۷۵/۱
۴	۰	۰	۰/۳۱	۰	۱۷۳/۱	۳۷۳/۱
۵/۱	۵/۰۱	۳	۵۳۸/۸	۵/۳	۸۸۸/۸	۸۰۵/۱
۱/۵	۰	۰	۵۸۱/۳	۰	۷۵۰/۲	۷۰۷/۰
۵/۴	۱	۵	۱۸۱/۳	۱	۴۷۸/۳	۸۷۸/۷
۵/۸	۰	۰	۵۳/۰	۰	۸۷/۰	۸
۳	۲	۳	۸۰۱/۳	۱۱	۴۸۱/۳	۸۳۸/۷
۲	۰	۰	۰	۰	۱۰/۰	۱۱/۱

همان طور که در جدول ۳ مشاهده می شود، مقادیر بهینه ورودی ها برای فدراسیون های کارا، برابر با مقادیر فعلی آن ها محاسبه شده و روش DEA به آن ها تغییری در اندازه متغیرها را پیشنهاد نمی کند. در واقع، راهکار بهینه سازی برای آنها حفظ روند موجود است. برای بهبود عملکرد سایر فدراسیون های مورد بررسی در پژوهش که فدراسیون هایی ناکارا تلقی شده اند، مدل تحلیل پوششی داده ها سطح بهینه ای را در تمامی شاخص ها مشخص نموده است که هر فدراسیون با در نظر گرفتن فدراسیون های الگو و با کاهش مقادیر مازاد ورودی ها می تواند به این مقادیر دست یابد و عملکرد خود را تا سطح مطلوب کارایی بهبود بخشد.

بحث و نتیجه گیری

با افزایش رقابت در عرصه ورزش و تغییر نگرش به آن به عنوان صنعت ورزش، ارزیابی عملکرد فدراسیون های ورزشی به عنوان بازوان اجرایی ورزش کشور، از اهمیت بسیاری برخوردار شده است. در سال های اخیر، ارزیابی عملکرد فدراسیون های ورزشی مورد توجه محققان بوده و در تحقیقات مختلف به آن پرداخته شده است. با وجود این، بررسی ها نشان می دهد نتایج حاصل از این پژوهش ها نتوانسته اند در بهینه سازی عملکرد فدراسیون ها چندان موثر عمل نمایند، زیرا یا تنها به ارائه گزارشی پیرامون جنبه های مختلف عملکرد آنها بسنده کرده اند و یا نتایج آنها از نظر کاربردی قابل اجرا و پیاده سازی نبوده اند. این ارزیابی ها حتی اگر قادر باشند توصیف مناسبی از عملکرد ارائه دهند، تنها به ارزیابی عملکرد پرداخته و از مدیریت

عملکرد غافل شده اند، در حالی که در نگرش نوین ارزیابی، فلسفه وجودی ارزیابی بر رشد، توسعه و بهبود ظرفیت های افراد یا واحدهای مورد ارزیابی استوار است (آقایی، ۱۳۹۲: ۳۵).

در این پژوهش تلاش شد تا علاوه بر ارزیابی عملکرد فدراسیون های ورزشی با استفاده از روش تحلیل پوششی داده ها، به عنوان روشی علمی که اطلاعاتی متنوع، همه جانبه و کاربردی را در مورد عملکرد هر فدراسیون در اختیار ارزیابان قرار می دهد، نتایج حاصل از ارزیابی تحلیل گردد و فدراسیون های مورد ارزیابی برای بهبود عملکرد خود هدایت شوند.

یافته های پژوهش نشان داد که مقادیر میانگین انواع کارایی برای مجموعه فدراسیون ها در کارایی مقیاس برابر با ۰/۷۲۴، در کارایی مدیریتی ۰/۷۳۸ و در کارایی فنی ۰/۵۸۹ بوده است؛ بدین معنا که فدراسیون های مورد ارزیابی با ۲۸ درصد ناکارایی مقیاس، میزان ۲۷ درصد ناکارایی مدیریتی و میزان ۴۲ درصد ناکارایی فنی مواجه اند. ارقام فوق نشان می دهد فدراسیون ها به لحاظ کارایی مدیریتی که بیانگر نحوه اجرای وظایف است، با سطوح متفاوت عملکرد خوبی داشته اند که این سطح از کارایی مدیریتی خود تا حدی موجب بهبود میزان کارایی مقیاس فدراسیون ها (حاصل ضرب کارایی فنی در کارایی مدیریتی) نیز شده است؛ اما به لحاظ کارایی فنی، عملکرد مناسبی نداشته اند. بنابراین می توان ناکارایی فنی و پس از آن، ناکارایی مقیاس را مهم ترین عامل ناکارآمدی فدراسیون های مورد بررسی دانست.

این نتایج، با نتایج تحقیقات برخی از پژوهشگران که ناکارایی مدیریتی و فنی را مهم ترین عامل ناکارایی سازمان مورد مطالعه خود بیان کرده اند، تفاوت دارد. سلیمانی تپه سری (۱۳۹۳) در ارزیابی کارایی هیات های والیبال استان های کشور؛ حامی (۱۳۹۲) در ارزیابی کارایی هیات های استانی فدراسیون جودو؛ اسکوتر^۱ (۲۰۱۰) در بررسی باشگاه های فوتبال لیگ قهرمانان اروپا و هاس^۲ (۲۰۰۴) در بررسی باشگاه های آلمان، از جمله پژوهش هایی هستند که بر خلاف این پژوهش، کارایی مقیاس بالایی را برای سازمان های مورد مطالعه خود گزارش نموده و ناکارایی مدیریتی و پس از آن، ناکارایی فنی را مهم ترین عامل ناکارایی کلی سازمان مورد بررسی خود دانسته اند. از سوی دیگر، ادبی فیروزجاه (۱۳۹۲)، هاس (۲۰۰۳)، گزمان و مورو^۳ (۲۰۰۷) و ژاردین^۴ (۲۰۰۹) در تحقیقات خود ناکارایی مقیاس را یکی از دلایل مهم در ناکارایی کلی ادارات کل ورزش و جوانان و تیم های حاضر در لیگ های آمریکا، اسپانیا و فرانسه ارزیابی نموده اند.

کارایی فنی که در این پژوهش به عنوان عامل اصلی ناکارایی فدراسیون ها مطرح شده است، نشان دهنده میزان توانایی سازمان برای حداکثرسازی میزان خروجی های حاصل از منابع و ورودی های به کار رفته است. عدم کارایی فنی نیز تمام مواردی را در بر می گیرد که باعث می شوند عملکرد واقعی فدراسیون در سطوحی کمتر از مقدار قابل حصول (با توجه به ورودی های مشخص) باشد. بر این اساس می توان ناکارایی مدیریتی را نیز یکی از اجزای ناکارایی فنی دانست و بنابراین برای جبران ناکارایی فنی فدراسیون ها و بهبود فرآیندهای حصول خروجی ها از مصرف ورودی ها، بهبود فرآیندهای مدیریتی نیز امری اجتناب ناپذیر است. بهبود کارایی مدیریتی، بهبود کارایی فنی را در پی دارد و با افزایش این دو، کارایی مقیاس و در نهایت کارایی کلی فدراسیون ها افزایش می یابد.

نتایج این تحقیق نیز همسو با نتایج هاس (۲۰۰۳ و ۲۰۰۴)، گزمان (۲۰۰۶)، ماتيو (۲۰۰۹)، ژاردین (۲۰۰۹)، باروس (۲۰۱۰) و ادبی فیروزجاه (۱۳۹۲) نشان داد که دو راهکار اصلی به منظور بهبود عملکرد و افزایش

1. Escuer

2. Haas

3. Guzman and Morrow

4. Jardin

کارایی فدراسیون ها وجود دارد. یکی از این راهکارها، افزایش توانایی فدراسیون ها در تبدیل ورودی ها به خروجی های مطلوب است؛ فدراسیون ها باید تلاش کنند با بهبود برنامه های مدیریتی و راهکارهای عملیاتی، از منابع ورودی خود نظیر فضاهای ورزشی موجود، طرح های استعدادیابی، نیروی انسانی، آموزش و... حداکثر خروجی ها نظیر پیشرفت قهرمانی، رشد تعداد ورزشکاران سازمان یافته، درآمدزایی و... را به دست آورند.

راهکار دوم، دقت در تخصیص منابع بهینه به فدراسیون های ورزشی و نظارت بر بهره گیری مناسب از آنها است. در اختیار داشتن منابع زیاد یا منابع محدود برای تولید خروجی ها، در هر دو حالت ناکارایی مقیاس را در پی خواهد داشت. بنابراین ورودی های اختصاص یافته به هر فدراسیون باید با توجه به اهداف، برنامه ها و نیازهای فدراسیون تعیین شوند (ادبی فیروزجاه، ۱۳۹۲). علاوه بر داشتن منابع، نحوه استفاده و بهره گیری از آنها نیز عاملی تعیین کننده در دستیابی فدراسیون ها به کارایی مطلوب محسوب می شود (اسکوثر و سیبرین، ۲۰۱۰). نتایج تحقیق سلیمانی دامنه (۲۰۱۰) در ارزیابی عملکرد تیم های لیگ برتر فوتبال ایران نیز نشان داد علت اصلی ناکارا ظاهر شدن برخی از تیم ها، استفاده ناکارآمد از منابع در دسترس است؛ در واقع، استفاده کارآمد از منابع عاملی مهم در موفقیت ورزشی تیم ها بوده است. هر یک از فدراسیون هایی که در طی ارزیابی ها ناکارا تشخیص داده شده اند، می توانند با در نظر گرفتن نتایج ارزیابی عملکرد و اصلاح نحوه بهره گیری از منابع، عملکرد خود را به سطح مطلوب کارایی برسانند. به عنوان نمونه، طبق یافته های پژوهش فدراسیون کبدی با نمره کارایی کلی ۰/۳۰، فدراسیونی ناکارا بوده است و روش تحلیل پوششی داده ها با بیان این که صرف بیش از حد منابع فدراسیون از دلایل اصلی ناکارایی فدراسیون کبدی است، فدراسیون کاراته را به عنوان الگوی اول به این فدراسیون معرفی و پیشنهاد می نماید این فدراسیون با در نظر گرفتن عملکرد فدراسیون کاراته، مقادیر عملکرد فعلی خود در هر شاخص را به مقادیر بهینه ای که در یافته ها ارائه شده اند، نزدیک نماید تا با جبران این مقادیر، کارایی خود را بهبود بخشد.

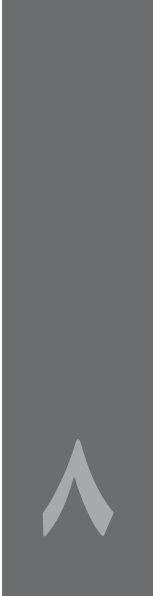
با اجرای سالانه این فرآیند ارزیابی، علاوه بر تعیین وضعیت فعلی و وضعیت مطلوب عملکرد هر فدراسیون، فدراسیون ها می توانند برنامه ها و اهداف آتی خود را بر اساس داده های حاصل از این ارزیابی مشخص کنند. پیشنهاد می شود با فراهم کردن اطلاعات عملکرد فدراسیون ها در دوره های زمانی مختلف، عملکرد هر فدراسیون علاوه بر این که با سایر فدراسیون ها مقایسه می شود، با عملکرد خود فدراسیون در دوره های قبل نیز مقایسه شود و اطلاعات حاصل در اختیار هر فدراسیون قرار گیرد تا با ترسیم روند بهبود عملکرد و تقویت نقاط قوت و رفع نقاط ضعف خود، برای رسیدن به سطح مطلوب عملکرد و بهره وری گام بردارند.

منابع

- ادبی فیروز جاه، جواد؛ مظفری، سید امیراحمد و هادوی، فریده. (۱۳۹۲). "تعیین میزان کارایی ادارات کل استانی وزارت ورزش و جوانان با استفاده از روش تحلیل پوششی داده‌ها". دو فصلنامه پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. سال ۳، شماره ۶، صفحات ۶۱-۷۹.
- ابطحی نیا، عاطفه؛ میرکاظمی، سیده عدرا و کشتی دار، محمد. (۱۳۹۲). "بهینه سازی ارزیابی عملکرد ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌ها با رویکرد BSC, EFQM و DEA". مجله پژوهش در ورزش دانشگاهی. شماره ۴، صفحات ۳۳-۵۸.
- افشار کاظمی، محمدعلی؛ طلوعی اشلقی، عباس و قلم سیاه، لیلی. (۱۳۸۸). "طراحی مدل ترکیبی کارت امتیازی متوازن و تحلیل پوششی داده‌ها، مطالعه موردی: ارزیابی کارایی نسبی شرکت‌های دارویی عضو بورس اوراق بهادار". نشریه نظام سلامت. دوره ۱، شماره ۳، صفحات ۱۵-۳۲.
- آذر، عادل و مؤتمنی، علیرضا. (۱۳۸۶). "طراحی مدل پویای بهره‌وری با رویکرد تحلیل پوششی داده‌ها". فصلنامه مدیر. شماره ۳، صفحات ۱-۲۲.
- آقایی، اصغر. (۱۳۹۲). "بررسی میزان کارایی و اثربخشی مراکز تعمیرات خودرویی ناجا در تهران بزرگ". پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت و برنامه ریزی، دانشگاه امام حسین (ع).
- حامی، محمد. (۱۳۹۲). "کارایی هیئت‌های جودو استان‌های کشور از طریق تحلیل پوششی داده‌ها (DEA)". رساله دکتری رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات.
- دانشور، مریم. (۱۳۸۵). "طراحی و تبیین مدل ارزیابی عملکرد شعب بیمه دانا با استفاده از تکنیک تحلیل پوششی داده‌ها". پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، دانشگاه تربیت مدرس.
- رضانی، کیمیا؛ مخاطب رفیعی، فریمه و شیرویه زاد، هادی. (۱۳۹۲). "ارزیابی عملکرد هیات‌های ورزشی استان اصفهان با استفاده از تحلیل پوششی داده‌ها". دومین کنفرانس ملی مهندسی صنایع و سیستم‌ها، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد.
- سلیمانی تپه سری، بهاره. (۱۳۹۳). "ارزیابی کارایی هیأت‌های والیبال استان‌های کشور با استفاده از تحلیل پوششی داده‌ها (DEA)". رساله دکتری رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات.
- موسوی، سیده صغری. (۱۳۸۳). "ارزیابی عملکرد دانشکده‌های علوم انسانی دانشگاه شهید بهشتی با استفاده از تحلیل پوششی داده‌ها (DEA)". پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، دانشگاه شهید بهشتی.
- Banker, R.D. and Thrall, R.M. (1992). "Estimation of Returns to Scale Using Data Envelopment Analysis". *European Journal of Operational Research*. No.62, pp: 74-78.
- Barros, C.P. and Assaf, A. (2010). "Brazilian Football League Technical Efficiency: A Bootstrap Approach". School of Economics and Management. No. 6, pp: 33-52.
- Cooper, W ;Seiford, L ;Tone, L & ;Zhu, J. (2001). "Sensitivity and Stability Analysis in DEA". *Journal of Productivity Analysis*. Vol.15, pp: 217-246.
- Escuer, M ;Cebrian, L. (2010). "Measuring of Efficiency of Football Teams in the Champions League". *Managerial and Decision Economics*, No.31, pp: 373-386.
- Guzman, I. and Morrow, S. (2007). "Measuring efficiency and productivity in

professional football teams: evidence from the English Premier League". Central European Journal of Operations Research. Vol.15, No.4, pp: 309-328.

- Haas, D.J. (2003). **"Technical efficiency in the major league soccer"**. Journal of sport management, Vol.4, No.3, pp: 203–215.
- Haas, D.J. (2004). **"Measuring Efficiency of German football teams by Data Envelopment Analysis"**. CEJOR, Vol.12, pp: 251-268.
- Jardin, M. (2010). **"Efficiency of French football clubs and its dynamics."** University of Rennes, Faculty of economic, France. No.9828. pp:1-29.
- Mathueu, J. (2009). **"Efficiency of French football clubs and it's dynamics."** Munich Personal RePEe Archive (MPRA),No. 19828. pp: 1-18.
- Mohaghar, A ;Hakkak ,M ;and Yaghobi ,H. (2014). **"Efficiency Evaluation of Foreign Currency Branches of Bank Keshavarzi of Iran Using integrated BSC, DEA and AHP Approaches ."**International journal of Inxustrial Engineering& ProXuction Management ,pp :237-247.



تدوین استراتژی توسعه ورزش روستایی و بومی و محلی استان گلستان

محمد علی نوده‌ی^۱

مجتبی احمدی^۲

غلامرضا نوده‌ی^۳

محمد صادق داداشی^۴

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۴/۲/۵

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۴/۹/۴

هدف از اجرای این تحقیق، تدوین استراتژی توسعه ورزش روستایی و بومی و محلی استان گلستان بود. روش تحقیق حاضر توصیفی-تحلیلی، از نظر نتایج کاربردی و به لحاظ نوع مطالعه موردی است. جامعه آماری این تحقیق شامل اساتید دکتری تربیت بدنی دانشگاه های استان، مدیران ادارات ورزش و جوانان و هیات های ورزش روستایی استان برابر با ۹۴ نفر بود. به دلیل محدودیت جامعه، نمونه گیری به صورت تمام شمار انجام شد. برای گردآوری اطلاعات مورد نیاز از پرسشنامه محقق ساخته استفاده گردید. روایی پرسشنامه از سوی ۱۰ نفر از اساتید دکتری مدیریت ورزشی مورد تایید قرار گرفت. پایایی پرسشنامه با استفاده از روش آلفای کرونباخ ۰/۸۲ به دست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی (رسم جداول، نمودار و ...) و استنباطی (آزمون فریدمن) استفاده شد.

در مجموع، ۱۲ نقطه قوت، ۱۲ نقطه ضعف، ۱۲ فرصت و ۱۰ تهدید مورد شناسایی قرار گرفتند. نتایج نشان داد که مهمترین نقطه قوت، کسب مدال در برخی از رشته ها در سطوح ملی و بین المللی؛ مهمترین ضعف، توجه ناکافی به ورزش روستاها و عشایر؛ مهمترین فرصت، حضور قبایل و فرهنگ های مختلف در مناطق روستایی و مهمترین تهدید ورزش روستایی استان، نفوذ فرهنگ جوان پسند غربی بود. با توجه به تجزیه و تحلیل های صورت گرفته، موقعیت راهبردی ورزش روستایی در منطقه WT (تدافعی) قرار گرفت. بر این اساس، راهبردهای توسعه ورزش روستایی استان شامل ۳ راهبرد SO، ۲ راهبرد ST، ۲ راهبرد WO و ۴ راهبرد WT تدوین شد.

واژگان کلیدی: استراتژی، ورزش روستایی، بومی محلی و استان گلستان

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران (نویسنده

E-mail: mnodehi2006@yahoo.com

مسئول)

۲. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد بندر گز، دانشگاه آزاد اسلامی، بندر گز، ایران

۳. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد بندر گز، دانشگاه آزاد اسلامی، بندر گز، ایران

۴. استادیار مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد بندرگز، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرگز، ایران

مقدمه

توجه به نیاز کودک برای بازی کردن در تمام جوامع بشری رایج بوده و در کشور ما از گذشته های دور، موجب پیدایش بازی های بومی - محلی شده است (گرین فیلد، ۱۹۹۴: ۶۱). بازی های بومی - محلی از گذشته در سرزمین پهناور و کهنسال ایران با وجود تنوع آب و هوا و گوناگونی ریشه های فرهنگی رایج بوده اند. این بازی ها که حاوی ارزش های انسانی و اخلاقی و ابزاری برای انتقال عقاید، فرهنگ و تمدن از نسلی به نسل دیگر بوده اند، در سال های اخیر با صنعتی شدن زندگی به دست فراموشی سپرده شده اند و بازی های رایانه ای جای آنها را گرفته اند (احمدزاده و همکاران، ۱۳۹۳: ۶۴). یکی از ویژگی های مهم بازی های بومی - محلی، استفاده از ابزار و امکانات محل زندگی و عدم نیاز به تجهیزات خاص است. این بازی ها از میراث فرهنگی هر ملتی ببه شمار می آیند و شامل حرکات متنوعی هستند که می توانند موجبات رشد مهارت های بنیادی را فراهم آورند (گرین فیلد، ۱۹۹۴: ۶۳). اما تغییر شیوه زندگی مردم، گسترش شهرنشینی و صنعتی شدن، پیدایش فناوری های نوین و بازی های مدرن، بسیاری از بازی های سنتی و بومی محلی را منسوخ کرده و یا به حاشیه رانده است (تابیاس و سیلویا، ۲۰۱۰: ۲۱۳).

امروز، صنعت ورزش به تنهایی بین یک تا دو درصد محصول ناخالص ملی کشورهای صنعتی را تشکیل می دهد. درحالی که ورزش به رقابتی کاملاً حرفه ای تبدیل شده است، ورزش ها و بازی های سنتی و عدم رونق آن، نگرانی های عمیقی را فراهم آورده است (معمودی و مهدوی نژاد، ۱۳۸۷: ۳۳). براساس تحقیقات انجام گرفته در ایران به طور میانگین ۲ درصد ورزشکاران کشور به ورزش های محلی و باستانی می پردازند که این رقم در میان ورزش های رایج امروزی کمترین مقدار را دارد. شایان یادآوری است که از این مقدار نیز بیشترین داده های به دست آمده مربوط به ورزش زورخانه ای و باستانی است که در مورد ورزش های دیگر نظیر چوگان جای تأمل دارد و می توان گفت که ورزش های ملی رو به نابودی خواهند رفت (سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۴: ۷۹).

تمامی بازی ها و ورزش هایی که در کشور ما وجود دارد و عضو فدراسیونی جهانی نیست، ورزش های سنتی، بومی یا محلی نامیده می شود، برنامه ریزی آنها از سوی فدراسیون ورزش های همگانی و فدراسیون ورزش های روستایی انجام می گیرد. ورزش های بومی برگرفته از فرهنگ قومی مردم ماست و رابطه تنگاتنگ و نزدیکی به شیوه زندگی، رفتار، کردار و مناسبت های آنها دارد. البته امروزه برخی از این بازی های بومی از محدوده اولیه قومی خود خارج شده و در مناطق دیگری هم رواج پیدا کرده است. ورزش های محلی در ایران و سایر کشور های جهان نیز ورزش هایی است که در اصل ریشه در فرهنگ ملی آن ملت ها دارد، اگرچه ممکن است در ارتباط درون قومی نباشد؛ به عبارت دیگر، منحصر به عنوان بازی متداول و معمول در یک منطقه شناخته شده باشد، در حالی که ممکن است از آن منطقه برخاسته باشد یا مربوط به مناطق دیگر باشد (میرنیا، سیدعلی، ۱۳۸۱: ۱۱).

ورزش های سنتی نیز از جمله ورزش های بومی است که در منطقه یا مناطق یا کل کشور مقبولیت عام پیدا کرده و به صورت رسم محلی درآمد است و از این دیدگاه مورد توجه و پذیرش قرار گرفته است. این ورزش ها، ریشه های تاریخی طولانی دارد و از جمله مراسم ملی محسوب می شود. این ورزش ها به لحاظ تمایل ها، گرایش ها و علایق فرهنگی، ذوقی و هنری مردم مناطق مختلف میهن ما و سایر نقاط جهان یکی از بهترین روش ها برای تفریح و ایجاد سرگرمی های مفرح، سالم و سازنده اند (اشرفی، ۱۳۸۶). به طور

1. Green field
2. Tobias & Silvia

کلی، بالغ بر ۱۵۰ نوع بازی سنتی در ایران وجود دارد که به مرور زمان و تغییر شیوه های زندگی، نسل امروز با بسیاری از آنها بیگانه شده است (سواری، مصطفی، ۱۳۹۰: ۳۳).

هنرور و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیقی به بررسی شیوه های احیا، ترویج و ارتقای ورزش ها و بازی های بومی و محلی در کشور پرداختند و گزارش دادند که "سادگی پرداختن به بازی های بومی" و "عدم نیاز به امکانات و فضای خاص" مهم ترین جنبه های مثبت ورزش ها و بازی های بومی و محلی اند. همچنین، "نبود برنامه ریزی" و "عدم برگزاری مسابقات منظم" از مهم ترین موانع توسعه این ورزش ها بودند (هنرور و همکاران، ۱۳۹۳: ۴۹۳).

تحقیقات انجام گرفته در سال ۲۰۰۵ در دانمارک نشان داد که ظهور بازی های بومی و محلی در بین آحاد جامعه موجب تحول تکامل، توسعه سنت و مدرنیته می شود (کریست، ۲۰۰۴: ۱۰۶). همچنین، توجه به این بازی ها و فراهم آوردن وسایل و تجهیزات برای آنها موجب به وجود آمدن بازی های جدید می شود (ایچبرگ، ۲۰۰۵: ۲۸).

در تحقیقاتی که در کشور نیجریه با هدف رشد و گسترش ورزش های بومی و محلی صورت گرفت، حضور و حمایت دولت ها در تمامی سطوح برای رشد و گسترش بازی های بومی و محلی و قوی کردن پایه های این ورزش ها در میان جامعه ضروری قلمداد شد. مطالعاتی که پس از افتتاح فدراسیون ورزش ها و بازی های بومی و محلی نیجریه انجام گرفت، نشان داد که به منظور همکاری و درک متقابل بیشتر در این بازی ها و همچنین برای رسیدن به پتانسیل های استاندارد و اثربخش تر باید آنها را در سطح بین المللی و رقابتی ارتقا داد (آکینمی، ۲۰۰۹: ۲۳۴).

فدراسیون ها به تنهایی نمی توانند وسایل و تجهیزات لازم برای جوانان خواهان احیای این بازی ها را فراهم کنند و دولت باید با مسئولیت پذیری بیشتر و تلاش در فراهم آوردن تجهیزات و امکانات مورد نیاز در تمام سطوح آنها را یاری کند (اکبری و همکاران، ۱۳۸۶: ۳۶). نبود کارکنان آگاه و آموزش دیده در زمینه بازی های بومی و محلی در فدراسیون ها برای پاسخگویی به نیازهای این بازی ها مشکل جدی در راه این بازی هاست که دولت باید کارکنان کوشا و آموزش دیده را برای این کار استخدام کند. همچنین، کارکنانی که آموزش ندیده اند یا در این زمینه به روز نیستند، در مؤسسه های ملی تعلیم داده شوند (آدوگان، ۲۰۰۲: ۲۵).

نبود انگیزه کافی برای مربیان و ورزشکاران به علت کمبود حقوق و مزایا، یکی دیگر از مشکلات این رشته است که باید توجه ویژه ای به آن بشود. اهالی رسانه نیز در زمینه ترویج و تبلیغ ورزش های سنتی بسیار ضعیف عمل می کنند که باید با تلاش بیشتر در آگاهی آحاد جامعه از این ورزش ها و ارائه تصویری روشن از این ورزش ها در ذهن مردم کوشا باشند (آکینمی، ۲۰۰۹: ۲۳۵).

طبق آخرین سرشماری مرکز آمار ایران در سال ۱۳۹۰، تعداد روستاهای استان گلستان ۱۰۰۹ روستا و جمعیت روستایی استان گلستان تعداد ۸۷۰۰۶۸ نفر بوده است که این تعداد حدود ۸/۸ درصد از کل جمعیت استان گلستان را در بر می گیرد (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۰). با توجه به آمار یاد شده، تقریباً نیمی از جمعیت استان در روستاها زندگی می کنند. لذا مسئولان و دست اندرکاران باید در برنامه ریزی های خود توجه خاصی به افراد ساکن در روستاها داشته باشند. این امر به وضوح نشان دهنده اهمیت توجه به این قشر از جمعیت استان را نشان می دهد. با توجه به تنوع نژادی موجود در ساکنین استان گلستان که موجب شده است تا اقوام زیادی همچون ترکمن، کرد، بلوچ و ... در این استان ساکن باشند و نیز با توجه به اینکه

1. Krist
2. Eichberg
3. Adeogun

تعداد روستاهای موجود و جمعیت ساکن در روستاهای استان بسیار زیاد می باشد، یکی از نیازهای اصلی ورزش استان گلستان توجه به توسعه ورزش روستایی و بومی و محلی می باشد. لذا طراحی و تدوین نظام توسعه ورزش و تربیت بدنی در روستاها با رویکرد توسعه ورزش های بومی و محلی از جمله موضوعات مهم و ارزشمند در حوزه ورزش استان می باشد. بر این اساس ضرورت دارد تا با پژوهشی علمی و نظام مند، وضعیت موجود ورزش روستایی در استان گلستان مورد ارزیابی قرار گیرد و با استفاده از نقطه نظرات خبرگان، متخصصان و مسئولان مربوطه، به بررسی عوامل درونی و بیرونی برای توسعه و رشد این ورزش ها در روستاهای استان پرداخته شود و راهبردهایی که منجر به توسعه این ورزش ها در سطح استان می گردد ارائه گردد. با توجه به نیاز مبرم استان به داشتن برنامه ای جامع و راهبردی جهت توسعه ورزش های روستایی و بومی و محلی، محقق بر آن شد تا با بررسی و ارزیابی علمی و دقیق عوامل مختلف درونی و بیرونی (نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت ها و تهدیدها) موثر بر رشد و توسعه ورزش های بومی و محلی در روستاهای استان به تدوین استراتژی توسعه ورزش روستایی و بومی و محلی استان گلستان بپردازد.

روش شناسی پژوهش

روش انجام تحقیق حاضر توصیفی- تحلیلی، از نظر هدف کاربردی و به لحاظ نوع مطالعه موردی است؛ زیرا با توجه به شرایط موجود ورزش های روستایی و بومی و محلی در استان گلستان انجام شده و نتایج آن قابل تعمیم به استان های دیگر نمی باشد. جامعه آماری این تحقیق شامل اساتید دارای مدرک دکتری تربیت بدنی دانشگاه های استان، مدیران و کارشناسان ارشد اداره کل ورزش و جوانان استان و روسای ادارات ورزش شهرستان های استان و روسای هیات های ورزشی روستایی عشایری استان بود. با توجه به بررسی های انجام شده و استعلام های اخذ شده از مبادی ذیربط، تعداد کل جامعه آماری برابر با ۹۴ نفر بود. به علت محدود بودن تعداد افراد جامعه، نمونه برابر با جامعه و به صورت تمام شمار در نظر گرفته شد. همچنین، از ۹۴ پرسشنامه توزیع شده، ۸۰ پرسشنامه کامل و قابل بررسی به محقق بازگردانده شد.

در این تحقیق، ابتدا اطلاعات مورد نیاز از روش های بررسی اسناد و مدارک موجود مربوط به سوابق و فعالیت های گذشته و جاری اداره کل ورزش و جوانان استان، بررسی مطالعات و برنامه های تدوین شده ورزش روستایی استان و نظر سنجی از ذینفعان ورزش روستایی استان و نخبگان به دست آمد و چهار مولفه (شامل نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت ها و تهدیدهای ورزش روستایی استان) مد نظر قرار گرفت. سپس جلساتی با حضور کارشناسان و نخبگان برگزار شد. مهمترین اولویت های ورزش روستایی استان در چهار بعد اولویت بندی شدند. در نهایت، با توجه به نظرات نخبگان، پرسشنامه ای محقق ساخته حاوی ۴۶ سوال در چهار بخش برای بررسی و شناسایی نقاط ضعف، قوت، فرصت ها و تهدیدهای ورزش روستایی استان طراحی گردید. جهت تعیین روایی این پرسشنامه از ۱۰ تن از اساتید صاحب نظر با گرایش مدیریت ورزشی نظر خواهی شد که پرسشنامه مورد تایید آنها قرار گرفت. برای تعیین پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده گردید. پس از طراحی پرسشنامه جهت بررسی پایایی، پرسشنامه طراحی شده بین ۳۰ نفر از نمونه های تحقیق توزیع شد. سپس بر اساس داده های حاصل از پرسشنامه های جمع آوری شده ضریب آلفای کرونباخ محاسبه و مقدار آن ۰/۸۲ به دست آمد که نشان دهنده آن است که پرسشنامه مورد استفاده از پایایی لازم برخوردار بوده است. پس از تایید روایی و پایایی، پرسشنامه طراحی شده بین نمونه های تحقیق توزیع شد و توضیحات لازم در مورد گویه های مختلف پرسشنامه و نحوه تکمیل آن به افراد نمونه ارائه گردید و از آنان خواسته شد که با توجه به بی نام بودن پرسشنامه و محرمانه بودن اطلاعات، به طور صادقانه به تکمیل

پرسشنامه ها اقدام نمایند. پرسشنامه های توزیع شده پس از دو هفته جمع آوری گردید. به منظور تجزیه و تحلیل داده های حاصل از تحقیق، از دو روش آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. از آمار توصیفی برای محاسبه فراوانی ها، درصدها و شاخص های آماری مرکزی، پراکندگی و رسم جداول و نمودار و برای تعیین اولویت هریک از گویه های "SWOT" از آزمون تجزیه و تحلیل فریدمن استفاده شد. کلیه تجزیه و تحلیل های آماری با استفاده از نرم افزار Spss20 انجام و سطح معناداری $P \leq 0/05$ در نظر گرفته شد. پس از اولویت بندی و رتبه بندی نقاط ضعف و قوت، فرصت ها و تهدیدهای ورزش روستایی و بومی و محلی استان از ماتریس TOWS استفاده شد. در این ماتریس با استفاده از چهار فهرست قوت ها (S)، ضعف ها (W)، فرصت ها (O) و تهدیدها (T) و مقایسه زوجی آنها، راهبردهای چهارگانه WO، ST، SO و WT تدوین گردید. ماتریس TOWS نشان می دهد که چگونه می توان بین فرصت ها و تهدیدها (عوامل خارجی) با نقاط قوت و ضعف (عوامل داخلی) توازن ایجاد نمود و به این ترتیب، چهار مجموعه از گزینه های راهبردی در مورد توسعه ورزش های روستایی و بومی و محلی استان گلستان طراحی شد.

یافته های پژوهش

نحوه توزیع نمونه های تحقیق در جدول ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱: توزیع فراوانی آزمودنی های تحقیق

جامعه آماری	تعداد	درصد
مدیران اداره کل	۵	۶/۲۵
روسای واحد های ستادی اداره کل	۲۲	۲۷/۵
مسئولان هیات ورزش روستایی	۱۵	۱۸/۷۵
اساتید دانشگاه	۱۰	۱۲/۵
مدیران ادارات ورزش شهرستان ها	۱۶	۲۰
کارشناسان	۱۲	۱۵
جمع کل	۸۰	۱۰۰

نتایج آزمون تجزیه و تحلیل فریدمن در هر یک از فهرست های چهارگانه SWOT در جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲: نتایج آزمون تجزیه و تحلیل فریدمن در هر یک از فهرست های SWOT

شاخص آماری مورد آزمون	خی دو	درجات آزادی	سطح معناداری	مقدار خطای آزمون	نتیجه آزمون
نقاط قوت	۷۲ / ۳۳۸	۱۱	۰ / ۰۰۰	۰ / ۰۵	بین رتبه های مولفه نقاط قوت تفاوت معنادار وجود دارد.
نقاط ضعف	۲۳ / ۵۳۷	۱۱	۰ / ۰۱۵	۰ / ۰۵	بین رتبه های مولفه نقاط قوت تفاوت معنادار وجود دارد.
فرصت ها	۴۶ / ۲۶۴	۱۱	۰ / ۰۰۰	۰ / ۰۵	بین رتبه های مولفه نقاط قوت تفاوت معنادار وجود دارد.
تهدیدها	۲۹ / ۵۱۸	۹	۰ / ۰۰۱	۰ / ۰۵	بین رتبه های مولفه نقاط قوت تفاوت معنادار وجود دارد.

با توجه به داده های حاصل از جدول ۲، سطح معناداری به دست آمده از مقدار خطای آزمون کمتر است. در نتیجه، آزمون فریدمن نشان می دهد که بین رتبه های مولفه های چهارگانه ورزش و ستایی و بومی - محلی استان گلستان (نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت ها و تهدیدها) در سطح ۵ درصد تفاوت معنی داری وجود دارد.

تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدها (SWOT)

رتبه بندی نقاط قوت ورزش روستایی و بومی - محلی

طبق یافته های حاصل از جدول ۲ و با توجه به معنادار بودن رتبه بندی نقاط قوت، نتایج رتبه بندی در جدول ۳ نشان داده شده است.

جدول ۳: میانگین رتبه ها در آزمون فریدمن (نقاط قوت)

ردیف	عنوان	میانگین	انحراف استاندارد	میانگین رتبه
S۱	حضور نیروهای علاقمند متعهد و کارداران در زمینه ورزش روستایی در سطح استان	۲/۹۴	۰/۹۵۹	۵/۲۳
S۲	کسب مدال در برخی از رشته ها در سطوح ملی و بین المللی	۳/۷۱	۰/۹۱۷	۸/۲۳
S۳	فعال بودن هیات های ورزشی روستایی در تمامی شهرستان های استان	۳/۱۶	۰/۹۴۷	۶/۰۶

۶/۵۸	۰/۹۸۳	۳/۲۹	حمایت و توجه مدیرکل و مدیران ادارات ورزش و جوانان شهرستان ها از ورزش روستایی	S۴
۶/۹۹	۰/۹۲۲	۳/۴۰	وجود پهلوانان و ورزشکاران بااخلاق و نامی ورزش های روستایی در سطح استان	S۵
۷/۰۴	۰/۹۲۷	۳/۴۶	حضور جامعه جوانان و نوجوانان در زمینه ورزش روستایی	S۶
۶/۴۹	۱/۰۲۸	۳/۲۶	برگزاری مسابقات و جشنواره های متعدد در زمینه ورزش روستایی در سطح استان	S۷
۶/۷۴	۰/۹۵۲	۳/۳۳	وجود فضاهای ورزشی روباز در سطح استان	S۸
۷/۲۸	۰/۹۹۴	۳/۵۰	وجود ورزش های بومی و محلی متعدد در سطح استان	S۹
۶/۵۱	۱/۰۴۶	۳/۲۹	وجود شوراهای ورزشی در سطح روستاها	S۱۰
۶/۲۵	۰/۹۶۸	۳/۲۳	وجود سالن های سرپوشیده در سطح روستاهای استان	S۱۱
۴/۵۹	۱/۰۲۴	۲/۸۴	وجود سمن های فعال در حوزه ورزش در سطح روستاها	S۱۲

رتبه بندی نقاط ضعف ورزش روستایی و بومی-محلی

طبق یافته های حاصل از جدول ۲ و با توجه به معنادار بودن رتبه بندی نقاط قوت، نتایج رتبه بندی در جدول ۴ نشان داده شده است:

جدول ۴: میانگین رتبه ها در آزمون فریدمن (نقاط ضعف)

ردیف	عنوان	میانگین	انحراف استاندارد	میانگین رتبه
W۱	متناسب نبودن امکانات ورزشی موجود با نیازهای ورزشی روستاییان	۲/۷۰	۱/۰۷۲	۶/۶۹
W۲	کمبود بودجه و منابع مالی و اعتباری در بخش ورزش روستایی	۲/۷۴	۱/۲۶۰	۶/۸۰
W۳	توجه ناکافی به ورزش روستاها و عشایر در سطح استان	۲/۹۱	۱/۰۷۰	۷/۳۶

۶/۸۹	۱/۲۰۹	۲/۷۹	کمبود میزان تجهیزات ورزشی مطلوب در سطح روستاهای استان	W۴
۶/۹۴	۱/۰۴۸	۲/۸۰	پایین بودن سطح علمی مربیان و داوران تیم های ورزشی روستایی	W۵
۶/۳۳	۱/۲۸۵	۲/۶۴	متناسب نبودن منابع مالی و اعتباری در بخش ورزش روستایی	W۶
۶/۳۱	۱/۱۷۲	۲/۶۴	ضعف ساختار نیروی انسانی ورزش روستایی در سطح استان	W۷
۶/۱۹	۱/۲۱۷	۲/۶۱	ضعف برنامه های کوتاه مدت و بلند مدت در مورد ورزش روستایی	W۸
۵/۴۸	۱/۳۳۹	۲/۴۳	عدم استقبال بخش خصوصی در ایجاد امکانات ورزشی در مناطق روستایی	W۹
۶/۴۳	۱/۲۶۴	۲/۶۵	فقدان اماکن ورزشی مناسب برای فعالیت بانوان در مناطق روستایی	W۱۰
۵/۸۸	۱/۱۹۰	۲/۵۴	فقدان سیستم جامع اطلاعاتی در مورد ورزش روستایی	W۱۱
۶/۷۰	۱/۱۹۳	۲/۷۶	عدم توجه کافی به ورزش مدارس در مناطق روستایی	W۱۲

رتبه بندی فرصت های ورزش روستایی و بومی-محلی

طبق یافته های حاصل از جدول ۲ و با توجه به معنادار بودن رتبه بندی فرصت های ورزش روستایی و بومی-محلی، نتایج رتبه بندی در جدول ۵ نشان داده شده است:

جدول ۵: میانگین رتبه ها در آزمون فریدمن (فرصت ها)

ردیف	عنوان	میانگین	انحراف استاندارد	میانگین رتبه
O۱	تاکید تعالیم دینی در پرداختن به امر ورزش	۳/۵۹	۱/۰۵۲	۷/۳۱
O۲	تغییر نگرش مردم ومسئولان به نقش مثبت ورزش در مناطق روستایی	۳/۳۰	۰/۹۹۹	۶/۴۴
O۳	تاکید قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران مبنی بر رایگان بودن ورزش برای کلیه اقشار	۳/۳۹	۱/۱۱۹	۶/۶۴
O۴	حمایت مسئولان عالی استان از ورزش روستایی	۳/۱۳	۱/۰۲۳	۵/۸۸

۵	مشارکت اقوام مختلف در فعالیت های ورزشی در روستاهای استان	۳/۴۸	۰/۸۷۱	۷/۱۳
۶	افزایش فارغ التحصیلان و ارتقای سطح تحصیلات مربیان و داوران روستایی	۳/۲۴	۰/۹۵۸	۶/۲۴
۷	افزایش کمی اماکن و فضاهای ورزشی در مناطق روستایی	۳/۳۸	۱/۰۱۱	۶/۸۵
۸	تعامل و هماهنگی بین دستگاههای مرتبط و دهیارها در برگزاری مسابقات ورزشی در روستاها	۳/۲۸	۱/۰۰۶	۶/۱۶
۹	توجه رسانه های گروهی در زمینه آموزش و ترویج ورزش در مناطق روستایی	۲/۹۳	۱/۱۳۴	۴/۸۶
۱۰	توجه ویژه دولت و وزارت ورزش به موضوع ورزش به عنوان یکی از محورهای توسعه در مناطق روستایی	۳/۲۱	۰/۹۹۰	۶/۲۱
۱۱	وجود منابع طبیعی رودخانه ها و اماکن استفاده از آنها در مناطق روستایی در جهت توسعه	۳/۳۹	۱/۰۹۷	۶/۶۳
۱۲	حضور قبایل و فرهنگ های مختلف در مناطق روستایی	۳/۶۵	۰/۹۵۶	۷/۶۸

رتبه بندی تهدیدهای ورزش روستایی و بومی-محلی

طبق یافته های حاصل از جدول ۲ و با توجه به معنادار بودن رتبه بندی تهدیدهای ورزش روستایی و بومی-محلی، نتایج رتبه بندی در جدول ۶ نشان داده شده است:

جدول ۶: میانگین رتبه ها در آزمون فریدمن (فرصت ها)

ردیف	عنوان	میانگین	انحراف استاندارد	میانگین رتبه
T۱	مشکلات اقتصادی و معیشتی مردم در سطح روستاها	۲/۱۳	۰/۹۹۸	۴/۲۷
T۲	نبود باور لازم در مردم مناطق روستایی به ضرورت ورزش	۲/۴۸	۱/۰۳۱	۵/۳۹
T۳	افزایش آمار معتادان به مواد مخدر در مناطق روستایی	۲/۴۶	۱/۰۵۵	۵/۴۱

۵/۶۷	۱/۰۶۹	۲/۶۵	آشنایی ناکافی دهیاران و شوراهای اسلامی مناطق روستایی با اهداف ورزش و تربیت بدنی	T۴
۵/۷۸	۱/۰۰۳	۲/۶۸	توجه ناکافی به ورزش پرورشی و آموزشگاهی به عنوان زیر ساخت ورزش روستایی به دلیل کمبود امکانات	T۵
۵/۹۶	۱/۰۷۰	۲/۷۱	عدم کفایت اهرم های حمایتی در امر توسعه ورزش روستایی	T۶
۶/۰۹	۱/۱۲۵	۲/۷۳	نفوذ فرهنگ جوان پسند غربی	T۷
۵/۳۳	۱/۳۱۱	۲/۵۶	عدم حمایت بخش خصوصی در تحت پوشش قرار دادن تیم های ورزشی در مسابقات	T۸
۵/۱۹	۱/۳۰۲	۲/۴۸	افزایش نرخ بیکاری در روستاها	T۹
۵/۹۱	۱/۲۲۷	۲/۷۵	نبود فرهنگ استفاده از رسانه ها در مورد مسائل مربوط به ورزش روستاها	T۱۰

موقعیت استراتژیک ورزش روستایی استان گلستان

برای تعیین موقعیت استراتژیک ورزش روستایی استان گلستان نیاز به تهیه ماتریس ارزیابی عوامل داخلی^۱ (IFE) و ماتریس ارزیابی عوامل خارجی^۲ (EFE) است.

برای ارزیابی عوامل درونی از ماتریس ارزیابی عوامل درونی استفاده شده است. در این ماتریس، قوت ها و ضعف های شناسایی شده در یک ستون ماتریس قرار می گیرند و با استفاده از ضرایب و رتبه های خاصی امتیاز بندی می شوند تا مشخص شود که ورزش روستایی و بومی - محلی استان گلستان در مجموع به لحاظ عوامل داخلی دارای قوت است یا ضعف. در این ماتریس، عوامل استراتژیک یا اولویت دار داخلی در ستون اول و در قالب قوت ها و ضعف ها فهرست و سپس، در ستون دوم با توجه به میزان اهمیت و حساسیت هر عامل، با مقایسه این عوامل با یکدیگر ضریب اهمیتی بین صفر تا یک به آن تعلق می گیرد؛ تخصیص این ضرایب باید به گونه ای باشد که جمع ضرایب تمام عوامل داخلی بیش از یک نباشد. در ستون سوم با توجه به کلیدی بودن یا عادی بودن قوت ها و ضعف ها، به ترتیب رتبه ۴ یا ۳ به قوت ها و رتبه ۲ یا ۱ به ضعف ها اختصاص می یابد. تخصیص رتبه ها بدین صورت است که اگر قوت ها در حد عالی باشند رتبه ۴ و چنانچه معمولی باشند رتبه ۳ می گیرند و اگر ضعف ها در حد معمولی باشند رتبه ۲ و چنانچه بحرانی باشند رتبه ۱ دریافت می کنند. لذا، روند رتبه دهی به گونه ای است که هر قدر از قوت عالی به سمت ضعف بحرانی پیش می رویم، میزان رتبه کمتر شده و از ۴ به ۱ می رسد. در ستون چهارم، ضرایب ستون دوم و رتبه های ستون سوم برای هر عامل در هم ضرب شده تا امتیاز آن عامل (قوت یا ضعف) مشخص شود.

1. Internal Factor Evaluation

2. External Factor Evaluation

در انتهای این ستون از جمع امتیازات به دست آمده امتیاز نهایی ورزش روستایی و بومی-محلی استان گلستان به لحاظ برخورداری از قوت یا ضعف تعیین می شود. چنانچه جمع کل امتیاز نهایی عوامل داخلی موثر بر ورزش روستایی استان گلستان در این ماتریس بیش از $\frac{2}{5}$ باشد، بدین معنی است که قوت های پیش روی ورزش روستایی و بومی-محلی استان گلستان بر ضعف های آن غلبه دارد و اگر این امتیاز کمتر از $\frac{2}{5}$ باشد، نشان دهنده غلبه ضعف ها بر قوت های آن است (دیلمی، ۱۳۹۲: ۵۸).

وزن بیانگر اهمیت نسبی یک عامل در مجموع قوت ها و ضعف ها یا فرصت ها و تهدید هاست و از صفر (بی اهمیت) تا یک (بسیار مهم) می باشد- مجموع ضرایب باید برابر یک باشد. امتیاز، وضعیت عامل مورد نظر را نشان می دهد و از ۱ تا ۴ می باشد. در عوامل درونی، رتبه ۱ به معنای ضعف اساسی، ۲ ضعف نسبی، ۳ قوت نسبی و ۴ فرصت اساسی است. در عوامل بیرونی، رتبه ۱ به معنای تهدید اساسی، ۲ تهدید نسبی، ۳ فرصت نسبی و ۴ فرصت اساسی است. امتیاز نهایی از ضرب وزن هر عامل در امتیاز به دست می آید (دیلمی، ۱۳۹۲: ۵۹).

ضرایب و امتیازات مورد نظر از طریق تشکیل جلسه شورای نخبگان و با توجه به نظرات کارشناسان و متخصصان آشنا به ورزش روستایی استان که با شیوه های برنامه ریزی استراتژیک نیز آگاهی داشتند و با استفاده از شیوه طوفان مغزی به هر یک از گویه های پرسشنامه داده شد.

جدول ۷: امتیاز نهایی عوامل داخلی

ردیف	عنوان	ضرب اهمیت (وزن)	امتیاز	امتیاز نهایی
S۱	حضور نیروهای علاقمند متعهد و کاردان در زمینه ورزش روستایی در سطح استان	۰/۰۵	۳	۰/۱۵
S۲	کسب مدال در برخی از رشته ها در سطوح ملی و بین المللی	۰/۰۵	۳	۰/۱۵
S۳	فعال بودن هیات های ورزشی روستایی در تمامی شهرستان های استان	۰/۰۴	۳	۰/۱۲
S۴	حمایت و توجه مدیرکل و مدیران ادارات ورزش و جوانان شهرستان ها از ورزش روستایی	۰/۰۵	۳	۰/۱۵
S۵	وجود پهلوانان و ورزشکاران بااخلاق و نامی ورزش های روستایی در سطح استان	۰/۰۶	۳	۰/۱۸
S۶	حضور جامعه جوانان و نوجوانان در زمینه ورزش روستایی	۰/۰۴	۴	۰/۱۶
S۷	برگزاری مسابقات و جشنواره های متعدد در زمینه ورزش روستایی در سطح استان	۰/۰۴	۳	۰/۱۲
S۸	وجود فضاهای ورزشی روباز در سطح استان	۰/۰۴	۴	۰/۱۶

۰/۲۴	۴	۰/۰۶	وجود ورزش های بومی و محلی متعدد در سطح استان	S۹	۳.۱)
۰/۱۲	۳	۰/۰۴	وجود شوراهای ورزشی در سطح روستاها	S۱۰	
۰/۱۵	۳	۰/۰۵	وجود سالن های سرپوشیده در سطح روستاهای استان	S۱۱	
۰/۱۲	۳	۰/۰۴	وجود سمن های فعال در حوزه ورزش در سطح روستاها	S۱۲	
۰/۰۴	۱	۰/۰۴	متناسب نبودن امکانات ورزشی موجود با نیازهای ورزشی روستائیان	W۱	۳.۲)
۰/۰۵	۱	۰/۰۵	کمبود بودجه و منابع مالی و اعتباری در بخش ورزش روستایی	W۲	
۰/۰۵	۱	۰/۰۵	توجه ناکافی به ورزش روستاها و عشایر در سطح استان	W۳	
۰/۰۶	۱	۰/۰۶	کمبود میزان تجهیزات ورزشی مطلوب در سطح روستاهای استان	W۴	
۰/۰۵	۱	۰/۰۵	پایین بودن سطح علمی مربیان و داوران تیم های ورزشی روستایی	W۵	
۰/۱۰	۲	۰/۰۵	متناسب نبودن منابع مالی و اعتباری در بخش ورزش روستایی	W۶	
۰/۰۵	۱	۰/۰۵	ضعف ساختار نیروی انسانی ورزش روستایی در سطح استان	W۷	
۰/۰۵	۱	۰/۰۵	ضعف برنامه های کوتاه مدت و بلند مدت در مورد ورزش روستایی	W۸	
۰/۱۰	۱	۰/۰۵	عدم استقبال بخش خصوصی در ایجاد امکانات ورزشی در مناطق روستایی	W۹	۳.۳)
۰/۰۶	۱	۰/۰۶	فقدان اماکن ورزشی مناسب برای فعالیت بانوان در مناطق روستایی	W۱۰	
۰/۱۰	۲	۰/۰۵	فقدان سیستم جامع اطلاعاتی در مورد ورزش روستایی	W۱۱	
۰/۰۶	۱	۰/۰۶	عدم توجه کافی به ورزش مدارس در مناطق روستایی	W۱۲	
۲/۳۷		$\Sigma=1$			

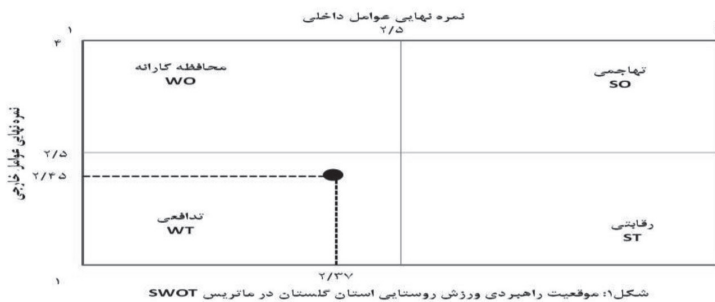
امتیاز نهایی به دست آمده در جدول ۷ و اینکه عدد ۲/۳۷ از عدد ۲/۵ در جدول کوچکتر می باشد، بیانگر وجود ضعف در محیط داخلی ورزش روستایی استان گلستان است.

جدول ۸: امتیاز نهایی عوامل خارجی

ردیف	عنوان	ضریب اهمیت (وزن)	امتیاز	امتیاز نهایی
O ^۱	تاکید تعالیم دینی در پرداختن به امر ورزش	۰/۰۴	۴	۰/۱۶
O ^۲	تغییر نگرش مردم ومسئولان به نقش مثبت ورزش در مناطق روستایی	۰/۰۴	۳	۰/۱۲
O ^۳	تاکید قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران مبنی بر رایگان بودن ورزش برای کلیه اقشار	۰/۰۴	۳	۰/۱۲
O ^۴	حمایت مسئولان عالی استان از ورزش روستایی	۰/۰۵	۳	۰/۱۵
O ^۵	مشارکت اقوام مختلف در فعالیت های ورزشی در روستاهای استان	۰/۰۶	۴	۰/۲۴
O ^۶	افزایش فارغ التحصیلان و ارتقای سطح تحصیلات مریبان و داوران روستایی	۰/۰۵	۳	۰/۱۵
O ^۷	افزایش کمی اماکن و فضاهای ورزشی در مناطق روستایی	۰/۰۶	۴	۰/۲۴
O ^۸	تعامل و هماهنگی بین دستگاه های مرتبط و دهیارها در برگزاری مسابقات ورزشی در روستاها	۰/۰۴	۳	۰/۱۲
O ^۹	توجه رسانه های گروهی در زمینه آموزش و ترویج ورزش در مناطق روستایی	۰/۰۵	۳	۰/۱۵
O ^{۱۰}	توجه ویژه دولت ووزارت ورزش به موضوع ورزش به عنوان یکی از محورهای توسعه در مناطق روستایی	۰/۰۴	۳	۰/۱۲
O ^{۱۱}	وجود منابع طبیعی رودخانه ها و امکان استفاده از آنها در مناطق روستایی در جهت توسعه	۰/۰۶	۳	۰/۱۸
O ^{۱۲}	حضور قبایل و فرهنگ های مختلف در مناطق روستایی	۰/۰۶	۳	۰/۱۸

۰/۰۶	۲	۰/۰۳	مشکلات اقتصادی و معیشتی مردم در سطح روستاها	T۱	تهدید
۰/۰۴	۱	۰/۰۴	نبود باور لازم در مردم مناطق روستایی به ضرورت ورزش	T۲	
۰/۰۴	۱	۰/۰۴	افزایش آمار معتادان به مواد مخدر در مناطق روستایی	T۳	
۰/۰۴	۱	۰/۰۴	آشنایی ناکافی دهیاران و شوراهای اسلامی مناطق روستایی با اهداف ورزش و تربیت بدنی	T۴	
۰/۰۵	۱	۰/۰۵	توجه ناکافی به ورزش پرورشی و آموزشی به عنوان زیر ساخت ورزش روستایی به دلیل کمبود امکانات	T۵	
۰/۰۳	۱	۰/۰۳	عدم کفایت اهرم های حمایتی در امر توسعه ورزش روستایی	T۶	فرصت
۰/۰۶	۱	۰/۰۶	نفوذ فرهنگ جوان پسند غربی	T۷	
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	عدم حمایت بخش خصوصی در تحت پوشش قرار دادن تیم های ورزشی در مسابقات	T۸	
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	افزایش نرخ بیکاری در روستاها	T۹	
۰/۰۴	۱	۰/۰۴	نبود فرهنگ استفاده از رسانه ها در خصوص مسائل مربوط به ورزش روستاها	T۱۰	
۲/۴۵		Σ=۱			

امتیاز نهایی به دست آمده در جدول ۸ و اینکه عدد ۲/۴۵ از عدد ۲/۵ در جدول کوچکتر می باشد، بیانگر وجود تهدید در محیط خارجی ورزش روستایی استان گلستان است.



همانطور که در شکل بالا مشخص شده است، ورزش روستایی استان گلستان در ماتریس ارزیابی موقعیت در موقعیت تدافعی قرار دارد؛ به عبارت بهتر، بیانگر این واقعیت است که ورزش روستایی استان گلستان در بخش عوامل داخلی در ناحیه ضعف ها و در بخش عوامل خارجی در ناحیه تهدیدها قرار دارد. لذا برای تدوین استراتژی باید بر استراتژی های تدافعی تاکید کرد. شایان ذکر است تعیین جایگاه فعلی به این معنی نیست که موقعیت ورزش روستایی استان گلستان تنها منحصر به یکی از خانه های این مدل (تهاجمی) است، بلکه ارزش تجزیه و تحلیل SWOT در همین است که با درک موقعیت همه جانبه، استراتژی های لازم را با استفاده از سایر خانه ها نیز تنظیم کند. در واقع، شایسته است در انتخاب استراتژی به نقطه معینی در یکی از خانه های ماتریس چهارگانه اکتفا نشود و به جای تاکید بر یک دسته استراتژی، به طور همزمان چندین نوع استراتژی تنظیم گردد؛ زیرا این کار، استراتژی ها را از حالت تک نوعی خارج می سازد و احتمال خطا در گزینش استراتژی های مناسب را تا حد زیادی کاهش می دهد (دیلمی، ۱۳۹۲: ۶۰).

جدول ۹: ماتریس SWOT

عوامل داخلی	نقاط قوت (S)	نقاط ضعف (W)
عوامل خارجی	• حضور نیروهای علاقمند متعهد و کاردان در زمینه ورزش روستایی در سطح استان • کسب مدال در برخی از رشته ها در سطوح ملی و بین المللی • فعال بودن هیات های ورزشی روستایی در تمامی شهرستان های استان • حمایت و توجه مدیرکل و مدیران ادارات ورزش و جوانان شهرستان ها از ورزش روستایی • وجود پهلوانان و ورزشکاران بااخلاق و نامی ورزش های روستایی در سطح استان • حضور جامعه جوانان و نوجوانان در زمینه ورزش روستایی • برگزاری مسابقات و جشنواره های متعدد در زمینه ورزش روستایی در سطح استان • وجود فضاهای ورزشی روباز در سطح استان • وجود ورزش های بومی و محلی متعدد در سطح استان • وجود شوراهای ورزشی در سطح روستاها • وجود سالن های سرپوشیده در سطح روستاهای استان • وجود سمن های فعال در حوزه ورزش در سطح روستاها	• متناسب نبودن امکانات ورزشی موجود با نیازهای ورزشی روستاییان • کمبود میزان تجهیزات ورزشی مطلوب در سطح روستاهای استان • توجه ناکافی به ورزش روستاها و عشایر در سطح استان • عدم توجه کافی به ورزش مدارس در مناطق روستایی • پایین بودن سطح علمی مربیان و داوران تیم های ورزشی روستایی • متناسب نبودن منابع مالی و اعتباری در بخش ورزش روستایی • ضعف ساختار نیروی انسانی ورزش روستایی در سطح استان • ضعف برنامه های کوتاه مدت و بلند مدت در حوزه ورزش روستایی • عدم استقبال بخش خصوصی در ایجاد امکانات ورزشی در مناطق روستایی • فقدان اماکن ورزشی مناسب برای فعالیت بانوان در مناطق روستایی • فقدان سیستم جامع اطلاعاتی در مورد ورزش روستایی • کمبود بودجه و منابع مالی و اعتباری در بخش ورزش روستایی

فرصت ها (O)	استراتژی های SO	استراتژی های WO
• تاکید تعالیم دینی در پرداختن به امر ورزش • تغییر نگرش مردم و مسئولان به نقش مثبت ورزش در مناطق روستایی • تاکید قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران مبنی بر رایگان بودن ورزش برای کلیه اقشار • حمایت مسئولان عالی استان از ورزش روستایی • مشارکت اقوام مختلف در فعالیت های ورزشی در روستاهای استان • افزایش فارغ التحصیلان و ارتقا سطح تحصیلات مربیان و داوران روستایی • افزایش کمی اماکن و فضاهای ورزشی در مناطق روستایی • تعامل و هماهنگی بین دستگاههای مرتبط و دهیارها در برگزاری مسابقات ورزشی در روستاها • توجه رسانه های گروهی در زمینه آموزش و ترویج ورزش در مناطق روستایی • توجه ویژه دولت و وزارت ورزش به موضوع ورزش به عنوان یکی از محورهای توسعه در مناطق روستایی • وجود منابع طبیعی رودخانه ها و امکان استفاده از آنها در مناطق روستایی در جهت توسعه • حضور قبایل و فرهنگ های مختلف در مناطق روستایی	• برگزاری جشنواره های ورزشی روستایی و بازی های بومی و محلی (S۳، S۹، S۱۰، O۵، O۱۲). • استفاده از امکانات رسانه های گروهی در جهت ترویج ورزش روستایی (S۵، S۱۲، O۴، O۸، O۹). • بهره گیری از جاذبه های طبیعی جهت توسعه ورزش روستایی (S۱، S۸، S۹، O۷، O۱۱).	• رویکرد تخصص محوری و شایسته سالاری در ساختار نیروی انسانی ورزش روستایی (W۵، W۷، O۶، O۱۰). • داشتن رویکرد برنامه محور در توسعه ورزش روستایی (W۸، W۱۱، O۲، O۶، O۱۰).

تهدیدها (T)	استراتژی های ST	استراتژی های WT
• مشکلات اقتصادی و معیشتی مردم در سطح روستاها • نبود باور لازم در مردم مناطق روستایی به ضرورت ورزش • افزایش آمار معتادان به مواد مخدر در مناطق روستایی • نبود فرهنگ استفاده از رسانه ها در خصوص مسائل مربوط به ورزش روستاها • توجه ناکافی به ورزش پرورشی و آموزشی به عنوان زیر ساخت ورزش روستایی به دلیل کمبود امکانات • عدم کفایت اهرم های حمایتی در امر توسعه ورزش روستایی • نفوذ فرهنگ جوان پسند غربی • عدم حمایت بخش خصوصی در تحت پوشش قرار دادن تیم های ورزشی در مسابقات • افزایش نرخ بیکاری در روستاها • آشنایی ناکافی دهیاران و شوراهای اسلامی مناطق روستایی با اهداف ورزش و تربیت بدنی	• حمایت و نظارت بیشتر اداره کل ورزش و جوانان استان و همچنین ادارات شهرستان ها در توسعه ورزش های روستایی (S۱، S۳، S۴، T۶، T۹). • توانمندسازی ساختار تشکیلات ورزش روستایی (دهیاری ها و شوراهای جهت توسعه ورزش های روستایی S۵، S۱۰، T۱۲، T۲، T۱۰).	• فرهنگ سازی و ترویج ورزش های بومی و محلی در مدارس (W۳، W۴، T۲، T۳، T۵، T۷). • ایجاد انگیزه در بخش های خصوصی در حمایت از ورزش روستایی (W۱، W۲، T۸، W۹). • تاکید بر اهمیت و ضرورت پرداختن به ورزش و فعالیت های بدنی در مناطق روستایی و عشایری (W۳، W۵، T۲، T۱۰). • ایجاد فرصت ورزش رایگان برای روستائیان از طریق افزایش میزان اعتبارات مالی تخصیصی به ورزش روستایی (W۱، W۶، W۱۲، T۱، T۹).

معمولاً، سازمان ها استراتژی های خود را با توجه به منطقه قرار گرفتن در یکی از چهار خانه ماتریس درونی و بیرونی یکی از استراتژی های SO یا ST یا WO یا WT انتخاب می کنند؛ با وجود این، استراتژی های ورزش روستایی استان گلستان از خانه های مجاور نیز انتخاب شدند.

بحث و نتیجه گیری

ارتقای سطح سلامت و افزایش نشاط و شادابی بین اقشار مختلف جامعه روستایی و بخصوص جوانان ضمن کاهش و تعدیل ناهنجاری های اجتماعی، از به هدر رفتن سرمایه های ملی جلوگیری می کند و با افزایش سطح بهره وری در این بخش زمینه استقلال کشور را در حیطه فعالیت های کشاورزی و دامپروری فراهم می نماید. لزوم برنامه ریزی به منظور جلب مشارکت هر چه بیشتر روستاییان اعم از زن و مرد و همچنین پیش بینی تمهیدات مقتضی از قبیل تهیه امکانات و تجهیزات ورزشی و در کنار آن برگزاری مسابقات و بخصوص تأمین نیروی انسانی متخصص در امر ورزش از مهمترین استراتژی های وزارت ورزش و جوانان است که از طریق فدراسیون ورزش روستایی و عشایری جامعه عمل می پوشد (کاشف، ۱۳۸۷: ۵۵).

بدون شک ورزش های بومی، محلی و سنتی با علایق ذوقی، هنری و فرهنگی جامعه ما مرتبط است و می تواند باعث گسترش و تعمیق آن در جامعه باشد و حتی با معرفی و تبلیغ می توان از مرزهای ملی گذشته و پا به عرصه بین المللی بگذارد، مانند ورزش "زو" که ریشه اصلی بازی بین المللی "کبدی" است و هم اکنون صاحب فدراسیون می باشد و در سطح مسابقات جهانی و بازی های آسیایی نیز برگزار می گردد. ورزش های سنتی و بومی و محلی می تواند با شعار ورزش به خاطر سلامتی و نشاط عمومیت پیدا کند و با تنوعی که در زمینه های مختلف دارد، به تناسب هر منطقه و محل از کشور با توجه به شرایط اقلیمی، قومی و قبیله ای با امکانات ساده و به دور از هر محدودیتی به ساده ترین روش بخش عظیمی از آحاد ملت را با شرایط سنی مختلف تحت پوشش قرار دهد (حسن پور، ۱۳۸۷).

توجه به دانش مدیریت به عنوان یکی از ضروریات بلامنازع پیشرفت، توسعه، رشد اقتصادی و اجتماعی است. در این میان، آنچه به عنوان اصلی ترین کارکرد مدیریت در سطوح مختلف هرکشورمورد بحث است، برنامه ریزی و تلاش برای نیل به هدف های پیش بینی شده در آن است. رخدادهای چند دهه گذشته همراه با نیازهای جدید حادث در این سال ها از آن چنان خصوصیتی برخوردارند که با تکیه صرف بر برنامه های متداول و غیر منعطف نمی توان با این رخدادهای و نیازها مقابله و همگامی کرد. از این رو، از سه دهه قبل توجه مدیران اجرایی و صاحب نظران به سمت برنامه ریزی بلند مدت و به ویژه برنامه ریزی استراتژیک جلب شده است. بنابراین همه سازمان ها که مهمترین آن اداره کل ورزش و جوانان استان گلستان است، ناگزیرند که عهده دار مدیریت راهبرد یا راهبردی شوند. همچنین، کلیه سازمان های مرتبط با ورزش روستایی استان که مهمترین آنها اداره کل ورزش و جوانان استان گلستان می باشد، برای توسعه ورزش روستایی و بومی-محلی دارای راهبردی نمی باشند (اداره کل ورزش گلستان، ۱۳۹۳). از طرفی در سطح کشور نیز تاکنون برنامه راهبردی در خصوص توسعه ورزش روستایی و بومی-محلی تدوین نشده است، ولیکن در بعد ورزش همگانی و قهرمانی، در برخی استان های کشور از جمله استان های کرمان، سیستان و بلوچستان، گلستان، و نیز فدراسیون هایی همچون کشتی، تیراندازی و همگانی برنامه های استراتژیک تدوین شده است (سازمان تربیت بدنی، ۱۳۸۲).

پژوهش های خارجی زیادی در زمینه تدوین استراتژی توسعه ورزش و تربیت بدنی در استرالیا (استراتژی حفظ و نگهداری)، انگلستان (استراتژی رشد و توسعه برابر)، منطقه برنت بریتانیا (استراتژی رشد و توسعه)، ایالت میدی (استراتژی توسعه)، کانادا (جذب و حفظ رهبران و مدیران موثر و تدوین برنامه های بلند مدت و کوتاه مدت برای جمع آوری کمک های مالی) و ایالات متحده آمریکا و سوئد (استراتژی توسعه) انجام شده است. همچنین در مقایسه تطبیقی کشورهای کانادا، انگلستان، آمریکا، تدوین وضعیت مطلوب مطرح شده است که استراتژی کشورهای کانادا، انگلستان، آمریکا از نوع استراتژی رشد است که با تحقیق حاضر غیر همسوست (غفرانی، ۱۳۹۰: ۳۱).

با توجه به بررسی های صورت گرفته راهبردهای تدوین شده برای توسعه ورزش روستایی و بومی و محلی در استان عبارت اند از:

برگزاری جشنواره های ورزشی روستایی و بازی های بومی و محلی (۵۳، ۵۹، ۸۱، ۵۵، ۱۰۱۲).
این استراتژی از تلفیق قوت ها و ضعف هایی همچون حضور نیروهای علاقمند متعهد و کاردان در زمینه ورزش روستایی در سطح استان، حمایت و توجه مدیرکل و مدیران ادارات ورزش و جوانان شهرستان ها از ورزش روستایی، وجود پهلوانان و ورزشکاران بااخلاق و نامی ورزش های روستایی در سطح استان، وجود سالن های سرپوشیده در سطح روستاهای استان، وجود سمن های فعال در حوزه ورزش در سطح روستاها، حمایت مسئولان عالی استان از ورزش روستایی، افزایش فارغ التحصیلان و ارتقای سطح تحصیلات مربیان و داوران روستایی، توجه ویژه دولت ووزارت ورزش به موضوع ورزش به عنوان یکی از محورهای توسعه در مناطق روستایی حاصل شده است. اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی بر جذب و جلب بیشتر مخاطبان ورزشی بر کسی پوشیده نیست. لذا برگزاری جشنواره های ورزشی تاثیر بسیار زیادی بر افزایش میزان علاقمندی روستائیان و عشایر جهت مشارکت و حضور در فعالیت های ورزشی بویژه ورزش های بومی و محلی دارد. تحقیقات متعدد بر اهمیت برگزاری رویدادهای ورزشی مختلف به منظور افزایش میزان حضور افراد در فعالیت های ورزشی تاکید داشته اند. جوادی پور و همکاران (۱۳۹۲) یکی از فرصت های توسعه ورزش همگانی را برگزاری همایش های پیاپی روی خانوادگی بیان داشته اند که این موضوع به عنوان یکی از ده ها رویداد ورزشی در حوزه ورزش همگانی می تواند در معرفی و توسعه ورزش همگانی موثر باشد. همچنین شعبانی و همکاران (۱۳۹۰) در تحقیق خود نبود نظام هماهنگ در برگزاری مسابقات همگانی را از چالش های جدی عدم توسعه یافتگی در ورزش همگانی کشور بیان داشتند. دیلمی (۱۳۹۲) نیز در تحقیقی با عنوان "تدوین استراتژی توسعه ورزش همگانی استان گلستان"، برگزاری جشنواره های ورزش همگانی را از راه های توسعه میزان مشارکت افراد در فعالیت های ورزشی گزارش نمود. نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات سایر محققان از جمله دهقان قهفرخی (۱۳۹۳)، دیلمی (۱۳۹۲)، شعبانی و همکاران (۱۳۹۰) و جوادی پور و همکاران (۱۳۹۲) همخوانی دارد.

استفاده از امکانات رسانه های گروهی در جهت ترویج ورزش روستایی (۵۵، ۵۴، ۵۸، ۵۹).
این استراتژی برگرفته از قوت هایی همچون حمایت و توجه مدیرکل و مدیران ادارات ورزش و جوانان شهرستان ها از ورزش روستایی، وجود پهلوانان و ورزشکاران بااخلاق و نامی ورزش های روستایی در سطح استان، حضور جامعه جوانان ونوجوانان در زمینه ورزش روستایی، وجود ورزش های بومی و محلی متعدد در سطح استان و فرصت هایی همچون تاکید تعلیم دینی در پرداختن به امر ورزش، تغییر نگرش مردم و مسئولان به نقش مثبت ورزش در مناطق روستایی، تاکید قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران مبنی بر رایگان بودن ورزش برای کلیه اقشار، توجه رسانه های گروهی در زمینه آموزش و ترویج ورزش در مناطق روستایی می باشد. استفاده از رسانه ها برای عمومی کردن یک فرهنگ، همواره از کاربردی ترین ابزارهای موجود شناخته شده است. رسانه ها، نقش قدرتمندی در افزایش آگاهی جامع نسبت به یک موضوع خاص دارند. در بین رسانه ها، یکی از بهترین شیوه های آموزش و جلب مخاطب، رسانه تصویری است (قاسم زاده میرکلایی، ۱۳۹۲). همتی نژاد (۱۳۸۷) در تحقیقی با عنوان "برنامه ریزی راهبردی فدراسیون قایقرانی و اسکی روی آب"، افزایش پخش مسابقات در رسانه ها را روشی برای عمومی کردن این ورزش بیان کرد. قاسمی (۱۳۸۴)، شعبانی و همکاران (۱۳۸۷)، جلال (۱۳۸۹)، قاسم زاده و همکاران (۱۳۹۱) و دیلمی (۱۳۹۲) در مورد استفاده از تبلیغات گسترده و وسیع در رسانه های گروهی برای ترویج و افزایش شناخت رشته های ورزشی تاکید داشته اند. نتایج حاصل از تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات قاسم زاده و همکاران (۱۳۹۱)، شعبانی بهار و همکاران (۱۳۸۷)،

جلال (۱۳۸۹) و دیلمی (۱۳۹۲) همخوانی دارد.

بهره گیری از جاذبه های طبیعی جهت توسعه ورزش روستایی (S۱، S۸، S۹، O۷، O۱۱).

این استراتژی از قوت هایی همچون وجود فضاهای ورزشی روباز در سطح استان، وجود ورزش های بومی و محلی متعدد در سطح استان و فرصت هایی چون توجه ویژه دولت و وزارت ورزش به موضوع ورزش به عنوان یکی از محورهای توسعه در مناطق روستایی، وجود منابع طبیعی رودخانه ها و امکان استفاده از آنها در مناطق روستایی در جهت توسعه استخراج شده است.

محیط روستاها معمولاً دارای شرایط ویژه ای هستند که از جمله آن ها می توان به وجود جاذبه های طبیعی همچون: کوه، دشت، جنگل، رودخانه و ... اشاره نمود. وجود منابع طبیعی مختلف در روستاها، امکان برگزاری رشته های ورزشی متعددی را در این اماکن فراهم می نماید و می تواند نقش مهمی در توسعه میزان مشارکت افراد در فعالیت های ورزشی در محیط های روستایی داشته باشد (نودهی، ۱۳۹۳، ۸۶). اکبری و چیدری (۱۳۸۸) در نتیجه تحقیق خود گزارش نمودند که ترویج منابع طبیعی می تواند نقش بسزایی در توسعه ورزش ماهی گیری ایفا نماید (اکبری و چیدری، ۱۳۸۸، ۲۴). سجادیان و سجادیان (۱۳۹۰) نیز در گزارش تحقیقی خود اعلام نمودند که جاذبه های طبیعی از جمله وجود کوه ها می تواند در افزایش میزان مشارکت افراد در فعالیت های ورزشی در روستاها و همچنین توسعه گردشگری ورزشی روستایی داشته باشد (سجادیان و سجادیان، ۱۳۹۰، ۹۵). نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات نودهی (۱۳۹۳)، دیلمی (۱۳۹۲) و سجادیان (۱۳۹۰) همخوانی دارد.

حمایت و نظارت بیشتر اداره کل ورزش و جوانان استان و همچنین ادارات شهرستان ها در توسعه ورزش های روستایی (S۱، S۳، S۴، T۶، T۹).

این استراتژی از تلفیق قوت هایی همچون: حضور نیروهای علاقمند متعهد و کاردان در زمینه ورزش روستایی در سطح استان، فعال بودن هیات های ورزشی روستایی در تمامی شهرستان های استان، وجود شوراهای ورزشی در سطح روستاها، وجود سمن های فعال در حوزه ورزش در سطح روستاها و تهدیدهایی همچون افزایش نرخ بیکاری در روستاها، آشنایی ناکافی دهیاران و شوراهای اسلامی مناطق روستایی با اهداف ورزش و تربیت بدنی استخراج شده است. بی تردید، حجم زیاد و گستردگی کار و فعالیت در ورزش همگانی، مداخله و ورود همه دستگاه های اجرایی استان را می طلبد تا ضمن رفع ضعف ها و کاستی ها از فرصت های موجود در توسعه و همه گیر نمودن ورزش همگانی استفاده نمایند و پاسخگوی خیل علاقمندان به ارتقای سلامتی و تندرستی از طریق ورزش همگانی باشند. با توجه به شمار زیاد نهادهای مختلف فعال در بخش ورزش از خرد تا کلان به شکل دولتی، عمومی، خصوصی، تعاونی و NGO و نقش مهم هر یک از آنها، لازم است با مشارکت همه جانبه و فراگیر، ضمن حفظ یکپارچگی، اقدام به تسهیم کار کرد تا از این طریق هم افزایی در پیشبرد اقدامات نیز میسر گردد (دیلمی، ۱۳۹۲: ۱۰۰). در تحقیقاتی که در کشور نیجریه با هدف رشد و گسترش ورزش های بومی و محلی صورت گرفت، حضور و حمایت دولت ها در تمامی سطوح ضروری قلمداد شد (هنرور و همکاران، ۱۳۹۳، ۴۹۶). تحقیقات داخلی متعددی نیز بر اهمیت و ضرورت حمایت اداره کل و سایر ادارات ورزش و جوانان در استان های مختلف جهت توسعه ورزش تاکید داشته اند که از آن جمله به پژوهش نودهی (۱۳۹۳)، دهقان و همکاران (۱۳۹۳)، دیلمی (۱۳۹۲) و جوادی پور (۱۳۹۰) می توان اشاره نمود. نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات مذکور در خصوص راهبرد حمایت اداره کل و سایر ادارات ورزش و جوانان جهت توسعه ورزش همخوانی دارد.

توانمندسازی ساختار تشکیلات ورزش روستایی (دهیاری ها و شوراهای) جهت توسعه ورزش های

روستایی (S5, S10, S12, T2, T10).

این استراتژی از تلفیق قوت هایی حضور نیروهای علاقمند متعهد و کاردان در زمینه ورزش روستایی در سطح استان، وجود شوراهای ورزشی در سطح روستاها، وجود سمن های فعال در حوزه ورزش در سطح روستاها و تهدیدی همچون آشنایی ناکافی دهیاران و شوراهای اسلامی مناطق روستایی با اهداف ورزش و تربیت بدنی استخراج شده است. متأسفانه، در کشورهای در حال توسعه سازمان های ورزشی به دلایل مختلف در خدمت توسعه ورزش قهرمانی اند. اگرچه تاکید بر ورزش قهرمانی جایگاه کشور را ارتقا می دهد، اما هزینه های زیاد متضمن سلامتی جامعه نخواهد بود؛ برعکس ذهن برنامه ریزان را از ورزش همگانی و مفید برای جامعه، به اشتباه به سوی برنامه ریزی صرف برای ورزش قهرمانی هدایت می کند. پژوهش ها نشان داده است مسئولان و برنامه ریزان ورزشی با برنامه ریزی و گسترش بیشتر ورزش های سبک و غیر رقابتی، شناسایی نیازها و علایق ورزشی افراد و همچنین با تنوع بخشیدن به ورزش ها و خدمات ارائه شده در برنامه های ورزش همگانی و تفریحی می توانند زمینه مشارکت ورزشی افراد را فراهم آورند (دیلمی، ۱۳۹۲: ۱۰۲).

رویکرد تخصص محوری و شایسته سالاری در ساختار نیروی انسانی ورزش روستایی (W5, W7, O6, O10).

این استراتژی از نقطه ضعفی چون ضعف ساختار نیروی انسانی ورزش روستایی در سطح استان و فرصت هایی همچون افزایش فارغ التحصیلان و ارتقای سطح تحصیلات مربیان و داوران روستایی توجه ویژه دولت و وزارت ورزش به موضوع ورزش به عنوان یکی از محورهای توسعه در مناطق روستایی حاصل شده است. نبود کارکنان آگاه و آموزش دیده در زمینه باز های بومی و محلی در فدراسیون ها برای پاسخگویی به نیازهای این بازی ها مشکل جدی در راه احیا و ترویج این بازی ها می باشد که دولت باید کارکنان کوشا و آموزش دیده را برای این کار استخدام نماید. همچنین، کارکنانی که آموزش ندیده اند یا در این زمینه به روز نیستند، در موسسه های ملی تعلیم داده شوند (آکینمی، ۲۰۰۹: ۲۳۲).

ندری (۱۳۸۸) در نتیجه تحقیق خود جهت توسعه ورزش همگانی در استان لرستان گزارش نمود که یکی از راهبردهای توسعه ورزش های همگانی، استفاده از افراد متخصص و کارشناسان خبره در مسئولیت های ورزشی در سطح استان می باشد. همچنین دیلمی (۱۳۹۲) نیز بر استفاده از کارشناسان و متخصصان ورزشی در هیات های ورزشی برای توسعه ورزش همگانی در سطح استان گلستان تاکید نمود. جوادی پور (۱۳۹۰) در تحقیق خود یکی از آسیب های موجود ورزش همگانی را فقدان نیروی کارآمد و متخصص به لحاظ کمی و کیفی دانسته و عدم برنامه ریزی جامع را نیز از دیگر ضعف های ورزش همگانی بیان داشته است که این موضوع می تواند ناشی از ضعف ساختار نیروی انسانی و عدم مدیریت واحد و سیاست یکسان در ورزش همگانی باشد. یافته های تحقیقات یاد شده با نتایج حاصل از تحقیق حاضر در زمینه استفاده از نیروهای متخصص و کارآمد در ساختار نیروی انسانی ورزش همخوانی دارد.

داشتن رویکرد برنامه محور در توسعه ورزش روستایی (W8, W11, O2, O6, O10).

این استراتژی از ضعف هایی چون توجه ناکافی به ورزش روستاها و عشایر در سطح استان، ضعف برنامه های کوتاه مدت و بلند مدت در حوزه ورزش روستایی و فرصت هایی همچون تاکید قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران مبنی بر رایگان بودن ورزش برای کلیه اقشار، توجه ویژه دولت و وزارت ورزش به موضوع ورزش به عنوان یکی از محورهای توسعه در مناطق روستایی استخراج شده است. بدون تردید، نداشتن برنامه ریزی منجر به هدر رفتن امکانات و منابع خواهد شد. یکی از برجسته ترین ویژگی کشورهای توسعه یافته، توجه به دانش مدیریت به عنوان یکی از ضروریات بلامنازع پیشرفت، توسعه و رشد اقتصادی و اجتماعی است. در این میان، آنچه به عنوان اصلی ترین کارکرد مدیریت (در سطوح مختلف) هر کشور مورد

بحث است، همانا برنامه ریزی و تلاش برای نیل به هدف های پیش بینی شده در آن است. رخداد های چند دهه گذشته همراه با نیاز های جدید حادث در این سال ها از خصوصیتی برخوردارند که با تکیه صرف بر برنامه های متداول و غیر منعطف نمی توان با این رخداد ها و نیاز ها مقابله و همگامی کرد. از این رو، از سه دهه قبل توجه مدیران و صاحب نظران به سمت برنامه ریزی بلند مدت و به ویژه برنامه ریزی استراتژیک جلب شده و برنامه ریزی برای ورزش به یکی از دغدغه های اصلی حکومت ها بدل شده است. این ضرورت از اواخر دهه پنجاه و اوایل شصت میلادی به دلیل شرایط ویژه جهانی و رشد تدریجی ارتباطات بیشتر نمود پیدا کرده است (دیلمی، ۱۳۹۲: ۱۳). هنرور و همکاران (۱۳۹۳) گزارش کردند که داشتن برنامه توسعه و نیز تهیه طرح جامع ورزش های بومی و محلی از جمله مهم ترین عوامل برای ارتقای ورزش ها و بازی های بومی و محلی در کشور می باشد (هنرور و همکاران، ۱۳۹۳، ۵۰۵). نتایج پژوهش حاضر با نتایج تحقیقات هنرور و همکاران (۱۳۹۳)، غفرانی (۱۳۸۶) و نودهی (۱۳۹۳) همخوانی دارد.

فرهنگ سازی و ترویج ورزش های بومی و محلی در مدارس (W۳، W۴، T۲، T۵، T۷).

این استراتژی از ضعف های توجه ناکافی به ورزش روستاها و عشایر در سطح استان، عدم توجه کافی به ورزش مدارس در مناطق روستایی و تهدید های توجه ناکافی به ورزش پرورشی و آموزشی و آموزشگاهی به عنوان زیر ساخت ورزش روستایی به دلیل کمبود امکانات، عدم کفایت اهرم های حمایتی در امر توسعه ورزش روستایی استخراج شده است. آموزش معلمان تربیت بدنی و نیز اجرای بازی های بومی و محلی در قالب درس تربیت بدنی در مدارس و دانشگاه ها و نیز ترویج آن ها در دانشکده های تربیت بدنی در قالب واحد های نظری و عملی از جمله راهبردهای توسعه ورزش های روستایی و بازی های بومی و محلی می باشد (هنرور و همکاران، ۱۳۹۳: ۵۰۴). در تحقیقاتی که کمیته ورزش هنگ کنگ در سال ۲۰۰۹ با عنوان "میزان مشارکت در ورزش همگانی و فعالیت های بدنی شهروندان هنگ کنگی" انجام داد، تعدادی از کشور های منتخب مورد بررسی قرار گرفتند و نتایج نشان داد که در مدارس کشور چین به منظور توسعه فعالیت های ورزشی هر دانش آموز باید یک ساعت فعالیت جسمانی در هر روز داشته باشد. همچنین، سازماندهی دانش آموزان به منظور شرکت در برنامه های ورزشی در فضای باز مثل پیاده روی و برنامه های اردویی دو بار در سال مد نظر می باشد. در کشور هنگ کنگ نیز هدف اصلی "برنامه ورزش مدارس" و "تمرینات تندرستی برای همه"، تشویق تمام شهروندان هنگ کنگی به مشارکت روزانه در فعالیت های جسمانی با شدت متوسط و حداقل به مدت ۳۰ دقیقه می باشد (دیلمی، ۱۳۹۲: ۵۴). نتایج تحقیق حاضر پیرامون لزوم ترویج ورزش های بومی و محلی در مدارس با نتایج تحقیقات دهقان قهفرخی (۱۳۹۳)، نودهی (۱۳۹۳)، دیلمی (۱۳۹۲) و غفرانی (۱۳۸۶) همخوانی دارد.

ایجاد انگیزه در بخش های خصوصی در حمایت از ورزش روستایی (W۱، W۲، W۹، T۸).

این استراتژی از ضعف های متناسب نبودن امکانات ورزشی موجود با نیاز های ورزشی روستاییان، کمبود میزان تجهیزات ورزشی مطلوب در سطح روستاهای استان، عدم استقبال بخش خصوصی در ایجاد امکانات ورزشی در مناطق روستایی و تهدید های عدم حمایت بخش خصوصی در تحت پوشش قرار دادن تیم های ورزشی در مسابقات استخراج شده است. ورود بخش خصوصی به سیستم هر کشوری بار زیادی از دوش دولت بر می دارد، اما قبل از ورود این بخش به چرخه اجتماعی و اقتصادی، وضع قوانین کارآمد و نظارت موثر ضروری است. بدیهی است که ورزش نیز به عنوان یک پدیده اجتماعی از این قاعده مستثنی نیست. البته بخش خصوصی باید از سوددهی فعالیت خود مطمئن شود و تنها در این صورت است که وارد فعالیت خواهد شد. به طور کلی، مهم ترین هدف از خصوصی سازی در بیشتر حیطه ها، افزایش کارایی و بهینه سازی تخصیص منابع بوده است (قاسم زاده میرکلایی، ۱۳۹۲). در واقع، حمایت مالی انگیزه شرکت در بسیاری از

فعالیت های ورزشی است و چنانچه این حمایت قطع شود، انگیزه نیز از بین خواهد رفت. وود کیم (۲۰۱۰) حمایت مالی را از عمده ترین دلایل توسعه ورزش در ایالات متحده دانسته و بیان می دارد که اگر حمایت مالی از آن برداشته شود، هیچ یک از ورزش های حرفه ای در این کشور نمی توانند به حیات خود ادامه دهند. قاسم زاده میرکلایی (۱۳۹۲) حمایت بخش خصوصی را یکی از راهبردهای توسعه ورزش دوومیدانی در ایران گزارش نمود. همچنین، غفرانی (۱۳۹۲) در تحقیق خود افزایش مشارکت بخش خصوصی در سرمایه گذاری در ورزش را به عنوان استراتژی توسعه ورزش همگانی و قهرمانی استان سیستان و بلوچستان بیان کرد. سیف پناهی (۱۳۹۰) در تحقیق خود جلب و جذب حمایت های بخش دولتی و خصوصی را به منظور توسعه ورزش استان کردستان مناسب دانست. در مورد حمایت بخش خصوصی از ورزش، یافته های این تحقیق با پژوهش قاسم زاده میرکلایی (۱۳۹۲)، غفرانی (۱۳۸۹) و سیف پناهی (۱۳۹۰) همخوانی دارد.

تاکید بر اهمیت و ضرورت توسعه ورزش در مناطق روستایی و عشایری (W۳، W۵، T۲، T۳، T۱).

این استراتژی از ضعف های توجه ناکافی به ورزش روستاها و عشایر در سطح استان و عدم توجه کافی به ورزش مدارس در مناطق روستایی و تهدیدهایی همچون نبود باور لازم در مردم مناطق روستایی به ضرورت ورزش، افزایش آمار معتادان به مواد مخدر در مناطق روستایی و آشنایی ناکافی دهیاران و شوراهای اسلامی مناطق روستایی با اهداف ورزش و تربیت بدنی استخراج شده است. با توجه به دسترسی آسان و سریع افراد به مواد مخدر، یکی از بهترین و به صرفه ترین روش ها در کنار روش های تبلیغاتی و رسانه ای دیگر برای منع و جلوگیری از افراد جامعه برای مبتلا شدن به این بیماری مهلک، ورزش و پرداختن به فعالیت جسمانی است که می تواند پشتوانه محکمی برای سالم نگه داشتن جامعه از بروز هرگونه آسیب های روانی و جسمانی به شمار آید. گسترش و توسعه ورزش همگانی و تفریحی، از سیاست هایی است که به شدت مورد توجه دولت ها قرار گرفته است، زیرا سطح سلامت جامعه به ورزش همگانی مرتبط است و همه گروه های اجتماعی و سنی می توانند در آن شرکت کنند و دولت ها نیز می کوشند با انواع وسایل ارتباط جمعی و تبلیغی در این زمینه گام بردارند. لذا با توجه شرایط موجود لزوم ترویج فرهنگ ورزش همگانی، تحرک و تندرستی در یک برنامه ریزی دراز مدت بیش از پیش احساس می شود (دیلمی، ۱۳۹۲: ۱۰۸). نتایج پژوهشی در دانمارک نشان داد انگیزه مردم از شرکت در فعالیت های ورزشی، رسیدن به درجات بالا و دستیابی به شعار المپیک (سریعتر، بالاتر، قویتر) نیست، بلکه تندرستی، نشاط و روابط اجتماعی دلایل مهم شرکت در فعالیت های ورزشی بوده است (غفوری فرد و همکاران، ۱۳۸۲). نوذهی (۱۳۹۳)، دهقان (۱۳۹۳) و دیلمی (۱۳۹۲) نیز در تحقیقات خود بر اهمیت توسعه ورزش و فعالیت های بدنی در سطح جامعه تاکید نموده اند که نتایج تحقیقات آنان با نتایج پژوهش حاضر همخوانی دارد.

فراهم کردن تسهیلات و تجهیزات ورزشی رایگان برای روستاییان از طریق افزایش میزان اعتبارات مالی تخصیصی به ورزش روستایی (W۱، W۶، W۱۲، T۱، T۹).

این استراتژی از ضعف های متناسب نبودن امکانات ورزشی موجود با نیازهای ورزشی روستاییان، متناسب نبودن منابع مالی و اعتباری در بخش ورزش روستایی و کمبود بودجه و منابع مالی و اعتباری در بخش ورزش روستایی و تهدیدهایی همچون مشکلات اقتصادی و معیشتی مردم در سطح روستاها و افزایش نرخ بیکاری در روستاها استخراج شده است. در بیشتر کشورهای دنیا، کمک های دولت یکی از منابع عمده برای برنامه های همگانی و قهرمانی ورزش و تفریحات محسوب می شود. سهم دولت در توسعه ورزش و همچنین ایجاد زیرساخت های ورزشی بسیار مهم و موثر است. امروزه، بسیاری از دولت ها به هزینه های ورزشی خود به عنوان هزینه نمی نگرند، بلکه آن را نوعی سرمایه گذاری برای کسب اعتبار بین المللی، ایجاد حس غرور ملی،

افزایش سلامت جامعه، ایجاد اشتغال و ... می نگرند (زمانی، ۱۳۸۹). در استرالیا، پس از کسب نتایج بسیار ناامید کننده در بازی های المپیک ۱۹۷۶ مونترال، دولت فدرال از ورزش قهرمانی بسیار حمایت کرد که این روند به ایجاد موسسه ورزش استرالیا در سال ۱۹۸۱ انجامید. قراخانلو (۱۳۸۸). در تحقیقی با عنوان "بررسی وضع موجود و تدوین شاخص های استعدادیابی در رشته فوتبال" دریافت که سیستم استعدادیابی تهران با مرکز استان ها با شهرستان ها دارای تفاوت معناداری با هم می باشند. این بدان معناست که در شهرستان ها به دلیل پاره ای از کمبودها نظیر اعتبارات، امکانات و وسایل ورزشی به مقوله استعدادیابی توجه لازم صورت نمی گیرد. رمضانی نژاد (۱۳۸۸) بیان کرد که وجود فضای مناسب تمرین، یکی از موارد مهم در ایجاد انگیزه حضور در فعالیت های ورزشی می باشد. نتایج پژوهش رافوس و تروالسون (۲۰۱۰) نشان داد که تعداد و میزان پراکندگی امکانات و تجهیزاتی که به جمعیت اختصاص داده شده، فرصت بیشتری برای مشارکت در ورزش را فراهم می آورد (دیلمی، ۱۳۹۲). پژوهشگران دیگری از جمله قاسم زاده (۱۳۹۲) و غلامرضا پور (۱۳۸۹) نیز بر کیفیت تجهیزات سخت افزاری به عنوان راهی برای توسعه و ترویج رشته های ورزشی اشاره داشته اند که با نتایج تحقیق حاضر همخوانی دارد.

منابع

- احمدزاده، زهرا؛ عبدی مقدم، سعید؛ فرخی، احمد. (۱۳۹۳). "تأثیر بازی های رایانه ای و بومی - محلی بر هماهنگی چشم و دست کودکان ۷ تا ۱۰ ساله". فصلنامه رفتار حرکتی. شماره ۱۵، صص ۷۳-۶۱.
- اشرفی، لیلا. (۱۳۸۶). "بازی های سنتی آذربایجان". فصلنامه فرهنگ مردم ایران. شماره ۲۷، صص ۱۵۲-۱۴۷.
- اکبری، حکیمه؛ خلجی، حسن و شفیعی زاده، محسن. (۱۳۸۶). "تأثیر بازی های بومی و محلی بر رشد مهارت های جابه جایی پسران ۷ تا ۹ ساله". حرکت. شماره ۳۴، صص ۴۳-۳۴.
- اکبری، رویا و چیدری، محمد. (۱۳۸۸). "نقش ترویج منابع طبیعی در احیا و توسعه اماکن ماهیگیری ورزشی از دیدگاه ماهیگیران ورزشی (مطالعه موردی: رودخانه و دریاچه سد لار)". پژوهش های ترویج و آموزش کشاورزی. سال دوم، شماره ۴، صص ۲۷-۱۵.
- جلال، حامد. (۱۳۸۹). "تعیین و مطالعه عوامل توسعه ورزش قهرمانی دوومیدانی کشور از دیدگاه صاحب نظران، مربیان و ورزشکاران". پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور.
- جوادی پور، محمد. (۱۳۹۰). "برنامه راهبردی فدراسیون ورزش های همگانی". طرح پژوهشی وزارت ورزش و جوانان، فدراسیون ورزش های همگانی.
- حسن پور، غلامحسین. (۱۳۸۷). ورزش های بومی، سنتی و محلی. تهران: بامداد کتاب
- دهقان قهفرخی، امین. (۱۳۹۳). "تدوین برنامه راهبردی اداره کل ورزش و جوانان خوزستان با استفاده از روش ترکیبی SWOT و AHP". طرح پژوهشی اداره کل ورزش و جوانان استان خوزستان.
- دیلمی، کیانوش. (۱۳۹۲). "طراحی برنامه راهبردی توسعه ورزش همگانی استان گلستان". پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته تربیت بدنی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ساری.
- رمضانی نژاد، رحیم. (۱۳۸۸). "بررسی انگیزه های شرکت کنندگان در ورزش های همگانی در فضاهای روباز". حرکت. شماره ۲، صص ۱۹-۵.
- سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران. (۱۳۸۴). مطالعات تفصیلی توسعه ورزش قهرمانی. انتشارات سیب سبز. صص ۹۷-۷۵.
- سجادیان، ناهید و سجادیان، مهیار. (۱۳۹۰). "امکان سنجی کوهپیمایی تفریحی - ورزشی در جهت گردشگری روستایی استان مازندران با بهره گیری از GIS". نشریه مسکن و محیط روستا. شماره ۱۳۳، صص ۱۰۰-۸۵.
- سواری، مصطفی. (۱۳۹۰). "نگاهی به بازی های محلی خوزستان". آموزش. دوره یازدهم، شماره ۳، صص ۴۴-۴۳.
- سیف پناهی شعبانی، جبار؛ گودرزی، محمود؛ حمیدی، مهرزاد و خطیبی، امین. (۱۳۹۰). "طراحی و تدوین راهبرد توسعه ورزش قهرمانی استان کردستان". نشریه مدیریت ورزشی. شماره ۸، صص ۷۳-۵۷.
- شرکت رادسامانه. (۱۳۸۲). سند راهبردی نظام جامع توسعه تربیت بدنی و ورزش کشور.
- شعبانی بهار، غلامرضا. (۱۳۸۵). اصول و مبانی تربیت بدنی و ورزش. چاپ دوم، همدان: انتشارات بوعلی سینا
- غفرانی، محسن. (۱۳۸۶). "طراحی و تدوین استراتژی توسعه ورزش همگانی و قهرمانی استان سیستان و بلوچستان". رساله دکتری، دانشگاه تهران.
- غفرانی، محسن. (۱۳۹۰). "طراحی و تدوین استراتژی توسعه ورزش قهرمانی استان گلستان".

- فصلنامه پژوهش های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش. شماره ۵، صص ۳۴-۱۷.
- غفوری، فرزاد؛ رحمان سرشت، حسین؛ کوزه چیان، هاشم و احسانی، محمد. (۱۳۸۲). "مطالعه و بررسی نگرش متخصصان تربیت بدنی به نقش رسانه های همگانی در گرایش مردم به ورزش قهرمانی و همگانی". نشریه حرکت. شماره ۱۶، ۷۸-۵۷.
 - غلامرضا پور، مصیب. (۱۳۸۹). "بررسی شیوه بهره برداری و تعیین عوامل موثر بر بهره وری اماکن ورزشی استان مازندران". پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شمال.
 - قاسم زاده میرکلایی، ابراهیم. (۱۳۹۲). "تدوین برنامه استراتژیک استعدادیابی فدراسیون دوومیدانی ایران". پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه مازندران.
 - قاسمی، محمد هادی. (۱۳۸۴). "مقایسه دیدگاه ورزشکاران، مربیان و صاحب نظران در مورد راهکارهای پیشرفت ورزش ژیمناستیک کشور". پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت معلم تهران.
 - کاشف، میرمحمد. (۱۳۸۷). "پژوهشی پیرامون بازی های بومی و محلی استان آذربایجان غربی". نشریه حرکت. شماره ۲، صص ۶۶-۵۳.
 - معتمدی، پژمان؛ مهدوی نژاد، رضا. (۱۳۸۷). تاریخ تربیت بدنی و ورزش. دانشگاه اصفهان. صص ۳۵-۳۲.
 - میرنیا، سیدعلی. (۱۳۸۱). نگاهی به فرهنگ عامه خراسان. انتشارات سخن گستر. ص ۱۱.
 - نودهی، محمدعلی. (۱۳۹۳). "طراحی نظام توسعه ورزش و تربیت بدنی در روستاهای استان گلستان با رویکرد به توسعه ورزش های بومی و محلی استان". طرح پژوهشی اداره کل ورزش و جوانان استان گلستان.
 - هنرور، افشار؛ غفوری، فرزاد؛ ططری، احسان؛ لطیفی، حجت الله. (۱۳۹۳). "شیوه های احیا، ترویج و ارتقای ورزش ها و بازی های بومی و محلی در کشور". نشریه مدیریت ورزشی. شماره ۳، صص ۵۰۹-۴۹۳.
 - Adeogun S. O. (2002). "Basic skills and techniques of traditional sport in Nigeria". Tolly graphic production Lagos Nigeria, pp :23-28.
 - Akinemi A. (2009). "Traditional Sports & Games in Nigeria". National Institute for Sports. Lagos, igeria, pp: 230-236.
 - Eichberg, H. (2005). "Traditional games". University of Southern Denmark, Centre for Sport, Health and Civil Society, Gerlev, pp: 27-29.
 - Green field P.M. (1994). "Cognitive socialization by computer game in two cultures: inductive discovery or mastery of an iconic code?". Journal of applied developmental psychology.35:89-104.
 - Greiremeyer Tobias, Asswald Silvia. (2010). "Effects of prosocial behavior". Journal of personality and social psychology. 98: 211-21.
 - Jean loup et al. (2004). **Strategic and performance management of olympic sport organizations**. human kinetics. first edition
 - Krist, S. (2004). "Where going back is a step forward. The retraditionalizing of sport games in post-Soviet Buriatiia". In *Sibirica Journal of Siberian Studies*. London, pp: 104-115.
 - Medway Council. (2005 – 2010). **Sports development strategy**.
 - Sporting equals Lancaster House. (2005 – 2008). **Sporting equals community development strategy for sport**.

شناسایی و رتبه بندی موانع ورود گردشگر ورزشی به کشور ایران

صدیقه اسلامی^۱

جمشید همتی^۲

ابراهیم زرینی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۴/۵/۲۶

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۴/۶/۱۹

هدف از انجام پژوهش، شناسایی و رتبه بندی موانع ورود گردشگران ورزشی به کشور ایران بود که به روش توصیفی-میدانی اجرا شد. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه محققان و کارشناسان حوزه اشتغال و گردشگری بود. حجم تقریبی جامعه آماری محققان ۴۵۰ نفر و کارشناسان ۵۰۰ نفر در نظر گرفته شد و با استفاده از فرمول Q کوکران، تعداد ۲۷۴ نفر نمونه به روش تصادفی انتخاب گردید. ابزار اندازه گیری، پرسشنامه محقق ساخته بود که با استفاده از نظر کارشناسان، روایی صوری آن تایید و با تحلیل عاملی اکتشافی، عوامل اصلی مشخص و سپس با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی مورد تایید قرار گرفتند. ضریب آلفای کرونباخ نیز ۰/۹۰ محاسبه شد. جهت رتبه بندی موانع از آزمون فریدمن و برای مقایسه نظر کارشناسان و محققان از آزمون یو من ویتنی استفاده شد. نتایج نشان داد که از بین موانع موجود، کمبود امکانات زیر بنایی رتبه اول، عدم فعالیت شرکت های بین المللی در گردشگری ورزشی رتبه دوم و ضعف تبلیغات و عدم بازاریابی مناسب در سایر کشورها رتبه سوم را دارا می باشند. همچنین نتایج حاکی از این بود که از میان ۱۷ مانع موجود، کارشناسان و محققان بر روی میزان اهمیت ۸ عامل توافق نظر داشتند و اختلاف نظر آنها با میزان اهمیت ۹ عامل به لحاظ آماری تایید شد. بنابراین برای توسعه گردشگری ورزشی و استفاده ملی از عواید آن در ابتدا باید موانع ورود گردشگران را از پیش راه برداشت و در این جهت اقدامات اولیه، فراهم نمودن زیر ساخت ها و امکانات زیربنایی می باشد.

واژگان کلیدی: رتبه بندی، موانع، گردشگران ورزشی و ایران

۱. استادیار، گروه تربیت بدنی، دانشگاه پیام نور، لرستان، ایران (نویسنده مسئول) E-mail: aeslami2008@gmail.com

۲. عضو هیئت علمی، واحد بهبهان، دانشگاه آزاد اسلامی، بهبهان، ایران

۳. عضو هیئت علمی گروه اقتصاد، دانشگاه پیام نور

مقدمه

قرن بیست و یکم، سده بهره گیری از فرصت های تجاری ارزشمند در بخش های خدماتی به ویژه گردشگری است. گفته می شود که گردش مالی صنعت گردشگری جهان در این سده از گردش مالی بخش صنعت فراتر خواهد رفت و طی چند سال آینده دست کم به ۲ تریلیون دلار خواهد رسید. در این فرایند، دستیابی کشورهایی که از جاذبه های وسیع گردشگری برخوردار هستند به یک درصد ارزش گردش مالی این صنعت، سالانه درآمدی حدود ۲۰ میلیارد دلار ایجاد خواهد کرد که برای اقتصادهایی نظیر اقتصاد ایران، این رقم قابل توجه است و می تواند تمامی فعالیت های اقتصادی را تحت تأثیر قرار دهد. با وجود این، برای دستیابی به چنین درآمد قابل حصولی باید برنامه ریزی جامعی انجام شود و سرمایه گذاری های مناسب در زمینه های سخت افزاری و نرم افزاری این صنعت صورت پذیرد (نوبخت و پیروز، ۱۳۸۷: ۸).

جهانگردی از لحاظ اقتصادی، فرآیندهای گوناگونی را ایجاد می کند که از جمله اثرات آن در تولید ناخالص ملی و بکارگیری بخش های مختلف اقتصادی است. بنابراین می توان گفت که جهانگردی عامل مهمی در جهت توسعه اقتصادی است که می تواند مزایای اقتصادی زیادی را در یک منطقه جهانگردی ایجاد کند (موسایی، ۱۳۹۰: ۴۵).

از سوی دیگر، تنوع بخشی اقتصاد، بالا بردن شاخص های توسعه انسانی، مشکلات ناشی از صنعتی شدن و آلودگی بیش از حد استاندارد شهرها و بویژه کلان شهرها، مهاجرت روستایی، افزایش بهره وری و کارآمدی نیروی انسانی، اشتغالزایی، تعامل فرهنگ ها و گفتمان ها، حفظ محیط زیست و در مجموع توسعه پایدار از دغدغه هایی است که جهان امروز با آن رو بروسست و هر کشور در هر سطحی از توسعه در تکاپوی یافتن پاسخ این دغدغه هاست. در این میان، کشورهایی که به متنوع سازی اقتصاد روی آورده اند و می خواهند خود را از اقتصاد تک پایه ای برهانند، برآن اند که در این راستا به شناخت راه های متداول یا خلق راه ها و روش هایی جدید بپردازند. یکی از این راه ها، توسعه صنعت گردشگری است که اغلب کشور ها به ویژه کشورهایی که به لحاظ موقعیت مکانی، از مزیت برخوردارند، آن را در برنامه های توسعه ملی خود گنجانیده اند تا از این رهگذر بتوانند به این فرایند شتاب بخشند (میرزایی، ۱۳۸۸: ۷۳).

نیم نگاهی به روند گردشگری پایدار و آمار مربوط به آن در ایران، این واقعیت را آشکار می سازد که هرچند کشور ایران از نظر ابنیه و آثار تاریخی در میان ۹ کشور برتر دنیا قرار گرفته و حتی از نظر جاذبه های اکوتوریست نیز بین ۱۰ کشور برتر دنیا می باشد، اما از نظر درآمد کسب شده- که ارتباط مستقیم به ورود گردشگر به کشور دارد- جایگاهی بهتر از رتبه ۹۲ را به خود اختصاص نداده است (طیعی و همکاران، ۱۳۸۷: ۶۷). حتی پیش بینی سازمان جهانی گردشگری برای سال ۲۰۱۹ در باره وضعیت صنعت گردشگری در بین ۱۸۱ کشور بررسی شده، حکایت از این واقعیت دارد که ایران از نظر اندازه در رتبه ۲۸، نسبت به اقتصاد جهانی در رتبه ۹۹ و از لحاظ رشد در رتبه ۱۰۰ قرار خواهد گرفت که نشانگر رشد منفی است (نورآقایی، ۱۳۸۸: ۱۲). جعفری و صمیمی (۱۳۹۲) در مقاله ای بیان می دارند که تعداد ورود گردشگران خارجی، اثر مثبت و معناداری بر توسعه انسانی کشورها دارد. از این رو، توسعه این صنعت جهت دستیابی به اهداف توسعه اقتصادی و انسانی برای هر کشوری ضروری به نظر می رسد (جعفری و صمیمی، ۱۳۹۲: ۱۶).

کوزه چیان و همکاران (۲۰۱۱) در مقاله ای به بررسی عوامل موثر بر توسعه گردشگری ورزشی در ایران با تاکید بر جاذبه های طبیعی ورزشی پرداختند و بیان کردند که مشکلات فرهنگی، مهمترین مسئله و مشکل گردشگری ورزشی است. مشکلات مدیریتی، دومین مشکل مهم و مشکلات زیربنایی و زیرساختی، سومین مانع توسعه گردشگری ورزشی در ایران می باشد. این موانع هم از جذابیت های گردشگری ورزشی می کاهد

و هم در جذب گردشگر محدودیت ایجاد می کند (کوزه چیان و همکاران، ۲۰۱۱: ۲۲۰). به همین منظور و با توجه به لزوم تقویت و توسعه صنعت گردشگری برای دستیابی به اعتبار و جایگاه واقعی خود در سطح بین المللی، باید بخش های مختلف این صنعت را شناسایی کرد و به بخش های پراهمیت تر توجه ویژه ای مبذول داشت. یکی از این بخش های مهم و پراهمیت که قابلیت تبدیل به امر فرابخشی در صنعت گردشگری را دارد، ورزش است که از آن به عنوان "گردشگری ورزشی" نام برده می شود (محرم زاده و قیامی راد، ۱۳۸۷: ۵۸).

گردشگری ورزشی، کلید عظیم میزبانی حادثه ای بزرگ مثل رقابت های المپیک یا جام جهانی است و این موضوع صرف بلیون ها دلار را با جذب گردشگران به دنبال دارد (سونگ، ۲۰۱۰: ۱۰۷). در کشورهای صنعتی، گردشگری به عنوان یک مجموعه کامل بین ۴ تا ۶ درصد تولید ناخالص داخلی را تولید می کند و گردشگری ورزشی بین ۱ تا ۲ درصد از تولید ناخالص داخلی را شامل می شود. اگرچه اندازه گیری ورزش و گردشگری در کل جهان مشکل است، با وجود این رشد صنعت گردشگری ورزشی حدود ۱۰ درصد در سال برآورد شده است (کزاک، ۲۰۰۵: ۲۳۰).

نتایج گزارشات مربوط به آثار اقتصادی گردشگری ورزشی و فرهنگی کانادا در سال ۲۰۰۷ نشان داد که گردشگری ورزشی و فرهنگی دارای اثرات اقتصادی معنی دار و مهمی می باشد و تولید ناخالص داخلی، درآمد، اشتغالزایی و مالیات را به طور معنی داری افزایش داده است (انجمن گردشگری ورزشی کانادا، ۲۰۰۷). فواید و اثرات اقتصادی گردشگری با تعداد گردشگری که به کشور میزبان مسافرت می کند، رابطه مستقیم دارد. در همین زمینه کزاک و همکاران (۲۰۰۵) در تحقیقی به بررسی عوامل موثر بر مسافرت گردشگران با توجه به ملیت و مقصد آنها پرداختند. نتایج تحقیق آنها نشان داد امکانات اقامتی، آب و هوا، سطح قیمت ها، محل جغرافیایی مقصد و دسترسی به دریا و ساحل، مهمترین دلایل سفر گردشگران انگلیسی برای رفتن به مالت و ترکیه بود (کزاک و همکاران، ۲۰۰۵: ۲۲۲).

یاموگوشی (۲۰۰۵) در تحقیقی به بررسی دلایل، انگیزه ها و محدودیت های مسافرت کنندگان در قالب گردشگران ورزشی پرداخت. وی به این نتیجه رسید که در هر مطالعه ای که به منظور برنامه ریزی و توسعه برنامه ریزی گردشگری ورزشی در شهر یا کشور مقصد انجام می گیرد، باید دلایل، جذابیت ها و موانعی که برای گردشگران مهم است، شناسایی شوند (یاموگوشی، ۲۰۰۵: ۳۵).

اصلانی و همکاران (۲۰۱۲) در تحقیقی موانع اصلی توسعه گردشگری ورزشی استان خوزستان را موانع مدیریتی، زیر ساختی، فرهنگی و بازار یابی و تبلیغات معرفی کرده اند که همین موانع منجر به عدم ورود گردشگران یا کاهش جذب گردشگر ورزشی به این استان می شود (اصلانی و همکاران: ۲۲۸). خانزادی (۲۰۱۴) به بررسی موانع توسعه گردشگری ورزشی در استان آذربایجان شرقی پرداخته است و بیان می کند که موانع و محدودیت های زیر ساختی، مدیریتی، فرهنگی - اجتماعی، تکنولوژیکی، اقتصادی و سیاسی به طور معنی داری بر توسعه گردشگری استان آذربایجان شرقی موثر بوده اند و منجر به محدودیت جذب گردشگر شده اند (خانزادی و همکاران، ۲۰۱۴: ۲۸۴).

موانع ورود گردشگر به ایران در بسیاری از حوزه های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و ... قابل بررسی است. عدم حمایت از سرمایه گذاری در صنعت گردشگری، سیاست های نامناسب اقتصادی، افزایش نرخ مالیات، عوارض، بیمه و ... همه از مواردی هستند که منجر به ناکافی بودن زیر ساخت های لازم برای جذب گردشگر می شود (محسنی، ۱۳۸۸: ۱۶۹).

این امر در حالی است که بیشترین جذب گردشگر در ایران، حدود ۹۰۰ هزار نفر در سال و با درآمدی در حدود ۴۵۰ میلیون دلار می باشد (روزنامه اعتماد، ۱۳۸۸، ۸).

مسائل مذهبی موجبات مشروط سازی در ورود جهانگردان می شود به خصوص برای خانم ها که در بدو ورود باید از نظر حجاب ضوابطی را رعایت کنند. این ضوابط و قواعد، قبودی را برای گردشگران به وجود می آورد و سبب می گردد که جهانگردان کمتر جذب سفر به ایران شوند (موسایی و همکاران، ۱۳۹۱: ۴۵). یکی دیگر از مهمترین عوامل جذب گردشگر از سایر کشورها، اطلاع رسانی و تبلیغات درباره کشور ایران و امکانات و جاذبه های گردشگری آن است که متأسفانه سازمان ها و نهاد های درگیر با صنعت گردشگری که متولیان این صنعت هستند، در این خصوص فعالیتی ندارند و یا بسیار ضعیف عمل کرده اند. از سوی دیگر، کشورهای غربی با ایجاد جنگ روانی و تبلیغات منفی توسط رسانه های بین المللی باعث تغییر مسیر بسیاری از گردشگران خارجی از مقصد ایران شده اند (اژدری، ۱۳۸۸: ۸).

مباحثی که تاکنون مطرح شد مربوط به موضوعات مشترک بین گردشگری و گردشگری ورزشی می باشد. یکی از موضوعات مهم برای جذب گردشگر ورزشی به کشور، اخذ میزبانی رویدادهای بزرگ و بین المللی می باشد که باعث ورود ورزشکاران و تماشاچیان زیادی (گردشگر ورزشی) به کشور می شود. از آنجایی که کشور ایران در مجامع بین المللی در عرصه ورزش کرسی های بسیار کمی دارد، برای اخذ میزبانی از حمایت کمتری برخوردار است (اسلامی، ۱۳۹۳: ۱۹۲).

به طور کلی به دلیل ضعف فعالیت های جهانگردی، تحقیق و مطالعه در این زمینه نیز با رکود و محدودیت های زیادی روبروست. موسسات تحقیقاتی دانشگاه ها، گرایش چندانی به تحقیق در زمینه جهانگردی از خود نشان نمی دهند. در سال های قبل از انقلاب در کنار آن طرح های موردی و منطقه ای زیاد، "طرح جامع جهانگردی کشور توسط مشاوران توریست کنسول برای دولت ایران تهیه شده بود، اما از آنجایی که شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی لازم برای تهیه این طرح ها، پیش فرض های حاکم بر زمان خود را تعیین و دیکته کرده بودند، متأسفانه هیچکدام از آنها برای شرایط امروز قابل استفاده نیستند (وطن خواه، ۱۳۷۹: ۴). بنابراین انجام تحقیقات تخصصی و علمی جهت کمک به بهبود وضعیت جهانگردی کشور بسیار ضروری به نظر می رسد. جمهوری اسلامی ایران با وجود برخورداری از جاذبه های مختلف گردشگری (تاریخی، مذهبی و طبیعی) به دلیل عدم اتخاذ سیاست های مؤثر در این بخش، هنوز نتوانسته است به سهمی مناسب در بازار گردشگری جهان دست یابد و این امر سبب شده است تا بسیاری از معضلات اقتصادی - اجتماعی کشور که می تواند با توسعه گردشگری مرتفع گردد، همچنان پابرجا بماند. از آنجا که اولین گام در استفاده از عواید و فواید گردشگری ورود گردشگر به کشور است، ضمن برشمردن چالش های اساسی مترتب بر ورود گردشگر به کشور با تاکید بر گردشگر ورزشی، به ارائه پیشنهاد هایی کابردی جهت تسهیل ورود گردشگر به کشور پرداخته می شود. با توجه به ویژگی های فرهنگی کشور ایران و این موضوع که یکی از انواع گردشگری و جهانگردی سازگار با فرهنگ ایران گردشگری ورزشی می باشد و این گردشگری ورزشی است که می تواند تا حدود زیادی فاصله گرفتن کشور از جایگاه واقعی خود در سطح بین المللی را جبران نماید، محقق به دنبال آن است که دریابد:

- موانع اصلی ورود گردشگر ورزشی به ایران کدام اند؟
- اولویت بندی موانع اصلی ورود گردشگر ورزشی به ایران چگونه است.
- نظر محققان و کارشناسان در این زمینه چیست؟

روش شناسایی پژوهش

با توجه به موضوع تحقیق، روش پژوهش حاضر از نوع توصیفی - پیمایشی و از لحاظ هدف، کاربردی بود

که به صورت میدانی به اجرا در آمد. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه افرادی بود که حداقل یک کتاب یا دو مقاله علمی پژوهشی در حوزه های مرتبط با اشتغال و گردشگری به چاپ رسانده اند و کارشناسان اداری در حوزه اشتغال و گردشگری با حداقل مدرک کارشناسی که دارای حداقل ۱۰ سال تجربه کاری می باشند. بنابر این، جامعه آماری در ۴ طبقه (دو طبقه آشنا به مبانی نظری و دو طبقه آشنا به مبانی مدیریتی و عملکردی) مد نظر قرار داشتند. از آنجا که مرجع پژوهشگر برای تعیین تعداد دقیق جامعه آماری محققان، سایت های جهاد دانشگاهی و کتابخانه ملی بوده است و با توجه به اینکه در مراجع مذکور، فقط آمار مقالات و کتب مربوط به حوزه های گردشگری و اشتغال ثبت شده و نه تعداد محققان و مولفان و همچنین با در نظر گرفتن اینکه این امکان وجود دارد که یک نویسنده واحد، صاحب چند اثر (کتاب یا مقاله) باشد، لذا جامعه آماری محققان تقریبی در نظر گرفته شد. همین مسئله نیز برای کارشناسان دو حوزه گردشگری و اشتغال وجود داشت. محقق برای تعیین تعداد جامعه آماری کارشناسان به معاونت گردشگری و وزارت کار و امور اجتماعی مراجعه مرد، ولی به دلیل گردش شغلی کارشناسان هیچ آمار دقیقی از کارشناسانی که ۱۰ سال سابقه اجرایی در این حوزه ها داشته باشند یافت نشد. پس با توجه به آمار افرادی که اکنون در این حوزه ها مشغول به کار هستند و بیشتر از ۱۰ سال سابقه کار دارند، آمار تقریبی به دست آمد. حجم تقریبی جامعه آماری محققان ۵۰۰ نفر و کارشناسان ۴۵۰ نفر در نظر گرفته شد. نمونه گیری به شکل تصادفی انجام گرفت و از طریق جدول مورگان ۲۷۴ نفر به صورت طبقه ای به عنوان نمونه آماری انتخاب شد. بنابرین، ۳۰۰ پرسشنامه بین آزمودنی ها توزیع شد (۱۶۰ کارشناس (۹۵ نفر حوزه اشتغال و ۶۵ نفر حوزه گردشگری) و ۱۴۰ محقق (۸۵ نفر حوزه اشتغال و کارآفرینی و ۵۵ نفر حوزه گردشگری و گردشگری ورزشی) که ۲۷۸ پرسشنامه به صورت کامل پاسخ داده شد و نتایج تحقیق بر اساس این تعداد پرسشنامه تهیه و تنظیم شده است. کفایت نمونه برداری و مناسب بودن داده ها برای استفاده از روش تحلیل عاملی، با استفاده از آزمون کیس-میر-الکین (KMO) و آزمون کرویت بارتلت تایید شد ($\text{Square-Chi} = 2478/304, p = 0/001$). از این رو، ادامه و استفاده از سایر مراحل تحلیل عاملی جایز شد.

از پرسشنامه محقق ساخته جهت بررسی موانع ورود گردشگران به داخل کشور استفاده شد. با توجه به جامعه گردشگری ورزشی، پرسشنامه بر اساس گردشگری ورزشی دوباره تنظیم شد. اعتبار صوری پرسشنامه با کسب نظر و اعمال اصلاحات مورد نظر چند تن (۱۰ نفر) از اساتید که تخصص لازم را در این زمینه داشتند، مورد تایید قرار گرفت.

برای تعیین پایایی پرسشنامه، از آزمون آلفای کرونباخ ۱ استفاده شد. به این ترتیب، ۳۰ پرسشنامه بین آزمودنی هایی (در هر دو گروه آزمودنی) که به طور تصادفی انتخاب شده بودند، توزیع شد. نتایج آزمون آلفای کرونباخ، همسانی درونی بالای سوالات را نشان داد (ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۹). برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش های آمار توصیفی (فراوانی، درصد و میانگین) و برای آزمون فرضیه ها از آزمون های فریدمن و یو من ویتنی در سطح معناداری ۰/۰۵ استفاده شد. کلیه محاسبات آماری با استفاده از نرم افزار ۱۹spss انجام گرفت.

یافته های پژوهش

در این بخش ابتدا یافته های توصیفی ارائه و سپس به آزمون فرضیات تحقیق و ارائه نتایج پرداخته می شود.

جدول ۱: ویژگی های جمعیت شناختی آزمودنی ها

متغیر	ویژگی های جمعیت شناختی	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۱۴۰	۵۰/۳۵
	زن	۱۳۸	۴۹/۶۵
سطح تحصیلات	کارشناسی	۷۲	۲۵/۸۹
	کارشناسی ارشد	۱۴۳	۵۱/۴۳
	دکتری	۶۳	۲۲/۶۶
رشته تحصیلی	مدیریت ورزشی	۵۷	۲۰/۵۰
	گردشگری	۱۱۵	۴۱/۳۶
	کارآفرینی و اشتغال	۱۰۶	۳۸/۱۳
سابقه کار	۱-۵ سال	۵۴	۱۹/۴۲
	۶-۱۰ سال	۷۵	۲۶/۹۷
	۱۱-۱۵ سال	۶۸	۲۴/۴۶
	۱۵ سال به بالا	۸۱	۲۹/۱۳

ویژگی های جمعیت شناختی شرکت کنندگان مانند جنسیت، سطح تحصیلات، رشته تحصیلی و سابقه کار به شکل فراوانی و درصد در جدول ۱ آمده است.

جدول ۲: نتایج آزمون فریدمن در مورد دیدگاه محققان پیرامون موانع ورود گردشگران ورزشی

عوامل	میانگین رتبه	رتبه عامل	خی دو	ارزش P
قوانین اسلامی حاکم بر جامعه	۱۰/۱۶	۶	۸۱۰/۲۱	۰/۰۰۱
هجوم تبلیغاتی کشور های معارض	۹/۸۹	۸		
ضعف تبلیغات و عدم بازار یابی مناسب در سایر کشور ها	۱۰/۷۲	۳		
معضلات اجرایی و قانونی در سیستم اداری	۱۰/۰۳	۷		
کمبود امکانات زیر بنایی	۱۱/۳۶	۱		
ضعف امکانات اقامتی و خدمات پشتیبان	۱۰/۴۶	۴		
نامناسب بودن سیستم حمل و نقل	۹/۴۱	۱۱		

۰/۰۰۱	۸۱۰/۲۱	۱۰	۹/۵۳	ضعف نیروی انسانی شاغل در بخش های مختلف گردشگری
		۱۴	۷/۵۸	عدم برخورد صحیح مردم و مسئولان با گردشگران ورزشی
		۱۷	۵/۵۴	گران بودن نسبی هزینه های مسافرت به ایران
		۱۳	۷/۶۵	عدم تطابق فرهنگ گردشگران ورزشی برخی از کشور ها با ایران
		۱۲	۷/۸۹	عدم احساس امنیت کامل گردشگران ورزشی در ایران
		۱۶	۵/۷۰	کمبود مراکز خرید مناسب
		۱۵	۶/۳۸	کمبود مراکز تفریحی و دیدنی مناسب
		۹	۹/۶۸	عدم اعتقاد دولت به جذب گردشگر ورزشی
		۵	۱۰/۲۸	تحریم های بین المللی
		۲	۱۰/۷۳	عدم فعالیت شرکت های بین المللی در بخش گردشگری ورزشی

بر اساس نتایج نشان داده شده در جدول ۲، از دیدگاه محققان بین رتبه های موانع ورود گردشگران ورزشی به لحاظ آماری در سطح اطمینان ۹۵ درصد تفاوت معنی داری وجود دارد ($\text{Square-Chi} = ۸۱۰/۲۱, p = ۰/۰۰۱$). با توجه به وجود اختلاف معنی دار بین عوامل، مهمترین مانع ورود گردشگران ورزشی کمبود امکانات زیر بنایی می باشد و عوامل عدم فعالیت شرکت های بین المللی در بخش گردشگری ورزشی و ضعف تبلیغات و بازاریابی در رتبه های بعدی قرار دارند.

جدول ۳: نتایج آزمون یو من ویتنی در مورد مقایسه دیدگاه محققان و کارشناسان پیرامون موانع ورود گردشگران ورزشی

موانع	میانگین رتبه محققان	میانگین رتبه کارشناسان	نمره Z	ارزش P
قوانین اسلامی حاکم بر جامعه	۱۶۹/۰۹	۱۸۸/۶۸	-۱/۹۰	۰/۰۵
هجوم تبلیغاتی کشور های معارض	۱۹۰/۹۰	۱۶۴/۲۷	-۲/۶۵	۰/۰۱
ضعف تبلیغات و عدم بازاریابی مناسب در سایر کشور ها	۱۹۶/۳۹	۱۵۷/۹۸	-۳/۷۶	۰/۰۰۱
معضلات اجرایی و قانونی در سیستم اداری	۱۹۰/۱۲	۱۵۴/۸۴	-۳/۶۷	۰/۰۰۱
کمبود امکانات زیر بنایی	۱۷۹/۱۶	۱۶۹/۲۱	-۰/۹۹	۰/۳۲۱
ضعف امکانات اقامتی و خدمات پشتیبان	۱۶۹/۱۹	۱۸۰/۵۲	-۱/۱۰۷	۰/۲۷
نامناسب بودن سیستم حمل و نقل	۱۶۴/۱۶	۱۸۶/۲۴	-۲/۱۵	۰/۰۳

۰/۰۰۱	-۳/۸۹	۱۹۸/۵۱	۱۵۸/۰۸	ضعف نیروی انسانی شاغل در بخش های گردشگری
۰/۱۴	-۱/۴۷	۱۸۵/۹۶	۱۷۰/۵۲	عدم برخورد صحیح مردم و مسئولان با گردشگران ورزشی
۰/۰۰۷	-۲/۷۰	۱۷۸/۴۸	۱۵۹/۱۷	گران بودن نسبی هزینه های مسافرت به ایران
۰/۹۶	-۰/۰۴۷	۱۷۴/۷۵	۱۷۵/۲۴	عدم تطابق فرهنگ گردشگران ورزشی برخی از کشور ها با ایران
۰/۰۰۱	-۴/۸۲	۱۴۷/۱۷	۱۹۷/۷۶	عدم احساس امنیت کامل گردشگران ورزشی در ایران
۰/۴۷	-۰/۷۱	۱۷۶/۸۱	۱۶۹/۵۹	کمبود مراکز خرید مناسب
۰/۳۳	۰/۹۷	۱۷۵/۸۰	۱۶۵/۶۸	کمبود مراکز تفریحی و دیدنی مناسب
۰/۰۳	-۲/۱۸	۱۶۲/۶۰	۱۸۵/۱۱	عدم اعتقاد دولت به جذب گردشگر ورزشی
۰/۲۲	-۱/۲۲	۱۷۲/۰۱	۱۸۴/۵۷	تحریم های بین المللی
۰/۷۲	-۰/۳۶	۱۷۷/۴۰	۱۷۳/۷۳	عدم فعالیت شرکت های بین المللی در بخش گردشگری ورزشی

همانگونه که در جدول ۳ مشاهده می شود، بین دیدگاه محققان و کارشناسان در مورد رتبه بندی عواملی مانند هجوم تبلیغاتی کشور های معارض ($Z = -2/65$ ، $p = 0/01$)، ضعف تبلیغات و عدم بازاریابی مناسب ($Z = -3/76$ ، $p = 0/001$)، معضلات قانونی و اجرایی در سیستم اداری ($Z = -3/67$ ، $p = 0/001$)، نامناسب بودن سیستم حمل و نقل ($Z = -2/15$ ، $p = 0/03$)، ضعف نیروی شاغل در بخش گردشگری ($p = 0/001$)، گران بودن نسبی هزینه ها ($Z = -3/89$ ، $p = 0/007$) و عدم احساس امنیت ($Z = -4/82$ ، $p = 0/001$) و عدم اعتقاد دولت به جذب گردشگر ورزشی ($Z = -2/18$ ، $p = 0/03$) با سطح اطمینان ۹۵ درصد به لحاظ آماری تفاوت معنی داری وجود دارد، ولی در بقیه موارد تفاوت به لحاظ آماری معنی دار نشده است و بین کارشناسان و محققان اتفاق نظر وجود دارد.

بحث و نتیجه گیری

همانگونه که نتایج تحقیق نشان می دهد، از دیدگاه محققان مهمترین مانع ورود گردشگران ورزشی کمبود امکانات زیر بنایی می باشد و مواردی مانند عدم فعالیت شرکت های بین المللی در بخش گردشگری ورزشی و ضعف تبلیغات و بازاریابی در رتبه های دوم و سوم قرار گرفته اند. این نتایج با یافته های تحقیقات محسنی (۱۳۸۸)، اسلامی (۱۳۹۳)، اژدری (۱۳۸۸)، موسایی و همکاران (۱۳۹۱)، کسمیت و داسون (۲۰۰۹)، اصلانی و همکاران (۲۰۱۲)، خانزادی (۲۰۱۴) و کوزه چیان و همکاران (۲۰۱۱) همخوان می باشد. در مقایسه دیدگاه کارشناسان و محققان نیز نتایج نشان داد که کارشناسان و محققان بر روی ۸ عامل که شامل کمبود امکانات زیربنایی، ضعف امکانات اقامتی و خدمات پشتیبانی، عدم برخورد صحیح مردم و مسئولان

با گردشگران، عدم تطابق فرهنگی گردشگران برخی کشورها با ایران، کمبود مراکز خرید مناسب، کمبود مراکز تفریحی و دیدنی مناسب، تحریم های بین المللی و عدم فعالیت شرکت های بین المللی در بخش گردشگری ورزشی توافق نظر داشتند و این عوامل را به عنوان موانع مهم ورود گردشگران به داخل کشور می دانستند. این یافته با نتایج تحقیقات موسایی و همکاران (۱۳۹۱)، اسلامی (۱۳۹۳)، اصلانی و همکاران (۲۰۱۲)، خانزادی (۲۰۱۴) و کوزه چیان و همکاران (۲۰۱۱) همخوان می باشد. پیران (۱۳۷۰) با بررسی روند گردشگری و برنامه ریزی گردشگری در ایران، با توجه به قابلیت های کشور ایران، ظرفیت پذیرش ۵/۱ میلیون گردشگر را برای ایران (با حذف مشروط کننده ها و محدود کننده های گردشگری) برآورد کرد و با احتساب مشروط کننده های گردشگری ایران، ظرفیت جذب گردشگر را یک میلیون نفر با درآمدی در حدود یک میلیارد دلار ذکر کرد (پیران، ۱۳۷۰: ۷۱). این امر در حالی است که بیشترین جذب گردشگر در ایران حدود ۹۰۰ هزار نفر در سال با درآمدی حدود ۴۵۰ میلیون دلار می باشد (روزنامه اعتماد، ۱۳۸۸: ۸).

در واقع، موانع توسعه گردشگری به عنوان موانعی برای ورود گردشگر به کشور محسوب می شوند. در این پژوهش موانع مختلفی بر اساس پیشینه شناسایی و مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج نشان داد که همه عوامل مورد بررسی در ایجاد مانع برای ورود گردشگر ورزشی به کشور سهم دارند و سهم برخی از آنها بیشتر است. به علت عدم سودآوری، حمایت ناکافی دولت و اقدامات سلیقه ای و محدود کننده برخی از مقامات غیر مسئول، فقدان تسهیلات لازم برای بخش خصوصی (مثل پرداخت وام های بلند مدت با بهره کم)، واگذاری زمین مناسب با بهای دولتی، حذف تشریفات زاید و دست و پا گیر اداری به منظور ایجاد هتل و مراکز رفاهی، تضمین امنیت سرمایه گذاری در صنعت گردشگری توسط دولت به منظور ایجاد انگیزه در بخش خصوصی از جمله راهکارهایی جهت توسعه و پیشرفت زیر ساخت های لازم جهت توسعه گردشگری ورزشی است (امین خاکی، ۱۳۹۰: ۲۶).

حمایت دولت از بخش خصوصی، از یک سو و تلاش دولت در عرصه سیاسی جهت برداشتن تحریم های بین المللی که به ناحق بر علیه ایران اعمال شده است، از سوی دیگر سبب می شود که شرکت های بین المللی ایران را محیطی امن برای سرمایه گذاری قلمداد می کنند و این امر موجبات پیشرفت سریع تر ایران در حوزه زیر ساختی را فراهم می نماید.

تبلیغات و اطلاع رسانی، از مهمترین عوامل جذب گردشگر از سایر کشورها محسوب می شود. لذا باید با تهیه برنامه های تلویزیونی، فیلم های مستند در مورد جاذبه های گردشگری ایران و پخش آنها از شبکه های تلویزیونی بین المللی زمینه های آشنایی با ایران را برای گردشگران خارجی فراهم نمود (اژدری، ۱۳۸۸: ۱۲). نارسایی در وسایل اطلاع رسانی، کمبود و حتی فقدان نشریات، ژورنال ها، مجلات اطلاعاتی جهانگردی برای معرفی جاذبه ها، کمبود امکانات و راهنمایی مسافران، کمبود نقشه های سیاحتی و مصور راهنمای شهرها به زبان های مختلف و بسیاری موارد دیگر از جمله محدودیت های تبلیغات داخلی است (اسلامی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۹۰).

بسیاری از کشورهای غربی با ایجاد جنگ روانی و تبلیغات منفی توسط رسانه های بین المللی و نشان دادن چهره ای منفی از ایران باعث تغییر مسیر بسیاری از گردشگران شده اند. جنگ تحمیلی و ناامن نشان دادن ایران به مردم جهان در کاهش جذب گردشگران خارجی به مقصد ایران نقش عمده ای داشته است (اژدری، ۱۳۸۸: ۱۵).

بنابراین با توجه به اینکه یکی از اقدامات مهم در راه رسیدن به توسعه صنعت گردشگری و گردشگری ورزشی، تبلیغات است، اصلاح کیفیت توزیع و دسترسی آسان به برشورها، نقشه های جهانگردی و سیاحتی ضروری است. در توزیع و عرضه محصولات جهانگردی نیز اصلاح تصویر وضعیت فعلی در داخل و خارج از کشور و ترغیب جهانگردان برای آمدن به کشور مهم به نظر می رسد. در غیر این صورت نمی توان جهت

توسعه این صنعت اقدامات لازم را انجام داد. تاریخ گذشته ایران می تواند به عنوان بهترین وسیله تبلیغاتی در خدمت معرفی ایران به کشور ها و ملل جهان قرار گیرد (موسایی و همکاران، ۱۳۹۱: ۴۸).
از دیگر موارد می توان به اعمال روش های نامعقول و سلیقه ای در برخورد با گردشگران، عدم بکارگیری روش ها و اصول صحیح برقراری ارتباط با گردشگران و فقدان شرکت فعال در نمایشگاه های بین المللی خارج از کشور اشاره نمود که از جمله عوامل تبلیغاتی مانع ورود گردشگران به ایران شده اند (امین خاکی، ۱۳۸۹: ۲۱).

نباید از نظر دور داشت که موفقیت های برخی از ورزشکاران ایرانی در عرصه بین المللی توانسته تصویر تازه ای از ایران به جهان نشان دهد؛ مانند تیم ملی والیبال مردان که با موفقیت های چشمگیر توانسته موجبات ورود تیم های دیگر کشورها از جمله آمریکا- که پرچم دار تبلیغات منفی بر علیه ایران است- را فراهم آورد و حضور در ایران موجب شد مسئولان این تیم ها به ویژه تیم ملی آمریکا در مصاحبه های تلویزیونی و مطبوعات در مورد تغییر نگرش و ایجاد تجربه و دیدگاه مثبت از ایران و ایرانی صحبت کنند. بی شک، تداوم این مسیر توسط دیگر ورزشکاران و دیگر تیم ها، از بهترین و موثر ترین راه های تبلیغ و بازاریابی برای گردشگری و بخصوص گردشگری ورزشی ایران خواهد بود. با بیان این مساله می توان به اثر گذاری ورزش در همه عرصه های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و ... پی برد و با اطمینان گفت که ورزش، مسالمت آمیز ترین و بهترین راه برای بیان افکار، عقاید و ناگفته های فرهنگ یک ملت است.

مدیریت قوی و برنامه ریزی جامع در همه ابعاد اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و زیرساختی در زمینه توسعه صنعت گردشگری ورزشی و آثار و فواید آن، می تواند راهگشای ما در این زمینه باشد. برای آنکه فعالیت های مختلف توریسم ورزشی در کشور پیاده شود، نخست نیاز به ایجاد و توسعه بخش سخت افزاری و سپس در بعد ورزش نیازمند احداث مراکز ورزشی جامع و مجهز به صورت تخصصی می باشد. در کنار این دو عامل، توجه به امر تبلیغات رسانه ای و آگاهی بخشی داخلی و خارجی نکته ای بسیار مهم و ضروری است. ایران می تواند با توسعه همه جانبه صنعت گردشگری ورزشی، فعالیت های اجتماعی- فرهنگی و اقتصادی از قبیل میزبانی رقابت های بین المللی در سطوح مختلف، میزبانی اردوهای ورزشی تیم های مطرح دنیا و ... انجام دهد و از این طریق با تبلیغاتی گسترده، گردشگران زیادی را جذب نماید و درآمد ملی را ارتقا دهد. به این ترتیب، بخش های مختلف این صنعت رونق می گیرد و فرصت های شغلی متنوعی ایجاد می شود. از سوی دیگر، فرهنگ ورزش و فعالیت بدنی نیز در کشور نهادینه می شود. آنچه که تحقیقات نشان می دهند و این تحقیق نیز موید آن می باشد، این است که کشور ایران می تواند با توسعه صنعت گردشگری ورزشی، به جایگاه واقعی خود در سطح بین المللی دست یابد. لذا برنامه ریزی راهبردی توسعه صنعت گردشگری ورزشی کشور و اجرای آن ضروری به نظر می رسد، چر اکه با توجه به این مهم ایران می تواند از اقتصاد تک محصولی نجات یابد، منابع و ذخایر خود را حفظ کند، به رشد همه جانبه در زیرساخت ها نایل آید و در پی آن به حل معضل بزرگ بیکاری در کشور دست یابد.

منابع

- اژدری، علیرضا. (۱۳۸۸). zn.ir/NewsArticle/tourism/tourism_industrial/2010/9/5/2371.html.
- اسلامی، صدیقه. (۱۳۹۳). "نقش توسعه توریسم ورزشی بر اشتغال زایی و ارائه مدل اشتغال". رساله دکتری، مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور.
- اسلامی، صدیقه؛ فراهانی، ابوالفضل و اسدی، حسن. (۱۳۹۳). "طراحی مدل اشتغال حاصل از توسعه گردشگری ورزشی". فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. شماره ۲۵. صص ۱۹۴-۱۸۱.
- امین خاکی، سهیلا. (۱۳۸۹). "اکوتوریسم، موانع و راهکارها".
- بی نام. (۱۳۸۸). "آمار گردشگری ایران در سال ۱۳۸۷". روزنامه اعتماد. شماره ۱۹۵۷، تاریخ ۱۳۸۸/۲/۳۱، صص ۸.
- پیران، پرویز. (۱۳۷۹). "مقدمه ای بر برنامه ریزی جهانگردی". مجله اطلاعات سیاسی اقتصادی. شماره ۴۵ و ۴۶، صص ۷۳-۶۹.
- جعفری صمیمی، احمد و خیره، شیما. (۱۳۹۲). "اثر گردشگری بر توسعه انسانی". مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری. سال دوه. شماره ۷، صص ۲۴-۱۱.
- خانیا، پروانه. (۱۳۸۵). "فرصت ها و چالش های توریسم ایران در توسعه هزاره". فضای جغرافیایی. شماره ۱۶، صص ۱۷۲-۱۵۳.
- طیبی، کمیل؛ جباری، امیر و بابکی، روح الله. (۱۳۸۷). "بررسی رابطه علی بین گردشگری و رشد اقتصادی". مجله دانش و توسعه. سال ۱۵، شماره ۲۴، صص ۸۷-۶۵.
- کازرونی، علی رضا. (۱۳۸۷). "جهانی شدن اقتصاد و راهبرد گسترش صادرات". مجله اطلاعات سیاسی اقتصادی. شماره ۱۴۷ و ۱۴۸، صص ۲۰۳-۱۹۰.
- محرم زاده، مهرداد و قیامی راد، امیر. (۱۳۸۷). گردشگری ورزشی در ایران. انتشارات سازمان میراث فرهنگی و گردشگری تبریز. صص ۵۴-۶۱.
- محسنی، رضاعلی. (۱۳۸۸). "گردشگری پایدار در ایران: کارکردها، چالش ها و راهکارها". مجله علمی-پژوهشی فضای جغرافیایی. سال نهم، شماره ۲۸، صص ۱۷۱-۱۴۹.
- موسایی، میثم. (۱۳۹۰). مبانی اقتصاد توریسم. چاپ اول، تهران: نشر مهکامه. صص ۶۷-۳۸.
- موسایی، میثم؛ هاشمی، سمیه و ابراهیمی، میترا. (۱۳۹۱). "بررسی جامعه شناختی توسعه پایدار گردشگری در ایران؛ موانع، چالش ها و راهکارها". فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی. سال ششم. شماره ۱۶. صص ۵۰-۲۵.
- میرزایی، رحمت. (۱۳۸۸). "تاثیر توسعه گردشگری روستایی بر اشتغال در منطقه اورامانات کرمانشاه". روستا و توسعه. سال ۱۲، شماره ۴، صص ۷۶-۴۹.
- نوبخت، محمد باقر و پیروز، الهام. (۱۳۸۷). توسعه صنعت گردشگری در ایران، موانع و راهکارها. انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی. تهران. صص ۷-۹.
- نورآقایی، آرش. (۱۳۸۸). "گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری درباره ایران".
- وطن خواه، محبوبه. (۱۳۷۹). ماهنامه بین المللی ایرانگردی، جهانگردی هتلداری. مهر و آبان.
- هنرور، افشار. (۱۳۸۴). "عوامل موثر بر توسعه گردشگری ناشی از برگزاری رویدادهای ورزشی بین المللی در کشور از دیدگاه مدیران و دست اندر کاران ورزشی و مدیران گردشگری". پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت معلم تهران.

- Aslani .N ,Shetab Boushehri .N ,Zarghami .M ,Bahrami .A) .2012" .(**Analysis of the barriers to the development of sport tourism industry in Khouzestan province.**" International Journal of sport studies. 2(10). 525-529.
- Canadian Sport Tourism Alliance .(2007). **Fifa U -20 world cup Canada (Economic impact assessment).**
- Kasimati E ,Dawson P .(2009). "**Assessing the impact of 2004 olympic Games on the Greek economy: A small macro econometric model**". Econ .Model ,26(2 ,(pp: 139-146.
- Khanzadei .E. (2014). "**Identification of barriers against sport tourism in East Azarbaijan providence**". Journal of life science and Biomedicine).J .Life sci. Biomed. 4(4): 282-285).
- Koozehchian .H ,Ehsani .M ,Adabi Firouzjah .J .(2011). "**An investigation of the effective factors on sport tourism development in IRAN with the emphasis on natural sport attractions** ."World journal of sport sciences. 5(4): 216-220.
- Kozak ,M. (2005)."**Comparative analysis of tourist motivations by nationally and destination**". Tourism Management .Volume 23 ,Issue 1,pages 222-232.
- Sadeghati .P .Elyasi .Gh ,Salehian .M. (2012)."**Factor analysis procedures affecting the development of sport tourism with emphasis on the industrial orientation**". Euro .J .Exp .Bio. 2(3): 748-751.
- Song W. (2010). "**Impacts of Olympics on exports and tourism**". Journal of economic development. Vol(35).no(4).Pp:93-110.
- Yamaguchi, Y. (2005). "**sport tourism, sport volunteer and sport for all**". Journal of Asian Sport for all. vol 1. Pp:29-36.



تدوین برنامه راهبردی ورزش اداره کل ورزش و جوانان استان بوشهر و اولویت بندی آنها بر اساس مدل جامع تدوین استراتژی

محمد حسن عبدالمهی^۱

سید نصرالله سجادی^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۴/۸/۱۸

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۵/۱/۲۵

هدف از این پژوهش، تدوین برنامه راهبردی ورزش اداره کل ورزش و جوانان استان بوشهر بر اساس مدل جامع تدوین استراتژی بود. این تحقیق نوعی تحقیق توصیفی است. جامعه آماری آن ۱۱۸ نفر بود که به دلیل محدود بودن جامعه آماری از کل شماری استفاده گردید. ابزار تحقیق شامل مطالعات کتابخانه‌ای، پرسشنامه‌های باز و بسته به همراه مصاحبه‌های کمی و کیفی و جلسات شورای راهبردی بود.

از نتایج حاصل از جلسات شورای راهبردی اداره کل ۸ قوت، ۸ ضعف، ۷ فرصت و ۸ تهدید مشخص گردید. عوامل درونی با نمره ۲/۲۹ و عوامل بیرونی با نمره ۳/۰۸ به دست آمد که بر این اساس اداره کل ورزش و جوانان استان بوشهر در موقعیت استراتژی‌های محافظه کارانه قرار گرفت. از تجمیع استراتژی‌های جدول SWOT، ۸ استراتژی حاصل شد که در ماتریس (QSPM) قرار گرفتند و مشخص شد که افزایش بهره‌وری، جذب و توزیع اثربخش منابع مالی سازمان، صرفه‌جویی در هزینه‌ها، توسعه و استانداردسازی زیر ساخت‌ها، تجهیزات، اماکن و تاسیسات ورزشی اداره کل ورزش و جوانان استان بوشهر و تقویت شیوه‌های نظارت و ارزشیابی عملکرد در ساختار اداره کل ورزش و جوانان استان بوشهر از جمله مهمترین راهبردها بود.

واژگان کلیدی: برنامه راهبردی، تحلیل SWOT، استراتژی و موقعیت راهبردی

مقدمه

امروزه سازمان های ورزشی همانند سازمان های غیر ورزشی، همواره در معرض تغییر و تحولات جهانی قرار دارند و با مسائل ویژه خود دست به گریبان اند (عسکریان و همکاران ۱۳۸۰-۱۳۷۷). در این گونه سازمان ها، مدیران به شدت خواستار افزایش عضویت افراد، افزایش سرمایه، حفظ و جذب داوطلبان، ارتقای مربیان و داوران و نگه داشتن سرمایه های مالی سازمان و مدیریت مطلوب هستند (کاسکن، ۲۰۱۳)؛ به طوری که پیشرفت و ارتقای ورزش مستلزم گرایش به رویکردهای علمی، فراگیر، پیوسته و سیستمی است و دوران رویکردهای سلیقه ای، موردی و مقطعی و تصادفی دیری است که سپری شده است (سند تفصیلی جامع توسعه تربیت بدنی و ورزش کشور، ۱۳۸۴) و آنچه تحول و پیشرفت را رقم می زند، توسعه مبتنی بر استراتژی است (حمیدی، ۱۳۸۵). مدیران ورزش همواره با تغییرات زیادی در زمینه مستهلک شدن امکانات و تسهیلات ورزشی، تغییرات تکنولوژیکی، تغییرات جمعیتی، افزایش مسابقات، بالا رفتن هزینه ها و غیره روبرو هستند. از این رو، مدیریت ارشد ایجاد یک برنامه جامع و راهبردی را به منظور پاسخ دادن به این تغییرات سریع محیطی لازم و شایسته می داند (آگو، ۱۹۹۲؛ بوسلر، ۱۹۹۲؛ هال، ۱۹۹۴؛ ویلیامز، ۱۹۹۲)؛ به طوری که در تعداد زیادی از تشکیلات ورزشی نیاز به تطبیق شیوه های جدید مدیریتی در تشکیل ساختاری که منجر به استفاده از برنامه ریزی راهبردی برای برنامه ها و برنامه ریزان شده، افزون گردیده است (حمیدی و همکاران ۱۳۸۷). از این رو، با توجه به تغییرات محیطی که در حال حاضر در سازمان های ورزشی شتاب زیادی به خود گرفته است و نیز پیچیده تر شدن تصمیمات سازمانی، لزوم بکارگیری برنامه ای جامع برای مواجهه با اینگونه مسائل بیش از گذشته ملموس می شود. این برنامه چیزی جز برنامه استراتژیک نیست. فرایند برنامه ریزی در سازمان های ورزشی، علاوه بر مزایای موجود در بطن برنامه ریزی، منجر به انجام اثر بخش تر و کارآمدتر مسئولیت های سازمان، توسعه اصول و آرمان ها، رشد اصولی تر ورزش قهرمانی و همگانی و همچنین کسب جایگاه بهتر در عرصه های ملی و بین المللی می گردد (خسروی زاده و همکاران، ۱۳۸۸). نیز ممکن است به بخش های ورزشی کمک کند که این مشکلات محیطی که فراوی هر سازمان پویایی است حل شود. علاوه بر آن که بهترین راه برای دستیابی به مأموریت و اهداف سازمانی، طراحی راهبردی است (کشاورز، ۱۳۸۸؛ گودرزی، ۱۳۸۶؛ سجادی، ۱۳۸۴).

مدیریت استراتژیک با تکیه بر ذهنیتی پویا، آینده نگر، جامع و اقتضایی، راه حل بسیاری از مسائل سازمان های امروزی است. پایه های مدیریت راهبردی بر اساس میزان درکی است که مدیران از قوت ها و ضعف های سازمانی و فرصت ها و تهدید های برون سازمانی دارند و این عوامل تعیین کنندگان موفقیت کلیه سازمان ها در دنیای امروز است (پارساتیان و اعرابی، ۱۳۹۰). این فرایند به این دلیل حائز اهمیت است که مستلزم آرایه بهترین راه حل در پاسخ به شرایط محیطی سازمان است (کریمادیس، ۲۰۰۷). برنامه ریزی راهبردی، ابزاری است برای تحلیل عوامل راهبردی درونی و بیرونی سازمان با توجه به مأموریت و اهداف بلند مدت سازمان، به منظور اداره درست رقابتی که منجر به موفقیت سازمانی شود (نیکویی و موسوی، ۲۰۱۴).

در این راستا، فدراسیون فوتبال استرالیا (۲۰۱۴) برنامه راهبردی فوتبال زنان این کشور را برای سال های ۲۰۱۶-۲۰۱۴ تدوین کرد. در این برنامه، یک چشم انداز با چهار استراتژی تدوین گردیده و برای هر استراتژی نیز اهداف کیفی مربوط به آن آورده شده است. "چشم انداز فوتبال؛ ورزشی بسیار جذاب و موفق در بین زنان استرالیا" و راهبردهای تدوین شده عبارت بودند از: افزایش تعداد دختران و زنان در فوتبال (به عنوان فوتبالیست، مربی و کادر فنی)، جذب بازیکنان نخبه برای ساختن یک تیم قوی و موفق، رشد و توسعه بخش هواداران فوتبال زنان استرالیا، توسعه لیگ فوتبال زنان (W) از استرالیا به لیگ جهانی (برنامه راهبردی فوتبال زنان فدراسیون فوتبال استرالیا، ۲۰۱۴).

برنامه راهبردی بازی های جام جهانی ۲۰۱۴ برزیل در سال ۲۰۱۲ با همکاری فیفا و یک کمیته برگزاری مسابقات (LOC) از کشور برزیل تدوین و پیاده سازی شد. در این راستا، فیفا ورد کاپ برای دست یافتن به چنین خواسته جهانی یک خط و مشی منحصر به فرد را برای بالا بردن آگاهی ها و مشخص نمودن علائق اجتماعی و محیطی در یک مقیاس جهانی پیشنهاد می کند. مأموریت فیفا ۲۰۱۴ بدین صورت تدوین شد: "برنامه ریزی،

سازماندهی و پیاده سازی پروژه عظیم جام جهانی فوتبال ۲۰۱۴ در یک حالت پایدار از طریق کاهش وجوه منفی این رویداد و افزایش وجوه مثبت آن در جامعه^۱ "سند برنامه راهبردی بازی های جام جهانی، (۲۰۱۴). برنامه راهبردی وزارت ورزش و تفریحات سالم کشور آفریقای جنوبی در سال ۲۰۱۲ برای سال های ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۶ توسط این وزارت ارائه شد. چشم انداز سازمان شامل "فعال بودن و برنده ورزشی شدن مردم" و ماموریت آن عبارت بود از: "ترویج و توسعه ورزش و تفریحات سالم در جامعه از طریق دسترسی برابر، توسعه و ترویج برنامه های ورزشی در کلیه سطوح شرکت کنندگان و نیز آماده سازی اقتصادی- اجتماعی که می تواند زندگی بهتری را برای کشور به ارمغان آورد. ارزش هایی چون پاسخگویی و تعهد مسئولان، مردم محوری، فداکاری، خلاقیت، صداقت، شفافیت و همکاری گروهی، ارزش های کلیدی این برنامه را تشکیل می داد (برنامه راهبردی وزارت ورزش و تفریحات سالم کشور آفریقای جنوبی، ۲۰۱۲).

نقشه استراتژی ۲۰۲۰ فدراسیون فوتبال فنلاند در فاصله سال های ۲۰۱۱-۲۰۱۲ طراحی شد. عناصر این برنامه عبارت بود از: چشم انداز "ما از لحاظ بدنی فعالترین کشور جهان ورزش هستیم". ماموریت "حمایت از کلیه فعالیت های بدنی مربوط به کلیه ورزشکاران، اعضا، سازمان های ورزشی و مردم؛ نمایند سازمان های ورزشی فنلاندی در فعالیت های فوتبالی ملی و بین المللی؛ توسعه فعالیت های اجتماعی افراد و توسعه تندرستی از طریق فعالیت بدنی؛ بالا بردن کیفیت زندگی شهروندان؛ رعایت برابری و عدالت؛ برابری بین دو جنس به ویژه از طریق حمایت در هنگام مشارکت در فعالیت بدنی در کل جامعه و تشویق ورزش های سطح بالا و رقابتی فنلاندی و بین المللی". همچنین، توسعه توانمان فعالیت های ورزشی و اجتماعی افراد در برنامه های فوتبالی به طوری که هر دو به یکدیگر وابسته باشند و نیز بالا بردن سطح ایمنی و بهداشت اماکن و تاسیسات ورزشی از جمله اهداف این فدراسیون بود (نقشه استراتژی ۲۰۲۰ فدراسیون فوتبال فنلاند، ۲۰۱۲). پنجمین برنامه راهبردی دپارتمان کاون ایرلند برای یک دوره ۴ ساله ۲۰۱۵-۲۰۱۳ تدوین گردید. ذینفعان کلیدی در این برنامه، کلیه شهروندان، ورزشکاران، داوطلبان، سازمان ها، باشگاه های ورزشی، مدارس، افراد قانونی، سیاستمداران و قانونگذاران که در پیشرفت و تهیه ورزش شهر کاون مشارکت داشتند، بودند. کمیته برنامه ریزی راهبردی سه عامل مهم چشم انداز، ماموریت و موضوعات راهبردی را شرکای ورزش شهر کاون بیان کردند (پنجمین برنامه راهبردی دپارتمان کاون ایرلند، ۲۰۱۲).

سازمان ورزش نیوزلند برنامه راهبردی خود را برای سال های ۲۰۱۵-۲۰۱۲ به روز آوری و پیاده کرد. طراحان این برنامه با توجه به دو عامل قوت ها و اولویت های سازمان و نیز چالش هایی که این سازمان با آن روبرو است، اقدام به تعیین استراتژی های این سازمان نمودند. یکی از اولویت های این سازمان، تمرکز بر روی ورزشکاران نخبه و اطمینان دادن به آنها بود از این نظر که تا حداکثر توان سازمان بر روی آمادگی آنها کار خواهد شد تا بتوانند بهترین عملکرد را در مسابقات ملی و بین المللی داشته باشند. نکته جالب توجه در این برنامه ریزی این بود که آنها معتقدند برنامه ریزی هایشان را بر اساس اولویت های اهداف چالش برانگیز و توانایی های سازمانی شان انجام می دهند. این چالش ها شامل تغییرات تکنولوژیک و اجتماعی، تغییرات جمعیتی، دوام، مقاومت و قابلیت های سازمان ها بود (برنامه راهبردی سازمان ورزش نیوزلند، ۲۰۱۲). در برنامه راهبردی ورزش انگلستان^۱، چشم انداز ورزش این کشور چارچوبی را برای ورزش انگلستان فراهم می کند که در آن اولویت های سیاسی و رهبری راهبردی، تعهدات لازم برای ساختن کشوری با ملتی فعال و موفق را در جهان طلب می کند. لذا رهبری راهبردی خود را ملزم به ارتقای سطح انگیزش مردم و بهبود روحیه فعالیت ورزشی و دستیابی به این فعالیت می داند (برنامه راهبردی ورزش انگلستان، ۲۰۱۱).

مرکز کانادایی ورزش پاسیفیک^۲ در چشم انداز خود عنوان کرد که این مرکز باید فرمانده جهان در عملکرد ورزشی باشد. آنها معتقد بودند که اجزای TRUST از ارزش های کلیدی ماست که باعث می شود باشگاه ما به بالاترین اجرای ورزشی خود دست یابد. این اجزا عبارت اند از: رفتار، احترام، فهم و دانش، خدمت رسانی و درستکاری (برنامه راهبردی مرکز کانادایی ورزش پاسیفیک، ۲۰۱۰). برنامه راهبردی بیسبال کانادا در نوامبر

1. Sport England

2. Canadian Sport Centre Pacific

۲۰۱۰ برای یک دوره ۵ ساله (۲۰۱۴-۲۰۱۰) توسط کمیته برنامه ریزی راهبردی فدراسیون بیسبال کانادا ارائه گردید. هدف این کمیته از تدوین این برنامه، شرح و توصیف کامل چشم انداز و مأموریت این فدراسیون برای ورزش بیسبال کانادا بود تا با اقتباس از این سند کلیه فرایندهای تصمیم گیری بیسبال کانادا در خلال سال های ۲۰۱۰-۲۰۱۴ انجام گردد (برنامه راهبردی بیسبال کانادا، ۲۰۱۰).

اما در زمینه تدوین برنامه راهبردی در داخل کشور- جدا از این که در عمل به این مهم دست یافته اند یا خیر- بسیاری از سازمان های ورزشی داخل کشور اعم از ادارات کل ورزش و جوانان، فدراسیون ها و ادارات تربیت بدنی مراکز غیر ورزشی اقدام به تدوین برنامه راهبردی نموده اند؛ از جمله: سند تدوین اهداف کلان، سیاست ها و راهکارهای اجرایی توسعه ورزش دانشجویی در قالب برنامه چهارم توسعه کشور (۱۳۸۸)، برنامه ریزی راهبردی فدراسیون قایقرانی و اسکی روی آب (۱۳۸۷)، برنامه ریزی راهبردی فدراسیون تکواندو (۱۳۸۷)، برنامه ریزی راهبردی پژوهش های تربیت بدنی و علوم ورزشی (۱۳۸۷)، نظام جامع توسعه ورزش قهرمانی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۸۷)، نظام جامع ورزش حرفه ای (۱۳۸۷)، برنامه ریزی راهبردی کمیته ملی المپیک (۱۳۸۷)، برنامه راهبردی فدراسیون کشتی (۱۳۸۷)، برنامه راهبردی توسعه والیبال (۱۳۸۷) و نظام جامع حقوقی تربیت بدنی و ورزش کشور (۱۳۸۳). همچنین، اداره کل تربیت بدنی استان زنجان (۱۳۹۰) با مشارکت معاونت برنامه ریزی استانداری این استان به تدوین برنامه راهبردی توسعه بخش تربیت بدنی استان برای یک دوره ۴ ساله (۹۴-۱۳۹۰) پرداخت. اداره کل تربیت بدنی استان مازندران اقدام به تدوین یک برنامه راهبردی با عنوان "برنامه توسعه بخش تربیت بدنی و ورزش استان در برنامه پنجم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور" برای یک دوره ۴ ساله (۹۳-۱۳۸۹) نمود. اداره کل تربیت بدنی استان قم (۱۳۹۰) به تدوین برنامه راهبردی توسعه تربیت بدنی و ورزش استان قم در برنامه پنجم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی یک دوره ۴ ساله (۹۴-۱۳۹۰) پرداخت. اداره کل تربیت بدنی استان فارس (۱۳۹۰) به تدوین برنامه راهبردی توسعه ورزش فارس در برنامه پنجم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در یک دوره ۴ ساله (۹۴-۱۳۹۰) پرداخت. اداره کل تربیت بدنی استان اصفهان (۱۳۸۹) به تدوین برنامه راهبردی توسعه تربیت بدنی و ورزش استان اصفهان در یک دوره ۴ ساله (۹۴-۱۳۹۰) پرداخت. رشید لمیر و همکاران (۱۳۹۲) برنامه راهبردی اداره کل ورزش و جوانان استان خراسان رضوی در حوزه ورزش و تربیت بدنی را تدوین نمود (رشید لمیر و همکاران، ۱۳۹۲). عبدالمهی (۱۳۹۳) در رساله دکتری خود به تدوین یک برنامه راهبردی ۴ ساله ۱۳۹۳-۱۳۹۶ در باشگاه ورزشی فولاد ماهان سپاهان پرداخت (عبدالمهی، ۱۳۹۳). سیف پناهی و شعبانی (۱۳۸۸) به طراحی و تدوین راهبرد توسعه ورزش قهرمانی استان کردستان پرداختند (سیف پناهی و شعبانی، ۱۳۸۸). حسینی (۱۳۸۸) راهبردهای توسعه ورزش قهرمانی کشور را تعیین نمود (حسینی، ۱۳۸۸). خسروی زاده و همکاران (۱۳۸۸) به شناسایی قوت ها، ضعف ها، فرصت ها و تهدید های کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران و تنگناها و چالش های فراروی آن پرداختند (خسروی زاده و همکاران، ۱۳۸۸). غفرانی (۱۳۸۷) به طراحی و تدوین استراتژی توسعه ورزش همگانی و قهرمانی استان سیستان و بلوچستان پرداخت (غفرانی، ۱۳۸۷). حمیدی و همکاران (۱۳۸۷) اهداف کلان، سیاست ها و راهبردهای ورزش دانشجویی دانشگاه های سراسری کشور را ارائه نمودند (حمیدی و همکاران، ۱۳۸۷). نتایج تحقیقات نشان می دهد که تدوین برنامه راهبردی در سازمان های ورزشی زیر مجموعه سازمان تربیت بدنی سابق در خلال سال های ۱۳۸۹ و ۱۳۹۰ از جمله سیاست های سازمان های تصمیم گیرنده ورزش کشور بوده است. آن چه که در این برنامه ها مشهود بود این که همگی از یک الگوی ثابت برنامه ریزی راهبردی پیروی کرده اند و بیشتر آنها دارای تحلیل وضع موجود، گزارش عملکرد شاخص های بخش تربیت بدنی و ورزش استان ها، تحلیل SWOT ورزش استان، چشم انداز، مأموریت، اهداف، الزامات و راهبردها، شاخص ها و اهداف کمی بخش تربیت بدنی و ورزش استان، شاخص های کلان و اهداف کمی، اهداف کلی و راهبردها و برنامه های عملیاتی برده اند. از این رو می توان چنین نتیجه گرفت که این سازمان ها به ضرورت تدوین برنامه استراتژی و تعیین و ترسیم چشم انداز و مأموریت و اهداف سازمانی اثر بخش پی برده اند و این مهم می تواند آغاز خوبی برای برنامه ریزی های اثر بخش تر و وسیع تر در مراحل بعدی باشد. باتوجه به تغییرات اقتصادی و سیاسی داخلی

پیرامون مدیریت نظام اقتصادی کشور و تأثیرات آن بر برنامه های دیگر سازمان ها و ارگان ها از جمله وزارت ورزش و جوانان و سازمان های تابعه آن و نیز بحران هایی که در منطقه خاور میانه در حال رخ دادن است و همچنین اهمیت برنامه ریزی راهبردی در توسعه ابعاد مختلف ورزش کشور، ضرورت توجه اثربخش به این بخش مهم از فرایند مدیریت راهبردی در اداره کل ورزش و جوانان استان بوشهر نیز احساس می شد؛ به طوری که مدیران و تصمیم گیرندگان این سازمان راغب بودند که چشم انداز، ماموریت، اهداف و مزایای رقابتی در عرصه ورزش ملی و فرا ملی را با شناخت دقیق وضعیت موجود و مطلوب سازمان و محیط خارجی آن، اولویت های راهبردی و نیز برنامه های عملیاتی مورد نیاز برای تعالی ورزش استان و ترسیم وضعیت مطلوب را تدوین نمایند. در این راستا اداره کل ورزش و جوانان استان بوشهر نیاز دارد تا همگام با تغییر و تحولات درون سازمانی و برون سازمانی جدیدی که به خود گرفته است به طور دائم بر رویدادهای داخلی و خارجی سازمان خود نظارت و آگاهی داشته باشد تا بتواند در زمان مناسب و بر حسب ضرورت خود را با تغییرات و شرایط سازمانی و محیطی وفق دهند. مهمترین و اثر بخش ترین ابزار برای دست یافتن به این مهم، برنامه ریزی راهبردی بود.

۲۰۵

روش شناسی پژوهش

این تحقیق، توصیفی است و در حوزه مطالعات راهبردی قرار دارد که در آن از روش های کمی و کیفی برای گردآوری و تجزیه و تحلیل داده ها استفاده گردیده است. جامعه آماری این تحقیق ۱۱۸ نفر و شامل مدیر کل، معاونان، کارشناسان (۴۴ نفر)، روسای ادارات ورزش و جوانان شهرستان ها (۹ نفر)، دبیران هیات های ورزشی استان بوشهر (۴۲ نفر)، اساتید و متخصصان دانشگاهی مدیریت ورزشی در استان بوشهر (۳ نفر)، مربیان و ورزشکاران نخبه (۱۰ نفر)، مدیران بخش تربیت بدنی و ورزش اداره کل آموزش و پرورش و دانشگاه های استان (۱۰ نفر) بود. روش نمونه گیری در بخش توزیع پرسشنامه از نوع کل شماری بود، اما در بخش مصاحبه از نوع خوشه ای چند مرحله ای و نیز در جلسات شورای راهبری (مدیر؛ معاونان؛ کارشناسان پژوهش، امور بانوان، امور باشگاه ها و اساتید مدیریت ورزشی) از نوع گزینشی بود.

ابزار جمع آوری اطلاعات

ابزار جمع آوری اطلاعات در این تحقیق شامل استفاده از اطلاعات کتابخانه ای، پرسشنامه های بسته و باز محقق ساخته برای ترسیم چشم انداز، ماموریت، نقاط قوت و ضعف، فرصت ها و تهدید های (SWOT)^۱ اداره کل ورزش و جوانان استان بوشهر بود که روایی پرسشنامه های مذکور توسط ۲۷ نفر از متخصصان اساتید مجرب مورد تأیید قرار گرفت. ضریب پایایی پرسشنامه نیز از طریق آلفای کرونباخ ۰/۸۰۹ به دست آمد. از دیگر ابزار این تحقیق، فرم های تعیین ماتریس ارزیابی عوامل درونی (IFE)^۲، ماتریس ارزیابی عوامل بیرونی (EFE)^۳، ماتریس داخلی و خارجی (IE)^۴ به منظور تعیین موقعیت راهبردی، فرم تعیین استراتژی ها برای ارایه استراتژی های پیشنهادی، جلسات شورای راهبری، مصاحبه های کیفی و ماتریس برنامه ریزی راهبردی کمی (EFQM)^۵ بود.

1. Strengths, weaknessess, opportunities, threatenings
2. internal factors evauation
3. external factors evauation
4. internal- external
5. quantitative strategic planning matrix

روش گردآوری اطلاعات

روش کار بدین صورت بود که ابتدا جامعه آماری در قالب سه کارگاه آموزشی با موضوعات و مفاهیم راهبردی آشنا شدند و در ادامه از آنها خواسته شد که پرسشنامه های باز پاسخ شامل ترسیم چشم انداز و مأموریت، تعیین نقاط قوت و ضعف، فرصت ها و تهدید ها و ارائه راهکارهای مقتضی اداره کل ورزش و جوانان استان بوشهر را تکمیل نمایند. در مرحله تجزیه و تحلیل داده ها، ابتدا پاسخ ها کدگذاری و سپس بر اساس نوع و تعداد تکرار آنها در گروه های خاص طبقه بندی شدند و مقدمات ترسیم چشم انداز، مأموریت و تعیین نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدها فراهم گردید. موارد مذکور در جلسه شورای راهبری تایید و رتبه بندی گردیدند. با ترسیم ماتریس ارزیابی عوامل درونی و بیرونی، موقعیت راهبردی اداره کل ورزش و جوانان استان بوشهر مشخص گردید. در ادامه، با توجه به چشم انداز، مأموریت، نقاط قوت و ضعف، فرصت ها و تهدیدها و موقعیت راهبردی اداره کل ورزش و جوانان استان بوشهر، راهبردهایی ارائه گردید که پس از تایید در شورای راهبری پژوهش در ماتریس برنامه ریزی راهبردی کمی (EFQM) قرار گرفت و راهبردهای تدوین شده در اداره کل ورزش و جوانان استان بوشهر بر اساس اولویت مشخص گردیدند.

مدل تحقیق

برای تدوین استراتژی ها، از مدلی با عنوان چارچوب جامع تدوین استراتژی استفاده گردید. این چارچوب ابزارها و روش هایی را ارائه می کند که برای انواع سازمان ها در اندازه های گوناگون مناسب است و به استراتژیست ها کمک می کند تا راهبردها را شناسایی، ارزیابی و گزینش کنند (اعرابی، ۱۳۸۵ و پارسائیان و اعرابی، ۱۳۹۰). این چارچوب دارای چهار مرحله اصلی است که به طور خلاصه در نمودار ۱ آورده شده است.

نمودار ۱: چارچوب جامع تدوین استراتژی (اعرابی، ۱۳۸۵ و پارسائیان و اعرابی، ۱۳۹۰)

تدوین مأموریت و بیانیه مأموریت سازمان	مرحله شروع	
ماتریس ارزیابی عوامل بیرونی (EEF) سازمان	مرحله ورودی	
ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) سازمان		
ماتریس سوات سازمان (SWOT)	مرحله تطبیق و مقایسه	
ماتریس داخلی خارجی (IE) سازمان		
ماتریس برنامه ریزی راهبردی کمی (EFQM) سازمان	مرحله تصمیم گیری	

مرحله شروع

تعیین بیانیه مأموریت^۱: از نظر کویگلی^۲ (۲۰۱۰) مأموریت، فلسفه وجودی و عمده ترین اهداف سازمان را بیان می کند. مأموریت نقشی است که یک سازمان در جامعه بر عهده گرفته است تا با ایفای آن خدمات مورد نظر را ارائه دهد و نیازهای جامعه را برآورده سازد (فروزنده دهکردی و همکاران، ۱۳۹۱).

1. mission

2. Quigley, Joseph (2010) "Vision: How Leaders Develop It and Share It and Sustain It, Business Horizons, PP: 29-58.

مرحله ورودی

الف. ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE): این ماتریس ابزاری است که به استراتژیست ها اجازه می دهد تا عوامل محیطی، اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، حقوقی، تکنولوژیکی و وضعیت بازار را در مقطع زمانی مورد نظر ارزیابی کنند و برای سازمان های دولتی و خصوصی و عمومی قابلیت کاربرد دارد (اعرابی، ۱۳۸۵ و پارسائیان و اعرابی، ۱۳۹۰).

ب. ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE): این ماتریس ابزاری جهت بررسی عوامل داخلی سازمان می باشد. در واقع، نقاط قوت و ضعف واحدهای سازمانی را ارزیابی می نماید (همان منبع).

مرحله تطبیق و مقایسه

الف- ماتریس سوات (SWOT)

مدل های مختلفی از برنامه ریزی راهبردی وجود دارد که ماتریس SWOT از اهمیت کاربردی بالایی برخوردار است. این ماتریس یکی از مهمترین ابزاری است که به مدیران کمک می کند تا ۴ نوع مختلف از استراتژی ها به نام های استراتژی ST,OW,SO و WT را با یکدیگر مورد مقایسه قرار دهند (اعرابی، ۱۳۸۵، پارسائیان و اعرابی، ۱۳۹۰ و بامبرگر، مشولم، ۱۳۸۳). این ماتریس با بررسی عوامل محیط درونی و بیرونی سازمان، امکان بررسی عوامل و مقایسه تنگناها، تهدیدها و جنبه های آسیب زننده به سازمان، فرصت ها، تهدیدها و موقعیت های محیط بیرونی را همراه با نقاط ضعف و قوت سازمان به وجود می آورد. هنگام تدوین برنامه های راهبردی، سازمان ها باید به بررسی، شناسایی و طبقه بندی جنبه های قوت و ضعف و نیز فرصت ها و تهدیدهایی بپردازند که در محیط بیرونی وجود دارند و موجب رشد یا اضمحلال سازمان می شوند. بنابراین نمی توان بدون توجه و بهره برداری از SWOT انتظار برنامه ریزی کاملی داشت و اگر هم برنامه ریزی صورت گیرد، تحقق آن امکان پذیر نیست (طیبی و ملکی ۱۳۸۹).

ب- ماتریس داخلی و خارجی (IE)

برای تجزیه و تحلیل همزمان عوامل داخلی و خارجی، از ابزاری به نام ماتریس داخلی و خارجی استفاده می شود. این ماتریس برای تعیین موقعیت سازمان/ شرکت یا کسب و کار مورد استفاده قرار می گیرد. به عبارت دیگر، یک سازمان/ شرکت می تواند با استفاده از این ماتریس، ترکیب و تکلیف واحدهای کسب و کار خود را تعیین کند. برای تشکیل این ماتریس، باید نمرات حاصل از ماتریس های ارزیابی عوامل داخلی و خارجی را به ترتیب در ابعاد افقی و عمودی این ماتریس قرار داد تا جایگاه سازمان یا کسب کار در خانه های این ماتریس مشخص گردد و بتوان استراتژی مناسبی را برای آن اتخاذ نمود. ماتریس داخلی و خارجی به دو شکل ارائه می شود. ماتریس نه خانه ای و ماتریس چهارخانه ای. اما با توجه به این که بر اساس چارچوب سوات چهار دسته استراتژی (WT,WO,ST,SO) برای سازمان معین می شود، شایسته است این ماتریس هم به گونه ای ترسیم شود که نشان دهنده چهار خانه اصلی و متعاقب آن توصیه کننده چهار دسته استراتژی اصلی باشد (اعرابی، ۱۳۸۵ و پارسائیان و اعرابی، ۱۳۹۰). در ماتریس چهارخانه ای چنانچه موقعیت سازمان یا کسب و کار از حیث نمرات عوامل خارجی و داخلی در خانه I باشد، استراتژی محافظه کارانه (نگهداری، حمایت درونی) اگر در خانه II باشد، استراتژی تهاجمی (رشد و توسعه) چنانچه در خانه III باشد، استراتژی تدافعی (برداشت، واگذاری، کاهش و انحلال) و بالاخره اگر در خانه IV باشد، استراتژی رقابتی (نگهداری- حمایت بیرونی) توصیه می شود. فلسفه استفاده از این ماتریس بر این است که بیشتر آن دسته استراتژی هایی را در ماتریس برنامه ریزی استراتژیک کمی برگزینیم که مربوط به منطقه ای است که سازمان در آن موقعیت قرار گرفته است (همان منبع).

مرحله تصمیم گیری: ماتریس برنامه ریزی راهبردی کمی (QSPM)

یکی از تکنیک ها و ابزارهای بسیار شایع در ارزیابی گزینه های استراتژیک و مشخص نمودن جذابیت نسبی استراتژی ها که در مرحله تصمیم گیری مورد استفاده قرار می گیرد، ماتریس برنامه ریزی استراتژیک کمی می باشد (همان منبع). برای تهیه این ماتریس از تجزیه و تحلیل مراحل قبلی چارچوب جامع تدوین استراتژی استفاده می شود.

یافته های پژوهش

بیانیه ماموریت اداره کل ورزش و جوانان استان بوشهر

"بسترسازی برای حضور حداکثری مردم در ورزش و ارتقای سطح ورزش قهرمانی از طریق شکوفایی استعداد و پرورش نخبگان ورزشی استان با بهره گیری از کلیه منابع و امکانات موجود در راستای سیاست های وزارت ورزش و جوانان".

ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE) اداره کل ورزش و جوانان استان بوشهر

پس از تکمیل پرسشنامه باز شناسایی فرصت ها و تهدیدها و نقاط قوت و ضعف اداره کل ورزش و جوانان استان توسط جامعه آماری و اجرای تکنیک دلفی، عوامل خارجی اثرگذار بر سازمان شناسایی شد و سپس در قالب فرصت ها، تهدیدها و نقاط قوت و ضعف به لحاظ اهمیت در ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE) مورد ارزیابی و سنجش قرار گرفت که نتایج آن در جدول ۱ و ۲ مشاهده می شود.

جدول ۱: ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE) اداره کل ورزش و جوانان استان بوشهر

نمره	رتبه	ضریب	موضوع
۴۸	۴	۱۲	وجود شرکت ها و صنایع عظیم انرژی- اقتصادی در استان
۴۸	۴	۱۲	برخوردار بودن استان از اقلیم مناسب جهت توسعه ورزش های آبی و ساحلی
۱۲	۲	۶	بالا بودن جمعیت جوان، مستعد و علاقمند به ورزش در استان
۱۵	۳	۵	وجود مراکز علمی و دانشگاهی در استان در بخش تربیت بدنی
۱۲	۲	۶	وجود فضاهای ورزشی مناسب سایر ارگان های دولتی در استان
۴	۲	۲	همجواری با کشورهای حاشیه خلیج فارس و استانهای مستعد
۲۴	۳	۸	وجود بستر مناسب اطلاع رسانی رویدادهای ورزشی از طریق رسانه و مطبوعات
۴۰	۴	۱۰	محدودیت منابع مالی در ورزش استان
۲۴	۳	۸	دخالت افراد غیر متخصص در تصمیم گیری های ورزش استان
۲۴	۳	۸	شرایط نامساعد آب و هوایی در بیشتر ماه های سال

۱۸	۳	۶	هزینه های بالای نگهداری و عمر کوتاه سازه های ورزشی با توجه به شرایط اقلیمی
۲۱	۳	۷	پایین بودن سطح سرمایه گذاری بخش خصوصی
۸	۲	۴	ناهنجاری های اجتماعی در محیط های ورزشی
۲	۱	۲	کند بودن سرعت اجرای پروژه های ملی
۸	۲	۴	وجود عوامل محدود کننده در تملک اراضی با کاربری ورزشی
۳/۰۸	جمع کل		

۲۰۹

نتایج حاصل از ماتریس ارزیابی محیط خارجی در جدول ۱ نشان می دهد که اداره کل ورزش و جوانان استان بوشهر از نظر فرصت ها و تهدید های محیط خارجی با نمره ۳/۰۸ در وضعیتی بالاتر از میانگین قرار دارد. ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) اداره کل ورزش و جوانان استان بوشهر

جدول ۲: ماتریس ارزیابی عوامل داخلی اداره کل ورزش و جوانان استان بوشهر (IFE)

نمره	رتبه	ضریب	موضوع
۳۶	۴	۹	وجود فضاهای ورزشی مناسب در استان
۱۵	۳	۵	توانمندی استان در پذیرش میزبانی مسابقات کشوری و اردوهای ملی با توجه به وضعیت اقلیمی و منطقه ای
۱۸	۳	۶	کسب مدال های جهانی، پارالمپیک و آسیایی
۲۰	۴	۵	وجود نیروهای متخصص و مجرب در بدنه ورزش استان
۱۵	۳	۵	تعامل مناسب با دستگاه ها و سایر نهادهای اجرایی
۱۲	۳	۴	تدوین و اجرای طرح سالیانه ارزشیابی عملکرد هیئت های ورزشی استان
۲۸	۴	۷	تشکیل دوره های آموزشی در سطوح مختلف
۱۵	۳	۵	برگزاری مسابقات استانی در قالب لیگ
۸	۱	۸	ضعف در مدیریت منابع نیروی انسانی و عوامل انگیزشی در ورزش
۷	۱	۷	فقدان سیستم جذب پرورش و مدیران ورزشی
۸	۱	۸	فقدان برنامه صحیح در توزیع هدفمند منابع مالی و امکانات
۱۶	۲	۸	سستی بودن روشهای نظارتی
۱۰	۱	۱۰	فقدان برنامه جامع و هدفمند در ورزش استان
۱۲	۲	۶	برخوردار نبودن رشته های پایه و پر مدال و آبی و ساحلی از امکانات و تاسیسات اختصاصی و استاندارد

۵	۱	۵	کمبود فضای ورزشی مناسب منابع مالی و نیروی انسانی در ورزش بانوان
۴	۲	۲	هدفمند نبودن فعالیت های فرهنگی نسبت به اهداف سازمانی
۲/۲۹	جمع کل		

همانگونه که در جدول ۲ مشاهده می شود اداره کل ورزش و جوانان استان بوشهر از نظر عوامل قوت ها و ضعف های درون سازمانی با نمره ۲/۲۹ در وضعیتی پایین تر از میانگین قرار دارد.

ماتریس ارزیابی نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدها و استراتژی های تدوین شده

در ادامه، با توجه به نقاط قوت و ضعف داخلی سازمان، فرصت ها و تهدیدهای بیرونی سازمان و ماتریس های ارزیابی محیط های داخلی و خارجی و اصلاح و تایید آنها در جلسات شورای راهبردی و نیز نتایج حاصل از فرم های تعیین استراتژ، برای هر یک از نواحی چهار گانه ماتریس سوات راهبردهایی تدوین گردید. که کلیه موارد مذکور در جدول ۳ خلاصه گردیده است.

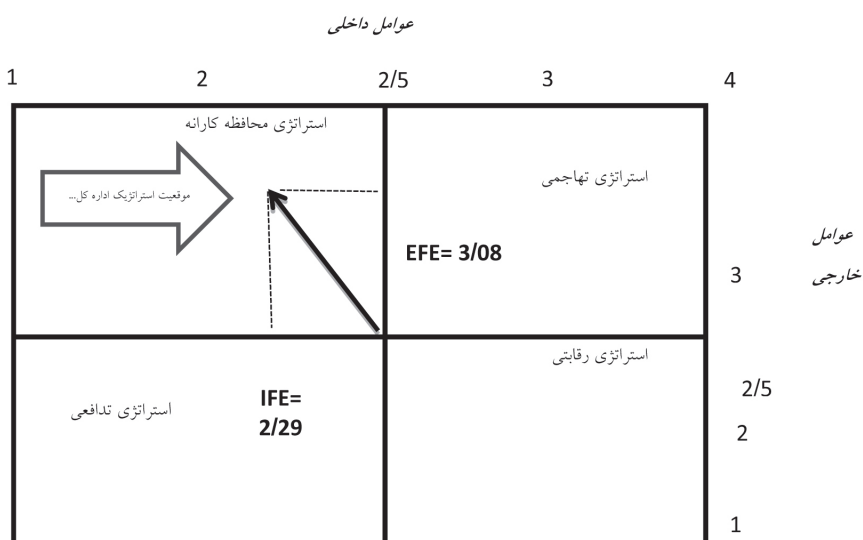
جدول ۳: ماتریس ارزیابی نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدهای اداره کل ورزش و جوانان استان بوشهر (SWOT)

نقاط قوت اداره کل ورزش و جوانان استان (S)	نقاط ضعف اداره کل ورزش و جوانان استان (W)	
- وجود فضای ورزشی مناسب در استان - برخوردار بودن اداره کل ورزش و جوانان استان از امکانات لازم جهت پذیرش میزبانی مسابقات کشوری و اردوهای ملی در برخی از رشته های ورزشی در فصول خاص - کسب مدال های جهانی، پارالمپیک، آسیایی - وجود نیروی متخصص و مجرب در بدنه ورزش استان - تعامل مناسب با دستگاه ها و سایر نهادهای اجرای - تدوین و اجرای طرح سالیانه ارزشیابی عملکرد هیئت های ورزشی استان - تشکیل دوره های آموزشی در سطوح مختلف - برگزاری مسابقات استانی در قالب لیگ	- ضعف در مدیریت منابع نیروی انسانی و عوامل انگیزشی در ورزش استان - فقدان سیستم جذب و پرورش مدیران ورزشی - فقدان برنامه صحیح در توزیع هدفمند منابع مالی و امکانات - سستی بودن روش های نظارتی - فقدان برنامه جامع و هدفمند در ورزش استان (ناهماهنگی ساخت و سازها با نیازهای ورزشی، فقدان برنامه جامع تحقیقاتی و پژوهشی در زمینه ورزشی و...) - برخوردار نبودن رشته های پایه، پرمثال و آبی و ساحلی از امکانات و تاسیسات اختصاصی و استاندارد - کمبود فضای ورزشی مناسب، منابع مالی و نیروی انسانی در ورزش بانوان - هدفمند نبودن فعالیت های فرهنگی نسبت به اهداف سازمانی	

استراتژی های قوت فرصت (SO) اجرای فرایندهای استعداد یابی و نخبه پروری و انگیزش عمومی جهت حضور در ورزش • استفاده از منابع استان از طریق شناسایی و تعامل با بخش های دولتی و غیر دولتی	استراتژی های ضعف فرصت (WO) بکارگیری شیوه های نوین در جذب و • توانمندسازی منابع انسانی توسعه و استانداردسازی زیر ساخت ها، تجهیزات، اماکن و تاسیسات ورزشی اداره • کل ورزش و جوانان استان بوشهر توسعه و تعالی ورزش بانوان در اداره کل ورزش و جوانان استان	فرصت های اداره کل ورزش و جوانان استان (O) • وجود شرکت ها و صنایع عظیم انرژی و اقتصادی در استان • برخورداری استان از اقلیم مناسب جهت توسعه ورزش های آبی و ساحلی • بالا بودن جمعیت جوان، مستعد و علاقمند به ورزش در استان • وجود مراکز علمی و دانشگاهی در استان در قالب رشته تربیت بدنی • وجود فضاهای ورزشی مناسب در شرکت ها و ارگان های دولتی استان • همجواری با کشورهای حاشیه خلیج فارس و استان های مستعد • وجود بستر مناسب اطلاع رسانی رویدادهای ورزشی از طریق رسانه و مطبوعات
استراتژی های قوت و تهدید (ST) افزایش وجهه فرهنگی اجتماعی سازمان و بهره مندی از باورهای ملی و اعتقادات دینی در توسعه فرهنگ ورزش	استراتژی های ضعف و تهدید (WT) افزایش بهره وری، جذب و توزیع اثربخش منابع مالی سازمان و صرفه جویی در هزینه ها • تقویت شیوه های نظارت و ارزشیابی عملکرد در ساختار اداره کل ورزش و جوانان استان بوشهر	تهدید های اداره کل ورزش و جوانان استان (T) • وضعیت مالی بی ثبات، تورم و تحریم های بین المللی و تأثیرات آن بر ورزش کشور • محدودیت منابع مالی در ورزش استان • دخالت افراد غیر متخصص در تصمیم گیری های ورزش استان • شرایط نا مساعد آب و هوایی در بیشتر ماه های سال • هزینه های بالای نگهداری و عمر کوتاه سازه های ورزشی با توجه به شرایط اقلیمی • پایین بودن سطح سرمایه گذاری بخش خصوصی • ناهنجاری های اجتماعی در محیط های ورزشی • کند بودن سرعت اجرای پروژه های ملی • وجود عوامل محدود کننده در تملک اراضی با کاربری ورزشی

ماتریس داخلی - خارجی (IE) و موقعیت راهبردی اداره کل ورزش و جوانان استان بوشهر
با توجه به نتایج حاصل از ماتریس های ارزیابی عوامل خارجی و داخلی که به ترتیب در جداول ۲ و ۳ آمده اند، ماتریس داخلی و خارجی به شرح ذیل است:

نمودار ۲: ماتریس داخلی خارجی (IE) و تعیین موقعیت راهبردی اداره کل ورزش و جوانان استان بوشهر



همانگونه که مشاهده می شود جمع نمره های های نهایی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (۲/۲۹) و ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (۳/۰۸) نشان دهنده این است که سازمان در مجموع در وضعیت استراتژی محافظه کارانه قرار گرفته است و بر این اساس، اداره کل ورزش و جوانان استان بوشهر باید بیشتر از استراتژی های محافظه کارانه که هدف آنها "حفظ وضعیت موجود" باشد، استفاده نماید. در این واحدها، استراتژی های رسوخ در بازار (بالا بردن سهم بازار برای محصولات یا خدمات کنونی از مجرای افزایش تلاش هایی که در زمینه بازاریابی انجام می شود) و توسعه محصول (بالا بردن فروش از طریق بهبود بخشیدن به محصولات و خدمات کنونی یا عرضه نوع جدید آن محصولات و خدمات) بسیار متداول است.

اولویت بندی منطقه ای و کلی استراتژی های اداره کل ورزش و جوانان استان بوشهر
در این بخش، استراتژی های تمام نواحی در ماتریس برنامه ریزی کمی به صورت منطقه ای و نیز به صورت کلی با یکدیگر مقایسه و رتبه بندی گردیده اند که نتایج آن در جدول ۴ نشان داده شده است.

جدول ۴: اولویت استراتژی های منطقه ای و کلی بر اساس ماتریس برنامه ریزی راهبردی کمی (QSPM)

نوع استراتژی	اولویت منطقه ای	اولویت کلی	نمره	عنوان استراتژی
WT	اول	اول	۳/۲۳	افزایش بهره وری، جذب و توزیع اثربخش منابع مالی سازمان و صرفه جویی در هزینه ها

توسعه و استانداردسازی زیر ساخت ها، تجهیزات، اماکن و تاسیسات ورزشی اداره کل ورزش و جوانان استان بوشهر	۳/۱۹	دوم	دوم	WO
تقویت شیوه های نظارت و ارزشیابی عملکرد در ساختار اداره کل ورزش و جوانان استان بوشهر	۳/۱۳	سوم	دوم	WT
توسعه و تعالی ورزش بانوان استان بوشهر	۲/۹۹	چهارم	سوم	WO
استفاده از منابع استان بوشهر (گمرک، شرکت نفت، صنایع دریایی و ...) و تعامل با آنها به منظور کسب حمایت مالی و تسهیلاتی	۲/۹۶	پنجم	اول	SO
اجرای فرایندهای استعداد یابی و نخبه پروری و انگیزش عمومی جهت حضور در ورزش	۲/۹۲	ششم	دوم	SO
بکارگیری شیوه های نوین در جذب و توانمندی سازی منابع انسانی	۲/۷۸	هفتم	اول	WO
افزایش وجهه فرهنگی اجتماعی سازمان و بهره مندی از باورهای ملی و اعتقادات دینی در توسعه فرهنگ ورزش	۲/۴۵	هشتم	اول	ST

بحث و نتیجه گیری

ماموریت: همان گونه که در بیانیه ماموریت تدوین شده مشاهده می شود دو عامل فراهم سازی و تقویت شرایط فیزیکی (اماکن، تاسیسات و تجهیزات ورزشی مورد نیاز) و فرهنگی (توجه و گرایش اقشار مختلف جامعه به ورزش و سلامتی) از مهمترین زمینه های توسعه ورزش و سلامتی از طریق افزایش حضور حداکثری مردم در ورزش و برنامه های ورزشی است. همچنین، توسعه ورزش قهرمانی از طریق توجه به ورزش های پایه و آموزشی و نگاه مدیریتی به کل موارد مذکور در خور توجه است.

عوامل خارجی: یافته های حاصل از جدول ۱ نشان می دهد که به طور کلی ۷ فرصت و ۸ تهدید اداره کل ورزش و جوانان استان بوشهر را تحت تاثیر قرار می دهند. آن چه که در فرصت ها قابل توجه بود، وجود بزرگ ترین صنایع نفت و گاز کشور در این استان بود که در کنار برخورداری از شرایط خاص اقلیمی و آب و هوایی با بهره مندی از بزرگترین سواحل کشور زمینه مناسبی را جهت بهره گیری از حمایت های مالی و توریسم ورزشی ایجاد می کند. از سوی دیگر، کم توجهی مدیران ارشد استان به ورزش و عدم استفاده از افراد متخصص در سیاست گذاری های کلان ورزش از جمله تهدید هایی بود که باعث شده بود که این سازمان ورزشی از منابع مالی محدودی برخوردار باشد.

عوامل داخلی: یافته های جدول ۲ نشان می دهد که میزان مطلوب فضاهای ورزشی از نظر کمی (بدون توجه به میزان کارایی و نیز کیفیت و استاندارد و نحوه نگهداری آنها) نقطه قوتی است که در کنار وجود نیروهای

متخصص و مجرب در بدنه ورزش استان، شرایط را برای توسعه ورزش بوشهر و نیز برگزاری رویدادهای ملی و منطقه ای میسر سازد. این در حالی است که سیستم سنتی نظارت و ارزشیابی مدیریت ورزش و عدم برخورداری اماکن و تاسیسات ورزشی استان از مدیریت صحیح توسعه و نگهداری و نیز کمبود فضای ورزشی مناسب، منابع مالی و نیروی انسانی در ورزش بانوان از جمله نقاط ضعف بودند.

ماتریس SWOT و اولویت استراتژی های اداره کل ورزش و جوانان استان بوشهر: یافته های جدول ۳ نشان می دهد که به طور کلی ۸ نقطه قوت و ۸ نقطه ضعف، ۷ فرصت و ۸ تهدید سازمان را تحت تاثیر قرار می دهند. از سوی دیگر، نمودار ۲ نشان می دهد که سازمان در موقعیت استراتژی های محافظه کارانه قرار دارد؛ بدین مفهوم که از نظر عوامل داخلی در نقطه ای پایین تر از میانگین است و نمی تواند در تدوین استراتژی ها محافظه کاری را لحاظ نکند. از نظر عوامل خارجی در نقطه ای بالاتر از میانگین بود؛ بدین مفهوم که می تواند با تکیه بر فرصت های بی نظیری همچون صنایع عظیم انرژی نفت و گاز پارس و موقعیت اقلیمی مطلوب برای ورزش های آبی و ساحلی، استراتژی های خوبی را ارائه دهد. با توجه به موارد مذکور در نهایت ۸ استراتژی تدوین گردید که ۳۷/۵ درصد از آنها متعلق به منطقه WO، ۲۵ درصد متعلق به منطقه SO، ۲۵ درصد متعلق به WT و ۱۲/۵ درصد هم متعلق به منطقه ST بود. پس از آنکه استراتژی های تدوین شده در جدول QSPM قرار گرفتند، مشخص شد که استراتژی های افزایش بهره وری، جذب و توزیع اثربخش منابع مالی سازمان و صرفه جویی در هزینه ها، توسعه و استانداردسازی زیر ساخت ها، تجهیزات، اماکن و تاسیسات ورزشی اداره کل ورزش و جوانان استان بوشهر و تقویت شیوه های نظارت و ارزشیابی عملکرد در ساختار سازمان از جمله مهمترین راهبردهای این سازمان است. اگر چه که سایر استراتژی های تدوین شده از قبیل توسعه و تعالی ورزش بانوان استان بوشهر و استفاده از منابع استان بوشهر (گمرک، شرکت نفت، صنایع دریایی و ...) و تعامل با آنها به منظور کسب حمایت مالی و تسهیلاتی هم در خور توجه و اهمیت ویژه هستند.

منابع

- اعرابی، سید محمد. (۱۳۸۵). **دستنامه برنامه ریزی استراتژیک**. تهران، دفتر پژوهش های فرهنگی.
- الوانی، مهدی. (۱۳۸۴). **مدیریت عمومی**. چاپ بیست و سوم، تهران: انتشارات نشر نی
- استونر، جیمز ای. اف؛ فری من، ادوارد آر و گیلبرت، دانیل آر. (۱۳۸۲). **مدیریت**. علی پارسایان و سید محمد اعرابی. تهران: انتشارات دفتر پژوهش های فرهنگی
- آکر، دیوید. (۱۳۸۵). **مدیریت راهبردی بازار**. حسن صفرزاده و علی اکبر فرهنگی. تهران: انتشارات کتاب پویش
- آقازاده، هاشم. (۱۳۸۱). **"طراحی و تبیین مدل برنامه ریزی راهبردی برای صنایع کوچک و مقایسه تطبیقی با صنایع بزرگ"**. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران.
- آهنگی، محمد. (۱۳۸۶). **مدیریت راهبردی: نگرشی نو بر مدیریت راهبردی در تئوری و عمل**. چاپ اول، تهران: انتشارات دستان
- بامبرگر، پیترو و مشولم، لن. (۱۳۸۳). **استراتژی منابع انسانی؛ تدوین، اجرا و آثار**. علی پارسائیان و سید محمد اعرابی. تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی.
- مبینی دهکردی، علی و سلمانپور خوبی، مجید. (۱۳۸۷). **"درآمدی بر برنامه ریزی راهبردی و عملیاتی"**. مقالات راهبردی یاس. سال دوم، شماره ششم، ص ۱۸۷-۲۰۲.
- حسینی، سید شاهر. (۱۳۸۸). **"تدوین استراتژی استعدادیابی در ورزش قهرمانی کشور"**. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شمال.
- حمیدی، مهرزاد؛ الهی، علیرضا و اکبری یزدی، حسین. (۱۳۸۷). **تدوین اهداف کلان، سیاست ها و راهبردهای ورزش دانشجویی کشور**. وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، پژوهشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی.
- حمیدی زاده، محمد رضا. (۱۳۸۴). **برنامه ریزی راهبردی**. تهران: انتشارات سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه ها (سمت)
- خسروی زاده، اسفندیار. (۱۳۸۶). **"تدوین برنامه راهبردی کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران (۲۰۱۶ - ۲۰۰۹)"**. رساله دکتری، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه تهران.
- خسروی زاده، اسفندیار؛ حمیدی، مهرزاد؛ یدالهی، جهانگیر و خبیری، محمد. (۱۳۸۸). **"شناسایی قوت ها، ضعف ها، فرصت ها و تهدید های کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران و تنگناها و چالش های فراوی آن"**. نشریه مدیریت ورزشی. تهران: پایگاه نشریات الکترونیکی دانشگاه تهران.
- دیوید، فرد آر. (۱۳۹۰). **مدیریت استراتژیک**. علی پارسائیان و سید محمد اعرابی. چاپ نوزدهم، تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی
- رابینز، استیفن پی و دیوید ای. دی سنزو. (۱۳۸۲). **مبانی مدیریت**. سید محمد اعرابی و همکاران، تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی
- رابینسون، متیو. (۱۳۹۲). **مدیریت باشگاه ورزشی**. رحیم رضائی نژاد و همکاران. تهران: نشر علم و حرکت
- رشید لمیر، امین، دهقان قهفرخی، امین، رشید لمیر، امیر. (۱۳۹۲). **"تدوین برنامه راهبردی اداره کل ورزش و جوانان استان خراسان رضوی در حوزه ورزش و تربیت بدنی"**. مدیریت ورزشی. دوره ۵، شماره ۴.
- نیون پل آر. (۱۳۸۶). **ارزیابی متوازن- گام به گام راهنمای طراحی و پیاده سازی**. پرویز بختیاری،

- صنم اله قلی، آناهیتا خزاعی و شیمیا مشایخی. چاپ اول، تهران: نشر سازمان مدیریت صنعتی
- کوننز، هرولد؛ اودانل، سیریل و ویهریخ، هاینز. (۱۳۷۸). **اصول مدیریت**. محمد علی طوسی و همکاران. تهران: انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی
 - فروزنده دهکردی، لطف الله؛ امینی، محمد تقی و خباز باویل، صمد. (۱۳۹۱). **برنامه ریزی و مدیریت راهبردی با رویکرد تدوین استراتژی**. تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور
 - کشاورز لقمان. (۱۳۸۸). **"تعیین مدل پیاده سازی استراتژی کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران با رویکرد BSC"**. رساله دکتری، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه تهران.
 - گودرزی، محمود. (۱۳۸۶). **"طراحی و تدوین نظام جامع ورزش کشتی کشور"**. نشریه پژوهش در علوم ورزشی. شماره ۱۴.
 - سجادی، نصرالله. (۱۳۸۴). **"طرح جامع ورزش ایران از استراتژی تا عمل"**. پنجمین همایش بین المللی تربیت بدنی، دانشگاه شهید بهشتی.
 - سیف پناهی شعبانی، جبار. (۱۳۸۸). **"طراحی و تدوین استراتژی توسعه ورزش قهرمانی استان کردستان"**. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
 - طبیبی، جمال الدین و ملکی، محمدرضا. (۱۳۸۴). **برنامه ریزی راهبردی**. چاپ دوم، ترمه
 - عبدالهی، محمد حسن. (۱۳۹۳). **"تدوین برنامه راهبردی باشگاه فولاد ماهان سپاهان و ارائه مدل پیاده سازی آن با رویکرد کارت امتیازی متوازن"**. رساله دکتری، تهران، دانشگاه خوارزمی.
 - عربشاهی، معصومه. (۱۳۸۸). **"مدیریت راهبردی و ضرورت و موانع بکارگیری آن در سازمان ها"**. فصل نامه تخصصی رشته مدیریت دانشگاه امام رضا(ع).
 - عسکریان، فریبا. (۱۳۸۳). **"بررسی وضعیت اقتصادی صنعت ورزش ایران در سال های ۱۳۷۷ و ۱۳۸۰ (با تکیه بر تخمین GDSP)"**. رساله دکتری، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران.
 - غفرانی، محسن. (۱۳۸۷). **"طراحی و تدوین استراتژی توسعه ورزش همگانی و قهرمانی استان سیستان و بلوچستان"**. رساله دکتری، دانشگاه تهران.
 - Ali Coşkun, Selman Tetik. (2013). **"Strategy Focused Sports Clubs: An Implementation of the Balanced Scorecard for Soccer Teams"**. International Conference on Economic and Social Studies. 10-11 May, 2013, Sarajevo.
 - (2011). **Carolina Golf Club Strategic Plan**. www.carolinagolfclub.memberstatements.com/Clubs/CSGCarolina.
 - **Canadian Sport Centre Pacific Strategic Plan (2010-2013)**. Revised: October 2010. www.cscpacific.ca.
 - **Finnish Sports Federation 2020 Strategy Map (2012)**. Suomen liikunta JA. www.slu.fi/@Bin/3781661/SLUstrategia2020_EN.pdf. http://en.wikipedia.org/wiki/Sports_club.
 - Johnston Stephen, Henry DeLozier. (2011). **Strategic Planning: A Road Map to Club Survival and Success**. GGAStrategicPlanningWhitePaper.pdf
 - Nikoie Nahid, Moosavi Seyyed Jafar. (2014). **"The effective factors on success of strategic planning In the Ministry of Youth Affairs and Sports"**. Journal of Novel Applied Sciences. Available online at www.jnasci.org ©2014 JNAS Journal-2014-3-2/161-164 ISSN 2322-5149 ©2014 JNAS.

- **STRATEGIC PLANNING FOR SPORT.** (2011). Sport England, London WC1B 4SE. www.sportengland.org/idoc.ashx?docid=97fd2a74.
- **Strategic Plan (2012). Sport and Recreation South Africa for the fiscal years 2012 – 2016.** www.srsa.gov.za/.../Strategic%20Plan%202012%202016.pdf.
- **Strategic Plan 2012 – 2015**(2012). North Cottesloe SLSC, www.ncslsc.com/.../NCSLSC%20Strategic%20Plan%20V1%20
- **Finnish Sports Federation 2020 Strategy Map - Suomen liikunta JA.** www.slu.fi/@Bin/3781661/SLUstrategia2020_EN.pdf.
- **Carolina Golf Club Strategic Plan** (2011). www.carolinagolfclub.memberstatements.com/Clubs/CSGCarolina.
- **Strategic plan, royal yacht club of victoria, 2010-2014**(2010). www.rycv.yachting.org.au/.../yachting/.../Strategic%20Plan%2
- **STRATEGIC PLAN, ALPINE CLUB OF CANADA, 2010-2014.**(2010). www.alpineclubofcanada.ca/whoweare/.../ACCStratPlan2009.p.
- **Strategic plan caven sports partnership, (2013-2015)**'Sport for life, Sport for all' - Cavan Local. www.cavansportspartnership.ie/file/csp-Strategy09-13.pdf.
- Thanos Kriemadis, Elena Theakou. (2007). **“Strategic Planning Models in Public and Non-Profit Sport Organization”**. XOPHIA – CHOREGIA, Sport Management International Journal, SMIJ – VOL. 3, Number 2, 2007, Scientific Forum in Sport Management.

تدوین برنامه راهبردی ورزش قهرمانی استان سمنان با روش ترکیبی SWOT و AHP

حسین زیاری^۱

سیدمصطفی طبیبی ثانی^۲

محمد حامی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۴/۱۱/۳

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۵/۲/۲۷

ورزش به عنوان بزرگترین پدیده اجتماعی جهانی، در زندگی انسان ها نقش بسیار مهمی دارد. در واقع، ورزش از ملزومات زندگی معاصر گردیده و بخشی از فرهنگ و هویت ملل محسوب می شود. ورزش نوعی بازی سازمان یافته و هدفمند است که در آن حرکت ها به منظور تقویت قوای جسمانی، افزایش روحیه و کسب مهارت اجرا می شود. بدیهی است که برنامه راهبردی در رسیدن به این اهداف، نقش مهمی را ایفا می کند. پژوهش حاضر با هدف تدوین برنامه راهبردی ورزش قهرمانی استان سمنان با روش ترکیبی SWOT و AHP انجام شد. روش تحقیق، توصیفی-پیمایشی است و برای تعیین گزینه های درخت سلسله مراتبی از نظرات خبرگان و صاحب نظران ورزش قهرمانی استان سمنان، کتاب ها و مقالات مرتبط و مباحث مطرح در جلسات شورای راهبردی در این زمینه استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش ۲۵۰ نفر متشکل از ۷۳ نفر از مدیران و روسای هیئت های ورزشی، ۴۳ نفر از کارشناسان ستادی و روسای ادارات ورزش و جوانان شهرستان ها، ۴۲ نفر از داوران و مربیان شاغل در لیگ های برتر رشته های ورزشی، ۶۳ نفر از قهرمانان ورزشی و ۲۹ نفر از صاحب نظران ورزش استان سمنان بود که حجم نمونه با توجه به جدول مورگان ۱۵۲ نفر تعیین گردید. پس از اعلام فراخوانی، از جامعه آماری خواسته شد تا عوامل داخلی (قوت و ضعف) و عوامل خارجی (فرصت و تهدید) در ورزش قهرمانی استان سمنان را اعلام نمایند و پس از شناسایی و دسته بندی

۱. دانشجوی دکتری تربیت بدنی، گرایش مدیریت ورزش، واحد شاهرود، دانشگاه آزاد اسلامی، شاهرود، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: ziari.hossein@gmail.com

۲. دکترای تربیت بدنی، گرایش مدیریت ورزشی، استادیار، واحد شاهرود، دانشگاه آزاد اسلامی، شاهرود، ایران

۳. دکترای تربیت بدنی، گرایش مدیریت ورزشی، استادیار، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران

نظرات، پرسشنامه مخصوص به روش ای اچ پی طراحی گردید. روایی محتوایی پرسشنامه توسط متخصصان و صاحب‌نظران تایید شد و پایایی آن نیز با آلفای کرونباخ $0/89$ به دست آمد. برای تحلیل و تعیین وزن نسبی داده‌های توصیفی از نرم افزار SPSS و برای تحلیل سلسله مراتبی از نرم افزار AHP Master استفاده گردید. در بخش نظر سنجی نیز ۱۵۲ نفر به عنوان نمونه آماری به روش تصادفی ساده انتخاب شدند. نتایج پژوهش نشان داد که بالاترین رتبه در بخش قوت‌ها به هیئت‌های ورزشی ساماندهی شده و منسجم در استان ($0/321$) و پایین‌ترین رتبه مربوط به وجود نیروی انسانی جوان و تحصیل‌کرده در سطح ادارات ورزش و جوانان استان سمنان ($0/056$) بود. در بخش ضعف‌ها، پایین بودن تعداد مدارس ورزش در سطح استان ($0/509$) بالاترین رتبه و عدم توجه به ورزش‌های پایه و نظام استعدادیابی علمی در ورزش استان سمنان ($0/079$) کمترین رتبه را کسب نمودند. در بخش فرصت‌ها، بالاترین رتبه به دیدگاه‌ها و رهنمودهای رهبران و مسئولان نظام ($0/365$) و کمترین رتبه وجود صنایع بزرگ و کوچک در استان ($0/076$) اختصاص داشت و در بخش تهدیدها، بالاترین رتبه مربوط به افزایش نرخ اعتیاد، طلاق و بزهکاری در استان سمنان ($0/312$) و کمترین رتبه مربوط به عدم وجود فرهنگ حمایت مالی از ورزش در حد انتظارات ورزشکاران ($0/0654$) بود.

واژگان کلیدی: راهبرد، ورزش قهرمانی، توسعه استان سمنان و AHP

مقدمه

ورزش به عنوان بزرگترین پدیده اجتماعی جهانی، در زندگی انسان ها نقش بسیار مهمی دارد. در واقع، ورزش از ملزومات زندگی معاصر گردیده و بخشی از فرهنگ و هویت ملل محسوب می شود. تغییر و تحولات جهانی و مقوله های زندگی معاصر، تربیت بدنی و ورزش را از ضروریاتی ساخته که دوری از آن اجتناب ناپذیر به نظر می رسد. امروزه ورزش از ضروری ترین نیازها و اساسی ترین مسائل جوامع بشری است؛ به طوری که کمتر کشوری را می توان یافت که فاقد سازمان ورزشی باشد. در بسیاری از جوامع پیشرفته امروزی جایگاه تربیت بدنی و ورزش برای پیشبرد اهداف کلان هر کشور مشخص و بدیهی است. آنچه علم تربیت بدنی را از سایر علوم معاصر متمایز می سازد، خیل عظیم مخاطبان آن در سراسر جهان است (قره و کلهر، ۱۳۹۴). یکی از ویژگی های عصر حاضر، سرعت تغییرات در محیط سازمانی و برون سازمانی است، این سرعت بالا در تغییرات محیطی، سازمان ها را ملزم می سازد تا پلی از زمان حال به آینده بسازند و با پیش بینی این تغییرات، سازمان را برای مواجهه با آن ها و اتخاذ تصمیمات درست و کارا آماده سازند. به نظر می رسد برنامه ریزی راهبردی، راه حل مناسبی برای این امر باشد (فولادوند، یارمحمدیان و شاه طالبی^۱، ۲۰۱۵). سازمان های امروزی بیشتر از گذشته، با فشارهای محیطی درگیر هستند. به منظور برداشتن گامی فراتر از رقبا باید به دنبال بهترین راهکار بود (ایورسن و کاسکل^۲، ۲۰۱۵). امروزه، مدیران سازمان ها از موفقیت ها و شکست ها به سرعت مطلع می شوند و مسیر موفقیت صنایع توسعه یافته را به دقت بررسی می کنند تا آنان نیز با بهره گیری از آن ها به رشد و ترقی دست یابند (شوهسینگ، جیتیپ و آنا^۳، ۲۰۱۵). برنامه ریزی در سیر تکاملی خود دستخوش تحولات بسیاری قرار گرفت که طی سه دوره گذار از دوره محصول گرایی در قرن نوزدهم به دوره بازارگرایی و در نهایت دوره فرا صنعتی، قابل تفکیک است (کاسمنتینی و افندی^۴، ۲۰۱۵). این گذار باعث شد برنامه ریزی، روش ها و انواع آن متناسب با نیاز هر دوره متحول شود (نظری، رضوی و حسینی، ۱۳۹۴). مدیریت، فرآیند به کارگیری مؤثر و کارآمد منابع مادی و انسانی در برنامه ریزی، سازماندهی، بسیج منابع و امکانات، هدایت و کنترل است که برای دستیابی به اهداف سازمانی و براساس نظام ارزشی مورد قبول، صورت می گیرد (بوحالی، مکداد، لبسیر و فرخا، ۲۰۱۵).

مدیریت راهبردی یک سازمان از چرخه ای تشکیل شده است که برنامه ریزی راهبردی، برنامه ریزی عملیاتی، بودجه ریزی، نظارت و ارزیابی عملکرد، اجزای اصلی آن هستند (سادریتنو^۵، ۲۰۱۵). برنامه راهبردی در جهت تجهیز منابع سازمان و وحدت بخشیدن به تلاش های آن برای نیل به رسالت و اهداف بلند مدت، با توجه به امکانات و محدودیت های درونی و بیرونی هر سازمان طراحی می شود (شعبانی، غفوری و هنری، ۱۳۹۴). در هزاره سوم، سازمان های ورزشی مانند بیشتر سازمان ها و نهادهای دیگر حوزه ها برای بقا و دوام در عرصه رقابت جهانی به سازمانی راهبرد محور تبدیل شده اند، چرا که تفکر راهبردی در جست و جوی چرخه های زاینده و پاینده برای سازمان است (نظری، احسانی، حمیدی و سالاری، ۱۳۹۳). تا زمانی که برای یک سازمان هدفی مشخص نشود آن سازمان نمی داند به کجا می خواهد برود و اگر هدف مشخص شود، ولی برنامه ریزی نشود آن سازمان نمی داند چگونه به آن هدف برسد. بنابراین هر سازمانی که به دنبال موفقیت است باید اهداف مشخص داشته باشد و نحوه و زمان رسیدن به آن هدف را نیز تعیین

1. Fooladvand, Yarmohammadian, & Shahtalebi

2. Iversen & Cuskelly

3. Shu-Hsiang, Jaitip, & Ana

4. Effendi & Kusmantini

5. Sudaryanto

کند، بر اساس برنامه تعیین شده به سمت اهداف مورد نظر پیش برود و همواره ناظر بر حرکت خود باشد تا انحرافات احتمالی را شناسایی و تعدیل کند (رشیدلمیر، دهقان‌فرخی و رشیدلمیر، ۱۳۹۲). در دنیای کنونی که با سرعت سرسام آور در حال تغییر است، دیگر نمی‌توان از تصمیم‌گیری‌های یکباره و مبتنی بر قضاوت شهودی استفاده کرد. امروزه سازمان‌هایی موفق خواهند بود که بتوانند از علم مدیریت راهبردی نهایت استفاده را ببرند (جوادی‌پورو سمیع‌نیا، ۱۳۹۲). سازمان‌های ورزشی کشور نیز به ضرورت برنامه‌ریزی راهبردی در ورزش پی برده‌اند و تحقیقاتی نیز در این زمینه انجام شده است و محدود سازمان‌های ورزشی در ایران به تدوین برنامه راهبردی پرداخته‌اند (رشیدلمیر و همکاران، ۱۳۹۲). مظفری و همکاران (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان "نظام جامع توسعه ورزش قهرمانی جمهوری اسلامی ایران"، قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای نظام ورزش قهرمانی کشور را در راستای ارتقای غرور ملی از طریق توسعه ورزش قهرمانی بیان کردند. همچنین، همتی نژاد (۱۳۸۷) در پژوهش خود به برنامه‌ریزی راهبردی فدراسیون قایقرانی و اسکی روی آب پرداخت. نتایج پژوهش آنها نشان داد ارتقای جایگاه فدراسیون قایقرانی و اسکی روی آب در منطقه و جهان به عنوان راهبردی برای قایقرانی و اسکی روی آب شناخته می‌شود. نصیرزاده (۱۳۸۷)، جهان‌بینی (۱۳۸۸) و یار احمدی (۱۳۸۸) نیز در تحقیق خود به تدوین استراتژی توسعه ورزش قهرمانی و همگانی استان کرمان و قم پرداختند. نتایج تحقیق آنها پس از تجزیه و تحلیل نقاط ضعف، قوت، فرصت‌ها و تهدیدها در ورزش قهرمانی و همگانی با تشکیل ماتریس ارزیابی هریک از عوامل داخلی و خارجی ورزش همگانی استان مشخص کرد که اداره کل تربیت بدنی استان کرمان باید از استراتژی رشد و توسعه در ورزش قهرمانی و همگانی استفاده نماید. همچنین چشم‌انداز جامعه مطلوب برای توسعه ورزش همگانی استان، سلامت جسمی و روانی و ترویج تحرک در بین مردم استان قم است. در تحقیقی که فیلیپ و ئنوژاکا و پدناکر در سال ۲۰۰۷ با موضوع "گسترش عمومی شرکت کنندگان در ورزش" انجام دادند به این نتیجه رسیدند که گسترش ورزش به صورت عمومی در جامعه، از طریق شرکت دادن محققان، سیاستمداران و افراد با تجربه به وجود می‌آید. حمیدی، الهی و اکبری یزدی (۱۳۸۷) نیز در تحقیقی با عنوان "تدوین اهداف کلان، سیاست‌ها و راهبردهای ورزش دانشجویی کشور"، راهبردهای ورزش دانشجویی دانشگاه‌های سراسری کشور را ارائه کردند که شامل واگذاری اختیارات اجرایی به دانشگاه‌ها، فدراسیون ملی و انجمن‌های ورزشی تخصصی و دانشجویی و تقویت نظام کار آفرینی و نهضت داوطلبی ورزش دانشجویی با تکیه بر دانشجویان تربیت بدنی بود. همچنین جوادی‌پور (۱۳۹۰) با بررسی وضعیت ورزش همگانی در کشورهای استرالیا، آلمان، ژاپن، مالزی، فنلاند و دانمارک نشان می‌دهد که برنامه منظم برای رشد و توسعه ورزش همگانی در این کشورها بیش از ۵۰ سال سابقه دارد. عوامل متعددی در این موفقیت نقش دارد که قبل از هر چیز می‌توان به رشد برنامه ورزش همگانی در چارچوب برنامه‌های ملی این کشورها و حمایت مؤثر دولت‌ها از این برنامه‌ها اشاره کرد. علاوه بر آن، توسعه باشگاه‌ها و اماکن عمومی ورزش و تأسیس و شکل‌گیری انجمن‌های تخصصی مربوط به ورزش همگانی نیز قابل ذکر است.

امروزه به وضوح روشن است که ساختار سازمان‌ها به گونه‌ای پیچیده شده که آن‌ها بدون برنامه‌ریزی‌های دقیق به هیچ وجه نمی‌توانند به حیات خود تداوم بخشند. سازمان‌های ورزشی استان سمنان نیز از این مقوله مستثنی نیستند. برنامه‌ریزی در سازمان‌های ورزشی همانند هر سازمان دیگری به عنوان مهمترین وظیفه مدیریت به شمار می‌رود. در حقیقت، برنامه‌ریزی و تعیین راهبرد در یک سازمان ورزشی باعث می‌شود تا اهداف همه فعالیت‌ها و تلاش‌های گروهی تعیین شده و نحوه دستیابی به آن اهداف طرح‌ریزی شود. ورزش همگانی نیز همانند هرسایتم دیگر نیازمند تدوین اهداف کلان، استراتژی‌ها و برنامه‌های عملیاتی است تا ضمن آگاهی از مسیر حرکت بتواند از هرگونه دوباره‌کاری، بیراهه رفتن و به هدر رفتن منابع مالی،

انسانی، فیزیکی و اطلاعاتی خود اجتناب ورزد. در همین راستا پژوهش حاضر به دنبال پاسخگویی به سوالات زیر است:

- نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید در سازمان های ورزشی استان سمنان شامل چه مواردی است؟
- اولویت بندی هر یک از راهبردها و استراتژی های شناسایی شده به چه ترتیب است؟

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ نحوه گردآوری داده ها، توصیفی - پیمایشی است. برای انجام این پژوهش ابتدا پس از انجام مطالعات کتابخانه ای، جستجو در منابع مختلف و تعیین مدل، طی فراخوانی پس از ارائه توضیحات و بیان هدف کلی کار، از کلیه کارشناسان و خبرگان ورزش قهرمانی استان سمنان خواسته شد تا به ارائه نظرات خود پیرامون عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف) و عوامل خارجی (فرصت ها و تهدیدها) پیش روی ورزش قهرمانی استان سمنان بپردازند. سپس از مجموع ۳۰ نظر شناسایی شده در شورای راهبردی اداره کل متشکل از مدیران، معاونان و کارشناسان اداره کل ورزش و جوانان استان سمنان، نظرات نادرست حذف و نظرات تکراری و دارای معانی مشترک درهم ادغام شدند تا در نهایت ۵ نقطه قوت، ۵ نقطه ضعف، ۵ فرصت و ۵ تهدید شناسایی به دست آمدند. برای احصای عوامل داخلی و خارجی اثرگذار بر ورزش استان از پرسشنامه محقق ساخته که دارای ۲۰ گویه شناسایی شده در حوزه برنامه راهبردی ورزش قهرمانی بود، استفاده شد. روایی محتوایی به تایید متخصصان مدیریت ورزشی و صاحب نظران در این حوزه و پایایی آن نیز با آلفای کرونباخ (۰/۸۹) به دست آمد. در این مرحله به منظور محاسبه وزن هر کدام از شاخص ها و رتبه بندی آن ها از روش AHP استفاده شد؛ بدین شکل که پرسشنامه ای متناسب با نرم افزار MASTER AHP طراحی گردید و در اختیار کارشناسان ورزش قهرمانی استان سمنان قرار گرفت. در این پرسشنامه کلیه شاخص ها به طور زوجی با یکدیگر مقایسه شدند و در خروجی نرم افزار وزن و رتبه هر شاخص و به تبع آن وزن هر کدام از عوامل با ترکیب وزن و رتبه اجزای آن محاسبه گردید. با توجه به این که روش تحلیل داده ها مبتنی بر مدل AHP است، ابتدا نرخ ناسازگاری مقایسات زوجی هر پاسخگو مورد کنترل قرار می گیرد و پس از اطمینان از وجود نرخ ناسازگاری قابل قبول (کمتر از ۰/۱) نظرات پاسخ دهندگان ترکیب می گردد و ماتریس مقایسه های زوجی گروه استخراج می شود. نرخ ناسازگاری، نشان دهنده میزان سازگاری مقایسات با یکدیگر است. با تعیین نرخ ناسازگاری، می توانیم به اولویت های تعیین شده اعتماد کنیم. به طور تجربی پذیرفته شده است که اگر نرخ ناسازگاری کمتر از (۰/۱) باشد می توان سازگاری مقایسات را پذیرفت. سلسله مراتب تصمیم، درختی است که با توجه به مسائل مورد نظر که قرار است درباره آن تصمیم گیری شود، دارای سطوح متعددی می باشد. سطح اول، هر درخت بیان کننده هدف تصمیم گیری است، سطح آخر آن بیان کننده گزینه هایی است که قرار است با یکدیگر مقایسه شوند و سطح میانی نشان دهنده شاخص هایی است که ملاک مقایسه گزینه ها هستند (معماریانی و آذر، ۱۳۷۳).

اطلاعات جمعیت شناختی

جامعه آماری این پژوهش شامل ۲۵۰ نفر از کارشناسان ورزش قهرمانی، مدیران ستادی و شهرستان های اداره کل ورزش و جوانان و روسای هیئت های ورزشی، ورزشکاران عضو تیم ملی، داوران و مربیان حاضر در لیگ های کشور از استان سمنان است که با استفاده از جدول مورگان ۱۵۲ نفر تعیین گردید. ۴۴ نفر از مدیران و روسای هیئت های ورزشی، ۲۶ نفر از کارشناسان ستادی و روسای ادارات ورزش و جوانان شهرستان ها، ۲۶ نفر از داوران و مربیان شاغل در لیگ های برتر رشته های ورزشی، ۳۸ نفر از قهرمانان ورزشی و ۱۸ نفر از

صاحب نظران ورزش استان که به روش تصادفی ساده به عنوان نمونه انتخاب شده بودند، به تکمیل پرسشنامه پرداختند.

یافته های پژوهش

در این بخش بر اساس فرآیند جامع راهبردی مورد استفاده در تحقیق، چشم انداز، مأموریت و اهداف مورد نظر تدوین شده است. برای تدوین چشم انداز، مأموریت و اهداف بلند مدت در ورزش قهرمانی استان سمنان از منابع مختلفی چون سند چشم انداز ایران در افق ۱۴۰۴، پیش نویس سند ملی ورزش کشور، طرح جامع ورزش کشور، ادبیات پیشینه تحقیق و نظرات خبرگان استفاده شده است. همچنین، با استفاده از روش دلفی در دو نوبت، برگزاری جلسات شورای راهبردی و چندین مرحله تحلیل، ۳۰ عامل شناسایی شد که در نهایت به دلیل همپوشانی، ۵ نقطه قوت، ۵ نقطه ضعف، ۵ فرصت و ۵ تهدید مشخص و جهت رتبه بندی از روش AHP استفاده گردید.

فهرست مقدماتی عوامل موثر بر ورزش قهرمانی استان سمنان به همراه اولویت بندی گویه ها در جدول ۱ آورده شده است.

جدول ۱: جدول SWOT ورزش قهرمانی استان سمنان

هیئت های ورزشی ساماندهی شده و منسجم در استان	S۱	قوت ها
وجود نیروی انسانی جوان و تحصیلکرده در سطح ادارات ورزش و جوانان استان سمنان	S۲	
تعداد مناسب داوران و مربیان در ورزش استان	S۳	
بالا بودن نرخ سرانه ورزشی نسبت به سایر استان های کشور	S۴	
وجود سالن های اختصاصی برای رشته های مختلف (خانه های ورزش)	S۵	
کمبود منابع و اعتبارات در ورزش قهرمانی استان سمنان	W۱	ضعف ها
نبود برنامه های راهبردی و مدون برای رشد و توسعه ورزش قهرمانی استان سمنان	W۲	
پایین بودن تعداد مدارس ورزش در سطح استان	W۳	
عدم وجود امکانات و تجهیزات سخت افزاری برای برگزاری و میزبانی رویدادهای بین المللی	W۴	
عدم توجه به ورزش های پایه و نظام استعدادیابی علمی در ورزش استان سمنان	W۵	
دیدگاه ها و رهنمودهای رهبران و مسئولان نظام و همچنین مسئولان استانی در خصوص اهتمام به ورزش قهرمانی	O۱	فرصت ها
موقعیت ژئوپلیتیک استان در مرکزیت کشور و نزدیکی به پایتخت	O۲	
وجود صنایع بزرگ و کوچک در استان	O۳	
تمایل و علاقه مردم به ورزش قهرمانی	O۴	
جمعیت جوان و مستعد استان	O۵	

تهدیدها	T _۱	عدم وجود رسانه های فراگیر و بروز در سطح استان برای پوشش اخبار و رشد فرهنگ آگاهی عمومی
	T _۲	عدم وجود برنامه های علمی و نظام مند بالادستی برای توسعه ورزش قهرمانی استان سمنان
	T _۳	افزایش نرخ اعتیاد، طلاق و بزهکاری در استان سمنان
	T _۴	عدم وجود فرهنگ حمایت مالی از ورزش در حد انتظارات ورزشکاران
	T _۵	عدم وجود وحدت فرماندهی و رویه در ورزش قهرمانی استان و موازی کاری

بعد از تشکیل جلسات متعدد، بعضی از گویه ها حذف یا تعدیل و بعضی گویه ها نیز به فهرست SWOT اضافه شد. در جدول ۱، ۵ گویه به عنوان نقاط قوت، ۵ گویه به عنوان نقاط ضعف، ۵ گویه به عنوان فرصت و ۵ گویه نیز به عنوان تهدید برای تدوین برنامه راهبردی ورزش قهرمانی استان سمنان شناسایی شدند. برای رتبه بندی و میزان اهمیت و اولویت گویه ها از نرم افزار AHP استفاده گردید.

در این مرحله ابتدا در نرم افزار AHP Master به مدل سازی پرداختیم و با ورود اطلاعات به نرم افزار در چهار بخش فرصت، تهدید، نقاط قوت و نقاط ضعف مقادیر وزنی را در هر قسمت محاسبه نمودیم. رتبه هرکدام از شاخص ها را به دست آوردیم و سپس با ترکیب وزن و رتبه هرکدام از عوامل، ماتریس ارزیابی درونی و بیرونی سازمان را برای تعیین موقعیت راهبردی تشکیل دادیم (جدول ۲ و ۳).

فهرست مقدماتی قوت های ورزش قهرمانی استان به همراه وزن نسبی، رتبه و ضریب اهمیت در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲: بررسی عوامل داخلی

عوامل داخلی	متغیر	وزن نسبی	رتبه	ضریب اهمیت (وزن*رتبه)
قوت ها	S _۱	۰/۱۸۶	۱/۷۳	۰/۳۲۱۷۸
	S _۲	۰/۰۴۲	۱/۳۴	۰/۰۵۶۲۸
	S _۳	۰/۰۵۳	۱/۷۱	۰/۰۹۰۱
	S _۴	۰/۰۵۱	۱/۲۳	۰/۰۶۲۷۳
	S _۵	۰/۰۹۱	۱/۶۴	۰/۱۴۹۲۴
ضعف ها	W _۱	۰/۱۴۴	۲/۷	۰/۳۸۸۸
	W _۲	۰/۱۷۶	۲/۱	۰/۳۶۹۶
	W _۳	۰/۱۸۲	۲/۸	۰/۵۰۹۶
	W _۴	۰/۰۳۷	۲/۷	۰/۰۹۹۹
	W _۵	۰/۰۳۸	۲/۱	۰/۰۷۹۸
جمع		۱	-	۲/۱۲۷۸۳

پس از آنکه عوامل درونی (قوت ها و ضعف ها) شناسایی و به آنها رتبه داده شد، مشخص گردید که

بالاترین رتبه در بخش قوت ها به هیئت های ورزشی ساماندهی شده و منسجم در استان، وجود سالن های اختصاصی برای رشته های مختلف (خانه های ورزش) و تعداد مناسب داوران و مربیان در ورزش استان و پایین ترین رتبه مربوط به وجود نیروی انسانی جوان و تحصیلکرده در سطح ادارات ورزش و جوانان استان سمنان و بالا بودن نرخ سرانه ورزشی نسبت به سایر استان های کشور است. در بخش ضعف ها، پایین بودن تعداد مدارس ورزش در سطح استان، کمبود منابع و اعتبارات در ورزش قهرمانی استان سمنان و نبود برنامه های راهبردی و مدون برای رشد و توسعه ورزش قهرمانی استان سمنان بالاترین رتبه را کسب کردند و عدم توجه به ورزش های پایه و نظام استعدادیابی علمی در ورزش استان سمنان و عدم وجود امکانات و تجهیزات سخت افزاری برای برگزاری و میزبانی رویدادهای بین المللی کمترین رتبه را به دست آوردند.

جدول ۳: بررسی عوامل خارجی

عوامل داخلی	متغیر	وزن نسبی	رتبه	ضریب اهمیت (وزن*رتبه)
فرصت ها	O۱	۰/۱۷۴	۲/۱	۰/۳۶۵۴
	O۲	۰/۱۸۶	۱/۷	۱/۳۱۶۲
	O۳	۰/۰۵۷	۱/۳۴	۰/۰۷۶۳۸
	O۴	۰/۰۴۱	۲/۱	۰/۰۸۶۱
	O۵	۰/۱۱	۲/۲	۰/۰۲۴۲
تهدید ها	T۱	۰/۱۲۴	۲/۱	۰/۲۶۰۴
	T۲	۰/۱۳۴	۲/۳	۰/۳۰۸۲
	T۳	۰/۱۲۳	۲/۵۴	۰/۳۱۲۴۲
	T۴	۰/۰۲۴	۲/۶	۰/۰۶۲۴
	T۵	۰/۰۲۷	۲/۷	۰/۰۷۲۹
جمع		۱	-	۲/۱۰۲۴

پس از آن که عوامل محیطی (فرصت ها و تهدید ها) مشخص گردید، در بخش فرصت ها، بالاترین رتبه به دیدگاه ها و رهنمودهای رهبران و مسئولان نظام و همچنین مسئولان استانی پیرامون اهتمام به ورزش قهرمانی و موقعیت ژئوپلیتیک استان در مرکزیت کشور و نزدیکی به پایتخت و کمترین رتبه وجود صنایع بزرگ و کوچک در استان، تمایل و علاقه مردم به ورزش قهرمانی و جمعیت جوان و مستعد استان تعلق گرفت. در بخش تهدید ها، بالاترین رتبه مربوط به افزایش نرخ اعتیاد، طلاق و بزهکاری در استان سمنان، عدم وجود برنامه های علمی و نظام مند بالادستی برای توسعه ورزش قهرمانی استان سمنان و عدم وجود رسانه های فراگیر و بروز در سطح استان برای پوشش اخبار و رشد فرهنگ آگاهی عمومی بود. عدم وجود فرهنگ حمایت مالی از ورزش در حد انتظارات ورزشکاران و عدم وجود وحدت فرماندهی و رویه در ورزش قهرمانی استان و موازی کاری، کمترین رتبه را کسب کردند.

با مشخص شدن ماتریس های بررسی عوامل داخلی و خارجی، موقعیت راهبردی ورزش قهرمانی استان مشخص شد. (شکل ۱)

	$2/5$	
	WO	SO
$2/5$	WT	ST

جدول ۴: تعیین راهبردهای ورزش قهرمانی استان سمنان

نقاط ضعف (W۳-W۲-W۱) (W۵-W۴)	نقاط قوت (S۱-S۲-S۳-S۴-S۵)	
استراتژی WO * احداث و توسعه اماکن ورزش قهرمانی مطابق با مدل نیاز استان * بهبود وضعیت استاندارد سازی اماکن و تجهیزات ورزش قهرمانی استان * تقویت مشارکت ادارات و بخش های خصوصی در توسعه ی ورزش قهرمانی استان * تدوین اساس نامه توسعه ورزش قهرمانی استان * تدوین نظام استعداد یابی متناسب با ورزش قهرمانی استان	استراتژی SO * بهره گیری از ظرفیت های اقلیمی استان در توسعه ورزش قهرمانی * تشکیل و توسعه انجمن، هیئت و باشگاه های ورزش قهرمانی در استان * توسعه همکاری و مشارکت با استان های همجوار جهت رشد ورزش حرفه ای استان * بهره گیری از ظرفیت های علمی دانشجویان مقاطع مختلف تربیت بدنی در راستای پیشبرد علمی ورزش قهرمانی استان * بهره گیری از داوران و مربیان داخلی جهت مسابقات استانی * تعامل با صنایع بزرگ استان به جهت اسپانسرینگ تیم های قهرمانی استان	روستاهای (۰۵-۰۴-۰۳-۰۲-۰۱)

تهدیدات (T₁-T₂-T₃-T₄-T₅)	استراتژی ST * ارتقای فرهنگ ورزش قهرمانی استان * ایجاد مدارس تخصصی ورزشی بویژه در رشته های قهرمانی پایه و پر مدال * تقویت نقش معلمان ورزش در استعدادیابی ورزشی * توسعه تعاملات مدیریتی ورزش قهرمانی استان با دیگر شهرهای مطرح کشور * به کار گیری کلیه ظرفیت های انسانی و امکانات استان در راستای توسعه ورزش قهرمانی	استراتژی WT * تدوین و اجرای برنامه های راهبردی ورزش قهرمانی مختص استان * بهره گیری از ظرفیت های علمی اساتید دانشگاه به جهت ارتقای کمی و کیفی ورزشکاران قهرمان استان * افزایش سرانه فضاهای ورزشی مختص ورزش های قهرمانی استان * تقویت نقش و جایگاه مثبت ورزش در کاهش ناهنجاری های اجتماعی * ایجاد انگیزه و افزایش مشوق ها به جهت شرکت عموم ورزشکاران استان در فعالیت های حرفه ای ورزش قهرمانی
--	---	--

بر اساس نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید های موجود در سازمان های ورزشی استان سمنان استراتژی های لازم تدوین گردید. امید است با در نظر گرفتن این راهبردها، گامی هر چند کوچک در طراحی برنامه راهبردی ورزش قهرمانی استان سمنان برداشته شود.

بحث و نتیجه گیری

تعیین راهبرد مناسب و به تبع آن تجزیه و تحلیل صادقانه عوامل داخلی و پیش بینی عوامل خارجی تضمین کننده موفقیت و بهره وری بیشتر یک سازمان است. بنابراین، رمز موفقیت بسیاری از سازمان ها و پروژه های مدیریتی، می تواند تجزیه و تحلیل صحیح منابع موجود داخل (قوت ها و ضعف ها) و بررسی موقعیت های خارجی (فرصت ها و تهدیدها) باشد. مقایسه عوامل اصلی داخلی و خارجی از مشکل ترین بخش های تهیه ماتریس نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید است که به قضاوت های صحیح نیازمند است.

ماتریس نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید یکی از ابزارهای مهمی است که بدان وسیله اطلاعات را مقایسه می کنند و می توانند با استفاده از آنچه از نوع استراتژی است، استراتژی های SO، استراتژی های WO، استراتژی های ST و استراتژی های WT را ارایه نمایند.

یافته های پژوهش حاضر نشان داد نقاط قوتی نظیر هیئت های ورزشی ساماندهی شده و منسجم در استان، تعداد مناسب داوران و مربیان در ورزش استان، وجود نیروی انسانی جوان و تحصیلکرده در سطح ادارات ورزش و جوانان استان سمنان، وجود سالن های اختصاصی برای رشته های مختلف (خانه های ورزش) و بالا بودن نرخ سرانه ورزشی نسبت به سایر استان های کشور در ورزش قهرمانی استان سمنان وجود دارد. چنین قوت هایی می توانند به انجام رسالت و وظایف آن کمک شایانی کنند مشروط بر اینکه در راستای به حداقل رساندن نقاط ضعف و کاهش اثرات تهدیدات بیرونی و نیز استفاده حداکثر از فرصت های بیرونی باشند. فرصت هایی چون تمایل و علاقه مردم به ورزش قهرمانی، جمعیت جوان و مستعد استان، وجود صنایع بزرگ و کوچک در استان، موقعیت ژئوپلیتیک استان در مرکزیت کشور و نزدیکی به پایتخت و دیدگاه ها و رهنمود های رهبران و مسئولان نظام و همچنین مسئولان استانی پیرامون اهتمام به ورزش قهرمانی می تواند مزایای رقابتی قابل ملاحظه ای برای ورزش قهرمانی استان سمنان ایجاد کنند. چنانچه به این قبیل فرصت ها توجه بیشتری شود، امکان تحقق آن ها وجود دارد. البته این فرصت ها به خودی خود در اختیار مدیران ورزش قهرمانی

استان قرار نمی گیرند، مگر اینکه با استفاده از قوت های موجود در این حوزه بتوان آن ها را به دست آورد و از آن ها به منظور رفع نقاط ضعف و کمزنگ کردن تهدیدات بهره برداری کرد.

یافته های تحقیق همچنین نشان داد ورزش قهرمانی استان سمنان دارای ضعف هایی است؛ از آن جمله می توان به عدم توجه به ورزش های پایه و نظام استعداد یابی علمی در ورزش استان، عدم وجود امکانات و تجهیزات سخت افزاری برای برگزاری و میزبانی رویدادهای بین المللی، پایین بودن تعداد مدارس ورزش در سطح استان، نبود برنامه های راهبردی و مدون برای رشد و توسعه ورزش قهرمانی استان سمنان و کمبود منابع و اعتبارات در ورزش قهرمانی استان سمنان اشاره نمود. در واقع، این نقاط ضعف شامل حیطه هایی است که ورزش قهرمانی استان سمنان را تحت فشار قرار داده که اتخاذ تدابیر و راهکارهایی برای تبدیل این نقاط ضعف به نقاط قوت بر اساس فرصت ها و محدود نمودن تهدیدهای محیطی امری ضروری به نظر می رسد. بدون شک، مدیریت و اجرای مطلوب و موفق برنامه های تربیت بدنی و ورزش، مستلزم فراهم آوردن مجموعه ای از شرایط و امکانات است. در رأس همه این شرایط، ایجاد و توسعه و بهره برداری مطلوب از تأسیسات ورزشی و فراهم ساختن تسهیلات لازم به منظور دسترسی آسان علاقه مندان به این فضاهاست. کیفیت و کمیت فضاهای ورزشی ساخته شده، منعکس کننده دانش و تعهد ما به نسل آینده است. هر چند سرانه فضای ورزشی استان سمنان در حد پایین قرار دارد، اما باید از وجود فرصت هایی مانند دیدگاه ها و رهنمودهای رهبران و مسئولان نظام و همچنین مسئولان استانی پیرامون اهتمام به ورزش قهرمانی و موقعیت ژئوپلیتیک استان در مرکزیت کشور و نزدیکی به پایتخت استفاده کرد.

همچنین یافته های تحقیق نشان داد تهدیدهایی از جمله عدم وجود وحدت فرماندهی و رویه در ورزش قهرمانی استان و موازی کاری، عدم وجود برنامه های علمی و نظام مند بالا دستی برای توسعه ورزش قهرمانی استان سمنان، عدم وجود رسانه های فراگیر و بروز در سطح استان برای پوشش اخبار و رشد فرهنگ آگاهی عمومی، عدم وجود فرهنگ حمایت مالی از ورزش در حد انتظارات ورزشکاران، افزایش نرخ اعتیاد، طلاق و بزهکاری در استان سمنان، این حوزه از ورزش را تحت الشعاع قرار داده است. تهدیدها در واقع عبارت اند از موقعیت هایی که بالقوه دارای نتایج زیان بارند و چنانچه اقدامات ضروری در مورد آنها انجام نشود می توانند اثرات منفی بر فعالیت ها داشته باشند. همچنین اگر راهکارهایی برای مقابله با این تهدیدات پیدا نشود، ورزش قهرمانی استان سمنان بزودی با چالش های بزرگی روبرو خواهد شد.

نتایج پژوهش حاضر با نتایج پژوهش های مظفری و همکاران (۱۳۸۸)، نصیرزاده (۱۳۸۷)، جهان بینی (۱۳۸۸)، یار احمدی (۱۳۸۸)، حمیدی، الهی و اکبری یزدی (۱۳۸۷) و جوادی پور (۱۳۹۰) به نوعی همسو می باشد.

بر اساس یافته ها پیشنهاد می شود سازمان های ورزشی استان نقاط ضعف را از بین ببرند یا آنها را به نقاط قوت تبدیل کند. هنگامی که یک سازمان با تهدیدات مواجه می شود، می کوشد خود را از بند آنها رها سازد و وضعیت را به گونه ای در آورد که بتواند بیشتر توجه خود را به بهره برداری از فرصت ها معطوف نماید. همچنین، با بهره گیری از فرصت ها نقاط قوت خود را بیشتر کند و در حداکثر زمان ممکن نقاط ضعف داخلی را کاهش دهد و یا با سازمان هایی که می توانند از فرصت ها استفاده کنند، مشارکت نماید. راه دیگر برای اجرایی شدن راهبرد های تدوین شده این است که افراد واجد شرایط را استخدام کرد و در زمینه فنون مورد نظر به آنها آموزش داد.

بر اساس نتایج پژوهش، سازمان های ورزشی استان دارای ضعف بیشتری می باشند. در مجموع، ماتریس ارزیابی در منطقه wt قرار دارد. مطلوب ترین وضعیت و موقعیت برای سازمان در حالتی است که بتواند از تمامی نقاط مثبت، مزیت ها و شایستگی های خود برای به حداکثر رساندن موقعیت ها، تقاضا ها و فرصت ها

استفاده کند. هدف هر سازمانی، حرکت از هر موقعیت در ماتریس **swot** به این وضعیت یعنی استراتژی **SO** است. اگر سازمان‌ها بتوانند موارد ضعف خود را شناسایی کنند و در صدد رفع آنها برآیند، حتی می‌توانند آنها را به موارد قوت تبدیل کنند. همچنین نتایج پژوهش نشان داد که موقعیت استراتژیک سازمان‌های ورزشی به گونه‌ای است که از ضعف‌ها و فرصت‌های زیادی در این زمینه برخوردار است و می‌تواند از فرصت‌های موجود جهت مرتفع شدن ضعف‌ها حداکثر استفاده را بنماید. همچنین، با توجه به تجزیه و تحلیل **SWOT** و نمره‌های حاصل از جمع جبری ماتریس‌های ارزیابی عوامل داخلی و خارجی، اداره کل ورزش و جوانان سمنان در منطقه تهدیدها قرار گرفته که این موقعیت بیانگر این مهم است که از نظر سازمانی، قوت‌ها و از نظر عوامل بیرونی، فرصت‌هایی دارد که باید در تدوین برنامه از آن بهره گرفت. با توجه به این موقعیت، تهدیدها تبدیل به فرصت شوند و در جهت توسعه و گسترش فعالیت‌ها، از آنها استفاده شود. همچنین برای موفقیت در عرصه ورزش، استان سمنان باید برنامه‌های خود را در راستای برنامه‌های ملی و کلان ورزش تنظیم کند. برنامه ریزی کلان و اجرای آن سبب می‌شود که تلاش‌ها و مساعی جامعه ورزش در قالب چارچوبی وحدت بخش در جهت تحقق اهداف کلان قرار گیرد، فعالیت‌های موازی کاهش یابد و برآیند تلاش در راستای نیل به اهداف باشد- ضمن اینکه معیاری برای کنترل عملکرد ورزش استان فراهم می‌کند. بی‌شک، رسوخ تفکر برنامه محوری و راهبرد خواهی به سطوح پایین‌تر مانند ادارات ورزش شهرستان‌ها و هیأت‌های ورزشی روند توسعه را تسهیل می‌کند.

منابع

- الوانی، سید مهدی. (۱۳۸۷). مدیریت عمومی. تهران: نشرنی
- حمیدی، مهرزاد؛ الهی، علیرضا و اکبری یزدی، حسین. (۱۳۸۷). تدوین اهداف کلان، سیاست ها و راهبردهای ورزش دانشجویی کشوری. پژوهشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی. وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.
- جوادی پور، محمد و سمیع نیا، مونا. (۱۳۹۲). "تبیین موقعیت راهبردی و ارائه استراتژی توسعه ورزش همگانی در ایران". پژوهش های معاصر در مدیریت ورزشی. ۲۸-۱۵، (۳)، ۰.
- جوادی پور، محمد. (۱۳۹۰). "فدراسیون ورزش های همگانی". طرح پژوهشی وزارت ورزش و جوانان.
- جهانبینی، عباس. (۱۳۸۸). "تدوین استراتژی توسعه ورزش همگانی و قهرمانی استان قم". پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه پیام نور مرکز، تهران.
- رشیدلمیر، امین؛ دهقان قهرخی، امین و رشیدلمیر، امیر. (۱۳۹۲). "تدوین برنامه راهبردی اداره کل ورزش و جوانان استان خراسان رضوی در حوزه ورزش و تربیت بدنی". مدیریت ورزشی. ۴(۵)، ۱۷۹-۱۹۸.
- شعبانی، عباس؛ غفوری، فرزاد و هنری، حبیب. (۱۳۹۴). "مطالعه سیاست ها و راهبردهای ورزش همگانی نظام جامع توسعه ورزش کشور". مطالعات مدیریت ورزشی. ۳۰-۱۵.
- قره، محمد علی و کلهر، رستم. (۱۳۹۴). "تدوین برنامه استراتژی فدراسیون اسکی جمهوری اسلامی ایران به روش تحلیلی "SWOT". پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزشی. ۴(۲): ۱۱۷-۱۲۷.
- غفرانی، محسن؛ گودرزی، مهدی؛ سجادی، سید نصر الله؛ جلالی فراهانی، مجید؛ مقرنسی، مهدی؛ نقیب طباطبائی، سید علی و دوست قهرخی، علی. (۱۳۸۹). "طراحی و تدوین راهبرد توسعه ورزش قهرمانی استان سیستان و بلوچستان". مدیریت ورزشی. ۴(۴)، ۱۶۹-۱۹۰.
- کشاورز، لقمان؛ حمیدی، مهرزاد؛ گودرزی، محمود و سجادی، سید نصر الله. (۱۳۹۰). "تدوین منظرها و نقشه راهبردی کمیته ملی المپیک با کارت امتیازی متوازن". المپیک. ۱(۱۹)، ۷-۲۴.
- "مجلس و استان ها: بر اساس نتایج آخرین سرشماری نفوس و مسکن بررسی شد: وضعیت شاخص های جمعیتی استان سمنان (۱۳۸۶)". برنامه، ۱(۶)، ۳۳-۳۴.
- معماریانی، عزیز الله و آذر، عادل. (۱۳۷۳). "AHP تکنیکی نوین برای تصمیم گیری گروهی". دانش مدیریت. ۲۲-۳۲، (۲۷).
- منظمی، مریم؛ علم، شهرام و شتاب بوشهری، سیده ناهید. (۱۳۹۰). "تعیین عوامل مؤثر بر توسعه تربیت بدنی و ورزش بانوان جمهوری اسلامی ایران". مدیریت ورزشی. ۱۰(۱)، ۱۵۱-۱۶۸.
- مظفری، امیراحمد؛ الهی، علیرضا؛ قره، محمدعلی و پورسلطانی، حسین. (۱۳۸۸). "نظام جامع توسعه ورزش قهرمانی جمهوری اسلامی ایران". طرح پژوهشی پژوهشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی.
- نادری نسب، مهدی؛ احسانی، محمد؛ خبیری، محمد؛ امیری، مجتبی و قره خانی، حسن. (۱۳۹۰). "بررسی وضعیت موجود فوتبال جمهوری اسلامی ایران و تعیین موقعیت راهبردی فوتبال کشور". مدیریت ورزشی. ۳(۹)، ۵-۲۸.
- نصیرزاده، عبدالمهدی؛ فراهانی، ابوالفضل؛ گودرزی، مهدی و وطن دوست، محمود. (۱۳۹۱). "طراحی و تدوین استراتژی توسعه ورزش قهرمانی استان کرمان". پژوهش در مدیریت ورزشی. ۱۰(۱)، ۷۷-۱۰۶.

- نصیرزاده، سید مهدی. (۱۳۸۷). "تهیه و تدوین استراتژی توسعه ورزش قهرمانی و همگانی استان کرمان". پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور مرکز، تهران.
- نظری، رسول؛ احسانی، محمد؛ حمیدی، مهرزاد و سالاری، محسن. (۱۳۹۳). "تدوین و معرفی منظرهای راهبردی اداره کل ورزش و جوانان استان اصفهان از طریق مدل دیوید". مدیریت ورزشی. ۱۷۲-۱۵۷، (۶)۱.
- نظری، وحید؛ رضوی، سید محمد حسین وحسینی، سید عماد. (۱۳۹۴). "طراحی و تدوین برنامه راهبردی والیبال ساحلی ایران". مطالعات مدیریت ورزشی. ۸۶-۶۳.
- همتی نژاد، مهرعلی. (۱۳۸۷). "برنامه ریزی راهبردی فدراسیون قایقرانی و اسکی روی آب". طرح پژوهشی پژوهشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی.
- یاراحمدی، محمد. (۱۳۸۸). "بررسی وضعیت موجود ورزش قهرمانی و همگانی شهرستان دورود". پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور مرکز، تهران.
- Bouhali, R., Mekdad, Y., Lebsir, H., & Ferkha, L. (2015). "Leader Roles for Innovation: Strategic Thinking and Planning". *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 181, 72-78. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.867>
- Effendi, M. I., & Kusmantini, T. (2015). "The Moderating Effect of Contingency Variables on the Relationship between Formal Strategic Planning and Company Performance". *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211, 1132-1141. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.151>
- Fooladvand, M., Yarmohammadian, M. H., & Shahtalebi, S. (2015). "The Application Strategic Planning and Balance Scorecard Modelling in Enhance of Higher Education". *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 186, 950-954. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.115>
- Iversen, E. B., & Cuskelly, G. (2015). "Effects of different policy approaches on sport facility utilisation strategies". *Sport Management Review*, 18(4), 529-541. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.smr.2014.12.004>
- Shu-Hsiang, C., Jaitip, N., & Ana, D. J. (2015). "From Vision to Action – A Strategic Planning Process Model for Open Educational Resources". *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 174, 3707-3714. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.1103>
- Sudaryanto, S. (2015). "Brand Leverage Strategy throughout Sport Championship and Amusement: The Case of Banyuwangi Festival 2013". *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211, 1171-1178. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.156>

بررسی عوامل مؤثر بر توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران

منصور خیرگو^۱
سحر فامیل زارع^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۴/۱۱/۲۶

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۴/۱۲/۲۹

امروزه، فناوری اطلاعات و ارتباطات تحولات گسترده‌ای را در عرصه‌های مختلف به دنبال داشته است و تأثیر آن بر جوامع بشری و سازمان‌های دولتی مهم و انکارناپذیر می‌باشد. هدف محقق از این پژوهش، شناسایی و بررسی عوامل تأثیرگذار بر توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان می‌باشد. این پژوهش، از منظر روش‌شناسی، توصیفی از نوع رابطه‌ای می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش، کارشناسان وزارت ورزش و جوانان می‌باشند؛ نمونه‌گیری به صورت تصادفی انجام گرفت و حجم نمونه مورد مطالعه ۱۱۶ نفر بوده است. جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات از نرم افزار SPSS-۲۰ و Amos-۲۰ در سطح توصیفی، استنباطی و الگویابی معادلات ساختاری استفاده گردید. نتایج این پژوهش نشان داد که به صورت کلی، عوامل مؤثر بر توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات شامل چشم انداز و راهبردها، منابع مالی، زیرساخت‌های فنی، فرهنگ سازمانی، منابع انسانی و وضعیت موجود فاوا در سازمان می‌باشند. نتایج حاصل از بررسی همزمان این متغیرها نشان داد که عوامل مؤثر بر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر شاخص توسعه فاوا اثر معناداری دارد. ضریب استاندارد نشان دهنده این است که این ارتباط به میزان ۸۷/۲ درصد می‌باشد که بسیار زیاد است.

واژگان کلیدی: توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات، چشم انداز و راهبردها، منابع مالی، زیرساخت‌های فنی، فرهنگ سازمانی و منابع انسانی

۱. دکترای مدیریت سیاستگذاری، دانشگاه تربیت مدرس و استادیار دانشگاه افسری امام علی (ع)

۲. کارشناس ارشد، مدیریت دولتی، گرایش مدیریت سیستم‌های اطلاعاتی (نویسنده مسئول)

مقدمه

نقش مستقیم فناوری اطلاعات و ارتباطات در زندگی انسان ها بر کسی پوشیده نیست تا آنجایی که کشورها برای ارتقا در کلیه زمینه های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی از فناوری های نوین ارتباطی و اطلاعاتی به عنوان ابزار، بهره جسته و تلاش می کنند در این رقابت از هم پیشی بگیرند. دولت ها در صددند با الکترونیکی کردن فرآیندهای خود، در کوتاهترین بازه زمانی و ساده ترین حالت ممکن خدمات خود را به مردم ارائه دهند. در این میان، برخی از سازمان ها همسو با نیاز جامعه در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات رشد نکرده اند و انتظارات محیط پیرامون خود را برآورده نمی سازند. بی شک، به کارگیری فناوری های اطلاعات و ارتباطات در انتقال دانش و اطلاعات و همچنین تحقق اهداف و رسالت های آموزش عالی، نقش حیاتی ایفا می کند (عارفی، ۱۳۸۴). با مطرح شدن نظریه موج سوم توسط تافلر با عنوان "انقلاب فناوری و آشکارشدن فرایند توسعه چند بعدی با تکیه بر ارتباطات و اطلاعات در عصر جدید" (جین^۱، ۲۰۱۴)، مجامع جهانی با دسته بندی، تعریف و تبیین مولفه ها و حوزه هایی اقدام به یادگیری، بسط، انتقال تجارب و اطلاعات و حوزه بندی ارتباطات خود نمودند تا از این طریق بتوانند در حوزه های کلان اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی که به صورت مستقیم با فرایند جهانی شدن در ارتباط می باشد، نقش آفرینی کنند و تحولات را به نفع خود رقم بزنند (هدگهم، لمبرت و لانو^۲، ۲۰۱۴). این مسئله در حالی است که امروزه حتی برنامه ریزی راهبردی فناوری اطلاعات و ارتباطات برای پیوند و همراهی مولفه های توسعه پذیری در جریان جهانی سازی و عصر ارتباطات نیز مطرح گردیده است (اخوان، ۱۳۹۰). آنچه در اینجا قابل تامل می باشد، آن است که کشورهای در حال توسعه در دستیابی به دستاوردها پیشرفت ناچیزی دارند (امانی، ۱۳۸۵). این امر سبب به وجود آمدن شکاف هایی به نام شکاف دیجیتالی^۳، شکاف فناوری^۴ و شکاف دانایی^۵ میان کشورهای جهان شده است (جهانگرد، ۱۳۸۵). دغدغه اصلی پژوهشگر در این تحقیق، عدم توسعه متناسب وزارت ورزش و جوانان، به عنوان یکی از ارکان دولت جمهوری اسلامی ایران در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات می باشد. ازین رو، مسئله اساسی که محقق در صدد بررسی آن است، یافتن عوامل مؤثر بر توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت مذکور با در نظر گرفتن محیط واقعی و شرایط فعلی دستگاه می باشد.

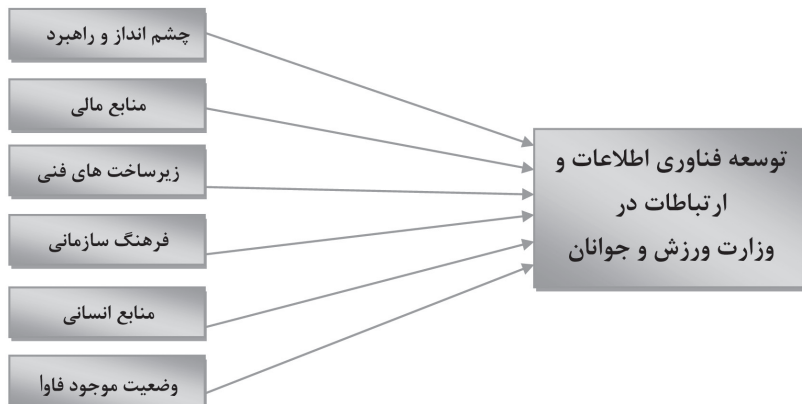
انجام پژوهش با عنوان شناسایی و بررسی عوامل مؤثر بر توسعه فناوری اطلاعات در وزارت ورزش و جوانان، از جنبه های مختلفی دارای اهمیت می باشد، چرا که بیشتر مطالعاتی که تاکنون به بررسی وضعیت توسعه فاوا و عوامل مؤثر بر آن پرداخته اند، توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات را در سطح کشور مورد بررسی قرار داده اند و به تفاوت ها در سطوح توسعه فاوا و عوامل مؤثر بر آن متمرکز شده اند. بنابراین انجام پژوهش در زمینه شناسایی و بررسی عوامل مؤثر بر توسعه فاوا در سطح سازمان ها دارای اهمیت ویژه می باشد. از سوی دیگر، با توجه به محدودیت مطالعات در این زمینه، نتایج حاصل از این پژوهش می تواند یافته های جدیدی را برای پژوهشگران در راستای توسعه مطالعات در این زمینه فراهم نماید.

1. Jain
2. Heddeghem, Lambert & Lanno
3. Digital divide
4. Technology Gap
5. Knowledge Gap

چارچوب مفهومی پژوهش

این پژوهش با هدف کلی شناسایی عوامل مؤثر بر شاخص توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان، همچنین اهداف فرعی تعیین تأثیر این عوامل بر شاخص توسعه فاوا انجام شده است که پس از بررسی مبانی نظری و پیشینه تحقیق، مدل مفهومی پژوهش با شش عامل به عنوان متغیر پیش بین و متغیر شاخص توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات به عنوان متغیر ملاک در قالب مدل مسیر شکل ۱ ترسیم می گردد.

شکل ۱: چارچوب مفهومی پژوهش



فرضیه های پژوهش

با توجه به موضوع پژوهش که بررسی عوامل مؤثر بر توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان می باشد، فرضیه های پژوهش به صورت زیر مطرح می گردد:

فرضیه اول: چشم انداز و راهبردهای سازمان در توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه دوم: زیرساخت های فنی در توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه سوم: منابع مالی در توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه چهارم: منابع انسانی در توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان مؤثر می باشد.

فرضیه پنجم: فرهنگ سازمانی در توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه ششم: وضعیت موجود فاوا در توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان تأثیر مثبت و معناداری دارد.

متغیرهای پژوهش

با توجه به مدل مفهومی پژوهش، متغیرهای پژوهش عبارت اند از:

الف. متغیر مستقل: در این پژوهش چشم انداز و راهبردهای سازمان، زیرساخت های فنی، منابع مالی، فرهنگ سازمانی، وضعیت موجود فناوری اطلاعات و ارتباطات در سازمان به عنوان متغیرهای مستقل ایفای نقش می کنند.

ب. متغیر وابسته: در این پژوهش شاخص توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران متغیر وابسته است.

هر یک از این متغیرها، خود به متغیرهایی فرعی تقسیم می شوند که در ادامه به توضیح مختصر آنها می پردازیم.

چشم انداز و راهبردهای سازمان

در تعریف مفهومی، چشم انداز یک وضعیت ایده آل و آینده نگر از جایگاهی است که یک سازمان می خواهد به آن برسد و راهبرد عبارت است از: رویکرد سیستم یا سازمان در تعیین اقدامات عملیاتی جهت دستیابی به اهداف یا آرمان تعیین شده. به عبارت دیگر، به جهت گیری سیستم یا سازمان در حرکت از وضع موجود به سمت وضعیت آینده اطلاق می شود و اطلاعات، استانداردها، قوانین و مقررات، فعالیت های تجاری و فناوری هایی که به منظور انتقال و به اشتراک گذاری امن و مجاز اطلاعات مورد نیاز است، در برمی گیرد.

از منظر عملیاتی در این پژوهش چشم انداز و راهبردهای سازمان در ابعاد ذیل مورد بررسی قرار می گیرد:

- وجود چشم انداز و راهبردهای سازمانی روشن در توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات؛
- همسویی برنامه های توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات با اهداف و چشم انداز سازمان؛
- آیین نامه ها و دستورالعمل های داخلی در استقرار، توسعه و به کارگیری فناوری اطلاعات؛
- قوانین و مقررات بالادستی در حمایت از توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات؛
- حمایت مدیریت در توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات.

زیرساخت های فنی

در تعریف مفهومی، زیرساخت های فنی، اطلاعات، استانداردها، قوانین و مقررات، فعالیت های تجاری و فناوری هایی که به منظور انتقال و به اشتراک گذاری امن و مجاز اطلاعات مورد نیاز است، در بر می گیرد. بانک جهانی زیرساخت اطلاعاتی و ارتباطی را به شبکه های اطلاعاتی و مخابراتی اطلاق می کند که از طریق آنها اطلاعات منتقل، ذخیره و ارائه می شوند.

از منظر عملیاتی در این پژوهش زیرساخت های فنی در ابعاد ذیل مورد بررسی قرار می گیرد:

- پراکندگی جغرافیایی محدوده فعالیت وزارت خانه؛
- وجود زیرساخت های فنی در نواحی مختلف؛
- پشتیبانی فنی در هنگام بروز مشکل؛
- وجود زیرساخت های فنی برای روابط با سایر سازمان ها؛
- بهره مندی از تجهیزات سخت افزاری و نرم افزاری کافی؛
- به روز نمودن مستمر تجهیزات سخت افزاری و نرم افزاری.

منابع مالی

در تعریف مفهومی، منابع مالی به کلیه منابع پولی و غیرپولی اطلاق می گردد که در راستای نیل به اهداف سازمانی از آن بهره گرفته می شود.

- از منظر عملیاتی در این پژوهش منابع مالی در ابعاد ذیل مورد بررسی قرار می گیرد:
- بودجه مورد نیاز جهت راه اندازی سیستم های مرتبط با فناوری اطلاعات و ارتباطات؛
- هزینه های نگهداری و پشتیبانی فناوری اطلاعات و ارتباطات؛
- منابع مالی جهت به روز رسانی مستمر سیستم های مرتبط با فناوری اطلاعات و ارتباطات.

فرهنگ سازمانی

در تعریف مفهومی، فرهنگ سازمانی به مجموعه ای از ارزش ها، عادات، عقاید و سنت های مشترک در یک گروه یا جامعه گفته می شود. فرهنگ سازمانی به شیوه ای اطلاق می شود که اعضای سازمان درباره ویژگی های آن می اندیشند.

- از منظر عملیاتی در این پژوهش فرهنگ سازمانی در ابعاد ذیل مورد بررسی قرار می گیرد:
- باور کارکنان نسبت به اهمیت فناوری اطلاعات؛
- تمایل کارکنان به جایگزینی فرایندهای سنتی انجام کار با فرایندهای مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات؛
- پذیرش فناوری اطلاعات در سازمان؛
- سازگاری کارکنان با ملزومات فناوری اطلاعات.

منابع انسانی

در تعریف مفهومی، منابع انسانی به کلیه افرادی که با عناوین مختلف شغلی در یک سازمان به منظور دستیابی به اهداف و استراتژی های تعیین شده باهم همکاری می نمایند، اطلاق می شود. سرمایه انسانی به کمک مهارت های سواد اطلاعاتی، فرصت های خوبی را جهت توسعه هرچه بیشتر فناوری اطلاعات و ارتباطات در اختیار سازمان ها قرار می دهد و به همین جهت، اهمیت شایانی در حرکت سازمان ها در مسیر رشد و توسعه دارد.

- از منظر عملیاتی در این پژوهش منابع انسانی در ابعاد ذیل مورد بررسی قرار می گیرد:
- بهره گیری از نیروهای متخصص در حوزه فناوری اطلاعات؛
- میزان دانش عمومی پرسنل نسبت به فناوری اطلاعات و ارتباطات؛
- برگزاری دوره های آموزشی مستمر با محوریت فناوری اطلاعات و ارتباطات؛
- تناسب دوره های آموزشی با نیازهای موجود؛
- وجود انگیزه بالا در بهره گیری از فناوری اطلاعات و ارتباطات؛
- بهره گیری از تیم های کاری با محوریت توسعه فناوری اطلاعات؛
- حمایت از طرح های پژوهشی در حوزه توسعه فناوری اطلاعات.

وضعیت موجود فاوا در سازمان

- با توجه به اهمیت وضعیت موجود فناوری اطلاعات و ارتباطات در سازمان، این متغیر از منظر عملیاتی در این پژوهش در ابعاد ذیل مورد بررسی قرار می گیرد:
- میزان تامین نیازهای سازمان با بهره گیری از فناوری اطلاعات و ارتباطات؛
- سهولت در فرایندهای انجام کاری با بهره گیری از فناوری اطلاعات و ارتباطات؛
- سرعت در فرایندهای انجام کاری با بهره گیری از فناوری اطلاعات و ارتباطات.

روش شناسی پژوهش

روند پژوهش بدین صورت است که ابتدا ادبیات موجود توسعه فناوری اطلاعات توسط پژوهشگران

جمع آوری و سپس مصاحبه هایی با سیاستگذاران و مدیران فناوری اطلاعات در وزارت ورزش و جوانان صورت گرفته است. از محتوای مصاحبه های انجام شده، با استفاده از روش کیفی و تحلیل محتوا، مدل مفهومی پژوهش استخراج شد. در مرحله بعد، مفاهیم و شاخص های اندازه گیری مؤلفه ها و ابعاد پژوهش از ادبیات پژوهش و مصاحبه ها استخراج و مدل مفهومی پژوهش طراحی شد. سپس پرسشنامه ای برای آزمون مدل مفهومی پژوهش، طراحی شد و در جامعه آماری پژوهش مورد آزمون قرار گرفت.

جامعه آماری و روش نمونه گیری

برای این منظور پرسشنامه طراحی شده بین ۳۰ نفر از نخبگان و خبرگان حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات وزارت ورزش و جوانان توزیع شد (نمونه اولیه) و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. انحراف معیار به دست آمده از تجمیع پاسخ های حاصله از نمونه اولیه معادل $0/687$ بود که از قرار دادن آن در فرمول نمونه گیری کوکران در سطح اطمینان ۹۵ درصد و دقت برآورد $0/05$ ، حجم نمونه ۱۴۵ نفر برآورد گردید. ۱۵۰ پرسشنامه در میان کارشناسان جامعه آماری توزیع گردید که در نهایت تعداد ۱۱۶ پرسشنامه معتبر مبنای تحلیل آماری قرار گرفت. با توجه به اینکه جامعه محدود بود و هیچ تفاوتی در انتخاب اعضای جامعه وجود نداشت، در توزیع پرسشنامه ها از روش نمونه گیری تصادفی ساده استفاده گردیده است.

روایی و پایایی پرسشنامه

الف. روایی پرسشنامه: متغیرهای موجود در این پژوهش شش عامل چشم انداز و راهبرد، زیرساخت های فنی، منابع مالی، منابع انسانی، فرهنگ سازمانی و وضعیت موجود فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان را مورد سنجش و ارزیابی قرار می دهد. در پژوهش حاضر برای تعیین روایی پرسشنامه، بعد از بررسی ها و مطالعات انجام شده در مورد پرسشنامه و مقایسه با کارهای قبلی در این زمینه، پرسشنامه به تصحیح و تأیید خبرگان و کارشناسان مرتبط رسیده است.

ب. پایایی (قابلیت اعتماد) پرسشنامه: قابلیت اعتماد، یکی از ویژگی های فنی ابزار اندازه گیری است. مفهوم یاد شده با این امر سر و کار دارد که ابزار اندازه گیری در شرایط یکسان تا چه اندازه نتایج یکسانی به دست می دهد. در این پژوهش از شیوه آلفای کرونباخ برای سنجش قابلیت اعتماد پرسشنامه استفاده شده است. با انجام محاسبات لازم، مقدار آلفای کرونباخ در پرسشنامه اول برابر $0/921$ و برای پرسشنامه دوم $0/789$ محاسبه گردید که بیانگر پایایی بالای این پرسشنامه می باشد.

تجزیه و تحلیل داده ها

داده های گردآوری شده با استفاده از نرم افزارهای SPSS و AMOS تحلیل شد و با ارائه تفسیر نتایج، فرضیه های پژوهش مورد آزمون قرار گرفته اند. در این تحقیق برای شناسایی عامل ها و نهایی کردن ابعاد و مؤلفه ها از تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی (مرتب اول و مرتبه دوم) استفاده شده است. سپس چارچوب های پیشنهادی با استفاده از مدل معادلات ساختاری و با استفاده از نرم افزار آموس تحلیل شده است. این تحقیق از نوع توصیفی (غیر آزمایشی) و از شاخه همبستگی می باشد. در مواقعی که محقق بخواهد از همبستگی مجموعه ای از متغیرها، اطلاعات را در عامل های محدودتر خلاصه کند یا خصله های زیربنایی (متغیر مکنون یا سازه) یک مجموعه از داده ها را تعیین نماید، از روش آماری تحلیل عاملی استفاده می شود. با توجه به هدف تحقیق حاضر، پس از تحلیل محتوای سؤالات به منظور پی بردن به متغیرهای زیربنایی پرسشنامه طراحی شده از تحلیل عاملی و نیز برای بررسی روابط میان متغیرها در مدل تحقیق از مدل معادلات ساختاری استفاده شده است.

یافته های پژوهش

عوامل مؤثر بر شاخص توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات

برای انجام تحلیل عاملی متغیرهای مرتبط با عوامل مؤثر بر شاخص توسعه در محیط وزارت ورزش و جوانان ابتدا از آماره اندازه کفایت نمونه گیری کایسر-مایر-اولکین (KMO) و آزمون کرویت بارتلت استفاده شده است. باتوجه به این بررسی، مقدار شاخص KMO برابر ۰/۸۶۱ است (بیشتر از ۰/۷). لذا تعداد نمونه (تعداد پاسخ دهندگان) برای تحلیل عاملی کافی می باشد. همچنین مقدار sig آزمون بارتلت، کوچکتر از ۰/۰۵ است که نشان می دهد تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار مدل عاملی مناسب است. در جدول ۱، متغیرهای مورد سنجش و سوالات مربوط به هر یک به همراه عامل ها و بار عاملی هر یک از سوالات درج شده است.

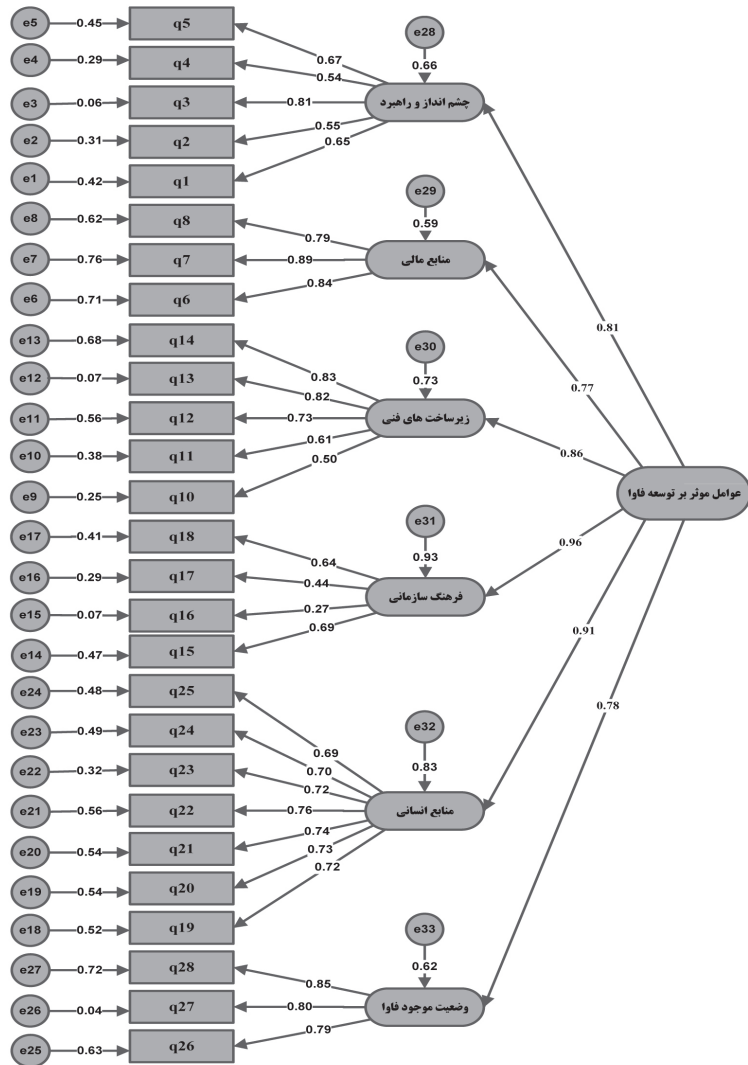
جدول ۱: وضعیت متغیرهای مورد سنجش

نام عامل	سنجه ها	بار عاملی	درصد واریانس تبیین شده	درصد تجمعی واریانس تبیین شده
چشم انداز و راهبرد	وجود چشم انداز و راهبردهای سازمانی روشن در توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات	۰/۶۴۰	۱۰/۱۶	۴۹/۵۸
	همسویی برنامه های توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات با اهداف و چشم انداز سازمان	۰/۵۳۷		
	آئین نامه ها و دستورالعمل های داخلی در استقرار، توسعه و به کارگیری فناوری اطلاعات	۰/۸۵۷		
	قوانین و مقررات بالادستی در حمایت از توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات	۰/۵۰۷		
	حمایت مدیریت در توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات	۰/۶۶۱		
منابع مالی	بودجه مورد نیاز جهت راه اندازی سیستم های مرتبط با فناوری اطلاعات و ارتباطات	۰/۸۶۵	۱۳/۴۳	۲۷/۷۴
	هزینه های نگهداری و پشتیبانی فناوری اطلاعات و ارتباطات	۰/۸۶۶		
	منابع مالی جهت به روز رسانی مستمر سیستم ها مرتبط با فناوری اطلاعات و ارتباطات	۰/۷۸۵		
زیرساخت های فنی	وجود زیرساخت های فنی در نواحی مختلف	۰/۵۱۱	۹/۸۱	۵۹/۳۹
	پشتیبانی فنی در هنگام بروز مشکل	۰/۶۰۵		
	وجود زیرساخت های فنی برای روابط با سایر سازمان ها	۰/۷۴۷		
	بهره مندی از تجهیزات سخت افزاری و نرم افزاری کافی	۰/۸۶۷		

۵۹/۳۹	۹/۸۱	۰/۷۸۲	به روز نمودن مستمر تجهیزات سخت افزاری و نرم افزاری	زیرساخت های فنی
۳۹/۴۱	۱۱/۶۷	۰/۴۵۸	باور کارکنان نسبت به اهمیت فناوری اطلاعات	فرهنگ سازمانی
		۰/۳۴۵	تمایل کارکنان به جایگزینی فرایندهای سنتی انجام کار با فرایندهای مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات	
		۰/۶۹۰	پذیرش فناوری اطلاعات در سازمان	
		۰/۸۵۳	سازگاری کارکنان با ملزومات فناوری اطلاعات	
۲۷/۷۴	۱۴/۳۱	۰/۶۹۷	بهره گیری از نیروهای متخصص در حوزه فناوری اطلاعات	منابع انسانی
		۰/۷۸۹	میزان دانش عمومی پرسنل نسبت به فناوری اطلاعات و ارتباطات	
		۰/۷۹۹	برگزاری دوره های آموزشی مستمر با محوریت فناوری اطلاعات و ارتباطات	
		۰/۹۳۲	تناسب دوره های آموزشی با نیازهای موجود	
		۰/۶۴۹	وجود انگیزه بالا در بهره گیری از فناوری اطلاعات و ارتباطات	
		۰/۵۱۸	بهره گیری از تیم های کاری با محوریت توسعه فناوری اطلاعات	
		۰/۵۸۶	حمایت از طرح های پژوهشی در حوزه توسعه فناوری اطلاعات	
۶۵/۲۳	۵/۸۴	۰/۷۸۷	میزان تامین نیازهای سازمان با بهره گیری از فناوری اطلاعات و ارتباطات	وضعیت موجود فاوا در سازمان
		۰/۷۹۲	سهولت در فرایندهای انجام کاری با بهره گیری از فناوری اطلاعات و ارتباطات	
		۰/۸۶۸	سرعت در فرایندهای انجام کاری با بهره گیری از فناوری اطلاعات و ارتباطات	

شکل ۲ نتایج ناشی از آزمون مدل مفهومی پژوهش و جدول ۲ آزمون فرضیه های پژوهش را نشان می دهد.

شکل ۲: نتایج ناشی از آزمون مدل مفهومی پژوهش (مدل در حالت تخمین استاندارد)



شاخص های برازش تطبیقی مدل تدوین شده، بیشتر بالای ۰/۹ هستند. شاخص RMSEA کمتر از ۰/۰۸ و برابر ۰/۰۶۳ می باشد که مناسب است. میزان کای دو به درجه آزادی نیز کمتر از ۳ می باشد. لذا در کل با

توجه به کلیه شاخص ها، مدل از برازش مناسبی برخوردار است. با توجه به کوچکتر بودن سطح معنی داری، بارهای عاملی از میزان ۰/۰۵ مشخص می شود تمامی متغیرهای مشاهده شده به صورت معنی داری متغیر پنهان مربوط به خود را تبیین می کنند. هر چه مقدار تخمین استاندارد به یک نزدیکتر باشد، نشان دهنده اهمیت و قویتر بودن رابطه است. در نتیجه با توجه به ضرایب همبستگی چندگانه می توان گفت به ترتیب فرهنگ سازمانی (۰/۹۸۶)، منابع انسانی (۰/۸۱۶)، زیرساخت های فنی (۰/۷۴۴)، چشم انداز و راهبرد (۰/۶۵۹)، وضعیت موجود فاوا (۰/۶۱۷) و منابع مالی (۰/۵۹۱) توانسته اند تغییرات عوامل مؤثر بر فاوا را تبیین نمایند.

رتبه بندی عوامل مؤثر بر توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان از منظر پاسخ دهندگان و استناد بر آزمون فریدمن و خروجی نرم افزار SPSS شامل میانگین رتبه های هر یک از شاخص ها و آماره کای دو مربع متغیرهای مربوطه به شرح زیر می باشد :

جدول ۲: رتبه بندی عوامل مؤثر بر فاوا

ردیف	عوامل مؤثر بر فاوا	میانگین رتبه ها	اولویت
۱	فرهنگ سازمانی	۴/۱۰	اول
۲	چشم انداز و راهبرد	۳/۷۳	دوم
۳	وضعیت موجود فاوا	۳/۴۰	سوم
۴	زیرساخت های فنی	۳/۳۴	چهارم
۵	منابع انسانی	۳/۳۰	پنجم
۶	منابع مالی	۳/۱۳	ششم
تعداد=۱۱۶ کای دوم ربع=۲۲/۱۶۵ درجه آزادی=۵ سطح معناداری=۰/۰۰۰			

بحث و نتیجه گیری

فرضیه اصلی پژوهش، بررسی عوامل مؤثر بر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر شاخص توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان می باشد. سطح معناداری اثر عوامل مؤثر بر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر شاخص توسعه فاوا برابر ۰/۰۰۰ و کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ می باشد؛ یعنی عوامل مؤثر بر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر شاخص توسعه فاوا اثر معناداری دارد. ضریب استاندارد نشان دهنده این است که این ارتباط به میزان ۸۸/۲ درصد می باشد که بسیار زیاد است. بنابراین، این فرضیه تایید می گردد.

در فرضیات فرعی پژوهش، فرضیه اول، چشم انداز و راهبردها در توسعه فاوا در وزارت ورزش و جوانان مؤثر بود که سطح معناداری چشم انداز و راهبردهای سازمان در توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات برابر ۰/۳۳۸ و بیشتر از سطح خطای ۰/۰۵ می باشد؛ یعنی چشم انداز و راهبردهای سازمان بر توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات اثر معناداری ندارد و این فرضیه رد می شود. نتایج حاصل شده در زمینه این فرضیه، دیدگاه مدیریتی جدید در زمینه ارتباط چشم انداز و راهبردهای سازمان با فناوری اطلاعات و ارتباطات را تایید و بر منسوخ شدن دیدگاه های پیشین در این زمینه تاکید می نماید، چرا که در گذشته وجه غالب نگرش به منابع انسانی و فناوری اطلاعات و ارتباطات نگرش پشتیبان بوده است؛ بدین معنا که مدیران، فناوری اطلاعات و ارتباطات و منابع انسانی را به عنوان پشتیبان سیاست ها و استراتژی های خودشان تلقی می کردند.

لذا این مقولات در ساختار سازمانی مرتبه پایینی داشت و بعد از این که استراتژی ها طرح ریزی می شد، مدیران موظف بودند نیروی انسانی و فناوری اطلاعات و ارتباطات را در پشتیبانی آنها تجهیز کنند. بنابراین نگرش به فاوا، نگرش پشتیبانی بوده است.

فرضیه دوم، زیرساخت های فنی در توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان موثر بود که سطح معناداری اثر زیرساخت های فنی بر توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات برابر ۰/۰۱۳ و کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ نتیجه شد؛ یعنی زیرساخت های فنی بر توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات اثر معناداری دارد. ضریب استاندارد نشان دهنده این است که این ارتباط به میزان ۳۰/۸ درصد می باشد که متوسط است. همراستا با نتایج حاصل شده در زمینه این فرضیه، رحمان پور و همکاران (۱۳۸۸) اذعان نموده اند که زیرساخت ها، یکی از عوامل بسیار مهم و به نوعی تعیین کننده میزان آمادگی الکترونیکی دولت ها در جهت توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات می باشد. بنابراین بر مبنای نتایج حاصل شده در این پژوهش و سایر پژوهش ها در این زمینه و با استناد بر مدل UNDP که توسط سازمان ملل برای توسعه فناوری اطلاعات در کشورهای در حال توسعه ارائه شده است، توسعه زیر ساخت و تجهیزات که در ابعاد تأمین رایانه، سرور و سایر سخت افزارهای جانبی، تأمین شبکه های ارتباطاتی امن، تأمین دسترسی همگانی به بستر مناسب دریافت و ارائه خدمات الکترونیکی قابل برآورد است، از عوامل مهم موثر بر توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات می باشند و باید در این راستا مورد توجه جدی قرار گیرند.

فرضیه سوم نیز بیان نمود که منابع مالی در توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان موثر است که سطح معناداری اثر منابع مالی در توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان برابر ۰/۳۹۲ و بیشتر از سطح خطای ۰/۰۵ حاصل شد، یعنی اثر منابع مالی بر توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان معنادار نمی باشد. اگرچه همراستا با نتایج این پژوهش، استونمن (۱۹۹۳) به تحلیل تجربی تأثیر قیمت ها بر روی بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات پرداخته است. پیشنهاد می گردد که چشم انداز و راهبردهای سازمان در توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات مشخص و واضح باشد و منابع مالی جهت به روز رسانی مستمر سیستم ها، مرتبط با فناوری اطلاعات و ارتباطات تأمین گردد.

فرضیه چهارم بیان می دارد که منابع انسانی در توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان موثر می باشد. با بررسی سطح معناداری، اثر منابع انسانی در توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان برابر ۰/۰۰۳ و کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ می باشد؛ یعنی اثر منابع انسانی بر توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان معنادار است. ضریب استاندارد نشان دهنده این است که این ارتباط به میزان ۵۲/۵ درصد می باشد که نسبتاً قوی است. در این راستا، بهره گیری از نیروهای متخصص در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات، دانش عمومی پرسنل در زمینه فناوری اطلاعات و ارتباطات، برگزاری دوره های آموزشی مستمر با این محوریت، تناسب دوره های آموزشی با نیازهای موجود، وجود انگیزه بالا در بهره گیری از فناوری اطلاعات و ارتباطات، بهره گیری از تیم های کاری با محوریت توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات و در نهایت حمایت از طرح های پژوهشی در حوزه توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات از عوامل اثرگذار بر توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در بعد منابع انسانی می باشند.

فرضیه پنجم حکایت از این دارد که فرهنگ سازمانی در توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان موثر می باشد. سطح معناداری فرهنگ سازمانی در توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات برابر ۰/۰۳۹ و کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ می باشد؛ یعنی اثر فرهنگ سازمانی بر توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان معنادار است. ضریب استاندارد نشان دهنده آن است که این ارتباط به میزان ۲۰ درصد می باشد. به صورت کلی، فرهنگ سازمانی مجموعه ای از باورها، عادات، عقاید و

مجموعه های ذهنی مشترک می باشد که توسط اعضای سازمان پذیرفته شده و مورد توافق قرار گرفته است. مطالعات مختلف در این زمینه نشان داده است که فرهنگ سازمانی نقش مهمی در پذیرش یا رد فناوری اطلاعات و ارتباطات دارد (رحمانی پور و همکاران، ۱۳۸۸). همچنین علی رغم نتایج این پژوهش، مطالعات الکرانی (۲۰۰۷) و لراس (۲۰۰۶) نشان داد که برداشت ها و نگرش های کارکنان نسبت به فناوری اطلاعات و ارتباطات از جمله عواملی هستند که بر میزان پذیرش و استفاده کارکنان از فاوا تأثیر می گذارند. بنابراین، بر مبنای نتایج حاصل شده در این زمینه، باور کارکنان نسبت به اهمیت فناوری اطلاعات و ارتباطات، تمایل کارکنان به جایگزینی فرایندهای سنتی انجام کار با فرایندهای مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات، پذیرش فناوری اطلاعات و ارتباطات در سازمان و همچنین سازگاری کارکنان با ملزومات فناوری اطلاعات و ارتباطات از عوامل اثرگذار بر توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در بعد فرهنگ سازمانی می باشند.

فرضیه ششم بیان می دارد که وضعیت موجود فناوری اطلاعات و ارتباطات در سازمان در توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان مؤثر می باشد. سطح معناداری اثر وضعیت موجود فاوا در توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان برابر $0/02$ و کمتر از سطح خطای $0/05$ می باشد؛ یعنی اثر وضعیت موجود فاوا بر توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان معنادار است. ضریب استاندارد نشان دهنده این است که این ارتباط به میزان $52/6$ درصد می باشد که نسبتاً قوی است. در این راستا، نتایج این پژوهش نشان داد که میزان تامین نیازهای سازمان، سهولت و سرعت در فرایندهای انجام کاری با بهره گیری از فناوری اطلاعات و ارتباطات از عوامل مؤثر بر توسعه فاوا در وزارت ورزش و جوانان می باشند. همراستا با نتایج حاصل از این فرضیه، ماکولیت و گایل سارکان (۲۰۱۴) نشان دادند که محصولات فناوری اطلاعات و ارتباطات مورد استفاده از عوامل مؤثر بر توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات می باشند. در تبیین نتایج حاصل شده در زمینه این فرضیه می توان بیان نمود که توسعه مستمر فناوری اطلاعات و ارتباطات را می توان در یک چرخه تشریح نمود، چرا که توسعه اولیه در فاوا در صورتی می تواند انگیزه و تمایل بیشتر به استفاده از آن را ایجاد نماید که این توسعه و وضعیت موجود در سهولت و سرعت در فرایندهای انجام کاری نقش مثبتی داشته باشد. بنابراین تجربه نتایج مثبت اولیه براساس توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات از یک سو، توجه بیشتر مدیران و دولت ها را به تدوین راهبردها در این حوزه، توسعه زیرساخت ها و فراهم نمودن منابع مالی در این زمینه جلب می نماید و از سوی دیگر، آمادگی کارکنان را جهت سازگاری با این فناوری افزایش می دهد.

پیشنهادهای

در پایان برخی پیشنهادهای لازم با استناد به نتایج حاصل از متغیرهای موجود در مدل مفهومی پژوهش برای بهبود توسعه فناوری اطلاعات ارائه می شود:

بر اساس فرضیه اول پژوهش مشخص گردید چشم انداز و راهبردهای سازمان در توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان مؤثر نمی باشد.

پیشنهاد می گردد چشم انداز و راهبردهای سازمان در توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات مشخص و واضح باشد.

پیشنهاد می گردد آیین نامه ها و دستورالعمل های داخلی در استقرار، توسعه و به کارگیری فناوری اطلاعات تعریف شده باشد.

پیشنهاد می گردد برنامه های توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات با اهداف و چشم انداز سازمان همسو باشد.

پیشنهاد می گردد قوانین و مقررات بالادستی در حمایت از توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات لحاظ گردید.

پیشنهاد می گردد مدیریت از توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در سازمان حمایت کند. بر اساس فرضیه دوم پژوهش مشخص گردید زیرساخت های فنی در توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان موثر می باشد.

پیشنهاد می گردد زیرساخت های فنی در نواحی مختلف برای توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات وجود داشته باشد.

پیشنهاد می گردد پشتیبانی فنی در هنگام بروز مشکل وجود داشته باشد.

پیشنهاد می گردد زیرساخت های فنی برای روابط با سایر سازمان ها فراهم باشد.

پیشنهاد می گردد تجهیزات سخت افزاری و نرم افزاری به میزان کافی موجود باشد.

پیشنهاد می گردد تمهیداتی در نظر گرفته شود تا کارکنان نسبت به فناوری اطلاعات نگرش و باور مثبتی داشته باشند.

بر اساس فرضیه سوم پژوهش مشخص گردید منابع مالی در توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان موثر می باشد.

پیشنهاد می گردد بودجه مورد نیاز جهت راه اندازی سیستم های مرتبط با فناوری اطلاعات و ارتباطات فراهم شود.

پیشنهاد می گردد هزینه های نگهداری و پشتیبانی فناوری اطلاعات و ارتباطات در سازمان تامین شود.

پیشنهاد می گردد منابع مالی جهت به روز رسانی مستمر سیستم ها، مرتبط با فناوری اطلاعات و ارتباطات تامین گردد.

بر اساس فرضیه چهارم پژوهش مشخص گردید منابع انسانی در توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان موثر می باشد.

پیشنهاد می گردد از نیروهای متخصص در حوزه فناوری اطلاعات بهره گرفته شود.

پیشنهاد می گردد میزان دانش عمومی پرسنل نسبت به فناوری اطلاعات و ارتباطات بهبود یابد.

برگزاری دوره های آموزشی مستمر با محوریت فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان موثر می باشد. بنابراین پیشنهاد می گردد به این مهم توجه ویژه ای شود.

پیشنهاد می گردد از کارهای پژوهشی در حوزه توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات حمایت گردد.

بر اساس فرضیه پنجم پژوهش مشخص گردید فرهنگ سازمانی در توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان موثر نمی باشد.

پیشنهاد می گردد تمایل کارکنان به جایگزینی فرایندهای سنتی انجام کار با فرایندهای مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات جایگزین گردد.

پیشنهاد می گردد سازگاری کارکنان با ملزومات فناوری اطلاعات مورد توجه قرار گیرد.

بر اساس فرضیه ششم پژوهش مشخص گردید وضعیت موجود فناوری اطلاعات و ارتباطات در سازمان در توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان موثر نمی باشد.

پیشنهاد می گردد میزان تامین نیازهای سازمان با بهره گیری از فناوری اطلاعات و ارتباطات مورد توجه مدیران قرار گیرد.

پیشنهاد می گردد سهولت در فرایندهای انجام کاری با بهره گیری از فناوری اطلاعات و ارتباطات مورد توجه مدیران قرار گیرد.

پیشنهاد می گردد سرعت در فرایندهای انجام کاری با بهره گیری از فناوری اطلاعات و ارتباطات مورد توجه مدیران قرار گیرد.

منابع

- اخوان، حمید. (۱۳۹۰). "فناوری ارتباطات، اطلاعات و سیاست". فصلنامه پژوهش فرهنگی. شماره چهاردهم، ۶۵-۱۰۷.
- امانی، پ. (۱۳۸۵). "نقش مراکز جامعه کاربردی فناوری اطلاعات و ارتباطات در فعالیت های ترویجی و توسعه روستایی". پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس.
- باصری، بیژن و جهانگرد، اسفندیار. (۱۳۸۵). "نقش فناوری بر اشتغال صنایع کارخانه ای ایران". فصلنامه پژوهش های اقتصادی ایران. ۸ (۲۸): ۸۵-۶۱.
- خاکی، غلامرضا. (۱۳۷۹). روش تحقیق با رویکردی به پایان نامه نویسی. چاپ دوم، تهران: کانون فرهنگی انتشارات داریت
- سرمد، زهره؛ بازرگان، عباس و حجازی، الهه. (۱۳۸۶). روش های تحقیق در علوم رفتاری. چاپ چهاردهم، تهران: انتشارات آگاه
- عارفی، م. (۱۳۸۴). برنامه ریزی درسی راهبردی در آموزش عالی. تهران: مرکز انتشارات جهاد دانشگاهی - واحد دانشگاه شهید بهشتی.
- قاسمی، وحید. (۱۳۹۲). مدلسازی معادله ساختاری در پژوهش های اجتماعی با کاربرد Amos Graphics. چاپ دوم، تهران: انتشارات جامعه شناسان
- Golden, T. D., Veiga, J. F., & Dino, R. N. (2008). "The impact of professional isolation on teleworker job performance and turnover intentions: Does time spent teleworking, interacting face-to-face, or having access to communication-enhancing technology matter?". Journal of Applied Psychology. 93, 1412-1421.
- Hargittai, E., & Hinnant, A. (2008). "Digital inequality: differences in young adults' use of the internet". Communication Research, 35, 602e621.
- Heddeghem, W., Lambert. S. and Lannoo. B. (2014). "Trends in worldwide ICT electricity consumption from 2007 to 2012". Computer Communications. Vol. 50. PP. 64-76.
- Jain. P. (2014). "Indigenous knowledge management in Botswana using ICT applications". Concepts and Advances in Information Knowledge Management. Vol. 1. PP. 167-191.
- Karshenas, M. and Stoneman, P.L. (1993). "Rank, stock, order, and epidemic effects in the diffusion of new process technologies: an empirical model". RAND Journal of Economics, 24(4): 503-528.
- Vanderlinde, R. & van Braak, J. (2011). "A new ICT curriculum for primary education in Flanders: defining and predicting teachers' perceptions of innovation attributes". Educational Technology & Society, 14(2), 124e135.
- Wiesenfeld, B. M., Raghuram, S. & Garud, R. (2001). "Organizational identification among virtual workers: The role of need for affiliation and perceived work-based social support". Journal of Management, 27, 213-229.

فرم ارسال مقاله برای فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان

از تمامی محققان، پژوهشگران، استادان و فعالان دو حوزه ورزش و جوانان دعوت می شود که مقاله های علمی - پژوهشی خود را به همراه فرم تکمیل شده زیر، به نشانی دفتر فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان ارسال نمایند:

مشخصات مقاله

عنوان مقاله: نوع مقاله:

مشخصات نویسنده مسئول

نام و نام خانوادگی: جنسیت: زن " مرد "

میزان تحصیلات: رشته تحصیلی:

شغل:

خلاصه فعالیت ها و سوابق علمی و پژوهشی:

تلفن تماس همراه: تلفن تماس ثابت (با ذکر کدشهر):

نشانی کامل پستی:

مشخصات سایر نویسندگان

نام و نام خانوادگی: نام و نام خانوادگی:

میزان تحصیلات: میزان تحصیلات:

شغل: شغل:

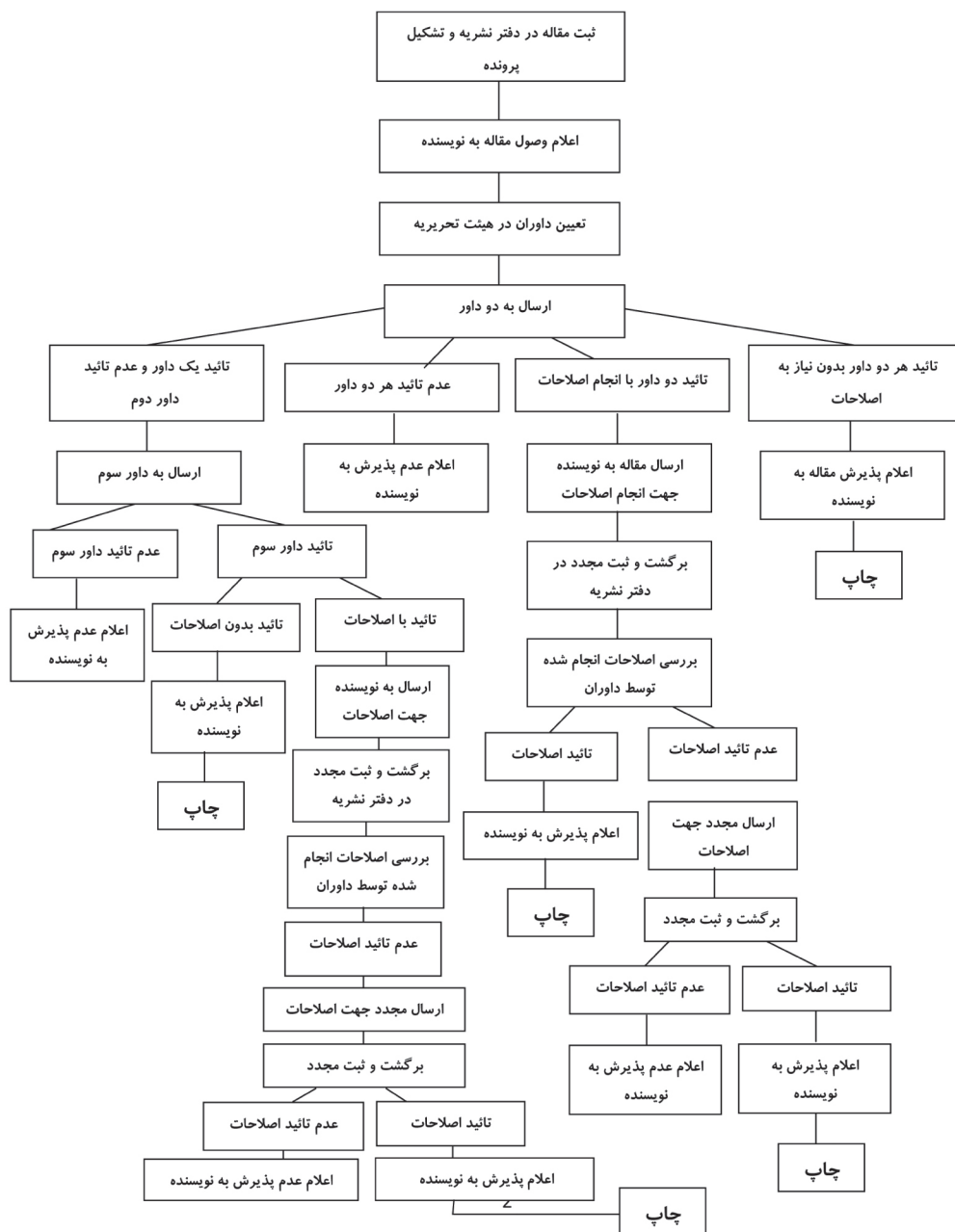
خلاصه فعالیت ها و سوابق علمی و پژوهشی: خلاصه فعالیت ها و سوابق علمی و پژوهشی:

تلفن تماس همراه: تلفن تماس همراه:

پست الکترونیک: پست الکترونیک:

تاریخ ارسال مقاله: امضای نویسنده مسئول:

فرآیند چاپ مقاله در فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان



راهنمای اشتراک فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان

از متقاضیان حقیقی و حقوقی دریافت مجله درخواست می شود که فرم اشتراک زیر را پس از تکمیل، به نشانی دفتر فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان ارسال نمایند:
تهران- بزرگراه آفریقا، خیابان سایه، پلاک ۴، ساختمان شماره ۲ وزارت ورزش و جوانان
مرکز مطالعات و پژوهش های راهبردی
دفتر فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان

24 ۲۴۹

فرم اشتراک فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان

مشخصات متقاضی حقیقی

نام و نام خانوادگی: جنسیت: زن " مرد "

میزان تحصیلات: رشته تحصیلی:

شغل: تلفن تماس ثابت (با ذکر کدشهر):

تلفن همراه: تلفن تماس ثابت (با ذکر کدشهر):

نشانی:

کد پستی ده رقمی / صندوق پستی:

امضای متقاضی:

مشخصات متقاضی حقوقی:

نام موسسه / اداره / سازمان / کتابخانه:

واحد درخواست کننده: کد پستی ده رقمی / صندوق پستی:

تلفن ثابت (با ذکر کد شهر): نمابر (با ذکر کد شهر):

امضای مسئول و مهر مؤسسه:

A Study on the Factors Influencing the Development of ICT in Iranian Ministry of Sports and Youth

Mansoor Kheyrgoo

Ph.D., Assistant Professor in Policy Management, Imam Ali University, Tehran, Iran

Sahar Famil Zare

Master degree in Governmental Management, Tehran, Iran

Received: 15 Feb. 2016

Accepted: 19 Mar. 2016

25

Nowadays, ICT has led to extensive development in various fields and its impact on societies and government agencies is important and unavoidable. The research is to study, identify and examine the factors influencing the development of ICT in the Iranian Ministry of Sports and Youth respectively. This study, in terms of methodology is descriptive and co-relational. The population was the experts of the Ministry of Sports and Youth and 116 people were chosen through random sampling. The software SPSS-20 and Amos-20 were used to data analysis in descriptive, analytical and equation structural modeling. The results showed that in general, vision and strategy, financial resources, technical infrastructure, organizational culture, human resources and the current status of ICT in the organization are the factors affecting the development of information and communication technology. The results of review simultaneous on the both of these variables showed that the factors affecting the information and communication technology (ICT) has a meaningful effect on the ICT Development Index. Standard coefficient indicates that the relationships between these are of the rate 88.2 percentage, which is very high.

Key words: Development of Information and Communication Technology, Vision and Strategy, Financial Resources, Technical Infrastructure, Organizational Culture and Human Resources

software and for hierarchical analysis, AHP Master Software were used. In the survey part 152 people were recruited. The results showed that the strengths are about the organized sport boards (0/321) and the weaknesses are about the young new working staff in sport organization (0/056). About the reason of weaknesses the lack of sufficient number of schools in province was obvious (0/509) and ignoring the basic sports and finding talents was less (0/079). About the opportunities the upper state was for the ideas of leader and governmental staffs (0/365) and the least was for lack of being small and big industries in the province (0/076). About threats increasing number of crime and addiction and divorce (0/312) were the major and lack of the least support of athletes (0/0624) was the minor reason.

Key Words: Strategy, Championship Sport, Semnan Province Development and AHP Method

Developing a Strategic Plan for Championship Sport in Semnan Province Combining SWOT and AHP Methods

Hossein Ziari

Ph.D. Student in Physical Education, Shahrood Branch, Islamic Azad University, Shahrood, Iran

Seyyed Mostafa Tayebi Sani

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Shahrood Branch, Islamic Azad University, Shahrood, Iran

Mohammad Hami

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Shahrood Branch, Islamic Azad University, Shahrood, Iran

Received: 23 Jan. 2016

Accepted: 16 May 2016

Today, sport as an amazing social phenomenon is of important role in life style. It is a necessary of life and a part of culture and identity of nations in this era. It is a kind of organized an purposeful game in which all the movements are done for improving physical and mental power and skillfulness. So that is necessary to have a strategic plan. The purpose of this study is developing a strategic plan for championship of Semnan province combining SWOT and AHP methods. Descriptive-field research method has been used for this study and to determine the analytical hierarchy process, experts of Semnan championship sport were employed to study the books, related articles and meetings of the Steering Council in this area. The statistical population consisted of 73 managers and members of the board of directors and heads of sports, 43 of experts and heads of sport departments, 42 coaches and referees working in the premier leagues of athletic fields, 63 sport champions of Semnan and 29 clear sighted experts. Totally, 152 people were selected based on Morgan chart. After the announcement of the calling, statistical population were asked to announce internal factors (strengths and weaknesses) and external factors (opportunities and threats) of championship Sport of Semnan province and after identifying and classification of the ideas, questionnaire of AHP method was designed. Validity (nominal, of content) of the questionnaire was confirmed by experts and its reliability was obtained due to the incompatibility rate of the questionnaire which was 0.89 by Cronbach's alpha. For descriptive data analysis, SPSS

Developing Strategies in Bushehr Sport and Youth Departement Based on a Comprehensive Model of Developing Strategy

Mohammad Hassan Abdollahi

Ph.D., Assistant Professor, Shiraz University, Shiraz, Iran

Seyyed Nasrollah Sajjadi

Ph.D., Associate Professor, Tehran University, Tehran, Iran

Received: 9 Nov. 2015

Accepted: 13 Apr. 2016

22

The study is to develop and prioritize strategies in Bushehr Sport and Youth Departement based on a comprehensive model of developing strategy. This study is operational descriptive and 118 subjects who applied the population census was used because of the limited of the population. Library studies, with open and closed questionnaires and qualitative interviews and meetings in strategic council were strategic research tools. Information required by carrying out comparative studies, to examine the documents, rules and regulations Upstream, the club's previous plans and surveys of stakeholders and elites. Data analysis of internal factors 2.29 and external factors 3.04 was obtained wich in the evaluation of internal external the departement's position was conservative strategies. The final results of the strategic meetings 8 Strengths, 8 Weaknesses, 7 Opportunities, and 8 Threats obtained which from Aggregation strategies from Matrix Analysis SWOT were obtained from a total 8 strategies that they were in (QSPM) matrix. It was clear that the Increase efficiency, absorption and effective distribution of funds and save costs, development and standardization of infrastructure, equipment and sport facilities, strengthening monitoring and performance evaluation methods in organization structure, including the departement's main strategies.

Key Words: Strategic Plan, SWOT Analysis, Strategy and Strategic Position

An Investigation about the Barriers to Sport Tourists to Enter Iran

Sedighe Eslami

Ph.D., Assistant Professor, Department of Physical Education, Payam-e-Noor University, Lorestan, Iran

Jamshid Hemmati

Islamic Azad University, Behbahan Branch, Islamic Azad University, Behbahan, Iran

Ebrahim Zarrini

Department of Economy, Payam-e- Noor University, Iran

Received:17 Aug. 2015

Accepted:10 Sep. 2015

The study is to identify and ranking of the barriers of sport tourists to enter Iran. The method of this study was descriptive survey with the practical purpose. The statistical population was include all persons who had at least one book or two scientific papers in areas related to tourism and the administrative experts in this field with at least a bachelor's degree, who are at least 10 years of experience. Samples were selected through stratified random sampling and the statistical population included of 500 researchers and 450 of experts that 274 samples were calculated and selected. The measurement tool in this research was researcher- designed questioner. The final questionnaire's face validity was approved by experts. To determine the content validity were used exploratory and confirmatory factor analysis. Cronbach s Alfa coefficient was calculated 0/90. Friedman test showed significant differences between the various obstacles of tourists for enter in Iran. The results showed that among the various obstacles, the lack of important sub structural was First rank, The less or lack of activity of international companies was second rank and weakness of publicity and improper marketing in another countries was third rank.

Key words: Ranking, Barriers, Sport Tourists and Iran

in the WT (defensive) region. According to this, the rural sports development strategies include of 3 SO strategies, 2 ST strategies, 2 WO strategies and 4 WT strategies.

Key words: Strategy, Rural Sport, Indigenous and Local Sport and Golestan Province

Codification of Developmental Strategy for Rural and Indigenous Sports in Golestan Province

Mohammad Ali Noudehi

PH.D. Student in Sport Management, Department of Physical Education, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gomishan, Iran

Mojtaba Ahmadi

PH.D. Student in Sport Management, Department of Physical Education, Bandargaz Branch, Islamic Azad University, Bandargaz, Iran

Gholam Reza Noudehi

PH.D. Student in Sport Management, Department of Physical Education, Bandargaz Branch, Islamic Azad University, Bandargaz, Iran

Mohammad Sadegh Dadashi

PH.D., Assistant professor, Department of Physical Education, Bandargaz branch, Islamic Azad University, Bandargaz, Iran

Received: 25 Apr. 2015

Accepted: 25 Nov. 2015

The study is to codification of developmental strategy for rural and indigenous sports in Golestan province. The method of the research was analytical-descriptive, in terms of results was an applied and case study. The population of this study included university professors, Ph.D. in physical education, sport and youth leaders and the rural sports bodies which include 94 people. Due to the limitations of society, sampling was carried out on a full count. A researcher-made questionnaire was used to gather the required information. The validity of questionnaire was approved by 10 professors of Ph.D. degree in sport management. The reliability of questionnaire using the method of Cronbach's alpha obtained 82.0. To analyze the data, descriptive statistics (tables, charts, etc.) and inferential statistics (Friedman test) were used.

Eventually 12 strengths, 12 weaknesses, 12 opportunities and 10 threats were identified. The results showed that the most important strength was winning medals in some disciplines in the national and international levels. The important weakness was inadequate attention to the sport of rural and tribes. The most important opportunity was presence of different tribes and cultures in rural areas and the most important threat was influence of the western culture adored by the youth. According to the analysis, the strategic position of rural sports is

a virtual model for each inefficient federation to achieve the desired level of efficiency, including introducing efficient federations as reference units, and determining surplus and optimal amount of each inputs so federations be guided to develop their future programs.

Keywords: Performance Evaluation, Performance Optimization, Data Envelopment Analysis (DEA) and Sports Federation

Performance Evaluation and Optimization for Selected Sport Federations of Islamic Republic of Iran Using Data Envelopment Analysis

Mahdieh Seraji

Master degree in Sport Management, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

Seyyed Emad Hosseini

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

Mohammad Ehsani

Ph.D., Full Professor in Sport Management, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran

Mohammad Reza Boroumand

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

Received: 3 May 2015

Accepted: 5 Jul. 2015

Given the importance of sport federations in promoting sport in Iran, in addition to performance evaluation, performance management has a great importance in improving federation's efficiency, effectiveness and ultimately productivity. The present study tries to evaluate the performance of selected sport federations of Iran in 1392 using Data Envelopment Analysis method and then provide guidelines for performance optimization for each federation. By means of DEA models, 12 federations of 50 active federations in 1392, were determined as the sample of study with targeted sampling based on the results of assessments conducted by the Ministry of Sports and Youth, and were evaluated. Based on evaluation results, in 12 observed federations, only 5 federations (taekwondo, karate, mountaineering, chess and wrestling) were fully efficient- efficiency score equal one, and other federations were determined as inefficient federations- efficiency score less than one. The average efficiencies for observed federations were determined, in scale efficiency 0/724, in management efficiency 0/738 and in technical efficiency 0/589; therefore technical inefficiency and then, scale inefficiency could be considered as the major factors of inefficiency in federations. Other results of study provided

A Study on Relationship between the Social Networks Usage and Social Networks Addiction and Couple Conflicts and Divorce Tendency

Hossein Eskandari

Ph.D., Assistant Professor in Sociology, University of Bojnourd, Bojnourd, Iran

Hamid Darrodi

Ph.D., Assistant Professor in Sociology, University of Bojnourd, Bojnourd, Iran

Received: 4 Jul. 2016

Accepted: 26 Jul. 2016

This descriptive-survey research examined relationship between the hour rate of social networks usage and social networks addiction, in one hand and couple conflicts and divorce tendency, in other hand. Statistical population was all of young couple between 18-29 years old. 422 men and women were selected as a sample size through convenience sampling method. For this reason, three questionnaires were used: Bergen Facebook Addiction Scale that was corrected and used for all social networks, marital conflicts and divorce prone. Data were analyzed by SPSS 19. Findings showed there were a positive significant relations between social network usage and addiction in one hand and couples' conflicts and divorce prone, in other hand. This positive relation repeated in all component of marital conflict, such as reduction of cooperation, reduction of sex, reduction of relation with husband's family, increasing of relation with own family, and reduction of effective relationship between couples. Findings showed that addiction to social networks significantly reduced the quality of marital life. According to these findings, it seems that Ministry of Sport and Youth should plan to promote the media literacy among target society to reduce undesirable effect of social networks.

Keywords: Social Networks, Virtual Space, Divorce Prone and Marital Conflict

Examining the Political Participation of Youth in Yazd City and Factors Influencing

Mahnaz Farahmand

Ph.D., Assistant Professor in Sociology, Yazd University, Yazd, Iran

Somayyeh Vakili Ghasemabad

Master degree in Sociology, Yazd University, Yazd, Iran

Elahe Poor Rajimian

Master degree in Sociology, Yazd University, Yazd, Iran

Received: 19 Nov. 2016

Accepted: 18 Dec. 2016

15

Political participation is considered as one of the main indicators of socio-political development of the countries. Youth political participation which considers the largest population groups in developing countries for political stability and dynamism of society is of main important. This study is to answer the above questions. The theories of Samuel Hantington, Martin Lipset, Broadwell, Milbrath and Goel's Political Participation were used. In this survey, samples (384 Youth) were randomly selected through the multi-stage cluster sampling method. The instrument used in this study was questionnaire. The results of study showed that the mean of responder's political participation was less than average and among of dimensions of political participation, level of objective political participation was more than subjective participation. The results also confirmed that the significant correlation between age and gender and political participation and younger group's political participation was more than older and men political participation was more than women. The variables of family participation, political culture and political motives with political participation had a significant and positive relationship. Also, there was no significant relationship between the variables of marital status, the individual's structural situation, national and religious belonging. Multiple regression analysis supported the significant role of two variables "family out group Culture" and "political motives" that political motivation plays the most important role in explaining the political participation of youth.

Keywords: Political Participation, Political Culture, National-Religious Belonging, Participation Culture of Family and Political Motivation

variables explain generally more than 35% of the variations of dependent variable.

Keywords: Partnership, Social Network, Adherence to Religious Beliefs and Socio-Economic Status

TELEGRAM Social Network Impacts on the Family Values (Case Study: Young People in Tehran)

Masoud Darabi

Ph.D., Assistant Professor in Sociology, Tehran, Iran

Hassan Kalashloo

Ph.D. Student in Political Sociology, Academic Member, Tehran, Iran

Received: 22 Nov. 2016

Accepted: 19 Dec. 2016

The family structure and its values are among the concepts arising from the modernization and culture of social man. Today, people interactions have become an important aspect of social activities and its impacts on the individuals' social life are increasing. The universal form of people interactions set as "Social Networking Service". So, this study is to investigate the TELEGRAM social network impacts on the family values among young people in Tehran. In order to access this object, independent variables consisting of social network, adherence to religious beliefs and socio-economic status are chosen from the variety of factors and variables affecting on the family values. The theoretical aspect of the study is based on the theories of Habermas and Rokaije. The methodology of this research is a survey by a data gathering tool, questionnaire with the reliability and credibility. In this research, the statistical population is 18-29-year-old youth in 22 districts of Tehran. The sample size is 390 obtained by using multi-stage cluster sampling method and Cochran formula. The main method of the data analyzing is Regression and Path Analysis. The results indicate that the total average of the family values in this case study is 3/77; Comparing this amount with the maximum and minimum score which are respectively 5 and 1 shows that family values among young people is almost moderate upward.

Also, based on these results there is a significant relationship between the family values and variables consisting of the social network, the adherence to religious beliefs, socio-economic status and gender. But, there is no relationship between the family values and variables including age, marital status, and education. Among these variables, Social Network has the strongest relationship with dependent variable. Four variables including the social network, the adherence to religious beliefs, socio-economic status and age are entered into Regression Equation; the determination coefficient is reported 0.358. Therefore, above

Role of NGOs in Development of Youth Rights

Rasool Montajab Nia

Ph.D. in Law and Jurisprudence, Faculty of Humanities, University of Shahd, Tehran, Iran

Rohollah Modaber

Ph.D. in International Relations, Youth Diplomacy Researcher, Tehran, Iran

Davood Noori

Ph.D. Student in Sport Sociology, Sciences and Researches Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Received: 3 Sep. 2016

Accepted: 10 Nov. 2016

In the contemporary world, daily changes that occur in the field of communications has led the process of moving communities diluted the role of government every day and this situation is spurred the evolution. It is obvious that as societies evolve, new scenarios in the areas of social- political realized that the new priorities with the adoption of new practices and tools, as well as the capacity of non-state actors, particularly NGOs are required. In this regard due to the role of young people in different countries, especially developed nations as the force of thought, work and ideas in institutions and scientific centers and offices and the development of NGOs youth in the global system a variety of programs such philanthropic actions beyond the borders of countries, in the international arena that would impact on the minds of the masses of the people and even governments and international organization. The method used in this research was based on documentation and library data and also a qualitative study. In this study, we addressed the following questions using the tools of social participation: how youth NGOs can be effective in pursuing the rights of young people and what is their position in youth rights development? It seems the movement in the direction of domestic understanding of young people and their concerns will lead to the institutionalization of the culture of youth-oriented NGOs capacity and use of international experience to the next generation of the country.

Key words: Youth, NGOs, Youth Rights, Youth Work and Social Capital

Gender Taste and Cybernetic Leisure of 15-29 Year old Youths in Tehran

Soheila Alireza Nejad

Ph.D., Associated Professor of Sociology Faculty, Garmsar Branch, Islamic Azad University, Garmsar, Iran

Sakineh Seif Jamali

Master degree in Sociology, Sciences and Researches Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Received: 3 Aug. 2016

Accepted: 17 Oct. 2016

11

As people of a society are not the same, their leisure is also different. The main objective of this article is to review the behavioral pattern of youth in their cybernetic leisure times. Since the pattern of leisure could be a judgmental young person's life style thus the leisure times among youths is very important. Based on this, the main questions in this research are: What are the patterns of cybernetic leisure times among youth? How gender effects on leisure? In order to answer these questions; in addition to referring to the facts, some theoretical concepts like habitats and field is adopted from Bourdieu, and conspicuous leisure from Torstein Veblen. Based on nature of the research, an Inductive-Sequential Mixed Method is designed which is a combination of field research and survey. The instruments for conducting field research were semi structured interviews and focus group discussions. Survey was based on earlier qualitative data collection and also a questionnaire was prepared. The results showed the popularity of cybernetic leisure among youth however, despite there are ease of activity for girls in this leisure but there are still signs of gender habitats in cyber leisure. In a way gender construction in cybernetic leisure is reproduced. Increase of facilities did not have significant impact on youth behavior, conspicuous displays and conspicuous leisure can be observed. Increase of facilities did not have significant impact on youth behavior, conspicuous displays and conspicuous leisure can be observed. Despite the girls' agency in leisure time in cyber space, their taste was different from boys.

Key words: Leisure, Cybernetic Leisure, Gender and Gender Taste

% 35 of "social participation" dependent variable changes, % 41 of "political participation" dependent variable changes, % 32 of "cultural cooperation" dependent variable changes, % 28 of "economic cooperation" dependent variable changes and % 25 of "the involvement of mental" dependent variable changes.

Keywords: Participation, Social Trust, Social Alienation, Indifference, Use of Social Media and Socio- Economic Base

Sociological Explanation of Youth Participation: Causes, Forms and Challenges (Studied in Tehran)

Reza Karimi

Ph.D. Student in Sociology, Sciences and Researches Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Ali Reza Mohseni Tabrizi

Ph.D., Full professor in Sociology, Sciences and Researches Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Mehrdad Navabakhsh

Ph.D., Full professor in Sociology, Sciences and Researches Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Received: 2 Nov. 2016

Accepted: 10 Nov. 2016

This study examined the sociological explanation of youth participation, causes, forms and challenges. In order to achieve this goal through a variety of variables that affect youth participation, variables of social trust, social alienation, social apathy, the use of media and economic status- social were selected as independent variables. Theoretical Foundations of variables and parameters of this study were on the base of Melvin Seaman, Limpest, Parsons, Giddens, Inglehart and zetompka theories.

The research methodology was survey and data gathering tool was a questionnaire with the reliability and credibility. Statistical population were 18-29 year old young people in 22 districts of Tehran in 1394. The sample number was 390 based on multi-stage cluster sampling method and Cochran formula. The main methods of data analysis were regression and path analysis.

On the base of the results, there were partnership between variables and social trust, social alienation, mass media, indifference, social and economic and social base and gender, but there were no significant relationship between the variables of marital status and participation.

Also, there was a significant relationship between variables and social trust, social alienation, mass media, social indifference, economic and social base and gender, but there was no significant relationship between the marital status and the participation.

Among the studied variables, social trust was of the strongest relationship to the the dependent variable of participation (social, political, cultural, economic and psychological).

The Multivariate regressions suggests that independent variables explain

Combining SWOT and AHP Methods

Hossein Ziari / Ph.D. Student in Physical Education, Shahrood Branch, Islamic Azad University, Shahrood, Iran

Seyyed Mostafa Tayebi Sani / Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Shahrood Branch, Islamic Azad University, Shahrood, Iran

Mohammad Hami / Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Shahrood Branch, Islamic Azad University, Shahrood, Iran

..... 23

A Study on the Factors Influencing the Development of ICT in Iranian Ministry of Sports and Youth

Mansoor Kheyrghoo / Ph.D., Assistant Professor in Policy Management, Imam Ali University, Tehran, Iran

Sahar Famil Zare / Master degree in Governmental Management, Tehran, Iran

..... 25

A Study on Relationship between the Social Networks Usage and Social Networks Addiction and Couple Conflicts and Divorce Tendency

Hossein Eskandari / Ph.D., Assistant Professor in Sociology, University of Bojnourd, Bojnourd, Iran

Hamid Darrodi / Ph.D., Assistant Professor in Sociology, University of Bojnourd, Bojnourd, Iran

..... 16

Performance Evaluation and Optimization for Selected Sport Federations of Islamic Republic of Iran Using Data Envelopment Analysis

Mahdieh Seraji / Master degree in Sport Management, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

Seyyed Emad Hosseini / Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

Mohammad Ehsani / Ph.D., Full Professor in Sport Management, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran

Mohammad Reza Boroumand / Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

.....17

Codification of Developmental Strategy for Rural and Indigenous Sports in Golestan Province

Mohammad Ali Noudehi / PH.D. Student in Sport Management, Department of Physical Education, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gomishan, Iran

Mojtaba Ahmadi / PH.D. Student in Sport Management, Department of Physical Education, Bandargaz Branch, Islamic Azad University, Bandargaz, Iran

Gholam Reza Noudehi / PH.D. Student in Sport Management, Department of Physical Education, Bandargaz Branch, Islamic Azad University, Bandargaz, Iran

Mohammad Sadegh Dadashi / PH.D., Assistant professor, Department of Physical Education, Bandargaz branch, Islamic Azad University, Bandargaz, Iran

..... 19

An Investigation about the Barriers to Sport Tourists to Enter Iran

Sedighe Eslami / Ph.D., Assistant Professor, Department of Physical Education, Payam-e- Noor University, Lorestan, Iran

Jamshid Hemmati / Islamic Azad University, Behbahan Branch, Islamic Azad University, Behbahan, Iran

Ebrahim Zarrini / Department of Economy, Payam-e- Noor University, Iran

.....21

Developing Strategies in Bushehr Sport and Youth Departement Based on a Comprehensive Model of Developing Strategy

Mohammad Hassan Abdollahi / Ph.D., Assistant Professor, Shiraz University, Shiraz, Iran

Seyyed Nasrollah Sajjadi / Ph.D., Associate Professor, Tehran University, Tehran, Iran

..... 22

Developing a Strategic Plan for Championship Sport in Semnan Province

CONTENTS

Sociological Explanation of Youth Participation: Causes, Forms and Challenges (Studied in Tehran)

Reza Karimi / Ph.D. Student in Sociology, Sciences and Researches Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Ali Reza Mohseni Tabrizi / Ph.D., Full professor in Sociology, Sciences and Researches Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Mehrdad Navabakhsh / Ph.D., Full professor in Sociology, Sciences and Researches Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

..... 9

Gender Taste and Cybernetic Leisure of 15-29 Year old Youths in Tehran

Soheila Alireza Nejad / Ph.D., Associated Professor of Sociology Faculty, Garmsar Branch, Islamic Azad University, Garmsar, Iran

Sakineh Seif Jamali / Master degree in Sociology, Sciences and Researches Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

..... 11

Role of NGOs in Development of Youth Rights

Rasool Montajab Nia / Ph.D. in Law and Jurisprudence, Faculty of Humanities, University of Shahd, Tehran, Iran

Rohollah Modaber / Ph.D. in International Relations, Youth Diplomacy Researcher, Tehran, Iran

Davood Noori / Ph.D. Student in Sport Sociology, Sciences and Researches Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

..... 12

TELEGRAM Social Network Impacts on the Family Values (Case Study: Young People in Tehran)

Masoud Darabi / Ph.D., Assistant Professor in Sociology, Tehran, Iran

Hassan Kalashloo / Ph.D. Student in Political Sociology, Academic Member, Tehran, Iran

..... 13

Examining the Political Participation of Youth in Yazd City and Factors Influencing

Mahnaz Farahmand / Ph.D., Assistant Professor in Sociology, Yazd University, Yazd, Iran

Somayyeh Vakili Ghasemabad / Master degree in Sociology, Yazd University, Yazd, Iran

Elahe Poor Rajimian / Master degree in Sociology, Yazd University, Yazd, Iran

..... 15

Editorial Board:

Kiumarth Ashtarian

Associate Professor of Political Science Department, Faculty of Law and Political Sciences, University of Tehran

Mohammad Javadi pour

Assistant Professor of Educational Management and Planning Department, Faculty of Psychology and Education, University of Tehran

Seyyed Nasrollah Sadjadi

Associate Professor of Sport Management Department, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Tehran

Mahdi Taleb pour

Associate Professor of Movement Behavior Department, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Ferdowsi

Mohammad Hossain Abdollahi

Associate Professor of Psychology Department, Faculty of Psychology and Education, University of Kharazmi

Farzad Ghafouri

Associate Professor of Sport Management Department, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Allameh

Mohammad Kashti dar

Associate Professor of Physical Education and Sport Sciences Department, Faculty of Literature and Human Sciences, University of Birjand

Mahmood Golzari

Associate Professor of Clinical Psychology Department, Faculty of Psychology and Education, University of Allameh

Amir Maleki

Associate Professor of Social Sciences Department, Payam-e- Noor University

Habib Honari

Associate Professor of Sport Management Department, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Allameh

Quarterly of
**STRATEGIC STUDIES ON
YOUTH AND SPORTS**

No.33.Autumn2017

Concessionaire:

Ministry Of Sports and Youth

Director:

Mohammad Reza Fazli

Editor-in-Chief:

Seyyed Nasrollah Sadjadi

Office Manager:

Zahra Kamalian

Typist:

Pardis vahebzadeh

Publication:

Tehran University of Art Press

**Ministry Of Sports And Youth
Strategic Studies And Research Center**

Add: No.4. Sayeh St. Afriqa Blvd. Tehran, Iran

Tel:+98(21)22662369

Fax: +98(21)22662260

E- mail: strategic.studies@msy.gov.ir

*In The Name Of Allah
The Beneficent and the
Merciful*