



فصلنامه علمی - پژوهشی

مطالعات راهبردی ورزش و جوانان

شماره ۳۶. تابستان ۱۳۹۶

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 سیدگلگو، مهدی شکرانی، لقمان کشاورز، مهدی نادری نسب، محمد رسول خدادادی، فرزاد نوبخت، مهدی بشیری، علی فهیمی نژاد، فرشاد امامی، رضا شجاع، محمد سلطانی، مهدی یوسفی صادقلو، محمد هادی توکلی، فریبرز فتحی، سیاوش خداپرست، نصراله محمدی، مجید کاشانی، سوران رجبی، ابوالقاسم حیدرآبادی، ستار پروین، مسعود دارابی، حسین اسکندری، منصور فتحی، فهیمه مومنی فر، طیبه زرگر، نسرين عزيزيان، شیرین زردشتیان، عالیه شکر بیگی، طاهره جعفری، مستوره صداقت، 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 به بالا 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، نمابر 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 پرانتز 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

- توصیف و تحلیل سیر تحولات مدیریت ورزش همگانی (۱۳۹۳ - ۱۳۵۷) با تاکید بر برنامه های اول تا پنجم توسعه
ابوالفضل ملا جعفری، فرشاد تجاری، محمد رضا اسمعیلی
۹.....
- مطالعه تطبیقی ساختار ورزش ایران و کشورهای منتخب اروپا
سید احمد سجادی، نازنین راسخ، سید محمدحسین رضوی، مرتضی دوستی
۲۳.....
- بررسی وضعیت موجود ورزش پهلوانی و زورخانه ای کشور در سال ۱۳۹۵
علی یلفانی، حسین عاشوری، زهرا رئیسی
۴۳.....
- اولویت بندی عوامل اثرگذار بر توسعه ورزش همگانی و قهرمانی کشور
عباس شعبانی، فرزاد خواجه
۵۷.....
- تأثیر حامیان مالی بر جذب تماشاچیان در رشته ورزشی بدمیتون
محمد رضا پوریا، کاوه خبیری
۶۹.....
- ارتباط بین رفتار سیاسی و سلامت سازمانی با دلبستگی شغلی کارکنان وزارت ورزش و جوانان
علیرضا خسروی، سید صلاح الدین نقشبندی، علی محمد امیر تاش
۷۷.....
- تحلیلی بر تمایز جنسیتی در الگوهای فراغت جوانان شهر اصفهان
محمد تقی ایمان، مریم سروش، یاسر رستگار، مسعود حاج بنده
۸۷.....
- هویت یابی متمایز دختران نسل نو با تاکید بر تحصیلات دانشگاهی
شیرین احمدنیا، شمیم شرافت، کیانا تقی خان
۱۰۷.....
- تحلیل جامعه شناختی عوامل مؤثر بر شادمانی اجتماعی جوانان شهر تهران
حسین دهقان، ناصر پوررضا کریم سرا، برزو مروت
۱۲۳.....
- بررسی عوامل مرتبط با مصرف موسیقی جوانان شهر تهران
حمید حیدرپناه، شاپور بهیان، فریدون وحیدا
۱۳۹.....
- بررسی اثر بخشی آموزش مهارت های معنوی بر احساس تنهایی و امنیت روانی دانش آموزان
خدیجه وریانی، محمد مهدی شمسایی
۱۵۹.....
- بررسی تأثیر عضویت در شبکه اجتماعی پیام رسان تلگرام بر رشد هویت بازاندیشانه جوانان (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه آزاد تهران شرق)
امیر الله امانی کلاریجانی، منیره تافته
۱۷۵.....

توصیف و تحلیل سیر تحولات مدیریت ورزش همگانی (۱۳۹۳ - ۱۳۵۷) با تاکید بر برنامه های اول تا پنجم توسعه

ابوالفضل ملا جعفری^۱
فرشاد تجاری^۲
محمد رضا اسمعیلی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۸/۲۵

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۵/۱۱/۶

هدف از این پژوهش، توصیف و تحلیل سیر تحولات مدیریت ورزش همگانی طی سال های ۱۳۵۷ تا ۱۳۹۳ با تاکید بر برنامه های اول تا پنجم توسعه بود. روش اجرای پژوهش، به صورت کتابخانه ای و اسنادی می باشد. اطلاعات مورد نیاز از اسناد و مستندات موجود در بایگانی مطبوعات و مراکز ورزشی مهم کشور جمع آوری گردیده است. ابزار جمع آوری داده ها، چک لیست محقق ساخته در مؤلفه های مرتبط با ورزش همگانی است که روایی صوری آن به تایید ۱۵ نفر از متخصصان با گرایش مدیریت ورزشی رسید. یافته های تحقیق نشان داد که از سال ۱۳۵۷ تا ۱۳۶۷ به ورزش محلات و ایجاد ساختار (ساختار سازی) در ورزش همگانی توجه بیشتری شده است. ضمن اینکه در طول برنامه اول و دوم توسعه (بین سال های ۱۳۶۸ تا ۱۳۷۸)، توسعه ورزش کارکنان و برگزاری همایش های ورزش همگانی مورد توجه قرار گرفت. در برنامه سوم، چهارم و پنجم توسعه، به ترتیب توسعه ورزش روستایی، نقش رسانه ها در ورزش و تدوین چشم انداز و راهبرد در ورزش همگانی در افق ۱۴۰۴ برجسته بود. در مجموع، برنامه ها و اقدامات انجام شده، زمینه های ترویج و توسعه ورزش همگانی را فراهم نموده است. با این حال، جهت گیری ها، برنامه ها و اقدامات انجام شده به صورت مقطعی بوده است.

واژگان کلیدی: سیر تحولات، مدیریت، ورزش همگانی و توسعه

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: Behrooz_mjafari@yahoo.com

۲. استاد تمام، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۳. دانشیار، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

مقدمه

بدیهی است که موضوعات کلان و حائز اهمیت هر جامعه ای در برنامه های توسعه آن نمود پیدا می کند. سلامت جسم و نشاط روح و کاهش بیماری های جسمی و روانی از نتایج قطعی ورزش است و در دنیای معاصر، فعالیت جسمانی و ورزش به عنوان یک وظیفه عمومی در آمده و گسترش فرهنگ ورزش، علاوه بر تضمین سلامتی آحاد جامعه و ایجاد طراوت و نشاط در محیط کار و خانواده، ارتقای بهره وری آنان را موجب خواهد شد (شکری، ۱۳۸۹). امروزه ورزش و به ویژه ورزش همگانی از آنجا که موجب افزایش امید به زندگی از طریق ارتقای سلامت جامعه می شود، یکی از زیر شاخص های توسعه انسانی در جوامع قلمداد می گردد (کشکر و سلیمانی، ۱۳۹۱). مک کری^۱ (۲۰۰۹) به بررسی سیاست های مدیریت عمومی در دنیایی موسوم به دهکده جهانی در زمینه ورزش های همگانی پرداخته است که با توجه به لرزش ها، علت ها و شخصیت های متفاوت، در نهایت به هدف توسعه ورزش های همگانی می انجامد. دوکوبرتن^۲ فکر می کرد که ورزش نخبگان، مشوق ورزش همگانی خواهد بود. آبی بیگل^۳ برنده مسابقات ماراتن سال های ۱۹۶۰ و ۱۹۶۴، صدها هزار نفر را به دویدن ترغیب کرد. (کمیسون المپیک سولیداریتی کمیته بین المللی المپیک، ۱۹۸۶).

تفکر ورزش همگانی و همگانی کردن ورزش به صورت رسمی در اروپا و حتی در جهان برای اولین بار در سال ۱۹۶۶ مطرح شد و در این سال شورای اروپا در سیاست های ورزشی خود در راستای توسعه ورزش در سطح جامعه برای نخستین بار از مفهوم ورزش همگانی به منظور گسترش ورزش در جامعه استفاده کرد (ساندرز^۴، ۲۰۰۱). شاید بتوان با احتیاط، زادگاه توسعه و برنامه ریزی یا سازماندهی ورزش همگانی را کشور برزیل دانست. در سال ۱۹۲۳ در شهر سائوپولو^۵ مسابقه دوی همگانی انجام شد و در سال ۱۹۲۷، فردریکو گلرز^۶ موضوع گسترش ورزش های همگانی را در شهر پورتو آلگری^۷ واقع در جنوب برزیل برای نخستین بار مطرح کرد (مطالعات تفضیلی ورزش همگانی و تفریحی، ۱۳۸۴).

در ایران نیز، اولین اردوی تفریحی - ورزشی در سال ۱۳۱۳ در باغ منظریه تهران برگزار شد و قبل از پیروزی انقلاب اسلامی، وزارت فرهنگ و هنر سابق با الگوبرداری از تجربه خانه های فرهنگ در فرانسه، اقدام به احداث خانه های فرهنگ شهری در مرکز استان ها کرد که اولین خانه فرهنگ در سال ۱۳۴۶ شروع به فعالیت کرد. خانه های فرهنگ به تدریج در تمام استان ها تأسیس شد، اما در سال ۱۳۵۸ فعالیت تمامی آنها متوقف شد (جلتا فراهانی، ۱۳۸۹). پس از پیروزی انقلاب اسلامی، بر اساس اهداف تعیین شده در بند ۳ اصل سوم قانون اساسی، ورزش همگانی از سال ۱۳۵۸ با عنوان "ورزش محلات" آغاز به کار کرد (فدراسیون ورزش های همگانی، ۱۳۹۳). تشکیلات ورزش همگانی در سازمان ورزش در سال ۱۳۶۲ و فدراسیون ورزش همگانی در سال ۱۳۷۱ و بیشتر هیئت های ورزش های همگانی استان ها بین سال های ۱۳۷۸ تا ۱۳۸۲ تأسیس شده است، در حالی که سابقه تأسیس قدیمی ترین فدراسیون ورزش همگانی در جهان، به کشور فنلاند در سال ۱۹۲۰ بر می گردد - ایران همزمان با کشورهایی مانند قبرس و زیمبابوه تشکیلات ورزش همگانی خود را سازماندهی نموده است (کارگروه تخصصی کمیته تحول فدراسیون ورزش های همگانی، ۱۳۹۴).

1. Mccree
2. Pierre de Coubertin
3. Abb Baicle
4. Saunders
5. Sao Paulo
6. Frederico Gelrez
7. porto Alegre

پژوهش های متعددی به منظور تعیین وضعیت ورزش همگانی کشور و نیز شناسایی نقاط قوت و ضعف آن انجام شده است که در نهایت به طراحی الگوی توسعه و یا پیشنهاد راهبرد و راهکارهای توسعه منجر گردیده است. با این حال، میزان لحاظ نمودن پیشنهادات برخاسته از این پژوهش ها در درون برنامه های توسعه ای کشور مشخص نیست. به عنوان مثال، مطالعات تفصیلی توسعه ورزش همگانی و تفریحی (۱۳۸۴) نشان داد که متأسفانه آمار دقیقی در مورد تعداد شرکت کنندگان ورزش همگانی تا سال ۱۳۸۲ در دسترس نیست، اما طبق پژوهش های انجام شده در سال های مختلف و توسط نهادهای مختلف، میزان شرکت کنندگان در ورزش همگانی بیش از ده درصد جمعیت کشور گزارش نشده است. مظفری و قره (۱۳۸۴) در پژوهشی تعداد افرادی که در ایران تحت پوشش هیات های ورزش همگانی ورزش می کنند را ۵/۹۲ درصد بیان نمود که در مقایسه با ۲۳ کشور جهان از همه کمتر بود. درصد شرکت کنندگان در ورزش همگانی ایران از قاره افریقا بیشتر و از سایر قاره ها کمتر و سرانه پرداختی از طرف فدراسیون ورزش همگانی در سال ۱۳۸۲ برای آقایان ۴۸۴۶۲ ریال و برای بانوان ۱۲۶۹۰ ریال بود. همچنین، وزارت ورزش با تشکیل معاونت توسعه ورزش همگانی و ایجاد ردیف بودجه مستقل در راستای توسعه ورزش همگانی اقدام نموده است (کمیته ملی المپیک، ویژه نامه، ۱۳۹۳، ص ۳۰). اهداف مورد نظر در معاونت ورزش همگانی عبارت اند از: توسعه ورزش همگانی، توسعه زیر ساخت های ورزشی و توسعه مدیریت مبتنی بر برنامه محوری، پژوهش کاربردی و آموزش اثر بخش (دبیرخانه شورای راهبردی، ۱۳۹۳، ص ۳۷). کارگروه برنامه راهبردی فدراسیون همگانی (۱۳۹۳) نیز در یک افق ۱۵ ساله، مشارکت ۵۰ درصدی مردم را تا سال ۱۴۰۴ تدوین نمود. جوادی پور و همکاران (۱۳۹۲) در طراحی الگو برای توسعه ورزش همگانی در ایران و با توجه به ویژگی های نظام برنامه ریزی و فضای فرهنگی و اجتماعی جامعه ایران مدلی را ارائه نمودند که این مطالعه در سطح اول شامل توسعه ورزش همگانی و تفریحی و در سطح دوم شامل فرایندهای اصلی زیر است: ۱- ورزش برای سلامتی و تحرک ۲- ورزش برای درمان و کاهش اثرات بیماری های مزمن ۳- ورزش آموزشی با رویکرد آموزش رشته های ورزشی و بستر سازی برای ورزش قهرمانی. نتایج تحقیقات شعبانی و همکاران (۱۳۹۳) نشان داد که بر اساس مدل SWOT راهبرد تدافعی (ضعف درون سازمانی و تهدید بیرونی) در ورزش همگانی طرح جامع ورزش کشور حاکم می باشد. کشاورز (۱۳۹۴) در پژوهشی نشان داد که در الگوی توسعه ورزش همگانی در فدراسیون ها، ۱۱ عامل مدیریتی، نظارتی، آموزشی، تفریحی، خانواده و دوستان، فرهنگی و اجتماعی، یادبودها و ارزش ها، انگیزشی، مسابقات، داوطلبی و رسانه ای وجود دارد. جوادی پور و سمیع نیا (۱۳۹۲) در پژوهشی، استراتژی های تهاجمی را برای توسعه ورزش همگانی توصیه نمودند و افزایش مشارکت و همکاری فعال سازمان ها و نهادها، تقویت فرهنگ ورزش همگانی در کشور و به کار گیری تمامی ظرفیت های ملی را در راستای رشد و توسعه ورزش همگانی پیشنهاد کردند. تند نویس و همکاران (۱۳۸۴) بهبود وضعیت اقتصادی مردم، استفاده از رسانه های گروهی، برگزاری مسابقات ورزشی و اهدای جوایز، اولویت دادن ورزش در اوقات فراغت و استفاده از سرمایه گذاری بخش خصوصی را از مهمترین عوامل توسعه ورزش همگانی بیان نمودند. کشاورز و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهشی نشان دادند که واگذاری اماکن ورزشی دولتی به بخش خصوصی در استان تهران، تاثیر معنا داری در توسعه ورزش همگانی نداشته است. حاجی زاده (۱۳۸۸) در پژوهشی نشان داد که یکی از موارد مهم، تاکید رسانه ها بر ورزش همگانی و قهرمانی است. در این پژوهش، آزمودنی ها چنین اظهار کرده اند که رسانه ها باید روی ورزش همگانی تاکید بیشتری داشته باشند. رسانه های گروهی و صنعت ورزش برای ادامه حیات خود راهی جز پذیرش تقاضای اجتماعی و تمکین به هنجارهای جدید آن در پیش روی ندارند. در این پژوهش، ارتباط معنی داری بین رسانه های گروهی و پیشرفت سرمایه گذاری

در بخش ورزش همگانی وجود دارد. الشامی و همکاران^۱ (۲۰۱۲) نیز رسانه های جمعی را به عنوان یک ابزار مورد استفاده برای ارتقای سبک زندگی فعال از نظر جسمانی معرفی نمودند. ایلهان و جنسر^۲ (۲۰۱۲) با بررسی و تحلیل برنامه رقص یخ- که دو بار در هفته در پربیننده ترین ساعات یکی از کانال های تلویزیون ملی ترکیه پخش می شد- مشاهده کردند که تعداد کودکان در سالن های هاکی و اسکیت به میزان قابل توجهی افزایش یافته است. گودرزی و همکاران (۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان "شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ ورزش همگانی از طریق سیمای جمهوری اسلامی ایران" که با تاکید بر سه نقش هنجاری، تنظیمی و شناختی انجام گرفت، گزارش کردند که تلویزیون ایران نسبت به ورزش همگانی رویکرد مناسبی ندارد و این مسئله نیازمند تغییر نگرش در مدیران سازمان نسبت به این موضوع است. نتایج تحقیق صابری (۱۳۹۴) با عنوان "نقش رسانه ها در گسترش ورزش همگانی در کشور" نشان داد که به ترتیب اطلاع رسانی، فرهنگ سازی و آموزش و مشارکت مهمترین دلایل توسعه ورزش همگانی از دیدگاه پاسخ دهندگان برای رسانه های جمعی بوده اند. عراقی و کاشف (۱۳۹۳) در تحقیقی، به ترتیب کمبود امکانات، عدم آگاهی ورزشی، مشکلات فرهنگی و اجتماعی، نبود مربیان متخصص و مشکلات مالی و اقتصادی را عمده ترین مشکلات و موانع در تعمیم و توسعه ورزش همگانی برشمردند و ایجاد برنامه های تبلیغاتی به منظور ارتقای آگاهی های عمومی مردم در زمینه ورزش همگانی و تربیت و تعیین مربیان و کارشناسان برای راهنمایی مردم در ایستگاه های ورزش همگانی را از اهم راهبردهایی دانستند که باید مد نظر برنامه ریزان ورزش همگانی قرار گیرد. معتمدین و همکاران (۱۳۸۸) در تحقیقی نشان دادند که از مهمترین دلایل مؤثر در گرایش به انجام ورزش همگانی، کسب سلامتی روح و جان، پیشگیری از بیماری های مختلف و جلوگیری از افزایش وزن بود، ضمن اینکه بالا بودن هزینه ها و شهریه های سنگین باشگاه ها، کمبود امکانات ورزشی و عدم امکان ورزش زنان در پارک ها و اماکن عمومی از مهمترین عوامل عدم گرایش به انجام ورزش همگانی می باشد.

همان گونه که بررسی مبانی نظری و ادبیات تحقیق نشان می دهد، موضوع ورزش همگانی با اهداف مختلف مورد توجه دولت ها بوده و بسیاری از کشورها با هدف ارتقای سلامت جامعه، افزایش امید به زندگی و نشاط اجتماعی و همچنین افزایش بهره وری اقدام به برنامه ریزی در توسعه ورزش همگانی نموده اند. در کشور ایران نیز با وضع قوانین مختلف از جمله بند ۳ اصل سوم قانون اساسی و مواد قانونی بند (۱۴-۳)، ردیف ۱۳ از بند ۳، و مواد ۱۳، ۱۱۷ و ۱۶۹ در برنامه های اول تا پنجم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، موضوع ورزش همگانی مورد تاکید قرار گرفته است. لذا با در نظر گرفتن اینکه در کشور ما، علیرغم تحقیقات فراوان در حیطه های مختلف ورزشی، پژوهش های تاریخی بندرت انجام پذیرفته است، بررسی و مطالعه اقدامات و فعالیت ها در بخش ورزش همگانی با معیار و ملاک منطبق بر اهداف تعیین شده اولیه در چارچوب یک نظام برنامه ای (سیاست گذاری در برنامه اول تا پنجم توسعه)، ضرورت و اهمیت این پژوهش را نمایان ساخته است. بدین ترتیب، مدیران و برنامه ریزان در حوزه ورزش همگانی در خواهند یافت که سیر تحولات چگونه بوده و با آگاهی از دستاوردها و پیامدهای اقدامات گذشته و کسب تجارب مفید، می توانند به برنامه ریزی های بهتر آتی در جهت توسعه و نهادینه کردن ورزش همگانی مبادرت نمایند. در این راستا با توجه به تاکید قانونی و همچنین الزام مدیران ورزشی برای اقدام در گسترش ورزش همگانی و وجود کاستی ها در این حوزه، پژوهش حاضر در صدد است با نگرشی علمی وضعیت، دیدگاه ها و اقدامات انجام شده در زمینه ورزش همگانی به ویژه در سال های بعد از پیروزی انقلاب اسلامی را مورد بررسی قرار دهد و به این سؤال پاسخ گوید:

سیر تحولات مدیریت ورزش (سیاست ها، جهت گیری ها و اقدامات) در حوزه ورزش همگانی طی سال های ۱۳۵۷ - ۱۳۹۳ چگونه بوده است؟

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع توصیفی- تحلیلی و از نظر هدف، کاربردی است. روش اجرای این پژوهش به صورت کتابخانه ای و اسنادی بود. اطلاعات مورد نیاز از مستندات موجود در بایگانی مطبوعات و مراکز ورزشی مهم کشور از جمله وزارت ورزش و جوانان، ادارات کل ورزش و جوانان و فدراسیون ورزش های همگانی جمع آوری گردید. ابزار جمع آوری داده ها در این پژوهش، چک لیست محقق ساخته در مؤلفه های مرتبط با ورزش همگانی و کدبندی آن ها به منظور دسته بندی داده ها بود که روایی صوری آن به تایید ۱۵ نفر از متخصصان با گرایش مدیریت ورزشی رسید. قابل ذکر است که تحقیق تاریخی، فارغ از روش های آماری با فرمول های پیچیده است و از این نظر ساده به نظر می رسد، اما دشواری تحلیل اطلاعات در "عینیت" آن است که محقق باید مراقب باشد دیدگاه و نظر شخصی او بر تحقیق تاثیر نگذارد و فقط آنچه را که وجود داشته، ارائه دهد. بطور کلی، در این تحقیق سعی شده آنچه که اتفاق افتاده، بدون تحریف و سوءگیری مورد بررسی و تحلیل قرار گیرد.

یافته های پژوهش

در جدول ۱، اهداف و سیاست های مرتبط با بخش ورزش و تربیت بدنی که در برنامه اول تا پنجم توسعه لحاظ شده است، به تفکیک سنوات برنامه ارائه گردیده است.

جدول ۱: اهداف و سیاست های بخش ورزش و تربیت بدنی در برنامه های اول تا پنجم توسعه (۱۳۹۳-۱۳۶۸)

ردیف	برنامه	مواد قانونی	عنوان
۱	اول (۱۳۶۸ - ۱۳۷۲)	بند ۱۴ - ۳	همگانی کردن ورزش و گسترش فعالیت های تربیت بدنی خاصه بین جوانان به منظور پرورش جسم و روح و پر کردن اوقات فراغت مردم (میرافضلی، ۱۳۹۴).
۲	دوم (۱۳۷۸ - ۱۳۷۴)	ردیف ۱۱ از بند ۲	همگانی کردن ورزش و گسترش فعالیت های بدنی، به خصوص بین جوانان به منظور پرورش جسم و روح و پر بار کردن اوقات فراغت مردم (گزارش عملکرد بخش ورزش در برنامه دوم، ۱۳۷۹).
		ردیف ۱۲ از بند ۲	توجه ویژه به برنامه ریزی و اختصاص امکانات به مسائل تربیت بدنی و پر کردن اوقات فراغت بانوان (گزارش عملکرد بخش در برنامه دوم، ۱۳۷۹).
		ردیف ۱۲ از بند ۳	برنامه ریزی برای استفاده مطلوب از اوقات فراغت (گزارش عملکرد بخش ورزش در برنامه دوم، ۱۳۷۹).
		ردیف ۱۳ از بند ۳	توجه لازم به سلامت جسم و نشاط روح و حفظ شادابی و طراوت جوان از طریق توسعه ورزش همگانی (گزارش عملکرد بخش ورزش در برنامه دوم، ۱۳۷۹).
		تبصره ۴۷	موظف بودن کلیه مؤسسات و کارخانجات جهت اختصاص ۲ درصد از سود خالص به برنامه های فرهنگی و ورزشی (گزارش عملکرد بخش ورزش در برنامه دوم، ۱۳۷۹).

۳	سوم (۱۳۷۹ - ۱۳۸۳)	ماده ۱۶۹	به منظور تامین امکانات و حمایت های قانونی و اعتباری از فعالیتهای ورزش عمومی و قهرمانی، وجوهی که توسط اشخاص اعم از حقیقی یا حقوقی صرف احداث و تکمیل اماکن، باشگاه های ورزشی و ارائه خدمات ورزشی می شود، به عنوان هزینه قابل قبول تلقی می گردد (جلتا، ۱۳۸۰).
		بند چ تبصره ۷ بودجه ۱۳۸۳	به کلیه دستگاه های اجرایی اجازه داده می شود ۱ درصد از اعتبارات خود را جهت انجام امور مربوطه به تربیت بدنی و ورزش اعم از ایجاد و اداره باشگاه های ورزشی و ارائه خدمات ورزشی اختصاص دهند (جلتا، ۱۳۸۰).
۴	چهارم (۱۳۸۴ - ۱۳۸۸)	ماده ۱۱۷	به منظور ترویج فرهنگ ورزش، دسترسی به ورزش پرورشی و همگانی و تقویت حضور بخش غیردولتی: نهادهای عمومی غیردولتی و کلیه شهرداری ها موظف اند حمایت های لازم را در توسعه ورزش همگانی و ایجاد تسهیلات لازم به عمل آورند (طالع خرسندی، ۱۳۸۴).
		بند «ب»	کلیه دستگاه ها مجازند ۱ درصد از اعتبارات خود را برای انجام امور تربیت بدنی و ورزش اعم از احداث و توسعه اماکن ورزشی و ارائه خدمات ورزشی اختصاص دهند (طالع خرسندی، ۱۳۸۴).
		تبصره ۶۵	مكلف بودن دولت نسبت به ایجاد امکانات ورزشی برای دانش آموزان دختر و بانوان (طالع خرسندی، ۱۳۸۴).
۵	پنجم (۱۳۹۰ - ۱۳۹۴)	ماده ۱۳	دولت مكلف است به منظور توسعه ورزش همگانی و قهرمانی: الف- اعتبارات تملك دارایی های سرمایه ای و هزینه ای مورد نیاز را در ردیف های مستقل در قالب بودجه های سنواتی منظور نماید. ب- اعتبار مورد نیاز برای پرداخت تسهیلات و كمك های بلاعوض به متقاضیان بخش خصوصی و تعاونی را پیش بینی نماید (وزارت ورزش و جوانان، گزارش راهبردی، ۱۳۹۴، ش ۷).
		بند (ع) ماده ۱۹۴	دولت مكلف است به منظور بهبود وضعیت روستاها در زمینه سیاست گذاری، برنامه ریزی بین دستگاه های اجرایی و کاهش نابرابری های موجود، مكان های ورزشی برای جامعه روستایی پیش بینی نماید (وزارت ورزش و جوانان، گزارش راهبردی، ۱۳۹۴، ش ۷).

یافته ها نشان می دهد که در برنامه اول توسعه، همگانی کردن ورزش و گسترش فعالیت های تربیت بدنی به ویژه در بین جوانان با هدف پرورش جسم و روح و پر کردن اوقات فراغت مردم مورد توجه بوده است. در برنامه دوم توسعه، صرف نظر از توسعه ورزش همگانی که در برنامه اول مد نظر بود، ترویج فعالیت های ورزشی در بین کارگران و بانوان مورد توجه قرار گرفته است. روند توجه به مقوله ورزش در برنامه های اول و دوم، به احکام برنامه ای مشخص تری در برنامه سوم در حوزه ورزش منجر گردید که از آن جمله می توان به ماده ۱۶۹ قانون برنامه سوم با مضمون "به منظور تامین امکانات و حمایت های قانونی و اعتباری از فعالیت های ورزش عمومی و قهرمانی، وجوهی که توسط اشخاص اعم از حقیقی یا حقوقی صرف احداث و تکمیل اماکن، باشگاه های ورزشی و ارائه خدمات ورزشی می شود، به عنوان هزینه قابل قبول تلقی می گردد" و بند چ تبصره ۷ با عنوان "به کلیه دستگاه های اجرایی اجازه داده می شود ۱ درصد از اعتبارات خود را جهت انجام امور مربوطه به تربیت بدنی و ورزش اعم از ایجاد و اداره باشگاه های ورزشی و ارائه خدمات ورزشی

اختصاص دهند" اشاره نمود. در برنامه چهارم توسعه، تکلیف بخش غیر دولتی و شهرداری ها به حمایت لازم از توسعه ورزش همگانی، اجازه اختصاص ۱ درصد از اعتبارات دستگاه ها به هزینه کرد در بخش ورزش و توجه به ورزش آموزشی و پرورشی از طریق مکلف نمودن دولت به ایجاد امکانات ورزشی برای دانش آموزان دختر و بانوان، از جمله سیاست هایی بود که زمینه تخصیص اعتبارات لازم برای توسعه عمومی ورزش را فراهم نمود. ضمن اینکه احکام لحاظ شده در برنامه پنجم توسعه، زمینه تخصیص اعتبارات دولتی برای توسعه ورزش و حمایت از بخش های خصوصی و تعاونی در ارائه خدمات ورزشی و نیز توسعه ورزش در مناطق روستائی را فراهم کرد.

در جدول ۲، اهم اقدامات و فعالیت های انجام شده در حوزه ورزش همگانی از سال ۱۳۵۷ تا ۱۳۹۳ به تفکیک سنوات برنامه های توسعه ای ارائه شده است.

جدول ۲: اهم اقدامات و فعالیت های حوزه ورزش همگانی (۱۳۵۷-۱۳۹۳)

ردیف	برنامه	سال	اقدام یا فعالیت
۱	-	۱۳۵۸	فعالیت ورزش عمومی زیر نظر تشکیلات جهاد تربیت بدنی شروع شد (مطالعات تفضیلی توسعه ورزش همگانی، ۱۳۸۴).
		۱۳۶۱	مسابقات فوتبال شبانه، جایگزین سنت غلط به نام «ترنابازی» شد (کیهان ورزشی، ۱۹ تیر ۱۳۶۱، ص ۴).
		۱۳۶۲	کنگره ورزش همگانی در تهران برگزار شد (کیهان ورزشی، ۲۲ آبان ۱۳۶۲).
		۱۳۶۵	جهاد ورزشی با سه کمیته (عمرانی، فرهنگی و اجتماعی) و با هدف ورزش عمومی تشکیل شد (مطالعات تفضیلی توسعه ورزش همگانی، ۱۳۸۴).
		۱۳۶۷	ساختار دفتر امور فرهنگی، اجتماعی و ورزش همگانی سازمان تربیت بدنی شکل گرفت (گزارش عملکرد سازمان تربیت بدنی، ۱۳۸۴، ص ۱۴۰).
۲	اول	۱۳۷۰	دفتر امور اجتماعی و فرهنگی ورزش همگانی با ۴ انجمن و ۳ بخش مسابقات، آموزش و فرهنگی و تبلیغی در سازمان تربیت بدنی راه اندازی شد (عملکرد سازمان تربیت بدنی، ۱۳۷۰).
		۱۳۷۰	ایستگاه خود تمرینی در سراسر کشور و تهران از جمله پارک ملت، پیروزی و استادیم شهید کشوری تاسیس شد (عملکرد سازمان تربیت بدنی، ۱۳۷۰).
		۱۳۷۲	شهرداری تهران اولین خانه فرهنگ محله را تاسیس کرد که دو هدف عمده داشت: تقویت روابط همسایگی و مشارکت اجتماعی مردم و پر کردن اوقات فراغت (جلتا فراهانی، ۱۳۸۹، ص ۵۸).
۳	دوم	۱۳۷۳	فدراسیون ورزش همگانی با هدف ایجاد امکانات و بستر سازی مناسب به منظور ایجاد نشاط در مردم و سلامتی، کارایی و بهره وری تاسیس شد (مطالعات تفضیلی توسعه ورزش همگانی و تفریحی، ۱۳۸۴، ص ۳۹).
		۱۳۷۴	انجمن ورزش صبحگاهی ازسوی سازمان تربیت بدنی به رسمیت شناخته شد.
		۱۳۷۶	شورای عالی ورزش کارمندان با رویکرد توسعه ورزش همگانی، طی مصوبه هیئت وزیران مورخ ۷۶/۴/۲۲ ایجاد گردید (مطالعات تفضیلی توسعه نهادها، ۱۳۸۴، ص ۷۷).

توصیف و تحلیل سیر تحولات مدیریت ورزش همگانی (۱۳۹۳ - ۱۳۵۷) با تأکید بر برنامه های اول تا پنجم توسعه

۴	سوم	۱۳۷۹	تسهیلات ورزشی با استفاده از موقوفات با برنامه سازمان اوقاف و امور خیریه برای گسترش ورزش همگانی ایجاد شد (سازمان تربیت بدنی، کتاب سال ورزش، ۱۳۸۰، ص ۳۷۸).
		۱۳۸۰	همگام با دیگر کشورهای جهان، مسابقه دوی المپیک از طرف کمیته ملی المپیک با همکاری فدراسیون ورزش همگانی در روز جمعه، ۱ تیر با پیام رئیس کمیته بین المللی المپیک برگزار شد (پیام المپیک، شماره ۳۵ و ۳۶، ۱۳۸۰، ص ۵).
		۱۳۸۰	احداث ۲۵۲۵ زمین فوتبال در روستاها، با عنوان طرح (فجر ۲۵) تصویب و اجرا شد (گزارش عملکرد سازمان تربیت بدنی، ۱۳۸۴).
		۱۳۸۱	«طرح توسعه ورزش روستایی» با رویکرد همگانی توسط سازمان تربیت بدنی ارائه شد (سازمان تربیت بدنی، توسعه نهادها، ص ۷۳).
		۱۳۸۱	چشم انداز ورزش همگانی با هدف کلی سلامت تن و روان جامعه و با اهداف کمی مشارکت جامعه در ورزش همگانی به میزان ۲۵ درصد در افق ده ساله با رشد ۱۰ درصد در ۵ سال اول و ۱۵ درصد در ۵ سال دوم و اهداف کیفی نهادینه سازی و رواج تحرک در جامعه تدوین شد (مطالعات تفضیلی توسعه ورزش همگانی، ۱۳۸۴، ص ۹۳).
		۱۳۸۳	برگزاری ۱۳۹۵ همایش و مسابقات در سطح کشور (گزارش عملکرد سازمان تربیت بدنی، ۱۳۸۴).
		۱۳۸۶	طرح خانواده، ورزش و نشاط با پخش تلویزیونی زنده با هدف روحیه شادابی و نشاط عمومی در فدراسیون ورزش های همگانی به تصویب رسید (فدراسیون ورزش های همگانی، ۱۳۹۳).
۵	چهارم	۱۳۸۹	انجمن اقلیت های مذهبی در فدراسیون ورزش همگانی، با مشارکت افراد مذاهب مختلف تشکیل شد (فدراسیون ورزش های همگانی، ۱۳۹۳).
		۱۳۸۹	شورای راهبردی ورزش همگانی در فدراسیون ورزش های همگانی راه اندازی شد (فدراسیون ورزش های همگانی، ۱۳۹۳).
		۱۳۹۰	آموزش مربیان مرد و زن (زن، ۵۲ نفر و مربیان مرد، ۷۶ نفر) برای فعالیت ورزش روستایی و عشایری در کشور مورد توجه قرار گرفت (وزارت ورزش و جوانان، ۱۳۹۱، ص ۳۲).
		۱۳۹۲	چشم انداز فدراسیون ورزش های همگانی با این مضمون تدوین شد: رفتن به سمت ایرانی آباد، شاد و سالم که بر اساس آن باید ۵۰ درصد مردم ایران تا سال ۱۴۰۴ در ورزش های همگانی شرکت کنند (فدراسیون ورزش های همگانی، ۱۳۹۳).
		۱۳۹۳	مقرر شد آخرین جمعه مهر، مقارن با هفته تربیت بدنی به عنوان «روز ملی ورزش های همگانی» نام گذاری شود و همایش پیاده روی خانوادگی در سراسر کشور در این روز برگزار شود (فدراسیون ورزش های همگانی، ۱۳۹۳).
		۱۳۹۳	چشم انداز ورزش همگانی با دو هدف «کمی و کیفی» و با میزان مشارکت ۴۰ درصدی مردم در ورزش همگانی تا سال ۱۴۰۴ توسط معاونت ورزش همگانی وزارت ورزش و جوانان اعلام شد (وزارت ورزش و جوانان، گزارش راهبردی، ۱۳۹۳، شماره ۳، ص ۱۶).
۶	پنجم	۱۳۹۳	تعامل وزارت ورزش و جوانان با دستگاه های اجرایی و نهادها با تکیه بر تقسیم کار ملی و تعیین ۱۴۶ تکلیف برای (۸ دستگاه) و اختصاص ۱۰ درصد از بودجه فدراسیون ها به ورزش همگانی با برنامه ریزی در حوزه معاونت ورزش همگانی وزارت ورزش و جوانان شروع شد (وزارت ورزش و جوانان، گزارش راهبردی، ۱۳۹۳، شماره ۴).

یافته های جدول ۲ نشان می دهد که در طول سنوات برنامه اول و دوم توسعه، عمده اقدامات در راستای ساختار سازی در حوزه ورزش همگانی می باشد؛ به گونه ای که دفتر امور اجتماعی، فرهنگی و ورزش همگانی، فدراسیون ورزش همگانی، انجمن ورزش صبحگاهی و شورای عالی ورزش کارمندان در این سال ها ایجاد شده است. می توان گفت اقدامات غالب در سنوات برنامه سوم توسعه، در راستای ایجاد زیر ساخت های ورزش همگانی در مناطق روستایی است که از آن جمله، احداث ۲۵۲۵ زمین فوتبال در روستاها و طرح توسعه ورزش روستایی برجسته می باشد. در برنامه چهارم توسعه، اجرای طرح خانواده، ورزش و نشاط و پخش زنده تلویزیونی این برنامه، زمینه ترویج و تبلیغ فعالیت های ورزشی از طریق رسانه دیداری را فراهم کرد، ضمن اینکه شورای راهبردی ورزش همگانی نیز ایجاد گردید. در برنامه پنجم توسعه، تدوین چشم انداز ورزش همگانی کشور توسط فدراسیون ورزش های همگانی و تقسیم کار ملی بین ارگان های مرتبط به منظور توسعه ورزش همگانی از جمله اقدامات حائز اهمیت بوده است.

در جدول ۳، جمعیت و میزان مشارکت عمومی مردم در فعالیت های ورزشی (ورزش همگانی) در دوره زمانی ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۳ ارائه شده است. لازم به توضیح است که قبل از سال ۱۳۸۰، آمار دقیقی در مورد میزان مشارکت عمومی مردم و فعالیت های ورزشی (ورزش همگانی) یافت نشد.

جدول ۳: جمعیت و درصد مشارکت مردم در ورزش همگانی در برنامه سوم تا پنجم (۱۳۸۰ - ۱۳۹۳)

ردیف	برنامه	سال	جمعیت	درصد مشارکت
۱	سوم	۱۳۸۰	۴۸۰۴۰۰۰	۶/۷ درصد
		۱۳۸۱	۴۶۵۰۰۰۰	۷ درصد
		۱۳۸۲	۵۱۰۰۰۰۰	۷/۴ درصد
		۱۳۸۳	۵۰۳۶۰۰۰	۸/۲ درصد
۲	چهارم (برنامه پنج ساله چهارم به مدت یک سال تمدید شد)	۱۳۸۴	۶۰۵۹۰۰۰	۱۰ درصد
		۱۳۸۵	۷۹۹۰۰۰۰	۱۱/۳ درصد
		۱۳۸۶	۹۸۱۱۱۴۰	۱۳/۷ درصد
		۱۳۸۷	۱۰۴۴۷,۸۹۵	۱۵ درصد
		۱۳۸۸	۱۴۷۶۰۰۰۰	۲۰ درصد
		۱۳۸۹	۱۴۴۰۰۰۰۰	۲۰/۳ درصد
۳	پنجم	۱۳۹۰	۱۵۴۲۸۰۰۰	۲۰/۱۷ درصد
		۱۳۹۱	۱۵۳۰۰۲۶۱	۲۰/۲۷ درصد
		۱۳۹۲	۱۷۰۷۸۱۸۱	۲۲/۱ درصد
		۱۳۹۳	۱۸۱۲۶۳۰۷	۲۳/۴۵ درصد

ماخذ: فدراسیون ورزش همگانی (۱۳۹۳)

یافته ها نشان می دهد که از سال ۱۳۸۰ تا سال ۱۳۹۳ مشارکت عمومی مردم در ورزش همگانی به صورت افزایشی بوده است؛ به طوری که در سال ۱۳۸۰، ۶/۷ درصد افراد جامعه در فعالیت های ورزشی عمومی مشارکت داشتند که این عدد در سال ۱۳۹۳ به ۲۳/۴۵ درصد رسیده است.

بحث و نتیجه گیری

هدف از این پژوهش، توصیف و تحلیل سیر تحولات جهت گیری ها، برنامه ها و اقدامات انجام شده در حوزه مدیریت ورزش همگانی بین سال های ۱۳۵۷ تا ۱۳۹۳ با تأکید بر برنامه های اول تا پنجم توسعه بود. ورزش کشور بعد از سال ۱۳۵۷ همانند بسیاری دیگر از عرصه ها و پدیده های اجتماعی دچار تحول شده و با فراز و نشیب هایی همراه بود. نتایج پژوهش نشان داد که احکام برنامه ای لحاظ شده در برنامه های توسعه ای دارای ماهیت متفاوتی بوده است؛ به گونه ای که می توان این احکام را به دو گروه عمده طبقه بندی کرد:

الف - احکام برنامه ای کلی که در آن همگانی کردن ورزش و گسترش فعالیت های بدنی مورد تأکید بوده است؛ چنین احکامی بیشتر در طول برنامه های اول و دوم بوده است (نظیر بند ۱۴-۳ از قانون برنامه اول یا ردیف ۱۱ و ۱۲ از بند ۲ و ردیف ۱۲ و ۱۳ از بند ۳ قانون برنامه دوم توسعه).

ب - احکام برنامه ای که وظایف ارگان ها و نهادها در آن بیشتر به صورت سیاست گذاری و برنامه ریزی و حمایت و تقویت بخش های عمومی غیر دولتی با تأمین امکانات و اعتبارات بیان شده است، نظیر بند ب ماده ۱۱۷ در برنامه چهارم توسعه و ماده ۱۳ در برنامه پنجم توسعه. در بخش برنامه ها و اقدامات انجام شده، یافته های پژوهش نشان داد که اقدامات اساسی در طول برنامه های اول و دوم توسعه بیشتر در راستای ساختار سازی و به عبارتی ایجاد ساختار در بخش ورزش همگانی کشور بوده است، که به نظر می رسد به دلیل احساس نیاز حاصل از فقدان چنین ساختارها می باشد. از طرفی، در طول سنوات برنامه های سوم و چهارم توسعه، اقدامات اجرایی و توسعه زیر ساخت ها برجسته بوده است که از آن جمله می توان به احداث ۲۵۲۵ زمین فوتبال در روستاها و برگزاری تعداد ۱۳۹۵ همایش اشاره نمود. به نظر می رسد اقدامات گفته شده، نتیجه منابع مادی و پشتیبانی ایجاد شده به واسطه احکام و وظایف مشخص نظیر ماده ۱۶۹ قانون برنامه سوم و یا بند ب ماده ۱۱۷ قانون برنامه چهارم بوده است. یافته های جدول ۳ نشان داد که اولاً، تا قبل از سال ۱۳۸۰ آمار و اطلاعات دقیقی در زمینه درصد مشارکت مردم در فعالیت های ورزش همگانی وجود ندارد؛ ثانیاً، از سال ۱۳۸۰ تا سال ۱۳۹۳ این مشارکت به صورت افزایشی بوده است.

این موضوع می تواند نشان دهنده مؤثر بودن اقدامات و برنامه ها در راستای ترویج و توسعه ورزش همگانی در جامعه باشد. در مجموع باید گفت، بخش مدیریت ورزش کشور دارای تجارب ارزشمندی از احکام برنامه، اقدامات و فعالیت ها و نتایج حاصل می باشد. با این حال، در هیچ یک از زمینه های گفته شده، حرکت پیوسته و مداومی که همواره رو به رشد باشد دیده نمی شود (بجز آمار مشارکت در ورزش همگانی) و همواره فراز و نشیب هایی وجود داشته است. بنابر این به نظر می رسد مطالعه و بررسی دقیق تر سیر تحولات جهت گیری ها، برنامه ها و اقدامات، همراه با نتایج حاصل از هر مورد، ضروری است؛ به گونه ای که ضمن جدا سازی احکام، برنامه ها و اقدامات موفق و ناموفق از یکدیگر، عوامل و دلایل مربوطه نیز شناسایی گردد و برای تصمیم گیران و برنامه ریزان، مجموعه ای از احکام برنامه ای و اقدامات مفید تجربه شده در گذشته پیشنهاد شود، چرا که با توجه به اهمیت توسعه فعالیت ورزشی در بین آحاد جامعه و نیز گستردگی موضوع و عقب ماندگی های موجود، استفاده از کلیه ظرفیت ها و تجربیات در این زمینه ضروری خواهد بود. همچنین، دستیابی به این نتایج منوط به بهره گیری از ظرفیت و توانمندی های سازمان های مرتبط با ورزش همگانی

از جمله شهرداری ها، تهیه بخشی از امکانات و جوایز توسط حامیان مالی، پوشش رسانه ای، نقش داوطلبان و حمایت های مالی دولت خواهد بود. البته باید اذعان نمود که تا کنون زمینه مناسب جهت ورزش کردن تمامی اقشار جامعه با هدف سلامتی و نشاط جامعه و دسترسی آسان به امکانات و هزینه های کم میسر نگردیده است و چنانچه امکانات و تسهیلات ورزش همگانی در اختیار مردم گذاشته و مشوق و حمایت های لازم از بخش خصوصی ارائه شود و با سازمان های مرتبط با ورزش همگانی تعامل مناسب برقرار گردد و تخصیص اعتبارات دولتی به صورت ویژه در این بخش انجام شود، می توان شاهد حضور گسترده آحاد جامعه در ورزش های همگانی بود.

از این رو، پیشنهاد می شود که در برنامه ششم توسعه به جای بیان احکام و قوانین برنامه ها به صورت کلی، وظایف هر یک از نهادها و ارگان های مرتبط با توسعه ورزش همگانی به صورت مشخص و کمی بیان گردد و فصلی خاص به لحاظ اهمیت موضوع به این بخش اختصاص داده شود. همچنین، توصیه می شود که دولت با تاکید و الزام دستگاه های مرتبط و تدوین آیین نامه و ضوابط شفاف همراه با ضمانت اجرایی و ارزیابی اقدامات انجام شده، زمینه تداوم مشارکت حداکثری مردم را در ورزش همگانی فراهم نماید.

منابع

- تندنویس، فریدون؛ آفرینش خاکی، اکبر و احمد مظفری، سید امیر. (۱۳۸۴). "مقایسه دیدگاه های اعضای هیئت علمی، مربیان، ورزشکاران و مدیران در مورد چگونگی توسعه ورزش همگانی". نشریه علوم حرکتی و ورزش. ۳ (۵): ۲۲ - ۱.
- جلتا، سعید. (۱۳۸۰). **قانون برنامه سوم در نظم حقوقی کنونی**. چاپ اول، تهران: سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور، معاونت امور پشتیبانی، مرکز مدارک علمی و انتشارات
- جلتا، فراهانی، مجید. (۱۳۸۹). **مدیریت اوقات فراغت ورزش های تفریحی**. چاپ چهارم، تهران: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران
- جوادی پور، محمد و سمیع نیا، مونا. (۱۳۹۲). "ورزش همگانی در ایران و تدوین چشم انداز، استراتژی و برنامه های آینده". پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزشی. شماره ۴، ص ۳۰ - ۲۱.
- جوادی پور، محمد؛ قویدل سرکندی، مژده و سمیع نیا، مونا. (۱۳۹۲). "ارائه چارچوب نظری و طراحی الگو برای توسعه ورزش همگانی در ایران". مطالعات ورزشی ایران. شماره ۲۱، ص ۱۲۷-۱۴۸.
- حاجی زاده و همکاران. (۱۳۸۸). "نقش رسانه های گروهی بر گرایش بانوان استان آذربایجان غربی به ورزش های همگانی و قهرمانی". سومین کنگره ملی مدیریت ورزشی، شهرکرد، ۱۹ و ۲۰ آبان ۱۳۸۸، ص ۹۱.
- سازمان تربیت بدنی. (۱۳۸۹). "گزارش عملکرد بخش ورزش و تربیت بدنی در برنامه دوم توسعه (۱۳۷۸-۱۳۷۴)". تهران: روابط عمومی سازمان تربیت بدنی
- سازمان تربیت بدنی. (۱۳۸۴). "گزارش عملکرد سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۸۳-۱۳۸۱)". تهران: روابط عمومی سازمان تربیت بدنی
- سازمان تربیت بدنی. (۱۳۸۴). **مطالعات تفضیلی توسعه ورزش همگانی و تفریحی**. چاپ اول، تهران: سیب سبز
- سازمان تربیت بدنی. (۱۳۸۴). **مطالعات تفضیلی توسعه نهادها**. چاپ اول، تهران: سیب سبز
- سازمان تربیت بدنی. (۱۳۸۰). **کتاب سال ورزش**.
- سازمان تربیت بدنی. (۱۳۷۹). "گزارش عملکرد بخش ورزش و تربیت بدنی در برنامه دوم توسعه (۱۳۷۴-۷۸)". تهران: روابط عمومی سازمان تربیت بدنی
- سازمان تربیت بدنی. (۱۳۷۰). "عملکرد سازمان تربیت بدنی". معاونت فرهنگی و آموزشی، دفتر تحقیقات و آموزش.
- شعبانی، عباس؛ غفوری، فرزاد و هنری، حبیب. (۱۳۹۳). "مطالعه سیاست ها و راهبردهای ورزش همگانی نظام جامع توسعه ورزش کشور". مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۲۷، ص ۳۰ - ۱۵.
- شکری، نادر. (۱۳۸۹). **مجموعه قوانین و مقررات مورد عمل، ورزش**. چاپ اول، تهران: نشر شهر
- صابری، احسان؛ بقائی، وحید و یوسفی، سهیلا. (۱۳۹۴). "نقش رسانه ها در گسترش ورزش همگانی در کشور". اولین همایش ملی ورزش برای همه، مجموعه مقالات همایش، معاونت توسعه ورزش همگانی، وزارت ورزش و جوانان، ۴ و ۵ آذر ۹۴ ص ۹۹.
- طالع خرسندی، هادی. (۱۳۸۴). **قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی**. چاپ اول، انتشارات جمال الحق
- عراقی، محسن و کاشف، میرمحمد. (۱۳۹۳). "چالش های پیش روی توسعه ورزش همگانی در ایران

- و راهبردهای آن". مدیریت ورزشی. دوره ۶، شماره ۴، ص ۶۵۵ - ۶۴۳.
- فدراسیون ورزش های همگانی. (۱۳۹۳). "دستاوردهای چهار ساله فدراسیون ورزش های همگانی (۱۳۸۹ - ۱۳۹۳)".
 - کارگروه تخصصی کمیته تحول فدراسیون ورزش های همگانی. (۱۳۹۴). "سند تحول، تعتا و آینده نگری فدراسیون ورزش های همگانی". کتاب اول، اسفند ۹۴، ص ۴۹.
 - کشاورز، لقمان؛ علی دوست، ابراهیم و ملاجعفری، ابوالفضل. (۱۳۹۱). "بررسی تاثیر واگذاری اماکن ورزشی دولتی به بخش خصوصی بر توسعه ورزش استان تهران". پژوهش های فیزیولوژی و مدیریت ورزش. شماره ۱۲.
 - کشاورز، لقمان. (۱۳۹۴). "الگوی توسعه ورزش همگانی در فدراسیون های ورزشی". اولین همایش ملی ورزش برای همه، مجموعه مقالات همایش، معاونت توسعه ورزش همگانی وزارت ورزش و جوانان. ص ۸.
 - کمیته ملی المپیک. (۱۳۸۰). "پیام المپیک". شماره ۳۵ و ۳۶، ص ۵.
 - کمیته ملی المپیک. (۱۳۹۳). "پیام المپیک". ویژه نامه مجمع عمومی کمیته ملی المپیک. شماره ۵.
 - کمیسیون المپیک سولیداریتی کمیته بین المللی المپیک. (۱۹۸۶). "مدیریت و رهبری در ورزش". رحمت الله صدیق سروستانی. چاپ دوم، تهران: کمیته ملی المپیک
 - گودرزی، محمود؛ اسلامی، ایوب و علی دوست قهفرخی، ابراهیم. (۱۳۹۴). "شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ ورزش همگانی از طریق سیمای جمهوری اسلامی ایران". پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزشی. سال چهارم، شماره ۳ (۱۵ پیاپی)، ص ۲۷ - ۱۱.
 - مظفری، سید امیر احمد و قره، محمدعلی. (۱۳۸۴). "وضعیت ورزش همگانی ایران و مقایسه آن با چند کشور منتخب جهان". نشریه علوم حرکتی و ورزش. جلد اول، شماره ۶، ص ۱۷۱ - ۱۵۱.
 - معتمدین، مختار؛ مددی، بهمن و عسکریان، فریبا. (۱۳۸۸). "توصیف عوامل گرایش یا عدم گرایش شهروندان تبریزی به ورزش همگانی". پژوهش در علوم انسانی. شماره ۳۳، ص ۹۷ - ۶۸.
 - میرافضلی، سید محمود. (۱۳۹۴). چشم انداز ۱۴۰۴.
 - وزارت ورزش و جوانان. (۱۳۹۱). "ورزش و جوانان در آئینه دولت نهم و دهم". ص، ۳۲.
 - وزارت ورزش و جوانان، گزارش راهبردی. (۱۳۹۳). "عملکرد یکساله وزارت ورزش و جوانان مبتنی بر اهداف و راهبردها". دبیرخانه شورای راهبردی، شماره ۵.
 - وزارت ورزش و جوانان، گزارش راهبردی. (۱۳۹۳). "برنامه های راهبردی و عملیاتی توسعه ورزش همگانی". دبیرخانه شورای راهبردی، سال اول، شماره ۴.
 - وزارت ورزش و جوانان، گزارش راهبردی. (۱۳۹۳). "دومین نشست هم اندیشی اساتید و اعضای هیئت علمی تربیت بدنی و علوم ورزشی سراسر کشور". سال اول، شماره ۳، ص ۱۶.
 - وزارت ورزش و جوانان، گزارش راهبردی. (۱۳۹۴). "آسیب شناسی ورزش در برنامه های چهارم و پنجم". سال دوم، شماره ۷.
 - Alshami, A. Anazi, H. Shawqi, M. (2012). "Sport mass media influence on promoting sports in order to improve public health". Current research journal of social sciences, 4(2): 153-158.
 - Ilhan, L. , Genser, E. (2012). "The media as the factor of tending to sport in children: a study after a tv competition program named as Ice dancing". Nigde

University Journal of physical education and sport sciences 6(1):85-93.

- Saunders, E. (2001). **“Strategic sport for all plan 2002 – 2007”**. Quarterly Sport Council Pub, Northern Ireland, Vol. 2, No 32, PP: 17 – 19.
- Maccree, R. (2009). **“Sport polity and the new public management in the Caribbean”**. Public Management Review, 4(11): 461 – 476

مطالعه تطبیقی ساختار ورزش ایران و کشورهای منتخب اروپا

سید احمد سجادی^۱

نازنین راسخ^۲

سید محمدحسین رضوی^۳

مرتضی دوستی^۴

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۱۱/۲۵

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۳/۵

ساختار مناسب و کارآمد، اولین و مهم ترین عامل برای رسیدن به اهداف کلان در تمامی نظام ها از جمله نظام ورزش است. بنابراین هدف از اجرای تحقیق حاضر، مطالعه تطبیقی ساختار ورزش ایران و کشورهای منتخب اروپا بود. این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و با روش توصیفی - تطبیقی در سال ۱۳۹۵ انجام گرفت. به منظور مقایسه ساختار ورزش ایران و کشورهای منتخب اروپایی (آلمان، استونی، بریتانیا، ترکیه، دانمارک، لهستان، نروژ و هلند) جنبه های مختلفی مورد بررسی قرار گرفت. اطلاعات مربوط به ساختار ورزش کشورهای منتخب با بررسی کتب، مجلات علمی، پایگاه های اطلاع رسانی و ... جمع آوری شد. اطلاعات مورد نیاز برای تحلیل ساختار ورزش ایران نیز با مطالعه قانون اهداف، وظایف و تشکیلات سازمان های مختلفی که در عرصه ورزش فعال هستند، از طریق رجوع به سایت های سازمان ها و همچنین مطالعه اساسنامه تشکیلاتی و مطالعه کتب و برنامه های راهبردی سازمان های مربوط جمع آوری شد و سپس با استفاده از مدل بردی، چهار مرحله توصیف، تفسیر، هم جوار و مقایسه تطبیق ساختار انجام شد. نتایج نشان داد که در ارتباط با بعد ساختاری، علی رغم اشتراک در بسیاری از اصول و مبانی، روش و سازوکارهای

۱. دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه مازندران، مازندران، ایران

۲. استادیار، پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی، تهران، ایران (نویسنده مسئول) E-mail: N_rasekh663@yahoo.com

۳. دانشیار، دانشگاه مازندران، مازندران، ایران

۴. استادیار، دانشگاه مازندران، مازندران، ایران

اجرایی به کار گرفته شده در ایران و کشورهای منتخب با یکدیگر متفاوت است. کوچکی و کم حجم بودن ساختار، پرهیز از بوروکراسی، حذف وظایف موازی و مشترک دستگاه ها، توزیع متوازن اختیارات و قدرت میان واحدهای سازمانی، تبیین دقیق و روشن ارتباطات بین واحدها، مشخص نمودن شرح وظایف شفاف برای تمام نهادها، تقسیم کار ملی و هماهنگی بین نهادها و برقراری انسجام و یکپارچگی از مهم ترین اصولی است که باید رعایت گردد.

واژگان کلیدی: مطالعه تطبیقی، ساختار، سازمان های ورزشی، ایران و کشورهای اروپایی

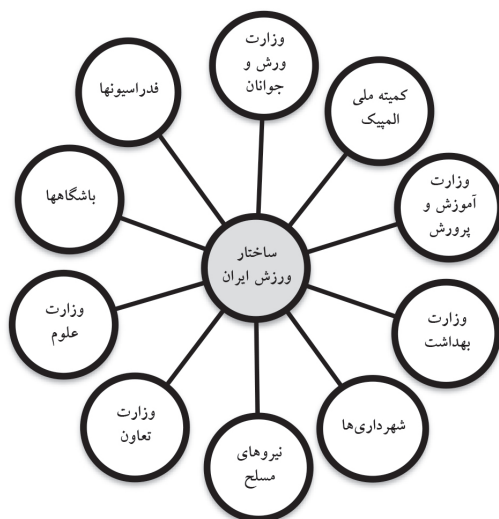
مقدمه

ساختار مناسب و کارآمد، اولین و مهم ترین عامل رسیدن به اهداف کلان در تمامی نظام ها از جمله نظام ورزش است. کشورهایی که در ورزش پیشرفت داشته اند، سعی کرده اند با تدوین استراتژی و ارائه برنامه ها و ساختار مناسب، در جهت گسترش آن گام بردارند. به عبارتی، رشد ورزش قهرمانی و همچنین اقبال کشورهای توسعه یافته به ورزش همگانی و توفیق در تحقق این آرمان در سایه ساختار و مدیریتی اصولی و صحیح در ورزش بوده است (شعبانی، ۱۳۹۴). همه افراد (مدیران، مربیان و ورزشکاران) و سازمان ها و حامیان مالی و شرکای تجاری در رویدادهای بین المللی از طریق ورزش به شناخت جهانی دست پیدا کرده اند و به تعبیری دیگر، زبان مشترک همه آن ها مقوله ورزش است. بنیان های مدیریت ورزش بین الملل در روابط بین سازمان ها و فدراسیون های بین المللی ورزش توسعه یافته است. ساختارها و سازمان های مهم بین المللی ورزش و فرآیندهای مدیریتی ورزش بین الملل از جمله ارتباطات درون و بین افراد و سازمان های ورزش و ارتباط آن ها با سایر حوزه های مرتبط، تصویر کلی از حوزه صنعت ورزش بین الملل و تحول و گسترش آن در آینده را نشان می دهد (میرزمانی، ۱۳۹۰: ۴۵-۴۴). تا اوایل دهه ۸۰ تشکیلات بین المللی ورزش بر پایه ورزش های غیرحرفه ای استوار بود، اما از سال ۱۹۸۵ به بعد سازمان های بسیاری به تشکیلات بین المللی ورزش از جمله بسیاری از سازمان ورزش حرفه ای، اتحادیه های ورزشکاران حرفه ای، دادگاه داوری ورزش و شرکای تجاری و حامیان سازمان های ورزشی و غیره افزوده شد (میرزمانی، ۱۳۹۰: ۴۶). امروزه ورزش برای حکومت ها اهمیتی دوچندان یافته است، چراکه با استفاده از ورزش اهداف متنوع در مسیر بهبود اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، رفاهی و سلامتی دنبال می شود و در صورت وجود مدیریت و ساختاری صحیح می توان به این اهداف دست پیدا کرد (آجرلو، ۱۳۹۲: ۲۵). به عبارت دیگر، امروزه فراگیرشدن ورزش به عنوان ابزاری برای توسعه در ابعاد سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و ... مطرح است. بنابراین لزوم تبیین عوامل مؤثر در رشد و توسعه این ابزار می تواند در نیل به اهداف و سیاست های استراتژیک کشور مؤثر واقع شود. علاوه بر آن، در کشور ما به دلیل جوان بودن ساختار جمعیتی و تأثیر آن در نشاط و سلامت عمومی، ورزش اهمیتی دوچندان یافته است (قالیباغ، ۱۳۸۹: ۳). با افزایش چشمگیر نقش ورزش در توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و حتی سیاسی کشورها، پیشرفت در زمینه ورزش به یکی از اولویت های راهبردی برنامه ریزان در کشورهای مختلف دنیا تبدیل شده است. بی تردید، پیشرفت در ورزش کشور را نمی توان جدا از پیشرفت سایر بخش ها تصور کرد. پیشرفت در ورزش به نوعی از پیشرفت در ساختار سازمانی ورزش عبور می کند. به عبارت دیگر، بدون ساختار مناسب که در آن نقش ها به خوبی از هم تفکیک شده باشند و میان نهادهای مختلف مؤثر در حوزه ورزش تقسیم کار به درستی صورت گرفته باشد، حرکت به سمت پیشرفت صورت نمی گیرد (آجرلو، ۱۳۹۲: ۱۴). در ایران تشکیلات ورزش از بدو تأسیس "انجمن ملی تربیت بدنی و پیشاهنگی ایران" در سال ۱۳۱۳، تا امروز که سازمان ها و نهادهای مختلفی شکل گرفته اند، علی رغم اینکه تغییرات تشکیلاتی و ساختاری متعددی را تجربه کرده، نتوانسته است نقش شایسته خود را در رسیدن به اهداف ایفا نماید و جایگاه بایسته خود را به دست آورد.^۱

۱. لازم به ذکر است که بین فعالیت های فعلی ورزش با برخی احکام قانون سازمان تربیت بدنی سابق سازگاری وجود ندارد. باید در نظر داشت که از تصویب قانون سازمان تربیت بدنی ایران بیش از ۴۰ سال می گذرد و در طول این مدت نیازها تغییر نموده است، هماهنگی و هم خوانی لازم بین نیازهای فعلی با این قانون کم رنگ شده و جواب گو نیست. ضمن آنکه با تشکیل وزارت ورزش و جوانان برخی از موارد وجود دارد که باید در قانون مذکور لحاظ شود. لذا ضروری است نسبت به تصویب اساسنامه جدید برای ورزش کشور اقدام گردد تا کاستی های موجود برطرف، از بروز مشکلات جلوگیری و امکان توسعه بیشتر ورزش فراهم شود (دفتر مطالعات فرهنگی مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۹۴: ۲۵-۲۴).

فقدان نظام مدیریتی یکپارچه، وجود سازمان های متعدد و بعضاً موازی و مشخص نبودن متولی امور ورزش تربیتی، همگانی، قهرمانی و حرفه ای و همچنین توأمان بودن سیاست گذاری و اجرا در وزارت ورزش و جوانان، نارسایی هایی را در این بخش ها به وجود آورده که البته امکان رقابت از بخش خصوصی را نیز سلب کرده است. ساختار این سازمان ها مرتبط نبوده، با چالش عدم سازگاری ساختار و تشکیلات اجرایی با اهداف و مأموریت ها به عنوان یک مسئله اساسی مواجه است و به تدریج مشکلات و نارسایی های مربوط به این عدم هماهنگی خود را نشان می دهد. در این خصوص لازم به توضیح است که بسیاری از ارگان های مرتبط با ورزش (شکل ۱) مانند وزارت خانه های ورزش و جوانان، آموزش و پرورش، علوم، بهداشت و درمان، تعاون، کار و رفاه اجتماعی، نیروهای نظامی و انتظامی و همچنین نهادهای عمومی غیردولتی مانند کمیته ملی المپیک، فدراسیون ها و هیئت های ورزشی و همچنین شهرداری ها برنامه هایی در زمینه همگانی کردن، ورزش قهرمانی، تربیتی و ... تدوین و اجرا می نمایند که هرچند در جای خود مناسب و اثربخش است، لکن در مرجع خاصی مورد هماهنگی قرار نمی گیرد تا اثربخشی آن بیشتر و از دوباره کاری و اتلاف سرمایه گذاری جلوگیری شود (دفتر مطالعات فرهنگی مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۹۴: ۲۴).

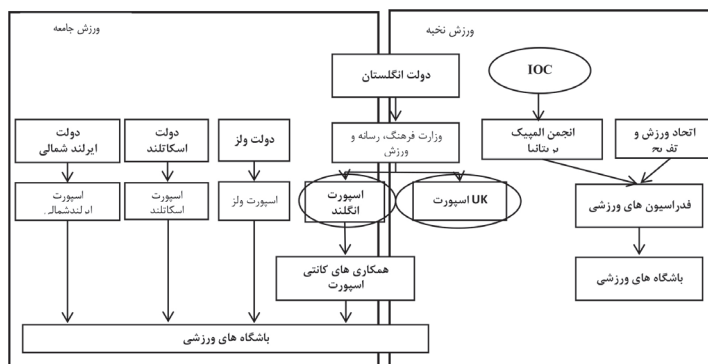
شکل ۱: سازمان ها و دستگاه های دخیل در مدیریت ورزش کشور



بر اساس گزارش برنامه ششم توسعه ورزش، بررسی اهداف، شرح وظایف و اختیارات این دستگاه ها، گویای وجود پاره ای از مشکلات و چالش ها می باشد که مهم ترین آن ها عبارت اند از: عدم تقسیم کار ملی در بخش ورزش کشور؛ تعدد نهادهای تصمیم گیرنده در بخش ورزش؛ موازی کاری و هم پوشانی فعالیت ها و اقدامات و فقدان مرجعی جهت هماهنگی و سیاست گذاری کلان در بخش ورزش به دلیل عدم تشکیل شورای عالی ورزش کشور (وزارت ورزش و جوانان، ۱۳۹۴: ۱۱۵-۱۱۴). این ناسازگاری و عدم انسجام باعث شده تا در سایه شرایط موجود و در طول زمان، از هماهنگی بین بخش های مختلف ورزش کاسته شود و در نتیجه زمینه ضعف در استفاده بهینه از امکانات، کمبود بهره وری، تکراری بودن برنامه ها، دور افتادن از اهداف، عدم تطابق با تغییرات محیطی، کمبود نیروی متخصص، عدم پیشرفت ورزش کشور در حد مورد انتظار در

سطوح همگانی و قهرمانی، کسب نتایج ضعیف در بازی های آسیایی، جهانی و المپیک در رشته های مختلف ورزشی و ... فراهم آید. بدیهی است که این مشکلات می تواند تأثیرگذاری ورزش را در توسعه ملی کم رنگ نماید. بنابراین به نظر می رسد که بازنگری هایی در سازماندهی و ساختار ورزش ایران نیاز باشد. یکی از شیوه های پژوهش در زمینه بازنگری و نوسازی ساختارهای ورزش کشورها، انجام دادن مطالعات تطبیقی^۱ است. مطالعات تطبیقی، راهبردهایی عقلایی جهت استفاده از تجارب دیگران است یا به عبارت دیگر، عملی است که در آن دو یا چند پدیده در کنار هم قرار می گیرند و وجوه اختلاف و یا تشابه آنها مورد تجزیه و تحلیل قرار می گیرند (رفعتی و همکاران، ۱۳۹۴: ۵۵۶). البته باید در نظر داشت که ساختار مدیریت ورزش در هر کشور متناسب با نظام های سیاسی، حکومتی و ساختار تشکیلات دولتی، شرایط اقتصادی، سیاسی و فرهنگی آن کشور طراحی گردیده است. لذا الگوبرداری کامل از یک مدل برای سایر کشورها به دلیل تفاوت شرایط مختلف، اثربخشی لازم را در بر نخواهد داشت. حال آنکه با ترکیب برخی از ابعاد ساختار ورزش در کشورهای دیگر و با ملحوظ داشتن شرایط خاص ایران، می توان به الگویی مناسب برای کشور نائل گشت (شعبانی، ۱۳۹۴). بنابراین با مطالعه ساختار ورزش کشورهای مختلف باید اصول و مبانی را فراگرفت نه اینکه کپی برداری را آموخت، زیرا عواملی مانند محیط، فرهنگ و تاریخچه سازمان های ورزشی در هر کشوری متفاوت است. از این رو، در این تحقیق به مطالعه تطبیقی ساختار ورزش ایران و کشورهای اروپایی آلمان، استونی، بریتانیا، ترکیه، دانمارک، لهستان، نروژ و هلند می پردازیم. ساختار ورزش آلمان از اصولی مانند استقلال ورزش، حمایت، همکاری و مشارکت در ورزش ریشه گرفته است. به طور کلی مداخله آلمان در ورزش، در مقایسه با بسیاری از کشورها کمتر است. ساختار ورزش آلمان تا حد زیادی به وسیله ساختار فدرال کشور شکل گرفته است (سجادی، ۱۳۹۵: ۱۱۵). در استونی، کمیته المپیک^۲ بعد از اینکه در سال ۲۰۰۱ با اتحادیه مرکزی ورزش ادغام گردید، به سازمان مرجع ورزش این کشور تبدیل شد و مسئولیت توسعه ورزش کشور را بر عهده گرفت (سجادی، ۱۳۹۵: ۱۰۳). در بریتانیا، ورزش غیرمتمرکز می باشد. چهار بخش دولتی، غیردولتی، منطقه ای و محلی، هریک برای تعیین سیاست های ورزشی متفاوت، دارای قدرت هستند. سازمان های مسئول ورزش دارای ساختاری غیرمتمرکز، توسعه یافته و با سابقه طولانی هستند. شکل ۲، مدل ساختار ورزش بریتانیا را نشان می دهد (سجادی، ۱۳۹۵: ۱۱۷).

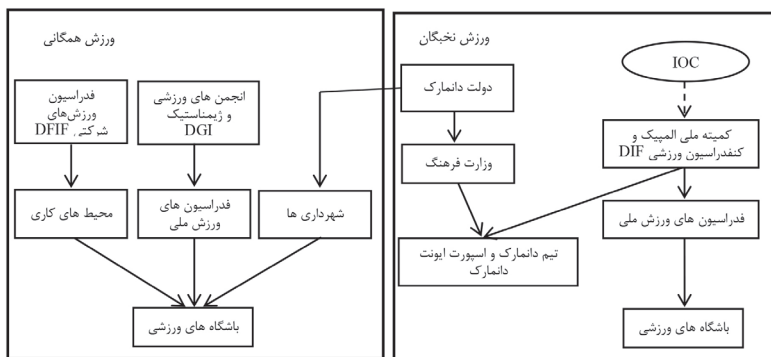
شکل ۲: مدل ساختار ورزش بریتانیا



1. Comparative Study
2. Estonia Olympic Committee (EOC)

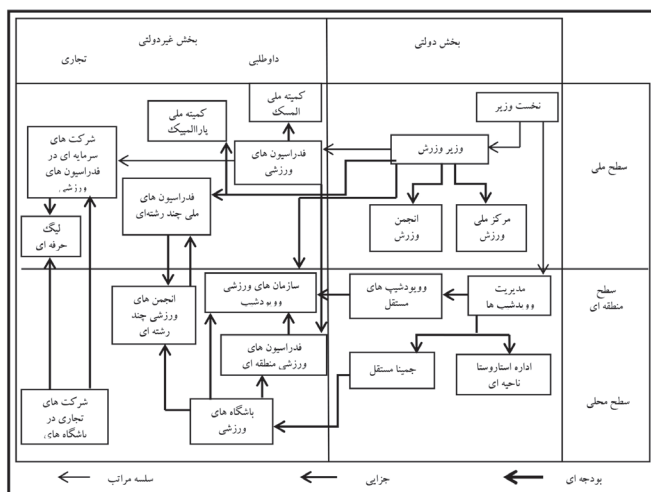
ترکیه از کشورهایی می باشد که در قانون اساسی آن، ماده ای به ورزش اختصاص یافته است. وزارت ورزش و جوانان، به عنوان ستون فقرات ورزش ترکیه، در سال ۱۹۳۸ تأسیس شد (سجادی، ۱۳۹۵: ۱۰۴). ویژگی ورزش دانمارک، تعداد زیاد داوطلبانی است که مدیریت باشگاه ها را انجام می دهند و به عنوان مربی کار می کنند. این نوع از سازمان پایین به بالا، ریشه های تاریخی قدرتمندی دارد. شکل ۳، ساختار ورزش دانمارک را نشان می دهد (سجادی، ۱۳۹۵: ۱۲۱).

شکل ۳: مدل ساختار ورزش دانمارک



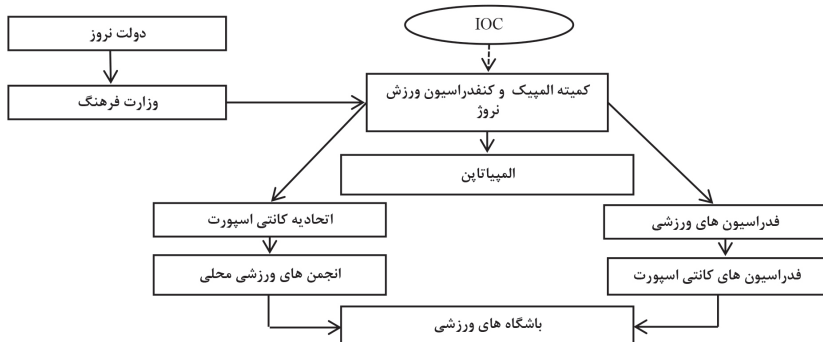
ساختار ورزش لهستان، براساس یک مدل ترکیبی دولتی - مدنی بنا نهاده شده است. مانند سیستم های ورزش کشورهای اروپایی، این مدل بر همکاری بین دو بخش دولتی و خصوصی بنیان گذاشته شده و بخش های تجاری و داوطلبی را در برمی گیرد. با این حال، برخلاف دیگر کشورهای اروپایی، دولت در سیاست های ورزش مداخله زیادی دارد. شکل ۴، ساختار ورزش لهستان را نشان می دهد (سجادی، ۱۳۹۵: ۱۲۶).

شکل ۴: مدل ساختار ورزش لهستان در سه بخش دولتی، تجاری و داوطلبانه



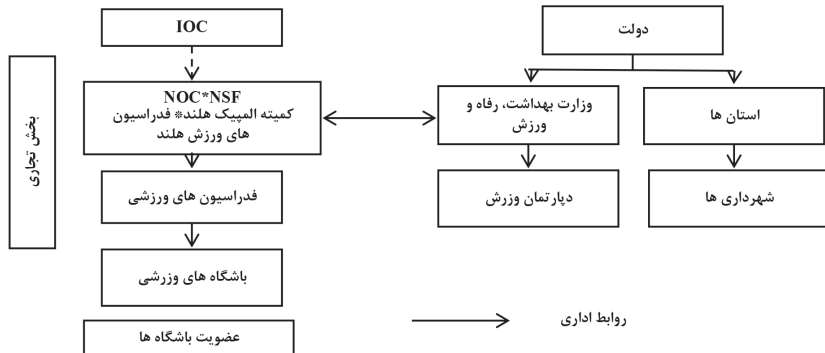
از سیستم ورزشی نروژ به عنوان بهترین نمونه یاد می شود. این کشور توانسته هم زمان یک برنامه موفق برای نخبگان و یک برنامه که برای هر شهروند طراحی شده را اجرا نماید. این توازن در صحنه های ورزش بین المللی امروزی نادر است. شکل ۵، ساختار ورزش نروژ را نشان می دهد (سجادی، ۱۳۹۵: ۱۳۱).

شکل ۵: مدل ساختار ورزش نروژ



ویژگی ساختار ورزش هلند، سازمان پایین به بالای آن است. ساختار ورزش و باشگاه های ورزشی توسط بخش داوطلب و بدون کنترل مستقیم دولت سازماندهی شده است. مهم ترین ذی نفعان و سیاست گذاران آن مستقل از دولت هستند. شکل ۶، ساختار ورزش هلند را نشان می دهد (سجادی، ۱۳۹۵: ۱۳۵).

شکل ۶: مدل ساختار ورزش هلند



با توجه به آنچه گفته شد، تحلیل نارسایی ها و مشکلات ساختار تشکیلاتی موجود و اصلاح آن با بهره گیری از تجارب موفق دیگر کشورها، با لحاظ نمودن اصول قانونی و شرایط و اقتضائات بومی، مفید خواهد بود و راهکارهای پیشنهادی می تواند مشکلات و کاستی های کنونی ساختار ورزش کشور را مرتفع نماید. لذا تحقیق حاضر با هدف پاسخ گویی به این سؤال اساسی صورت گرفته است: وجوه اختلاف و تشابه ساختار ورزش ایران و کشورهای منتخب اروپایی کدامند؟

روش شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و با روش توصیفی- تطبیقی در سال ۱۳۹۵ انجام گرفت. به منظور مقایسه ساختار ورزش کشورهای منتخب اروپایی و ایران، جنبه های مختلفی از جمله: سازمان اصلی متولی ورزش، نقش دولت در ورزش، نقش دولت های استانی، نقش دولت های شهری (شهرداری ها)، فدراسیون های ورزشی، کمیته ملی المپیک، باشگاه ها، اسناد بالادستی و قوانین ورزشی و ساختار تأمین بودجه که از ارکان اصلی نظام ورزش کشورها می باشد، مورد بررسی قرار گرفت. لازم به ذکر است که معیار انتخاب کشورها، وجود اطلاعات مبنی بر پیش گامی و داشتن سابقه طولانی از لحاظ اجرای شیوه های مؤثر و کارآمد در زمینه تربیت بدنی و ورزش و کسب دستاوردهای بین المللی ورزشی، تنوع نظام تربیت بدنی و ورزش، دارا بودن الگوی مشخص و قابل تعریف برای ساختار ورزش، قابل دستیابی بودن اطلاعات مورد نیاز این کشورها^۱ و امکان الگوبرداری و قابلیت اجرای آن با توجه به شرایط کنونی کشور ایران در نظر گرفته شد. به این ترتیب، هشت کشور آلمان، استونی، بریتانیا، ترکیه، دانمارک، لهستان، نروژ و هلند انتخاب و مورد تحلیل قرار گرفتند. اطلاعات مربوط به ساختار ورزش کشورهای منتخب با بررسی کتب، مجلات علمی، پایگاه های اطلاع رسانی و ... جمع آوری شد. اطلاعات مورد نیاز برای شناخت ساختار ورزش ایران نیز با مطالعه قانون اهداف، وظایف و تشکیلات سازمان های مختلفی که در عرصه ورزش فعال هستند، از طریق رجوع به سایت های سازمان ها و همچنین مطالعه اساسنامه تشکیلاتی و مطالعه کتب و برنامه های راهبردی سازمان های مربوط جمع آوری شد. مدل مورد استفاده در پژوهش حاضر، مدل بردی^۲ است. این مدل یک روش مطلق و انتزاعی از روش های مطالعات تطبیقی است که چهار مرحله توصیف^۳، تفسیر^۴، همجواری^۵ و مقایسه^۶ را در مطالعات تطبیقی مشخص می کند. در مرحله توصیف، پدیده های تحقیق بر اساس شواهد و اطلاعات، یادداشت برداری و تدارک یافته های کافی برای بررسی و نقادی در مرحله بعد آماده می شوند. در مرحله تفسیر، اطلاعات واریسی شده در مرحله اول تحلیل می شوند. در مرحله همجواری، اطلاعاتی که در مرحله قبل جمع آوری شده بودند به منظور ایجاد چهارچوبی برای مقایسه شباهت ها و تفاوت ها، طبقه بندی و در کنار هم قرار می گیرند. در مرحله مقایسه، مسئله تحقیق با توجه به جزئیات در زمینه شباهت ها و تفاوت ها و دادن پاسخ به سؤالات تحقیق بررسی و مقایسه می شوند (رفعتی و همکاران، ۱۳۹۴). بر اساس این مدل، ابتدا ساختار ورزش ایران و کشورهای منتخب مورد مطالعه دقیق قرار گرفت. سپس اطلاعات در قالب جداولی برای هر یک از عناصر تطبیق، استخراج و خلاصه گردید و پس از تعیین شباهت ها و تفاوت ها، پیشنهادها و راه کارها ارائه شد.

یافته های پژوهش

نتایج حاصل از مطالعه و مقایسه در مورد جنبه های مختلف از جمله: سازمان اصلی متولی ورزش، نقش دولت در ورزش، نقش دولت های استانی، نقش دولت های شهری، فدراسیون های ورزشی، کمیته ملی المپیک، باشگاه ها، اسناد بالادستی و ورزشی و ساختار تأمین بودجه در ایران و کشورهای منتخب اروپایی به

۱. لازم به ذکر است که دستیابی به ساختار ورزش اکثر کشورهای جهان بسیار دشوار بود. به همین سبب یکی از شاخص های انتخاب کشورها، جهت تحلیل و بررسی، دسترسی مشروح به نمودار و تشکیلات آن ها بوده است.

2. Beredy
3. Description,
4. Interpretation
5. Juxtaposition
6. Comparison

تفکیک در جداول ۱ و ۲ توصیف (مرحله اول مطالعه تطبیقی) شده است.

جدول ۱: بررسی کشورهای مورد مطالعه بر اساس نهاد/ سازمان اصلی متولی ورزش

ردیف	کشور	نام سازمان	سال تأسیس	نهاد مرجع	ارتباط با دولت
۱	ایران	وزارت ورزش و جوانان	۱۳۸۹	دولت ایران	وابسته به دولت
۲	آلمان	کنفدراسیون ورزش های المپیک	۲۰۰۶	-	مستقل از دولت
۳	استونی	کمیته المپیک	۲۰۰۱	-	مستقل از دولت
۴	بریتانیا	یو.کی اسپورت و اسپورت انگلند	۱۹۹۷	وزارت فرهنگ، رسانه و ورزش	وابسته به دولت
۵	ترکیه	وزارت ورزش و جوانان	۱۹۳۸	نخست وزیری	وابسته به دولت
۶	دانمارک	تیم دانمارک	۱۹۸۴	وزارت فرهنگ	وابسته به دولت
۷	لهستان	وزارت ورزش	۲۰۰۵	دولت لهستان	وابسته به دولت
۸	نروژ	کمیته المپیک و کنفدراسیون (NIF) ورزش نروژ	۱۹۹۶	-	مستقل از دولت
۹	هلند	کمیته المپیک هلند و فدراسیون (NOC*NSF) های ورزش هلند	۱۹۹۳	-	مستقل از دولت

جدول ۲: بررسی کشورهای مورد مطالعه بر اساس ساختار تشکیلات ورزش

کشور	ویژگی های ساختار ورزش
ایران	در جمهوری اسلامی ایران، دستگاه های مختلفی در ورزش فعالیت دارند. وزارت ورزش و جوانان به عنوان متولی اصلی، وظیفه برنامه ریزی، سیاست گذاری و نظارت بر ورزش تربیتی، همگانی، قهرمانی و حرفه ای را بر عهده دارد. تربیت داوران و مربیان ورزش، تأسیس و اداره مراکز ورزشی، تدوین شاخص های صدور و لغو پروانه باشگاه ها و حمایت از فدراسیون ها و هیئت های ورزشی از جمله دیگر وظایف وزارت در حوزه ورزش است. اداره کل ورزش و جوانان استان ها، وظایف اجرایی وزارت ورزش از جمله: پشتیبانی و هماهنگی هیئت های ورزشی، توسعه ورزش همگانی، توسعه مراکز ورزشی و همکاری با سازمان هایی که دارای فعالیت های ورزشی می باشند را انجام می دهد. کمیته ملی المپیک، نهاد عمومی غیردولتی به شمار می رود. گسترش ورزش قهرمانی در کشور از طریق بسترسازی و رشد استعداد های بالقوه و ارتقای توانایی های جسمی، روانی و فکری ورزشکاران، گسترش ورزش همگانی از طریق سازماندهی و ترغیب مردم به ورزش، مساعدت و حمایت از فدراسیون های ورزشی و تأیید اساسنامه آن ها، مدیریت و نظارت بر روند آماده سازی، تأیید و اعزام ورزشکاران کشور به بازی های المپیک و آسیایی، رویدادهای منطقه ای و سایر بازی های به رسمیت شناخته شده از سوی آی او سی و حمایت از سازمان های عمومی در ورزش کشور به ویژه باشگاه های ورزشی، تیم های دانشجویی، دانش آموزی و نیروهای مسلح از جمله مهم ترین وظایف کمیته ملی المپیک است. فدراسیون های ورزشی نیز مؤسسات عمومی غیردولتی هستند که به عنوان بالاترین مرجع ذی صلاح در هر رشته ورزشی تشکیل می شوند و با هماهنگی وزارت ورزش و جوانان فعالیت می نمایند. برگزاری مسابقات ورزشی در سطح کشور در رده های سنی مختلف، تشکیل تیم های ملی و نظارت بر هیئت های ورزشی از جمله وظایف فدراسیون ها می باشد. هیئت ورزشی، نماینده فدراسیون مربوطه در استان بوده که فعالیت های مرتبط در سطح استان را با هماهنگی اداره کل ورزش و جوانان استان اجرا و نظارت می نماید. در ایران باشگاه داری دولتی رشد بیشتری

ایران	پیدا نموده و بخش خصوصی قادر به حضور در رقابت با بخش دولتی نمی باشد. در هریک از دستگاه‌های دولتی وزارت آموزش و پرورش، وزارت علوم، وزارت بهداشت، وزارت کار و نیروهای مسلح، ورزش جایگاه سازمانی مختلفی از سطح اداره تا معاونت دارد و به توسعه ورزش همگانی و قهرمانی در بین جامعه هدف خود می پردازند. در این بین، دو وزارتخانه آموزش و پرورش و علوم، متولی ورزش تربیتی در مدارس و دانشگاه ها می باشند. همچنین، دو فدراسیون ورزش دانش آموزی و دانشگاهی با فراهم نمودن حضور تیم های دانش آموزی و دانشجویی در مسابقات بین المللی و همچنین برگزاری مسابقات ورزشی، زیر نظر وزارت آموزش و پرورش و وزارت علوم در زمینه ورزش قهرمانی فعالیت می نمایند. فدراسیون ورزش کارگری همین وظیفه را در بین جامعه کارگری انجام می دهد و زیر نظر وزارت کار قرار دارد. شهرداری ها، مؤسسات عمومی غیردولتی هستند که بر اساس ماده ۵۵ قانون شهرداری ها، وظیفه کمک مالی به انجمن تربیت بدنی و ساخت ورزشگاه در شهرها را در راستای توسعه ورزش دارند. ایران به لحاظ قانون گذاری در ورزش به ویژه سیاست های توسعه و ساختار ورزش با ضعف های بسیاری روبه روست و تنها به ذکر مواردی مختصر و پراکنده در قالب برنامه های پنج ساله توسعه به ورزش اشاره شده است. در زمینه امور مالی نیز شفافیت وجود ندارد. تأمین مالی بیشتر از طریق منابع مالی دولتی صورت می گیرد و ورزش حرفه ای نیز از طریق منابع دولتی تأمین می شود.
آلمان	مداخله آلمان در ورزش، در مقایسه با بسیاری از کشورها کمتر است. با توجه به ساختار فدرالی، مناطق فدرال سرمایه گذاری زیادی در ورزش دارند. در سطح منطقه ای هر هیئت حاکمه، بخشی دارد که مسئول ورزش است. در آلمان، وزارتخانه تخصصی و مستقلی برای اداره ورزش وجود ندارد. با این حال، در سطح دولت محلی، مسائل ورزشی بر عهده ادارات ورزشی تخصصی است. کنفدراسیون ورزش های المپیک تنها حامی سازمان های تحت نظر است. بخش عملکرد کنفدراسیون و ساختارهای معادل آن در سطح منطقه ای (کمیته عملکرد منطقه ای) مدیریت ورزش قهرمانی را بر عهده دارند. باشگاه ها و فدراسیون های ورزشی، بدنه اصلی سیستم ورزش قهرمانی را تشکیل می دهند. فدراسیون ها، مسئولیت سازماندهی مسابقات در کشور و اعزام تیم های ملی به مسابقات اروپایی و جهانی را بر عهده دارند. مناطق فدرال، مسئول کمک های مالی به ورزش هستند. این کمک های مالی بیشتر در ورزش مدارس، ورزش دانشگاه، ورزش همگانی، فدراسیون ها و ساخت اماکن ورزشی هزینه می شود. با این حال، مسئولیت ورزش قهرمانی در دولت با وزارت کشور است که مانند یک بخش تخصصی عمل می کند و دیگر وزارت خانه هارا که مسئولیتی در ورزش قهرمانی دارند را هماهنگ می کند.
استونی	کمیته المپیک استونی، زمانی که با اتحادیه مرکزی ورزش استونی ادغام گردید، به سازمان مرجع ورزش این کشور تبدیل شد. علاوه بر کارهای معمول، این کمیته مسئولیت عمومی توسعه ورزش را بر عهده دارد. این موضوع در بخش عضویت کمیته ملی المپیک آمده است که این کمیته متشکل از ۶۴ فدراسیون ورزشی المپیک و غیرالمپیک، ۱۹ اتحادیه ورزش منطقه ای و ۱۳ انجمن ورزشی متشکل از نمایندگان ورزش در دانشگاه ها، مدارس، پزشکی ورزشی و سایر عرصه های جنبش ورزش است. کمیته المپیک استونی، ساختاری ساده و روشن دارد. تمامی اعضا (۹۶ عضو قایقرانی و ۱۳ عضو عادی) شورایی را تشکیل می دهند که هر سال یک بار جلسه برگزار می کنند. طبق اساسنامه کمیته ملی المپیک، این شورا مجمع عمومی را با انتخاب آرا تعیین می کند. این شورا مرکب از ۵۹ نماینده است که بیش از نیمی از آن ها، نمایندگان فدراسیون های ورزشی المپیک هستند. این شورا همچنین ۱۷ تن از اعضای هیئت رئیسه را انتخاب می کند. مرکز اداری کمیته المپیک استونی از ۱۰ نفر مدیر حقوق بگیر تشکیل شده است که دارای رئیس و دبیرکل می باشد. اعضای ستادی زیر نظر هیئت رئیسه مسئولیت طیف وسیعی از فعالیت های مختلف جنبش ورزش را بر عهده دارند. آن ها این مسئولیت ها را با کمک کمیته ها و با همکاری سازمان های عضو، سازمان های دولتی و مسئولان محلی انجام می دهند. کمیته المپیک استونی به عنوان بالاترین سازمان ورزشی در کشور خود، اولویت های روشنی دارد: ورزش جوانان، ورزش همگانی، مربیان شایسته، خدمات پزشکی ورزش، مبارزه با دوپینگ، ورزش قهرمانی و برنامه ریزی بعد از دوران ورزشی و حمایت های شایسته از ورزشکاران

بریتانیا	بیشتر سازمان های فعال در ورزش بر ورزش همگانی و قهرمانی تمرکز دارند. دولت در هر دو بعد دخالت می کند. دو نهادی که بیشترین نفوذ را دارند، اسپورت انگلند (ارتقاء و حمایت از مشارکت عمومی در ورزش) و یو.کی اسپورت (تخصیص بودجه و بررسی عملکرد فدراسیون ها) هستند. توسعه و تأمین مالی ورزش قهرمانی مسئولیت یو.کی اسپورت است که از طرف وزارت فرهنگ، رسانه و ورزش حمایت می شود. پادشاهی متحده شامل چهار هوم نیشن است. در هر هوم نیشن، وظایف ورزش همگانی برعهده انجمن های ورزشی است. اسپورت انگلند؛ اسپورت ایرلند شمالی؛ اسپورت اسکاتلند و اسپورت ویلز به دولت های خود وابسته هستند. انجمن ها مسئول اجرای سیاست های دولت هستند و به منظور افزایش مشارکت، مسئولیت تخصیص بودجه را میان پروژه های ورزش جامعه برعهده دارند. بودجه نهایتاً در اختیار باشگاه های ورزشی محلی قرار می گیرد. این باشگاه ها می توانند بودجه را صرف ارتقای تسهیلات محلی کنند. انجمن ها همکاری نزدیکی با فدراسیون های ورزشی دارند و از طریق شناسایی پتانسیل افراد نقش مهمی را در پرورش استعدادها دارند. به همین دلیل برای اطمینان از در یک راستا قرارگرفتن اهداف، با UKS همکاری می کنند. وزارت فرهنگ، رسانه و ورزش بر UKS و اسپورت انگلند نظارت می کند، وظیفه تأمین بودجه و نقش هماهنگ کننده آن ها را دارد. وزارت می تواند برای ورزش همگانی و ورزش قهرمانی تعیین سیاست کند. همکاری های کانتی اسپورت، شبکه هایی هستند که درگیرنده سازمان های محلی فعال در ورزش مناطق هستند. مقامات، فدراسیون های ورزشی، شبکه های ورزش همگانی و سایر سازمان ها به منظور ایجاد فرصت های ورزشی برای جمعیت محلی با یکدیگر کار می کنند. اسپورت اسکاتلند، اسپورت ایرلند شمالی و اسپورت ولز از طریق هماهنگی و حمایت از ورزشکاران نخبه "خود" وظایف UKS را در هوم نیشن مربوطه تکمیل می کنند. انجمن المپیک بریتانیا BOA وظیفه اجرای برنامه ها و کمک به آماده سازی برای المپیک را دارد، اما تأمین مالی مستقیم ورزشکاران و فدراسیون های ورزشی المپیک برعهده UKS است. فدراسیون های ورزشی المپیک اعضای معمول BOA هستند.
ترکیه	ترکیه ازجمله کشورهایی می باشد که در قانون اساسی آن ماده ای به ورزش اختصاص یافته است. براساس ماده ۵۹ قانون اساسی، "دولت اقداماتی را برای توسعه سلامت جسمانی و ذهنی اتباع ترک در تمام گروه های سنی به عمل خواهد آورد و گسترش ورزش در میان توده ها را موردحمایت و تشویق قرار خواهد داد. دولت از ورزشکاران موفق حمایت خواهد کرد". وزارت ورزش و جوانان، به عنوان ستون فقرات ورزش ترکیه، برترین سازمان ورزش کشور به شمار می رود که وابسته به نخست وزیری می باشد. این وزارت، دارای اداره استانی است که ارائه خدمات در ۸۱ استان را تحت پوشش خود قرار داده اند. در چارچوب سازمانی این وزارت، در حال حاضر ۳۷ فدراسیون ورزشی وجود دارد. علی رغم اینکه برخی ورزش ها در ترکیه فدراسیون ندارند، لیکن در چارچوب سازمانی باشگاه های ورزشی فعالیت می کنند. همه ساله نخست وزیری برنامه های ورزشی را در راستای تقاضاهایی که از ادارات استانی ورزش و جوانان و فدراسیون ها دریافت می کند، تهیه می نماید و دوره های مربیگری و نظارت و سمینارهای گوناگونی را جهت آموزش ورزشکاران به اجرا در می آورد. مهم ترین هدف وزارت ورزش و جوانان، فراهم آوردن شرایطی می باشد که شهروندان در تمام گروه های سنی بتوانند جهت سلامت جسمی و ذهنی خود به تمرینات ورزشی بپردازند. بر همین اساس، موفقیت در ورزش را توسعه ورزش در جامعه تشکیل می دهد. همچنین، مقوله ورزش برای همه و فعالیت های ورزشی گسترده، یکی از مهم ترین اجزای توسعه ورزش رقابتی را تشکیل می دهد. یکی از اهداف اساسی ورزشی در ترکیه توسعه ورزش برای عموم در باشگاه های ورزشی می باشد. کسانی که به ورزش حرفه ای اشتغال دارند نیز در چارچوب تشکیلات باشگاه ها به فعالیت می پردازند.

دانمارک	وزارت فرهنگ، موضوعات ملی ورزش را مدیریت می کند. سیاست های تعیین شده توسط وزارت، راهنمای سازمان های ورزشی است. مدیریت ورزش قهرمانی بر عهده تیم دانمارک است و تخصیص بودجه را میان فدراسیون های ورزشی برعهده دارد و از یک سیستم متخصصان در زمینه خدمات ورزش حرفه ای حمایت می کند. دولت عمدتاً بر توسعه ورزش همگانی نظارت دارد. مسئولیت های ورزش همگانی برعهده سازمان های متعددی است. علاوه بر سیستم گسترده باشگاه ورزشی داوطلبانه، سازمان های فراگیر ملی مانند کنفدراسیون DIF و انجمن های ژیمناستیک و ورزش دانمارک بر ورزش همگانی تأثیرگذارند. (DIF) ورزشی دانمارک سطح باشگاهی بین سه سازمان ملی مسئول ورزش همگانی و ورزش قهرمانی بزرگ ترین سازمان است و به عنوان نماینده ورزشکاران نخبه فعالیت می کند. آن ها به تیم دانمارک یارانه پرداخت می کنند. انجمن ژیمناستیک و ورزش به عنوان نماینده ای برای ورزش های تفریحی فعالیت می کند و در ورزش قهرمانی دخالتی نمی کند و شامل ۱۵ اداره منطقه ای است. گرچه این مناطق تاحدی مستقل هستند، هدف مشترک آن ها تشویق عضویت در باشگاه های ورزشی در میان عموم مردم است. فدراسیون ورزش شرکتی انجام تمرینات بدنی را در محیط کار تشویق می کند و دارای انجمن های ورزشی محلی است. حدود ۸۰۰۰ باشگاه ورزش شرکتی به این سازمان هستند و مسئولیت های مرتبط با سطح قهرمانی را مدیریت می کنند. DIF وابسته هستند. فدراسیون ها اعضای فدراسیون ها بر ورزش همگانی نیز نظارت می کنند. هم باشگاه های حرفه ای و هم باشگاه های آماتور در فدراسیون ها گنجانده شده اند. سیستم باشگاهی سیاست دولتی افزایش مشارکت در ورزش را اجرا می کند. باشگاه هایی که دارای بخش های حرفه ای هستند، در لیگ های قهرمانان مسابقه می دهند. بیشتر باشگاه ها تنها بودجه عمومی DIF بر ورزش همگانی متمرکز دارند. کمک های مالی به وسیله دو سازمان تخصیص می یابد. فدراسیون ها را تأمین می کند و تیم دانمارک بر آن هایی که بیشترین پتانسیل را برای موفقیت دارند، متمرکز است. بخش ورزش همگانی ساده تر است و باشگاه های ورزشی از دولت و مقامات محلی حمایت های مالی متعددی دریافت می کنند. زمانی که شهرداری درباره مخارج ورزشی خود تصمیم می گیرد، نیازهای باشگاه ها را نیز مدنظر قرار می دهد.
لهستان	ساختار ورزش، بازتاب تقسیم قدرت بین بخش دولتی، بخش داوطلبی و بخش تجاری است. در سطح ملی وزارت ورزش مرکز تصمیم گیری برای تمام بخش ها (از جمله ورزش حرفه ای) است. در سطح منطقه ای، ساختار ورزش به وسیله سازمان های تخصصی در ادارات منطقه ای پشتیبانی می شود. سازمان های دولتی سطح محلی، دارای واحدهایی برای مدیریت و هماهنگی فعالیت های ورزشی هستند. آن ها بیشتر بر ورزش کودکان و جوانان متمرکز دارند و کمتر به ورزش قهرمانی توجه می کنند. کمیته المپیک متشکل از انجمن ها و باهدف تضمین حضور نمایندگان ملی لهستان در بازی های المپیک است. فدراسیون ها و انجمن های ورزشی با ورزش قهرمانی سروکار دارند. فدراسیون های ورزشی، انجمن هایی چند رشته ای هستند که از آن میان می توان انجمن ورزش دانشگاهی لهستان و فدراسیون ورزش های ارتش را نام برد. بیشترین پتانسیل ورزشی فدراسیون ها در سازمان های دانشگاهی و به ویژه باشگاه های علمی آمادگی جسمانی مشاهده می شود. انجمن های ورزشی لهستان سازمان های تک رشته ای هستند که برگزاری رویدادهای ورزشی و اهدای مجوز به باشگاه های ورزشی را به عهده دارند. انجمن های ورزشی و فدراسیون های چند رشته ای نمایندگان منطقه ای خود را دارند. در سطح محلی عملیات اصلی توسط باشگاه های ورزشی انجام می گیرد. باشگاه ها بر اساس گروه های اجتماعی مانند ورزش مدرسه، ورزش دانشگاهی، جوامع روستایی، ورزش نظامی و ورزش معلولان تقسیم می شوند. ساختارهای لیگ در رشته هایی پدید می آید که بیش از نیمی از باشگاه ها، وضعیت حقوقی شرکت های سهامی عام را داشته باشند. این نوع لیگ حرفه ای که به وسیله اشخاص حقوقی غیروابسته به انجمن های ورزشی مدیریت می شود، می تواند به تشکیل یک شرکت تجاری، یک شرکت با مسئولیت محدود یا یک شرکت سهامی اقدام کند. الگوهای مدیریتی مشابهی در سطح محلی در لیگ های حرفه ای مشاهده می شود که در آن فقط باشگاه هایی با شرایط شرکت سهامی عام اجازه ورود به رقابت ها را دارند. این مقررات تا حد زیادی مسیر توسعه ورزش حرفه ای را با تمرکز بر بخش تجاری هدایت می کنند. مشارکت در لیگ حرفه ای باشگاه های ورزشی در صورتی مورد تأیید رسمی قرار می گیرد که به شرکت های سهامی واگذار شوند.

نروژ	دپارتمان ورزش، مسئول تخصیص منابع مالی برای توسعه تسهیلات ورزشی است. این وزارتخانه به انتقال NIF پول می کند و تأمین مالی فدراسیون ها را بر عهده دارد. مقامات محلی از ورزش محله حمایت می کنند. FIN بالاترین مقام در ورزش و مستقل از دولت است. FIN یک نهاد فراگیر برای سازمان های ورزشی در سطوح پایین تر کشور است و وظیفه اصلی آن تخصیص منابع مالی عمومی به فدراسیون ها و نماینده آن ها در سطح ملی می باشد. از زمان ادغام، نقش کمیته ملی المپیک را برعهده دارد، شرکت کنندگان و رهبران بازی ها را انتخاب می کند و شامل ۱۹ اتحادیه کانتی اسپورت (ASC) و ۵۴ فدراسیون ورزش ملی است. تمام باشگاه های ورزشی اعضای FIN هستند، این باشگاه ها پایه این سازمان را تشکیل می دهند. المپیاتاپن (TLO) سازمان هماهنگ کننده مرکزی برای توسعه ورزش قهرمانی است و مسئولیت کامل نتایج ورزش قهرمانی را برعهده دارد. وظیفه TLO تخصیص منابع مالی به ورزشکاران نخبه است. مراکز ورزشی المپیک با دبیرستان های دولتی فعال در منطقه خود روابط قوی دارند. مدارس برنامه های آموزش ورزشی را با حمایت TLO راه اندازی کرده اند و بر یک ورزش واحد مانند اسکی، بیاتلون و ... تمرکز دارند. ۱۹ کانتی اسپورت در نروژ وجود دارد. هر کانتی ASC خود را دارد که به عنوان یک نهاد کلی برای ورزش منطقه عمل می کند. ASC بر اجرای سیاست ورزش نظارت دارد و نقش FIN را در کانتی انجام می دهد. فدراسیون های ورزش کانتی و انجمن های ورزش محلی در جلسه ASC حق رأی دارند. ۱۹ کانتی در مجموع به ۴۳۰ شهرداری تقسیم می شود. آنهایی که برای بیش از سه باشگاه ورزشی اقامتگاه تهیه می کنند، باید یک انجمن ورزش محلی برپا کنند. انجمن ها به وسیله ASC اداره می شوند و وظیفه سازماندهی توسعه تسهیلات ورزش محلی را دارند. آن ها همچنین برای باشگاه های ورزشی فعال در شهرداری به عنوان هماهنگ کننده عمل می کنند. هر فدراسیون یک نهاد دولتی ملی برای یک ورزش است و مسئولیت اصلی فعالیت های ورزش قهرمانی را در ورزش خود برعهده دارند. بسیاری از فدراسیون ها در سطح کانتی تأسیس می شوند، زیرا تعداد اعضای باشگاه ها بسیار زیاد است و تنها از طریق یک نهاد واحد قادر به اداره آن ها خواهند بود.
------	--

با توجه به اطلاعات مندرج در جداول ۱ و ۲ و توصیف یافته ها، پدیده های مختلف تحقیق بر اساس شواهد و اطلاعات، یادداشت برداری و تدارک یافته های کافی برای تفسیر، هم جوار و مقایسه در مرحله بعد آماده شده اند.

بحث و نتیجه گیری

هدف کلی مطالعه حاضر، مقایسه ساختار مدیریت ورزش در کشورهای منتخب اروپا و ایران است. در قسمت سازمان متولی اصلی ورزش مشخص گردید که در هریک از کشورهای منتخب، دستگاه خاصی متولی اصلی ورزش می باشد. در ایران نیز، وزارت ورزش و جوانان به عنوان متولی اصلی ورزش، وظیفه برنامه ریزی، سیاست گذاری و نظارت بر ورزش تربیتی، همگانی، قهرمانی و حرفه ای را بر عهده دارد. همی نژاد (۱۳۷۵) نتیجه گرفت که در شرح وظایف واحدهای مختلف سازمان تربیت بدنی اشکالات و تداخل وظایف زیادی مشاهده می شود. رضوی (۱۳۸۵الف) نتیجه گرفت که نامشخص بودن وضعیت ورزش قهرمانی در کشور از این نظر که کدام نهاد یا سازمان، کمیته ملی المپیک یا سازمان تربیت بدنی متولی ورزش قهرمانی هستند، عملاً حرکت های موازی صورت می گیرد. میرمحمدی (۱۳۹۲) نیز نشان داد که بزرگ شدن دولت و افزایش بوروکراسی، تداخل در کار دیگر وزارت خانه ها و شکل گیری تعارض میان سازمان ها از معایب ادغام سازمان ملی جوانان و سازمان تربیت بدنی است.

در قسمت نقش دولت مشخص گردید که نظام مدیریت ورزش در اکثر کشورهای منتخب، از نظر پیچیدگی ساختار تشکیلاتی، ساده و کم حجم است. مداخله برخی از دولت ها در ورزش، در مقایسه با بعضی از کشورها کمتر است و در عوض برخی از دولت ها مداخله زیادی در ورزش دارند. در این کشورها یک وزارتخانه که مستقیماً در دولت قرار دارد، وظیفه سیاست گذاری در ورزش را بر عهده دارد. سیاست های

تعیین شده توسط وزارت، راهنمای سازمان های ورزشی است. در ایران نیز دستگاه های مختلف دولتی و غیردولتی در حوزه ورزش فعالیت دارند و بسیاری از آنها فعالیت های جداگانه ای را بدون لحاظ قرارداد برنامه های سایر دستگاه ها انجام می دهند که باعث تداخل وظایف، موازی کاری و ... شده است. همچنین سازمان های دولتی از جمله وزارت ورزش و جوانان نقش مهم تری را نسبت به سازمان های غیردولتی در ورزش دارند. بر اساس یافته های مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی (۱۳۷۹) ساختار تشکیلاتی فعلی ورزش کشور فاقد کارایی لازم است و عدم سازماندهی و تشکیلات صحیح و مناسب، از مهم ترین نقاط ضعف ورزش کشور است. همچنین، شعبانی (۱۳۹۴) نتیجه گرفت که تعدد و تداخل نهادهای سیاست گذار از مهم ترین چالش های بیرونی ورزش قهرمانی کشور است. جوادی پور (۱۳۹۴) راهکارهای اجرایی کاهش پیچیدگی های اداری و تشکیلاتی و روشن سازی وظایف اداری جهت هماهنگی و همکاری و مساعدت هر چه بیشتر سازمان های ورزشی با یکدیگر را به منظور اصلاح مشکلات ارائه نمود. بنابراین پیشنهاد می گردد که با مشخص کردن شرح وظایف بخش های مختلف تشکیل دهنده ساختار ورزش کشور، از تداخل وظایف و موازی کاری ها جلوگیری شود. در مورد این یافته تحقیق که ساختار ورزش ایران دولتی است، مظفری و الهی (۱۳۸۸) بیان داشتند ورزش ایران از مالکیت گسترده دولتی و ساختار انحصاری بازار متحمل لطمات فراوانی شده است. رضوی (۱۳۸۵ب) نشان داد که اکثر مدیران ورزش کشور با تعدیل ساختاری ورزش کشور از طریق خصوصی سازی موافق بودند و باتوجه به دیدگاه مدیران نتیجه گرفته شد که با کوچک تر شدن ساختار موجود از طریق فروش و واگذاری اماکن و دخالت دادن بخش غیردولتی در سرمایه گذاری، سرعت کارها و کارایی بیشتر شده و خدمت رسانی بهتر می شود. بالک و رایبسون^۱ (۲۰۰۹) نشان دادند که ساختارهای رقابتی، احتمال موفقیت بین المللی ورزشکاران را افزایش می دهد. کارلیز^۲ (۲۰۰۶) نشان داد که ازجمله فرصت های کارآفرینی در ورزش کانادا، کاهش تصدی گری دولت در بخش ورزش است. کلت و راسل^۳ (۲۰۰۹) نیز نتیجه گرفتند که ازجمله عوامل مهم توسعه ورزش استرالیا، فقدان ساختار رسمی و کنترل زیاد در ورزش است. بنابراین، منطق سیاست کاهش تصدی گری دولت در چنین شرایطی، واگذاری بخشی از اختیارات موضوع تصدی گری در ورزش است که می تواند برای ارتقای بهره وری در ورزش مؤثر واقع شود. خصوصی سازی، فرایندی مؤثر در کاهش اندازه دولت است. بنابراین پیشنهاد می گردد ضمن کاهش تصدی دولت همراه با حضور کارآمد آن، بخش غیردولتی نیز از نقش مهمی در این زمینه برخوردار باشد. به عبارت دیگر، تلاش گردد تا با حذف رویه های زائد و کاهش بوروکراسی، حذف وظایف مشابه و تکراری، رفع وظایف متداخل و موازی کاری ها و عدم پیچیدگی، علاوه بر لحاظ نمودن ویژگی های سادگی و چابکی و کاهش تصدی گری دولت در بخش ورزش، شرح وظایف روشنی برای تمام نهادهایی که می توانند در گسترش ورزش نقش داشته باشند، تعریف شود.

با توجه به ساختار فدرالی اکثر کشورها، مناطق فدرال تشکیلات ورزشی خاص خود را دارند و انجمن های غیردولتی ورزش منطقه ای را تأمین مالی می کنند. ورزش نخبه در سطح فدرال تحت حمایت قرار می گیرد. در ایران نیز اداره کل ورزش و جوانان استان ها، وظایف اجرایی مربوط به وزارت ورزش و جوانان را انجام می دهند. این نتایج تحقیق حاکی از آن است که در کشورهای منتخب، نظام مدیریت ورزش دارای برنامه ریزی متمرکز است، اما در مقام اجرا از یک نظام غیرمتمرکز پیروی می کند. نتایج تحقیق مکین

1. Boulik & Rabinson

2. Karlis

3. Kellet & Russel

و همکاران^۱ (۲۰۱۶) حاکی از کم شدن نقش دولت در ورزش و فعالیت های بدنی فنلاند بود. مدل هرمی سلسله مراتبی قدیمی سازمان اصلی با چندین سازمان مراکز عملکردی جایگزین شده و بخش بندی نمودن جنبش ورزش بدون اینکه یک قدرت مرکزی به طور آشکار وجود داشته باشد، از ایده آل های ساختار بود. تجزیه و تحلیل توسعه قلمرو ساختار ورزش فنلاند نشان داد که تلاش برای ایجاد یک سازمان فراگیر و چتری که هدایت همه قلمروها را بر عهده داشته باشد، شکست خورده است. یافته تحقیق آن ها حاکی از اهمیت عدم تمرکز می باشد. مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی (۱۳۷۹) نتیجه گرفت که باید از تجربه کشورهای خارجی استفاده کرد. همچنین، رضوی (۱۳۸۵) نتیجه گرفت که اکثر مدیران ورزش کشور برای اصلاح ساختار، خواستار تمرکززدایی نظام اداری شدند. بنابراین پیشنهاد می شود که در سازماندهی ورزش ایران سعی گردد که با لحاظ نمودن اصول ساختار ورزش کشورهای منتخب، مانند برنامه ریزی متمرکز، عدم تمرکز قدرت، عدم پیچیدگی ساختار تشکیلاتی ورزش، کوچک و کم حجم بودن ساختار و تعادل میان ورزش پایه و قهرمانی، تفکیک وظایف اجرایی از حوزه ستادی و محدود نمودن فعالیت حوزه ستادی به اعمال سیاست گذاری، برنامه ریزی و انتقال وظایف اجرایی به واحدهای استانی و شهر و به عبارتی با توزیع متوازن اختیارات و قدرت میان واحدهای سازمانی در راستای چابکی و پویایی ساختار ورزش کشور حرکت کرد. در قسمت نقش دولت های شهری مشخص گردید که در کشورهای منتخب، شهرداری ها برای ساخت و ساز تسهیلات ورزش همگانی تأمین مالی می کنند و به باشگاه های منطقه خود کمک مالی دارند. در ایران نیز فعالیت های ورزشی جزو وظایف شهرداری هاست و ارائه کمک مالی به انجمن های تربیت بدنی و ساخت ورزشگاه در شهرها از جمله این وظایف می باشد. شهبازی و همکاران (۱۳۹۲) نشان دادند که راهکار مشخص کردن شرح وظایف تمام سازمان ها و نهادهای دست اندرکار و فراهم کردن زمینه های ورود بخش خصوصی به ورزش همگانی از اولویت بالایی برخوردار است. باتوجه به اینکه، دولت های محلی و شهرداری ها نقش مهمی را در جذب مردم به ورزش و فعالیت های بدنی دارند، بنابراین ایجاد زمینه های فعالیت شهرداری ها برای توسعه زیرساخت ها ورزشی در جهت عمومی نمودن و تعمیم ورزش در سطح کشور (ورزش همگانی) از ضروریات مهم می باشد.

در کشورهای منتخب، فدراسیون ها در دو سطح ملی و استانی فعالیت می کنند و وظایف سازماندهی مسابقات قهرمانی کشور و همچنین مدیریت تیم های ملی را بر عهده دارند. فدراسیون های استانی نیز، ورزش را در مناطق خود ترویج می دهند. در ایران، فدراسیون های ورزشی، بالاترین مرجع هر رشته ورزشی هستند. برگزاری مسابقات ورزشی در سطح کشور در رده های سنی مختلف، تشکیل تیم های ملی و نظارت بر هیئت های ورزشی از جمله وظایف فدراسیون ها می باشد. هیئت ورزشی، نماینده فدراسیون ورزشی مربوطه در استان است که فعالیت های مرتبط در سطح استان را با هماهنگی اداره کل ورزش و جوانان استان اجرا می نماید. بر اساس یافته های تحقیق جوادی پور (۱۳۹۴) روشن نبودن تقسیم کار ملی بین سازمان ها و نهادهای مختلف مرتبط با ورزش قهرمانی، عدم همکاری سازمان ها و نهادهای موجود در ورزش قهرمانی و دخالت سازمان های سیاست گذار در ورزش قهرمانی در امور اجرا از جمله چالش ها و مشکلات ساختاری و تشکیلاتی ورزش قهرمانی است. مظفری و الهی (۱۳۸۸) بیان داشتند ورزش ایران از مالکیت گسترده دولتی و ساختار انحصاری بازار متحمل لطمات فراوانی شده است. یکی از راهبردهای پیشنهادی، افزایش تعامل سازمان یافته و اثربخش بین نهادهای ملی و منطقه ای ورزش قهرمانی بود. رضائی نژاد و همکاران (۱۳۹۰) برای حل چالش ورزش حرفه ای در کشور پیشنهاد دادند که ساختار تخصصی، در کنار فدراسیون های

ورزشی، باشگاه‌ها و کمیته ملی المپیک شکل بگیرد. از آنجاکه فدراسیون‌ها و هیئت‌های ورزشی بخش غیردولتی هستند، ضروری است که ساختار و اساسنامه این ارگان‌ها بازنگری و ضمن تمرکز بر وظایف اصلی، هریک از فدراسیون‌ها و هیئت‌ها در راستای ترویج و عمومی کردن ورزش تلاش نمایند.

در کشورهای منتخب، کمیته ملی المپیک مستقل از دولت است و در برخی از کشورها، کمیته المپیک متولی اصلی ورزش می‌باشد. این سازمان به منظور آماده‌سازی تیم‌ها و ورزشکاران برای المپیک، با فدراسیون‌ها همکاری می‌کند. کمیته ملی المپیک ایران نیز جزو نهادهای عمومی غیردولتی به شمار می‌رود. گسترش ورزش قهرمانی در کشور، گسترش ورزش همگانی، حمایت از فدراسیون‌های ورزشی و تأیید اساسنامه آن‌ها، مدیریت و نظارت بر روند آماده‌سازی، تأیید و اعزام ورزشکاران کشور به بازی‌های المپیک و آسیای و سایر بازی‌های به رسمیت شناخته‌شده از سوی کمیته بین‌المللی المپیک از جمله مهم‌ترین وظایف کمیته ملی المپیک است. بر اساس یافته‌های تحقیق مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۷۹)، عدم هماهنگی و همکاری در بین مراکز اجرایی که به‌نوعی به امر ورزش در کشور مرتبط می‌باشند، از مهم‌ترین نقاط ضعف ورزش کشور است. به‌طورکلی نتایج وضعیت موجود، نشانگر مواردی مانند عدم تمرکز در تصمیم‌گیری‌ها، برنامه‌ریزی‌ها و اجرای برنامه‌هاست که از ضعف ساختار تشکیلاتی دستگاه تربیت‌بدنی کشور حکایت دارد. گاتورپ و همکاران^۱ (۲۰۱۶) نیز نشان دادند که کمبود همکاری در نظام ورزش قهرمانی استرالیا، به‌ویژه بین کمیسیون ورزش استرالیا (آی‌اس‌سی) و سازمان‌های ورزشی المپیک تابستانی وجود دارد. بنابراین در مورد ساختار تشکیلاتی سازمان تربیت‌بدنی، ایجاد تمرکز در تصمیم‌گیری‌ها و اتخاذ سیاست‌ها از طریق هماهنگی کلیه ارگان‌های ورزشی با سازمان تربیت‌بدنی به‌ویژه آموزش و پرورش، دانشگاه‌ها و کمیته ملی المپیک پیشنهاد شد. با توجه به نقش و جایگاه کمیته ملی المپیک پیشنهاد می‌شود که تعامل و همکاری بین وزارت ورزش با کمیته ملی المپیک تقویت شود و وظایف کمیته ملی المپیک به وظایف اصلی سازماندهی، هماهنگی و اعزام تیم‌های ورزشی به بازی‌های آسیایی و المپیک محدود و استقلال سازمانی کمیته ملی المپیک نیز رعایت گردد.

باشگاه‌ها، بخش‌های تشکیلاتی مهم سیستم ورزش کشورهای منتخب هستند و فعالیت تمام بخش‌های ورزش کشور باید به نحوی در ارتباط با فعالیت آن‌ها می‌باشد. باشگاه‌ها هم در زمینه ورزش عمومی و هم در زمینه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای فعالیت دارند. باشگاه‌ها از طریق بخش خصوصی اداره می‌شوند. اما در ایران، باشگاه‌داری دولتی رشد پیدا نموده و بخش خصوصی قادر به رقابت با بخش دولتی نمی‌باشد. مظفری و الهی (۱۳۸۸) راه حلی که برای رفع ایرادات ساختاری تجویز نمودند، استقرار ساختار رقابتی، برون‌گرایی و توسعه تعامل با اقتصاد جهانی بود. چنین اهدافی با گسترش نقش و جایگاه بخش خصوصی و قرارگرفتن آن به عنوان اصلی‌ترین عنصر در فعالیت بنگاه‌های اقتصادی امکان‌پذیر است. تیری و همکاران^۲ (۲۰۱۲) نتیجه گرفتند که حضور باشگاه‌ها در بورس، راهی برای نظم‌بخشیدن و ایجاد تعادل در ساختار مالی باشگاه‌هایی است که در مورد بدهکاری و تعادل مالی خود نگرانی دارند. از آنجاکه باشگاه‌داری و حرفه‌ای‌گری در ورزش باید از طریق بخش خصوصی صورت گیرد و اختصاص اعتبارات دولتی برای این منظور با عدم جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و تعاونی در این زمینه مواجه شده و از سوی دیگر توان رقابت را از باشگاه‌های موجود خصوصی سلب گردیده، لذا از این منظر چاره‌ای جز مکلف نمودن دولت به واگذاری باشگاه‌های دولتی به بخش خصوصی وجود ندارد. جذابیت خصوصی‌سازی در ورزش زمانی افزایش می‌یابد که بدانیم بسیاری از باشگاه‌های ورزشی دولتی به‌جای درآمدزایی، هدر دهنده سرمایه هستند و از طرفی افزایش

1 . Gowthorp et al

2 . Theiri et al

هزینه های تولید و بازیکنان از سوی باشگاه های ورزشی دولتی تعهدات دولت را بالا برده و قرض های سنگینی ایجاد کرده است. همچنین، لازم است "طرح جامع نظام باشگاه داری در ایران" تدوین شود. سیاست ورزش کشور های منتخب، یک راهنمای کلی برای ذینفعان ورزش به شمار می آید. سیاست ها و قوانین مربوط به ورزش همگانی و نخبه کاملاً شفاف و مشخص می باشد، اما ایران به لحاظ وضعیت قانون گذاری در حوزه ورزش به ویژه سیاست های توسعه و ساختار ورزش با ضعف های بسیاری رو به روست. گرین و هولیهان^۱ (۲۰۰۵) نشان دادند که سه کشور کانادا، استرالیا و انگلستان در جهت ایجاد تعادل میان اهداف ورزش همگانی و قهرمانی گام برداشته اند. یافته های تحقیق گرین^۲ (۲۰۰۷) نیز تأیید کرد که این سه کشور کوشیده اند بین نیازهای ورزش قهرمانی و توسعه ورزش همگانی تعادل برقرار کنند. رضمانی نژاد و همکاران (۱۳۹۰) نتیجه گرفتند که در ایران انقطاع و فاصله زیادی میان سیاست گذاری و برنامه ریزی ورزش همگانی و آموزشی با ورزش قهرمانی و حرفه ای وجود دارد. جوادی پور (۱۳۹۴) نیز نتیجه گرفت فقدان نظام حقوقی برای توسعه ورزش قهرمانی و وجود قوانین و مقررات ناهماهنگ و موازی و روشن نبودن سیاست ها و جهت گیری های ورزش قهرمانی، موجب شده وضعیت حقوقی ورزش قهرمانی از وضع مناسبی برخوردار نباشد. همچنین، بر اساس یافته های شعبانی (۱۳۹۴) اکثر پاسخ دهندگان معتقد بودند که دولت و مسئولان مربوطه در تدوین قانون پنج ساله پنجم کشور، همه نیازهای چهار بخش اصلی ساختار ورزش کشور را پوشش نداده و میزان توجه به آن ها ناکافی است. متأسفانه بررسی ها حاکی از این است که ایران به لحاظ وضعیت قانون گذاری در حوزه ورزش با ضعف ها و مشکلات بسیاری روبه روست. البته اقداماتی در خصوص تدوین آیین نامه ها و همچنین ذکر مواردی در قوانین برنامه های پنج ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور صورت گرفته است، اما این اقدامات ناکافی است و ساختار ورزش ایران نیازمند قوانین جامع، یکپارچه و شاخص های شفاف و مشخص در حوزه های ورزش چهارگانه است که از طرف قانون گذار به صورت ملی به تصویب برسد.

در بخش ساختار تأمین بودجه ورزش مشخص گردید که در کشورهای منتخب کانال تأمین مالی شفاف می باشد. سازمان ورزش قهرمانی کشور از طریق برنامه های مشخص از منابع مالی دولتی و غیردولتی استفاده می کند. تأمین مالی ورزش همگانی به استان ها و شهرداری ها واگذار شده است، اما در این زمینه در ایران شفافیت وجود ندارد. تأمین مالی ورزش بیشتر از طریق منابع مالی دولتی صورت می گیرد. این عدم شفافیت و نحوه ناعادلانه توزیع منابع در بسیاری از مواقع فساد، اسراف و هدر رفتن منابع را به همراه داشته است. جوادی پور (۱۳۹۴) نتیجه گرفت که ورزش قهرمانی به شدت به منابع مالی دولت وابسته است و بخش خصوصی در ورزش قهرمانی سرمایه گذاری نمی کند. یافته های تحقیق کلت و راسل (۲۰۰۹) نشان دهنده آن است که محیط صنعت ورزش استرالیا با ایران متفاوت است. وابستگی کم به کمک های دولتی، وجود کارآفرینان و سرمایه گذاری زیاد و وجود تسهیلات و برنامه ریزی برای توسعه ورزش از جمله مواردی بودند که منجر به سرمایه گذاری زیاد در بخش ورزش استرالیا و رشد کارآفرینی در سطح ایده آل شده بود. فالن و استنلینگ^۳ (۲۰۱۶) معتقدند که سیاست ورزشی معاصر در سوئد نشأت گرفته از ارتباط بسیاری طولانی بین دولت های ملی و محلی و باشگاهی ورزشی داوطلبانه، غیرانتفاعی و مبتنی بر عضویت که منجر به حمایت مالی گسترده از ورزش سازمان یافته است. از آنجایی که مدیریت یکپارچه منابع و تأمین مالی در ورزش از اهمیت بسیاری برخوردار است و می تواند برخی از ابهامات موجود را برطرف و آن را تکمیل نماید، پیشنهاد می شود که

1 . Green & Houlihan

2. Green

3 . Fahlen & Stenling

سیستم گردش مالی ورزش و مدیریت هزینه و درآمد در ورزش مشخص و شفاف گردد و بودجه به صورت عادلانه بین بخش های مختلف تقسیم گردد.

در پایان، باتوجه به ساختار ورزش کشورهای منتخب و ایران و همچنین نتیجه گیری مباحث و مقایسه نتایج این تحقیق با تحقیقات مرور شده می توان چنین اظهار کرد که در بعد ساختاری، علی رغم اشتراک در بسیاری از اصول و مبانی، روش و سازوکارهای اجرایی به کار گرفته شده در کشورها با یکدیگر متفاوت است. درواقع، هر کشور با در نظر گرفتن زیرساخت ها و شرایط نظام سیاسی خاص خود، در راستای انجام وظایف و تحقق اهداف گام برداشته است. بنابراین الگوبرداری کامل از یک مدل به دلیل تفاوت شرایط مختلف، اثربخشی لازم را در بر نخواهد داشت؛ حال آنکه با ترکیب برخی از ابعاد ساختار ورزش در کشورهای پیشرو و با ملحوظ داشتن اصول و شرایط مختلف کشور، می توان به الگویی مناسب نائل گشت. همان طور که عنوان گردید در سازماندهی ورزش کشور نیز ضمن حذف وظایف موازی و مشترک دستگاه ها، توزیع متوازن اختیارات و قدرت میان واحدهای سازمانی، تفکیک وظایف اجرایی از حوزه ستادی و محدود نمودن فعالیت حوزه ستادی به اعمال سیاست گذاری، تقویت بخش خصوصی و مشخص نمودن ارتباطات بین واحدها، شرح وظایف روشنی برای تمام سازمان ها و نهادهایی که می توانند به طور مستقیم یا غیرمستقیم در گسترش ورزش نقش داشته باشند، تعریف شود و با هم سو کردن فعالیت ها با اهداف و سیاست ها، بین کلیه دستگاه ها انسجام و هماهنگی برقرار گردد.

منابع

- اجرلو، مصطفی. (۱۳۹۲). راه پیشرفت: بررسی و تحلیل ساختار و تشکیلات ورزش کشور. چاپ اول، تهران: موسسه چاپ و انتشارات دانشگاه جامع امام حسین (ع)
- جوادی پور، محمد. (۱۳۹۴). "چالش های مدیریت ورزش قهرمانی در ایران". مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۳۰، ۱۲-۳۴.
- دفتر مطالعات فرهنگی مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی. (۱۳۹۴). "بررسی و تحلیل وضعیت تربیت بدنی و ورزش با تأکید بر احکام برنامه های پنجگانه توسعه". کد موضوعی ۲۷۰، شماره مسلسل ۱۴۵۱۹.
- رضوی، سید محمدحسین. (۱۳۸۵ الف). "خصوصی سازی، تمرکززدایی و انتقال وظایف ورزش قهرمانی به کمیته ملی المپیک". المپیک. شماره ۳۳، ۶۵-۷۵.
- رضوی، سید محمدحسین. (۱۳۸۵ ب). "خصوصی سازی و اصلاح ساختار ورزش قهرمانی در کشور". حرکت. شماره ۲۷، ۱۹-۳۱.
- رفعتی، فوزیه؛ خاندان، مریم؛ سبزواری، سکینه و نوحی، عصمت. (۱۳۹۴). "بررسی تطبیقی برنامه درسی دوره دکتری پرستاری ایران و دانشگاه ویدنر". آموزش در علوم پزشکی. ۱۵ (۷۰)، ۵۵۵-۵۶۸.
- رمضانی نژاد، رحیم؛ عیدی، حسین و ریحانی، محمد. (۱۳۹۰). "بررسی و تحلیل مدل های توسعه ورزش و تربیت ورزشکاران نخبه". همایش مدیریت و برنامه ریزی در فوتبال پایه، آکادمی ملی فوتبال ایران.
- سجادی، سید احمد. (۱۳۹۵). "طراحی الگوی ساختار ورزش کشور". رساله دکتری، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه مازندران.
- شعبانی، عباس. (۱۳۹۴). "تحلیل محیطی ساختار ورزش ایران بر اساس مدل سلسله مراتبی ورزش". رساله دکتری رشته تربیت بدنی، دانشگاه پیام نور مرکز، دانشکده علوم انسانی و تربیت بدنی.
- شهبازی، مهدی؛ شعبانی مقدم، کیوان و صفاری، مرجان. (۱۳۹۲). "ورزش همگانی (ضرورت، موانع و راهکارها)". مجلس و راهبرد. دوره ۲۰، شماره ۷۶، ۶۹-۹۷.
- قالیباف، محمداقبر. (۱۳۸۹). نگاه راهبردی به نظام ورزش در کشور از برنامه پیشرفت و عدالت. چاپ اول، تهران: نشر نگارستان حامد
- مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی. (۱۳۷۹). "یک بررسی میدانی پیرامون موانع ورزش در ایران: موانع ورزش و چالش های سازمان تربیت بدنی". طرح پژوهشی، معاونت پژوهشی مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی.
- معاونت توسعه منابع و پشتیبانی وزارت ورزش و جوانان. (۱۳۹۴). "گزارش برنامه ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ورزش". ستاد تدوین برنامه ششم توسعه.
- مظفری، سید امیراحمد و الهی، علیرضا. (۱۳۸۸). "نظام جامع توسعه ورزش قهرمانی جمهوری اسلامی ایران". طرح پژوهشی، پژوهشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.
- میرزمانی، شهرام. (۱۳۹۰). ساختار بین المللی ورزش همگانی. تهران: انتشارات سلسله مهر
- میرمحمدی، سید محمد. (۱۳۹۲). "تحلیل کیفی و واکاوی ادغام دستگاه های دولتی: ادغام سازمان ملی جوانان و سازمان تربیت بدنی". پژوهش های مدیریت در ایران (مدرس علوم انسانی). ۱۷ (۱) (پیاپی ۷۸)، ۱۶۹-۱۸۸.
- همتی نژاد، مهرعلی. (۱۳۷۵). "بررسی و مقایسه ساختار تشکیلاتی سازمان تربیت بدنی جمهوری

اسلامی ایران و چند کشور جهان و ارائه الگوی تشکیلاتی مناسب". رساله دکتری، دانشگاه تهران.

- Bohlke, K; Robinson, L. (2009). **"Benchmarking of elite sport systems"**. Management Decision. 47 (1), pp. 67-84.
- Fahlen, J., Stenling, C. (2016). **"Sport policy in Sweden"**. International Journal of Sport Policy. 8 (3).pp. 515-531.
- Gowthorp, L., Toohey, K., & Skinner, J. (2016). **"Government involvement in high performance sport: An australian national sporting organisation perspective"**. International Journal of Sport Policy, pp. 1-19.
- Green, M. (2007). **"Policy transfer, lesson drawing and perspectives on elite sport development system"**. International Journal of Sport Management and Marketing, 2, pp. 426-441.
- Green, M., & Houlihan, B. (2005). **Elite sport development**. Policy learning and political priorities. Routledge, London and New York.
- Karlis, G. (2006). **"The Future of Leisure, Recreation, and Sport in Canada: A SWOT for Small Sized Enterprises"**. The Sport Journal. 9 (2), pp.7-15.
- Kellet, P., Russel, R. (2009). **"A comparison between mainstream and action sport industries in Australia: a case study of the skateboarding cluster"**. Sport Management. Review. 12(2), pp. 66-78.
- Makinen, K., Aarresola, O., Lamsa, J., Lehtonen, K and Nieminen., M. (2016). **"Managing civic activities by performance: impacts of the government's performance-based funding system and the domain structure in Finnish sports policy"**. International Journal of Sport Policy. 8 (2),pp. 265-285 1-19.
- Thibaulta, L; Babiak, K. (2005). **"Organizational Changes in Canada's Sport System: Toward an Athlete-Centred Approach"**. European Sport Management Quarterly, 5 (2).pp. 105-132.
- Theiri, S; Medabesh, A. Ati, A. (2012). **"The Effect of Changing Status of Sport Clubs: From Association to the Company"**. Journal of Finance and Investment, International Scientific Press.1(1), pp.127-149.

بررسی وضعیت موجود ورزش پهلوانی و زورخانه ای کشور در سال ۱۳۹۵

علی یلفانی^۱
حسین عاشوری^۲
زهرا رئیسی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۲/۱۹

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۴/۲۹

ورزش زورخانه ای و پهلوانی، یگانه ورزش سنتی نظامدار باقی مانده از هزاران سال پیش در ایران زمین است. بدیهی است که برای پیشرفت و گسترش این ورزش ابتدا باید برنامه ریزی دقیق علمی صورت پذیرد و سپس اطلاعات آماری دقیقی از وضعیت موجود جمع آوری شود تا براساس آن برنامه ریزی راهبردی توسعه ورزش پهلوانی و زورخانه ای انجام شود. از آنجاکه تاکنون هیچ اطلاعات آماری دقیقی از وضعیت این ورزش باستانی وجود نداشته است، هدف مطالعه حاضر بررسی وضعیت موجود این ورزش از لحاظ اطلاعات آماری تا سال ۱۳۹۵ در ایران می باشد. پرسشنامه ای توصیفی به منظور جمع آوری اطلاعات تعداد زورخانه ها، مرشدان، داوران و مربیان ۳۱ استان کشور طراحی گردید. جمع آوری اطلاعات تحقیق با همکاری فدراسیون پهلوانی و زورخانه ای انجام گردید. از روش های آماری توصیفی برای ارائه و تجزیه و تحلیل داده ها استفاده شد. نتایج آماری نشان داد تعداد ورزشکاران زورخانه ای کشور ۳۰۹۹۱ نفر، زورخانه ها ۷۹۸، مرشدان ۱۳۷۹، مربیان ۱۹۱ و داوران ۵۹ نفر در سراسر کشور می باشند. همچنین، تجزیه و تحلیل آماری نشان داد ۶۰ درصد از کل زورخانه ها، ۴۲ درصد از مجموع داوران فعال، ۵۱ درصد از مجموع مرشدان فعال و همچنین ۴۶ درصد از مربیان فعال متعلق به پنج استان کشور می باشند. بر اساس نتایج به دست آمده، وضعیت این ورزش در کشور به لحاظ امکانات و شرکت کنندگان بسیار ضعیف می باشد. بنابراین پیشنهاد می گردد که تهیه یک برنامه جامع و استراتژیک برای توسعه و پیشرفت ورزش پهلوانی و زورخانه ای بسیار ضروری می باشد و نیل به این هدف، پشتیبانی فدراسیون پهلوانی و زورخانه ای و وزارت ورزش و جوانان را می طلبد.

واژگان کلیدی: ورزش پهلوانی و زورخانه ای، زورخانه، وضعیت موجود، مرشد، مربی و داور

۲. دانشیار، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران (نویسنده مسئول) E-mail: Ali_yalfani@yahoo.com

۲. مربی، گروه تربیت بدنی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه پیام نور

۳. دکترای آسیب شناسی و حرکات اصلاحی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران

مقدمه

ورزش زورخانه ای و پهلوانی، یگانه ورزش سنتی نظامدار باقی مانده از گذشته های دور در ایران زمین است که علاوه بر خصوصیات و ویژگی های حرکتی خاص، سرشار از آموزه های فرهنگی و اخلاقی است و قدمت صدها ساله برای آن ذکر شده است (گودرزی، ۱۳۸۳، جعفری، ۱۳۹۲ و حیدری، ۱۳۹۱). در مورد چگونگی منشا پیدایش آن توافق قطعی بین محققان و تاریخ نگاران وجود ندارد و درحقیقت، چگونگی پیدایش آن در غبار تاریخ گم شده است، زیرا هیچ سند قطعی و صریحی برای اثبات منشا این میراث گرانبهای ایرانی وجود ندارد (گودرزی، ۱۳۸۳، بوستانی، ۱۳۹۲ و صیرفی، ۱۳۸۸). جذابیت منحصر به فرد این ورزش در تقویت هر دو بعد جسمانی و روحانی ورزشکار است. ورزش پهلوانی و زورخانه ای، ورزشکاران و تماشاچیان را به تفسیر و تاویل اندیشه و تحرک احساسات وادار می کند و شغف و شوقی عرفانی در آنها ایجاد می نماید (پیمان فر، ۱۳۹۱ و جعفری، ۱۳۹۲). این ویژگی خاص که وجه تمایز این ورزش از سایر ورزش های امروزی است، می تواند به عنوان میراثی گرانبها به جهان کنونی معرفی گردد (پیمان فر، ۱۳۹۱ و جعفری، ۱۳۹۲). امروزه، علیرغم گذشت زمان و دگرگونی های فضاها و ذهنی و پیشرفت های تکنولوژی بشر، این ورزش همچنان دارای کارکردهای ورزشی (جسمانی یا فیزیکی)، اجتماعی، اخلاقی و هنری است (یلفانی، ۱۳۹۰، شعبانی بهار، ۱۳۹۰، پیمان فر، ۱۳۹۱، بوستانی، ۱۳۹۲ و قجقی نژاد، ۱۳۸۷). نتایج تحقیقات علمی نشان دهنده اثرات مفید فیزیولوژیکی، روانی و سلامت جسمانی این ورزش می باشد (تقی زاده، ۱۳۸۷، آقاجانی، ۱۳۹۰، بوستانی، ۱۳۹۲، شعبانی بهار، ۱۳۹۰ و یلفانی، ۱۳۹۰) که در ادامه به گونه ای مختصر به آنها اشاره می گردد.

در مطالعه تقی زاده و همکاران (۱۳۸۸) ۱۴ نفر باستانی کار که در ۶ ماهه قبل از تحقیق به طور مداوم هفته ای حداقل ۳ جلسه ۴۵ دقیقه ای در تمرینات رشته باستانی شرکت کرده بودند و ۲۰ غیرورزشکار سالم که در دوره مشابه در فعالیت های ورزشی منظم فعالیت نداشتند، شرکت کردند. سپس شاخص های آنتی اکسیدانی و عوامل خطرزای قلبی - عروقی ورزشکاران رشته زورخانه (باستانی کاران) با افراد غیرورزشکار مقایسه شد. محققان بر اساس نتایج حاصله گزارش کردند که پرداختن به ورزش های زورخانه ای باعث بهبود سیستم آنتی اکسیدانی و ایمنی شده است؛ به طوری که ورزشکاران این رشته از ظرفیت آنتی اکسیدانی بالاتری نسبت به غیرورزشکاران برخوردار بودند.

همچنین، در مطالعه آقاجانی و کمالی (۱۳۹۰) با عنوان "بررسی مردم شناختی ورزش باستانی در شهر کرمان" آمده است که ورزش باستانی انگیزه های روانی متعدد و مختلفی را در ورزشکاران به وجود می آورد که یکی از مهمترین انگیزه های گرایش به زورخانه ها و شرکت در مسابقات ورزش های باستانی، کسب موقعیت اجتماعی است. محققان در نتایج خود بیان داشتند آنچه مسلم است انجام ورزش باستانی از طرف ورزشکاران برای رسیدن به پول و ثروت نیست. از دیگر انگیزه های شرکت، شناخت توانایی ورزشکاران و چگونگی به کار بردن آنها در اجرای مهارت هاست. همچنین، بعد ملی و مذهبی زورخانه نیز از دیگر انگیزه های روانی برای ورزشکاران است. نکته قابل توجه در ارتباط با اثرات روانی این ورزش مربوط به تماشاچیان آن است؛ به طوری که تماشاچیان زورخانه را نمی توان با تماشاگران ورزش های دیگر یکی دانست. در این ورزش تماشاچیان، میهمان خوانده می شوند که علاوه بر تشویق ورزشکاران، مرام و منش پهلوانی را نیز می آموزند و در عالمی پر از صفا و خالی از خشم و پرخاشگری، اوقات خود را سپری می کنند. آنها جز مرام مردانگی و صمیمیت چیزی نمی بینند. بنابراین ورزش باستانی، برای تماشاچیان جنبه آموزشی نیز دارد. در نهایت به عنوان نتیجه گیری کلی این پژوهش محققان تاکید داشتند که احیای ورزش های سنتی

در ارتقای سطح فرهنگ والای اخلاقی در ورزش، سلامتی آحاد مختلف مردم و حفظ میراث فرهنگی سرزمین ایران بسیار موثر می باشد.

اعتقاد به ارزش های ملی در زورخانه و بین باستانی کاران بسیار قوی است. آنها در زورخانه می آموزند که حراست از خاک وطن، یک وظیفه ملی است. آنان صیانت از ارزش های زورخانه را سینه به سینه حفظ می نمایند و احترام زیادی برای آنها قائل اند؛ این امر در اشعاری که مرشد انتخاب می کند و می خواند نیز هویداست. اثرگذاری این تعالیم و اشعار بر روحیه افراد و دست یابی به خصایص نیکوی اخلاقی از جمله شجاعت، سخاوت، دیانت، افتادگی و جوانمردی از اهداف عالیه ورزش زورخانه در کنار تقویت قوای جسمانی است که این ورزش را از سایر ورزش ها متمایز می کند (بوستانی و امینی زاده، ۱۳۹۲). اثرات روانی و جسمانی زورخانه نیز مورد توجه محققان بوده است؛ به طوری که نتایج پژوهش شعبانی بهار و همکاران (۱۳۹۰) با هدف مقایسه ویژگی های شخصیتی و میزان اضطراب و افسردگی باستانی کاران با رشته های ورزشی کشتی، تکواندو و کبده نشان داد باستانی کاران اضطراب و افسردگی کمتری نسبت به سه گروه دیگر داشتند و ورزشکاران باستانی از نظر ویژگی های شخصیتی برون گرا و باثبات تر از دیگر رشته های مذکور بودند. همچنین نتایج پژوهش صورت پذیرفته توسط یلفانی و همکاران (۱۳۹۰) با عنوان "مقایسه تراکم ماده معدنی استخوان ورزشکاران میانسال رشته باستانی با ورزشکاران فوتبال و غیرورزشکاران" نیز نشان داد انجام منظم ورزش باستانی تاثیر مثبتی بر تراکم ماده معدنی استخوان های بالا و پایین تنه ورزشکاران باستانی در مقایسه با سایر افراد دارد. محققان بیان داشتند از آنجا که امکان ادامه و انجام بسیاری از رشته های ورزشی در سنین میانسالی و بالاتر با توجه به ماهیت و آسیب زا بودن آنها کم می باشد و از طرفی امکان انجام رشته باستانی و زورخانه ای در این سنین وجود دارد، انجام این رشته ورزشی به عنوان یک ورزش اثرگذار در حفظ بهتر تراکم استخوانی و پیشگیری کننده از بیماری پوکی استخوان توصیه می گردد.

تلفیق اثرات مفید جسمانی با آموزه های فرهنگی این ورزش همچون فتوت، جوانمردی، از خود گذشتگی، تواضع و فروتنی، حق طلبی و حق گرایی غنای فرهنگی این ورزش را بیشتر نمایان می سازد (جعفری، ۱۳۹۲). به فراموشی سپرده شدن این فرهنگ غنی و میراث گرانمایه ایرانی در نتیجه گرایش ناآگاهانه به خرده فرهنگ های ممزوج در سایر ورزش های امروزی، آسیب های جدی به ورزش پهلوانی و زورخانه ای وارد نموده است (بوستانی، ۱۳۹۲). علیرغم تحقیقات بسیار اندکی که نشان دهنده اثرات مطلوب و مثبت جسمانی و روانی این ورزش می باشد، فقدان تحقیقات گسترده در ابعاد مختلف این ورزش سبب مهجور ماندن و عدم شناخت جامعه ایرانی از این ورزش و در نهایت عدم ترویج این ورزش و فرهنگ پهلوانی در جامعه شده است (جعفری، ۱۳۹۲ و بوستانی، ۱۳۹۰).

شواهد تاریخی نشان می دهد ورزش پهلوانی جزو فعالیت های اصلی روزمره ایرانیان در دوران باستان بوده است. جامعه آن زمان ارزش خاصی برای ورزشکاران پهلوان خود قائل می شد، چرا که آنان به دلیل برخورداری از قدرت بدنی و شجاعت روحی، تکیه گاه مردم در عرصه زندگی در مقابل ظلم و ستم بودند و هرگاه که نیاز می شد برای دفاع از کیان سرزمین ایران بزرگ در برابر دشمنان حاضر و جان فشانی می کردند. از ابتدای پیدایش ورزش زورخانه ای، ورزش زورخانه ای و کشتی پهلوانی ممزوج با یکدیگر و در حقیقت یک تن واحد بوده اند (جعفری، ۱۳۹۲ و تهرانچی، ۱۳۸۸).

ورزش های زورخانه ای و کشتی پهلوانی بر اساس آلات و ادوات جنگی و قواعد جنگ های باستان شکل گرفته اند و در واقع ورزش رزمی ایرانیان باستان بوده است. اهمیت این ورزش زمانی آشکارتر می گردد که بدانیم سرنوشت جنگ ها را هم در نهایت پهلوانان با کشتی گرفتن رقم می زدند؛ به این ترتیب که پهلوانان دو طرف جنگ بدون درگیر شدن لشگرها و با یک رقابت آزادانه، سرنوشت جنگ را مشخص می کردند- ادبیات

تاریخی موجود ایران، نشان دهنده تاریخ مردانگی و سلحشوری پهلوانان ایران زمین است (میرجلیلی، ۱۳۷۹). برپایه شواهد پژوهشی، زورخانه و عملیات ورزشی زورخانه ای به سبک و سیاق امروزی در حدود هفتصد سال پیش (قرن ۷ شمسی) به وسیله محمود خوارزمی معروف به پوریای ولی به صورت امروزی بازسازماندهی شده است. پهلوانان ایران زمین با انجام تمرینات در زورخانه ها و با کشتی گرفتن زورآزمایی می کردند و هر ساله نیز بین پهلوانان مسابقاتی با حضور مردم برگزار می گردیده است و به پهلوان پهلوانان جوایزی نفیس از جمله حق سفره تعلق می گرفته است. به عبارت دیگر، هر سال با برگزاری مسابقات کشتی زورخانه ای، پهلوان ایران از دل مسابقات معرفی می گردیده و بازوبند پهلوانی را به صورت امانت برای یک سال در اختیار می گرفته است و در صورت تکرار این قهرمانی در سه سال پیاپی، صاحب بازوبند پهلوانی می شده است (قجقی نژاد، ۱۳۸۷، تهرانچی، ۱۳۸۸ و میرجلیلی، ۱۳۷۹).

مدیریت زورخانه ها و برگزاری مسابقات نیز کاملاً مردمی و به اصطلاح امروزی، سازمانی مردم نهاد (سمن) بوده است- هرچند گاهی از اوقات، حاکمان دولتی نیز حمایت هایی در گسترش ورزش زورخانه ای و کشتی پهلوانی داشته اند (به عنوان مثال، در دوران صفویه و قاجار). همان گونه که تاریخ متقن و دقیقی برای زمان پیدایش ورزش زورخانه ای در دست نیست، تاریخ دقیقی از چگونگی مدیریت و سازماندهی زورخانه ها و مدیریت مسابقات کشتی پهلوانی در آن دوران موجود نیست، لیکن نکته بسیار مهم این است که این ورزش ایرانی بر اساس فلسفه و قواعد یکسان سینه به سینه در کشور پهناور ایران مدیریت گردیده و به نسل های آینده منتقل شده است (جعفری، ۱۳۹۲).

عنوان ورزش باستانی و کشتی پهلوانی برای ورزش زورخانه ای از سال ۱۳۱۲ انتخاب و به کار گرفته شد. گرچه عنوان ورزش باستانی در بین ایرانیان همچنان از سایر عناوین متداول تر می باشد، در سال ۱۳۸۵ عنوان فدراسیون پهلوانی و زورخانه ای انتخاب و به کار گرفته شد که تا الان نیز از همین عنوان استفاده می گردد. مسابقات کشتی پهلوانی تا سال ۱۳۱۸ هجری شمسی براساس آیین ورزش زورخانه ای و کشتی پهلوانی دوران باستان برگزار می شده است. با پیدایش کشتی فرنگی و آزاد که برگرفته از کشتی پهلوانی ایرانیان است، در سال ۱۳۱۸ کشتی پهلوانی از زورخانه ها جدا و به باشگاه های جدید ورزشی انتقال یافت و بدین ترتیب عملاً کشتی پهلوانی از ورزش زورخانه ای جدا شد. اگرچه همچنان سالیانه مسابقات کشتی پهلوانی انجام و پهلوان پایتخت نیز انتخاب می شد، اما اکثر این پهلوانان با زورخانه و اصول ورزش پهلوانی نا آشنا بوده اند و این موضوع تا زمان حال نیز استمرار داشته است. مسابقات کشتی پهلوانی از سال ۱۲۲۳ به طور رسمی برگزار گردیده و پهلوان کشور انتخاب شده است (تهرانچی، ۱۳۸۸). در جدول ۱ اسامی پهلوانان کشور بین سال های ۱۳۲۳-۱۳۹۵ به همراه سال پهلوان کشوری آورده شده است:

جدول ۱: اسامی پهلوانان کشور از سال ۱۳۲۳ تا سال ۱۳۹۵

ردیف	نام و نام خانوادگی	سال پهلوان کشوری	ردیف	نام و نام خانوادگی	سال پهلوان کشوری
۱	مصطفی طوسی	۱۳۲۳	۳۴	محمد رضا توپچی	۱۳۶۸
۲	مصطفی طوسی	۱۳۲۴	۳۵	علیرضا سلیمانی	۱۳۶۹
۳	مصطفی طوسی	۱۳۲۵	۳۶	مجید انصاری	۱۳۷۰
۴	ضیا میرقوامی	۱۳۲۶	۳۷	ایوب بنی نصرت	۱۳۷۱
۵	ابوالقاسم سخدری	۱۳۲۷	۳۸	ایوب بنی نصرت	۱۳۷۲

۶	عباس زندی	۱۳۲۸	۳۹	محمود میران	۱۳۷۳
۷	احمد وفادار	۱۳۲۹	۴۰	محمود میران	۱۳۷۴
۸	احمد وفادار	۱۳۳۰	۴۱	محمود میران	۱۳۷۵
۹	احمد وفادار	۱۳۳۱	۴۲	محمود میران	۱۳۷۶
۱۰	عباس زندی	۱۳۳۲	۴۳	حمید قشنگ	۱۳۷۷
۱۱	عباس زندی	۱۳۳۳	۴۴	حمید قشنگ	۱۳۷۸
۱۲	عباس زندی	۱۳۳۴	۴۵	محمود محمدی	۱۳۷۹
۱۴	غلامرضا تختی	۱۳۳۶	۴۶	امین رشید لمیر	۱۳۸۰
۱۵	غلامرضا تختی	۱۳۳۷	۴۷	حمید قشنگ	۱۳۸۱
۱۶	غلامرضا تختی	۱۳۳۸	۴۸	عبدالرضا کارگر	۱۳۸۲
۱۸	یعقوبعلی شورورزی	۱۳۴۰	۴۹	عبدالرضا کارگر	۱۳۸۳
۱۹	منصور مهدیزاده	۱۳۴۱	۵۰	شاهرخ صداقتی زاده	۱۳۸۵
۲۲	منصور مهدیزاده	۱۳۴۴	۵۱	فردین معصومی	۱۳۸۶
۲۴	رضا سوخته سرایی	۱۳۵۴	۵۲	امین رشید لمیر	۱۳۸۷
۲۶	علیرضا سلیمانی	۱۳۵۸	۵۳	آرش مردانی	۱۳۸۸
۲۷	علیرضا سلیمانی	۱۳۶۱	۵۴	آرش مردانی	۱۳۸۹
۲۸	علیرضا سلیمانی	۱۳۶۲	۵۵	آرش مردانی	۱۳۹۰
۲۹	محمد حسن محبی	۱۳۶۳	۵۶	جابر صادق زاده	۱۳۹۱
۳۰	علیرضا سلیمانی	۱۳۶۴	۵۷	احمد میرزاپور	۱۳۹۲
۳۱	علیرضا سلیمانی	۱۳۶۵	۵۸	پرویز هادی	۱۳۹۳
۳۲	محمد رضا توپچی	۱۳۶۶	۵۹	جابر صادق زاده	۱۳۹۴
۳۳	محمد حسن محبی	۱۳۶۷	۶۰	جابر صادق زاده	۱۳۹۵

*سال هایی که ذکر نشده، مسابقات کشتی پهلوانی برگزار نگردیده است. از بین پهلوانانی که از گود زورخانه برخاسته و مدارج پهلوانی را طی نموده اند، می توان به مصطفی طوسی، غلامرضا تختی و علیرضا سلیمانی اشاره کرد.

ورزش زورخانه ای تا سال ۱۳۲۶ تشکیلات خاصی نداشت. به عبارت دیگر، انجمن یا فدراسیونی برای اداره این ورزش در سطح کشور وجود نداشته است. از نحوه مدیریت ورزش زورخانه ای کشور و چگونگی برگزاری مسابقات زورخانه ای در دوران پهلوی اول سند مکتوبی وجود ندارد. این ورزش در زمان پهلوی دوم نیز دارای تشکیلات منسجمی نبود و فقط به صورت سرپرستی و زیر نظر سازمان ورزش کشور، مدیریت

و سازماندهی می گشت.

مسابقات ورزش زورخانه ای نیز به طور نامنظم هرچند وقت یکبار انجام می شده است. به عنوان مثال، برگزاری مسابقه ورزش زورخانه ای کشور با عنوان "جام ورزش باستانی کشور" در سال ۱۳۵۴ در استادیوم آزادی قابل ذکر می باشد. بعد از پیروزی انقلاب اسلامی در سال ۱۳۵۷ با حمایت های مسئولان، ورزش زورخانه ای رونق خاصی گرفت، ولی تا سال ۱۳۵۹ این ورزش تشکیلات منسجمی نداشت. تا اینکه در سال ۱۳۵۹ سازمان تربیت بدنی تشکیل فدراسیون باستانی و کشتی پهلوانی را تصویب کرد (تهرانچی، ۱۳۸۸). اطلاعات مربوط به مسئولان ورزش پهلوانی و زورخانه ای بعد از انقلاب اسلامی در جدول ۲ آورده شده است.

جدول ۲: نام مسئولان ورزش پهلوانی و زورخانه ای بعد از انقلاب اسلامی-۱۳۵۷

ردیف	نام و نام خانوادگی	مدت مسئولیت
۱	مصطفی طوسی و محمود نامجو	۱۳۵۷-۱۳۵۹
۲	عباس حاجیان	۱۳۵۹-۱۳۶۳
۳	امیرمهدی شیرگیر	۱۳۶۳-۱۳۶۸
۴	علی جلایی پور	۱۳۶۸-۱۳۷۰
۵	حسن غفوری فرد	۱۳۷۰-۱۳۷۳
۶	عبدالله سجادی	۱۳۷۳-۱۳۸۵
۷	علیرضا صفارزاده	۱۳۸۵-۱۳۹۱
۸	محمد رضا طالقانی	۱۳۹۱-۱۳۹۲
۹	فرهاد طلوع کیان	۱۳۹۲-۱۳۹۴
۱۰	علی دادگر	۱۳۹۴-۱۳۹۵
۱۱	مجتبی جوهری	۱۳۹۵

مسابقات سراسری ورزش زورخانه ای بعد از انقلاب اسلامی به طور منظم در رشته های تیمی هنرهای فردی، چرخ، میل بازی، کباده و سنگ در رده های مختلف سنی انجام پذیرفته است. در ۲۵ آبان سال ۱۳۸۹ به پیشنهاد فدراسیون ملی ورزش های پهلوانی و زورخانه ای ایران و با حمایت سازمان میراث فرهنگی و گردشگری در فهرست سازمان فرهنگی ملل متحد (یونسکو) ثبت شد. با توجه به تاکیدات مسئولان عالی رتبه نظام و اهمیت فوق العاده ورزش باستانی و بنا به اهداف استراتژیک ورزش کشور، در سال ۱۳۸۳ فدراسیون بین المللی ورزش پهلوانی و زورخانه ای تشکیل گردید. در همین راستا مسابقات بین المللی و جهانی این رشته براساس تقویم مصوب به طور منظم انجام می گردد که تیم ملی ایران در این مسابقات همواره افتخارآفرینی کرده است. اخیرا در مسابقات جهانی ۲۰۱۷ اندونزی و مسابقات کشورهای اسلامی ۲۰۱۷ در آذربایجان، تیم ملی ورزش پهلوانی و زورخانه ای مقام قهرمانی را به دست آورده است.

احیا و مستندسازی علمی و گسترش این رشته ورزشی از توصیه های اکید مقام معظم رهبری و اهداف کلان نظام ورزش جمهوری اسلامی است. بر این اساس، توسعه و گسترش این ورزش در جامعه ایران اسلامی و

همچنین بین المللی کردن آن نیازمند یک برنامه ریزی صحیح و علمی است تا بتوان به درستی در راستای نیل به اهداف عالیه این ورزش گام برداشت (حسینی، ۱۳۸۷ و تهرانچی، ۱۳۸۸). در طول سالیان اخیر، تلاش های زیادی جهت توسعه این ورزش کهن انجام شده است، لیکن فعالیت ها و برنامه ها کمتر بر اساس برنامه ریزی دقیق و یک فرایند علمی بوده است؛ به طوری که هنوز اطلاعات دقیقی از وضعیت موجود این ورزش در کشور وجود ندارد و هیچ گونه تداومی در اجرای برنامه های توسعه ای مشاهده نمی گردد و متأسفانه، مدیریت سلیقه ای بر برنامه های اجرایی ورزش زورخانه ای حاکم است. بر پایه شواهد و متون علمی در نظام مدیریت برنامه ریزی جهان امروز، اولین گام در جهت برنامه ریزی راهبردی، شناخت وضعیت موجود هر سیستم، سازمان و جامعه از نظر منابع، امکانات و نیروی انسانی است. بررسی وضعیت موجود به عنوان اساسی ترین گام برنامه ریزی به برنامه ریزان این امکان و توانایی را می دهد تا نقاط ضعف و قوت، فرصت ها و تهدیدهای محیطی را شناسایی و با در نظر داشتن چشم اندازهای کلان ورزش کشور اهداف کوتاه مدت، میان مدت و بلندمدت فدراسیون را ترسیم و تنظیم نمایند و با توجه به اهداف کلی، اقدام به انتخاب استراتژی های خاص با عنوان برنامه استراتژیک کنند. پژوهش حاضر در راستای فلسفه علمی یاد شده، به بررسی وضعیت موجود ورزش زورخانه ای و پهلوانی کشور در سال ۱۳۹۵ پرداخته است.

روش شناسی پژوهش

جامعه آماری تحقیق حاضر ورزشکاران، مربیان و داوران رشته ی پهلوانی و زورخانه ای کلیه استان های کشور بودند. ابتدا با همکاری فدراسیون پهلوانی و زورخانه ای، تعداد ۳۱ پرسشنامه جامع اطلاعات ورزش زورخانه ای در یک جلسه حضوری در فدراسیون پهلوانی و زورخانه ای در اختیار دبیران هیئت های استانی قرار گرفت. محققان ضمن تحویل پرسشنامه جامع اطلاعات ورزش زورخانه ای، توضیحات کاملی در مورد ماهیت و نحوه اجرای تحقیق و همچنین چگونگی تکمیل پرسشنامه ها ارائه نمودند. کلیه هیئت های پهلوانی و زورخانه ای کشور پس از تکمیل، پرسشنامه های اطلاعات ورزش زورخانه ای را عودت دادند.

برای آزمون روایی پرسشنامه این تحقیق، روش روایی محتوا مورد استفاده قرار گرفت. بدین منظور از نظرات ۵ تن از اساتید متخصص مدیریت برنامه ریزی و روش تحقیق استفاده شد و پرسشنامه تهیه شده بعد از اعمال اصلاحات مورد نظر متخصصان به تأیید نهایی آنها رسید. برای آزمون پایایی پرسشنامه تحقیق حاضر، از روش آلفای کرونباخ استفاده شد و بدین منظور تعداد ۱۰ پرسشنامه به صورت پیش آزمون بین ۱۰ هیأت از نمونه آماری توزیع شد. با استفاده از داده های حاصل از پرسشنامه های پیش آزمون، آلفای کرونباخ از طریق نرم افزار SPSS به میزان ۰/۸۶ محاسبه شد و پایایی ابزار جمع آوری داده نیز مورد تأیید قرار گرفت. علاوه براین، موارد اطلاعات مربوط به ورزشکاران بیمه شده نیز از فدراسیون پزشکی ورزشی کشور دریافت گردید. معیارهای ورود به تحقیق حاضر عبارت بودند از:

- مرشدان از رتبه مقدماتی تا مرشد کهن کسوت
- ورزشکار خردسال تا ورزشکار کهن کسوت
- کلیه مربیان ملی و بین المللی
- کلیه داوران ملی و بین المللی

در این تحقیق از آمار توصیفی در موارد زیر استفاده شد:
سامان دادن، خلاصه کردن، طبقه بندی نمرات خام و توصیف اندازه های نمونه از آمار توصیفی (فراوانی، میانگین، انحراف استاندارد، رسم نمودار و جداول).

همچنین برای تجزیه و تحلیل داده ها و رسم نمودارها، از نرم افزار Excel نسخه ۲۰۱۰ استفاده شد.

یافته های پژوهش

جدول ۳، نشان دهنده اطلاعات جامع ورزشکاران، داوران، مرشدان و تعداد زورخانه های فعال کل کشور در سال ۱۳۹۵ می باشد.

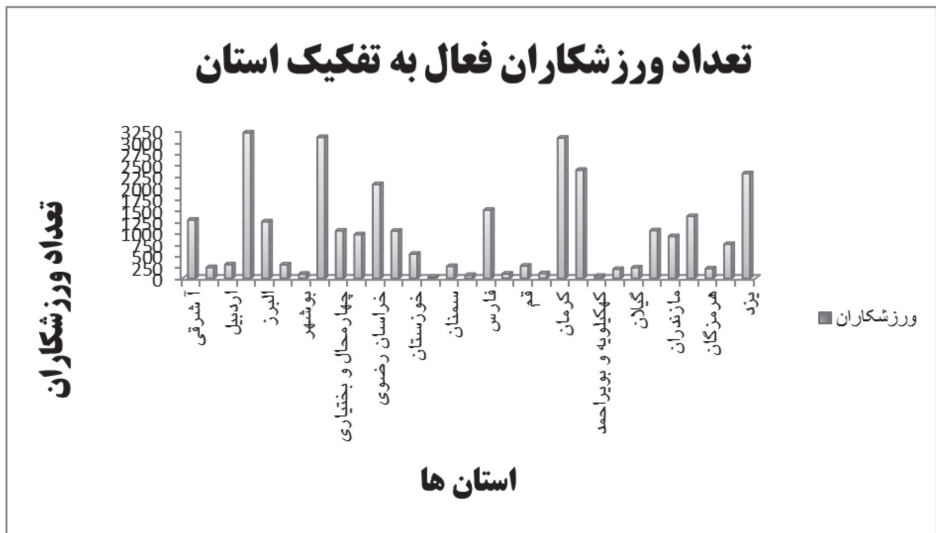
جدول ۳: اطلاعات جامع ورزشکاران، داوران، مرشدان و تعداد زورخانه های فعال کل کشور در سال ۱۳۹۵

زورخانه ها	داوران فعال	مرشدان فعال	مربیان فعال	ورزشکاران فعال	استان ها
۱۶	۲	۳۱	۴	۱۲۸۴	آذربایجان شرقی
۶	۱	۱۴	۳	۲۴۶	آذربایجان غربی
۴	۰	۱۶	۳	۳۰۳	اردبیل
۱۵۸	۵	۱۴۳	۲۵	۳۲۵۳	اصفهان
۱۵	۱	۹	۱۱	۱۲۴۵	البرز
۲	۰	۱۱	۲	۱۴۳	ایلام
۳	۱	۴	۳	۹۵	بوشهر
۸۶	۳	۱۱۸	۱۲	۳۱۲۷	تهران
۱۴	۰	۳۳	۱	۱۰۴۴	چهارمحال و بختیاری
۱۷	۳	۴۵	۷	۹۶۳	خراسان جنوبی
۸۵	۲	۱۷۶	۱۶	۲۰۶۴	خراسان رضوی
۴	۲	۲۴	۴	۱۰۴۲	خراسان شمالی
۲۲	۱	۲۰	۳	۵۳۵	خوزستان
۱۱	۲	۱۸	۲	۳۳۵	زنجان
۲۱	۵	۶۱	۳	۲۶۴	سمنان
۹	۰	۱۴	۲	۱۸۹	سیستان و بلوچستان
۳۶	۵	۲۳	۱۳	۱۵۶۸	فارس
۱۲	۰	۳۳	۲	۲۵۸	قزوین
۳	۰	۷	۱	۱۷۳	قم
۱۶	۵	۹	۵	۳۲۱	کردستان
۶۵	۵	۸۲	۲۳	۳۰۸۵	کرمان
۱۷	۳	۳۸	۱۲	۲۳۷۸	کرمانشاه

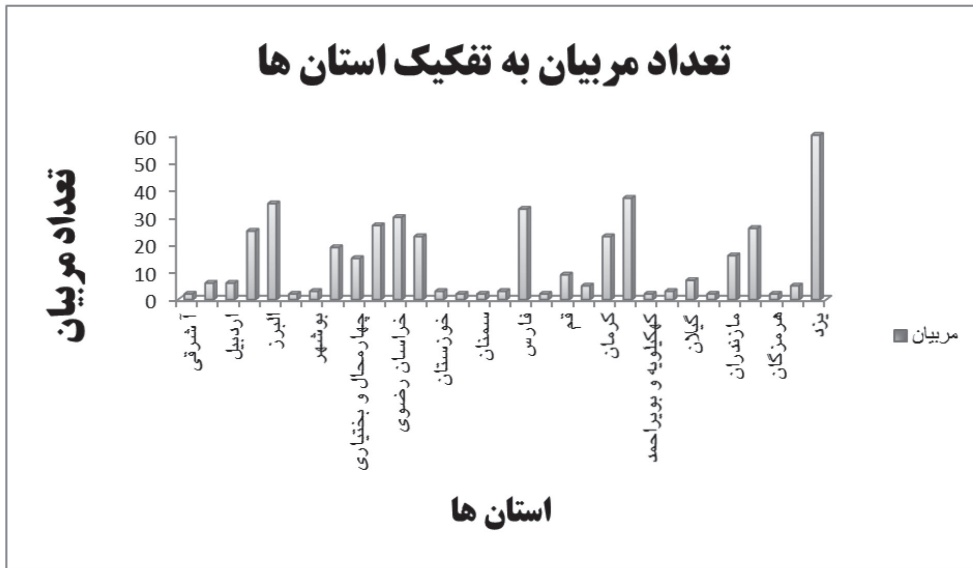
کتهکیلویه و بویراحمد	۵۸	۲	۲	۰	۳
گلستان	۲۱۶	۳	۲۱	۱	۹
گیلان	۲۳۶	۱	۱۰	۱	۱۱
لرستان	۱۰۵۲	۲	۲۱	۱	۷
مازندران	۹۲۱	۶	۴۲	۳	۱۳
مرکزی	۱۳۶۳	۷	۵۱	۵	۲۷
هرمزگان	۲۱۴	۱	۱	۰	۴
همدان	۷۴۷	۵	۳۵	۱	۱۹
یزد	۲۳۰۵	۶	۱۹۷	۱	۸۳

همان گونه که در جدول ۳ مشاهده می گردد از مجموع ۷۹۸ زورخانه فعال در کشور ۶۰ درصد از آنها در پنج استان تهران، خراسان رضوی، یزد، کرمان و اصفهان قرار دارند و از مجموع داوران فعال که ۵۹ نفر می باشند، ۴۲ درصد متعلق به استان های سمنان، اصفهان، مرکزی، کرمان و فارس است. همچنین، از مجموع ۱۳۷۹ مرشد فعال در سطح کشور، ۵۱ درصد از آنان در زورخانه های پنج استان یزد، اصفهان، خراسان رضوی، تهران و کرمان فعالیت دارند. در کل، ۱۹۱ مربی فعال در زورخانه های کشور فعالیت دارند که ۴۶ درصد از آنها در استان های اصفهان، کرمان، خراسان رضوی، فارس و کرمانشاه حضور دارند. مجموع ورزشکاران فعال کشور در کلیه رده های سنی، ۳۰۹۹۱ می باشد که یک سوم از این ورزشکاران دارای بیمه ورزشی می باشند. تعداد ورزشکاران، مربیان، مرشدان و داوران فعال به تفکیک استان ها در نمودارهای ۱ تا ۴ آورده شده است.

نمودار ۱: تعداد ورزشکاران فعال در رشته زورخانه ای و پهلوانی به تفکیک استان ها



نمودار ۲: تعداد مربیان فعال در رشته زورخانه ای و پهلوانی به تفکیک استان ها



نمودار ۳: تعداد مرشدان فعال در رشته زورخانه ای و پهلوانی به تفکیک استان ها



نمودار ۴: تعداد داوران فعال در رشته زورخانه ای و پهلوانی به تفکیک استان ها



بحث و نتیجه گیری

برنامه ریزی، هدف های صحیح را تعیین و سپس مسیر مناسب برای تامین آنها را انتخاب می کند. برنامه ریزی راهبردی نیز فرایندی سازمانی برای تعریف راهبرد سازمان و تصمیم گیری برای چگونگی یافتن منابع مورد نیاز جهت رسیدن به اهداف می باشد که اولین قدم آن اطلاع از وضعیت موجود سازمان است (David، ۱۹۹۷). یکی از مهمترین اقدامات برای ارائه یک برنامه راهبردی جامع، کامل و اثربخش شناسایی وضعیت موجود است؛ به طوری که در ادامه آن فدراسیون یا وزارت ورزش باتوجه به منابع موجود، برنامه ریزی جهت نیل به اهداف را انجام می دهد. تحقیق حاضر که برای نخستین بار در تاریخ ورزش زورخانه ای کشور انجام پذیرفته است می تواند در برنامه ریزی های درازمدت فدراسیون پهلوانی و زورخانه ای مفید واقع شود. نتایج مطالعه حاضر که با هدف بررسی وضعیت موجود ورزش پهلوانی و زورخانه ای کشور انجام شد، نشان داد در مجموع ۳۰۹۹۱ نفر ورزشکار در سراسر کشور به انجام این رشته ورزشی می پردازند. همچنین، تعداد مربیان و داوران فعال به ترتیب ۱۹۱ و ۵۹ نفر در سراسر کشور است که علاوه بر تعداد کم، درصد بالایی از مربیان و داوران فعال در پنج استان کشور حضور دارند و بقیه استان ها دارای ضعف بارزی به لحاظ کمی در این زمینه هستند. علاوه براین، از مجموع ۷۹۸ زورخانه فعال در کشور، ۶۰ درصد و از مجموع ۱۳۷۹ مرشد فعال در سطح کشور، ۵۱ درصد از آنها در پنج استان تهران، خراسان رضوی، یزد، کرمان و اصفهان فعالیت دارند. بنابراین نتایج، سایر استان ها از وضعیت نامناسب وضعیفی در تعداد زورخانه ها و افرادی که در این ورزش مشارکت دارند، برخوردار هستند و وضعیت این ورزش در کشور به لحاظ امکانات و شرکت کنندگان در این ورزش بسیار ضعیف می باشد. لذا تدوین یک برنامه جامع و استراتژیک برای توسعه و پیشرفت این ورزش بسیار ضروری است و در این راستا پشتیبانی فدراسیون پهلوانی و زورخانه ای و وزارت ورزش و جوانان اهمیت بسزایی دارد.

در بررسی پیشینه تحقیق هیچ تحقیقی پیرامون وضعیت موجود این ورزش در کشور یافت نشد تا نتایج این تحقیق با نتایج تحقیقات قبلی مقایسه گردد. آنچه قطعی می باشد، فقدان برنامه راهبردی دراز مدت در این فدراسیون می باشد. در پژوهشی که توسط گودرزی و همکاران (۱۳۹۴) انجام شد و نتایج حاصل از رتبه بندی پنج مانع بزرگ در اجرای برنامه های راهبردی وزارت ورزش و جوانان مورد بررسی قرار گرفت، آشکار گردید که موانع مربوط به برنامه ریزی با ۷۴/۲۳ درصد، رتبه دوم را در ممانعت از اجرای استراتژی در حوزه ورزش داراست. لذا 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 ورزشی بر اساس اطلاعات دقیق آماری وضعیت موجود یکی از رموز موفقیت سازمان ها و فدراسیون های ورزشی است (حسینی و همکاران، ۱۳۹۱) که فدراسیون پهلوانی و زورخانه ای نیز می تواند با تکیه بر اطلاعات موجود و تدوین برنامه استراتژیک دراز مدت به رفع موانع و استفاده از فرصت های توسعه این ورزش ملی بپردازد.

همانگونه که ذکر شد تحقیق حاضر برای نخستین بار در تاریخ ورزش زورخانه ای کشور با دقت بسیار بالا انجام پذیرفته است که علاوه بر موارد فوق الذکر، نکات ذیل نیز می تواند در برنامه ریزی های فدراسیون مورد مذاقه قرار گیرد.

علیرغم فواید و اثرات مثبت جسمانی و روانی که تحقیقات مختلف نشان داده اند، با توجه به جمعیت مردان کشور نسبت بسیار کمی از آحاد جامعه به انجام ورزش زورخانه ای و پهلوانی می پردازند. لذا بر اساس نتایج به دست آمده اولویت اول فدراسیون در راستای احیا این ورزش باید اتخاذ برنامه استراتژیک جهت افزایش کمی تعداد ورزشکاران این رشته با مشارکت وزارت آموزش و پرورش، وزارت علوم، نیروهای مسلح، شهرداری ها و صدا و سیما در سطح استان های کشور باشد. در این راستا برنامه ریزی جهت ارتقای آگاهی عمومی و ترویج فرهنگ زورخانه ای، توسعه آموزش در سطوح پایه از اساسی ترین موضوعات در این بخش است. همچنین بر اساس نتایج به دست آمده، ۶۰ درصد از کل زورخانه ها در پنج استان و ۴۰ درصد زورخانه ها در بقیه استان ها قرار دارند. اگرچه ورزش زورخانه ای از ابتدای موجودیت خود یک سازمان مردم نهاد بوده است و به لحاظ اقتصادی توسط ورزشکاران اداره می شده است، اما در شرایط کنونی ورزش کشور با توجه به ورود رشته های مختلف ورزشی در جامعه و سرمایه گذاری دولت در آن رشته ها پیشنهاد می گردد با اتخاذ سیاست سرمایه گذاری همه جانبه، ساخت زورخانه های دولتی توسط سازمان ها و نهادها به ویژه در استان های غیربرخوردار توسط مسئولان ورزش کشور در اولویت قرار گیرد. توسعه منابع انسانی و برنامه های مرتبط باید یکی از اولویت های برنامه باشد؛ به طوری که نتایج تحقیق حاضر نشان می دهد این فدراسیون به لحاظ نیروی انسانی کارآمد بسیار ضعیف می باشد، زیرا از مجموع داوران فعال ۴۲ درصد، از مجموع مرشدان فعال ۵۱ درصد و ۴۶ درصد مربیان فعال متعلق به پنج استان کشور می باشند و سایر استان ها در وضعیت بسیار نامناسبی به لحاظ نیروی انسانی قراردارند. لذا برگزاری کلاس های مربیگری داوری و مرشدی باید از اولویت های فدراسیون زورخانه ای باشد.

به طور کلی نتایج تحقیق حاضر به عنوان آینه تمام نمای وضعیت موجود ورزش پهلوانی و زورخانه ای کشور که برای نخستین بار صورت پذیرفته است، با نشان دادن فرصت ها و تهدیدها می تواند چراغ راه مسئولان و برنامه ریزان نظام ورزش و فدراسیون پهلوانی و زورخانه ای باشد، زیرا نتایج حاصل نشان دهنده وضعیت بسیار ضعیف این ورزش چه از نظر نیروی انسانی و چه به لحاظ تعداد زورخانه ها در کل کشور به استثنای چند استان خاص می باشد. همچنین، تدوین برنامه استراتژیک توسعه این ورزش در قالب برنامه های کوتاه مدت، میان مدت و درازمدت فدراسیون جهت توسعه ورزش ملی مذهبی ایران با پشتیبانی وزارت ورزش و سایر ارگان های دولتی امری حیاتی و ضروری است.

منابع

- آفاجانی، حسین و کامالی، جلال. (۱۳۹۰). "بررسی مردم شناختی ورزش باستانی در شهر کرمان". فصلنامه دانش بومی. شماره ۲، صفحات ۶۰-۳۲.
- بوستانی، داریوش و امینی زاده، سینا. (۱۳۹۲). "کاوش کیفی ورزش باستانی زورخانه (مطالعه موردی: ورزشکاران شهر کرمان)". فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی. سال سوم، شماره نهم، صفحات ۱۳۳-۱۰۹.
- پیمان فر، محمد حسن و همکاران. (۱۳۹۱). "مدل ساختاری عوامل اثرگذار بر هوش معنوی ورزشکاران زورخانه ای". مجله مطالعات روانشناسی ورزشی. شماره ۱، صفحات ۵۷-۶۸.
- تقی زاده، حسن؛ افضل پور، محمد اسماعیل و اکبرزاده، حسین. (۱۳۸۸). "مقایسه شاخص های آنتی اکسیدانی و عوامل خطرزای قلبی- عروقی ورزشکاران رشته زورخانه (باستانی کاران) با افراد غیرورزشکار". مجله علمی پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی یزد. دوره ۱۷، شماره ۴، صفحات ۲۶۹-۲۶۲.
- تهرانچی، محمد مهدی. (۱۳۸۸). "ورزش باستانی از دیدگاه ارزش". تهران: امیرکبیر.
- جعفری، علی اکبر و قاسمی، نعیمه. (۱۳۹۲). "ورزش باستانی زورخانه، جایگاه آن در ترویج تشیع". فصلنامه شیعه شناسی. سال ۱۱، شماره ۴۲، صفحات ۱۳۹-۱۶۸.
- حسینی، گلاله؛ حمیدی، مهرزاد و تجاری، فرشاد. (۱۳۹۱). "تدوین برنامه راهبردی ورزش دانشجویی دانشگاه آزاد اسلامی". مدیریت ورزشی. شماره ۱۵، صفحات ۳۳-۱۵.
- حیدری، علی و دولت شاه، ناصر. (۱۳۹۱). "جلوه های تصوف، فتوت و مذهب تشیع در ورزش باستانی و زورخانه ای ایران". دو فصلنامه پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. سال ۲، شماره ۴، صفحات ۵۷-۷۱.
- شعبانی بهار، غلامرضا؛ یلفانی، علی و اشکان، ارسلان. (۱۳۹۰). "مقایسه ویژگی های شخصیتی و میزان افسردگی باستانی کاران با رشته های ورزشی کشتی، تکواندو و کبده". مدیریت ورزشی. شماره ۹، صفحات ۱۶۶-۱۴۹.
- صیرفی، هایده. (۱۳۸۸). "مقایسه تطبیقی آیین مهر و آیین زورخانه ای ایران". مجله آموزش تربیت دینی. دوره ۱۲، شماره ۲، صفحات ۱۶-۲۳.
- قجقی نژاد، شاهپور. (۱۳۸۷). "ورزش پهلوانی: هنر و آیین عصر باستان". کتاب ماه هنر. صفحات ۷۲-۷۵.
- گودرزی، محمود؛ قربانی، محمدحسین و صفری، حمیدرضا. (۱۳۹۴). "شناسایی و تدوین الگوی موانع اجرای برنامه های استراتژیک در وزارت ورزش و جوانان ایران". مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۳۱، صفحات ۳۲-۱۳.
- گودرزی، محمود. (۱۳۸۳). "سیر تطور ورزش باستانی و زورخانه در ایران". مجله حرکت. شماره ۲۲، صفحات ۱۴۹-۱۷۰.
- یلفانی، علی؛ رئیس، زهرا؛ عاشوری، حسین؛ باندپور، مریم و یاراحمدی، عاطفه. (۱۳۹۱). "مقایسه تراکم ماده معدنی استخوان ورزشکاران میانسال رشته باستانی با ورزشکاران فوتبال و غیرورزشکاران". پژوهش های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی. سال اول، شماره ۲، صفحات ۱۲۱-۱۱۱.
- Fred R. David. 1997. "Concepts of Strategic Management". Prentice Hall.

اولویت بندی عوامل اثرگذار بر توسعه ورزش همگانی و قهرمانی کشور

عباس شعبانی^۱

فرزاد خواجه^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۸/۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۵/۱۲/۳

هدف از انجام این پژوهش، بررسی عوامل اثرگذار بر توسعه ورزش همگانی و قهرمانی کشوری می باشد. روش پژوهش این تحقیق، توصیفی-پیمایشی است و از نظر هدف، در زمره تحقیقات کاربردی به شمار می آید. جامعه آماری این پژوهش شامل مدیران وزارت ورزش و جوانان کشور، مدیران و متخصصان فدراسیون ورزش های همگانی و دبیران فدراسیون های ورزشی کشور بود. در این پژوهش نمونه برابر جامعه تحقیق و به صورت تمام شمار تعیین گردید. از تعداد ۱۶۱ پرسشنامه توزیع شده در بین جامعه آماری، ۱۳۷ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. ابزار اندازه گیری این پژوهش شامل ۲ پرسشنامه محقق ساخته در مورد ورزش همگانی و ورزش قهرمانی بود. برای تعیین روایی این پرسشنامه از نظرات اساتید و متخصصان استفاده شد و پایایی آن با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ ۰/۹۱ گزارش گردید. در نهایت برای تجزیه و تحلیل یافته ها، از آمار توصیفی و استنباطی (آزمون فریدمن و کروسکال والیس) استفاده شد. بر اساس یافته های این پژوهش، سلامت جامعه، رسانه ها، فضاها، طبیعی، کم هزینه بودن، توسعه هیئت های ورزش همگانی، اینترنت، دانش آموختگان رشته تربیت بدنی، تعالیم دینی و تاکید بر رایگان بودن ورزش به ترتیب از مهم ترین عوامل اثرگذار بر توسعه ورزش همگانی کشور می باشند. همچنین، نتایج در بخش عوامل اثرگذار بر توسعه ورزش قهرمانی کشور ۹ شاخص اثرگذار زیر را به ترتیب اهمیت مشخص نمود: تسهیلات و تجهیزات، رقابت ها، تحقیقات علمی و رسانه ها، استعدادیابی، امور مربوط به ورزشکار، ورزش همگانی، حمایت مالی، امور مربوط به مربی و ساختار ورزش.

واژگان کلیدی: اثرگذار، توسعه، ورزش همگانی و ورزش قهرمانی

۱. استادیار، مدیریت ورزشی، واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

Email: Shabani1362@yahoo.com

۲. کارشناس ارشد، مدیریت ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

مقدمه

امروزه، ورزش قدرت قابل ملاحظه‌ای کسب کرده است. ورزش فقط یک سرگرمی نیست، بلکه اهمیت اجتماعی سیاسی اقتصادی زیادی برای شرکت کنندگان دارد (ویلیامز^۱، ۲۰۰۸). ورزش همگانی و اوقات فراغت را می‌توان نوعی حق، مزیت و تجربه تندرستی در نظر گرفت. اگر مردم فرصت و جایی برای بازی نداشته باشند و یا دولت‌ها، فضاهایی برای تفریح عمومی مهیا نسازند، دنیا به مکان افسرده کننده‌ای تبدیل خواهد شد. ورزش همگانی، عنصر اساسی تجربه انسانی است و فعال بودن در اوقات فراغت نقش مهمی در ظرفیت سلامتی جامعه دارد. بر این اساس دولت‌ها، سازمان‌های غیردولتی و نهادهای بخش خصوصی باید در روند برنامه ریزی، نظارت و پیشرفت تجارب اوقات فراغت، تفریح و بازی‌های فعال همچون بازدارنده‌های بیماری و امراض مرتبط سرمایه‌گذاری کنند (کاسینگ^۲، ۲۰۱۴). ورزش همگانی جنبش جهانی همگانی کردن ورزش‌های تفریحی است. امروزه همگانی کردن ورزش‌های تفریحی به یکی از وظایف دولت‌ها تبدیل شده است. نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهد که دولت‌ها باید گسترش ورزش همگانی را سرلوحه برنامه‌های دراز مدت خود قرار دهند؛ در غیر این صورت باید در انتظار آمارهای نگران‌کننده بیماری‌ها، غیبت از کار در اثر بیماری‌های ناشی از کم‌ تحرکی، افزایش مرگ و میر و کاهش سطح بهداشت عمومی باشند (هولزیه^۳، ۲۰۱۱). آمار نامه سلامت و بیماری در ایران (۱۳۸۵) نشان می‌دهد که ۴۱/۲۵ درصد علل مرگ و میر در ایران مربوط به پنج بیماری است که دست کم سه دسته از این بیماری‌ها در اثر کم تحرکی حادث می‌شود. یکی دیگر از این عوامل اثر بخش در توسعه ورزش همگانی، نقشی است که رسانه‌ها در آن ایفا می‌کنند. زندگی در دنیای امروز ابتکار عمل سریع را از انسان گرفته و او را دچار فقر حرکتی کرده و این فقر حرکتی مشکلات عدیده جسمی، روانی و اجتماعی را برای وی پدید آورده است. ورزش به عنوان راه حل راهبردی و ورزش همگانی به عنوان وسیله‌ای ارزان قیمت و فرح بخش می‌تواند این مشکل را به نحو مطلوبی حل کند (ممتاز بخش، ۱۳۸۶). با توجه به تعاریف مختلفی که در مورد ورزش همگانی و تفریحی وجود دارد، مجموعه‌ای از مشخصه‌ها برای آن قابل استنباط است؛ مشخصه‌هایی مانند مشارکت گسترده و گروهی بودن، آزادانه و انتخابی بودن، کم هزینه بودن، کم اهمیت بودن رقابت و برد و باخت، محدود نبودن به سن، جنس، نژاد، زمان و مکان و تفریحی، با نشاط و شاد بودن همگی توصیف کننده خصوصیت‌های مختلف ورزش همگانی هستند (غفوری، ۱۳۸۶). لینا^۴ و همکاران (۲۰۱۶) بیان نموده‌اند که خدمات برابر ورزش همگانی، یک اصطلاح عمومی از همه انواع فعالیت‌های بدنی و خدماتی است که رضایت عمومی افراد را برای اجرای ورزش‌های همگانی ایجاد می‌نماید، نیازهای مردم را در همه جنبه‌ها رعایت می‌کند، مبنای آن مردم-محور است، همه شهروندان از فرصت‌های خدمات برابر ورزش همگانی برخوردارند و در آن سهم می‌باشند و دولت با منابع مالی خود افراد را در این زمینه حمایت می‌کند. نتایج یافته‌های ایگیر^۵ (۲۰۱۵) در مورد ورزش همگانی نشان می‌داد سطح اعتماد به نفس و آزادی در برنامه‌های اوقات فراغت دانشجویان با رضایت زندگی آنها همبستگی معنادار و مثبتی داشته است؛ بدین معنی که آزادی در انجام فعالیت‌های اوقات فراغت و ورزش‌های همگانی موجب رضایت از زندگی می‌گردد. تهذیبی (۱۳۹۴) در پژوهشی پیرامون ورزش همگانی استان خوزستان دریافت که اگر فعالیت‌های فرهنگی و تفریحی در زمان اوقات فراغت به روش صحیح و با رعایت مصالح

1. Williams
2. Kassing
3. Holzweher
4. Lina, et al
5. Agyar

جامعه توام باشند، دارای کارکردهای اجتماعی و فرهنگی مفیدی خواهد بود. تامسون^۱ و همکاران (۲۰۱۳) در پژوهشی بیان داشته اند بیش از نیمی از دانشجویان نمونه پژوهش، در فعالیت های ورزش همگانی شرکت می نمایند و این بیش از مشارکت در ورزش قهرمانی می باشد. همچنین، کالوی^۲ و همکاران (۲۰۱۴) در تحقیقی پیرامون طبقه اجتماعی بیان داشتند دانش آموزانی که در خانواده های مفرح زندگی می کنند، تمایل کمتری به شرکت در فعالیت های بدنی و ورزش همگانی دارند.

در مدل سلسله مراتبی ورزش، بعد از گذر از ورزش آموزشی و همگانی، ورزش قهرمانی در راس هرم وجود دارد که در این سطح از ورزش میزان مشارکت افراد در فعالیت بدنی کاسته و به تماشاگری افزوده می شود. سوابق نشان می دهد محبوب ترین شکل ورزش در جوامع، ورزش قهرمانی می باشد که در سطح سوم مدل مول و همکاران قرار گرفته است. در این سطح از ورزش که با تاکید بر رقابت، پیروزی و حس اتحاد بین افراد از طریق مشارکت و تماشاگری می باشد، جذابیت فراوانی وجود دارد (مول^۳، ۲۰۰۶). یکی از مؤلفه های ورزش، ورزش قهرمانی است که عبارت است از بازی ها و ورزش های رقابتی و سازمان یافته که افراد ماهر در آن شرکت می کنند و برای رسیدن به اهداف و کسب نتیجه و رتبه بهتر انجام می شود (غفوری، ۱۳۸۲). در ابتدای هزاره سوم، جهان ورزش دوران جدید و تازه ای را تجربه می نماید. ورزش امروزی تبدیل به یک فستیوال جهانی گردیده است. بسیاری دوران آماتور را پایان یافته تلقی می کنند (حسن زاده، ۱۳۸۴). از شواهد موجود چنین بر می آید که به طور کلی دولت ها خواسته یا ناخواسته به دنبال گسترش ورزش قهرمانی هستند و یکی از دلایل توجه آنها، درآمد مالی آن است. صرف نظر از محیط درونی یک کشور و نظام آن، جاذبه های ورزش قهرمانی، بازاریابی و جذب تماشاچیان باعث می شود که این ورزش مورد توجه بیشتر سازمان ها و ارگان های مختلف دولتی قرار گیرد (گرگینو^۴، ۲۰۰۱). در منابع مختلف برای توسعه ورزش هرمی در نظر گرفته شده است که ورزش همگانی در پایه آن و ورزش قهرمانی در راس آن قرار دارد (شیبوری^۵ و همکاران، ۲۰۱۰). هدف در هرم ورزش، افزایش تعداد شرکت کنندگان در هر سطح می باشد تا پتانسیل ورزش قهرمانی افزایش یابد (استرادیو^۶ و همکاران، ۲۰۱۲). اگر چه یک مدل جامع برای ورزش قهرمانی وجود ندارد، ولی عوامل زیادی شناسایی گردیده که در توسعه ورزش و کسب موفقیت در سطوح جهانی تاثیر به سزایی دارند. موفقیت در ورزش، معیارهای اندازه گیری متفاوتی دارد. برای یک کشور ممکن است شرکت کردن ورزشکارانش در مسابقه المپیک یک موفقیت باشد، ولی برای یک کشور دیگر کسب مدال در المپیک یک موفقیت محسوب می باشد (استوتلار^۷، ۲۰۰۶). در متون و ادبیات مربوط به ورزشکاران و ورزش قهرمانی عوامل مختلفی برای کسب موفقیت بیان شده که هر یک به نوعی اهمیت دارند و در دامنه گسترده ای قرار می گیرند. عوامل زیادی در تحقیقات پیشین وجود دارد که توسعه ورزش قهرمانی را منوط به پیشرفت در آن حوزه ها می دانند.

توسعه ورزش همگانی زمینه را برای رشد ورزش قهرمانی فراهم می کند و بر اساس مدل های توسعه ورزش، لازم است ورزش همگانی پیش از ورزش قهرمانی توسعه یابد. در واقع، ورزش همگانی و قهرمانی با هم درآمیخته اند و ارتباط دوسویه و تنگاتنگ حوزه ورزش همگانی و قهرمانی، این دو حیطه را مکمل و

1. Thomson
2. Cawley
3. Mull
4. Girginov
5. Shilbury
6. Sotiriadou
7. Stotlare

توسعه دهنده یکدیگر قرار داده است. ورزش همگانی می تواند استعدادهای برتر را به سمت ورزش قهرمانی سوق دهد و از طرفی تماشای ورزش قهرمانی و ایجاد جذابیت های آن می تواند جامعه را به سمت ورزش همگانی تشویق نماید. بر این اساس و با توجه به اهمیت ذکر شده در هر دو بعد ورزش همگانی و قهرمانی و همچنین ارتباط دو سویه آنها با یکدیگر و تأثیری که ورزش همگانی در سطح جامعه بر بخش سلامت جسمانی و روانی دارد و اهمیت توسعه ورزش قهرمانی که می تواند منجر به کسب رتبه های بین المللی و اعتبار در سطح جهان شود، این پژوهش در پی یافتن عوامل اثر گذار و بررسی متغیر های موثر بر ورزش همگانی و قهرمانی کشور است.

روش شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر، از نوع توصیفی - پیمایشی و از نظر هدف، در زمره تحقیقات کاربردی است. جامعه آماری تحقیق را تمامی مدیران وزارت ورزش و جوانان کشور (مدیران ستادی و مدیران عملیاتی)، مدیران و متخصصان فدراسیون ورزش های همگانی و دبیران فدراسیون های ورزشی کشور، تشکیل می دادند. در این پژوهش، نمونه برابر جامعه تحقیق و به صورت تمام شمار تعیین گردید. از ۱۶۱ پرسشنامه توزیع شده در بین جامعه آماری، ۱۳۷ پرسشنامه قابل بررسی برگشت داده شد. ابزار اندازه گیری این تحقیق شامل دو پرسشنامه ورزش همگانی و ورزش قهرمانی بود که به کمک مبانی و پیشینه کتابخانه ای، به صورت محقق ساخته به وجود آمد. پرسشنامه ها به صورت مقطعی بین جامعه آماری توزیع شد. برای تعیین روایی این پرسشنامه از نظرات اساتید و متخصصان استفاده گردید که پس از اعمال نظر متخصصان، به اصلاح موارد مورد اشاره پرداخته شد. همچنین تعداد ۱۸ پرسشنامه به شکل مقدماتی و پایلوت در جامعه آماری توزیع و پس از جمع آوری، پایایی آن با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ $0/91$ گزارش شد - که نشان دهنده قابلیت و اعتماد مناسب ابزار اندازه گیری تحقیق است. در نهایت برای تجزیه و تحلیل یافته ها از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. در بخش نخست، تجزیه و تحلیل توصیفی یافته ها به صورت جداول توزیع فراوانی ارائه گردید. در بخش آمار استنباطی، از آزمون فریدمن برای رتبه بندی کردن و تعیین میزان اهمیت شاخص ها و عوامل اثر گذار بر توسعه ورزش همگانی و قهرمانی و از آزمون کروسکال والیس جهت مقایسه بین گروه ها استفاده گردید. لازم به توضیح است که کلیه عملیات تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار spss نسخه ۱۶، صورت پذیرفت.

یافته های پژوهش

یافته های توصیفی پژوهش نشان داد که ۶۷ درصد نمونه های پژوهش را مردان و ۳۳ درصد را زنان تشکیل می دهند. ۵۹ درصد نمونه ها دارای مدرک کارشناسی یا پایین تر، ۲۸ درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد و ۱۳ درصد دارای مدرک دکترا می باشند. همچنین، میانگین سابقه مدیران مورد پژوهش ۱۲ سال خدمت می باشد. نتایج دیگر یافته ها در جداول زیر ارائه گردیده است.

جدول ۱: نتایج آزمون فریدمن جهت تعیین معناداری عوامل اثر گذار بر ورزش همگانی

شاخص های آماری	مقادیر محاسبه شده
تعداد	۱۱۷
مقدار خی دو	۴۳/۹۵۵

درجه آزادی	۹
سطح معنی داری	۰/۰۰۱

در جدول ۱، نتایج آزمون فریدمن جهت تعیین معناداری عوامل اثر گذار بر ورزش همگانی ملاحظه می گردد که با توجه به معنا دار بودن آزمون نشان می دهد این عوامل در ورزش همگانی از هم متفاوت و دارای اولویت های مختلف می باشند (این رتبه بندی در جدول ۲ مشخص گردیده است).

جدول ۲: نتایج آزمون فریدمن جهت تعیین مهمترین عوامل اثر گذار بر ورزش همگانی و میزان اهمیت آنها

ردیف	شاخص ها و عوامل اثر گذار	میانگین رتبه ها (آزمون فریدمن)
	تاکید نقش ورزش در سلامت جامعه	۷/۶۸
	تاثیر رسانه ها در توسعه ورزش همگانی	۷/۵۰
	وجود فضاهای طبیعی و پایگاه های ورزش صبحگاهی در کشور	۷/۱۸
	کم هزینه بودن ورزش همگانی در مقایسه با سایر ورزش ها	۷/۱۴
	هیئت های ورزش همگانی فعال در ایران	۶/۹۳
	وجود رسانه های بین المللی و اینترنت برای اطلاع رسانی	۶/۹۱
	افزایش شمار دانش آموختگان رشته تربیت بدنی در کشور	۶/۷۶
	تاکید تعالیم دینی بر ورزش	۶/۲۸
	تاکید مسئولان عالی کشور و مراجع مذهبی بر توسعه ورزش همگانی	۵/۹۲
	تاکید بر رایگان بودن ورزش همگانی در قانون اساسی	۵/۶۱

همانطور که در جدول ۲ ملاحظه می گردد، تاکید بر سلامتی از طریق ورزش، اثر رسانه ها بر توسعه ورزش و وجود فضاهای طبیعی و پایگاه های ورزش صبحگاهی در کشور از مهمترین عوامل اثر گذار بر ورزش همگانی از دید پاسخ دهندگان معرفی شده اند.

جدول ۳: نتایج آزمون فریدمن جهت تعیین عوامل اثر گذار بر ورزش قهرمانی کشور و میزان اهمیت آنها

ردیف	شاخص ها و عوامل اثر گذار	میانگین رتبه (آزمون فریدمن)
	تسهیلات و تجهیزات	۹
	رقابت ها و رویدادهای ورزشی	۷/۸۱
	تحقیقات علمی و رسانه ها	۶/۶۷
	استعداد یابی	۵/۶۱
	ورزشکار	۴/۰۸
	ورزش همگانی	۴/۳۵
	حمایت مالی	۲/۶۹
	مربی	۲/۵۸

۲/۲۱	ساختار و سازمان برنامه های ورزشی
------	----------------------------------

همانطور که در جدول ۳ مشاهده شد، این شاخص ها و عوامل به ترتیب اهمیت عبارت اند از: تسهیلات و تجهیزات، رقابت ها و رویدادهای ورزشی، تحقیقات علمی و رسانه ها، استعدادیابی، امور ورزشکار، ورزش همگانی، امور مربی، حمایت مالی و ساختار و سازمان برنامه های ورزشی. در ادامه اولویت بندی سه شاخص و عامل اصلی ورزش قهرمانی که بالاترین رتبه و اهمیت را به دست آورده اند- تسهیلات و تجهیزات، رقابت ها و رویدادهای ورزشی و تحقیقات علمی و رسانه ها- در جداول زیر مشخص گردیده است.

جدول ۴: نتایج آزمون فریدمن جهت تعیین اولویت بندی عوامل مربوط به تسهیلات و تجهیزات

شاخص	عوامل اثرگذار	میانگین رتبه ها
تسهیلات و تجهیزات	وجود مراکز مخصوص ورزش قهرمانی	۹/۰۸
	رفع نیازهای تسهیلاتی و تجهیزاتی ورزشکاران	۷/۷۹
	کمیت و کیفیت تجهیزات و تسهیلات	۷/۴۵

جدول ۴ نشان می دهد که وجود مراکز مخصوص ورزش قهرمانی بیشترین اهمیت را داشته و کسب میانگین رتبه ۹/۰۸ که از آزمون فریدمن به دست آمده بیانگر اهمیت بسیار بالای آن است- نمره ۱۰ حداکثر اهمیت را نشان می داد. رفع نیازهای تسهیلاتی و تجهیزاتی و کمیت و کیفیت تجهیزات و تسهیلات در رتبه های بعدی قرار دارند.

جدول ۵: نتایج آزمون فریدمن جهت تعیین اولویت بندی عوامل مربوط به رقابت ها و رویدادها

شاخص	عوامل اثرگذار	میانگین رتبه ها
رقابت ها و رویدادها	به وجود آوردن لیگ های حرفه ای	۶/۹۶
	برگزاری رویدادهای بین المللی	۶/۷۱
	فرصت های رقابتی برای زنان و معلولان	۶/۶۹

جدول ۵ نشان می دهد که به وجود آوردن لیگ های حرفه ای مهمترین عامل در شاخص رقابت ها و رویدادها برای توسعه ورزش قهرمانی می باشد. برگزاری رویدادهای بین المللی و فرصت های رقابتی برای زنان و معلولان در رتبه های بعدی قرار دارد- حداکثر میانگین امتیاز ۱۰ می باشد.

جدول ۶: نتایج آزمون فریدمن جهت تعیین اولویت بندی عوامل مربوط به تحقیقات علمی و رسانه ها

شاخص	عوامل اثرگذار	میانگین رتبه ها
تحقیقات علمی و رسانه ها	۱- به کارگیری تحقیقات علمی	۵/۹۱
	۲- کمیت و کیفیت توجه رسانه ها	۵/۷۲
	۳- نظارت و ارتباط مراکز تحقیقی با ورزش قهرمانی	۵/۴۵

همانطور که در جدول ۶ ملاحظه می گردد به کار گیری تحقیقات علمی نسبت به کمیت و کیفیت توجه رسانه ها و نظارت و ارتباط مراکز تحقیقی با ورزش قهرمانی اهمیت بیشتری دارد.

جدول ۷: نتایج آزمون کروسکال والیس جهت مقایسه اولویت بندی عوامل ورزش قهرمانی و همگانی کشور از دید نمونه های پژوهش

متغیر ها (شغل نمونه های پژوهش)	میانگین رتبه	میزان آزمون خی دو	درجه آزادی	سطح معنی داری
مدیران وزارت ورزش	۱۴/۷۸			
مدیران و دبیران فدراسیون ها	۲۸/۱۵	۳/۱۲	۲	۰/۳۱
کارشناس ورزش	۲۴/۷۳			

همانطور که در جدول ۷ مشاهده می گردد سطح معناداری بیشتر از ۰/۰۵ به دست آمده است و این بدین معنا است که بین نظرات نمونه های پژوهش در مورد اولویت بندی عوامل ورزش قهرمانی و همگانی تفاوت نظر معنی داری وجود ندارد.

بحث و نتیجه گیری

هدف از این پژوهش، بررسی عوامل اثر گذار بر توسعه ورزش همگانی و قهرمانی کشور بود. بر همین اساس، ۱۰ عامل اصلی و تاثیر گذار بر توسعه ورزش همگانی شناسایی گردید. بر اساس یافته های این پژوهش، هزینه های فزاینده درمان بر اثر عدم پرداختن به ورزش و تاکید پزشکان بر نقش ورزش در سلامتی جامعه، نقش رسانه ها در توسعه ورزش همگانی، وجود فضاهای طبیعی مناسب و پایگاه های ورزش همگانی در کشور، کم هزینه بودن ورزش همگانی در مقایسه با سایر ورزش ها، توسعه هیئت های ورزش همگانی در کشور، وجود رسانه های بین المللی و اینترنت برای اطلاع رسانی، افزایش شمار دانش آموختگان رشته تربیت بدنی در کشور، توصیه تعلیم دینی و مسئولان عالی کشور به ورزش و تاکید بر رایگان بودن ورزش در قانون اساسی کشور به ترتیب، مهم ترین عوامل اثر گذار بر توسعه ورزش همگانی کشور می باشند. عوامل شناخته شده در این پژوهش با نتایج تحقیقات غفرانی (۱۳۸۷) و خسروی زاده (۱۳۸۷) مبنی بر وجود منابع مالی و اعتبارات مناسب و همچنین با نتایج تحقیقات غفوری و همکاران (۱۳۸۲) مبنی بر تعدد رسانه ها و تاثیر گذاری رسانه ها بر ورزش همگانی، همخوانی دارد. یکی از عوامل و شاخص های تاثیر گذار بر ورزش همگانی کشور، نقش ورزش بر سلامت جسم و روح انسان و تاکید پزشکان بر آن می باشد. همسو با نتایج این پژوهش مبنی بر نقش ورزش همگانی بر سلامت جامعه، کرکالدی^۱ و همکاران (۲۰۱۴) بیان داشته اند که هر ساله حدود ۲ میلیون مرگ به علت کمبود فعالیت های بدنی اتفاق می افتد و یافته های اولیه از سازمان بهداشت جهانی حاکی از آن است که زندگی بی تحرک، یکی از ۱۰ علت عمده مرگ و میر در دنیا می باشد؛ چنان که عدم فعالیت بدنی باعث افزایش تمام انواع مرگ و میر، دو برابر شدن خطر بیماری های قلبی عروقی، دیابت نوع دوم و چاقی می شود- علاوه بر آن که خطر سرطان روده و سینه، بالا رفتن فشار خون، اختلالات چربی، استئوپروز، افسردگی و اضطراب را نیز افزایش می دهد. غفوری و همکاران (۱۳۸۲) در تحقیقی با عنوان "مطالعه و بررسی نگرش متخصصان تربیت بدنی به نقش رسانه های جمعی (رادیو، تلویزیون و نشریات) در گرایش مردم به ورزش قهرمانی و همگانی" به نتایج زیر دست یافتند: براساس تحلیل عاملی، مهمترین

1. Kirkcaldy

عامل مؤثر در ورزش همگانی و قهرمانی، تأکید همزمان بر هر دوی آنهاست. رابطه کم (۲۰ درصد) اما معنادار (سطح معناداری ۰/۰۱) بین توسعه ورزش همگانی و قهرمانی و رسانه‌ها وجود دارد؛ به عبارتی، ۲۰ درصد تغییرات در این ورزش‌ها مربوط به رسانه‌هاست. نتایج تحقیق ابیویه^۱ (۲۰۱۶) که با مرور تحقیقات انجام شده تا سال ۲۰۱۵ در زمینه تأثیر کمپین‌های رسانه‌ای در بهبود فعالیت بدنی در بزرگسالان انجام گرفت، نشان داد که رسانه‌های جمعی اثر روشنی بر ترویج پیاده روی که از زیر شاخه‌های ورزش همگانی می‌باشد داشته‌اند. کم هزینه بودن ورزش همگانی در مقایسه با سایر ورزش‌ها و تفریحات دیگر نیز از عوامل اثرگذار بر توسعه ورزش همگانی می‌باشد که در این پژوهش شناسایی شد. همسو با نتایج پژوهش حاضر، تقوی تکیار (۱۳۸۵) نشان داد که کم هزینه بودن و تشویق اعضای خانواده از دلایل اصلی شرکت مردم در ورزش‌های همگانی می‌باشد. از دیگر نتایج این پژوهش، تأثیر افزایش شمار دانش‌آموختگان رشته تربیت بدنی بر توسعه ورزش همگانی کشور می‌باشد. در این ارتباط واقعی نظری و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهش خود بیان داشته‌اند که در عصر علم و فناوری، انسان ماهر و متخصص مهم‌ترین سرمایه‌هر کشور به شمار می‌رود به این سبب جوامع می‌کوشند از طریق دانش‌افزایی بر سرعت رشد و توسعه خود بیفزایند. به همین ترتیب، افزایش شمار دانش‌آموختگان در رشته تربیت بدنی نیز می‌تواند به توسعه ورزش کشور کمک نماید.

نتایج در بخش عوامل اثرگذار بر توسعه ورزش قهرمانی کشور ۹ شاخص اثرگذار این بخش را به ترتیب اهمیت مشخص نمود: تسهیلات و تجهیزات، رقابت‌ها و رویدادهای ورزشی، تحقیقات علمی و رسانه‌ها، استعدادیابی، امور مربوط به ورزشکار، ورزش همگانی، حمایت مالی، امور مربوط به مربی و ساختار و سازمان ورزش. در این پژوهش مهمترین عامل و شاخص تعیین شده برای ورزش قهرمانی ایران، عامل تسهیلات و تجهیزات و در رتبه دوم رقابت‌ها و رویداد‌های ورزشی قرار گرفته است. دبوچر^۲ و همکاران (۲۰۱۳) نیز تجهیزات و تسهیلات را جزئی جدا ناپذیر از ورزش قهرمانی دانستند. بالک و رابینسون^۳ (۲۰۰۹) نیز بیان کرده‌اند که ساختارهای رقابتی جزئی از سیستم ورزش قهرمانی و عاملی برای پیشرفت و برتری قهرمانان ورزشی می‌باشد. برای اینکه بتوان در توسعه ورزش قهرمانی موفق بود، باید تلاش کرد تا در شاخص‌های ذکر شده پیشرفت حاصل گردد. در "طرح جامع تربیت بدنی"، مولفه‌های ورزش قهرمانی در ۶ گروه ذکر شده که استعدادیابی، رقابت و ساختار ورزش در هر دو مشترک است. برای توسعه ورزش قهرمانی مسائل علمی، استعدادیابی و امور مربی را معرفی کردند. بالک و رابینسون (۲۰۰۹) حمایت از ورزشکاران، استعدادیابی، حمایت ورزش علمی، امور مربیان، تسهیلات و تجهیزات، رقابت‌ها را به عنوان عواملی برای بین‌المللی موفقیت ورزشکار نام برده‌اند. از دیگر عوامل تعیین‌کننده توسعه ورزش قهرمانی که در این پژوهش مشخص گردید، تأثیر رسانه‌ها می‌باشد. همسو با این نتایج قیامی راد (۱۳۸۹) در تحقیقی پیرامون برنامه‌های تبلیغاتی ارائه شده از طریق رسانه‌های گروهی در مورد ورزش، به این نتیجه رسید که این برنامه‌ها تأثیر بسیار زیادی در توسعه و ترویج رشته‌های ورزشی در بعد قهرمانی (۸۰ درصد) دارد، در حالی که تأثیر آن در بعد همگانی ناچیز (۲۰ درصد) می‌باشد. در ساختار کلی طرح چشم‌انداز آسیا، امور مربوط به فدراسیون‌ها و باشگاه‌ها، مربیان و رقابت‌ها، زنان، رسانه‌ها و حامیان به عنوان عوامل مشترک دیده می‌شود. تحقیقات زیادی وجود دارد که می‌تواند نشان دهد این عوامل که به عنوان شاخص‌های توسعه ورزش قهرمانی مطرح شده‌اند، بسیار مهم می‌باشند. این ۹ مورد در بیشتر تحقیقاتی که در زمینه توسعه ورزش قهرمانی می‌باشند لحاظ شده‌اند، ولی میزان اهمیت آنها متفاوت می‌باشد. به نظر می‌رسد که سرمایه‌گذاری

1. Abioye
2. De Bosscher
3. Bohlke, & Robinson

در کشور ها و مکان های مختلف در جهت توسعه ورزش قهرمانی متفاوت است. اگر چه شاخص ها ممکن است یکی باشند، ولی از این نظر که کدام یک مهمتر است اتفاق نظر وجود ندارد. در این تحقیق برای کشور ما تسهیلات و تجهیزات به عنوان مهمترین عامل مطرح شده، در صورتی که ورزشکاران ایرلند، امریکا و فلاند مهمترین عامل برای موفقیت را خود ورزشکار دانستند. از عواملی که در هر دو تحقیق مشترک بود، اهمیت مربی از نظر ورزشکاران این سه کشور است. در کشور استرالیا، موفقیت های بین المللی را بر پایه استعدادیابی دانسته اند و در طرح جامع تربیت بدنی کشور نیز استعدادیابی به عنوان مهمترین عامل برای توسعه ورزش قهرمانی معرفی شده است. بنابراین شاید حق با لارس و هاگری^۱ (۲۰۰۷) باشد که معتقدند یک مدل از عوامل مختلف که منجر به موفقیت می شود یا همه ملت ها یا همه ورزش ها را تحت پوشش قرار دهد، وجود ندارد. به طور کلی می توان گفت با توجه به مشخص شدن عوامل اثر گذار در ورزش همگانی کشور مانند اثر سلامت ورزش بر جامعه، تاثیر رسانه بر توسعه ورزش همگانی، وجود فضاهای مناسب برای ورزش های همگانی و غیره، سازمان های سیاست گذار در بخش ورزش همگانی می توانند با سرمایه گذاری و برنامه ریزی روی این عوامل اثر گذار چشم انداز و سیاست های ورزش همگانی را در آینده بهبود و توسعه دهند. استراتژی های ورزش همگانی باید به گونه ای تدوین شود که بتواند در جهت کاهش ضعف های ورزش همگانی کشور برآید. راهبردها باید به گونه ای باشند که با بالا بردن فعالیت بخش خصوصی در حوزه ورزش های همگانی، بالا بردن کیفیت ایستگاه های ورزش و استفاده از فضاهای طبیعی کشور، بالا بردن امکانات ورزش همگانی، استفاده از متخصصان و دانش آموختگان رشته تربیت بدنی، ارتقای پوشش رسانه ای و اینترنتی و کیفیت اطلاع رسانی، تاکید تعالیم دینی بر ورزش و رایگان بودن ورزش همگانی بتواند از ضعف های سازماندهی در ورزش همگانی بکاهد و در جهت برخورد با تهدیدات محیطی جامعه، پیش بروند. همچنین، برای اینکه برنامه ریزی در بخش ورزش قهرمانی به صورت صحیح صورت گیرد و بتوان امیدوار بود که در این حوزه پیشرفت حاصل خواهد شد، باید به همه ۹ حوزه اصلی تشکیل دهنده ورزش قهرمانی توجه گردد و برای تک تک این عوامل برنامه ریزی شود تا در نهایت ورزش قهرمانی توسعه یابد. با توجه به نتایج این پژوهش پیشنهاد می گردد وزارت ورزش و جوانان و کمیته ملی المپیک با ابزار فدراسیون ها و کمک های غیر مستقیم دانشگاه ها، پژوهشگاه های ورزشی و سیستم آموزش و پرورش از طریق افزایش کمی و کیفی تسهیلات و تجهیزات، افزایش رقابت های داخلی و بین المللی، تحقیقات علمی، استفاده از رسانه ها، استعدادیابی از سطح مدارس و حمایت مالی بخش خصوصی و دولتی باعث شکوفایی هرچه بیشتر استعدادها در کشور و در نهایت، قهرمان پروری شوند و بتوانند جایگاه کشور را در سطح بین الملل بهبود بخشند.

منابع

- تقوی تکیار، سید امید. (۱۳۸۵). "بررسی وضعیت اجتماعی-اقتصادی و انگیزه های شرکت کنندگان در ورزش همگانی". پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه گیلان، ص ۲۱.
- تهذیبی، خادم علی. (۱۳۹۴). "بررسی عوامل موثر بر توسعه ورزش همگانی و موانع موجود از دیدگاه شرکت کنندگان و دست اندرکاران همایش پیاده روی صبح و نشاط در استان خوزستان". کنفرانس بین المللی مدیریت و اقتصاد در قرن ۲۱. ص ۲.
- حسن زاده، مهرداد. (۱۳۸۴). بازاریابی ورزشی. چاپ اول، تهران: نشر پرسمان
- خسروی زاده، اسفندیار. (۱۳۸۷). "مطالعه و طراحی برنامه استراتژیک کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران". رساله دکتری، دانشگاه تهران، ص ۵۸.
- غفرانی محسن، گودرزی محمود، سجادی سیدنصرالله، جلالی فراهانی مجید، مقرنسی مهدی (۱۳۸۷). "طراحی و تدوین راهبرد توسعه ورزش همگانی استان سیستان و بلوچستان"، نشریه حرکت، پیاپی ۳۹، ص ۱۰۷-۱۳۱.
- غفوری، فرزاد. (۱۳۸۲). "تعیین عوامل اصلی موثر بر گرایش به ورزش همگانی و قهرمانی برای تبیین راهبرد های ورزش در جمهوری اسلامی ایران". رساله دکتری، دانشگاه تربیت مدرس، ص ۲۹-۳۴.
- غفوری، فرزاد؛ هنرور، افشار؛ هنری، حبیب و علی، منیره. (۱۳۸۶). "مطالعه انواع ورزش های همگانی و تفریحات مطلوب جامعه و ارائه مدل برای برنامه ریزی های آینده". طرح پژوهشی سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران، ص ۴۹.
- قیامی راد، امیر. (۱۳۸۸). "بررسی راهکارهای بازاریابی برای ترویج و توسعه رشته های ورزشی در ایران". حرکت. دانشگاه تهران، شماره ۳۹، ص ۱۷۵-۱۹۲.
- معاونت سلامت وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی. (۱۳۸۵). "آمار نامه سلامت و بیماری در ایران". ص ۴۳ و ۴۸.
- ممتازبخش، مریم و فکور، یوسف. (۱۳۸۶). "بررسی راهکارهای ارتقا و توسعه ورزش همگانی بانوان دانشگاه علوم انتظامی". فصلنامه دانش انتظامی. سال نهم شماره ۲، ۱۳۸۶.
- واقفی نظری، راحله؛ فراهانی، ابوالفضل؛ اسد، محمدرضا و خدادادی، محمد رسول. (۱۳۹۴). "انتظارات شغلی دانشجویان تربیت بدنی از شغل و آینده شغلی در دانشگاه های آزاد شهر تهران". نشریه مدیریت ورزش. ۷(۲): ۱۷۵-۱۸۹.
- Abioye, A., Hajifathalian, K., Danaei, G. (2016). "Do mass media campaigns improve physical activity". A systematic review and meta analysis. Archives of Public Health, 1(10): 18-29.
- Agyar, E. (2015). "Life satisfaction, perceived freedom in leisure and self-esteem: The case of physical education and sport students". Procedia- Social and Behavioral Sciences 2186 – 2193.
- Bohlke, K., Robinson, L. (2009). "Benchmarking of elite sport systems". Management Decision, 47(1): 67-84.
- Cawley, J., et al. (2014). "The impact of state physical education requirements on youth physical activity and overweight". Health Economics, 16, 1287-1301.
- De Bosscher, V., De Knop, P. Van Bottenburg, M. (2013). "Explaining international sporting success: An international comparison of elite sport systems and policies

in six countries". Sport Management Review, 23(2): 49-63.

- Girginov, V. (2001). **"Strategic relation and sport policy: The case of aerobic union and sport school federation Bulgaria"**. Journal of sport management, 15: 173-194.
- Holzweher, F. (2011). **Sport for All as a Social Change and Fitness Development**. Institute of sport science, Vienna University: Austria.
- Kassing, G. (2014). **Introduction to Recreation and Leisure**. Human Kinetic, p: 18.
- Kirkcaldy B.D., Shephard R.J., Siefen, G. (2014). **"The relationship between physical activity and self-image and problem behavior among adolescents"**. Soc psychiatry psychiat Epidemol, 37(11):50- 544.
- Laros, K., Haggerty, T. R. (2007). **"Factors associated with national Olympic success: an exploratory study"**. Unpublished Msters thesis, universiteit Brunswick, Canada.
- Lina, S., Ruixue, C. (2016). **"Research Status on Equalization of Public Sports Service for Nationwide Fitness in Hebei"**. International Conference on Solid State Devices and Materials Science, Available online at www.sciencedirect.com, Physics Procedia 25 : 2298 – 2303.
- Mull Richard, F., Kathryn, G., Bayless, Craig M. (2006). **Recreational Sport management**. Human Kinetics, 4th edition.
- Shilbury, D., Deane, J., Kellett, P. (2010). **"Sport management in Australia: An organizational overview, Melbourne, Australia"**. Strategic sport management, 9(4): 89-99.
- Sotiariadou, K., Shilbury, D., Quick, S. (2012). **"The attraction, retention/transition, and nurturing process of sport development: some Australian evidence"**. Journal of Sport Management, 22: 247-272.
- Stotlare, D. K., Wonders. A. (2006). **"Developing elite athletes: A content analysis of US national governing body system"**. International Journal of Applied sports Science, 18: 121-144.
- Thomson, R.W., and Beavis, N. (2013). **"Talent Identification in Sport on Behalf of Otago Uni-and Community Sport Trust for New Zealand Sport Foundation and The Ministry of Recreation and Sport"**. The Newzealand Foundation Inc. Wellington NewGealand, VI, 196 Leaves.
- Williams, J. (2008). **"Sport and the elite in early modern England"**. Sport in History, 28(3): 389-413.



تأثیر حامیان مالی بر جذب تماشاچیان رشته ورزشی بدمیتون

محمد رضا پوریا^۱

کاوه خیبری^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۵/۳۰

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۵/۷/۱۱

امروزه از ورزش به عنوان "صنعت" نام برده میشود و تعامل صحیح میان ورزش و اقتصاد برای هر دو طرف سودمند خواهد بود. بحث حمایت مالی از ورزش یا اسپانسرشیپ^۳، یکی از راه‌های دستیابی به تعامل سودمند و دو طرفه است که در دهه‌های اخیر به طور جدی مورد توجه دنیای ورزش حرفه‌ای و مدیران کسب و کار قرار گرفته است. ترجیح شرکت‌های تجاری در این بازار رقابتی، استفاده از اسپانسرشیپ‌های ورزشی به عنوان یک زبان بین‌المللی است. پژوهش حاضر نیز به بررسی تأثیر بازاریابی ورزشی در حضور حامیان مالی بر جذب تماشاچیان رشته ورزشی بدمیتون پرداخته است. جامعه آماری این تحقیق را کلیه شهروندانی که در شش ماهه دوم سال ۱۳۹۴ با حضور در مسابقات متنوع کشوری، باشگاهی و غیره به عنوان تماشاگر در آمار فدراسیون ثبت شده هستند، تشکیل می‌دهند و از فرمول کوکران برای برآورد نمونه‌ها استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از آزمون‌های توصیفی و استنباطی استفاده شده و روش آمارگیری در مواردی به صورت سراسری و تصادفی و در مواردی نیز آمارگیری خوشه‌ای و به روش توده اصلی بوده است. در نتیجه این پژوهش مشخص گردید که برای جذب هرچه بیشتر تماشاگران و افزایش حضور آنان، شناخت عوامل تأثیرگذار بر تمایل و تصمیم آنها از اهمیت بسیاری برخوردار است. این تحقیق نشان داد که "تبلیغات شفاهی و قصد خرید"، از جمله عوامل تأثیرگذار بر جذب تماشاگران و حضور آنان در ورزشگاه می‌باشد. علاوه بر آن، جذب تماشاگران نیز عاملی تأثیرگذار در جذب حامی مالی است.

واژگان کلیدی: بازاریابی ورزشی، حامیان مالی، تماشاچیان و بدمیتون

۱. کارشناس ارشد، مدیریت بازاریابی ورزشی، گروه تربیت بدنی، واحد آشتیان، دانشگاه آزاد اسلامی، آشتیان، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: Mohamadrezapouria@gmail.com

۲. استادیار، گروه تربیت بدنی، واحد آشتیان، دانشگاه آزاد اسلامی، آشتیان، ایران

مقدمه

کانون توجه دانش اقتصاد بر این است که عوامل اقتصادی چگونه رفتار و تعامل می‌کنند و اقتصادهای مختلف چگونه کار می‌کنند. بازاریابی، فرایندی است که بین توانایی های شرکت و نیازهای مشتریان تعادل ایجاد می‌کند. بازاریابی به عنوان فرایندی مدیریتی - اجتماعی تعریف می‌شود که به وسیله آن، افراد و گروه‌ها از طریق تولید و مبادله کالا و امکانات و خدمات با یکدیگر، به امر تأمین نیازها و خواسته‌های خود اقدام می‌کنند. (کاتلر و کِلر، ۲۰۱۲)

برای تعریف بازاریابی و اسپانسرشیپ در ورزش می‌توان گفت که سازمان‌های ورزشی برای انجام یک رویداد، باید در بازاریابی و همکاری آن با رسانه‌ها، برای تبلیغ و جذب اسپانسرها بتوانند در ایجاد و توسعه منابع مورد نیاز خود از جمله بنیه مالی، منابع انسانی و تجهیزات، بهره‌مند شوند. برای استفاده صحیح و مناسب بازاریابی و اهداف تجاری باید همکاری دوطرفه و سودآوری مشترک ایجاد شود. (آقازاده و همکاران، ۱۳۸۷) اسپانسرشیپ ورزشی، یک ابزار بازاریابی است؛ به طوری که اثربخشی و پوشش تلویزیونی مناسبی دارد، از سد فرهنگ‌ها تجاوز می‌کند و دید فوق‌العاده‌ای ایجاد می‌نماید. این موضوع با نگاه دقیق‌تر چنین است: در حالی که لذت جالبی در تماشای یک مسابقه ورزشی وجود دارد، لذت واقعی آن از آنجا به دست می‌آید که افراد با یک تیم برای رسیدن به پیروزی رقابت می‌کنند. این موضوعی است که کمک می‌کند ورزش به وسیله‌ای برای تبلیغ و همکاری تبدیل شود و در حال حاضر که بیشتر لیگ‌های ورزشی به شکل حرفه‌ای درآمد دارند و مخاطبان بسیاری را جذب خود می‌کنند، یک رقابت بین شرکت‌ها برای حامی شدن رویدادها و باشگاه‌های معروف و پرطرفدار شکل گرفته است. (المیری، ۱۳۸۸)

از سوی دیگر، نگرانی اصلی یک شرکت اقتصادی، در نظر داشتن چیزهایی است که از طریق حمایت ورزشی می‌خواهد به آنها دست یابد. لذا شناسایی عوامل و اهداف مختلف تأثیرپذیر، اهمیت ویژه‌ای در کمک به صنعت حمایت مالی از ورزش دارد. از عواملی که اجرای تحقیقات را بیش از پیش پُررنگ‌تر می‌سازد، رشد و توسعه جهانی ورزش، افزایش رویدادها و رشته‌های ورزشی، افزایش هزینه‌های برگزاری مسابقات ورزشی، بودجه ناکافی هیأت‌های ورزشی، توجه دولت مبنی بر خصوصی‌سازی، رشد روزافزون حمایت ورزشی، افزایش پوشش رسانه‌ای، افزایش کالا و خدمات ورزشی، افزایش مشکلات شرکت‌ها در برقراری ارتباط با مخاطبان و مشتریان خود، ازدحام تبلیغات، افزایش هزینه‌های تبلیغاتی و افزایش بازارهای هدف است. (لوزانو و والس، ۲۰۰۷) به دلیل شرایط اجتماعی - اقتصادی تأثیرگذار بر محیط بازاریابی ایران، اهداف حمایت ورزشی پدیده‌های چند بعدی است و عوامل مختلف در دستیابی به آن نقش دارند. در ایران برای کمک به دانش بازاریابی ورزشی، حامیان کشور به معرفی عوامل مهم در تصمیم‌گیری اهداف حمایت ورزشی نیاز دارند تا در تصمیم‌گیری مدیران شرکت‌های حامی و تنظیم راهبردهای مناسب برای حمایت شونده به آنها کمک کنند. (فاضلی، ۱۳۸۹) در میان رشته‌های ورزشی در ایران تنها چند رشته نظیر فوتبال و والیبال تاکنون توانسته‌اند مورد هدف اسپانسرشیپ‌ها قرار گیرند، اما در سایر کشورها نظیر امارات متحده عربی، قطر، مالزی و استرالیا و ... با مناطق جغرافیایی، فرهنگ‌ها و اهمیت‌های متفاوتی که نسبت به صنعت ورزش قائل‌اند، با استفاده از اسپانسرها توانسته‌اند ضمن جذب تجهیزات ورزشی، قهرمان‌سازی، حرفه‌ای کردن ورزش و ایجاد یک فضای سمعی و بصری پر زرق و برق و اغواگر موجبات جذب انبوه تماشاگران ورزشی را فراهم نمایند و با نمایش مداوم و رنگارنگ برندهای خود سودی بیش از هزینه‌های انجام گرفته را عاید کسب و کار خویش کنند. (رحمتی، ۱۳۸۵) این پژوهش قصد دارد تا به این پرسش‌ها پاسخ گوید:

- آیا جذب بازیکنان با کیفیت و ارتقای کیفیت فنی تیم در جذب حامیان مالی موثر است؟

- جذب تماشاگر بر جذب حامیان مالی چه اثری دارد؟
- نقش تبلیغات شفاهی در جذب حامیان مالی تا چه حد است؟
- نقش قصد خرید در جذب حامیان مالی در ورزش بدمیتون چگونه می باشد؟
- پیامدهای حامی مالی شدن در ورزش بدمیتون چیست؟

متغیرهای مورد بررسی در این پژوهش شامل جذب بازیکنان، جذب تماشاچی، نقش تبلیغات شفاهی و نقش قصد خریدار در جذب حامی مالی از طریق بازاریابی ورزشی است. این بررسی با توجه به اهمیت موضوع قصد دارد به بررسی تاثیر بازاریابی ورزشی در حضور حامیان مالی بر جذب تماشاچیان رشته ورزشی بدمیتون و در نتیجه، افزایش درآمد در این رشته بپردازد.

بیان مسئله

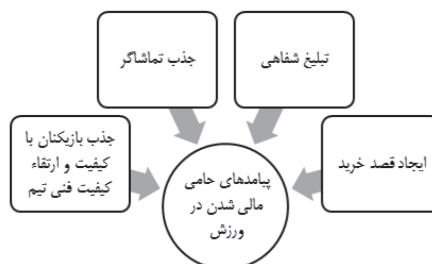
با توجه به تحقیقات انجام شده پیشین (تسیوتسو و الکساندریس، ۲۰۰۷) چنین تصور می شود که جذب بازیکن، جذب تماشاگر و ارتقای کیفیت فنی تیم ها از پیامدهای حامی مالی در صنعت ورزش می باشد و جذب تماشاگر، جذب بازیکنان با کیفیت و ارتقای کیفیت فنی تیم های ورزشی موجب وابستگی به تیم می شود و در نهایت وابستگی به تیم باعث تبلیغات شفاهی و ایجاد قصد خرید در مشتریان برای محصولات حامی مالی می شود. (مشیکی اصفهانی و همکاران، ۱۳۹۳)

در تحقیق دیگری که در سال ۲۰۰۶ توسط فانک و جیمز در کشور نیجریه انجام شد مشخص گردید که سیاست های حمایتی دولت از ورزش، شرایط اقتصادی جامعه و سطح حرفه ای بودن ورزش آن کشور از جمله عوامل تاثیرگذار بر حامی مالی ورزشی شدن می باشد. همچنین، جی جی کوو در سال ۲۰۰۹ به این نتیجه رسید که توسعه آگاهی عمومی از نشان تجاری، افزایش میزان فروش و ایجاد تصویر مثبت از نشان تجاری از پیامدهای حامی مالی در صنعت ورزش می باشد. (احسانی، ۱۳۹۲)

روش شناسی پژوهش

روش این تحقیق از نوع توصیفی- تحلیلی می باشد و چون هدف تحقیق حاضر بررسی پیامدهای حامی مالی شدن در ورزش و ارائه راهکارهایی جهت جذب تماشاگران ورزشی با استفاده از جذب حامیان مالی در ورزش در ایران می باشد، از نظر هدف، کاربردی در نظر گرفته می شود. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون های توصیفی و استنباطی استفاده شده و روش آمارگیری در مواردی به صورت سراسری و تصادفی و در مواردی نیز آمارگیری خوشه ای و به روش توده اصلی بوده است. لذا بر اساس مطالعات صورت گرفته، مدلی تشریحی به صورت شکل ۱ طراحی می گردد:

شکل ۱: مدل تشریحی پژوهش



کلیه شهروندانی که در شش ماهه دوم سال ۱۳۹۴ در آمار فدراسیون ثبت شده اند، جامعه آماری این تحقیق را تشکیل می دهند که برابر با ۳۵۰۰۰۰ نفر بوده اند. از فرمول کوکران برای برآورد نمونه استفاده شده است. بر اساس فرمول فوق، حجم نمونه در این تحقیق برابر با ۳۸۴ نفر است:

$$\hat{n} = \frac{z^2 pq / d^2}{1 + \frac{1}{n} (z^2 \frac{pq}{d^2} - 1)}$$

فرمول کوکران

ابزار گردآوری اطلاعات در این تحقیق، پرسشنامه محقق ساخته است و برای تهیه پرسشنامه، بعد از شناسایی متغیرهای کلیدی، تعدادی پرسش با هدف سنجش و اندازه گیری هر یک از متغیرهای مذکور، طرح گردید. همچنین برای ایجاد شناخت از جامعه آماری، تعدادی پرسش با هدف شناسایی متغیرهای دموگرافیک (سن، جنس و تحصیلات) طرح گردید. تعداد سوالات پرسشنامه این تحقیق ۲۱ سوال بوده که متغیرها و شماره سؤالات این پرسشنامه در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱: متغیرها و شماره سؤالات پرسشنامه

ردیف	ارتباط مورد بررسی	شماره سؤالات پرسشنامه
۱	بازیکن با کیفیت فنی بالا و نقش آنها در حامی مالی شدن	۳ و ۱
۲	بازیکن با کیفیت فنی بالا و نقش آنها در جذب تماشاگر	۶ و ۴
۳	تبلیغ شفاهی و نقش آن در حامی مالی شدن	۹ و ۷
۴	تبلیغ شفاهی و نقش آن در جذب تماشاگر	۱۲ و ۱۰
۵	ایجاد قصد خرید و نقش آن در حامی مالی شدن	۱۵ و ۱۴ و ۱۳
۶	ایجاد قصد خرید و نقش آن در جذب تماشاگر	۱۸ و ۱۷ و ۱۶
۷	جذب تماشاگر و نقش در حامی مالی شدن	۲۱ و ۲۰ و ۱۹

پرسش های طرح شده در مقیاس پنج درجه ای لیکرت با گزینه های ۱- کاملاً مخالف ۲- مخالف ۳- بی نظر ۴- کمی موافق ۵- کاملاً موافق مورد سنجش قرار گرفته اند.

جهت بررسی پایایی پرسشنامه با توزیع ۳۰ پرسشنامه و محاسبه "آلفای کرونباخ"، پایایی پرسشنامه ۰/۸۹ محاسبه شد. همچنین جهت بررسی روایی صوری و بهره گیری از نظر متخصصان و اساتید گروه تربیت بدنی و مدیریت بازرگانی، پرسشنامه برای آنها ارسال گردید که پس از جمع آوری نقطه نظرات ایشان از نظر تبیین سوالات با اهداف تحقیق، قابل فهم بودن سوالات و سایر موارد اصلاحات لازم صورت گرفت. در نهایت، جهت تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده از آزمون "کلموگروف اسمیرنوف" برای بررسی نرمال بودن توزیع و جهت تجزیه و تحلیل فرضیات از آزمون همبستگی "فریدمن" بهره گرفته شده است.

یافته های پژوهش

بررسی نرمال بودن توزیع داده ها

استنباط آماری که در این تحقیق استفاده شده است، آزمون میانگین یک جامعه می باشد و برای نشان دادن

ارتباط متغیرها استفاده شده است. در زیر نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده ها به صورت تفکیکی بررسی شده است. از آزمون کلموگروف اسمیرنوف برای طبیعی بودن توزیع داده ها استفاده شده که نتایج آن در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲: نتایج آزمون کلموگروف اسمیرنوف جهت بررسی نرمال بودن توزیع داده ها

۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	فرضیات
۰/۶۴	۱/۱۱	۱/۰۲	۱/۰۵	۱/۱۸	۰/۸۸	۰/۷۶	Z
۰/۲۱	۰/۱۷	۰/۱۶	۰/۲	۰/۱۲	۰/۱	۰/۱۹	سطح معناداری

$$0/05 > P^*$$

همانگونه که در جدول ۲ مشهود است، سطح معناداری آزمون کلموگروف اسمیرنوف بالاتر از حد ۰/۰۵ می باشد و می توان گفت توزیع داده ها طبیعی است. بنابراین میتوان از آزمون همبستگی پیرسون برای بررسی فرضیات استفاده کرد.

بررسی همبستگی متغیرها

با توجه به نرمال بودن داده ها، از آزمون همبستگی پیرسون برای بررسی رابطه بین متغیرهای تحقیق در هر فرضیه استفاده شد و نتایج زیر به دست آمد:

جدول ۳: نتایج آزمون همبستگی پیرسون

r	Sig.	گویه ها
۰/۵۴	۰/۰۰۱	بازیکن با کیفیت فنی بالا و نقش آنها در حامی مالی شدن
۰/۴۹	۰/۰۰۱	بازیکن با کیفیت فنی بالا و نقش آنها در جذب تماشاگر
۰/۴۶	۰/۰۱	تبلیغ شفاهی و نقش آن در حامی مالی شدن
۰/۳۹	۰/۰۰	تبلیغ شفاهی و نقش آن در جذب تماشاگر
۰/۵۱	۰/۰۰	ایجاد قصد خرید و نقش آن در حامی مالی شدن
۰/۴۲	۰/۰۰	ایجاد قصد خرید و نقش آن در جذب تماشاگر
۰/۶۳	۰/۰۰	جذب تماشاگر و نقش در حامی مالی شدن

$$0/05 > P^*$$

با توجه به خروجی آزمون همبستگی پیرسون در جدول فوق میتوان گفت تمامی فرضیات تحقیق مورد تأیید می باشند، زیرا سطح معناداری آنها کمتر از حد ۰/۰۵ میباشد. از بین این فرضیات بیشترین همبستگی مربوط به دو متغیر جذب تماشاگر و نقش آن در حامی مالی شدن می باشد و کمترین میزان همبستگی مربوط به دو متغیر تبلیغات شفاهی و نقش آن در جذب تماشاگر میباشد.

رتبه بندی متغیرهای مستقل با استفاده از آزمون فریدمن

به منظور شناخت بالاترین رتبه مربوط به ارتباط بین دو متغیر تبلیغ شفاهی و نقش آن در جذب تماشاگر از آزمون فریدمن برای رتبه بندی میانگین متغیرها استفاده شد که نتایج آن در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴: نتایج آزمون فریدمن

ردیف	گویه ها	نتایج
۱	ایجاد قصد خرید و نقش آن در جذب تماشاگر	۴/۳۳
۲	بازیکن با کیفیت فنی بالا و نقش آنها در حامی مالی شدن	۴/۲۷
۳	تبلیغ شفاهی و نقش آن در حامی مالی شدن	۴/۴۳
۴	ایجاد قصد خرید و نقش آن در حامی مالی شدن	۴/۲۲
۵	بازیکن با کیفیت فنی بالا و نقش آنها در جذب تماشاگر	۴/۱۷
۶	تبلیغ شفاهی و نقش آن در جذب تماشاگر	۴/۰۲
۷	جذب تماشاگر و نقش در حامی مالی شدن	۴/۰۱

همانگونه که از نتایج جدول فوق مشخص است، بالاترین رتبه مربوط به ارتباط بین دو متغیر تبلیغ شفاهی و نقش آن در جذب تماشاگر میباشد و کمترین رتبه میانگین مربوط به ارتباط دو متغیر بازیکن با کیفیت فنی بالا و نقش آن در جذب تماشاگر است.

ارتباط بین ورزش و اقتصاد، یک ارتباط تعاملی است و در صورت تعامل صحیح، برای هر دو طرف رابطه سودمندی خواهد بود؛ چنان که امروزه از ورزش به عنوان "صنعت ورزش" نام برده میشود و این صنعت یکی از درآمدزاترین صنایع در قرن ۲۱ به شمار میرود که بحث حمایت مالی از ورزش یا اسپانسرشیپ، یکی از راه های دستیابی به این تعامل سودمند دو طرفه است و در دهه های اخیر بسیار مورد توجه هم ورزش حرفه ای و هم مدیران کسب و کارها قرار گرفته است. در این پژوهش به بررسی تاثیر بازاریابی ورزشی در حضور حامیان مالی بر جذب تماشاچیان رشته ورزشی بدمیتون پرداخته شده است. بدین منظور از بین پرسشنامه های توزیع شده تعداد ۳۸۴ پرسشنامه مبنای محاسبات قرار گرفت. بررسی های صورت گرفته و خروجی نرم افزار نتایجی را به شکل زیر بیان کرد.

نتایج حاصل از آزمون میان متغیرها نشان می دهد که بین جذب بازیکنان با کیفیت و ارتقای فنی تیم و حامی مالی شدن در ورزش ارتباط معناداری وجود دارد. ضریب همبستگی این دو متغیر ۰/۵۴ است و این بدان معناست که رابطه مستقیم بین این دو متغیر وجود دارد؛ یعنی به ازای ۰/۵۴ افزایش در جذب بازیکنان با کیفیت و ارتقای فنی تیم، یک واحد افزایش حامی مالی شدن رخ می دهد و این نتیجه منطبق با نتایج به دست آمده از تحقیقات پیشین نیز هست. همچنین نتایج حاصل از آزمون میان متغیرها نشان می دهد که بین جذب بازیکنان با کیفیت و ارتقای فنی تیم و جذب تماشاگر ارتباط معناداری وجود دارد. ضریب همبستگی این دو متغیر ۰/۴۹ است و این بدان معناست که رابطه ای مستقیم بین این دو متغیر وجود دارد؛ یعنی به ازای ۰/۴۹ افزایش در جذب بازیکنان با کیفیت و ارتقای فنی تیم، یک واحد افزایش در جذب تماشاگر رخ می دهد. میان تبلیغات شفاهی و حامی مالی شدن در ورزش نیز ارتباط معناداری وجود دارد. ضریب همبستگی این دو متغیر ۰/۴۶ است و این بدان معناست که رابطه مستقیم بین این دو متغیر وجود دارد؛ یعنی اینکه به ازای ۰/۴۶ افزایش در تبلیغ شفاهی، یک واحد افزایش در حامی مالی شدن رخ می دهد.

همچنین میان ایجاد قصد خرید و حامی مالی شدن در ورزش ارتباط معناداری وجود دارد. ضریب همبستگی این دو متغیر ۰/۵۱ است و این بدان معناست که رابطه ای مستقیم بین این دو متغیر وجود دارد؛ یعنی به ازای ۰/۵۱ افزایش در ایجاد قصد خرید، یک واحد افزایش در حامی مالی شدن رخ میدهد. همبستگی بین قصد خرید و جذب تماشاگر ۰/۴۲ است و این بدان معناست که رابطه ای مستقیم بین این دو متغیر وجود دارد و

به ازای ۰/۴۲ افزایش در ایجاد قصد خرید، یک واحد افزایش در جذب تماشاگر رخ می دهد. در نهایت، همبستگی بین جذب تماشاگر و حامی مالی شدن در ورزش ۰/۶۳ است و این بدان معناست که رابطه ای مستقیم بین این دو متغیر وجود دارد؛ یعنی اینکه به ازای ۰/۶۳ افزایش در جذب تماشاگر، یک واحد افزایش در حامی مالی شدن رخ میدهد.

نتیجه گیری و پیشنهادها

جذب تماشاگران به ورزشگاه ها به دلیل اثر ایجاد تمایز برای تیم های ورزشی، افزایش توان رقابتی و اثر آن بر جذب حامیان مالی یکی از اهداف اولیه باشگاه های ورزشی است. برای جذب هرچه بیشتر تماشاگران و افزایش حضور آنان، شناخت عوامل تاثیرگذار بر تمایل و تصمیم آنها برای حضور، از اهمیت بسیاری برخوردار است. این تحقیق نشان داد که تبلیغات شفاهی و قصد خرید از جمله عوامل تاثیرگذار بر جذب تماشاگران و حضور آنان در ورزشگاه می باشد. علاوه بر آن، جذب تماشاگران نیز عاملی تاثیرگذار در جذب حامی مالی است. البته باید توجه داشت که جذب تماشاگران به ورزشگاه ها یک مساله چند بعدی است و برای دستیابی به این هدف باید در تمامی ابعاد بهبودهایی صورت گیرد. برخی عوامل موثر عبارت اند از: قیمت بلیط، نحوه توزیع بلیط، ایجاد فضایی مفرح در ورزشگاه، وجود امکانات و تسهیلات، ارتقای کیفیت و جذابیت مسابقات، جایگاه تیم ها و بازیکنان در رده بندی های جهانی، قارهای و کشوری، برنامه ریزی منظم مسابقات، تبلیغات بصری مناسب و قرعه کشی و اهدای جایزه در میان تماشاگران.

بدین ترتیب می توان با ایجاد سامانه های هواداری به تسهیل و تداوم ارتباط میان تماشاگران و بازیکنان و تیم ها و مدیریت در ورزش بدمیتون، حمایت از لیدرهای تماشاگران، ایجاد احترام در سرفصل مذاکرات مدیریتی اسپانسرشیپ ها و مدیران تیم ها در ارتباط با تماشاگران و ارتقای امکانات رفاهی در کنار ورزشگاه ها و یک محل رسیدگی به شکایات، پیشنهادات و پیگیری نظرات در محل انجام مسابقات و نیز ارائه خدمات فرهنگی به هواداران پرداخت که از یک سو موجب ایجاد نگرشی مثبت در آنان نسبت به رشته ورزشی بدمیتون می شود، و از سوی دیگر، شفاف سازی و افشای نسبی اطلاعات مدیریتی و مالی به حامیان مالی این رشته ورزشی و جلب رضایت و اطمینان لازم به حامیان مالی را در مورد بازگشت سرمایه شان در پی خواهد داشت.

منابع

- آقازاده، ه؛ استیری، م و محمدی، ع. (۱۳۸۷). "بررسی موانع درون سازمانی بازاریابی موسسه های ورزشی". مجله حرکت. شماره ۳۶، تابستان.
- احسانی، م؛ عظیمزاده، م. و زارع، م. (۱۳۹۲). توسعه برنامه های موفق بازاریابی ورزشی. چاپ اول، تهران: انتشارات حتمی
- المیری، م. (۱۳۸۸). بررسی عوامل موثر بر حضور تماشاگران در ورزشگاه ها. انتشارات دانشگاه گیلان
- رحمتی، م. (۱۳۸۵). تاملی جامعه شناسانه بر تجاری شدن ورزش. انتشارات دانشگاه گیلان
- فاضلی، ن. (۱۳۸۹). "رابطه ورزش با رسانه ها در ایران". ماهنامه علوم اجتماعی. شماره ۱۹.
- مشبکی اصفهانی، اصغر و یاراحمدی، ع. (۱۳۹۳). "بررسی نقش نیازهای خود تعریفی طرفداران بر قصد خرید آنها از محصولات و خدمات شرکت های حامی باشگاه های ورزشی (مطالعه موردی: طرفداران باشگاه والیبال پیکان)". دوفصلنامه مدیریت و توسعه ورزش. پاییز و زمستان، شماره ۲.

- Lozano, Macarena and Valles, Jose, March. (2007). "An analysis of the implementation of an environmental management system in a local public administration". Journal of Environmental management, Vol 82, Issue 4, PP: 495-511
- Alexandris, K., & Tsaousi, E. (2007). "Predicting sponsorship outcomes from attitudinal constructs: the case of a professional basketball event ". Sport Marketing Quarterly, 16 (3) :130
- Carlson, B.D., & Donavan D.T. (2008). "Concerning the Effect of Athlete Endorsements on Brand and Team-Related Intentions". Sport Marketing Quarterly, 17(3):154-62
- Funk, D.C., & James J.D. (2006). "Consumer Loyalty: the Meaning of Attachment in the Development of Sport Team Allegiance." Journal of Sport Management, 20 (2): 2535
- Gwinner, K. & Swanson, S. (2003). "A model of fan identification: antecedents and sponsorship outcomes". Journal of Services Marketing, 17 (2): 75-94
- Koo, J.J. (2009). Brand management strategy for korean professional football teams: a model for understanding the relationships between team brand identity, fans' identification with football teams, and team brand. Loyalty Brunel University
- Kotler, Philip. & Keller, L. Kevin. (2012). Marketing Management. 14e. Pearson Education Limited
- Kotler, Philip and Keller, Kevin L. (2005). "American Customer Satisfaction". Index _ Annule _ commerce report

ارتباط بین رفتار سیاسی و سلامت سازمانی با دبستگی شغلی کارکنان وزارت ورزش و جوانان

علیرضا خسروی^۱

سید صلاح الدین نقشبندی^۲

علی محمد امیرتاش^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۲/۱۶

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۴/۲۲

هدف کلی این پژوهش، بررسی ارتباط بین رفتار سیاسی و سلامت سازمانی با دبستگی شغلی کارکنان وزارت ورزش و جوانان بود. جامعه آماری پژوهش حاضر را کلیه کارکنان وزارت ورزش و جوانان تشکیل می دادند که تعداد آنها ۶۵۰ نفر بود. نمونه آماری براساس جدول مورگان به تعداد ۲۴۰ نفر به صورت تصادفی ساده انتخاب شدند. برای جمع آوری داده ها در این پژوهش از چهار "پرسشنامه اطلاعات شخصی" (جنسیت، سن، وضعیت تاهل، میزان تحصیلات و سابقه)، "پرسشنامه مقیاس ادراک رفتارهای سیاسی سازمانی" کاسمار و کارلسن (۱۹۹۴)، "پرسشنامه سلامت سازمانی هوی و فیلدمن" (۱۹۹۶) و همچنین برای دبستگی شغلی از "پرسشنامه کانونگو" (۱۹۸۲) استفاده گردید. تجزیه و تحلیل داده ها نیز در دو سطح توصیفی و آمار استنباطی - با استفاده از کلموگروف اسمیرنف، همبستگی پیرسون و رگرسیون چندمتغیره - انجام گرفت. لازم به ذکر است که در کلیه تجزیه و تحلیل ها از نرم افزار اس پی اس اس نسخه ۲۲ استفاده شد. نتایج نشان داد که سلامت سازمانی رابطه مستقیم و معناداری با شدتی قوی با دبستگی شغلی دارد ($r = 0.716$). نتایج نشان داد که رفتار سیاسی رابطه معکوس و معناداری با شدتی متوسط با دبستگی شغلی دارد ($r = -0.342$). همچنین، مولفه های سلامت سازمانی با دبستگی شغلی کارکنان وزارت ورزش و جوانان، رفتار سیاسی را پیش بینی می کنند.

واژگان کلیدی: رفتار سیاسی، سلامت سازمانی، دبستگی شغلی و وزارت ورزش و جوانان

۱. کارشناس ارشد، مدیریت ورزشی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲. استادیار، مدیریت ورزشی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Salah.naghsbandi@yahoo.com

۳. استاد تمام، مدیریت ورزشی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

مقدمه

از دیرباز، توجه به انسان در دنیای سازمان و مدیریت، مد نظر صاحب‌نظران بوده است. این توجه، روز به روز افزایش یافته تا جایی که امروز در آغاز هزاره سوم نیروی انسانی را مشتریان اول سازمان‌ها نام نهاده‌اند. به دیگر سخن، در عصر جدید ضرورت پاسخگویی به نیازهای اساسی کارکنان در اولویت اول قرار دارد؛ زیرا نیل به اهداف، رسالت و مأموریت‌های سازمانی در گرو تأمین اهداف و خواسته‌های منطقی و مشروع منابع انسانی و به خصوص تأمین نیازهای آنان است (احمدی و همکاران، ۱۳۹۳). نیروی انسانی که امروزه از آن به عنوان "سرمایه انسانی" یاد می‌کنند، یکی از مهم‌ترین سرمایه‌های هر سازمانی است که کیفیت آن می‌تواند در رشد و تعالی سازمان نقش به سزایی داشته باشد (براد و همکاران، ۲۰۱۵). بسیاری از صاحب‌نظران معتقدند که مدیران باید با اقدامات شایسته و صحیح، این نیروی بالقوه را به نیروی بالفعل تبدیل نمایند و آن را در جهت اهداف سازمان هدایت کنند (حیدری و همکاران، ۱۳۸۹).

بیشتر مدیران سازمان‌ها در بیان مشکلات سازمان خود، به مسائل "انسانی" اشاره می‌کنند. آنان درباره ناکافی بودن مهارت‌های برقراری ارتباط در مدیران و کارکنان، نداشتن انگیزه، تضاد و تعارض بین کارکنان در سازمان، مقاومت کارکنان در تجدید سازمان و مشکلات مشابه صحبت می‌کنند (تابلی و ریحانی یساولی، ۱۳۹۴). از آنجایی که هنر مدیران این است که بتوانند امور سازمان را به وسیله رؤسا، هم ترازان و زیردستان انجام دهند، بنابراین، داشتن دانش و مهارت‌های ذریبط در رفتار سازمانی اهمیت زیادی دارد. یکی از متغیرهای مؤثر در کارایی سازمان، رفتار سیاسی است (چاوشی، ۱۳۸۶). احتمالاً یکی از دلایل اصلی که افراد سیاست‌های سازمانی را به کار می‌گیرند، تمایل به قدرت است. تمایل به قدرت در سازمان از نیازهای معمول انسانی است. بیشتر تحقیقات درباره رفتار سیاسی نشان داده است که شیوع رفتار سیاسی، تمایل به جابه‌جایی و انصراف و کناره‌گیری از کار و تحلیل رفتگی شغلی را افزایش می‌دهد (کرمی و یوسفی، ۱۳۹۲). آدامز و همکاران (۲۰۰۸) در پژوهشی دریافتند که رفتار سیاسی شامل اسناد فرد از رفتارهای تمایل به خویش خدمتی است و به عنوان ارزشیابی ذهنی فرد درباره میزانی که محیط کار توسط افرادی که رفتار خویش خدمتی را نشان می‌دهند، مشخص می‌شود (آدامز و همکاران، ۲۰۰۸).

با این وجود می‌توان گفت که رفتارهای سیاسی، بخشی از شرح وظایف رسمی پرسنل در سازمان محسوب نمی‌شوند، اما به دلیل تأثیر آن بر کسب منافع و دفع خطر، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار اند. کسانی که به این سیاست‌ها مبادرت می‌ورزند، آگاهانه به انواع بازی‌های سیاسی روی می‌آورند که نقشی در نیل به اهداف سازمانی ندارد. هر چند که امکان حذف چنین رفتارهایی در سازمان وجود ندارد، اما آگاهی از نحوه بروز آنها می‌تواند مدیران را در کاهش اثرات مخربش یاری دهد. پس می‌توان گفت که رفتارهای سیاسی از یک طرف، اهداف سازمان را تحقق می‌بخشند و از طرف دیگر، مانع نیل به اهداف سازمان می‌باشند (سلاجه و ناظری، ۱۳۸۹). رفتار سیاسی، آن دسته از فعالیت‌هایی است که انجام آن‌ها به طور رسمی در سازمان ضرورت ندارد، اما در عین حال در امر توزیع پاداش و تخصیص منابع سازمانی اعمال نفوذ می‌کند. به عبارت دیگر، رفتار سیاسی شامل فعالیت‌هایی است که در یک سازمان برای کسب قدرت و برای اهمیت قائل شدن به اولویت‌های یک فرد قدرت‌طلب در موقعیتی که در آن عدم اطمینان یا ثبات در سازمان وجود دارد، صورت می‌پذیرد. به عبارت دیگر، هنگامی که در سازمان منافع فردی بر منافع سازمانی ترجیح داده می‌شود، نیروی

بالقوه رفتار سیاسی در سازمان به صورت بالفعل ظاهر خواهد شد (وبر^۱ و همکاران، ۲۰۰۹). رفتار سیاسی، یکی از عوامل تأثیر گذار در سازمان می باشد. به غیر از رفتار سیاسی عوامل مهم دیگری وجود دارند که از جمله آنها می توان سلامت سازمانی را نام برد. سلامت سازمانی، اشاره به وضعیتی دارد که رشد، توسعه و بالندگی یک سازمان را تسهیل می کند و نیل به اهداف را مقدور می سازد. در سازمان های سالم کارمندان و وظیفه شناس هستند، روحیه عملکرد بالایی دارند، شبکه های ارتباطی باز و سودمند است و افراد دوست دارند به محل کارشان بیایند و از اینکه در این محل کار می کنند، احساس افتخار و غرور دارند (علاقه بند، ۱۳۸۸). از نظر کلارک، یک سازمان سالم هم نوآور و هم سازگار است، ظرفیت بالایی برای تحمل بحران های درونی و بیرونی دارد و قادر به پیشروی به سطوح جدید فعالیت می باشد (دیویس^۲، ۱۹۹۱). سلامت سازمانی از عوامل زیادی تأثیر می پذیرد که می تواند در دست یابی به اهداف سازمانی مؤثر واقع شود، منجر به اثربخشی سازمان شود و در نهایت در بازدهی سازمان کارایی داشته باشد (سیندر^۳، ۲۰۰۰). می توان گفت که سلامت سازمانی مفهومی نسبتاً جدید در سازمان است که شامل توانایی سازمان برای انجام وظایف خود به طور مؤثر در راستای رشد و بهبود سازمانی است. یک سازمان سالم، جایی است که افراد می خواهند در آنجا بمانند و کار کنند و خود افرادی سودمند و مؤثر باشند. سلامت سازمانی تأثیرات مثبتی دارد که اهمیت دو چندان این موضوع را نشان می دهد (مظلومی، ۱۳۸۹). کاترین^۴ در پژوهش خود نشان داد که از طریق سلامت سازمانی می توان استعداد های اعضا را شناسایی کرد تا با استفاده از آنها، اهداف سازمانی به شکل مطلوبی تحقق پیدا کند (کاترین^۵، ۲۰۰۷).

در چند سال اخیر محققان نشان داده اند که عوامل زیادی می تواند بر سلامت سازمانی تأثیر گذار باشد یکی از این عوامل، دلبستگی شغلی است. دلبستگی شغلی عامل اساسی در زندگی کاری اغلب مردم می باشد. به عنوان یک نگرش، عامل اساسی در به حداکثر رساندن اثربخشی سازمانی است. دو نوع عامل به شدت مرتبط که به ارتقای دلبستگی شغلی کمک می کنند عبارت اند از: جو روانشناختی و فعالیت ها و سیاست های منابع انسانی (علوم، ۱۳۹۳). دلبستگی شغلی به خصوصیات شخصی و ماهیت وظایف کاری وابسته است. در بین دیدگاه های متنوع درباره دلبستگی شغلی، واقع بین ترین آن تابعی از شخصیت و جو سازمانی است. دلبستگی شغلی با انگیزش و خشنودی شغلی رابطه تنگاتنگی دارد (فولادوند، ۱۳۸۶).

حیدری نژاد و همکاران (۱۳۹۰) در تحقیقات خود نشان دادند که دلبستگی شغلی به یک حالت تعیین هویت روانشناختی با کار بر می گردد یا درجه ای که یک شغل، مرکزی برای هویت یک فرد است. سطح بالای دلبستگی شغلی به این معناست که فرد شغلی خاص را به خود نسبت می دهد و آن را معرف خود می داند. داشتن کارکنان با دلبستگی شغلی بالا ممکن است به سازمان سود برساند، زیرا وقتی که افراد در کارشان غوطه ور می شوند، انگیزش آنها افزایش می یابد که این خود ممکن است تأثیر مثبتی بر عملکرد شغلی آنها بگذارد (اکبری و همکاران، ۱۳۹۳). همچنین، کشاورز و همکاران در پژوهشی با عنوان "رابطه سلامت روانی و دلبستگی شغلی در معلمان تربیت بدنی شهر یاسوج" دریافتند که به ترتیب اختلال شخصیت، اضطراب، افسردگی، شکایت های جسمانی، حساسیت در روابط بین فردی، وسواس - اجبار، پرخاشگری و روان پریشی، مهم ترین ابعاد سلامت روانی معلمان تربیت بدنی شهر یاسوج بودند و بین اولویت این عوامل

1. Weber
2. Davis
3. Snider
4. Kotrine
5. Kotrine

تفاوت معناداری وجود دارد. میزان سلامت روانی در بین معلمان تربیت بدنی شهر یاسوج در حد مطلوب بود. همچنین، دلبستگی شغلی در بین معلمان تربیت بدنی شهر یاسوج در حد مطلوب قرار داشت. در پایان، بین سلامت روانی و ابعاد آن با دلبستگی شغلی معلمان تربیت بدنی شهر یاسوج رابطه منفی و غیر معنی داری مشاهده شد. دلبستگی شغلی از موضوعات تحقیقی جالب رو به رشد می باشد. در واقع، مفهوم دلبستگی شغلی به عنوان یک بازخورد، متغیر مهمی است که به افزایش اثر بخشی سازمان کمک می کند. هرچه سطح دلبستگی شغلی کارکنان یک سازمان بالا باشد، اثر بخشی آن نیز افزایش خواهد یافت (علومی، ۱۳۹۳). با توجه به اهمیت سه متغیر ذکر شده برای پیشرفت سازمان ها و خود کنترلی افراد در سازمان ها و اثر بخشی افراد درون سازمان ها، در این پژوهش محقق درصدد است که به این سوال پاسخ دهد: چه ارتباطی بین رفتار سیاسی و سلامت سازمانی با دلبستگی شغلی کارکنان وزارت ورزش و جوانان وجود دارد؟

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر توصیفی-همبستگی، از نوع تحقیقات پیمایشی و به لحاظ هدف، کاربردی بود. این پژوهش به روش میدانی بوده و گرد آوری داده های آن به صورت پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش حاضر را کلیه کارکنان وزارت ورزش و جوانان تشکیل دادند که تعداد آنها ۶۵۰ نفر بود. تعداد نمونه آماری براساس جدول مورگان به تعداد ۲۴۰ نفر به صورت تصادفی ساده انتخاب شدند. برای جمع آوری داده ها در این پژوهش به ترتیب از چهار "پرسشنامه مربوط به اطلاعات شخصی" (جنسیت، سن، وضعیت تاهل، میزان تحصیلات و سابقه)، "پرسشنامه مقیاس ادراک رفتارهای سیاسی سازمانی" کاسمار و کارلسن (۱۹۹۴) - که شامل سه مولفه رفتارهای سیاسی عمومی، موفقیت به واسطه همکاری و سیاست پرداخت و ارتقا- برای سلامت سازمانی از "پرسشنامه سلامت سازمانی" هوی و فیلدمن (۱۹۹۶) - با هفت مولفه یگانگی نهادی، نفوذ مدیر، ملاحظه گری، ساخت دهی، پشتیبانی منابع، روحیه و تاکید علمی" و برای دلبستگی شغلی از "پرسشنامه کانونگو" (۱۹۸۲) استفاده شده است.

روایی صوری و محتوایی پرسشنامه ها توسط ۱۵ نفر از اساتید مدیریت ورزشی مورد تایید قرار گرفت و پایایی آنها نیز از طریق آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۷۹، ۰/۸۴ و ۰/۸۲ به دست آمد. پژوهشگر اقدام به توزیع ۲۶۰ پرسشنامه کرد و پس از کنار گذاشتن پرسشنامه های مخدوش، تعداد ۲۴۰ پرسشنامه تکمیل شده مورد تجزیه و تحلیل آماری قرار گرفت. تجزیه و تحلیل داده ها نیز در دو سطح توصیفی و آمار استنباطی- با استفاده از کلموگروف اسمیرنف، همبستگی پیرسون و رگرسیون چندمتغیره- انجام گرفت. لازم به ذکر است که در کلیه تجزیه و تحلیل ها از نرم افزار اس پی اس اس نسخه ۲۲ استفاده شد.

یافته های پژوهش

با توجه به نتایج، پاسخ گویانی که در رده سنی ۴۱ تا ۵۰ سال هستند بیشترین فراوانی (۴۰ درصد) و افرادی که در فاصله سنی زیر ۳۰ سال می باشند، کمترین فراوانی را به خود اختصاص داده اند (۸ درصد). با بررسی یافته های پژوهش معلوم شد که بیشتر پاسخ گویان مورد مطالعه (۷۰/۴ درصد) مرد و بقیه (۲۰/۶ درصد) نیز مجرد بوده اند. همچنین، بیشتر پاسخ گویان (۷۸ درصد) متأهل و ۲۲ درصد نیز مجرد بوده اند. همچنین نتایج نشان داد پاسخ گویانی که دارای تحصیلات لیسانس می باشند، بیشترین فراوانی (۳۶ درصد) و پاسخ گویانی که دارای تحصیلات دکتری می باشند، کمترین فراوانی را به خود اختصاص داده اند (۳ درصد). بیشترین پاسخ

گویان دارای سابقه کاری ۱۱ تا ۱۵ سال (۲۵ درصد) بوده‌اند و کمترین فراوانی مربوط به سابقه کاری زیر ۵ سال (۱۱/۳ درصد) بوده است.

جدول ۱: ارتباط بین رفتار سیاسی و سلامت سازمانی با دلبستگی شغلی کارکنان وزارت ورزش و جوانان

متغیر	دلبستگی شغلی		
	ضریب همبستگی	سطح معناداری	ضریب تعیین
سلامت سازمانی	۰/۷۱۶	۰/۰۰۲	۵۱/۲۶
رفتار سیاسی	-۰/۳۴۲	۰/۰۰۴	-۱۱/۶۹

سلامت سازمانی رابطه مستقیم و معناداری با شدتی قوی با دلبستگی شغلی دارد ($r = ۰/۷۱۶$)؛ یعنی با افزایش سلامت سازمانی، دلبستگی شغلی با شدتی قوی افزایش می‌یابد. نتایج نشان داد که رفتار سیاسی رابطه معکوس و معناداری با شدتی متوسط با دلبستگی شغلی دارد ($r = -۰/۳۴۲$)؛ یعنی با افزایش رفتار سیاسی، دلبستگی شغلی با شدتی متوسط کاهش می‌یابد.

جدول ۲: نتایج رگرسیون چند متغیره برای پیش بینی رفتار سیاسی و سلامت سازمانی با دلبستگی شغلی کارکنان وزارت ورزش و جوانان

خلاصه مدل					
مدل	ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تعیین R^2	ضریب تعیین تعدیل شده $R_2 \text{ adj}$	خطای استاندارد برآورد	دوربین واتسون
۱	-۰/۸۳۶	۰/۶۹۸	۰/۶۹۶	۰/۳۴۹	۱/۹۱
متغیرهای پیش بین: مولفه سلامت سازمانی، دلبستگی شغلی متغیر ملاک: رفتار سیاسی					

به منظور خودهمبستگی باقیمانده رگرسیون با این هدف که آیا باقیمانده در رگرسیون مستقل هستند یا خیر از آزمون دوربین واتسون استفاده شد. چنانچه آماره آزمون دوربین واتسون بین ۱/۵ تا ۲/۵ باشد، فرض صفر (استقلال خطاها) پذیرفته می‌شود و در غیر این صورت فرض صفر تأیید می‌شود. با توجه به جدول ۳، مقدار آماره دوربین - واتسون (۱/۹۱) آمده است که در فاصله ۱/۵ و ۲/۵ قرار دارد. بنابراین فرض استقلال خطاها پذیرفته است. برحسب مقادیر برآورد شده در جدول بالا و مقدار ضریب همبستگی چندگانه می‌توان گفت که بین مولف های رفتار سیاسی و سلامت سازمانی با دلبستگی شغلی کارکنان وزارت ورزش و جوانان رابطه منفی و معناداری وجود دارد ($R = -۰/۸۳۶$). از طرفی، مقدار ضریب تعیین تعدیل شده ($R_2 \text{ adj} = ۰/۶۹۶$) نشان می‌دهد که ۰/۶۹۶ درصد از کل تغییرات رفتار سیاسی را مولفه های سلامت سازمانی با دلبستگی شغلی کارکنان وزارت ورزش و جوانان پیش بینی می‌کنند.

جدول ۳: نتایج آزمون آنوا

مدل	مجموع مجزورات	درجه آزادی	مربع میانگین ها	F	Sig
رگرسیون باقیمانده	۶۷/۱۳۶ ۲۸/۹۸۹	۲ ۲۳۷	۳۳/۵۶۸ ۰/۱۲۲	۲۷۴/۴۳۳	۰/۰۰۱
کل	۹۶/۱۲۵	۲۳۹			

برحسب مقادیر برآورد شده در جدول بالا، می توان گفت که مقدار آزمون F در سطح خطای کمتر از ۰/۰۵ معنادار است؛ بدین معنی که مدل رگرسیونی تحقیق مرکب از متغیر پیش بین و یک متغیر ملاک، مدل خوبی است.

جدول ۴: نتایج ضرایب تاثیر رگرسیونی متغیرهای پیش بین بر متغیر ملاک

مدل	متغیرهای پیش بین	ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد	t	Sig
		B	خطای استاندارد	Beta		
۱	(ثابت)	۰/۴۵۶	۰/۱۶۸	-	۲/۷۱۵	۰/۰۰۷
		-۰/۴۳۰	۰/۰۵۷	-۰/۴۷۷	-۷/۵۱۷	۰/۰۰۱
	دبستگی شغلی	۱/۳۵۲	۰/۰۷۲	۱/۱۸۶	۱۸/۶۸۷	۰/۰۰۱

برحسب مقادیر برآورد شده در جدول بالا، می توان گفت که رابطه بین رفتار سیاسی و سلامت سازمانی با دبستگی شغلی کارکنان وزارت ورزش و جوانان معنادار است؛ به عبارت دیگر، به ازای افزایش یک انحراف استاندارد در مولفه های سلامت سازمانی با دبستگی شغلی بر رفتار سیاسی کارکنان وزارت ورزش و جوانان به ترتیب میزان $-۰/۴۷۷$ و $۱/۱۸۶$ انحراف استاندارد افزایش می یابد.

بحث و نتیجه گیری

امروزه به دلیل اهمیت خلاقیت و توسعه خواسته ها، نیاز به تصمیماتی اساسی در زمینه استفاده از استعدادها در سازمان است، زیرا چنانچه افراد نسبت به سازمان خود متعهد باشند، همواره حامی آن (چه در داخل و چه در خارج) بدون کنترل مستقیم از سوی مدیران خواهند بود. رفتار سیاسی و ادراک سیاست سازمانی، سازه های جداگانه ای هستند که به طور متقابل با یکدیگر مرتبطند. سطوح بالای ادراک سیاست سازمانی، تمایل به رفتار سیاسی را افزایش می دهد که خود، ادراک سیاست را تقویت می کند (فریز و همکاران، ۲۰۰۲). هدف کلی این پژوهش، بررسی ارتباط بین رفتار سیاسی و سلامت سازمانی با دبستگی شغلی کارکنان وزارت ورزش و جوانان بود. نتایج تحقیق نشان داد که سلامت سازمانی رابطه مستقیم و معناداری با شدتی قوی با دبستگی شغلی دارد ($r=۰/۷۱۶$)؛ یعنی با افزایش سلامت سازمانی، دبستگی شغلی با شدتی قوی افزایش می یابد. نتایج نشان داد که رفتار سیاسی رابطه معکوس و معناداری با شدتی متوسط با دبستگی شغلی دارد ($r=-۰/۳۴۲$)، یعنی با افزایش رفتار سیاسی، دبستگی شغلی با شدتی متوسط کاهش می یابد. با توجه به اینکه در تحقیقات گذشته بحث ارتباط بین رفتار سیاسی و سلامت سازمانی با دبستگی شغلی مورد بررسی جدی قرار نگرفته است و تحقیقی نیز در این زمینه موجود نمی باشد، نمی توان مقایسه دقیقی با تحقیقات

گذشته انجام داد و در بحث، بررسی و مقایسه نتایج سعی شده که به صورت کلی قیاس گردد. همان گونه که نتایج حاصل از این تحقیق هم نشان داد، با افزایش سلامت سازمانی، رفتار سیاسی با شدتی نسبتاً قوی کاهش می‌یابد. کمبود سلامت سازمانی و وجود بیش از حد رفتارهای سیاسی سازمانی بر روی رفتار کارکنان تأثیرگذار است؛ به گونه ای که کاهش سلامت سازمانی و افزایش رفتارهای سیاسی می‌تواند کارکنان را به سمت جو سکوت هدایت کند. همچنین، افزایش سلامت سازمانی و کاهش رفتارهای سیاسی در سازمان می‌تواند انگیزه و حس مسئولیت‌پذیری کارکنان را نسبت به سازمان و اهداف سازمانی افزایش دهد. فانی و همکاران در تحقیق خود نشان دادند افرادی که در تصمیم‌گیری‌ها مشارکت می‌کنند، فشار شغلی کمتری که نتیجه‌ای از ادراک سیاست سازمانی است، تجربه می‌کنند. بنابراین، عوامل فردی، شغلی و سازمانی بر ادراک سیاست‌ها اثر دارد و ادراک سیاست نیز به طور مثبت بر رفتار سیاسی تأثیر می‌گذارد. افراد بر اساس برداشت‌های خود از وجود سیاسی‌کاری در محیط کار عمل می‌کنند و احتمالاً واکنش‌های رفتاری را بر اساس این ادراکات شکل می‌دهند. سطوح بالای ادراک سیاست نشان‌دهنده محیط کاری تهدیدآمیز است. لازم به ذکر است به دلیل عدم اطمینان و همچنین وجود ابهامات در محیط کار، کارکنان به رفتار سیاسی روی می‌آورند تا نفع شخصی خود را تأمین کنند و این عدم اطمینان سازمانی (که در نتیجه همین رفتارهای سیاسی سازمانی می‌باشد)، پیامدهای منفی بسیاری برای سازمان دارد (فانی و همکاران، ۱۳۹۳). بنابراین افزایش سلامت سازمانی و کاهش رفتارهای سیاسی سازمانی می‌تواند حس اعتماد را در کارکنان تقویت و کارکنان را نسبت به حصول اهداف سازمانی متعهدتر کند. نتایج پژوهش احمدی و بازاراصفهان (۲۰۱۴) حاکی از آن بود که بین سبک‌های مدیریت و سلامت سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین، مشخص شد که سلامت سازمانی، میزان استرس را در کارکنان کاهش و میزان رضایت آن‌ها را افزایش می‌دهد. بنابراین با استفاده از نتایج این تحقیق می‌توان این گونه استنباط کرد که مدیران وزارت ورزش و جوانان، برای اینکه بتوانند جو سلامت سازمانی را در سازمانشان بیشتر کنند و کارمندی را در اختیار داشته باشند که نسبت به سازمان بی تفاوت نباشند، باید سعی کنند تا حد امکان رفتارهای سیاسی را در سازمانشان کاهش دهند و میزان سلامت سازمانی کارکنانشان را افزایش بخشند. با توجه به آنکه رفتار سیاسی، رابطه معکوس و معناداری با شدتی متوسط با دلبستگی شغلی دارد- یعنی با افزایش رفتار سیاسی، دلبستگی شغلی با شدتی متوسط کاهش می‌یابد- می‌توان گفت که گسترش روند دلبستگی شغلی معمولاً از سوی مدیران صورت می‌گیرد و نگرش و طرز برخورد آنها با این پدیده در اولویت قرار دارد و از آنجا که رفتارسیاسی، یادگیری را به دلیل عدم به اشتراک گذاری دانش کاهش، اثربخشی را کمتر و انجام تغییرات را سخت‌تر می‌سازد، انجام اقداماتی برای شکستن سد سکوت و تمایل بیشتر کارکنان به ابراز عقیده و سهم نمودن خود در سرنوشت سازمان ضرورت دارد. آتینک و همکارانش^۱ به این نتیجه رسیده‌اند هنگامی که قدرت تصمیم‌گیری در بالای سازمان جمع می‌شود، رفتار سیاسی ممکن است به منظور نفوذ بر تصمیم‌گیرندگان انجام شود. همچنین آن‌ها متوجه شدند کارکنانی که روابط مبتنی بر اعتماد مثبت با مدیران خود دارند، احساس می‌کنند با آنها کمتر برخورد سیاسی یا غیرمنصفانه می‌شود. در نتیجه، محیط سازمانی را محیط امنی برای ابراز نظرات و عقاید خود می‌بینند و از بیان پیشنهادات خود ابایی ندارند (آتینک و همکاران، ۲۰۱۰). از آنجا که افرادی که به عقیده‌های آنها پاسخ داده می‌شود و اصطلاحاً در سازمان به حساب آورده می‌شوند، به سازمان وابستگی پیدا می‌کنند و خود را ملزم به ماندن در کنار سازمان در هنگام سختی‌ها احساس می‌نمایند، دلبستگی شغلی آنها از این طریق افزایش می‌یابد. بنابراین پیشنهاد می‌شود که مدیران این گونه رفتارهای سیاسی را تا حد ممکن در سازمان

از بین ببرند و جو سازمانی را طوری پیش ببرند که کارکنان در محیط سازمان احساس امنیت کنند تا شاهد دلبستگی شغلی بیشتری از سوی کارمندان باشیم و سازمانی سالم داشته باشیم.

نتایج تحقیق نشان می دهد که ۶۹۹۶/۰ درصد از کل تغییرات رفتار سیاسی را مولفه سلامت سازمانی با دلبستگی شغلی کارکنان وزارت ورزش و جوانان پیش بینی می کنند. با توجه به تازگی موضوع پژوهش و یافت نشدن سوابقی که به طور اختصاصی به تبیین ارتباط بین مولفه های سلامت سازمانی و دلبستگی شغلی با رفتار سیاسی سازمانی پرداخته شده باشد، پژوهشگر در مقایسه سازی و اشاره به نتایج تحقیقات گذشته در محدودیت قرار داشت. لذا در بحث، بررسی و مقایسه نتایج سعی شده است که به صورت کلی قیاس گردد. تراویس و همکاران نیز، بی تفاوتی شغلی را به عنوان یکی از اثرات منفی رفتارسیاسی ذکر کرده اند (تویس، ۲۰۱۲). دترت و بوریس (۲۰۰۷) هم بیان نموده اند کارکنانی که عملکرد بهتری دارند، سخن گویی یا ابراز عقیده را یکی از وظایف شغلی خود می دانند و سطح عملکرد کارکنان، رابطه مثبتی با تداوم ابراز عقاید از سوی آنها دارد. زمانی که کارکنان احساس کنند در مراودات بین آنها و مدیران سازمان، مدیران با انصاف با آنها برخورد می کنند، رضایت شغلی شان افزایش می یابد و تلاش می کنند تا نظرات و ایده های خود را نه در جهت اعتراض، بلکه در جهت نفع رسانی به سازمان، افزایش دهند. می توان از نتایج این تحقیق چنان استنباط کرد که وجود رفتارهای سیاسی و همچنین کمبود سلامت سازمانی و دلبستگی شغلی در کارکنان، نقش موثری در بی اعتمادی آنان نسبت به سازمان و مدیران ارشد سازمانی دارد؛ به گونه ای که در سازمانی که رفتارهای سیاسی در آن زیاد باشد و همچنین کارکنان دلبستگی شغلی کمی داشته باشند، کم از اعتماد کارکنان به سازمان کاسته می شود و آنان ترجیح می دهند منافع شخصی خویش را در اولویت قرار دهند که در این صورت، سلامت سازمانی به خطر خواهد افتاد. لذا توصیه می گردد که مدیران جلساتی را با حضور همه کارکنان برگزار کنند و از نظرات آنان جویا شوند و این ذهنیت را در آنان ایجاد کنند که نقش مهمی در سازمان دارند. مایلز در بیان ویژگی های سازمان های سالم می گوید: "اهداف موسسه برای بیشتر کارکنان سازمان روشن است و کلیه فعالیت ها در جهت اهداف انجام می پذیرد؛ کارکنان نسبت به سازمان احساس تعلق می کنند و علاقه مند به اعلام نظرات خود در مورد مشکل هستند، زیرا نسبت به حل آن ها با خوش بینی اقدام می شود؛ مسائل در چارچوب امکانات موجود به صورت فعال و واقع بینانه برطرف می شود؛ کارکنان در جهت حل مشکلات به صورت غیررسمی و فارغ از عنوان و مقام رسمی با یکدیگر همکاری می کنند و درگیر این نیستند که ببینند مدیران سطح بالا چگونه فکر می کنند و حتی خواسته ها و نظرات رئیس موسسه را مورد سوال قرار می دهند". (جاهد، ۱۳۸۴)

با توجه به نتایج این پژوهش می توان نتیجه گرفت که رفتارهای سیاسی در سازمان را نمی توان از میان برد. رفتار سیاسی با همه محسنات و معایبش وجود دارد و از آن راه گریزی نیست. پس به نظر محقق بهتر است برای به حداقل رساندن مضرات آن و به حداکثر رساندن مزایای آن، رفتار سیاسی را تحت کنترل در آورد. برای این کار باید به شناختی درست از تاکتیک های سیاسی دست یافت تا سازمان سالم تر و دلبستگی شغلی کارکنان بیشتر شود.

باتوجه به اینکه رفتار سیاسی، رابطه معکوس و معناداری با شدتی متوسط با دلبستگی شغلی دارد، پیشنهاد می شود که مدیران سعی کنند این گونه رفتارهای سیاسی را تا حد ممکن در سازمان از بین ببرند و جو سازمانی را طوری بنا کنند که کارکنان در محیط سازمان احساس امنیت نمایند و دلبستگی شغلی آنها افزایش یابد. همچنین پیشنهاد می شود برای به وجود آوردن حس علاقه و دین در افراد نسبت به سازمان، از سبک تصمیم گیری مشارکتی استفاده شود.

منابع

- احمدی، عباداله و بذافشان، عباسعلی. (۱۳۹۳). "رابطه بین سبک های مدیریت با سلامت سازمانی و استرس شغلی کارکنان". رهیافی نو در مدیریت آموزشی. شماره ۲، صص: ۷۳-۹۰.
- امیرخانی، امیرحسین و امیرخانی، مهدی. (۱۳۹۴). "بررسی تأثیر بدگمانی کارکنان نسبت به تغییر سازمانی بر سلامت سازمانی". مدیریت دولتی. دوره ۷، شماره ۱.
- تابلی، حمید و ریحانی یساولی، عبدالله. (۱۳۹۴). "نقش تعدیل کننده تیپ های شخصیتی در رابطه بین رفتار سیاسی مدیران و رفتارهای ضدشهروندی کارکنان دانشگاه علوم پزشکی مشهد". مجله دانشگاه علوم پزشکی خراسان شمالی. جلد ۷ شماره ۱ صفحات ۲۰۹-۲۱۷.
- جاهد، حسینعلی. (۱۳۸۴). "سلامت سازمانی". مجله تدبیر. شماره ۱۵۹. ص ص ۱۰-۶.
- چاوشی، سید محمد حسین. (۱۳۸۶). "بررسی و مطالعه رابطه هوش عاطفی مدیران و میزان اعتماد زیردستان به آنان". پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، پردیس قم.
- حیدری نژاد صدیقه و مرادی پور، مهدی. (۱۳۹۰). "رابطه دلبستگی شغلی دبیران تربیتبدنی با جو سازمانی مدارس متوسطه شهر اهواز". مدیریت ورزشی. شماره ۸، ص ص ۲۱-۵.
- حیدری، زهرا؛ عسگریان، مصطفی و دوایی، مهدی. (۱۳۸۹). "بررسی رابطه بین جو سازمانی و مدیریت تعارض از دیدگاه دبیران". فصلنامه تازه های روانشناسی صنعتی / سازمانی. سال اول، شماره سوم، ص ۷۴-۶۵.
- سلاجیه، سنجر و ناظری، مژگان. (۱۳۸۹). "پژوهش تحلیلی در زمینه مدیریت رفتار سیاسی در سازمان ها". رهبری و مدیریت. سال چهارم، شماره ۱۴. ص ۱۳۶.
- علاقه بند، علی. (۱۳۸۸). مبانی نظری و اصول مدیریت آموزشی. تهران: نشر روان
- علومی، محسن. (۱۳۹۳). "ارتباط بین رفتارسیاسی و ارتقای شغلی کارکنان". پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه کردستان، دانشکده علوم انسانی گرایش مدیریت دولتی.
- فولادوند، خدیجه. (۱۳۸۶). "بررسی رابطه جو سازمانی با سلامت روانی کارکنان بیمارستان های دولتی شهرستان ایلام". مجله علمی دانشگاه علوم پزشکی ایلام، دوره پانزدهم، شماره اول.
- کرمی، فرزانه و یوسفی، بهرام. (۱۳۹۲). "ارتباط اعتماد بین فردی و رفتارهای سیاسی با سبک های حل تعارض در میان کارکنان ادارات کل تربیت بدنی استان های منتخب". مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۲۱، ص ۲۱۸-۱۹۵.
- کشاورز، لقمان؛ فراهانی، ابوالفضل و محمدیان، حیدر. (۱۳۹۳). "رابطه سلامت روانی و دلبستگی شغلی در معلمان تربیت بدنی شهر یاسوج". مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش. دوره ۱، شماره ۳، ص ص ۷۱-۷۸.
- مظلومی، پریسا و شاه طلایی، بدری. (۱۳۸۹). "رابطه بین سبک رهبری تحولی مدیران و سلامت سازمانی مدارس ابتدایی دخترانه شهر اصفهان". دانش و پژوهش در علوم تربیتی. شماره بیست و پنجم.
- مرتضی، اکبری؛ رضائی نژاد، رحیم؛ حاجی زاده، سجاد و هژبری، کاظم. (۱۳۹۳). "رابطه جو سازمانی مدرسه و دلبستگی شغلی معلمان تربیت بدنی مدرسه های شهر رشت". سال چهارم شماره ۸، ص ۲۴.

• Adams, G.; Treadway, D. C & Stepina, L. P. (2008). "The Role of Dispositions in Politics Perception Formation: The Predictive Capacity of Negative and Positive Affectivity, Equity Sensitivity, and Self-efficacy". Journal of Management Issues, 4,

pp: 545-563.

- Atinc, G.; Darrat, M.; Fuller, B.; Parker, B. W. (2010). **“Perceptions of organizational politics: A meta analysis of theoretical antecedents”**. Journal of Management Issues, 4, pp: 494-513.
- Brad, F. Safa, M.S., & Bakar, N.A. (2015). **“The relationship between personality traits and political behavior”**. Asia pacific Journal of human resources, 29, 3, 46-60.
- Brandes, P. (2008). **“The interactive effects of job insecurity & organizational cynicism on work effort following a layoff”**. Journal of Leadership & amp Organizational Studies, 14: 233.
- Davis K, Newsroom, J. (1991). **Human Behavior in Work (Translated By Tusi MA)**. Markaze Amushe Modiriate Dolati
- Detert, J. R., & Burris, E. R. (2007). **“Leadership Behavior and Employee Voice: Is the Door Really Open?”**. Academy Of Management Journal, 50, 225-241.
- Hoy, W. K. & Feldman, J. A (1996). **“Organizational health: the concept and its measure”**. Journal of Research and Development in Education.
- Kathrine, B. (2007). **“Staff and school level predictors of school organizational Health: A mu Stoner”**. James A.F. 1995. Management. 8th.Ed.Prentice Hall Inc. analysis. Journal of school Health.
- Kacmar, K. ; Carlson, S. (1994). **“Further validation of the perceptions of politics scale (POPS): a multiple sample investigation”**. Journal of Management, Vol 23(5), pp: 627-658.
- Kanungo, R.N. (1982). **“Measurement of job and work involvement”**. Journal of Applied Psychology, 67,341-349.
- Snider JA. (2000). **The Organizational Health of high school**. Departmental effectiveness. Doctoral dissertation, set, Joana L University: Faculty of education and human services, New York.
- Tusi, A.(2012). **“Multiple- constituency Model of Effectiveness”**. Administrative Science Quarterly, no. 46.
- Weber, M.R., Doun- Finley, D.A., Crawford, A. & Rivera, D. (2009). **An explanatory study identifying soft skill competencies in entry-level managers**. Tourism Hosp Res, 9(4), 353-61.



تحلیلی بر تمایز جنسیتی در الگوهای فراغت جوانان شهر اصفهان

محمد تقی ایمان^۱

مریم سروش^۲

یاسر رستگار^۳

مسعود حاج بنده^۴

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۳/۲۸

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۴/۱۸

هدف پژوهش حاضر، مطالعه الگوهای فراغت در بین جوانان شهر اصفهان با تاکید بر تمایز جنسیتی است. با توجه به اینکه جهان ارزش ها، باورها و سبک های زندگی در میان دو جنس زن و مرد می تواند متفاوت باشد، پرسش اساسی مقاله حاضر این است که آیا متغیر جنسیت همچون گذشته در الگوهای فراغت تعیین کننده است یا اهمیت خود را از دست داده است؟

روش به کار رفته در مطالعه حاضر ترکیبی بوده است؛ بدین ترتیب که ابتدا با روش پیمایش و ابزار پرسشنامه، به شناسایی الگوهای فراغت پرداخته و سپس از طریق مصاحبه هدفمند با جوانان دختر و پسر، الگوهای شناسایی شده در بخش کمی، تفسیر و معناکاوای شده اند. جامعه آماری پژوهش حاضر، جوانان ۲۰-۲۹ ساله ساکن در شهر اصفهان بوده اند که به روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای، ۱۷۴۸ پرسشنامه در بین آنها توزیع گردید. در بخش کیفی نیز با به کارگیری نمونه گیری هدفمند، ۲۷ مصاحبه نیمه ساختاریافته انجام گرفت و پس از کدگذاری داده ها، ارزیابی و تحلیل انجام شد. نتایج بخش کمی مطالعه حاضر گویای آن است که شش الگوی فراغت در بین دختران جوان قابل شناسایی است که به ترتیب اهمیت عبارت اند از: فراغت مذهبی، فراغت مبتنی بر تفریحات بیرون خانه، فراغت مبتنی بر تفریحات درون خانه، فراغت مبتنی بر مطالعه، فراغت نامعمول و فراغت مشارکتی. در میان پسران جوان نیز شش الگو کشف شد که عبارت اند

E-mail: Iman@shirazu.ac.ir

۱. استاد جامعه شناسی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران (نویسنده مسئول)

۲. استادیار جامعه شناسی، عضو هیات علمی جهاد دانشگاهی، واحد شیراز، شیراز، ایران

۳. استادیار جامعه شناسی، دانشگاه هرمزگان، هرمزگان، ایران

۴. کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری، مسئول گروه پژوهش های شهری و اجتماعی

از: فراغت سنتی- ایرانی، فراغت مذهبی، فراغت فرهنگی- هنری، فراغت مشارکتی، تماشای فیلم و سریال و فراغت مبتنی بر گذران وقت با دوستان. نتایج بخش کیفی از تفاوت های ظریف و مهمی در این میان حکایت دارد؛ چنان که فراغت پسران در مقایسه با فراغت دختران جوان، فعالانه تر، متنوع تر و جسورانه تر و در مقابل فراغت دختران، محافظه کارانه و منفعلانه معنا شده اند. بدین ترتیب می توان گفت که الگوهای فراغت در بین جوانان علی رغم برخی شباهت ها، همچنان متأثر از جنسیت، انتخاب و مصرف است.

واژگان کلیدی: الگوهای فراغتی، تمایز جنسیتی، رویکرد ترکیبی، جوانان و اصفهان

مقدمه

اوقات فراغت به عنوان مفهوم جدیدی که محصول جدایی کار از خانه، پیشرفت‌های فناوریانه و تقسیم کار اجتماعی است، این فرصت را مهیا کرده که انسان‌ها از اجبارها و محدودیت‌های نظم اجتماعی مدرن رها شوند (کیویستو، ۱۳۸۰: ۸۰). بدین ترتیب با حرکت به سوی زندگی مدرن، شاهد تفکیک فزاینده میان ساعات کاری و غیرکاری هستیم. از این رو، در جوامع جدید امکان فراغت بیشتری برای افراد فراهم گشته و شیوه گذران آن به یک بحث قابل تأمل تبدیل شده است. از سوی دیگر، یکی از عرصه‌های مهمی که در مطالعات اجتماعی و پژوهش‌های فرهنگی برای شناخت تحولات ارزشی و نگرشی و سبک‌های جدید زندگی مورد توجه قرار می‌گیرد، عرصه فراغت است، زیرا این عرصه به دلیل داشتن الزامات کمتر و آزادی عمل بیشتر، فضای ایده‌آلی برای بازنمایی ارزش‌ها و نگرش‌ها و ذائقه‌های فرهنگی محسوب می‌شود (رفعت‌جاه، ۱۳۹۰: ۱۵۳). فراغت نیز مانند بسیاری از پدیده‌های زندگی، متأثر از شرایط و زمینه‌های گوناگون اجتماعی و اقتصادی است. عوامل بسیاری بر نوع انتخاب افراد در چگونگی گذران فراغت تأثیرگذارند که یکی از مهمترین آنها، محیط و شرایطی است که فرد در آن قرار دارد و به عبارتی، بافت اجتماعی فرد را شامل می‌شود (تورکیلدسن، ۱۳۸۲: ۱۷۲).

فراغت، مفهومی است که همیشه با ابهاماتی همراه بوده است. لذا تعاریفی که توسط صاحب‌نظران و پژوهشگران این عرصه ارائه شده بسیار پراکنده، متنوع و گاهی متناقض است. برای مثال در یک تعریف، فراغت مجموعه اشتغالاتی است که فرد کاملاً به رضایت خود یا برای استراحت و تفریح یا به منظور توسعه و آموزش یا مشارکت اجتماعی داوطلبانه، بعد از آزاد شدن از الزامات شغلی، خانوادگی و اجتماعی به آن می‌پردازد (سعیدی رضوانی، ۱۳۸۶). انتخاب فعالیت فراغت، نشانه‌ای از ارزش‌های فرهنگی و سلیقه فرد نیز می‌باشد. طبیعی است که گاهی مصرف فرهنگی نیز بخشی از فراغت است، اما هر فعالیت فراغتی، مصرف فرهنگی نیست و مصرف فرهنگی نیز همواره در اوقات فراغت انجام نمی‌شود (فاضلی، ۱۳۸۲: ۱۲۸). بدین ترتیب گاهی نیز فراغت در ارتباط با مصرف فرهنگی تعریف می‌شود. علاوه بر آن، اوقات فراغت عرصه ظهور و بروز سبک‌های زندگی است و مفهومی عینی و گویاست که سبک زندگی و در نتیجه هویت را در گویاترین و محسوس‌ترین شکل خود بیان می‌دارد (فکوهی، ۱۳۸۲: ۱۳۷).

از سوی دیگر، فراغت عرصه‌ای است که اختیار و آزادی انسان‌ها در آن بیشتر قابل اعمال است به این ترتیب فراغت می‌تواند فرهنگ ایجاد کند و هویت افراد را آشکار سازد (روچک، ۱۳۸۸: ۱۲). این اختیار و آزادی در دوره جوانی بیشتر و امکان عبور از محدودیت‌ها در این دوره سنی بیشتر فراهم است. از همین روست که اوقات فراغت، مجرای شناخت دوره جوانی و به رسمیت شناختن هویت جوانی است، چرا که افراد به واسطه فراغت، کلیشه‌ها، الگوها و قواعد خاص سبک زندگی و هویت اجتماعی خود را بازگو می‌کنند (قادرزاده و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۰۰).

عمده پژوهش‌های انجام گرفته در ایران تلاش کرده تا ارتباط متغیرهای اجتماعی با الگوی فراغت را شناسایی کند. یکی از مهمترین این مفاهیم، جنسیت است. اینکه جنسیت به عنوان یک متغیر زمینه‌ای همچنان دارای اهمیت است یا کارایی خود را در تعیین الگوهای فراغت از دست داده، بحثی قابل تأمل در این زمینه می‌باشد. برخی بر این عقیده‌اند که با ورود به دنیای مدرن در سال‌های اخیر و شکل‌گیری یک سبک زندگی مصرفی، الگوهای فراغتی در میان دو جنس به هم شبیه شده و برخی نیز این نگاه را سطحی تلقی کرده و همچنان بر اهمیت جنسیت در تحلیل‌ها تأکید دارند. از این رو سؤال اساسی مقاله حاضر این است: الگوهای فراغت در میان زنان و مردان جوان چگونه‌اند؟ آ الگوهای فراغتی، جنسیت زدا شده‌اند یا همچنان متأثر از جنسیت افراد، انتخاب و مصرف می‌شوند؟

پیشینه پژوهش

مطالعات متعددی درباره الگوهای فراغت در ایران انجام گرفته است. برای مثال، "فراغت و هویت" (ابراهیمی و بهنویی، ۱۳۸۸؛ ربانی و شیر، ۱۳۸۸؛ ساروخانی و همکاران، ۱۳۹۲؛ ایمان و بوستانی، ۱۳۸۹)؛ "رسانه و فراغت" (رستگار خالد و همکاران، ۱۳۹۵؛ عبدی و فخری، ۱۳۹۰؛ رضایی و محمدی، ۱۳۹۳)؛ "فراغت و سلامت" (هزارجریبی و ارفعی، ۱۳۹۱)؛ "فراغت و نابرابری" (صادقی و همکاران، ۱۳۸۹) و همچنین عمده مقالات دیگری نیز به تبیین جامعه شناختی فراغت پرداخته و بر متغیر و مفهوم خاصی تاکید نداشته است. در این میان، یک پژوهش نیز به طور خاص بحث فراغت را مبتنی بر عامل جنسیت تحلیل کرده است. سفیری و مدیری (۱۳۸۹) در مقاله ای به فراتحلیل تفاوت های جنسیتی در اوقات فراغت پرداخته و بر این یافته تاکید داشته اند که فراغت به شدت متأثر از عامل جنسیت است؛ به گونه ای که مردان نسبت به زنان از فراغت بیشتری برخوردارند و رضایت بالاتری از نحوه گذران فراغت خود دارند.

بارگمن و ون ایک^۱ (۲۰۰۴) در مقاله ای با عنوان "اثر درحال تغییر زمینه اجتماعی بر سبک زندگی" به بررسی زمینه های اجتماعی افراد بر نوع مصرف فرهنگی و فعالیت های فراغتی پرداخته اند. نتایج این پژوهش نشانگر آن است که درآمد و جنسیت در کنار جامعه پذیری، مهمترین عوامل تعیین کننده این الگوها هستند.

بیتمن و وایمن^۲ (۲۰۰۰) در پژوهشی با عنوان "ساعت شلوغی، زمان فراغت و تساوی جنسیتی" به تمایز بنیادین در فراغت زنان و مردان اشاره دارند. مهمترین عامل در تمایز این الگوها به کار خانگی زنان مربوط می شود که باعث می شود شکل و الگوی فراغت زنان تحت تاثیر آن قرار گرفته و نوعی فراغت تکه پاره را در اختیار آن ها قرار دهد. همچنین، فراغت مردان نوعی فراغت خالص است؛ بدین معنی که وقتی مردان از کار فارغ می شوند با نوعی فراغت ناب روبرو هستند، اما این فرصت برای زنان مهیا نیست.

آزودو^۳ و همکاران (۲۰۰۷) در پژوهشی در سطح ملی به بررسی فعالیت های بدنی افراد در اوقات فراغت زنان و مردان کشور برزیل پرداختند. مهمترین هدف مطالعه مذکور، بررسی تمایزات جنسیتی در الگوهای فراغت بوده است. این پژوهش به روش پیمایش در بین ۱۳۴۴ مرد و ۱۷۵۶ زن انجام گرفته و ابعاد مختلف فعالیت های فراغتی سنجش شده است. نتایج این طرح ملی بیانگر آن است که فعالیت های فراغتی در بین زنان و مردان متفاوت است؛ بدین ترتیب که فراغت مردانه فعالانه تر و به طرز قابل توجهی بیشتر از زنان است. از دیگر نتایج این پژوهش وجود محدودیت ها و موانع بیشتر بر سر راه فراغت زنان است که همین امر امکان انتخاب فراغت های فعالانه تر را از آنها سلب می کند.

مبانی نظری و مفهومی پژوهش

به طور کلی، برداشت های متنوع و بعضاً متفاوتی از فراغت وجود دارد. بهتر است برای فهم دقیق تر اصطلاح فراغت، واژگان و مفاهیم مرتبطی که به جای فراغت به کار می رود، مرور شود. فراغت، گاهی به جای واژه هایی چون: سرگرمی^۴، وقت آزاد^۵، بازی^۶ و... به کار می رود. فراغت همچنین با زمینه های اجتماعی و فرهنگی زندگی در ارتباط است. هنگامی که برخی افراد به فراغت می اندیشند، همزمان به این فکر می کنند

1. Bargeman & Van Eijck

2. Bittman & Wajcman

3. Azevedo

4. recreation

5. free time

6. play

که چه کاری انجام ندهند. برخی افراد فراغت را به مثابه دوره‌ای از زمان تلقی می‌کنند که آن را "وقت آزاد" می‌نامند. (هیومن کینتیکس، ۲۰۱۰: ۵-۶). باید اضافه کرد که اصطلاحات فراغت و سرگرمی، به طور فراوانی به جای یکدیگر به کار می‌روند، بویژه هنگامی که فراغت به عنوان فعالیتی برای سرگرمی تعریف شود. گاهی اوقات آن چه افراد بیان می‌کنند که برای فراغت انجام می‌دهند، همان چیزی است که برای سرگرمی به کار می‌گیرند. سرگرمی به دلیل نتایج آگاهانه یا ناآگاهانه‌ای که دارد، انجام می‌شود. برخی افراد نیز اصطلاح "بازی" را به جای فراغت به کار می‌گیرند. به هر حال، فراغت به طور بسیار وسیعی متأثر از شرایط بیرونی افراد است. موقعیت اجتماعی ما، مشخصات جمعیت شناختی، اجتماع، محیط طبیعی ما و قوانین و سیاست های دولت، چگونگی مواجهه ما با فراغت و معنای آن را تحت تأثیر قرار می‌دهد (همان: ۷ و ۱۰).

هندرسون^۱ اشاره دارد که ترجیحات فردی و شخصی افراد، مستقل از آثار اجتماعی و فرهنگی بیرونی نیست. یک زمینه فرهنگی در اینجا، دربردارنده نگاه یکپارچه‌ای به فراغت است که طی زمان و مکان و در ارتباط با دلالت های ذهنی اجتماعی رخ می‌دهد (رابرتس، ۱۹۹۹). روجک^۲، پژوهشگر شناخته شده این عرصه معتقد است که فراغت هرگز جدای از هنجارهای اجتماعی نیست. زمان و مکان فراغت به طور پیوسته توسط کنش های افراد در جهان اجتماعی شان، ایجاد و بازسازی می‌شود (روجک، ۱۹۸۹).

برخی محققان معتقدند که اصطلاح فراغت از یک منظر جهانی و به ویژه زبان شناختی، مفهومی مسئله دار^۳ (پروبلماتیک) است و توصیه می‌کنند که اصطلاح فراغت در پژوهش هایی که در فرهنگ های غیر غربی انجام می‌گیرد به کار برده نشود، چرا که فراغت در فرهنگ های گوناگون به طور متفاوتی تعریف شده و بویژه در یک تفکر خطی اروپایی و آمریکای شمالی به کار گرفته شده و لذا مفهومی قوم‌مدارانه است (هیومن کینتیکس، ۲۰۱۰: ۱۱). از همین روست که واکاوی الگوی فراغت در بستر فرهنگ، جایگزین رهیافت های غیر فرهنگی به الگوهای فراغت شده و سمت و سوی مطالعات فراغت را تا حدی تغییر داده است. کریس روجک معتقد است بخش عمده ای از فعالیت های فراغت در حال حاضر از منشور فرهنگ قابل فهم هستند، نه از طریق تحلیل طبقاتی. وی معتقد است که استعمار فراغت توسط فرهنگ مصرف، نشانگر تجاوز بی امان تجاری سازی و بت وارگی کالا به اوقات آزاد است که مقاومتی را در برابر خویش شکل می‌دهد. این امر نشانگر آن است که مقاومت، از کارکردهای مهم فراغت است. (روجک، ۱۳۸۸: ۱۴۸).

اوقات فراغت و نحوه گذران آن با اهمیت یافتن سبک زندگی، اولین و مهمترین حوزه‌ای بود که مورد توجه محققان قرار گرفت؛ به طوری که نظریه‌های مستقلی درباره گذران اوقات فراغت تدوین شده و نشریات علمی زیادی در این زمینه منتشر گردیده است. اوقات فراغت بیش از همه فعالیت‌های دیگر با سبک زندگی و مفهوم آن ارتباط دارد. با ایجاد جامعه سرمایه‌داری، محل زندگی از محل کار جدا شد و سازمان کار از کار خانوادگی به کار مزدبگیری در کارخانه‌ها و کارگاه‌ها تغییر کرد. بنابراین زندگی به سه بخش تقسیم شد: کار (اشتغال درآمدزا)، کارهای ضروری روزمره (خواب، خوراک و بهداشت) و اوقات فراغت (رفعت جاه، ۱۳۹۰: ۱۵۳). فعالیت‌های فراغت با توجه به فهم ساختار شغلی تحلیل می‌شد و فراغت در آن به عنوان فعالیت "وقت آزاد" و دور شدن از شغل فهمیده می‌شد. پارکر نماینده این نوع تحلیل است. پارکر بر اساس این تعریف سه سنخ فعالیت فراغتی را تشخیص داده است: فراغت به عنوان دنباله کار، فراغت متضاد با کار و فراغت خنثی. در سنخ اول، فعالیت‌های فراغت و کار غیرقابل تفکیک هستند. این نوع فراغت معمولاً در گروهی از مردم که سطح تحصیلات بالا دارند مشاهده می‌شود. سبک فراغتی متضاد نشان دهنده فعالیت‌هایی است که با شغل

1. Henderson
2. Rojek
3. problematic

فرد تضاد دارند و فرد در اوقات فراغت خود از فعالیت‌های شغلی کاملاً جدا شده و فعالیت‌های بسیار متفاوتی را انجام می‌دهد. در این الگو، فعالیت‌های شغلی اساساً برای ایجاد فرصت‌های فراغتی انجام می‌شوند و خود ماهیت کار اهمیت زیادی برای فرد ندارند. این الگو معمولاً در افرادی با شغل‌هایی با سطح مهارت پایین دیده می‌شود. الگوی فراغتی خنثی، الگویی است که در آن فعالیت‌های فراغتی، مستقل از فعالیت‌های کاری است و هیچ رابطه‌ای چه به صورت تضاد و چه به صورت دنباله‌روی با آن ندارد (وین، ۱۹۹۸: ۲۶-۲۵). وین (۱۹۹۸) انتقاداتی را که به این دیدگاه وارد شده، بیان کرده است. این انتقادات از دو جنبه جنسیتی و اجتماعی صورت گرفته است. دسته اول، انتقاداتی است که فمینیست‌ها بر این تعریف وارد دانسته‌اند. از نظر آنها این سنخ‌بندی از نظر جنسیتی، کور است و اصولاً شامل زنان نمی‌شود. در این معنا زنان اصولاً اوقات فراغت ندارند، زیرا بیشتر آنها در کارهای مزدبگیری بیرون از خانه درگیر نیستند و مشغول به کار بی‌مزد خانه‌داری و بچه‌داری می‌باشند. در نتیجه، این تعریف از فراغت برای آنها صدق نمی‌کند. دیم^۱ اشاره کرده است که به همین دلیل تا وقتی که زنی وارد بازار کار تمام وقت نشده باشد، مردان احساس نمی‌کنند که زنان نیاز به اوقات فراغت و وقت آزاد دارند و اساساً تجربه زنانه از فراغت یک تجربه دست دوم است (همان: ۲۸). دیم و گرین^۲ و همکارانشان اشاره کرده‌اند که بسیاری از زنانی که در کار خارج از خانه مشغول نیستند، معمولاً فضاهای فراغتی خود را درون و در طول روتین‌های کار خانگی ایجاد می‌کنند. گرین اشاره می‌کند که فعالیت‌های فراغتی که زنان معمولاً انجام می‌دهند آنهایی هستند که می‌توان آن را در خانه انجام داد، در فاصله‌های کوچک زمانی که بین کارها وجود دارد، قابل انجام باشد و اگر لازم باشد بتواند به راحتی قطع شود. دیم نیز اشاره می‌کند که فراغت زنان معمولاً گرفته شده از همان فعالیت‌ها و وظایفی است که بخشی از کار زنان در خانه را تشکیل می‌دهد. عجیب نیست که بسیاری از فراغت زنان شامل خیاطی، سوزن‌دوزی، آشپزی، مطالعه، تماشای تلویزیون و ... می‌شود. همه این فعالیت‌ها را می‌توان در برنامه‌های زمانی تکه تکه شده زنان جا داد. کار خانه و مسئولیت‌های نگهداری از بچه‌ها با یک روز کاری رسمی معمولی متناسب نیست و معمولاً بسیاری از زنان همیشه گوش به زنگ هستند که این امر برای برنامه‌ریزی فراغتی قطعی و پیشرفته، اشکال ایجاد می‌کند (همان: ۹۶-۱۱۴). گرین و همکاران سه مانع اساسی برای فراغت زنان مطرح می‌کنند: زمان فراغت، فعالیت فراغتی و فضای فراغت. به زعم آنها زنان هیچ‌گاه نمی‌توانند مانند مردان، زمان خالصی برای فراغت خود کنار بگذارند به دلیل آنکه کارهای خانگی در طول شبانه روز پراکنده هستند. همچنین، فعالیت‌های فراغتی نیز جنسیتی است و زنان به مانند مردان امکان انجام بسیاری از فعالیت‌های فراغتی را ندارند و نکته آخر اینکه فضای فراغتی برای زنان با محدودیت‌ها و موانع بسیاری همراه است و در مقابل، مردان بسیاری از این فضاها را اشغال کرده‌اند (گرین و همکاران، ۱۹۹۰: ۱۳۵-۱۳۶).

ایده محوری پژوهش حاضر برگرفته از دیدگاه‌های وین (۱۹۹۸) و گرین و همکاران (۱۹۹۰) می‌باشد. به این ترتیب برای پاسخ به سؤال اصلی تحقیق در بخش کمی، فعالیت‌های فراغتی سنجیده و الگوهای کشف شده در میان دختران و پسران جوان با یکدیگر مقایسه شده‌اند. سپس در بخش کیفی و برای رسیدن به تفسیرها و تحلیل‌های عمیق‌تر تلاش شده تا این تمایزات معناکاو شوند.

فرضیات بخش کمی پژوهش

بخش کمی پژوهش حاضر برگرفته از تئوری‌هایی است که به تمایز جنسیتی در باب فراغت پرداخته‌اند و

1. Deem

2. Green

یک فرضیه اصلی و سه فرضیه فرعی دارد.

فرضیه اصلی

الگوهای فراغت جوانان مورد مطالعه بر حسب جنسیت متفاوت است.

فرضیه های فرعی

- بین الگوهای فراغت جوانان با سرمایه اقتصادی آنها رابطه وجود دارد.
- بین الگوهای فراغت جوانان با هویت جنسیتی آنها رابطه وجود دارد.
- بین الگوهای فراغت جوانان با میزان دینداری آنها رابطه وجود دارد.

روش شناسی پژوهش

روش به کار رفته در پژوهش حاضر روش ترکیبی^۱ است. استراتژی های متعددی برای انجام یک پژوهش ترکیبی وجود دارد که در اینجا طرح شماره سه دیوید مورگان^۲ مورد استفاده قرار گرفته است.

او چهار طرح پژوهشی با روش های ترکیبی پیشنهاد داد که بر اساس پاسخ به این دو سؤال مطرح شد:

(۱) روش اصلی (عمده) و روش فرعی یا تکمیلی پژوهش کدام است؟

(۲) چه روشی در ابتدا و چه روشی در مرحله دوم اجرا می شود؟

طرح شماره سه دیوید مورگان بدین صورت است که روش کمی، عمده و اساسی است و روش کیفی، فرعی و ثانویه به حساب می آید. این طرح اغلب زمانی به کار می رود که نتایج پژوهش به دست آمده از یافته های کمی، نیازمند تفسیر و تبیین و آشکار شدن بیشتر است. مطالعه کیفی در اینجا همچنین در فهم آنچه که نتایج منفی پژوهش کمی می دانند کمک می کند. بویژه در مورد نتایجی که با فرضیه های پژوهش هماهنگ نبوده اند (Teddle and Tashakkori, ۲۰۰۹: ۲۲۳).

بدین ترتیب، ابتدا در قالب یک پیمایش کمی، الگوهای فراغت با ابزار پرسشنامه سنجیده شده و ارتباطات میان الگوهای فراغت، مورد سنجش قرار گرفته و در گام نهایی با انجام یک پژوهش کیفی، به معناکاوی الگوهای فراغت پرداخته و به تفسیر و تحلیل نتایج بخش کمی افزوده است. متغیر وابسته در این بخش، نحوه گذران اوقات فراغت می باشد که از طریق یک پرسشنامه مورد سنجش قرار گرفته است.

تکنیک اساسی در شناسایی و کشف الگوهای فراغت در پژوهش حاضر، تحلیل عاملی اکتشافی است که در سال ۱۹۰۴ توسط چارلز اسپیرمن ابداع شده است. در این نوع تحلیل عاملی، درصددیم تا ساختار زیربنایی مجموعه نسبتاً بزرگی از متغیرها را کشف کنیم. پیش فرض اولیه در این نوع تحلیل آن است که هر متغیری ممکن است با هر عاملی ارتباط داشته باشد. به عبارتی، محقق در این روش هیچ تئوری اولیه ای ندارد و سعی می کند از بارهای عامل برای کشف ساختار عاملی داده ها استفاده کند (حبیب پور و صفری، ۱۳۸۸: ۳۰۵-۳۰۶).

همچنین، الگوی فراغت مذکور در ارتباط با سه متغیر مستقل دینداری، سرمایه اقتصادی و هویت جنسیتی قرار گرفته و ارتباط آماری بین آنها آزمون شده است.

جامعه آماری بخش کمی پژوهش را کلیه جوانان ۲۰-۲۹ ساله در مناطق ده گانه شهر اصفهان تشکیل می دهند که بر اساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۰ برابر با ۴۰۴۷۰۳ نفر هستند. نمونه آماری به دست آمده برابر با ۱۷۴۸ نفر می باشد. نمونه گیری در بخش کمی با استفاده از نمونه گیری طبقه ای تصادفی

1. mixed method

2. David Morgan

انجام شد. به این منظور نقشه اصفهان به تفکیک مناطق مورد استفاده قرار گرفت. در هر منطقه، تعداد بلوک ها در نظر گرفته شده و سهم هر منطقه از نمونه بر اساس جمعیت آن مشخص شد. پرسشگری در هر بلوک با انتخاب تصادفی خانه شروع می شود. در خانه، فرد واجد شرایط پرسشنامه را تکمیل می نماید و پرسشگری با فاصله نمونه گیری سه خانه به صورت سیستماتیک در بلوک ادامه می یابد.

پس از اجرای بخش کمی، تلاش شده تا شیوه معنادهی به الگوهای فراغت در میان دختران و پسران جوان مورد شناسایی و تحلیل قرار گیرد. سؤال اساسی در بخش کیفی پژوهش این است که دختران و پسران میدان مورد مطالعه، شیوه های گذران اوقات فراغت خود را چگونه معنا و تفسیر می کنند؟

در بخش کیفی از دو روش نمونه گیری هدفمند و گلوله برفی استفاده شده است؛ بدین ترتیب که پس از استخراج الگوهای اولیه در بخش کمی، جوانان مورد نظر شناسایی شده و با آنان به صورت نیمه ساختاریافته مصاحبه انجام گرفته است. برخی از نمونه ها به هنگام اجرای بخش کمی به صورت هدفمند انتخاب شدند و برخی دیگر نیز از طریق مراجعه به مکان های عمومی و همچنین به صورت گلوله برفی مورد شناسایی قرار گرفته اند. در مجموع، با ۲۷ زن و مرد جوان ۲۹-۲۰ ساله ساکن شهر اصفهان مصاحبه انجام گرفته است که از این تعداد ۱۷ مصاحبه با زنان و ۱۰ مصاحبه با مردان انجام شده است. برای تحلیل داده ها نیز از تکنیک تحلیل تماتیک استفاده شده است؛ چنان که متون پیاده شده مصاحبه با زنان و مردان مذکور به صورت جداگانه کدگذاری و تحلیل شده است.

یافته های بخش کمی پژوهش

در ابتدا یافته های توصیفی مربوط به متغیر وابسته یعنی الگوهای فراغت جوانان مرور می شود. یافته های این بخش از طریق تحلیل عاملی اکتشافی به دست آمده است. در حقیقت آنچه که به عنوان الگوهای فراغتی در ادامه می آید، عامل ها و خوشه هایی است که بیشترین همبستگی را با یکدیگر داشته اند و سپس توسط محققین نامگذاری شده اند. باید اضافه کرد که در ابتدا فهرستی از فعالیت های فراغتی در قالب یک پرسشنامه مشترک مورد سنجش قرار گرفته است و در نتیجه تحلیل عاملی اکتشافی، الگوهای زیر کشف شده اند.

الگوهای فراغتی دختران جوان

نتایج تحلیل عاملی اکتشافی فعالیت های فراغتی برای دختران جوان (۲۰-۲۹ سال) شش الگو را نشان می دهد. همان گونه که جدول ۱ نشان می دهد پرتعدادترین الگوی فراغتی، الگوی مذهبی و الگوی تفریحی بیرون از خانه است. الگوهای فراغتی درون خانه و مطالعه و بازی نیز میانگین شبیه به هم دارند. سطح معناداری مقادیر آزمون تی نشان می دهد تنها الگوی فراغتی درون خانه و الگوی مطالعه و بازی، تفاوت معناداری با یکدیگر نداشته اند و بقیه الگوهای فراغتی به صورت معناداری با هم متفاوت اند.

جدول ۱: مقادیر تی جفت و سطح معناداری برای مقایسه الگوهای فراغتی دختران جوان (۲۰-۲۹ سال)^۱

الگو	میانگین	مذهبی	بیرون خانه	درون خانه	مطالعه و بازی	مشارکت	فراغت نامعمول
مذهبی	۲/۲۷	-	۰/۰۰۵	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
بیرون خانه	۲/۲	۲/۸	-	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
درون خانه	۲/۰۱	۸/۷	۹/۱	-	۰/۹	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

۱. بعد از ستون میانگین، اعداد زیر قطر جدول مقدار تی و اعداد بالای قطر سطح معناداری را نشان می دهد.

مطالعه و بازی	۲/۰۱	۹/۷	۹/۵	۰/۱۳	-	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
مشارکت	۱/۳	۴۵/۳	۴۷/۳	۲۹/۸	۳۵	-	۰/۰۰۰
فراغت نامعمول	۱/۷۶	۱۸/۲	۲۰/۹	۱۱/۲	۱۲	۲۵/۴	-

اولین الگوی فراغتی، الگوی مذهبی است که فعالیت‌های مذهبی چه به صورت فردی و چه جمعی در آن جای گرفته‌اند. محور این الگوی فراغتی، دینداری است و از ۱۰ فعالیت تشکیل شده است. مطالعه فهرست فعالیت‌های این الگو نشان می‌دهد که در این الگو، همه نوع فعالیت و وجود دارد (رسانه ای، مشارکتی، فردی، جمعی و فرهنگی) که محتوای آنها (مذهب) محور آن را تشکیل می‌دهد. برخی از این فعالیت‌ها عبارت‌اند از: گوش کردن به سخنرانی مذهبی، گوش کردن به مداحی، رفتن به مکان‌های مذهبی و زیارتی، انجام عبادت‌های مستحب فردی و شرکت در جلسات یا مراسم مذهبی.

الگوی فراغتی دوم، فعالیت‌های تفریحی بیرون از خانه هستند. این الگو که از ۱۰ فعالیت تشکیل شده، فعالیت‌های تفریحی را نشان می‌دهد که جمعی بوده و با دوستان یا خانواده انجام می‌شود. ۹ فعالیت از ۱۰ فعالیت این الگو، بیرون از فضای خانه انجام می‌شود. خصوصیت دیگر این الگوی فراغتی، هنجارمند بودن آن است. در این الگو هیچ‌یک از فعالیت‌ها خارج از عرف نیستند؛ به طوری که فعالیت‌هایی مانند شرکت در میهمانی‌های مختلط یا مشاهده فیلم‌ها و سریال‌هایی که از ماهواره پخش می‌شوند یا محتوای نامناسبی دارند، مشاهده نمی‌شود.

الگوی فراغتی سوم، الگوی فراغتی تفریحات درون خانه است که شامل تماشای فیلم و گوش کردن به موسیقی می‌شود. این الگو از ۱۰ فعالیت تشکیل شده است. تماشای فیلم و سریال و گوش کردن به موسیقی بدون توجه به ژانر یا نوع موسیقی یا فیلم همه در کنار هم قرار گرفته‌اند و تفکیک خاصی در استفاده از آنها در این گروه سنی مشاهده نمی‌شود. به نظر می‌رسد زنان جوان در مورد تماشای فیلم و سریال و گوش کردن به موسیقی ترجیح خاصی ندارند.

الگوی فراغتی چهارم، مطالعه و بازی است. این الگو شامل مطالعه انواع کتاب‌های چاپی و صوتی به علاوه بازی‌های کامپیوتری است. این الگوی فراغتی شامل ۸ فعالیت می‌شود که به جز یکی، همه به تنهایی یا فردی انجام می‌گردد. مطالعه کتاب یا گوش کردن به سخنرانی اصولاً فعالیت‌های فردی است. انجام بازی‌های کامپیوتری در خانه به تنهایی نیز در این گروه قرار گرفته است. تنها مورد استثنا، انجام بازی‌های کامپیوتری با دوستان است که آن هم در محل خانه انجام می‌شود. این الگوی فعالیت، نشان دهنده فعالیت‌هایی است که به صورت منزوی و در خانه انجام می‌شود.

الگوی فراغتی پنجم، فراغت نامعمول است و بیشتر فعالیت‌هایی را نشان می‌دهد که رایج نبوده و بخش کوچکی از مردم آن را انجام می‌دهند، مانند رفتن به سفرهای خارجی، شرکت در کنسرت‌های موسیقی زنده و بازی در گیم‌نت‌ها که برای دختران زیاد معمول نیست.

الگوی فراغتی ششم، الگوی مشارکتی است. این الگو که شامل ۷ فعالیت می‌شود، شرکت در گروه‌ها و سازمان‌های داوطلبانه را نشان می‌دهد که با تنوع از موضوعات - از فرهنگی هنری تا اجتماعی و سیاسی - همراه است. شرکت در فعالیت‌ها و کانون‌های مقاومت بسیج هم در این گروه و در کنار دیگر مشارکت‌های اجتماعی و سیاسی قرار گرفته است.

الگوهای فراغتی پسران جوان

نتایج تحلیل عاملی اکتشافی داده‌ها نشان می‌دهد که در گروه پسران جوان (۲۰-۲۹ سال) نیز شش الگوی

فراغتی وجود دارد. نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد که پرتعدادترین الگوی فراغتی برای پسران جوان، الگوی سنتی- ایرانی و پس از آن فراغت مذهبی و فرهنگی و هنری است و کم پرتعدادترین آنها الگوی فراغتی گذران وقت با دوستان است. نتایج آزمون تی نشان می‌دهد که الگوی فراغت مذهبی با الگوی فرهنگی و هنری تفاوت معناداری با هم ندارند. همچنین الگوی فراغت مشارکتی و تماشای فیلم و سریال نیز در مجموع با هم تفاوت معناداری نداشته‌اند، اما بقیه الگوهای فراغتی با هم تفاوت معناداری داشته‌اند.

جدول ۲: مقادیر تی جفت و سطح معناداری آن برای مقایسه الگوهای فراغتی پسران جوان (۲۹-۲۰ سال)^۱

گویه	میانگین	مذهبی	فرهنگی هنری	سنتی ایرانی	گذران وقت با دوستان	مشارکتی	فیلم و سریال
فراغت مذهبی	۲/۱	-	۰/۱۴	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
فرهنگی هنری	۲/۱	۱/۵	-	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
سنتی - ایرانی	۲/۶	۲۱/۷	۲/۹	-	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
گذران وقت با دوستان	۱/۴	۲۷/۴	۳۵/۷	۵۹/۸	-	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
فراغت مشارکتی	۱/۸	۱۰/۶	۱۴/۷	۳۹	۱۹/۳	-	۰/۷۵
فیلم و سریال	۱/۸	۹/۷	۱۲/۱	۳۴/۹	۱۴	۰/۲۶	-

اولین الگوی فراغتی، الگوی سنتی- ایرانی نام گرفته است. این الگو شامل تماشای فیلم و سریال و گوش کردن به آهنگ‌های ایرانی است. فعالیت‌های دیگر همراه با خانواده بوده و شامل سفر و رفت و آمد با خانواده، فامیل و همسایگان می‌شود. این گروه در کنار تفریحات خانوادگی به دوستان خود هم اهمیت می‌دهند، اما روح این الگوی فعالیت خانوادگی و محتوای فرهنگی آن در فیلم‌ها و موسیقی‌های مورد استفاده ایرانی است. الگوی دوم، الگوی فراغتی مذهبی است. در این الگو فعالیت‌های جمعی و فردی مذهبی همراه با مشارکت در گروه‌های اجتماعی مذهبی مثل مشارکت در کانون‌های فرهنگی هنری، مشارکت در گروه‌های مقاومت بسیج و انجام فعالیت‌های خیریه قرار گرفته است. به همین دلیل می‌توان گفت که برای پسران جوان در اصفهان فعالیت در این گروه‌های اجتماعی بیشتر معنای مذهبی می‌دهد تا معنای فعالیت مدنی اجتماعی. الگوی سوم، الگوی فراغت فرهنگی و هنری است. در این الگو مطالعه کتاب، گوش کردن به سخنرانی‌های علمی و فلسفی و گوش کردن به موسیقی کلاسیک و پاپ خارجی کنار هم قرار گرفته است. انجام کارهای هنری در خانه نیز همسو با این فعالیت‌های فرهنگی است.

چهارمین الگوی فراغتی، الگویی است که با تماشای فیلم‌ها و سریال‌های ایرانی و خارجی مشخص می‌شود. این الگوی فراغتی دسته‌ای از پسران جوان را نشان می‌دهد که در اوقات فراغتشان بیش از همه پای تلویزیون، شبکه‌های ماهواره‌ای و دی وی دی‌های سریال‌های مختلف می‌نشینند و بیشتر وقت خود را برای تماشای آنها می‌گذرانند.

الگوی فراغتی پنجم، الگویی است که مشارکت‌های اجتماعی را با سفر خارجی و استفاده از سینما و کنسرت‌های موسیقی زنده با هم جمع کرده است. به نظر می‌رسد محور این الگوی فراغتی، مشارکت اجتماعی است که با برخی فعالیت‌های فرهنگی و تفریحی همگام شده است.

الگوی فراغتی ششم، گذران وقت با دوستان است. این الگو شامل فعالیت‌هایی است که به طور مستقیم یا

۱. بعد از ستون میانگین، اعداد زیر قطر جدول مقدار تی و اعداد بالای قطر سطح معناداری را نشان می‌دهد.

غیر مستقیم ارتباط فرد با دوستان و افراد غیر از اعضای خانواده را نشان می‌دهد. این فعالیت‌ها شامل بازی‌های دسته جمعی کامپیوتری در خانه یا گیم نت، میهمانی‌های دوستانه با دوستان هم‌جنس یا غیر هم‌جنس و رفتن به کافی شاپ یا دوستان است. بیشتر این فعالیت‌ها، فعالیت‌های مجردی پسران جوان است که به نظر می‌رسد افراد بدون مسئولیت خانوادگی به آن می‌پردازند و محور آن وقت گذرانی و تفریح با دوستان است.

الگوهای فراغت دختران و ارتباط آن با متغیرهای مستقل

در گروه دختران جوان، الگوی فراغت مذهبی با سرمایه اقتصادی، هویت جنسیتی و میزان دینداری رابطه معناداری داشته است. نتایج نشان می‌دهند که دختران جوانی این الگوی فراغتی را انتخاب می‌کنند که سرمایه اقتصادی پایین‌تر و هویت جنسیتی سنتی‌تری دارند. شدت رابطه این الگوی فراغتی با میزان دینداری بسیار زیاد است؛ یعنی دختران جوانی که دیندارترند با احتمال بسیار زیادی این الگوی فراغتی را انتخاب می‌کنند. الگوی فراغتی تفریحات بیرون از خانه با همه متغیرهای مستقل رابطه معناداری نشان داده است. هویت جنسیتی دختران جوانی که این الگوی فراغتی را انتخاب می‌کنند، سنتی‌تر است.

الگوی فراغتی تفریحات درون خانه، مطالعه و بازی و الگوی فراغتی مشارکت مدنی نیز با همه متغیرهای مستقل رابطه معناداری نشان داده‌اند. رابطه این الگوی فراغتی با دینداری منفی است؛ یعنی دختران جوانی که هویت جنسیتی مدرن‌تر و دینداری ضعیف‌تری دارند، این الگوی فراغتی را انتخاب می‌کنند. علاوه بر این، این الگوی فراغتی با دینداری رابطه منفی داشته و با هویت جنسیتی مدرن همسوست. الگوی فراغتی نامعمول با همه متغیرهای مستقل رابطه معناداری دارد، ولی با هویت جنسیتی ارتباطی برقرار نکرده است.

جدول ۳: ضرایب همبستگی بین نمرات الگوهای فراغت و متغیرهای مستقل در گروه دختران جوان (۲۹-۲۰ سال)

الگوها	آماره	سرمایه اقتصادی	هویت جنسیتی	دینداری
فراغت مذهبی	r	-۰/۱۱۷	۰/۱۴۵	۰/۶۴۳
	sig	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
	N	۷۹۹	۸۶۰	۸۴۶
الگوی فراغتی تفریحات بیرون خانه	r	۰/۱۷۳	-۰/۱۳۴	۰/۱۰۸
	sig	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۲
	N	۸۰۶	۸۶۶	۸۴۹
الگوی فراغتی تفریحات درون خانه	r	۰/۱۸	-۰/۱۹۲	-۰/۱۴۶
	sig	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
	N	۸۰۴	۸۶۳	۸۴۸
الگوی فراغتی مطالعه و بازی	r	۰/۲۵۳	-۰/۲۴۸	۰/۰۶۹
	sig	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۴۵
	N	۸۰۶	۸۶۵	۰/۸۵۱
الگوی فراغتی مشارکتی	r	۰/۲۵۱	-۰/۱۴۴	-۰/۲۵۱
	sig	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
	N	۸۰۶	۸۶۵	۸۴۹

۰/۱۸	-۰/۰۵۱	۰/۱۲۸	r	الگوی فراغتی نامعمول
۰/۰۰۰	۰/۱۲۴	۰/۰۰۰	sig	
۸۵۴	۸۶۹	۸۱۱	N	

الگوهای فراغت پسران و ارتباط آن با متغیرهای مستقل

در گروه پسران جوان الگوی فراغت مذهبی با دینداری رابطه بسیار قوی و مثبتی دارد. رابطه سرمایه اقتصادی با این الگوی فراغتی بسیار ضعیف است و هویت جنسیتی، ارتباطی با آن برقرار نکرده است. الگوی فراغت هنری و فرهنگی با همه متغیرهای مستقل رابطه معناداری دارد. این الگو با دینداری رابطه مثبت و با هویت جنسیتی مدرن بالاتر همسوست.

الگوی فراغتی سنتی و ایران با هویت جنسیتی و دینداری رابطه ضعیفی برقرار کرده است و با سرمایه اقتصادی رابطه معناداری ندارد. الگوی فراغتی گذران وقت با دوستان با سرمایه اقتصادی رابطه مثبت و معناداری داشته است. این الگو همچنین ارتباطی به دینداری نداشته است. پایگاه خانواده رابطه مثبت و معنادار و نسبتاً قوی با آن برقرار کرده است و با سرمایه اقتصادی نیز رابطه مثبت و معنادار دارد. این الگو با میزان دینداری و هویت جنسیتی، رابطه ضعیف و منفی نشان داده است. تماشای فیلم و سریال با سرمایه اقتصادی، هویت جنسیتی و دینداری رابطه‌ای ندارد.

جدول ۴: ضرایب همبستگی بین نمرات الگوهای فراغت و متغیرهای مستقل در گروه پسران جوان (۲۹-۲۰ سال)

الگوها	آماره	سرمایه اقتصادی	هویت جنسیتی	دینداری
فراغت مذهبی	r	۰/۰۷	۰/۰۳۸	۰/۶۳۷
	sig	۰/۰۳۷	۰/۲۷	۰/۰۰۰
	N	۸۱۷	۸۴۴	۸۳۶
فراغت هنری	r	۰/۱۲۱	-۰/۱۶۷	۰/۱۳۵
	sig	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
	N	۸۲۷	۸۵۴	۸۴۵
سنتی و ایرانی	r	-۰/۰۱۱	-۰/۱	۰/۱
	sig	۰/۷۶۳	۰/۰۰۴	۰/۰۰۳
	N	۸۲۳	۸۵۰	۸۴۱
گذران وقت با دوستان	r	۰/۲۲	-۰/۰۷	-۰/۰۰۷
	sig	۰/۰۰۰	۰/۰۳	۰/۸۴۴
	N	۸۳۵	۸۵۳	۸۴۲
فراغت مشارکتی	r	۰/۲	-۰/۰۶۵	-۰/۰۹
	sig	۰/۰۰۰	۰/۰۶	۰/۰۰۸
	N	۸۲۷	۸۵۲	۸۴۴

۰/۰۵۸	۰/۰۲۵	۰/۰۴۹	r	تماشای فیلم و سریال
۰/۰۹	۰/۴۶۹	۰/۱۶	sig	
۸۴۶	۸۵۵	۸۲۹	N	

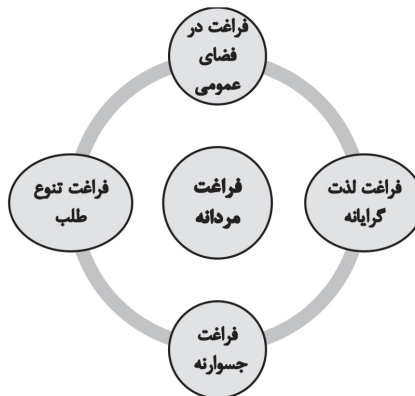
یافته های بخش کیفی پژوهش

سؤال اساسی بخش حاضر این است که پسران و دختران جوان مورد مطالعه الگوهای گذران اوقات فراغت خود را چگونه معنا و تفسیر می کنند. مفاهیم حاصل از تحلیل داده ها، از پیدایش دو گونه فراغت در میان دختران و پسران حکایت دارد.

فراغت مردانه

فراغت مردانه، فراغتی است که این خصلت ها را داراست: فراغت در فضای عمومی، فراغت لذت گرایانه، فراغت جسورانه، فراغت فعالانه. در حقیقت، این ویژگی ها در کنار یکدیگر فراغت مردانه را در میدان مطالعه می سازند.

شکل ۱: برساخت فراغت مردانه به میانجی چهار مفهوم اساسی



فراغت در فضای عمومی

به نظر می رسد تجربه فراغت در میان پسران جوان به شدت به مکان های عمومی گره خورده است. آنها تمایل دارند که فراغت خود را در مکان های عمومی مثل پارک ها، خیابان ها، پاساژها و تفرجگاه های عمومی بگذرانند. عمده پسران جوان اظهار داشته اند که وقت آزاد خود را در این مکان ها سپری می کنند و از ترجیح خود در این زمینه سخن گفته اند.

به عنوان نمونه، مهران جوان ۲۸ ساله و مجرد اظهار داشته است:

"ما بعضی شبا مخصوصا شبا جمعه با بچه ها می ریم تو خیابونا می چرخیم با ماشین. معمولاً دیروقت بر می گردیم."

فراغت لذت گرایانه

این معنای فراغت، در بین پسران و دختران جوان مشترک بوده است. لذت گرایی در فراغت به این امر اشاره دارد که مقصود و منظور جوانان میدان مطالعه از انتخاب الگوها و فعالیت های فراغت، لذت بردن از لحظات زندگی است. نوعی کیف و لذت درونی که می تواند دقایق و ساعاتی آنها را از فضای جدی خسته کننده روزمره جدا سازد.

عرفان، ۲۲ ساله اظهار داشته است:

"آقا ما هر کاری که کیف بده، هستیم دیگه.. واسم فرقی نمی کنه که کجا باشه، با کی باشه. خوشم بیاد می رم.. اغلب بچه ها هم پا هستن (یعنی همراهی می کنند)."

فراغت تنوع طلب

فراغت در میان پسران جوان خصلت دیگری هم دارد و با تنوع بیشتری همراه است. در حقیقت، پسران این اجازه را دارند که تجربه های ناشناخته و با ریسک بیشتر داشته باشند. رفتن به صخره نوردی، رفتن با دوستان مجرد به مسافرت، طبیعت گردی و.. مواردی از این دست تجربه هاست. بدین ترتیب، فراغت در میان پسران با تنوع بیشتری همراه است؛ به گونه ای که کمتر می شود الگوی یکدستی از مدل فراغت شناسایی کرد، چرا که پسران جوان مدام در حال تجربه فراغت های جدید هستند و تنوع طلبی در فراغت یکی از این خصلت هاست.

برای مثال بهنام ۳۰ ساله و متاهل از تجربه های طبیعت گردی، سفرهای یک هفته ای و ده روزه اش به جنگل های شمال و اسکان در دل جنگل سخن گفته است:

"اصولا دلم می خواد به جاهای متنوع برم. واسه همین، تو مجلات گردشگری جاهای جدیدی که تو ایران معرفی می کنه رو سعی می کنم با دوستانم برم."

فراغت جسورانه

به نظر می رسد پسران جوان در انتخاب فعالیت های فراغتشان از جسارت و توانایی بیشتری برخوردارند و با خیال راحت تری از خط قرمزها عبور می کنند. در حقیقت، آزادی عمل و استقلال آنها در نحوه گذران فراغت در میان اظهارات مصاحبه شوندگان مشهود و مشخص است. بیرون ماندن تا ساعات پایانی شب، رفتن به مهمانی های نامتعارف و تفریحات پرهیجان، از مواردی است که در میان پسران جوان امر رایج تری محسوب می شود.

محمدرضا ۲۶ ساله در پاسخ به سئوالی درباره حساسیت های خانواده این گونه اظهار داشته است:

"واسه بیرون بودن تا ۱۲ (شب) اوکی هست، ولی دیرتر نه دیگه. خطری می شه (با خنده)."

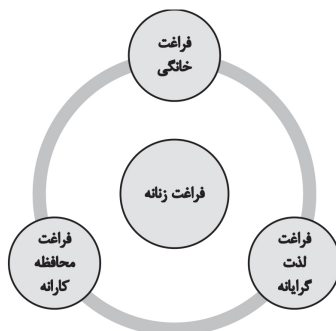
مسعود ۲۳ ساله نیز در این باره گفته است:

"مهمونی هم زیاد می ریم. فرقی نمی کنه واسم مختلط باشه یا نه.. خونواده هم معمولاً گیر نمی دن. اگر هم گیر بدن، زیاد جدی نمی گیرم (با خنده)."

فراغت زنانه

فراغت زنانه، دارای ویژگی ها و معنایی است که می توان آن را متمایز از فراغت مردانه تحلیل کرد. این خصوصیات عبارت اند از: فراغت خانگی، فراغت لذت گرایانه و فراغت محافظه کارانه. در حقیقت، این سه خصلت فراغت در کنار یکدیگر تجربه های فراغتی زنان جوان را می سازند.

شکل ۲: برساخت فراغت زنانه به میانجی سه مفهوم



فراغت خانگی

در این مورد باید گفت که فراغت خانگی به طور مشخصی در برابر فراغت در فضای عمومی قرار می گیرد. تحلیل و بازخوانی داده ها نشان می دهد که در جهان ذهنی جوانان مورد مطالعه، فراغت به دو بخش درون خانه و بیرون از خانه تقسیم می شود. فراغت مبتنی بر خانه، فراغتی نرم، زنانه، کم هزینه و کم دردسر تلقی شده و فراغت بیرون از خانه، فراغتی مستقل، پویا، مردانه و جسورانه معنا شده است. فراغت برای زنان جوان به مکانی به نام خانه گره خورده است. این امر به ویژه در میان زنان جوان متأهل به شدت قابل توجه و متمایز است. از سوی دیگر، زنان مجرد آزادی عمل بیشتری را در تجربه هایشان از فراغت بیان کرده اند، اما آنها نیز فراغت در خانه را به شدت دنبال می کنند. فعالیت هایی مثل تماشای فیلم و سریال، انجام کارهای هنری، گوش کردن به موسیقی و مطالعه کردن، الگوهایی از فراغت هستند که در میان دختران جوان دنبال می شود که همگی ارجاعی به خانه در خود دارند. در حقیقت، فراغت زنانه به نوعی با فراغت در خانه معنا می یابد. از همین روست که عمده زنان از نگرانی ها، دردسرها و مشکلات خود برای گذران فراغت در بیرون از خانه سخن گفته اند. اگرچه در بسیاری از موارد فراغت در فضای عمومی را تجربه می کنند، اما این تجربه ها با مصائب و سختی هایی همراه بوده است.

زهره، زن ۲۷ ساله خانه را به دلایل مختلف برای فراغت روزمره ترجیح می دهد:

"یه باشگاه می خوام بری، کلی دردسر داره، شوهرم باید حتما خونه بمونه پیش بچه یا بچه رو بزارم خونه مادرم.. حالا هزینه و رفت و آمدش به کنار. واسه همین خودم تو خونه تردمیل خریدم و دیگه باشگاه نمی رم."

فراغت لذت گرایانه

فراغت لذت گرایانه، دومین خصلت فراغت زنانه است. این ویژگی در میان هر دو نوع فراغت زنانه و مردانه تاحدی مشترک است، هر چند که در الگوی انتخاب شده و نحوه انجام آن تا حدی تفاوت وجود دارد. به عبارت دیگر، نوعی اصالت کیف و لذت در انتخاب های زنان جوان نیز وجود دارد و اینکه شادی، خوشی و لذت های زودگذر به ایده ای محوری در انتخاب فعالیت های فراغتی تبدیل شده است.

سحر، ۲۵ ساله، مجرد و دانشجوی ارشد مدیریت است. او در تایید این ادعا این گونه پاسخ داده است:

"به نظرم، تفریح یعنی اینکه خوش باشی و لذت ببری حالا می خواد سر کار باشه یا مسافرت.. من هر جایی که حس کنم اگر برم حالم بهتر می شه، حتما می رم. این چند روزه عمر ارزش حرص خوردن نداره."

همچنین، محدثه ۲۷ ساله و متأهل معتقد است که اگر به گذشته برگردد، آن محدودیت ها را رعایت نخواهد کرد و از زندگی بیشتر لذت خواهد برد:

"بعد از یه عمر، حالا معنای خوشی و کیف رو می فهمم. واسه من فراغت یعنی اینکه خودم رو محدود نکنم؛ هم به خودم برسیم و هم حسابی با دوستان یا خونوادم خوش بگذرونم."

فراغت محافظه کارانه

فراغت محافظه کارانه در مقابل فراغت جسورانه قرار می گیرد. فراغت محافظه کارانه به معنایی از فراغت اشاره دارد که به دنبال شیوه های عمدتاً زمون پس داده و کم ریسک در فراغت است. عمده دختران جوان میدان مورد مطالعه، نحوه گذران فراغت خود را به شدت به این امر وابسته دانسته اند. اینکه در انتخاب های فراغتشان باید ملاحظه بسیاری از موارد را بکنند و همین امر باعث می شود که در چارچوب الگوهای رایج و با رعایت خطوط قرمز، فراغت خود را انتخاب کنند. همچنین باید اضافه کرد فراغت زنانه به دلیل اینکه از سوی خانواده با کنترل و نظارت بیشتری در مقایسه با پسران همراه است، لذا آنها را به سمت انتخاب الگوهای کم دردسرتر پیش می برد.

عاطفه، ۲۰ ساله که علاقه زیادی به ورزش های آبی و پرهیجان دارد، از ممانعت پدر خود سخن گفته است:

"من به سری تفریحات هیجانی مثل رفتینگ (قایق سواری در آبهای خروشان) رو خیلی دوس دارم، ولی بابام راضی نمی شه، چون واسه رفتینگ باید بری تا شهرکرد و خب مسیرش دوره." مهوش ۲۴ ساله نیز در این مورد اینگونه اظهار داشته است:

"ما دیگه خیلی بیرون باشیم ۱۰. تازه اونم باید به مامانم توضیح بدم. البته اونا کاملاً اعتماد دارن، ولی خب یه ذره دیر می شه، همی زنگ می زنه، اعصابم خورد می شه. واسه همین خودم زودتر می آم." بدین ترتیب، الگوهایی از سوی دختران جوان انتخاب می شود که کمترین تنش و چالش را برایشان به همراه داشته باشد. کنترل و نظارت خانواده، احساس ناامنی از فضای بیرون و ترس از پیامدهای پیش بینی نشده باعث می شود تا با احتیاط عمل کنند و فراغتی را انتخاب نمایند که کمترین حساسیت را در پی داشته باشد- همین خصیصه، فراغت دختران جوان را به سوی یکنواختی و یکدستی پیش می برد.

بحث و نتیجه گیری

مقایسه ساده میان الگوهای فراغت در بین جوانان مورد مطالعه آشکار می سازد که فراغت مذهبی برای دختران به طرز معناداری اولویت اول بوده، اما برای پسران در اولویت نیست. اگر چه در مجموع می توان از اهمیت مذهب و دینداری در انتخاب الگوهای فراغت در بین جوانان شهر اصفهان سخن گفت، اما این اهمیت برای دختران جوان بیشتر بوده و متمایزتر است. از سوی دیگر، فراغت مذهبی برای پسران جوان با فراغت فرهنگی و هنری در یک سطح از اهمیت قرار دارند.

مهمترین فراغت پسران فراغت معمول و سنتی ایرانی است؛ بدین معنا که فراغت رایج شامل گوش کردن به موسیقی پاپ ایرانی، گوش کردن به موسیقی های لس آنجلسی، رفتن به پارک ها و محل های تفریحی همراه با خانواده یا دوستان و مواردی از این دست جزو اولویت های پسران جوان در انتخاب سبک های فراغتی است. این نتایج با یافته های پژوهش سفیری و مدیری (۱۳۸۹) با عنوان "تفاوت های جنسیتی در فراغت"، دادورخانی و همکاران (۱۳۹۰)، شفیعی (۱۳۹۴) و سرایی و همکاران (۱۳۹۱) همسو بوده و همگی عامل جنسیت را در انتخاب و مصرف الگوهای فراغت موثر می دانند. عمده مطالعات یاد شده طی سالیان اخیر انجام گرفته و از سطوح ملی تا منطقه ای و روستایی را پوشش داده است به ویژه تحقیق شفیعی (۱۳۹۴) که به مطالعه تطبیقی فراغت زنان در سطح ملی و بین المللی پرداخته و نشان می دهد که فراغت نیز مانند سایر موضوعات اجتماعی متأثر از متغیرهای ساختاری چون جنسیت است.

تحلیل داده های کیفی نیز این نتیجه بخش کمی را شفاف تر می سازد. به عبارت دیگر، می توان گفت فراغت مذهبی و دینی فراغتی است که کاملاً با ارزش ها و الگوهای جامعه مورد مطالعه منطبق است و لذا در دل خود نوعی محافظه کاری به همراه دارد- همان خاصیتی که فراغت زنانه را از فراغت مردانه متمایز می سازد. از سوی دیگر، فراغت سنتی ایرانی نیازمند آزادی عمل بیشتری است و نوعی تنوع و پراکندگی را در خود دارد. بنابراین تنوع طلبی در فراغت از ویژگی هایی است که به خوبی می تواند معنای فراغت در بین پسران را به ما نشان دهد.

تمایز بنیادین دیگری که از مقایسه داده های کمی پژوهش به دست می آید، به دو الگوی فراغت مربوط می شود. در بین دختران جوان فراغت مشارکتی در درجه پایین اهمیت قرار داشته است، در حالی که در میان پسران موقعیت به مراتب بهتری داراست. فراغت مشارکتی، فراغتی است که مستلزم حضور در عرصه عمومی به معنای دقیق کلمه است و نیازمند سطحی از اعتماد و امنیت و استقلال فردی است که به نظر می رسد این امکان در سطح مطلوبی مهیا نیست. به همین دلیل است که فراغت نامعمول در بین دختران جوان در رده آخر

اهمیت قرار داشته است- فراغت نامعمول با حداقلی از جسارت برای عبور از خطوط قرمز رایج همراه است. در بین الگوهای فراغت پسران جوان گونه ای از فراغت به عنوان گذران وقت با دوستان وجود دارد که دقیقاً در ادامه همین خصلت ها قابل تحلیل است. گذران وقت با دوستان در بین پسران آن چنان مهم است که به عنوان یک الگوی فراغتی آشکار شده است، درحالی که چنین الگویی برای دختران وجود ندارد. بدیهی است این الگو به این دلیل در بین پسران جوان بیشتر است که آنها با آزادی و امکان بیشتری در انتخاب الگوهایشان روبرو هستند، چیزی که در میان دختران به شکل آشکار وجود ندارد و مدام با ملاحظات همراه است.

فراغت فعالانه - جسورانه پسران در برابر فراغت منفعلانه-محافظه کارانه دختران

در مجموع و با تحلیل داده های کمی و کیفی و مقایسه آن ها با یکدیگر می توان از تمایز جدی در انتخاب الگوهای فراغت پسران و دختران جوان سخن گفت؛ بدین ترتیب که فراغت پسران جوان فعالانه تر و جسورانه تر است و آزادی بیشتری در برخی از الگوهای فراغت دارند. به طور مثال، گشت و گذار با دوستان، قدم زدن در پارک ها و فضاهای عمومی شهری، رفتن به باشگاه های ورزشی و تفریحی برای پسران راحت تر است و در این مورد کمتر نگرانی داشته اند. آنها همچنین در انتخاب فیلم ها، موسیقی ها و الگوهای فراغتی فرهنگی و هنری، آزادانه تر عمل می کنند و راحت تر از خطوط قرمز و هنجار ها عبور می نمایند. به طور مثال، تماشای فیلم های غیر ایرانی، دنبال کردن سریال های خارجی و دانلود موزیک ها و موزیک-ویدئو های غیرفارسی جزو کارهای عادی آنها محسوب می شود، در حالی که دنبال کردن این سبک های هنری و رسانه ای در بین دختران جوان کمتر رایج است. در واقع، دختران جوان برنامه های پخش شده از رسانه های رسمی و مجاز را بیشتر مصرف می کنند و نوعی مصرف محافظه کارانه دارند، در حالی که پسران جوان نیاز های فرهنگی و هنری خود را آن گونه که تمایل دارند ارضا می کنند و کمتر الگوی رسمی را دنبال می نمایند. از طرف دیگر، دختران جوان در مورد نحوه گذران فراغت خود، به کنترل و نظارت خانواده بیشتر ارجاع می دهند و از حساسیت های خانواده در این باره سخن گفته اند، در حالی که پسران جوان، موضوع نظارت خانواده بر الگوهای فراغت را چندان مهم تلقی نمی کنند.

در حقیقت نتایج فوق در راستای تحقیق بارگمن و ون ایک (۲۰۰۴) است، چرا که این دو نیز جنسیت را عاملی کلیدی در انتخاب الگوها و فعالیت های فراغت می دانند. از سوی دیگر، نتایج پژوهش حاضر نشان داد که فراغت برای مردان نوعی کنشگری آزادانه، مستقل و با جسارت است، در حالی که فراغت برای زنان نوعی وابستگی و محافظه کاری در درون خود دارد. بنابراین می توان گفت رهیافت بیتمن و وایمن (۲۰۰۰) درباره فراغت تکه تکه زنانه در برابر فراغت خالص مردانه، شکل دیگری از بیان همین تمایز کشف شده در پژوهش حاضر است.

منابع

- ابراهیمی، قربانعلی و بهنوئی گدنه، عباس. (۱۳۸۸). "بررسی جامعه شناختی رابطه اوقات فراغت با هویت شخصی در بین جوانان شهر بابلسر". فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات. شماره ۱۴، ۱۴۸-۱۲۷.
- ایمان، محمد تقی و بوستانی، داریوش. (۱۳۸۹). "تحلیل کیفی پیوند فراغت و هویت در میان دانش آموزان دبیرستانی شیراز". فصلنامه علوم اجتماعی. شماره ۱۶، ۳۶-۱.
- تورکیلدسن، جرج. (۱۳۸۲). اوقات فراغت و نیازهای مردم. عباس اردکانیان و عباس حسینی. تهران: انتشارات نوربخش
- دادورخانی، فضیله؛ هاجری، بهرام؛ قنبری، مرتضی و حاجیلو، مهدی. (۱۳۹۰). "تحلیلی بر گذران اوقات فراغت جوانان در مناطق روستایی ایران". اندیشه جغرافیایی. شماره ۹، ۱۰۱-۱۲۱.
- ربانی، رسول و شیر، حامد. (۱۳۸۸). "اوقات فراغت و هویت اجتماعی". فصلنامه تحقیقات فرهنگی. دوره دوم، شماره ۸، ۲۴۲-۲۰۹.
- رستگار خالد، امیر و همکاران. (۱۳۹۵). "تاثیر فناوری های جدید بر اوقات فراغت و سرمایه اجتماعی جوانان". فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات. شماره ۶۵، ۱۴۷-۱۲۶.
- رضایی، احمد و محمدی، نریمان. (۱۳۹۳). "رسانه مدرن و درک معنایی از تجربه فراغت". مطالعات فرهنگ-ارتباطات. سال پانزدهم، شماره ۲۷، ۱۸۴-۱۶۳.
- رفعت جاه، مریم. (۱۳۹۰). "فراغت و ارزش های فرهنگی". فصلنامه تحقیقات فرهنگی. دوره چهارم، شماره ۱، ص: ۱۹۰-۱۵۹.
- روجک، کریس. (۱۳۸۸). نظریه فراغت: اصول و تجربه ها. عباس مخبر. تهران: نشر شهر
- ساروخانی، باقر و همکاران. (۱۳۹۲). "بررسی جامعه شناختی تاثیر گذران فراغت در تکوین هویت ملی جوانان". فصلنامه جامعه پژوهی فرهنگی. سال چهارم شماره ۳، ۸۱-۵۵.
- سرایی، محمد حسین؛ روستا، مجتبی و اشنوئی، امیر. (۱۳۹۱). "عوامل موثر بر گذران اوقات فراغت در مناطق شهری ایران مطالعه منطقه ۸ مشهد". برنامه ریزی منطقه ای. شماره ۷، ۲۵-۳۸.
- سعیدی رضوانی، نوید و سینه چی، پیروز. (۱۳۸۶). "مشهد و اوقات فراغت". فصلنامه جستارهای شهرسازی. شماره ۲۲-۲۳، صص ۱-۶.
- سفیری، خدیجه و مدیری، فاطمه. (۱۳۸۹). "تفاوت های جنسیتی در اوقات فراغت". شماره ۵۹، سری ۴، ۱۴۷-۱۷۰.
- شفیعی، سمیه سادات. (۱۳۹۴). "تاملی بر یافته های پژوهشی فراغت زنان از منظر جامعه شناسی". راهبرد اجتماعی فرهنگی. شماره ۱۵، ۲۷۱-۳۰۷.
- صادقی، رسول و همکاران. (۱۳۸۹). "نابرابری اجتماعی در حوزه فراغت". فصلنامه رفاه اجتماعی. ۳۵۷-۳۹۰.
- عبدی، فاطمه و فخری، فرناز. (۱۳۹۰). "نقش رسانه در توسعه فرهنگ ورزش در اوقات فراغت زنان". فصلنامه پژوهش های ارتباطی. شماره ۶۸، ۵۰-۳۱.
- فاضلی، محمد. (۱۳۸۲). مصرف و سبک زندگی. قم: صبح صادق
- فکوهی، ناصر و مهابادی، فرشته. (۱۳۸۲). "اوقات فراغت و شکل گیری شخصیت فرهنگی". نامه انسان شناسی. شماره ۴، پاییز و زمستان.
- قادرزاده، امید؛ قادرزاده، هیرش و حسن پناه، حسین. (۱۳۹۵). "الگوهای فراغتی و هویت ملی، مطالعه

موردی جوانان استان کردستان". فصلنامه مطالعات ملی. سال ۱۷، شماره ۴، ۹۷-۱۱۶.

- کیویستو، پیتر. (۱۳۸۰). اندیشه‌های بنیادی در جامعه‌شناسی. منوچهر محسنی. تهران: نشر نی
- هزار جریبی، جعفر و ارفعی عین‌الدین، رضا. (۱۳۹۱). "فراغت و سلامت". فصلنامه برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی. شماره ۱۰، ۳۹-۶۴.
- Azevedo, Mario; Araujo, Cora ; Reichert, Felipe; Siqueria, Fernando. (2007). **"Gender differences in Leisure Time Physical Activity"**. International Journal of Public Health, Vol.52, No.1, 8-15.
- Bittman, Michael and Wajcman, Judy. (2000). **"The Rush Hour: The Character of leisure Time and Gender Equity"**. social forces, Vol.79, No.1, 165-189.
- Green, E; Hebron, S and Woodward, D. (1990). **Women's Leisure: What Leisure?** Hampshire: Macmillan.
- Human, Kinetics. (2010). **Dimension of Leisure for Life**. United States of America: Human Kinetics
- Roberts, K. (1999). **Leisure in Contemporary Society**. London: CABI.
- Rojek, C. (1989). **Leisure for Leisure: Critical Essays**, Macmillan, London.
- Teddlie, Charles; Tashakkori, Abbas. (2009). **Foundations of Mixed Methods Research**, London: Sage.
- Van Eijck, K; Bargeman, B. (2004). **"The Changing Impact of Social Background on Lifestyle"**. Poetics, Vol.32, 439-461.
- Wynne, D. (1998). **Leisure, Lifestyle and the New Middle Class**. London & New York: Routledge.



هویت یابی متمایز دختران نسل نو با تاکید بر تحصیلات دانشگاهی

شیرین احمدنیا^۱

شمیم شرافت^۲

کیانا تقی خان^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۲/۲

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۵/۹

امروزه، با توجه به سرعت تغییرات ارزشی و هنجاری، شاهد پدید آمدن نسلی نو از دختران در جامعه چند فرهنگی ایران هستیم. تفاوت‌های بین نسلی را می‌توان آشکارا در قالب شیوه‌های نوین زندگی، محدوده‌های انتخاب و آرمان‌ها و اهداف نوین دختران در مقایسه با مادرانشان یافت. نگارندگان در این پژوهش با رویکرد کیفی به واکاوی ایده آل‌های ذهنی، تجربیات و باورهای دو نسل متفاوت از زنان در تهران معاصر می‌پردازند. نسل زنانی با تحصیلات دانشگاهی و نسل مادرانشان که در مقایسه، از سطوح تحصیلی پایین‌تری برخوردار بوده‌اند. تنوع و تکثر مسیرهایی که پیش روی دختران در ذهنشان ترسیم شده و یا در جریان زندگی و تجربیات زیسته‌شان متبلور می‌شوند و خود را در چارچوب تفاوت‌های بین نسلی باز می‌نمایند، یافته اصلی این تحقیق است. در جریان مصاحبه‌های عمیق نیمه ساخت‌یافته، جمعیت نمونه هدفمندی از دختران که دارای ویژگی ورود به عرصه تحصیلات تکمیلی در رشته‌های متنوع بوده‌اند و انجام مصاحبه با مادران همان نسل را انتخاب کرده ایم. یافته‌های تحقیق بیانگر شواهدی از بروز تفاوت‌های قابل لمس در حیطه تعریف نقش، هویت پذیری، انگیزه فعالیت و کار، معیارهای همسرگزینی، انتظار از نقش‌های زناشویی و آمان گرایی و مسئولیت‌پذیری میان دو نسل متوالی زنان در تهران است.

واژگان کلیدی: نقش‌های زنان، آرمان گرایی، تحصیلات دانشگاهی و شکاف نسلی

۱. دانشیار، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Shirin.ahmadnia@gmail.com

۲. دانشجوی دکتری علوم اجتماعی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

۳. کارشناس ارشد روانشناسی و آموزش کودکان استثنایی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

مقدمه

در شرایط اجتماعی و اقتصادی امروز در جامعه ایران، با تغییرات ارزشی و هنجاری شتابنده آن با مفاهیمی چون شکاف نسلی روبرو هستیم که ابعاد آن نسبت به شرایط نسل های قبل، وسیع تر و متنوع تر شده است. مروری بر آمار نظام آموزش عالی ایران در دهه های اخیر، حکایت از حضور چشمگیر دختران در دانشگاه ها و افزایش تدریجی حضور زنان در عرصه تحصیلات تکمیلی در مقایسه با نسل های قبل دارد؛ چنان که مشاور عالی سازمان سنجش کشور (۱۳۹۴) در مصاحبه با خبرگزاری مهر اعلام کرده است که زنان ۴۲/۷ درصد جمعیت متقاضیان دکترا را تشکیل داده اند. محمدجواد محمودی، رئیس مرکز مطالعات جمعیت شناسی آسیا و اقیانوسیه نیز در میزگرد کنکور و افزایش جمعیت (۱۳۹۱) اعلام کرد: "در سال ۵۷ نسبت ورود زنان به مردان داوطلب آموزش عالی ۳۰ درصد به ۷۰ درصد بود. در سال ۷۸ این نسبت برابر شد و در حال حاضر ۶۰ درصد از داوطلبان ورود به کنکور زنان هستند."

با توجه به افزایش سطح تحصیلات عمومی، امکانات تحصیلات تکمیلی و متعاقب آن افزایش نسبی حضور زنان در عرصه عمومی و مشارکتشان در فعالیت های فرهنگی و اقتصادی و در عصر پدیدار شدن تکنولوژی های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، الگوهای رفتاری و سبک زندگی نوینی پدیدار شده است. رفتار و سبک زندگی خانوادگی نسل های قبل، شباهت بیشتری با نسل های ماقبل خود داشت، در حالی که در میان نسل های جوان، شاهد تفاوت های آشکارتری در میان دختران و مادرانشان (به فاصله یک نسل) هستیم. تفاوت در سلائق، آرزوها و ایده آل ها، معیارها و شیوه های همسرگزینی، مسیر فعالیت ها و نقش آفرینی، رفتارهای اجتماعی فرهنگی، نحوه معاشرت و گذران اوقات فراغت و غیره موجب می شوند که تعریف نقش های خانوادگی و انتظارات از نقش ها دچار تغییر و تحول قابل توجهی شود و هویت های نوینی به ویژه برای دختران در سطوح تحصیلات بالاتر شکل بگیرد. دختران امروزی با حقوق و تکالیف و مسئولیت های جدیدی با توجه به اختیار عمل فزاینده فردی شان مواجه اند و در واقع خودشان برای خود تعیین تکلیف می کنند. بسیاری از دختران نسل نو، از فضای زندگی سنتی و مالوف والدین خود فاصله گرفته اند و آنچنان آشنایی و تجربه قبلی در مواجهه با شرایط روز ندارند تا بتوانند با اطمینان خاطر، تصمیم گیری یا مدیریت مناسبی داشته باشند. تفاوت میان تحصیلات زنان دو نسل موجب ایجاد فاصله ای بین دختران دارای تحصیلات عالی با مادران خود که فاقد این سطح از تحصیلات هستند، می شود که در این تحقیق به عنوان عاملی تعیین کننده برای شناسایی فاصله نسلی و نمود آن در شئون مختلف زندگی دو نسل از زنان، دختران و مادرانشان در نظر گرفته شده است؛ فاصله ای که میان ارزش های یک نسل و نسل دیگر به چشم می آید. فاصله بین نسلی در این تحقیق به معنای فاصله میان مادری فاقد تحصیلات دانشگاهی با فرزند دخترش است که دارای تحصیلات دانشگاهی است.

شکاف نسلی از مسائلی است که در تحقیقات در حوزه آسیب شناسی خانواده مورد بررسی قرار گرفته است. از جمله تحقیقات صورت گرفته، پژوهش پیرامون شکاف نسلی و تاثیر رسانه های جمعی و یا معاشرت نسل ها بوده است. برای مثال، امروزه ماهواره و اینترنت از جمله عوامل موثر بر شکاف نسلی جوانان و والدینشان شناخته شده اند. از مزایای اینترنت به ایجاد یک فضای عمومی دموکراتیک برای اظهار نظر و تبادل آراذاته تر اشاره می شود که امکان تعاملی چندجانبه و مواجهه با دیدگاه های متفاوت را برای نسل جدید فراهم کرده است (جهانبخش، ۱۳۹۵: ۴۹؛ عباسی اسفجیر و دیگران، ۱۳۹۲: ۱۶۵). شکاف نسلی گاه موجب گرایش بیش تر جوانان به معاشرت با همسالان خود و فاصله گیری از والدین می شود. پژوهش ها در بررسی جامعه شناسختی شکاف نسلی در ایران پس از انقلاب اسلامی نشان داده اند که بین نسل جوان با دو نسل پیشین خود تفاوت های معناداری در هنجارها و رفتارها وجود دارد که بخشی از این تفاوت ها وابسته به دوره زندگی

فرد و اقتضای طبیعی روند تاریخی در هر جامعه است، اما از سوی دیگر همین تفاوت‌ها به شکاف نسلی منجر شده است (عیوضی، ۱۳۹۴: ۹۳).

در تعریف موضوع باید گفت منظور از فاصله نسلی، تفاوت ارزش‌ها و هنجارهای میان خانواده و فرزندان است. این اصطلاح به اختلافات مهم بین دو نسل در تجربه، ارزش‌ها و هنجارها و به‌طور کلی به اختلاف و شکاف فرهنگی قابل توجه بین دو نسل گفته می‌شود (معید فر، ۱۳۸۰: ۶۴). عیوضی به نقل از شرفی (۱۳۹۴: ۹۶) اشاره کرده است: "این اختلاف در ارزش‌ها، هنجارها و نگرش‌ها موجب جدایی نسل قدیم و طغیان نسل جدید در مقابل نسل پیشین می‌شود. در این شرایط اغلب جوانان می‌کوشند تا آخرین پیوندهای خود را از والدین و یا نسل پیشین رها کنند. در صورتی که فرآیند جامعه‌پذیری بنا به مسائل داخلی و یا خارجی دچار مشکل شود و این فرآیند به‌طور ناقص صورت پذیرد. بدین ترتیب، فرهنگ جامعه به‌صورت مطلوبی به نسل بعدی انتقال پیدا نمی‌کند، تداوم فرهنگی و ارزشی دچار مشکل می‌شود و بین نسل قدیم و جدید شکاف ایجاد می‌شود."

می‌توان پدیده‌ای همچون شکاف نسلی یا تقابل سنتی و مدرن را در جوامع به اصطلاح "در حال گذار" و یا جوامعی که تحولات سریع اجتماعی - سیاسی را در خود می‌بینند به شکل بارزتری یافت. نمونه آن نیز وجود کثرت‌گرایی در نسل جدید است که در برابر یکدستی و همگونی نسل پیش قرار می‌گیرد. محققان اختلاف نسلی را به معنای تفاوت طبیعی در باورها، ارزش‌ها و هنجارهای میان نسل‌ها می‌دانند و گسست نسلی را اختلافات ارزشی، هنجاری، فکری و اعتقادی میان نسل‌ها تعریف می‌کنند که موجب جدایی نسل‌ها می‌گردد. همچنین شکاف نسلی را اختلاف میان نسل‌ها با صورتی تعاملی می‌پندارند که با تعارض نسلی که می‌تواند با کشمکش و تضاد همراه باشد، متفاوت است (ساروخانی و صداقتی فرد، ۱۳۸۸: ۱۹).

در این تحقیق در حوزه نظری، نگارندگان از آرای شوتس، برگر و لاکمن بیش از همه بهره برده‌اند. در سنت هستی‌شناسی ایده آلیستی، ذهنیت کنشگران و تعاریف آن‌ها از واقعیت در پژوهش اهمیت دارد. شوتس (۱۹۷۰: ۹۸) در تفسیر پدیدارشناختی خود تلاش دارد جهان اجتماعی را آنچنان که کنشگران خود در زندگی روزمره خویش آن را می‌سازند، تحلیل کند. وی معتقد است که الگوهایی از پیش، بیرون از ما وجود دارند و ما با کنش‌های خود انتخاب می‌کنیم که چه الگویی را برگزینیم. انسان‌ها به‌زعم شوتس، با کنش‌های اجتماعی خود به ساخت واقعیت می‌پردازند و همچنان این ساخت‌ها آن‌ها را محدود می‌سازند. انسان‌ها در بستر ساختار اجتماعی به کنش خلاقانه دست می‌زنند. بدین منظور وی مفهوم زیست - جهان یا جهان حیاتی را به کار می‌برد. جهان حیاتی برای او چارچوب‌های از پیش تعیین‌شده‌ای هستند که عمدتاً ریشه فرهنگی دارند و بر افکار و کنش‌های کنشگران تأثیر می‌گذارند. الگوهای ذهنی و عینی موجود در جامعه توسط فرهنگ به افراد انتقال داده می‌شوند و افراد مطابق با جهان حیاتی خود آن‌ها را می‌پذیرند و یا به دستکاری آن می‌پردازند. فرهنگ همواره پیش از ما وجود داشته است و ما تنها در آن دخل و تصرف می‌کنیم و آن را به نسل بعد انتقال می‌دهیم. در این جهان حیاتی است که تجربه‌ها و اعمال ما شکل می‌گیرند (ریترز، ۱۳۸۹: ۲۷۰).

شفرز (۱۳۸۹: ۴۰) نیز با اشاره به آرای مید اظهار داشته است: "رابطه نسل‌ها با یکدیگر، یکی از عناصر اساسی پویایی فرهنگ عمومی است." وی ادامه می‌دهد: "در جامعه امروزی، جامعه‌پذیری دیگر تنها در خانواده صورت نمی‌گیرد و عناصر متعددی در شکل‌گیری رفتار جوانان و شخصیت آنان تأثیر گذارند." مطابق با نظریه کنش که شفرز به آن می‌پردازد، جوان مقوله‌ای است با کنش‌ها و انگیزه‌ها و علائق منحصربه‌فرد خود. جوانان آگاهانه کنش‌های مبتنی بر آداب و رسوم و سنت را نمی‌پذیرند و به سمت علائق هم‌سالان خود بیش‌تر گرایش و تعلق خاطر پیدا می‌کنند. برگر و لاکمن (۱۹۹۱: ۱۱۷) - دو نظریه‌پردازانی که به بررسی شخصیت در جامعه مدرن پرداخته‌اند - معتقدند در جامعه مدرن نقش خانواده، همچون سایر ساختارهای

تثبیت شده سنتی بیش از پیش متزلزل می شود و انگاره هایی که در نسل های پیش کارکرد داشته اند، در دوران مدرن بی کارکرد می شوند. دیگر اصول بدیهی پذیرفته شده اعتبار خود را از دست می دهند و جای خود را به اصول متزلزل فردی می دهند.

تحقیقات انجام شده معمولاً به شکاف نسلی به عنوان عاملی متمایزکننده (میان والدین و فرزندان) و در معنایی منفی پرداخته اند، اما بنا به ضرورت توسعه نظری در این حوزه، تلاش نگارندگان بر این بوده تا در چارچوب این پژوهش، فاصله بین نسلی در مورد یک جنس، یعنی مادران و دختران بررسی شود و نیز به عنوان امری پویا فارغ از معنای مثبت یا منفی اش مورد بررسی و شناسایی قرار گیرد. باتوجه به داده های موجود این سوالات پیش می آید:

- زیست جهان های متفاوت مادران و دختران در چه حوزه هایی است؟
- عامل اصلی و عوامل فرعی متفاوت در زیست جهان های مادران و دختران کدام اند؟

روش شناسی پژوهش

در سنت هستی شناختی ایده آلیستی، واقعیت در کنش های اجتماعی زندگی روزمره ی ما تولید و بازتولید می شود. واقعیت، سیال است و کنشگر، خلاق. بر این اساس، با تکنیکی همچون مصاحبه عمیق می توان واقعیت را از دل صحبت های کنشگر بیرون کشید. در این روش، داده ها به متن که ویژگی چون سیالیت و تفسیرپذیری دارد تبدیل می شوند و مورد کنکاش قرار می گیرند. در معرفت شناسی ذهنی گرا واقعیت برساخته شده توسط کنشگر با زبانی عامیانه تحلیل می شود و برساخت درجه اول کنشگر توسط محققان به برساخت درجه دوم (به زعم شوتس) تبدیل می گردد (حبیبی، ۱۳۹۳: ۹۶). بر این اساس، در این تحقیق با رویکرد روش شناختی کیفی، با ۱۰ مادر و ۱۰ دختر آن ها مصاحبه عمیق انجام شد. انتخاب مادران و دختران بر اساس نمونه گیری نظری بوده و نیل به اشباع نظری صورت گرفته است. مادران و فرزندان آن ها از اقشار مختلف اجتماعی بوده اند که به صورتی هدفمند بر اساس تفاوت هایشان از نظر پایگاه اقتصادی - اجتماعی انتخاب شده اند و معیار انتخاب نیز وضعیت تحصیلی مادران (فقدان تحصیلات تکمیلی) و دختران (دارا بودن حداقل مدرک لیسانس) بود. دختران انتخاب شده در محدوده سنی ۲۳ تا ۳۰ سال و مادران آن ها نیز در محدوده سنی ۴۷ تا ۶۰ سال قرار داشتند. در میان دختران، ۴ نفر ازدواج کرده و ۶ نفر مجرد بودند. میانگین سنی دختران ۲۶ سال و ۶ ماه و میانگین سنی مادران ۵۳ سال و ۹ ماه بوده است. بالاترین میزان تحصیلات در بین مادران، سطح دیپلم و کمترین در سطح سیکل بوده است. در دختران نیز کم ترین تحصیلات لیسانس و بالاترین سطح، مقطع دکترا بود. ۶ نفر از دختران شرکت کننده در پژوهش شاغل تمام وقت، ۲ نفر شاغل پاره وقت و ۲ نفر بیکار (یکی متاهل و دیگری مجرد) بوده اند. مادران شرکت کننده همگی خانه دار بوده اند.

پس از انجام مصاحبه ها، داده ها در سه سطح کدگذاری و تحلیل شدند. ابتدا مصاحبه ها پیاده سازی و سپس اشتراکات در گفته ها، به زبان خود کنشگران در کدگذاری باز مقوله بندی شد. در کدگذاری محوری، مقوله های مشترک همچون قطعات پازل به یکدیگر وصل شدند و در کدگذاری گزینشی این مقولات در بستری گسترده تر قرار گرفتند. به همین دلیل یافته های تحقیق از تحلیل محتوای مصاحبه های انجام شده و مقوله بندی داده ها به دست آمده است.

یافته های پژوهش

در بررسی یافته های پژوهش حاضر مواردی استخراج شد که شکاف نسلی بین مادران و دختران را نشان

می‌داد. با توجه به هم‌جنس بودن دو گروه شرکت‌کننده آنچه در این بین تعیین‌کننده تلقی شد، تحصیلات دانشگاهی تمامی دختران و تحصیلات غیردانشگاهی تمامی مادران شرکت‌کننده بود. دختران و مادران در مورد مفهوم هویت، زن ایده آل، مرد ایده آل، آرزوها و آرمان‌هایشان و علل نرسیدن به آن‌ها، سن ایده آل ازدواج، بررسی مفاهیم عشق - ازدواج - کار، گذران اوقات فراغت، نحوه استفاده از پول و شرایط ازدواج مورد بررسی قرار گرفتند. در این پژوهش محققان، در جست و جوی شناسایی تفاوت‌های دیدگاهی، باورها و ... بوده‌اند.

تقابل نقش‌های سنتی و مدرن

یکی از مهم‌ترین تفاوت‌ها در هویت یابی متفاوت این دو نسل، در نسبت دادن نقش سنتی با نقش جدید اشتغال به هویت خود آشکار شد.

در پرسش از هویت مادران و دختران، از هر کدام به صورت جداگانه خواسته شد تا چستی خود را تعریف کنند و به معرفی خود بپردازند. افراد برای معرفی خود از صفات یا ویژگی‌هایی استفاده می‌کنند که خود را با آن می‌شناسند و به دیگران نیز چنین می‌شناسانند. دختران در مصاحبه در بیان هویت خود عموماً به شغل و یا رشته تحصیلی خود و در مراتب بعدی به برخی از صفات بارز خود اشاره کرده‌اند. برای مثال:

"من متخصص مشاور خانواده هستم". (دختر ۲۵ ساله، کارشناسی ارشد مشاوره)

"من کافه‌دار هستم". (دختر ۲۷ ساله، کارشناسی ارشد علوم تربیتی، صاحب کافه)

"من کامپیوتر خوندم، اونم دانشگاه تهران". (دختر ۲۴ ساله، دانشجوی کارشناسی ارشد کامپیوتر)

این در حالی است که مادران شرکت‌کننده در این طرح پژوهشی، خود را با فرزندان و خانواده خود معرفی می‌کردند. به عنوان مثال، یک مادر متذکر شد:

"من سه تا بچه دارم؛ دو دختر و یه پسر...". (مادر ۵۶ ساله خانه‌دار)

تعبیر متنوع از "زن ایده آل"

تصور "زن ایده آل" برای نسل دختران، زنی بود که از نظر ذهنی و روحی، قدرتمند باشد؛ اما برای نسل مادران، زن ایده آل، زنی مؤمن و متعهد به خانواده بود. آن‌ها برخلاف دختران معتقد بودند که اولویت ابتدا باید خانواده و سپس شغل و پیشرفت فردی باشد. آنچه دختران مطرح می‌کردند و بر آن تأکید داشتند، "استقلال زن" چه در خانه و چه در اجتماع بود. زن ایده آل از دیدگاه آنان باید هویتی مستقل داشته باشد. دختر ۲۷ ساله مجردی در این مورد اذعان داشت:

"کلاً در خصوص زن ایده آل، من معتقدم که زن ایده آل کسی هست که هم از نظر ذهنی و هم مالی مستقل باشه، به کسی تکیه نکنه، بدونه چی از زندگیش می‌خواد. می‌دونی... خیلی از زن‌ها وقتی که بچه هاشون ازدواج می‌کنن و یا خارج از ایران می‌رن، دیگه هیچی برای خودشون ندارن، یه جوری دچار خلا می‌شن - من خیلی می‌ترسم اینجوری بشم. خب... برای همین سعی می‌کنم بیشتر از هر چیزی به خودم و استقلال خودم اهمیت بدم، حتی بعد از ازدواج و بچه‌دار شدن... خیلی می‌ترسم شبیه این زن‌هایی که گفتم بشم". دختر ۲۹ ساله دانشجوی دکترا نیز در این مورد معتقد است:

"می‌دونی چی مهمه، بعضی‌ها الگوشون فقط مادرشونه. الگوهای مختلف رو ببین و بدونن رضایت و الگوشون توی چی هست و اون رو دنبال کنن، حتی اگه دلشون می‌خواد خانه‌دار باشن، آگاهانه انتخاب کنن، توی مسیر مادرشون کورکورانه جلو نرن... زن‌ها بدونن چقدر فرصت برای شکوفایی توانایی‌ها و استعدادهاشون دارن. حالا هرچی می‌خواد باشه... اما به‌طور کلی معتقدم زن ایده آل وجود نداره، انسان ایده آل آدمی است که به استعدادها و توانایی‌های خودش پی ببرد و در جهت اون حرکت کنه".

دختری گرافیکست و شاغل گفت:

"تو جامعه الان ما که زندگی آدما توی فضای مجازی مثل اینستاگرام و تلگرام قابل دیدنه، آدما راحت همدیگر را قضاوت می کنن و تو زندگی های همدیگه نظر میدن. به نظر من اینکه یه دختر مستقل و بدون در نظر گرفتن نظرات دیگران یا خوب و بدهای کلیشه ای خودش تصمیم بگیره، اون رو به سمت ایده آل شدن می بره".

اما مادران این دیدگاه را نداشتند و زن ایده آل را محدود به خانه و خانواده می دانستند. مادر دختر ۲۶ ساله ای بیان کرد:

"دختر ایده آل، کسی است که به زندگیش و خودش اهمیت بده، فضای خونه رو آروم کنه و بهش برسه، دختری که دایم بیرون و پی کار باشه از نظر من ایده آل نیست".

تعابیر متنوع از "مرد ایده آل"

در بررسی معیارهای همسرگزینی، برخی بر تمکن مالی مرد به عنوان معیار ایده آل بودن تأکید داشتند. با این حال، تمامی دختران در نمونه مورد بررسی، بر این باور بودند که مردی مناسب ازدواج است که تحصیلات دانشگاهی داشته باشد. دختر ۲۹ ساله و طراح وب اظهار داشت:

"نمی دونم... من برام مهم بود که شوهرم تحصیلات دانشگاهی داشته باشه. به نظرم آدما وقتی می رن دانشگاه چشمشون بیشتر باز میشه. خودم خیلی مدرک گرا نیستم تا لیسانسم بیشتر نخوندم یعنی نیاز نداشتم، اما خب تحصیلات مرد یکی از معیارهام بود".

اما مادران حاضر در این جمعیت نمونه پژوهش، خانواده دوستی، ایمان، غیرت، سادگی، عدم گرایش به تجملات را از ویژگی های مردان ایده آل گزارش کرده اند.

ازدواج زود هنگام

در پاسخ به پرسش سن ایده آل ازدواج، به نظر دختران ۲۷ و ۲۸ سالگی سن مناسب ازدواج بود. دختر ۲۹ ساله و مجردی در این مورد معتقد بود:

"با توجه به عرف جامعه و اینکه آدم خیلی تنها نمونه، ۲۷ سال سن خوبیه. نزدیکای ۳۰ سالگی آدم به شناخت کامل تری از خودش رسیده، مسیر زندگیش روشن تره، قبل از این آدم خیلی متفاوت و زیاد تغییر می کنه".

دختر ۲۸ ساله و شاغل دیگری متذکر شد:

"دختر باید ۲۸ سالگی ازدواج کنه. زودتر نه. باید به پختگی برسه. باید هر کاری که دوست داره رو انجام بده و موقع ازدواج متعهد باشه... زودتر از اون رو موافقش نیستم، به نظرم حتی یک کم احمقانه است".

مادران سن مناسب ازدواج را ۲۳ و ۲۴ سالگی مطرح کرده اند، هرچند خودشان همگی بین ۱۶ تا ۲۰ سالگی ازدواج کردند. مادر دختر ۲۹ ساله ای خاطرنشان کرد:

"آن زمان مثل حالا نبود... دانشگاه رفتن و درس خوندن انقدر مرسوم نبود... مدرسه که تمام می شد، اگر خواستگار خوبی داشتیم، باید ازدواج می کردیم. خیلی ها حتی توی سن مدرسه هم عقد می کردند و گاهی دیگه درس نمی خوندن... خب اون زمان مانند حالا نبود که ..."

ازدواج و معیارهای همسرگزینی

شرایط و معیارهای دختران برای ازدواج نیز در میان گفت و گوها مورد ارزیابی قرار گرفت. دختران در مورد خودشان، داشتن شغلی دائم یا پاره وقت که تا حد زیادی نیازهای مالی آنها را رفع کند، از شرایط مناسب برای ازدواج می دانستند. شناخت کامل پسر پیش از ازدواج، عدم پذیرش ازدواج به عنوان راهی برای فرار از شرایط خانه، شناخت کافی نسبت به خود و خواسته هایشان، از دیگر مواردی بود که دختران

به آن اشاره کردند. در این مورد می‌توان به صحبت‌های یک دختر ۲۵ ساله که مشاور خانواده است اشاره کرد: "من قبل از آنکه با همسرم آشنا بشم، شاغل بودم... همیشه معتقد بودم یک دختر باید از نظر مالی به خودش متکی باشد و بعد ازدواج کنه... می‌دونم... وقتی پسری تو را به‌عنوان یک دختر شاغل می‌شناسد و قبول می‌کند، جور دیگری روی حساب باز می‌کند تا اینکه بخواهی از هر نظر به او وابسته باشی...".

اما مادران ویژگی خاصی را برای دختر در حین ازدواج قائل نبودند. آن‌ها معتقد بودند که سن، مهم‌ترین عامل در هنگام تصمیم برای ازدواج بوده است و لزومی نداشته که دختران ویژگی خاص دیگری داشته باشند. مادر ۵۵ ساله‌ای بیان کرد:

"یه ضرب المثل قدیمی هست که میگه دختر که رسید به بیست، باید به حالش گریست (با خنده). خب راست بود دیگه. اون موقع ها اینجوری بود. دخترا انقدر ادا و اطوار نداشتند".

مفاهیم عشق، ازدواج و کار

برای دستیابی به مفاهیم و تصاویر ذهنی کنشگران از تجربیات عینی زندگی خود و دستیابی به نقش تحصیلات و فاصله نسلی در این دو گروه سه مفهوم عشق، ازدواج و کار به مصاحبه شوندگان ارائه شد و از آن‌ها خواسته شد تا تعاریف خود را در این زمینه ارائه کنند.

پراگماتیستیک شدن عشق

در ارائه مفهوم عشق دختران یا به آن معتقد نبوده یا آن را امری چالشی خواندند و مفهومی فرعی در کنار سایر امور زندگی قرار دادند. دختر ۲۹ ساله و دانشجوی دکتری اذعان داشت:

"من اعتقادی به عشق ندارم. عشق، باور غلطی است که بین افراد جا افتاده. اینکه زن و مرد به تفاوت‌های یکدیگر احترام گذاشته و برای عقاید هم ارزش قایل شوند، از همه چیز مهم تر است...".

مادران به‌عنوان نمایندگان نسل قبل، عشق را در شوهر و فرزندان‌شان می‌یافتند. مادر دختری ۲۵ ساله اذعان داشت:

"بچه‌ها و شوهر من، همه چیز من هستند... من تمام زندگی‌ام را صرف آن‌ها کردم تا خوب زندگی کنند... شرایط خانه را همیشه برای شوهرم آرام نگه داشتم تا بتواند کار کند... همیشه سعی کردم مشکلات خانه را خودم حل کنم تا به کسی فشاری نیاید، خب... این به نظر عشق است دیگر...".

ازدواج، امری الزامی یا اختیاری

در بررسی مفهوم ازدواج، دختران آن را مرحله‌ای جدید، اما نه ضروری می‌دانستند. دختر ۲۵ ساله و مربی مهد در این مورد بیان داشت:

"الآن دیگه ازدواج امری اجباری و تحمیلی نیست. افراد خودشان انتخاب می‌کنند که مجرد بمانند یا نه... می‌دانی... ازدواج مانند گذشته دیگر نباید حتماً اتفاق بیافتد...".

با این حال، مادران، ازدواج را امری اجتناب‌ناپذیر می‌شناختند. مادری ۵۵ ساله بیان کرد:

"زمان ما همه ازدواج می‌کردند. ازدواج یک اتفاق عادی بود که باید حتماً انجام می‌شد، اما الآن زمانه خیلی تغییر کرده. دخترها مانند مردان درس می‌خوانند و کار می‌کنند. خیلی عجیبه، نه!! من شنیدم بعضی دختران می‌گن که نمی‌خوام ازدواج کنم. زمان ما این حرف‌ها نبود...".

استقلال طلبی

در بررسی مفهوم کار، تمامی دختران آن را لازمه زندگی دانستند و این امر بین دختران شاغل و غیر شاغل مشترک بود. همان‌گونه که دختر دانشجوی ۲۶ ساله بیان کرد:

"لازمه وجود هر آدمی از نظر من کاره. فرقی نمی‌کنه زن باشی یا مرد... همه باید کار کنن و یا همه باید اجازه کار کردن را داشته باشند حتی اگر در مقطعی تصمیم بگیرند کار نکنند".

اما مادران کار را امری فرعی، در درجه دوم اهمیت پس از خانواده، شوهرداری و فرزندداری دانستند و ۷ مادر از ۱۰ نفر معتقد به کار سبک و پاره‌وقت برای زنان بودند. مادری ۵۳ ساله در این مورد اذعان داشته است: "وظیفه زن مادری است. اصلاً طبیعت زن اینه. این مرده که باید کار کند و نان آور باشه. زن باید بچه‌ها رو تربیت کنه. حالا حتی اگه زنی خواست کار کند، عیبی ندارد... اما کارهای سبک و نیمه وقت که بتونه به خانه زندگی‌اش هم برسد".

حسرت‌ها و آرزوهای فروخورده

در پرسش از ارزش‌های مادران و دختران و آنچه در پی آن هستند و یا آنچه همیشه در حسرتش بودند، مادران شرکت‌کننده خود را در حسرت ادامه تحصیل می‌دیدند؛ همان‌گونه که مادر یک دختر ۲۶ ساله اشاره کرد:

"من دوست داشتم درس بخوانم، اما این مورد تایید خانواده‌ام نبود. آن زمان همه باید بعد مدرسه ازدواج می‌کردند، درس خوندن، کاری تجملی بود...".

این در حالی است که دختران ارزش‌های متفاوتی مانند پولدار شدن، پیدا کردن شریک زندگی مناسب، داشتن قدرت و نفوذ بیشتر و رسیدن به شغل ایده آل را مطرح کردند. دختر ۲۵ ساله متأهل شرکت‌کننده در پژوهش متذکر شده است:

"من باید از شوهرم درآمد بالاتری داشته باشم... من یک فرد مستقل و دوست ندارم جز از نظر احساسی به شوهرم تکیه کنم". مادران علت نرسیدن به خواسته‌شان را ازدواج در سن پایین، زود بچه‌دار شدن و ایجاد محدودیت در خانواده بیان کرده‌اند، درحالی‌که دختران، تنبلی خود، بی‌پولی و ساختار فرهنگ و جامعه را علل ناکامی در آرزوهای خود دانسته‌اند.

تعیین‌کنندگی مردان در زندگی

نقش پررنگ برادران در تصمیم‌گیری‌ها و ترس‌های مادران از جمله یافته‌های تحقیق است. این در حالی است که هیچ‌یک از نمایندگان در نسل دختران، نقش مؤثری را برای برادرانشان متذکر نشده‌اند. مادری ۴۷ ساله در این مورد اذعان داشت:

"همیشه می‌ترسیدم برادرم من را در کوچه هنگام بازی ببیند... هنوز هم گاهی شب‌ها این خواب را می‌بینم و می‌ترسم... سال‌ها از آن ماجرا گذشته اما برای من انگار همین دیروز بود...".

مردان در زندگی زنان در مواجهه آن‌ها با پول نیز نقش دارند. یکی از تفاوت‌های میان مادران و دختران نحوه استفاده از پول است. دختران شاغل متأهل و غیرمتاهل خود برای پول و درآمدشان برنامه‌ریزی می‌کنند. دخترانی که درآمدی ندارند و وابسته به پدران یا شوهرانشان هستند نیز خودشان برای پول برنامه‌ریزی می‌کنند و هر دو گروه بیشتر پولشان را صرف خودشان می‌نمایند. دختر ۲۷ ساله و صاحب کافه می‌گوید:

"من بخشی از پولم را برای خانه و یا کارم خرج می‌کنم، اما بقیه را یا برای خودم پس‌انداز کرده و یا آنچه می‌خواهم را می‌خرم... هیچ‌کس در رابطه با پول من تصمیم‌گیرنده نیست... جز خودم...".

پس‌انداز مالی یکی از دغدغه‌های اصلی دختران بود، اما مادران متفاوت‌تر از دخترانشان عمل کرده‌اند و تمامی پولی را که از همسرانشان می‌گیرند، صرف امور خانه نموده‌اند و هیچ‌گونه پس‌اندازی برای خود ندارند. مادر ۵۸ ساله‌ای در این مورد گفت:

"من که خرجی ندارم. پولی که از شوهرم می‌گیرم رو مایحتاج خونه می‌خرم. یه وقت‌ها هم برای دل خودم یه چیز کوچیک می‌خرم، اما نه همیشه".

مادر یک دختر ۲۴ ساله گفت: "پس‌انداز؟ یه وقتاً یکم پول توی کابینت برای روز مبادا می‌گذارم، اما خیلی نیست. بیشتر برای اینکه جمع کنم کاریش کنم. حساب بانکی دارم، اما خیلی استفاده نمی‌کنم".

دایره محدود گذران اوقات فراغت

نحوه گذراندن اوقات فراغت در بین افراد شرکت‌کننده متفاوت بود. دختران فعالیت‌های متنوعی مانند کتاب خواندن، رسیدگی به خود، بیرون رفتن، معاشرت با دوستان، دیدن فیلم و تئاتر، استراحت کردن و خرید را در اوقات فراغت خود انجام می‌دادند. از بین شرکت‌کنندگان دختر، انجام فعالیت‌های خیریه و داوطلبانه نیز توسط برخی ذکر شد؛ چنان که دختر ۲۷ ساله‌ای متذکر شد: "کار داوطلبانه‌ام تو یه خیریه مخصوص معلولین خیلی سخت بود، داوطلب بودم اما تهش احساس می‌کردم کاری که می‌کنم برای یه سری آدم توان یاب هست و این خیلی بهم انرژی مثبت می‌داد. الان نمی‌رم. فقط در حد به اشتراک گذاشتن ویدیوها و... کار می‌کنم. راستش فرصت نمی‌کنم. از صبح تا شب درگیر کارم، وقتی برام نمی‌مونه اما کار خیریه نکردن مثل یه حفره شده توی قلبم، احساس رضایتم از خودم خیلی کمتر شده، اون موقع‌ها بیشتر از خودم راضی بودم".

مادران بیان کردند با وجود آن که در زمانی که کم سن و سال بودند، وقت آزاد زیادی داشتند، اما کار خاصی جز خیاطی، گلدوزی و رفت‌وآمد با اقوام انجام نمی‌دادند. آن‌ها متذکر شدند که البته در زمان آن‌ها فضاهای تفریحی برای زنان به مراتب کمتر از اکنون بوده است.

عدم امنیت شبانه

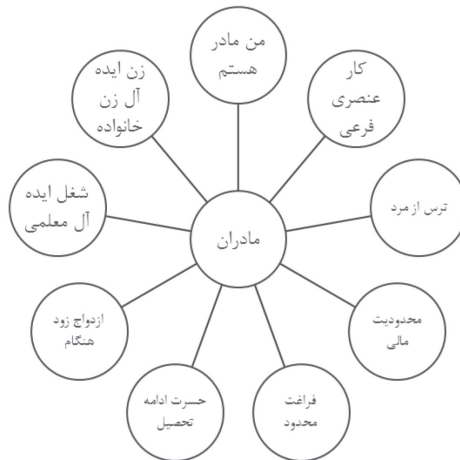
مادران در دوران جوانی خود کم‌تر شب‌ها به‌تنهایی از خانه خارج می‌شدند؛ چنان که یکی از مادران اشاره کرده است:

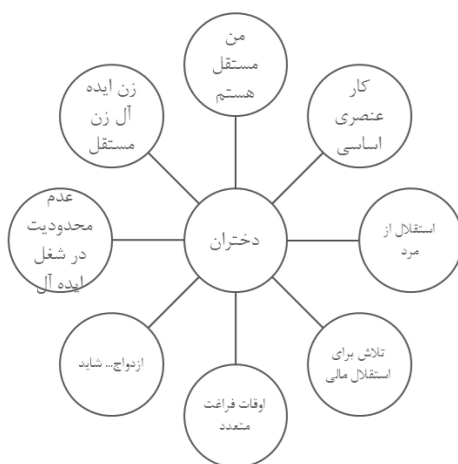
"شب آن قدر همه جا تاریک می‌شد که نمی‌شد جایی رفت. مثل الان نبود که همه جا شلوغ باشه. خیلی هم خوبیت نداشت که دختر تنها موقع تاریکی بیرون باشه".

اما این امر در میان دختران مشاهده نشد و عبور و مرور در شب برای آنان مشکلی را ایجاد نکرده است.

شغل‌های مراقبتی مادران

هر کودکی در ذهن خود، آینده‌اش را در شغلی خاص می‌بیند. شغل موردعلاقه مادران مورد مصاحبه، معلمی، خیاطی و پرستاری بود. این شغل‌ها، مشاغل زنانه‌ای هستند که با مراقبت و پرورش شناخته می‌شوند. مشاغل مانند وکالت، خبرنگاری، رستوران‌داری، پزشکی و خلبانی شغل‌های ایده آل دختران بود. این نشان‌دهنده افزایش شرایط و امکانات برای زنان و به تبع آن گسترش دامنه انتخابات و انتظارات نسل جدید است.





دختران	مادران	یافته‌های تحقیق
نقش‌های کاری و تخصصی	نقش‌های وابسته	تقابل نقش‌های سنتی و مدرن
قدرت	متعهد و مومن	تعابیر متنوع از زن ایده آل
تمکن مالی، تحصیلات بالا	خانواده دوستی، ایمان و غیرت	تعابیر متنوع از مرد ایده آل
مخالف با ازدواج زود هنگام	موافق با ازدواج زود هنگام	ازدواج زود هنگام
ازدواج غیر ضروری، بی اهمیتی عشق، اهمیت اشتغال	اهمیت ازدواج و عشق، بی اهمیتی کار	ازدواج و معیارهای همسرگزینی (عشق، ازدواج و کار)
پول	ادامه تحصیل	حسرت‌ها و آرزوهای فروخورده
بی اهمیتی مردان	اهمیت مردان	تعیین‌کنندگی مردان در زندگی
خروج از خانه	کار خانگی، خیاطی، گلدوزی و ...	دایره محدود گذران اوقات فراغت
وجود امنیت	عدم امنیت	امنیت شبانه
وکیل، پزشک	معلمی، خیاطی و پرستاری	شغل ایده آل

نظریه ها		یافته ها
گسست نسلی	تفاوت در ارزش ها	مادران: وابستگی نقش، اختصاص زمان به خانواده دختران: استقلال نقش، اختصاص زمان به خود
	تفاوت در امور مادی	مادران: عدم توجه به امور مالی، عدم اهمیت اشتغال دختران: اهمیت امور مالی، اهمیت اشتغال
	تفاوت در جامعه پذیری	مادران: عدم ادامه تحصیل، ترس از مرد دختران: ادامه تحصیل، عدم ترس از مرد
	تفاوت در تجربه ها	مادران: فراغت محدود دختران: فراغت آزاد

بحث و نتیجه گیری

در مجموع، تفاوت میان سطوح تحصیلات زنان دو نسل منعکس کننده فاصله‌ای بین دختران دارای تحصیلات عالی با مادران فاقد این سطح از تحصیلات بود که در این تحقیق به عنوان عاملی تعیین کننده برای شناسایی فاصله نسلی و نمود آن در شئون مختلف زندگی دو نسل از زنان- دختران و مادرانشان- در نظر گرفته شده است؛ فاصله‌ای که میان ارزش‌های یک نسل و نسل دیگر به چشم می آید. یافته‌های تحقیق شواهدی از بروز تفاوت‌های قابل لمس در حیطه تعریف نقش، هویت پذیری، انگیزه فعالیت و کار، معیارهای همسرگزینی، انتظار از نقش‌های زناشویی، آرمان گرایی و مسئولیت‌پذیری در میان دو نسل متوالی زنان جوان در تهران را منعکس ساخته است.

تحصیلات تکمیلی، معیاری تعیین کننده برای تبیین و شناسایی تفاوت‌های بین نسلی در حوزه هویت‌یابی و آرمان‌گرایی در دختران و مادران و تفاوت دو نسل در این پژوهش تلقی شده است؛ مادران به‌عنوان نسل پیشین دارای ایده آل‌هایی برای زندگی خود بوده‌اند و دختران در نسلی دیگر، ایده آل‌های خود را با تنوع بیشتری برای خود پرورانده‌اند. در نسل گذشته، مسیر زندگی برای یک زن مشخص و نسبتاً محدود بود. مسیری یکنواخت که به ازدواج ختم می‌شد؛ این مسیر در جریان جامعه‌پذیری فرد برای او به‌صورت امری بیرونی و خارجی منتقل می‌شد. اما شاید بتوان گفت این واقعیت عینیت یافته در نسل‌های بعد با تغییرات زیادی همراه شده و امروز نسل بعد از مادر - فرزند دختر او - با مسیر و امکان‌گزینه‌های مسیرهای متفاوت و بیش‌تری مواجه است. در مادران، نقش سنتی مادری بخشی از هویت تعریف شده آنهاست و در تعریف نقش به معنای مدرن آن برای دختران، اشتغال معنای محوری در تعریف ایشان از "خود" گزارش شده است. افراد، صفات خود را در تعاریفی که دیگران از ایشان ارائه می‌کنند برمی‌گزینند؛ چنان‌که کولی نیز در مراحل تعریف خود آینه‌سان اشاره کرده است که ما با دیگری مواجه می‌شویم، او تعریفی از ما در ذهن خود می‌پروراند و ما بر اساس تعریف او و آنچه او در ما یافته است، خود را تعریف می‌کنیم (ریترز، ۱۳۸۹: ۱۷۴). درواقع، ما خود را در نگاه دیگران جست و جو می‌کنیم. انسان‌ها در مکتب کنش متقابل نمادین علاقه دارند تا تصویری را که دوست دارند دیگران ببینند، بازنمایی کنند. صفات ما حکایت از نگاه دیگران یا جامعه از ما دارد.

در این تحقیق تفاوت‌هایی میان مادران و دختران در اموری همچون: تعریف نقش، هویت‌پذیری، انگیزه فعالیت و کار، معیارهای همسرگزینی، انتظار نقش، آرمان‌گرایی و مسئولیت‌پذیری یافت شد.

شخصیت وابسته زن سنتی به خانواده، موجب می‌شود وی هنگام ارائه تعریفی از هویت خویش، خود را با خانواده و فرزندان خود تعریف کند، اما در زنان امروزی استقلال فکری و عملی و افزایش حیطه‌های فعالیت باعث می‌شود که خود را با اموری غیر از خانواده همچون: رسیدگی به خود، کار و تنوع علائق که از ویژگی‌های برجسته جامعه مدرن است، بازنمایی کنند. با افزایش تحصیلات، زنان در جامعه امروزی هویت مستقل‌تری برای خود قائل هستند. پارسونز در تعریفی کارکردگرایانه، به تغییر کارکرد خانواده از شکل گسترده آن به خانواده هسته‌ای پرداخته است. خانواده گسترده که کارکرد اصلی آن پرورش فرزندان و بقای نسل بود، وظیفه برطرف کردن تمام نیازهای اعضای خانواده را بر عهده داشت، اما در خانواده هسته‌ای جدید، افراد دارای استقلال مادی و معنوی بیش‌تری هستند (ریترز، ۱۳۸۹: ۴۵). در این تحقیق نیز دختران هویت خود را مستقل از خانواده می‌دیدند و بیشتر با کار خویش تعریف می‌کردند. همچنین، انتظاراتی که زنان در جامعه امروزی از زن ایده آل در جامعه داشتند با مادران متفاوت بود؛ درحالی‌که مادران "زن ایده آل" را محدود به خانه و خانواده خود می‌دانستند، دختران زن ایده آل را فردی دارای استقلال مالی و ذهنی تعریف می‌کردند- این امر انگیزه کار و فعالیت مستقل را در آنان تقویت می‌کرد.

گیدنز (۱۳۹۳: ۲۰۲) اشاره کرده است امروزه افراد کم‌تر به ازدواج گرایش دارند و اگر هم قصد آن را داشته باشند، این امر در سنین بالاتر اتفاق می‌افتد. اگر هم ازدواج رخ دهد، احتمال طلاق بسیار بیش از گذشته است و بعد از طلاق نیز، افراد نسبت به گذشته راحت‌تر دست به ازدواج دوم می‌زنند. حتی ممکن است افراد با یکدیگر ازدواج نکنند و به زندگی خارج از ساختار رسمی در کنار یکدیگر تن دهند. همه این‌ها نشان از تغییر دارند. این تغییر که گیدنز در کتاب خود به صورت امری عمومی مطرح می‌کند، به دغدغه‌ای در کشورهای چین و بریتانیا تبدیل شده است. در ایران نیز با افزایش تحصیلات در زنان، میانگین سن فرد در اولین ازدواج افزایش یافته و از سویی دیگر، به نسبت، گرایش کمتری به ازدواج در آن‌ها مشاهده شده است - الگویی که در نسل‌های پیشین دیده نمی‌شود. با افزایش سطح تحصیلات در زنان، الگوها و سبک زندگی آنان نیز تغییر می‌کند؛ چنان که در پرسش از دختران در تعریف خود از ازدواج برخی، آن را امری غیرمحمول دانسته اند و علاقه‌ای به آن نداشتند، اما این در نمونه نسل مادران دیده نشد؛ به گونه‌ای که ازدواج را در هر صورت تقدیر خود می‌دانستند. این نکته در برخورد پاسخگویان نسبت به طلاق نیز مشاهده شد. دختران جوان رویکرد مسامحه آمیزتری نسبت به مادران خود درباره طلاق داشتند؛ به طوری که مادر ۶۰ ساله‌ای در مصاحبه اشاره کرد:

"من تلاش کردم در هر صورت رابطه‌ام رو حفظ کنم. از طلاق خوشم نمیاد، صورت خوشی هم نداره".
درحالی‌که دختر وی در پاسخ به مصاحبه گر رویکردی منعطف‌تر داشته و ابراز کرد:
"طلاق هم اتفاق می‌فته، نه که خوشم بیاد، اما خب شد هم شد. اگه طرف خوب نباشه، خب طلاق می‌گیرم. این طوری نیست که بسوزم و بسازم!"

معیارهای زن سنتی از همسرگزینی با توجه به یکدستی جامعه مکانیکی سنتی (دورکیم، ۱۳۸۷: ۷۸) دارای تشابهات و ویژگی‌های از پیش تعیین‌شده‌ای است. توانایی استقلال مرد و پشتوانه اقتصادی بودن او از ویژگی‌های همسرگزینی در زن سنتی است، درحالی‌که در جامعه‌ی ارگانیکی با ازدیاد نقش‌ها و مسیرهای زندگی، معیارهای همسرگزینی نیز بیش‌ازپیش فردیت می‌یابند. نقش‌ها در جامعه مکانیکی برای افراد از پیش تعیین شده است. افراد با توجه به مسئولیت‌های زن خوب، نقش ثابتی را همچون خانه‌داری و مراقبت از فرزندان برای خود برگزیده‌اند، درحالی‌که در جامعه‌ای که در آن تفکیک نقش‌ها صورت گرفته است، نقش‌ها برای افراد دارای تعاریف متعددی هستند. برای زن سنتی حوزه فعالیت، خانه است - به معنای حوزه خصوصی، اما برای زن امروزی، شهر حوزه فعالیت و کنش است. با افزایش تخصص در زنان و با یادگیری مهارت‌های حرفه‌ای، نحوه گذران اوقات فراغت نیز در زنان تغییر می‌یابد. زنان سنتی به صرف اوقات خود در اموری چون خیاطی یا همراهی با خانواده گرایش دارند و زنان مدرن به امور تخصصی‌تر می‌پردازند.

همچنین، در نحوه استفاده از پول نیز زن سنتی هویت وابسته‌ای دارد. در صورت عدم اشتغال، درآمد زندگی‌اش را از همسرش دریافت می‌کند، درحالی‌که در جامعه مدرن پول از ارکان اصلی جامعه است. در جامعه‌ای که پول حرف اصلی را می‌زند، فردیت تشدید شده است (زیمل، ۱۳۹۲: ۶۴) و هرکس برای به دست آوردن آنچه ما را به اشیای دلخواهش نزدیک می‌کند تلاش می‌نماید. این تلاش در جامعه امروزی زن و مرد نمی‌شناسد، چراکه آمال و آرزوها نیز فردیت بیش‌تری یافته‌اند.

زنان سنتی به علت کمبود رفت و آمد خارج از خانه، تعداد دوستان کم‌تری نسبت به زن مدرن دارند. در جامعه مدرن عاملیت به جای فشار جمع، نقش بازی می‌کند و موجب می‌شود فرد بیش‌ازپیش در حوزه عمومی بیرون از خانه حضور فعال داشته باشد و معاشرت‌های خود را بر اساس اولویت‌های خویش تعیین کند. زن امروزی در صورتی‌که احساس همبستگی و نزدیکی با کسی همچون فامیل و بستگان نداشته باشد، نیازی به معاشرت با آن‌ها نمی‌بیند، چراکه معاشرت‌های جایگزینی که خود انتخاب کرده را در اختیار دارد.

زن سنتی کم‌تر به تغذیه و سلامت خود اهمیت می‌دهد. فرزندان در انگاره "زن خوب" در اولویت هستند. زن، ستون خانواده است و در درجه اول باید وقت، انرژی و هزینه خود را صرف فرزندان کند و سپس همسر و آخرین نفر خود اوست که مورد توجه قرار می‌گیرد- اما این امر درباره زن نسل امروز کم‌تر صدق می‌کند. ایده آل‌ها، آرمان‌ها و آرزوها اموری هستند که در بسیاری مواقع دست‌نیافتنی‌اند. زن سنتی ایده آل‌هایی دارد که جامعه سنتی برای او از پیش تعیین کرده است، درحالی‌که زن نسل نو، احتمالاً پا را از این فراتر گذاشته و به ایده آل‌های فردی خود می‌نگرد. زن امروز، قوه تخیل فعال‌تری نسبت به زن سنتی دارد.

دختران خود را با نقش‌های جدیدشان در جامعه و مادران با نقش مادری خود تعریف می‌کنند. دختران برای خود هویتی مستقل قائل‌اند، درحالی‌که مادران خود را با خانواده خویش می‌شناسند. دختران بیش از مادران انگیزه کار و فعالیت و حضور در اجتماع را دارند، چراکه خانواده‌ها دیگر همچون گذشته گسترده نیستند و با شکل‌گیری خانواده هسته‌ای، روابط بیرون از خانواده بیش‌تر شکل می‌گیرد. همچنین با بسط شهرنشینی، تغییر کارکردهای خانواده و جایگزینی محیط‌هایی چون مدرسه، دانشگاه و محیط کار برای فرد، دایره تعاملات فرد گسترش می‌یابد و تنها به خانواده محدود نمی‌شود. این امر موجب می‌شود که با گسترش کار و فعالیت اقتصادی- که ناشی از افزایش تحصیلات در زنان است- استقلال زنان نیز بیش‌تر شود و معیارهای آنان برای ازدواج تغییر کند. در نمونه‌های بررسی‌شده، زنان امروز تهران دیگر همچون مادرانشان در جست‌وجوی مردی نیستند که به دنبال آنان بیاید یا خانواده برای آن‌ها انتخاب کند، بلکه خود دست به کنشگری و انتخاب می‌زنند. بر این اساس معیارهای همسرگزینی آنان نیز تغییر کرده است و جدایی و طلاق نیز برایشان سهل‌الوصول‌تر شده است.

بدین ترتیب، با توجه به یافته‌های این تحقیق می‌توان گفت که زنان امروزی نسبت به مادران خود دارای فاصله نقشی هستند؛ این فاصله فزاینده در زنان که با افزایش تحصیلات آنان همراه بوده است، می‌تواند گستره وسیع‌تری از آمال و آرزوها، مسئولیت‌پذیری و خودکفایی را برای زنان امروز به نمایش بگذارد.

شرایط نو و ناشناخته‌ای که در خلال یافته‌های این پژوهش در ابعاد مختلف زندگی و نقش‌های اجتماعی نسل جوان دختران مورد شناسایی قرار گرفت، می‌تواند عملاً زمینه‌ای برای یادگیری نقش و تطابق ایشان با انتظارات جدید از نقش‌های اجتماعی‌شان در عرصه خانواده و اجتماع را برایشان از طریق آزمون و خطا فراهم کند. وقتی نقش‌پذیری و الگوهای برقراری ارتباط نسل جوان، الزاماً از الگوهای سنتی قدیمی پیروی نمی‌کند و دارای تعاریف روشن و تعریف شده و مدونی نیست، نظارت نسل قبل بر نسل جدید نیز شیوه‌های نوینی می‌طلبد و ضرورت تقویت نظارت اجتماعی درونی اهمیت بیشتری نسبت به نظارت اجتماعی از نوع بیرونی پیدا می‌کند.

سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی امروز مستلزم اهتمام به شرایط نوین زندگی نسل دختران جوان با توجه به دگرگونی‌های روز اجتماعی، بازشناسایی اهمیت و جایگاه خانواده، تدارک آموزش‌های لازم برای آماده کردن افراد برای تشکیل خانواده و تأکید بر اتخاذ سبک زندگی خانوادگی سالم از نقطه نظر سلامت اجتماعی و خانواده‌ای دارای نظام ارتباطی و حمایتی سالم است که هم در سطح روابط درون-نسلی (میان همسران) و هم بین-نسلی (در سطح والدین و فرزندان) مد نظر قرار گرفته باشد. این گونه برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌ها در حکم ابزاری برای مسئولان است که در راستای تضمین سلامت جامعه در ابعاد وسیع‌تر که می‌تواند نقشی پیشگیرانه در برابر آسیب‌های اجتماعی متوجه نسل نو داشته باشد، عمل می‌کند.

تدارک برنامه‌های اقدام و مداخلاتی با توجه به سلامت اجتماعی و ساختار ارتباطی برابرگرا که مستلزم تأمین عدالت جنسیتی است همراه با مکانیزم تقویت حمایت‌های اجتماعی و نظارت اجتماعی، از سوی دستگاه‌های مختلف مملکتی می‌تواند به پیشگیری و کاهش آسیب‌های اجتماعی و تحکیم بنیان خانواده و

ارتقای اعتماد، همدلی و سرمایه اجتماعی منتهی شود. علاوه بر راهکارهای سیاست گذاری، محققان در بسط نظریه مورد استفاده و داده های به دست آمده، به این نظریه رسیدند که فاصله بین نسلی، عاملی در تفاوت هویت یابی مادران و دختران و آرمان گرایی این دو گروه به شمار می آید؛ عاملی که به عنوان متغیر پنهان در این تفاوت تاثیرگذار است، نقش تحصیلات دانشگاهی میان دو گروه مادران و دختران است. مادران با توجه به جامعه پذیری متفاوت، با ازدواج زودهنگام از فرصت تحصیلات دانشگاهی و کاریابی محروم شده و در نتیجه در کلیشه های جنسیتی محصور گردیده اند، اما دختران با توجه به جامعه پذیری متفاوت، امکان تحصیلات دانشگاهی را برای خود انتخاب کرده اند و با گرایش به کاریابی، رویکردی واقع گرایانه تر نسبت به ازدواج دارند.

منابع

- جهانخشی، اسماعیل. (۱۳۹۵). "عوامل شکاف نسلی در ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی والدین و فرزندان در استان اصفهان". فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی جوانان. سال ششم. شماره بیست و یکم. ۱۳۹۵.
- غلامحسین. (۱۳۹۳). بینش روش‌شناختی. تهران: کتاب همه
- خبرگزاری مهر. (۱۳۹۱). "ضرورت تحول در سیستم آموزشی بر اساس سیاست‌های جمعیتی، مدل توسعه با آموزش سازگار شود".
- دورکیم، امیل. (۱۳۸۷). درباره تقسیم‌کار اجتماعی. باقر پرهام. نشر مرکز
- ریتزر، جورج. (۱۳۸۹). نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر. محسن ثلاثی. تهران: انتشارات علمی
- زیمبل. گئورگ. (۱۳۹۲). درباره فردیت و فرم‌های اجتماعی. شهناز مسمی پرست. تهران: نشر ثالث
- ساروخانی، باقر. صداقتی فرد، مجتبی. (۱۳۸۸). "شکاف نسلی در خانواده ایرانی، دیدگاه‌ها و بینش‌ها". پژوهش‌نامه علوم اجتماعی. سال سوم. شماره چهارم.
- سیفی، زهرا. (۱۳۹۴). "هفتاد و پنج هزار کارت شرکت در آزمون دکتری نیمه متمرکز ۹۵ صادر شد".
- شفرز، برنهارد. (۱۳۸۹). مبانی جامعه‌شناسی جوانان. کرامت الله راسخ. تهران: نشر نی
- عباسی اسفجیر، علی اصغ؛ سام، شیما و امیران، ریحانه. (۱۳۹۲). "شکاف نسلی در ارزش‌ها: بررسی مقایسه‌ای جوانان و سالمندان". مطالعات علوم اجتماعی ایران. سال دهم. شماره سی و هشتم.
- عیوضی، غلامحسین. (۱۳۹۴). "بررسی جامعه‌شناختی شکاف نسلی در ایران پس از انقلاب اسلامی با تأکید بر عناصر فرهنگی هویت ایرانی". فصلنامه اسلام و مطالعات اجتماعی. ۳(۳).
- گیدنز، آنتونی. با همکاری کارن بردسال. (۱۳۹۳). جامعه‌شناسی. حسن چاوشیان. تهران: نشر نی
- معیدفر، سعید. (۱۳۸۰). "شکاف نسلی یا گسست فرهنگی و بررسی شکاف نسلی در ایران". نامه علوم اجتماعی. شماره ۲۴.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1991). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. No. 10. Penguin UK.

تحلیل جامعه شناختی عوامل مؤثر بر شادمانی جوانان شهر تهران

حسین دهقان^۱

ناصر پور رضا کریم سرا^۲

برزو مروت^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۵/۹

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۶/۵

شادمانی یا نشاط از جمله مفاهیمی است که در چند سال اخیر در حیطه روانشناسی رشد گسترش زیادی داشته و مدتی است که در جامعه شناسی به عنوان یکی از شاخص های توسعه مد نظر قرار گرفته است. شادمانی اجتماعی را می توان موتور محرکه توسعه دانست که در افزایش بهره وری نیروی انسانی نقش آفرینی می کند. پژوهش حاضر با هدف بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر شادمانی جوانان شهر تهران صورت گرفته است. نمونه آماری شامل ۳۸۰ نفر از جوانان شهر تهران می باشد که از طریق نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای و با استفاده از فرمول کوکران انتخاب شده اند. فرضیات پژوهش از طریق ضریب همبستگی پیرسون مورد بررسی قرار گرفته اند. نتایج پژوهش نشان می دهد که بین امید به آینده، احساس امنیت اجتماعی، احساس مقبولیت اجتماعی، احساس اعتماد اجتماعی، عدالت توزیعی، فعالیت های گروهی، رضایت از زندگی، هدفمندی و شادمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. این متغیرها ۶۹ درصد تغییرات واریانس شادمانی را تبیین می کنند و همچنین متغیر احساس مقبولیت اجتماعی با ضریب تاثیر ۰/۸۴ بیشترین تاثیر را بر متغیر وابسته شادمانی دارد.

واژگان کلیدی: شادمانی اجتماعی، امید به آینده، امنیت اجتماعی، مقبولیت اجتماعی، اعتماد اجتماعی و رضایت از زندگی

۱. دکترای جامعه شناسی و عضو هیات مدیره انجمن جامعه شناسی آموزش و پرورش ایران، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Hosseindehghan42@gmail.com

۲. دانشجوی دکتری جامعه شناسی اقتصادی و توسعه، تهران، ایران

۳. دکترای جامعه شناسی فرهنگی، استادیار، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران

مقدمه

شادمانی یا نشاط لازمه زندگی متعادل و سالم است. انسان ها دوست دارند شاد باشند و شادی را در داشتن هیجانات مثبت و رضایت از زندگی می دانند. به تعبیر دیگر، همان طور که در روانشناسی اعتقاد بر این است که گریه به تخلیه انواع استرس ها، ناراحتی ها و بغض ها منجر می شود، شادمانی هم به انبساط خاطر افراد منتهی می گردد و تعادل و سلامت روانی افراد و جامعه را تضمین می کند. دنیای مدرن امروز با وجود دستاوردهای سودمند خود از جمله: افزایش طول عمر، کاهش اثرات مخرب آب و هوایی، غلبه بر کمبود مواد غذایی، توسعه حمل و نقل و وسایل ارتباطی و...، اثرات مخربی نیز به دنبال داشته است. با گسترش شهرها، مشکلاتی چون: آلودگی هوا، تخریب محیط زیست، ناپایداری روابط انسانی، دور شدن انسان ها از طبیعت، کاهش ارتباطات عاطفی میان مردم، استرس و فشار روانی بر مردم تحمیل شده است.

همان طور که گیدنز اشاره می کند، مدرنیته احتمال خطر را در بعضی حوزه ها کاهش داده و خطرات و ناامنی های دیگر را ایجاد کرده است. از جمله عوامل تهدید کننده شادمانی از نظر وی، تهدیدهای خشونت آمیز ناشی از صنعتی شدن جنگ، متزلزل شدن ریشه های اعتماد به نظام های انتزاعی و احساس ناامنی واضطراب است (چلبی، ۱۳۷۸: ۳۴). سازمان ملل از سال ۲۰۰۰ برای تعیین سطح توسعه یافتگی کشورها، متغیرهای شادکامی (شادمانی) اجتماعی، امید به آینده، خشنودی و رضایت مندی اجتماعی را به عنوان یک شاخص کلیدی وارد محاسبات کرده است؛ بدین معنی که اگر مردم یک جامعه احساس شادمانی، خشنودی و رضایت مندی نکنند، نمی توان آن جامعه را توسعه یافته به خصوص در بعد اجتماعی در نظر گرفت (Diener, 2002: 41-50)، زیرا در صورت وجود شادمانی اجتماعی، شادکامی به سلامت روانی و فیزیکی شهروندان کمک می کند و لازمه انسانی مبتکر، کارا، مولد و سازنده است.

از سوی دیگر، به دلیل اینکه فرد در کنش دائمی با خانواده و جامعه قرار دارد، جامعه و خانواده دو اصل تأثیرگذار در شکل گیری کنش های فرد محسوب می شوند. جامعه باید راه های شاد زیستن را در جامعه حکم فرما کند، اما هنگامی که با بروز مشکلاتی چون مشکلات اقتصادی، بی عدالتی، فساد، از بین رفتن سرمایه اجتماعی نظیر اعتماد، معیارهای شادی در جامعه کاهش و زمینه ایجاد یأس و ناامیدی افزایش می یابد، نقش خانواده در جهت دهی به مسیر زندگی فرد دوجندان می شود. خانواده موظف است تأثیرات منفی جامعه را به حداقل خود برساند و از بروز آسیب های اجتماعی در افراد به ویژه نوجوانان جلوگیری کند. شادمانی همواره با خرسندی، خوش بینی و امید و اعتماد همراه است و از این رو می تواند به عنوان یک کاتالیزور، نقش تسریع کننده ای در فرایند توسعه جامعه داشته باشد. اینگلهارت در این زمینه اظهار می دارد که سطح پایین رضایت از زندگی و احساس خوشبختی، به گرایش های منفی نسبت به کل جامعه منجر و دوره های طولانی برآورده نشدن آرزوها و انتظارات، موجب ظهور نگرش های بدبینانه ای می شود که این بدبینی از نسلی به نسل دیگر منتقل می شود (چلبی، ۱۳۸۷: ۳۴). بر این اساس، کاهش شادمانی در جوانان می تواند از یک سو، فرسایش استعدادهای انسانی و از سوی دیگر، اضمحلاح سرمایه اجتماعی را به دنبال داشته باشد. این مهم در سطح فردی به کاهش اعتماد به نفس و افزایش افسردگی فردی منجر و فرد را به قبول ضعف ها و ناتوانی ها سوق می دهد که می تواند آسیب های جبران ناپذیری به فرایند توسعه و تعالی جامعه وارد کند. بر اساس تحقیقات بانک جهانی که در فاصله زمانی سال های ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۶ در ۱۵۵ کشور جهان انجام شد، از پاسخگویان درباره کیفیت زندگی شان پرسیده و از آنان خواسته شد بین ۰ تا ۱۰ نمره بدهند. بر اساس این یافته ها، بالاترین میانگین شادمانی مربوط کشور نروژ با ۷/۵۳۷ و دانمارک با ۷/۵۲۲ و ایسلند با ۷/۵۰۴ بود و سوئیس و فرانسه به ترتیب در جایگاه های بعدی جای داشتند. بنا بر این گزارش، ایران با نمره ۴/۶۹۲

در رتبه ۱۰۸ جدول جای گرفته است. بر اساس این یافته ها، کسانی که زندگی شادتری دارند، احتمالاً زندگی طولانی تر خواهند داشت. همچنین، قابل اطمینان تر بوده و بیشتر اهل همکاری اند و با نیازهای زندگی بهتر رو به رو می شوند که این باعث بهبود سلامتی، سطح تولید ناخالص داخلی (GDP)، سخاوت و احساس آزادی می شود. (countryeconomy.com)

جدول ۱: نمره شاخص شادی به تفکیک سال

سال	رتبه	نمره شادی از ۱۰
۲۰۱۷	۱۰۸	۴/۶۹۲
۲۰۱۶	۱۰۵	۴/۸۱۳
۲۰۱۵	۱۱۰	۴/۶۸۶
۲۰۱۳	۱۱۵	۴/۶۴۳

از سوی دیگر، گزارش احساسات جهانی ۲۰۱۷ که توسط موسسه گالوپ انجام شده است نشان می دهد، ایرانی ها با ۵۰ درصد و اتباع جنوب سودان با ۴۷ درصد در کنار عراقی ها با ۴۹ درصد، عصبانی ترین مردم جهان را تشکیل داده اند. آنها با بیان آن که "روز قبل احساس خشم و عصبانیت داشتند" از بالاترین میزان در میان ۱۴۲ کشور مورد بررسی برخوردار بوده است. بر اساس این گزارش، بیشترین احساسات منفی را در جهان کشورهای به ترتیب عراق، سودان جنوبی، ایران، لیبی، جمهوری آفریقای مرکزی، توگو، چاد، سیرا، لئون، اوگاندا و گابن تجربه کرده اند. این یافته ها نشان می دهد جامعه از منظر شادی و شادمانی اجتماعی در شرایط مناسبی قرار ندارد. در این بین، جوانان به عنوان آینده سازانی که موتور محرکه توسعه محسوب می شوند باید مورد توجه قرار گیرند. جوانان به عنوان نیروهای بالقوه جامعه دارای انرژی و استعداد فراوانی هستند که یک جامعه وظیفه دارد با برنامه ریزی، شرایط لازم را برای به جریان انداختن این انرژی و استعداد در راستای هنجارهای خود فراهم کند- در غیر این صورت، زمینه برای شکل گیری انواع انحرافات مهیا می شود. آمار مربوط به مرگ و میر جوانانی که به دنبال ایجاد نشاط و شادی کاذب با استفاده از داروهای روان گردان و مواد مخدر هستند، به صورت جسته و گریخته و البته نادقیق در جراید عمومی اعلام می شود، گواه دیگری بر این مدعاست. بر این اساس می توان گفت، جوانان قشر آسیب پذیر جامعه هستند، زیرا آسیب های اجتماعی بیش از هر گروه سنی جوانان را تهدید می کند. آنان در مرحله شناخت هویت خویش و همچنین دارای انرژی بالقوه هستند. به همین دلیل بیشتر از سایرین امکان خشونت، اضطراب، سرخوردگی و افسردگی و ... در آنان وجود دارد که می تواند زمینه ساز برخی انحرافات اجتماعی از جمله اعتیاد، خودکشی، آسیب رساندن به جان و مال دیگران و شود. از این رو، بررسی، شناخت و تقویت عوامل اجتماعی شکل گیری شادمانی اجتماعی در بین جوانان شهر تهران از لحاظ روانی و اجتماعی دارای اهمیت است. این تحقیق به دنبال آن است که وضعیت شادمانی اجتماعی در بین جوانان شهر تهران چگونه است؟ و چه عوامل در افزایش آن تاثیر دارد؟ و سهم هر یک از این عوامل به چه میزان است.

پیشینه پژوهش

هزارجریبی و آستین فشان (۱۳۸۸) در تحقیقی با عنوان "بررسی عوامل مؤثر بر شادمانی اجتماعی با تأکید بر

استان تهران" با نمونه‌ای شامل ۲۰۰۰ نفر از افراد ۱۵ تا ۶۵ سال ساکن در استان تهران نشان دادند که احساس شادمانی در بین ۱۸ درصد از پاسخگویان در حد کم و بسیار کم می‌باشد و در مقابل ۲۸ درصد پاسخگویان از احساس نشاط بالایی برخوردار هستند. نتایج رگرسیون چند متغیره نشان می‌دهد سه متغیر امید به آینده، ارضای نیازهای عاطفی و مقبولیت اجتماعی توانسته‌اند ۵۳/۷ درصد تغییرات شادمانی اجتماعی را تبیین می‌کنند. همچنین، امید به آینده با بتای ۰/۳۰ بیشترین تاثیر را بر شادمانی اجتماعی داشته است.

حاجی زاده و ترکان (۱۳۹۴) در تحقیق "بررسی میزان و عوامل فرهنگی- اجتماعی مرتبط با شادمانی اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه یزد" با حجم نمونه ۲۷۷ نفر با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب از ۷ دانشکده نشان دادند که بین شادمانی اجتماعی و متغیرهای دینداری، بهره‌مندی از وسایل ارتباط جمعی، امید به آینده و عزت نفس رابطه مستقیم و معنی‌داری وجود دارد. از سویی این متغیرها ۴۴/۸ درصد واریانس تغییرات شادمانی اجتماعی را تبیین می‌کند. در این بین، متغیر عزت نفس با بتای ۰/۴۶۹ بیشترین تاثیر را بر متغیر وابسته شادمانی اجتماعی داشته است.

روستین (۲۰۱۰) در پژوهش خود با عنوان "فساد، شادی، اعتماد اجتماعی و دولت رفاه" نشان داد که بین خوشبختی فردی و رفاه عمومی با دو متغیر میزان فساد و سطح اعتماد اجتماعی در جامعه رابطه وجود دارد. همچنین، بیان داشت که در کشورهای با برنامه رفاه عمومی و گسترده، میزان فساد پایین، سطح اعتماد اجتماعی زیاد و سطح شادی و خوشبختی اجتماعی بالاست- و برعکس، کشورهای با سیستم رفاه کوچکتر به فساد بیشتر و سطح پایتتر اعتماد اجتماعی و خوشبختی اجتماعی میل می‌کنند. برخی از محققان از جمله دایر، سو، لوکاس و اسمیت (۱۹۹۹) چنین گزارش کرده‌اند که مردم کشورهای ثروتمند از مردم کشورهای فقیر بسیار شادترند، اما مایرز (۲۰۰۰) چنین بیان می‌کند که بین سطح درآمد و شادی در میان مردم آمریکا، کانادا و اروپا همبستگی ضعیفی وجود دارد. در سطح ملی و بین المللی نیز درباره وضعیت اقتصادی کشورها و میزان شادمانی مردم آنها تحقیقاتی شده است.

چارچوب نظری

شادمانی و داشتن نشاط، از جمله اساسی‌ترین نیازها و خواسته‌های انسان‌هاست و می‌تواند تأثیرات انکارناپذیری بر جنبه‌های گوناگون زندگی افراد داشته باشد. نشاط، یکی از ابعاد اصلی تجربه است و در برقراری بهداشت روانی و خوشبختی، ایجاد فضای شناختی و رشد آن تأثیرگذار است (Seligman & Dan-ner, 2002:8). از سویی، برخی شادمانی را کلی و مستمر می‌دانند و آن را به عنوان اینکه یک فرد "به چه میزان زندگی خود را دوست دارد یا به عبارت دیگر، به چه میزانی یک فرد زندگی خود را به عنوان یک کلیت مثبت ارزیابی می‌کند" قلمداد می‌نمایند (Veenhoven, 2006:1)- در این صورت، شادمانی به خوشبختی بسیار نزدیک می‌شود.

همان‌طور که پیش از این گفته شد وجود اعتماد بین افراد، پیچیدگی تعاملات اجتماعی را کاهش می‌دهد و یک زندگی امن‌تر و شادتر را ایجاد می‌کند. وینهوون بیان می‌کند در جوامعی که اطمینان و اعتماد بیشتری فراهم شده، شادی و نشاط نیز بیشتر خواهد بود. وی معتقد است رابطه محکمی بین ایمنی روانی و تأمین قانونی وجود دارد که به طور گسترده‌ای مستقل از رفاه اقتصادی است (Veenhoven, 2001: 17). نانسی استین و تام تراپو سو (۱۹۹۲) معتقدند که چهار هیجان اصلی شادی، غم، خشم و ترس وجود دارد که واکنش به فعالیت‌های اساسی را منعکس می‌کند؛ به عنوان مثال، موفقیت (شادی)، شکست (غم)، ممانعت (خشم) و بلا تکلیفی (ترس) را ایجاد می‌کند (ریو، ۱۳۸۵: ۳۲۷). به اعتقاد وینهوون، شادکامی ارزیابی کلی و ذهنی فرد

از زندگی خود است که نشان می دهد زندگی مطلوب را چه می بیند، این زندگی چگونه انتظاراتش را برطرف می کند، و غیره (Veenhoven, 2000: 267). در تعریف او چند بعد کلیدی وجود دارد:

- میزان: شادکامی مانند مفهوم طول و وزن، حد و اندازه دارد؛
- زندگی خود: ملاک خود فرد است، نه زندگی یا حیات موجودات پیرامون؛
- ارزیابی و قضاوت: یعنی شادکامی فعالیتی ذهنی در مورد کیفیت زندگی و تجارب گذشته و پیش بینی آینده است؛

• کل زندگی: یعنی رضایت از کل و همه ابعاد زندگی است، نه از یک بعد یا جنبه؛

• مطلوبیت: منظور خوش یا بد بودن ابعاد و مسیر زندگی است (همان: ۲۳۸-۲۳۵)

زیمل از اولین جامعه شناسانی است که به مسئله شادی توجه داشته است. از نظر زیمل، شادی یک حالت کلی ذهن است که به توصیف شخصیت عاطفی انسان می پردازد. زیمل شادی را انعکاس حرکت مستمر زندگی توصیف می کند که در ورطه زندگی می افتد (Zingerle, 2000: 466).

وینهون، شادمانی را حالتی پایدار که حاصل قضاوت فرد از درجه یا میزان مطلوبیت کیفیت کل زندگی اش می داند و معتقد است که موقعیت اجتماعی بر آن تأثیرگذار است. وینهون در صحبت از این مفهوم در سطح کلان، به کیفیت جامعه - یعنی عواملی چون سلامتی، آزادی و عدالت اجتماعی - اشاره می کند و از این رو معتقد است: "سیاست های اجتماعی می توانند ارتقا دهنده این شرایط باشند. در سطح میانی، شادمانی را وابسته به کیفیت های نهادی، مانند استقلال در کار یا مراقبت های نهادی می داند و می گوید که اصلاح سازمانی می تواند برخی نهادها را بهبود بخشد و در سطح خرد نیز شادمانی را وابسته به توانایی های شخصی مانند کارآمدی، استقلال و مهارت های اجتماعی، تحصیلات و درمان می داند (Veenhoven, 2005: 61).

بر اساس نظریه "محرومیت نسبی" عموماً انسان ها به مقایسه خود با دیگران می پردازند و وقتی در این رابطه، احساس فقر و بی عدالتی کنند، واکنش های شدید عاطفی مانند تعویض شغل، کارشکنی و خودکشی و غیره را انجام می دهند و وقتی این احساس به بالاترین درجه خود برسد، به احساس تضاد اجتماعی می انجامد و تعارض های شدیدی را در پی دارد (رفیع پور، ۱۳۷۸: ۴۵).

ازکمپ در تعریف رضایت از زندگی می گوید: "رضایت بر تجربه شناختی و داورانه ای دلالت دارد که به عنوان اختلاف ادراک شده بین آرزو و پیشرفت در زندگی (تحقق آرزو) تعریف می شود." (ازکمپ، ۱۹۹۵: ۶۹) این تعریف، طیفی را تشکیل می دهد که از ادراک کامروایی تا حس ناکامی را در بر می گیرد. این مفهوم با مفهوم خوشحالی که ناظر بر تجربه عاطفی (هیجان ها و احساسات) می شود، تفاوت دارد. بنابراین، رضایت از زندگی اگرچه تا حد زیادی بستگی به شرایط فردی دارد، اما تأثیر عوامل اجتماعی در افزایش یا کاهش آن بسیار مؤثر است. جامعه از سویی به وجود آورنده شرایطی است که می تواند فرد را به سوی تحقق اهداف و آرزوهای فردی سوق می دهد و از سوی دیگر، زمینه ساز فضایی است که فرد می تواند به کنش متقابل و ارتباط با هم نوعانی که باعث ایجاد آرامش، امنیت و اطمینان خاطر وی برای یک زندگی مناسب باشند، مبادرت ورزد. رضایت کلی از زندگی ترکیبی از شرایط فردی و اجتماعی است و در واقع خود نشانه ای از نگرش های مثبت نسبت به جهان و محیطی که وی را فرا گرفته و در آن زندگی می کند، می باشد. رضایت ذهنی افراد از هر جنبه خاص زندگی بازتاب شکاف بین سطح آرزوی آنان و وضعیت عینی آنهاست. اما سطوح آرزوی افراد با وضعیت آنان تطابق می یابد. در صورتی که این فراگرد تطابق، بخشی از سرشت انسان باشد، پس معمولاً ما نباید اختلاف بزرگی در خصوص سعادت ذهنی در میان گروه های مختلف اجتماعی بیابیم، مشروط به اینکه آن گروه های با ثبات، وقت کافی برای سازش با اوضاع بیرونی مربوط به خود را خواهد داشت. سطوح تقریباً بالا یا پایین خوشبختی وقتی مشاهده می شود که دگرگونی های جدید موقعیت

نسبی یک گروه معین را بالا یا پایین برده باشند (همان: ۲۲۴). او در نهایت معتقد است کسانی که از سطوح بالایی امنیت اقتصادی و جانی در طول سال‌های شکل‌گیریشان برخوردار بوده‌اند، وجود امنیت مادی را امری مسلم می‌پندارند و به اهداف فرامادی بیشترین اولویت را می‌دهند. برای کسانی که دارای ارزش‌های فرامادی هستند، سطوح بالایی درآمد موجب سطوح بالایی احساس سعادت نمی‌شود (همان: ۲۴۶).

چلبی، شادی و نشاط کنشگران فردی را در شبکه مبادلات بین نظام جامعه‌ای و نظام شخصیت جستجو کرده است و با بهره‌گیری از چارچوب مفهومی چند بعدی که از انسان، شخصیت و جامعه در اختیار می‌گذارد، کم و کیف شادمانی افراد را مرتبط با رضایت و خشنودی آنها از احساس چهارگانه در سطح فردی و جامعه می‌داند. چهار بعد مد نظر وی عبارت‌اند از: برون‌گرایی، نژادگرایی، بعد انسجامی و شناختی (Chalabi, 2009:6). از سوی دیگر، امید نسبت به خود، زندگی و آینده یکی از زمینه‌های اصلی و مهم در به وجود آمدن احساس نشاط و شادی است. احساس اضطراب و یا نگرانی با عدم امید به آینده رابطه مستقیم دارد. امید به آینده، دست یافتن به هدف یا انتظار دستیابی به هدف است. به بیانی می‌توان تئوری امید را می‌توان تئوری انگیزش نامید. (Campbell, 1981:1)

بیرد و همکاران (۲۰۰۰) درباره چهار عامل شادمانی و رابطه آن با تعهد دینی بررسی‌هایی کردند و دریافتند که تعهد دینی، پیش‌بینی‌کننده شادمانی است. از سوی دیگر، رابطه مثبت و معنادار بین نگرش مذهبی و شادکامی ثبت و همچنین یک رابطه مثبت و معنادار بین شادی مذهبی و شادکامی روانی وجود دارد (Djankov et al, 2015). دورکیم نیز دین را عامل همبستگی، ثبات اجتماعی و پایداری جامعه دانسته است و به نقش مثبت دین در حل و فصل مشکلات جامعه، در ایجاد وحدت و یگانگی و در معنویت‌باور دارد (Ritzer, ۲۰۱۱: ۹۶). در تبیین مسئله شادمانی نظریات متفاوتی وجود دارد. از جمله نظریاتی که از جنبه زیست‌شناختی به تبیین‌های زیستی و فیزیولوژیکی پرداخته‌اند و یا نظریات روانشناختی که به تبیین روانی علل بروز شادمانی پرداخته‌اند. برای مثال، دانشمندان معتقدند به واسطه انتقال دهنده‌های عصبی نظیر سروتونین و دوپامین، خلق مثبت در فرد ایجاد می‌شود و یا تأثیرات اضطراب و هیجان را در شکل‌گیری شادمانی می‌سنجند و یا ویژگی‌های شخصیتی مؤثر بر شادمانی نظیر برون‌گرا یا درون‌گرا بودن، عزت نفس، خوش‌بینی و... را تبیین می‌کنند. ما به دلیل دور بودن این نظریات از فضای اجتماعی و تحلیل جامعه‌شناختی از پرداختن به آن‌ها خودداری و سعی کرده‌ایم با ارائه تبیین‌های جامعه‌شناختی در زمینه شادمانی، چهارچوب نظری لازم را گردآوری و بر اساس آن مدل تحلیلی و فرضیات پژوهش را تدوین نماییم.

انگلهارت معتقد است رضایت از زندگی بازتاب مجموعه رضایت‌وی در زمینه‌های گوناگون همچون درآمد، مسکن، شغل، فعالیت‌های فراغت، زندگی خانوادگی و مانند آنهاست (انگلهارت، ۱۳۷۳: ۲۴۷). در این تحقیق رضایت از زندگی در قالب رضایت از وضعیت ظاهری جوانان و درآمد، مسکن، خانواده و... سنجیده می‌شود. فرضیه "اگر میزان رضایت از زندگی افزایش یابد، میزان شادمانی نیز افزایش می‌یابد" برگرفته از این تئوری است.

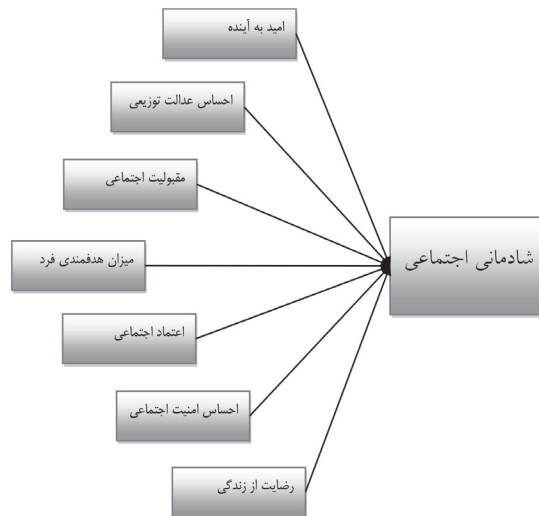
همانند یافته‌ها و نظریات وینهن و روستین، متغیر اصلی دیدگاه چلبی نیز اعتماد اجتماعی است که وی معتقد است اعتماد متقابل اجازه می‌دهد که تعاملات اجتماعی در جامعه به صورت گسترده و روان جاری شود. اعتماد متقابل ریشه در وابستگی عاطفی دارد که خود از طریق رابطه اجتماعی با دیگران و عضویت اجتماعی در اجتماعات حاصل می‌شود. رابطه اجتماعی از یک طرف وابستگی عاطفی تولید می‌کند و از طرف دیگر وابستگی ایجاد شده، حافظ این رابطه می‌شود. در مورد مفهوم اعتماد اجتماعی فرضیه "اگر میزان اعتماد اجتماعی بیشتر باشد، میزان نشاط نیز بیشتر می‌شود" تدوین شده است.

در مورد عدالت توزیعی، جان راولز به وجود عدالت و آزادی‌های برابر در نهاد‌های اجتماعی اشاره

می کند. در این تحقیق نیز احساس عدالت فرد در مورد جامعه مورد سنجش قرار گرفته است. فرضیه "هرچقدر احساس عدالت بیشتر باشد، میزان نشاط نیز بیشتر است" نیز در این رابطه شکل گرفته است. برخی از متغیرها نظیر هدفمندی و احساس امنیت اجتماعی و احساس مقبولیت اجتماعی از پژوهش های مشابه که در قسمت پیشینه تحقیق آورده شده، الگوبرداری شده است. احساس مقبولیت اجتماعی از پژوهش جعفر هزار جریبی و پروانه آستین فشان با عنوان "بررسی عوامل مؤثر بر نشاط در استان تهران"، احساس امنیت اجتماعی از پژوهش علی اصغر کیا و رقیه امیری با عنوان "میزان نشاط اجتماعی و عوامل مرتبط با آن" و هدفمندی از پژوهش مسعود الماسی با موضوع "بررسی احساس شادکامی دختران شهر ایلام و عوامل مرتبط با آن" اخذ گردیده و در این تحقیق مورد بررسی قرار گرفته است.

در نتیجه این پژوهش هفت متغیر امید به آینده، عدالت توزیعی، احساس مقبولیت اجتماعی، هدفمندی، احساس اعتماد اجتماعی، احساس امنیت اجتماعی و میزان رضایت از زندگی را در شکل گیری شادمانی میان جوانان تهران مورد بررسی قرار داده است.

مدل نظری پژوهش



فرضیه های پژوهش

- بین امید به آینده و شادمانی اجتماعی رابطه معنی داری وجود دارد.
- بین احساس عدالت توزیعی و شادمانی اجتماعی رابطه معنی داری وجود دارد.
- بین مقبولیت اجتماعی و شادمانی اجتماعی رابطه معنی داری وجود دارد.
- بین میزان هدفمندی فرد و شادمانی اجتماعی رابطه معنی داری وجود دارد.
- بین اعتماد اجتماعی و شادمانی اجتماعی رابطه معنی داری وجود دارد.
- بین احساس امنیت اجتماعی و شادمانی اجتماعی رابطه معنی داری وجود دارد.
- بین رضایت از زندگی و شادمانی اجتماعی رابطه معنی داری وجود دارد.

تعاریف نظری و عملیاتی متغیرها شادمانی

در این پژوهش منظور از شادمانی، حالات روانی مثبت است که عبارت اند از: سطح بالای رضایت از زندگی، شادی ذهنی، سلامت ذهنی و سلامت روان شناختی (راسموس، ۱۹۹۷؛ به نقل از فرجی، ۱۳۹۰). شادمانی اجتماعی به سه بعد احساسی، شناختی و اجتماعی تقسیم شده و برای هر کدام از آنها گویه های مشخصی طراحی شده است.

احساس عدالت توزیعی

عدالت توزیعی در روابط اجتماعی به معنای آن است که یک فرد در روابط متقابل با دیگران انتظار دارد پاداش های وی در جهت هزینه های او باشد. در واقع اگر هر چه سرمایه گزاری بیشتر، سود یا منفعت حاصل از آن نیز بیشتر باشد، احساس عدالت ایجاد می شود. (صفری شالی، ۱۳۸۰: ۴۳). عدالت توزیعی با انصاف ادراک شده از پیامدها سرو کار دارد و به منزله یک عامل بالقوه با کاربردهای مهم در زمینه سازمانی و حکومتی در نظر گرفته شده است. (cohen-charash & spector, 2001: 280)

احساس اعتماد اجتماعی

جانسون اعتماد اجتماعی را "ایجاد ارتباط با دیگری و درخواست پذیرش و حمایت آشکار از دیگران، خود تکمیلی در روابط و انطباق با انتظارات دیگران" می داند. جانسون عناصر تشکیل دهنده اعتماد را صراحت و باز بودن، سهم کردن، پذیرش، حمایت، تمایلات همکاری جویانه و رفتار مبتنی بر اعتماد می داند. اعتماد اجتماعی را می توان حسن ظن فرد نسبت به سایر اعضای جامعه تعریف کرد که این امر موجب گسترش و تسهیل روابط اجتماعی فرد با آنها می شود (امیر کافی، ۱۳۸۰: ۱۸).

احساس رضایت از زندگی

رضایت از زندگی بازتاب مجموعه رضایت وی در زمینه های گوناگون همچون: درآمد، مسکن، شغل، فعالیت های فراغت، زندگی خانوادگی و مانند آنهاست. (انگلهارت، ۱۳۷۳: ۲۴۷) در این تحقیق رضایت از زندگی در قالب رضایت از وضعیت ظاهری جوانان و درآمد، مسکن، خانواده و... سنجیده می شود.

هدفمندی

شیوه ای در اندیشه و عمل که بر اساس آن ارزش هایی چند به عنوان غایت تعیین می شوند و سعی در دست یابی به آنها از طریق برنامه ریزی های منطقی و آگاهانه به عمل می آید. (ساروخانی، ۱۳۸۰: ۸۷۷) در این جا هدفمندی در زمینه تحصیل و شغل سنجیده می شود.

احساس امنیت اجتماعی

امنیت به معنای ایمن شدن، در امان بودن و بی بیمی، آرامش و آسودگی است. احساس امنیت نیز عبارت است از نوعی ذهنیت و جهت گیری روانی مثبت (رضایت بخش، قانع کننده و آرام بخش) شهروندان نسبت به عدم تأثیرگذاری حضور و بروز رویدادها و وقایع ضد امنیتی (تهدیدات) در شرایط فعلی و آتی، در حوزه های امنیت اجتماعی، ثبات سیاسی، انسجام هویتی، یکپارچگی و امنیت سرزمین (حاجیانی، ۱۳۸۴: ۲۸). در این تحقیق بیشتر بر احساس امنیت اجتماعی تأکید شده است.

احساس مقبولیت اجتماعی

مقبولیت اجتماعی بیانگر ارزش، احترام و منزلتی است که خانواده و جامعه برای یک فرد در نظر می گیرند. (خورشیدی، ۱۳۹۳: ۶). برای سنجش میزان مقبولیت اجتماعی از معرف های موقعیت فرد در گروه (گویه های ۱ و ۲ و ۳)، مقبولیت در شبکه دوستان (گویه های ۴ و ۵) و میزان تأیید اجتماعی (گویه های ۶ و ۷) کمک گرفته شده است.

امید به آینده

عبارت است از تمایلی که با انتظار وقوع مثبت همراه است. به عبارت دیگر، ارزیابی مثبتی است از آنچه فرد تمایل دارد و می خواهد به وقوع بپیوندد. (خورشیدی، ۱۳۹۳: ۶). امید به آینده در قالب معرف های اشتغال، تحصیل و ازدواج مورد سنجش قرار گرفته است.

روش شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نوع کمی و مبتنی بر تحقیقات پیمایشی است و جامعه آماری پژوهش شامل جوانان شهر تهران می باشد که با ۳۸۰ نفر مصاحبه حضوری مبتنی بر پرسشنامه صورت گرفته است. در این پژوهش از روش نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای استفاده شده است؛ بدین صورت که ابتدا مناطق ۲۲ گانه شهر تهران بر اساس شاخص توسعه یافتگی به سه خوشه شمال، مرکز و جنوب - مناطق شمال (۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷)، مناطق مرکز (۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵)، مناطق جنوب (۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹، ۲۰، ۲۱، ۲۲) تقسیم گردید (رفیعی، ۱۳۸۲، به نقل از فیروزآبادی، ۱۳۸۴: ۱۳۹). سپس با روش نمونه گیری احتمال ساده یک منطقه از شمال شهر تهران (منطقه یک)، یک منطقه از مرکز شهر تهران (منطقه هشت) و یک منطقه از جنوب شهر تهران (منطقه دوازده) انتخاب شدند. بعد با استفاده از روش نمونه گیری طبقه ای و نامتناسب با حجم هر طبقه تعداد نمونه هر منطقه مشخص گردیده است. در مرحله بعد به تصادف سه محله از محلات منطقه انتخاب و در داخل محله به تصادف بلوکی برای مصاحبه انتخاب گردید و سپس در داخل بلوک ها، پاسخگویان به روش نمونه گیری سیستماتیک مورد مصاحبه قرار گرفتند.

برای سنجش اعتبار و روایی سؤالات مربوط به متغیرهای مستقل و وابسته (محقق ساخته) از اعتبار صوری استفاده شده است؛ بدین ترتیب که پرسشنامه در اختیار استاد صاحب نظر در این زمینه قرار گرفته و نقطه نظر ایشان در پرسشنامه نهایی لحاظ گردیده است. همچنین در ابتدا ۳۰ عدد از پرسشنامه ها در اختیار جوانان قرار گرفت تا میزان اعتبار سؤالات سنجیده شود و اصلاحات لازم صورت گیرد. علاوه بر این، برای سنجش پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. مقدار آلفای کرونباخ به تفکیک متغیرها در جدول زیر نشان داده شده است. در اینجا مقادیر به دست آمده برای تمام متغیرها بالای ۰/۰۷ را نشان می دهد که بر اساس آن می توان گفت سؤالات پرسشنامه از پایایی لازم برخوردار است.

جدول ۲: مقادیر آلفای کرونباخ

ردیف	متغیر	مقدار آلفا
۱	شادمانی اجتماعی	۰/۸۴
۲	امید به آینده	۰/۷۷
۳	احساس عدالت	۰/۷۵
۴	احساس اعتماد اجتماعی	۰/۷۲
۵	احساس مقبولیت اجتماعی	۰/۷۵
۶	احساس رضایت از زندگی	۰/۷۸
۷	احساس امنیت اجتماعی	۰/۷۴
۸	هدمندی	۰/۷۹

یافته های پژوهش

یافته های توصیفی

برای ارزیابی مولفه های مربوط به سنجش میزان شادمانی در جوانان و عوامل مؤثر بر آن از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. در ادامه به بررسی آماره های توصیفی مربوط به هر یک از این متغیرها می پردازیم. جدول زیر نتایج بدست آمده را نشان می دهد.

جدول ۳: توزیع فراوانی پاسخ های ارایه شده به سوالات توصیف کننده شادمانی و عوامل مؤثر بر آن

مؤلفه	تعداد	مینیمم	ماکزیمم	میانگین	انحراف معیار	واریانس
شادمانی اجتماعی	۳۸۰	۲/۴۰	۴/۷۰	۳/۹۶	۰/۶۸۹	۰/۴۷۵
احساس عدالت توزیعی	۳۸۰	۱/۶۰	۴	۲/۹۷	۰/۷۱۰	۰/۵۰۵
احساس اعتماد اجتماعی	۳۸۰	۲/۵۰	۴/۲۵	۳/۴۳	۰/۶۳۵	۰/۴۰۳
احساس رضایت از زندگی	۳۸۰	۳	۵	۴/۳۵	۰/۶۰۶	۰/۳۶۸
هدفمندی	۳۸۰	۳/۵۰	۵	۴/۱۶	۰/۴۶۱	۰/۲۳۱
احساس امنیت اجتماعی	۳۸۰	۲/۵۰	۵	۳/۹۱	۰/۸۸۰	۰/۷۷۵
احساس مقبولیت اجتماعی	۳۸۰	۲/۴۰	۴/۸۰	۳/۶۴	۰/۷۸۶	۰/۶۱۹
امید به آینده	۳۸۰	۳/۲۰	۵	۴/۳۸	۰/۵۳۶	۰/۲۸۸

با توجه به جدول فوق مشاهده می شود که میانگین امتیاز به دست آمده برای عامل احساس عدالت توزیعی ۲/۹۷، احساس عدالت اجتماعی ۳/۴۳، احساس رضایت از زندگی ۴/۳۵، هدفمندی ۴/۱۶، احساس امنیت اجتماعی ۳/۹۱، احساس مقبولیت اجتماعی ۳/۶۴ و امید به آینده ۴/۳۸ می باشد. همچنین، میانگین امتیاز برای مؤلفه شادمانی نیز ۳/۹۶ است.

آزمون فرضیات

با توجه به نتایج ضریب همبستگی پیرسون در فاصله اطمینان ۹۹ درصد، سطح معناداری ($Sig = 0/000$) می باشد؛ یعنی با اطلاعات موجود H_0 رد و H_1 (فرض محقق) تأیید می گردد. به بیان دیگر، بین شادمانی اجتماعی با متغیرهای امید به آینده با ضریب همبستگی ۰/۸۳۰، احساس عدالت توزیعی با ضریب همبستگی ۰/۳۴۲، مقبولیت اجتماعی با ضریب همبستگی ۰/۷۰۶، میزان هدفمندی فرد با ضریب همبستگی ۰/۲۳۱، اعتماد اجتماعی با ضریب همبستگی ۰/۶۰۷، احساس امنیت اجتماعی با ضریب همبستگی ۰/۵۵۶ و رضایت از زندگی با ضریب همبستگی ۰/۷۸۴ رابطه معنی داری وجود دارد.

همانطور که نتایج جدول ۴ نشان می دهد، با افزایش هر یک از این متغیرها میزان شادمانی اجتماعی افزایش می یابد.

جدول ۴: میزان همبستگی پیرسون بین شادمانی و عوامل موثر بر آن

مؤلفه	امید به آینده	احساس عدالت توزیعی	مقبولیت اجتماعی	میزان هدفمندی فرد	اعتماد اجتماعی	احساس امنیت اجتماعی	رضایت از زندگی
(همبستگی R پیرسون)	۰/۸۳۰	۰/۳۴۲	۰/۷۰۶	۰/۲۳۱	۰/۶۰۷	۰/۵۵۶	۰/۷۸۴
سطح معنی داری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

تحلیل رگرسیون

در قسمت‌های قبل رابطه متغیرهای مستقل با متغیر وابسته به صورت دو به دو مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت و در این میان برخی از فرضیه‌های تحقیق تأیید و برخی دیگر رد شدند. در این قسمت به منظور مشخص شدن سهم تأثیر هر یک از متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته، به تحلیل رگرسیون داده‌ها پرداخته می‌شود. در این بخش به منظور اولویت بندی عوامل موثر بر شادمانی جوانان از آزمون رگرسیون خطی^۱ و به دست آوردن ضریب مدل برای بررسی میزان تأثیر هر یک از عوامل موثر (متغیرهای پیش بین یا مستقل) بر شادمانی (متغیر ملاک یا وابسته) استفاده می‌شود. جداول زیر نتایج این آزمون را نشان می‌دهند.

جدول ۵: خلاصه مدل

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین معتبر	استاندارد خطای پیش بینی ^۲
۰/۸۳۴	۰/۶۹۶	۰/۶۹۵	۰/۳۸۰

جدول ۶: ANOVAa

جمع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F	معناداری
۱۷۹/۵۸۹	۷	۲۵/۶۵۶	۲۷۵۲۷/۳۷۱	۰/۰۰۰
۰/۳۴۷	۳۷۲	۰/۰۰۱		
۱۷۹/۹۳۵	۳۷۹	-		
رگرسیون				
باقیمانده				
جمع				

همان گونه که در جدول فوق مشاهده می‌شود، ضریب همبستگی چند گانه^۳ $M.R = 0/834$ و ضریب تعیین^۴،

1. Enter

۲. متوسط مجموع مجذورات انحراف نمرات پیش بینی شده از نمرات یا ارزش‌های اولیه است. این شاخص مقدار تغییرپذیری نقاط را در اطراف خط رگرسیون فراهم می‌سازد. هرچه مقدار این شاخص کوچکتر باشد، به همان اندازه قدرت پیش بینی متغیر وابسته از روی متغیرهای مستقل بیشتر است.

3. Multiple Correlation R

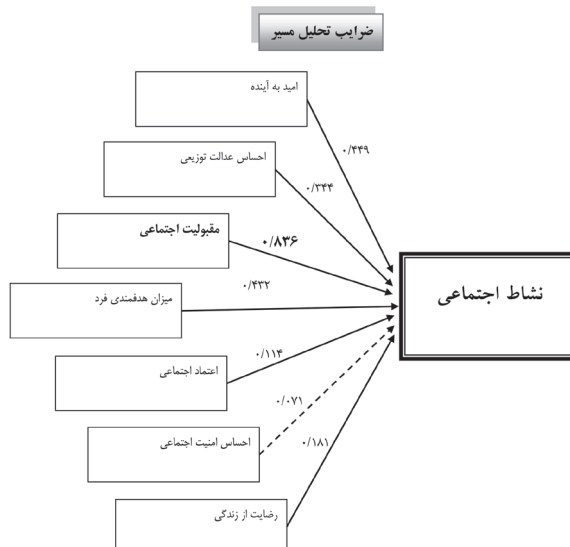
4. R Square

برابر با $R^2 = 0/695$ می باشد. مقدار ضریب تعیین نشان می دهد که متغیرهای پیش بین $69/5$ درصد واریانس متغیر شادمانی اجتماعی را تبیین می کند. با توجه به نتایج تحلیل واریانس مقدار $F = 27527/371$ در فاصله اطمینان 99 درصد سطح معنا داری ($sig = 0/000$) نشان می دهد که مدل توانایی پیش بینی متغیر وابسته (شادمانی اجتماعی) را دارد.

جدول ۷: ضرایب رگرسیون چند گانه

معناداری	T	ضرایب استاندارد شده	ضرایب استاندارد نشده		مدل
		β	انحراف استاندارد	B	
۰/۰۰۰	۴۵/۴۶۱	-	۰/۰۲۰	۰/۹۰۲	ثابت
۰/۰۰۰	۵۸/۳۷۹	۰/۴۴۹	۰/۰۱۰	۰/۵۷۶	امید به آینده
۰/۰۰۰	۱۸۶/۹۷۲	۰/۸۳۶	۰/۰۰۴	۰/۷۳۲	احساس مقبولیت اجتماعی
۰/۰۰۰	۱۴۲/۰۰۷	۰/۴۳۲	۰/۰۰۵	۰/۶۴۵	هدفمندی
۰/۰۰۰	۵۰/۱۹۴	۰/۳۴۴	۰/۰۰۷	۰/۳۳۳	احساس عدالت توزیعی
۰/۰۰۰	۳۵/۵۵۲	۰/۱۸۱	۰/۰۰۶	۰/۲۰۶	احساس رضایت از زندگی
۰/۰۰۰	۱۴/۶۳۳	۰/۰۷۱	۰/۰۰۴	۰/۰۵۶	احساس امنیت اجتماعی
۰/۰۰۰	۱۵/۵۸۸	۰/۱۱۴	۰/۰۰۸	۰/۱۲۴	احساس اعتماد اجتماعی

همان گونه که در جدول فوق مشاهده می شود، با توجه به ضرایب مدل به دست آمده مؤثر ترین عوامل مؤثر بر شادمانی به ترتیب احساس مقبولیت اجتماعی با بتای $0/836$ بوده و سایر عوامل به ترتیب امید به آینده، هدفمندی، احساس عدالت توزیعی، احساس رضایت از زندگی، احساس اعتماد اجتماعی و احساس امنیت اجتماعی می باشند.



بحث و نتیجه گیری

هدف این پژوهش، بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر شادمانی اجتماعی جوانان شهر تهران بوده است. نتایج پژوهش حاکی از آن است که میان شادمانی و احساس امنیت ($r = 0/556$) رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد که البته شدت این رابطه پایین است. به عبارت دیگر، احساس امنیت با بتای $0/071$ تأثیر کمی در مدل فوق بر روی متغیر احساس شادمانی اجتماعی دارد. با اینکه نتایج با یافته های چلبی و موسوی (۱۳۸۷) و صفری شالی (۱۳۸۸) مطابقت دارد، اما به دلیل ضعف شدت رابطه قابل فرضیه در قالب مدل فوق با قوت تایید نمی شود. از سوی دیگر، متغیر اعتماد اجتماعی ($t = 14/588$) در فاصله اطمینان ۹۹ درصد سطح معنا داری ($sig = 0/000$) و بتای $0/114$ و $beta = 0/181$ و بتای $0/181$ و $beta = 0/181$ بر شادمانی اجتماعی مؤثر است. این یافته ها با نتایج تحقیق هزارجریبی و مرادی (۱۳۹۳)، وینهوون (۲۰۰۸) مطابق دارد. در توضیح، اشاره به دیدگاه وینهوون روشنگر خواهد بود که معتقد است در جوامعی که اطمینان و اعتماد بیشتری فراهم شده، شادی و شادمانی نیز بیشتر خواهد بود. از سوی دیگر، شادکامی ارزیابی کلی و ذهنی فرد از زندگی خود است که نشان می دهد زندگی مطلوب را چه می بیند و این زندگی چگونه انتظاراتش را برطرف می کند.

همچنین، امید به آینده با ($t = 58/379$) در فاصله اطمینان ۹۹ درصد و سطح معنا داری ($sig = 0/000$) و بتای $0/449$ بر میزان شادمانی اجتماعی تأثیر دارد. این یافته نیز با نتایج حاصل از تحقیق هزارجریبی و آستین افشار (۱۳۸۷) و حاجی زاده و ترکان (۱۳۹۴) همخوانی دارد.

مطابق با رگرسیون، احساس عدالت با ($t = 50/194$) در فاصله اطمینان ۹۹ درصد سطح معنا داری ($sig = 0/000$) و بتای $0/344$ ، $beta = 0/836$ و هدفمندی با بتای $0/432$ بر میزان شادمانی اجتماعی تأثیر دارد.

نتایج حاصل از رگرسیون نشان می دهد، احساس مقبولیت اجتماعی با بتای $0/836$ بیشترین وایانس شادمانی اجتماعی را توضیح می دهد و با شدت بالا بر آن تأثیر دارد. اتفاقاً مقبولیت اجتماعی متغیری است که در نظام آموزشی و درون مدارس با هزینه اندک قابلیت افزایش دارد. مدرسه نیز سامانه ای کوچک از مناسبات اجتماعی است که در قالب گروه ها و شبکه های اجتماعی متعدد حیات اجتماعی دارد. این سامانه اجتماعی بالقوه، امکانات متعددی را برای برنامه ریزان آموزش و کارگزاران درون مدرسه فراهم می آورد تا برای جوانان تنوعی از فرصت ها را جهت کسب مقبولیت اجتماعی مهیا کند. از جمله این فرصت ها می توان به انواع فعالیت های اجتماعی، ورزشی، فرهنگی و علمی فرادرسی اشاره کرد که در قالب برنامه درسی غیر رسمی تعریف می شوند.

در ادامه ملاحظه می شود که متغیر امید به آینده با بتای $0/449$ در رتبه دوم قرار داشته است و هدفمندی، احساس عدالت توزیعی، احساس رضایت از زندگی، احساس اعتماد اجتماعی و احساس امنیت اجتماعی در اولویت های بعدی مؤثر بر شادمانی اجتماعی قرار دارند. بنابراین می توان گفت به همان نسبت که افراد در جامعه از امید به آینده، احساس عدالت در جامعه، احساس مقبولیت، هدفمندی، احساس اعتماد، احساس امنیت اجتماعی، رضایت از زندگی و فعالیت های گروهی بیشتر و پایگاه اقتصادی - اجتماعی بالاتری برخوردار باشند، شادمان تر نیز خواهند بود.

متغیرهای اثر گذار بر شادمانی اجتماعی نشان می دهند که جدا از تأثیرات مثبت یا منفی، بیشتر آنها جنبه ذهنی دارند. بنابراین شاید بتوان ادعا کرد که شادمانی اجتماعی بیش از آن که با نیازهای مادی جوانان در ارتباط باشد، متأثر از ذهنیت آنهاست. به بیان دیگر، شادمانی اجتماعی بر ساخته از ارزش ها و نگرش های افراد بوده

و عمدتاً علل و ماهیتی اجتماعی دارند. چنانچه آموزش و پرورش به عنوان یک نهاد اجتماعی در نظر گرفته شود، راه حل ها نیز به همین سمت و سو می روند و احتمالاً کارآمدتر نیز خواهند بود.

بر اساس نتایج تحقیق، بیشترین عامل تأثیر گذار بر شادمانی اجتماعی، احساس مقبولیت اجتماعی است که اساساً متغیری اجتماعی است. باید مقبولیت یا پذیرش اجتماعی را به عنوان یک نیاز اجتماعی برای جوانان در نظر گرفت و برای تقویت آن علاوه بر فعالیت هایی که در سطوح فوق بدان پرداخته شد، اقداماتی نیز صورت داد. به عنوان مثال، جامعه پذیری مهارت های اجتماعی نظیر آداب معاشرت، هنر خوب شنیدن و جلب اعتماد دیگران، از عوامل تأثیر گذار در پذیرش اجتماعی هستند. همچنین، افزایش مشارکت جوانان و سپردن مسئولیت های مختلف زندگی در زمینه های گوناگون مانند استفاده از نظرات، ایده ها و استعدادها و توانمندی های آنان علاوه بر رشد عقلی، احساس مقبولیت و میزان اعتماد اجتماعی آنان را نیز افزایش می دهد.

مشخصاً موفقیت تحصیلی، خود یک عامل قوی در هدفمند کردن زندگی است، اما تک بعدی بودن زندگی باعث می شود اگر فرد به عنوان مثال در زمینه تحصیل به موفقیت دست پیدا نکند بتواند بر جنبه های دیگر زندگی خود متکی باشد و توانایی های خود را در زمینه های دیگر از جمله فعالیت های ورزشی و هنری به عرصه ظهور بگذارند. در غیر این صورت بی هدفی و عدم مقبولیت اجتماعی در قالب عدم کامیابی اجتماعی تعریف می شود و علاوه بر نتایج اجتماعی، تبعات روانی زیانباری نیز خواهد داشت. بنابراین خانواده ها و مدارس در تعاملی سازنده باید با شناسایی علایق و توانایی های فرزندان خود، زمینه را برای کسب مهارت فرزندان خود مهیا کنند.

وجود امکانات ورزشی با هزینه کم یک مسئله با اهمیت و گسترش فرهنگ ورزش در میان جوانان امری ضروری است. دانش آموزان و دانشجویان به دلیل آنکه ساعات طولانی را پشت میز و نیمکت ها- با فرض ارگونومیک و استاندارد بودن- سپری می کنند، دچار نخوت و کسالت می شوند که انجام فعالیت های ورزشی می تواند مانع از آن شود. در نتیجه، افزایش ساعات ورزشی و همچنین وجود رشته های مختلف ورزشی که جوانان با علاقه آن را انتخاب کنند، خود به عنوان نوعی برنامه درسی غیر رسمی می تواند تأثیر مثبتی در افزایش شادمانی داشته باشد.

الگو برداری از کشورهایی که در رتبه بندی جزو شادترین کشورها شناخته شده اند، نیز کارآمد خواهد بود. به عنوان مثال، بسیاری از کشورها برای ایجاد شادی و شادمانی عمومی اقدام به برگزاری جشنواره ها، جشن شادی ها و جشنواره های ملی- مذهبی با انواع فعالیت های گروهی و مسابقات با هزینه های کم می کنند. جامعه ما به دلیل داشتن مناسبت های بسیاری از جمله: یلدا، نوروز، چهارشنبه سوری و اعیاد مذهبی، از پتانسیل زیادی برای برگزاری مراسم ها و شادی های جمعی و جشن ها برخوردار است. این جشن ها و مراسم شادی آفرین علاوه بر ایجاد روحیه شادمانی در افراد، کارکرد همبستگی اجتماعی را که دورکیم بدان اشاره می کند را نیز به دنبال دارد که نه تنها برای جوانان بلکه برای تمام افراد جامعه لازم و ضروری است.

منابع

- ازکمپ، استوارت. (۱۳۷۰). روانشناسی اجتماعی کاربردی. فرهاد ماهر. تهران: انتشارات آستان قدس رضوی
- امیرکافی، مهدی. (۱۳۸۰). "اعتماد اجتماعی و عوامل موثر بر آن". نمایه پژوهش. سال پنجم، شماره ۱۸.
- اینگلهارت، رونالد. (۱۳۷۳). تحول فرهنگی در جوامع پیشرفته صنعتی. مریم وتر. تهران: انتشارات امیرکبیر
- چلبی، مسعود. (۱۳۷۵). جامعه شناسی نظم: تشریح و تحلیل نظری نظم اجتماعی. تهران: نشرنی
- چلبی، مسعود و موسوی، سید محسن. (۱۳۸۸). "بررسی جامعه شناختی عوامل موثر بر شادمانی در سطح خرد و کلان". مجله جامعه شناسی ایران. دوره نهم، شماره ۱ و ۲.
- چلبی، مسعود. (۱۳۸۷). "بررسی جامعه شناسی عوامل موثر بر شادمانی در سطوح خرد و کلان". انجمن جامعه شناسی ایران. دوره نهم.
- خورشیدی، رضا. (۱۳۹۳). "نظریه نشاط اجتماعی، درآمدی بر راه های ارتقای نشاط اجتماعی". رشد آموزش علوم اجتماعی. دوره ۱۶، شماره ۳
- رفیع پور، فرامرز. (۱۳۷۸). انومی یا آشفتنگی اجتماعی. تهران: سروش
- ریو، جان مارشال. (۱۳۸۶). انگیزش و هیجان. یحیی سید محمدی. تهران: نشر ویرایش
- ساروخانی، باقر. (۱۳۷۵). درآمدی بر دایرة المعارف علوم اجتماعی. چاپ سوم، تهران: نشر کیهان
- صفری شالی، رضا. (۱۳۸۷). "بررسی عوامل نشاط انگیز در بین جوانان استان قم و ارایه فرهنگ نشاط و امید در بین جوانان". پروژه ای به نمایندگی از دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم.
- صفری شالی، رضا. (۱۳۸۳). مطالعه میزان اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن در بین شهروندان قزوینی. اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی
- عبدی، عباس و گودرزی، محسن. (۱۳۷۸). تحولات فرهنگی در ایران. تهران: انتشارات روش
- فرجی، طوبی. (۱۳۹۰). "بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر نشاط اجتماعی بین دانشجویان دانشگاه آزاد تهران شرق". پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال، دانشکده مدیریت و علوم اجتماعی.
- گار، تدرابرت. (۱۳۷۷). چرا انسان ها شورش می کنند؟ تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی
- معیدفر، سعید. (۱۳۸۵). جامعه شناسی مسایل اجتماعی ایران. تهران: نور علم
- ممتاز، فریده. (۱۳۸۱). انحرافات اجتماعی: نظریه ها و دیدگاه ها. تهران: شرکت سهامی انتشار
- میر شاه جعفری، محمد؛ عابدی، رضا و دریکوندی، هدایت الله. (۱۳۸۱). "شادمانی و عوامل مؤثر بر آن". تازه های علوم شناختی. سال چهارم، شماره ۳.
- وحید، فریدون؛ ودادهیر، ابوعلی و فرنام، محمد. (۱۳۹۳). "نشاط عمومی در زندگی اجتماعی-فرهنگی شهر". فصلنامه مطالعات جامعه شناختی شهری. سال چهارم، شماره ۱۱.
- هزار جریبی، جعفر و آستین فشان، پروانه. (۱۳۸۸). "بررسی عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی با تاکید بر استان تهران". فصلنامه جامعه شناسی کاربردی. شماره ۱. نشر دانشگاه اصفهان.
- هزارجریبی، جعفر و مرادی. (۱۳۹۳). "نشاط اجتماعی و عوامل مرتبط با آن (مطالعه در بین دانشجویان دانشگاه علامه طباطبائی)". فصلنامه مطالعات ملی. سال پانزدهم، شماره ۴.
- هزارجریبی، جعفر و صفری شالی، رضا. (۱۳۸۹). "بررسی مفهوم شادکامی اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن با مطالعه موردی استان مرکزی". فصلنامه برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی. شماره ۳، تهران: نشر

دانشگاه علامه طباطبائی.

• هزارجریبی، جعفر و صفری شالی، رضا. (۱۳۸۸). "بررسی رضایت در زندگی و جایگاه احساس امنیت در آن (مطالعه بین شهروندان تهرانی)". فصلنامه علمی - پژوهشی انتظام اجتماعی. سال اول، شماره سوم

- Campbell, M, A. (1981). **The sense of well-being in America**. New York: McGraw-Hill.
- Chalabi, M, Mosavi, S.M. (2009). **"A suervy on influencing sociological factors on happiness in micro and macro levels"**. 9 (1-2), 34-57.
- Cohen-Charash, Y., & Spector, P. E. (2001). **"The role of justice in organizations: A meta-analysis"**. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 86, 278-321.
- Diener E., Lucas R.E., Oishi S. (2002). **"Subjective well-being"**. J ClinPsychol. 24:41-25.
- Djankov, S., E. Nikolova and J. Zilinsky. (2015). **"The happiness gap in eastern Europe"**. Journal of Comparative Economics.
- Myers, D. G. (2000). **"The Friends and Faith of Happy people"**. American Psychologist, 55(1),56-57
- Ritzer, G. (2011). **Sociological Theory**. Eighth edition, New York: MacGraw hill companies.
- Rothstein, B. (2010). **"Corruption, Happiness, Social Trust and the WelfareState: A Causal Mechanisms Approach"**.
- Seligman and Danner, E, M. (2002). **"Very happy people"**. sychological sience n.13:81-4.
- Veenhoveen, R. (1998). **"Two- state Trait Discussions on Happiness"**. Social indictor Reserch,43, 211-225
- Veenhoven, R. (2000). **"The four quality of life"**. Journal of Happiness studies, (1) pp 1-39.
- Veenhoven, R. (2001). **Happiness in Society**. Erasmus University Rotterdam Faculty of social sciences: 1-44.
- Veenhoven, Ruut. (2006).**"How Do We Assess. How Happy We Are? Tenets, implications and tenability of three theories"**. Paper presented at conference on New Directions in the Study of Happiness. United States and International Perspectives. University of Notre
- Veenhoven, Ruut. (2005). **"Apparent Quality-of-Life in Nations: How Long Happy People Live"**. Social Indicators Research. No.71:61-86.
- Zingerle, A. (2000). **"Simmel on happiness"**. Journal of happiness studies. No.1, pp: 465-477



بررسی عوامل مرتبط با مصرف موسیقی جوانان شهر تهران

حمید حیدرپناه^۱

شاپور بهیان^۲

فریدون وحید^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۴/۲۵

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۵/۲۶

موسیقی یکی از پرکاربردترین هنرها در بین جوانان است. این پژوهش به بررسی مصرف موسیقی میان جوانان می پردازد. روش پژوهش، پیمایشی با ابزار پرسشنامه است. جامعه آماری پژوهش، کلیه جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله ساکن مناطق ۲۲ گانه شهر تهران است که از بین آنها تعداد ۴۰۰ نفر به روش نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای انتخاب شدند. یافته ها در مورد علاقه به موسیقی نشان داد که ۸۶ درصد در حد زیاد، ۱۳ درصد کم و تنها ۱ درصد اصلاً به موسیقی علاقه ندارند که نشان دهنده میزان بالای علاقه جوانان به موسیقی است. همچنین، ۲۳/۸ درصد کمتر از یک ساعت، ۳۶ درصد بین یک تا دو ساعت، ۲۲/۸ درصد بین سه تا چهار ساعت، ۷ درصد بین پنج تا شش ساعت، ۳/۸ درصد بین هفت تا هشت ساعت و ۴ درصد نه ساعت و بیشتر از وقت خود را صرف گوش دادن به موسیقی می کنند و تنها ۲/۸ درصد اعلام کردند اصلاً به موسیقی گوش نمی کنند که نشان دهنده جایگاه بالای موسیقی در اوقات فراغت جوانان است. بیشترین علاقمندی به سمت موسیقی پاپ نسل دوم و سپس موسیقی رپ است. بر اساس نتایج این پژوهش، بین پایگاه اجتماعی و اقتصادی، سرمایه فرهنگی فرد و سن با مصرف موسیقی رابطه مثبت وجود دارد، ولی بین جنسیت با مصرف موسیقی رابطه ای دیده نشد.

واژگان کلیدی: مصرف موسیقی، سبک زندگی، سرمایه فرهنگی و پایگاه اجتماعی و اقتصادی

۱. دکترای جامعه شناسی فرهنگی، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Hamidheydar2009@gmail.com

۲. استادیار، گروه جامعه شناسی، واحد مبارکه، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران

۳. استاد، گروه جامعه شناسی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

مقدمه

موسیقی، بخش غیر قابل تفکیک از زندگی، طبیعت و انسان است. عناصر سازنده موسیقی از بدو خلقت تاکنون در طبیعت، هستی و کائنات حضور مداوم داشته اند و مغز متفکر انسان این عناصر را در ترکیب هنری و بیان ویژه خود تجلی دوباره می دهد. (رامتین، ۱۳۷۷، ۶) انسان در مراحل اجتماعی شدن می آموزد که چگونه احساساتی شود و چگونه نحوه بروز احساس خود را کنترل و تنظیم نماید. هم چنین قابل توجه است که برای ظهور یک احساس در رفتار راه های زیادی وجود دارد که این راه ها نیز به شرایط فردی و محیطی بستگی دارد (رفیع پور، ۱۷: ۱۳۷۵)

موسیقی تنها برای شادی و سرگرمی نیست. موسیقی شامل مجموعه وسیعی از معانی است که می تواند منعکس کننده زندگی یک گروه یا جامعه باشد. در موسیقی لایه های گسترده ای از معانی و مفاهیم پنهان وجود دارد که می تواند نشان دهنده سبک های مختلف زندگی باشند. به تعبیر آلن لمکس^۱ سبک ترانه های محبوب هر فرهنگ بازتاب دهنده و تقویت کننده آن نوع رفتاری است که در تلاش های عمده آن فرهنگ برای بقا و در نهاد اجتماعی^۲ مرکزی و کنترل کننده آن نقش اساسی دارد. (لمکس، ۱۹۶۸: ۱۳۳ به نقل از هاشمی و نظنزی، ۱۳۹۱: ۱۲۳)

از آنجا که موسیقی عنصری اساسی از نظام فرهنگ به شمار می رود، تا حد زیادی می تواند تعیین کننده برخی جهت گیری کلی فرهنگ و تغییرات فرهنگی رخ داده، باشد. گرایش به یک رفتار خاص، نظیر شنیدن موسیقی در شناخت فرهنگ عمومی یک جامعه و همچنین خرده فرهنگ های موجود در آن کمک شایانی می نماید. (میرزایی و دیگران، ۱۳۹۰: ۱۴۳)

از نظر آدنو^۳، بلوخ^۴ و ماکس وبر^۵، موسیقی یک زبان و دارای نشانه های معین با نظامی مشخص و دستور زبان است. موسیقی در حقیقت قادر است از اصواتی که بنا به قواعد و قوانینی مشخص، قابل تبیین و توصیف هستند معنایی بیافریند که ما آنها را به شکلی درک می کنیم که برای خودمان به کلام قابل درک نیست. این معناها آنجایی قابل فهم می شوند که جنبه اجتماعی پیدا می کنند؛ یعنی ما بتوانیم آنها را به تاریخ و جامعه ای که این معناها در آن تدوین شده اند، مرتبط کنیم (احمدی، ۱۳۸۶: ۴۸)

اهمیت و نقش قابل توجه موسیقی در زندگی روزمره انسان ها انکارناپذیر است. در حال حاضر در شرایطی هستیم که رشد فناوری موجب شده دسترسی افراد جامعه به موسیقی بسیار آسان و همین امر به شکل غیرمستقیم زمینه بیشتری را برای مصرف موسیقی فراهم آورده است. در طول روز و ساعات مفید کار و فراغت، بخش زیادی از انسان ها مشغول گوش دادن به موسیقی هستند و به نظر می رسد جزئی از فراغت انسان ها شده است. امروزه افراد زیادی در حین کار، در منزل، هنگام رانندگی و ... از طریق دستگاه های مختلف پخش موسیقی و در اماکن عمومی مانند مترو، اتوبوس و تاکسی با هندزفری و هدفون از موسیقی استفاده می کنند.

همچنین، رشد بی سابقه آموزشگاه های موسیقی، گسترش آموزش موسیقی کودک (ارف) در بسیاری از مهدکودک ها، افزایش استودیوهای ضبط موسیقی به موازات ظهور آهنگسازان و خوانندگان جدید و ... بیانگر پررنگ تر شدن نقش موسیقی در جامعه است.

1. Alen Lomax
2. Social institution
3. Theodor W. Adorno
4. Ernst Bloch
5. Max Weber

اثرات کلام، محتوا و پیام های انتقال داده شده توسط موسیقی قابل توجه است و می تواند بر روی افکار، منش، سبک زندگی، ایجاد شادی و غم، امید و یاس و... اثرگذار باشد و در این بین عمومیت یافتن مصرف موسیقی در بین جوانان که می توان آنها را "مصرف کنندگان عمده موسیقی" نامید، از اهمیت بیشتری برخوردار است. همچنین، جوانان با توجه به شرایط خاص فکری و نقش موثری که در موج سازی های فرهنگی و اجتماعی در جامعه دارند و می توانند موجب پویایی یا بی تحرکی جامعه باشند، باید بیشتر مورد توجه قرار گیرند. نمونه موردی نقش جوانان در جامعه، واکنش آنها به درگذشت خواننده پاپ (مرتضی پاشایی) بود که بخش زیادی از جامعه جوان کشور را درگیر خود کرد و عکس العمل هایی که نسبت به این اتفاق و به خصوص مراسم پرشور تشییع جنازه ی او از سوی این قشر صورت گرفت، بیش از گذشته نگاه جامعه شناسان را به این پدیده معطوف ساخت.

به عقیده آدرنو، کاری که موسیقی می کند این است که حالت هایی را برای ما می آفریند و احساسات و عواطفی را برمی انگیزد که به زبان قابل بیان نیست؛ نمی توانیم بگوییم چرا دچار این عواطف شده ایم و این عواطف چیست؟ موسیقی بیان ناتوانی های انسان است؛ بیان شکاف ها، تعارض ها و تناقض های زندگی اجتماعی است. حس غمگین نوستالژیکی که موسیقی در انسان ها ایجاد می کند به دلیل این است که بیانگر شکاف های پرنشده طبقاتی و بیان سرکوب های اجتماعی است. (همان)

بنابراین بررسی، تحلیل و آسیب شناسی مصرف موسیقی به خصوص در بین جوانان و اینکه دلایل گرایش آنها به سوی موسیقی چیست و تابع چه عواملی است، از اهمیت خاصی برخوردار است. نگاهی به وضعیت مصرف موسیقی در جامعه نشان می دهد که در سال های اخیر شاهد رشد روزافزون تولیدات موسیقایی زیرزمینی، ظهور خوانندگان رپ و سبک های جدید غربی بوده ایم که منجر به تولید موسیقی هایی با زمینه های اعتراض با ریتم و سازبندی خشن با مضامین پوچ گرای تند و بی پروا، استفاده از واژگان سخیف و خط قرمزی و... شده و در بین جوانان و نسل جدید محبوبیت زیادی یافته است. تغییر گروه های مرجع جوانان به سمت خوانندگان موسیقی و تبعیت از سبک پوشش، خالکوبی و لباس های عجیب و غریب خوانندگان غربی و رپ و تفکر و عمل به پیام های محتوای درونی برخی از این موسیقی ها می تواند موجب افزایش انحراف فکری، پوچ گرایی، رواج افسردگی، اعتیاد، خودکشی و... در بین آنان شود که کمتر مورد توجه قرار گرفته و نیازمند توجه بیشتر از طریق انجام پژوهش های دقیق است تا ضمن آسیب شناسی این پدیده، میزان و نوع مصرف موسیقی در بین جوانان، دلایل گرایش آنها، محتوای موسیقی های مورد مصرف و تحلیل و پیش بینی اثرات آن در حال و آینده بررسی شود و در کنار شناسایی و گوشزد نمودن این اثرات به مسئولان و متولیان، به راهکارهای مناسبی در این مورد رسید و آموزش و آگاهی سازی لازم را به والدین، مصرف کنندگان و متولیان امور داد.

در این پژوهش به بررسی مصرف موسیقی در بین جوانان شهر تهران با هدف شناسایی عوامل اثرگذار در میزان علاقه به انواع موسیقی در بین آنان، شناخت میزان علاقه و مدت زمان گوش دادن به موسیقی، سبک موسیقی و خوانندگان مورد علاقه، منابع کسب خبر درباره تازه های موسیقی، تفاوت علایق موسیقایی فرزندان با والدین و... پرداخته می شود. شهر تهران هم به دلیل ویژگی های خاص جمعیتی، کانون اصلی تولیدات و پخش آثار، پراکندگی سلیقه ای، جمعیتی، قومی، فکری و... انتخاب شده که می تواند براینده مناسبی از وضعیت کلی جامعه و عوامل مرتبط با مصرف موسیقی ارائه دهد.

پیشینه پژوهش

محمد فاضلی (۱۳۸۴) در پژوهشی با عنوان "بررسی تجربی فعالیت موسیقایی و مصرف موسیقی در شهر تهران" به طرح این سوال می پردازد که نوع و میزان مصرف موسیقی تحت تاثیر چه عواملی است. برای پاسخ دادن به آن نیز از منظر تحلیل طبقاتی به مصرف موسیقی پرداخته است. روش به کار گرفته شده در این پژوهش، پیمایش بود و نمونه گیری از مناطق ۲۲ گانه تهران صورت گرفت. یافته های تحقیق یاد شده نشان داد که هرچند هنوز متغیرهای سرمایه فرهنگی و تمایزهای طبقاتی در مصرف موسیقی نقش ایفا می کنند، اما شرایط جامعه جدید به سایر متغیرها نیز اجازه داده است تا بر ذائقه ها تاثیر بگذارند- شرایطی که بیش از گذشته، گوش دادن به موسیقی را به تجربه ای فردی و فراطبقاتی تبدیل کرده است.

علی خواه و خانی ملکوه (۱۳۸۵) تحقیقی با عنوان "جوانان و مصرف موسیقی" با استفاده از روش پیمایش در بین جوانان ۱۵ تا ۲۰ سال ساکن شهر تهران انجام دادند که از بین آنان ۱۰۲۴ نفر به روش نمونه گیری مرحله ای انتخاب شدند. نتایج پژوهش یاد شده نشان داد که بیشتر نوجوانان و جوانان به موسیقی علاقمندند و در واقع، گوش دادن به موسیقی جزئی از برنامه های ثابت روزانه آنان است؛ به طوری که ۳۱ درصد پاسخگویان بین ۲ تا ۴ ساعت در روز به موسیقی گوش می دهند.

رضوی طوسی و یاهک (۱۳۹۳) تحقیقی با عنوان "مصرف موسیقایی با هدف بررسی گرایش شهروندان ۱۵ تا ۴۵ ساله تهرانی" به صورت نظرسنجی تلفنی انجام دادند. حجم نمونه ۸۰۴ نفر بود و یافته ها نشان داد ۷۸/۲ درصد شهروندان، شنونده انواع موسیقی هستند و موسیقی پاپ ایرانی با ۶۳/۸ درصد بیشترین طرفدار را دارد. پرهانن^۱ و همکاران (۲۰۰۹) در پژوهشی که با عنوان "تفکیک اجتماعی الگوهای ذائقه موسیقایی و ادبی در فنلاند" که با استفاده از روش پیمایش انجام شد، تفاوت اجتماعی روشنی را هم از نظر ذائقه در حوزه ادبیات دریافتند. پژوهش فوق نشان داد که در فنلاند، سن و به ویژه جنس به اندازه تحصیلات در تبیین الگوهای ذائقه مصرف موسیقایی و ادبی به طور عام و الگوهای متشخصانه به طور خاص اهمیت دارند. نکته ای که تحقیق حاضر را از کارهای قبل متمایز می کند، تمرکز بر مفهومی به نام جایگاه فرد در فضای اجتماعی است که از نظریه کنش پیر بوردیو^۲ استنتاج شده است.

شوکر^۳ (۲۰۰۵) در پژوهشی که در زمینه اهمیت موسیقی در زندگی نوجوانان و جوانان در نیوزلند به انجام رساند، نشان داد که گوش دادن موسیقی به عنوان جذاب ترین فعالیت تفریحی دانش آموزان متوسطه به خصوص برای دختران ۱۶ تا ۲۴ ساله تبدیل شده است. در واقع، موسیقی موجب تشدید حالات روحی آنان می شود، شعارهایشان را شکل می دهد و موجب غلبه کردن آنان بر محافظه کاری شان می شود- موسیقی برای آنان چیزی فراتر از صرف وقت است. (ترجمه الهامیان، ۱۳۸۴)

مبانی نظری پژوهش

موسیقی به مثابه محصولی اجتماعی، یکی از محوری ترین موضوعات پژوهش جامعه شناختی است. جامعه شناسی موسیقی^۴، مطالعه فرایندهای تولید، توزیع و مصرف به مثابه متن یا کالا در قالبی اجتماعی است و همواره درصدد یافتن روابط متقابل بین موسیقی و ساخت اجتماعی است (شفرد، ۱۳۸۵: ۷۲۱). سؤال بنیادی

1. Semi Purhonen

2. Pierre Bourdieu

3. Shocker

4. Sociology Music

که جامعه‌شناسی موسیقی با آن روبه‌روست این است که شرایط یک نظام اجتماعی چگونه بر نوع موسیقی غالب بر فرهنگ یک جامعه یا یک گروه مؤثر است؟ (قاسمی و میرزایی، ۱۳۸۵: ۹۹ به نقل از صمیم و قاسمی، ۱۳۸۷: ۸۲)

مصرف موسیقی بازگوکننده یکی از ابعاد مصرف و به تبع آن بیانگر منش ها و سبک های متفاوت زندگی در دنیای جدید است. از آنجا که سبک های زندگی بر پایه الگوهای مصرف بنا شده است (شکوری و غلامزاده نظنزی، ۱۳۸۹: ۲۳) بررسی نظریات مرتبط با سبک زندگی و الگوی مصرف ضروری است.

امروزه مصرف فرهنگی به دلیل گسترش فزاینده کالاهای فرهنگی، بخش اساسی و جدایی ناپذیر زندگی انسان‌ها شده است. این امر پرسش از عوامل اجتماعی مؤثر بر نوع مصرف و محتوای سلیقه‌های هنری گروه‌های مختلف جامعه و خاصه جوانان را به یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های نظری محققان عرصه جامعه شناسی فرهنگ بدل کرده است. به میزانی که محصولات فرهنگی در جوامع رشد می‌یابند و مصرف فرهنگی نقش مهم‌تری در خلق هویت‌ها و همچنین اقتصاد فرهنگ ایفا می‌کند. (ملکی و رفیعی، ۱۳۹۱: ۷۳)

مصرف فرهنگ و کالاهای فرهنگی، فعالیتی اجتماعی و کرداری روزمره است و به واسطه همین کردارهایی که ما "مصرف فرهنگی" می‌نامیم، فرهنگ تولید و بارور می‌شود. در مصرف فرهنگی است که هم خلاقیت خود را در ساختن فرهنگ و هم تعلقات خود را به صنایع فرهنگی که ابزارها و هم شرایط ما در بروز خلاقیت‌هایمان هستند نشان می‌دهیم. مصرف فرهنگی سبک خاص زندگی ما را شکل می‌دهد، نیازها و تمایلات ما را سامان می‌بخشد، مواد لازم برای تولید تخیلات و رویا‌های مان را فراهم می‌کند، نشان دهنده تفاوت‌ها و تمایزات اجتماعی و نمایانگر تولیدات ثانویه ما در به کارگیری ابزارهای موجود است. (استوری، ۱۳۸۶: ۴۶ به نقل از حاجی زاده و دینانی، ۱۳۹۴: ۹۶)

در نظام‌های جهانی، مصرف همیشه نوعی مصرف معطوف به هویت است و بازسازی فرهنگی خویشتن با منابع و امکان‌هایی که بازار سرمایه‌داری عرضه می‌کند، امکان‌پذیر می‌شود. "فرهنگ مصرفی" موجب می‌شود تا فرد به جای اینکه از طریق روابط اقتصادی (طبقه) یا پیوندهای سیاسی (ملیت) هویت پیدا کند، با خوردن، نوشیدن، نحوه گذران اوقات فراغت یا به عبارتی، "شیوه زندگی" هویت یابد (فریدمن، ۱۹۹۴: ۱۰۴ به نقل از گل محمدی، ۱۳۸۶: ۱۰۷). همچنین، سبک زندگی فرهنگی، مجموعه منسجمی از رفتارهای مصرف و فعالیت فرهنگی است که روی هم دارای انسجام هستند و در گروه مشخصی از افراد قابل تشخیص است. طبیعی است که گوش دادن به موسیقی، نوع ژانر موسیقایی که گوش داده می‌شود و فعالیت موسیقایی نیز متأثر از سبک زندگی فرهنگی خواهد بود (فاضلی، ۱۳۸۴: ۳۱) با وجودی که اندیشه مصرف و مصرف‌گرایی با صاحب‌نظرانی چون ویلن^۱ و زیمل^۲ نزدیکی پیدا کرده است، با این حال پیر بوردیو در بین متفکران از جایگاه ویژه‌ای برخوردار شده است و منسجم‌ترین بحث و نظریه را درباره مفهوم سبک زندگی^۴ و مصرف فرهنگی بیان نموده است. وی در کتاب "تمایز" خود، مصرف را مهم‌ترین عنصر دنیای مدرن در نظر می‌گیرد. (شکوری و غلامزاده نظنزی، ۱۳۸۹: ۲۴)

بوردیو، سبک زندگی و فعالیت‌های مختلف در این حوزه را در تحلیل‌های خود درباره تمایز اجتماعی مطرح می‌کند. از نظر بوردیو سبک‌های زندگی می‌توانند به بهترین وجه خود را در مجموعه متنوعی از فعالیت‌های اجتماعی از جمله اعمالی که به اوقات فراغت مربوط می‌شوند مانند ورزش‌ها، مطالعه، موسیقی،

1. Consumer culture

2. Thorstein Veblen

3. Georg Simmel

4. Life Style

سینما و سایر امور ذوقی نشان دهند. کار عمده بورديو این است که نشان می‌دهد اگرچه مصرف و فعالیت‌های سبک زندگی می‌توانند بیانگر هویت اجتماعی^۱ باشند و در شکل دادن به این هویت نقش داشته باشند، اما در تحلیل نهایی این جایگاه‌های طبقاتی و تجربه‌های زندگی خانوادگی و اجتماعی است که می‌تواند تفاوت‌ها را در تبیین هویت اجتماعی بیان کند. (ربانی و شیري، ۱۳۸۸: ۲۲۶)

تشخیص^۲، نقطه اوج مطالعات و تحقیقات بورديو درباره عوامل سیاسی و اقتصادی موثر بر چگونگی دریافت و مصرف هنر است. بورديو فرهنگ و هنر عالی را به دلیل نقش آن در مشروعیت بخشیدن به جایگاه اجتماعی، "فرهنگ مشروع"^۳ و اعتباری که برای کسب این جایگاه لازم است، "سرمایه فرهنگی"^۴ می‌نامد؛ این سرمایه که برای دارندگانش منافع مادی به همراه می‌آورد، اما با این حال نمی‌توان آن را به سرمایه اقتصادی صرف تقلیل داد. بورديو مطالعه خود را به قلمرو فرهنگ مشروع محدود نمی‌کند. او عوامل تعیین کننده اجتماعی موثر بر سلیقه افراد در فعالیت‌های فرهنگی مختلف از عالی‌ترین تا پیش پا افتاده‌ترین را نیز تحلیل می‌کند. (لین، ۱۳۸۷: ۱۲۲)

از نظر بورديو، سلیقه تشخیص و ذائقه، امری است که از لحاظ اجتماعی تعیین می‌شود و مصرف فرهنگی نیز بر پایه همین سلیقه یا ذائقه جهت می‌گیرد (بورديو، ۱۹۸۴: ۲۵ به نقل از صمیم و قاسمی، ۱۳۸۸: ۲۴۶). وی روی این سوال متمرکز است که چگونه فعالیت‌های عادی افراد، تحت تاثیر ساختار بیرونی دنیای اجتماعی آنان قرار می‌گیرد و چقدر این فعالیت‌ها در بازتولید این ساختارها موثرند؟ او با استفاده از مفهوم منش و میدان (عرصه)، به این پرسش پاسخ می‌دهد.

نقشی که منش در انتخاب سبک‌های متفاوت زندگی دارد، می‌تواند در سبک موسیقی و نحوه تعامل با آن در زندگی افراد، مورد مطالعه قرار گیرد. نوع موسیقی در معنابخشی به زندگی افراد و از این طریق، بر ساخت منزلت و موقعیت در جامعه به طریقی اتفاق می‌افتد که گاهی اوقات افراد با موسیقی در زندگی خود عجین می‌شوند و خودشان را با نوع موسیقی که گوش می‌دهند، تعریف می‌کنند.

در اصل موسیقی نوعی کنش خلاقانه با معنا تلقی می‌شود که قدرت انتقال بین ذهنی فراوانی دارد و تجربه موسیقی در سیستم معنای کنشگران اجتماعی تفسیر می‌شود (ایمان و همکاران، ۱۳۸۹: ۸۷)

منش‌ها، نقشه شناختی از دنیای اجتماعی افراد و طبایع فردی در یک موقعیت ویژه فراهم می‌کنند، زیرا به نظر بورديو، فکر بشر از لحاظ اجتماعی محدود شده و تعلیم و تربیت و آموزش، درون محدودیت‌های تجربه قابل تفسیر و توضیح است. مردم قادرند شرایط خودشان را بفهمند، اما ادراک آنان به طور اجتماعی به وسیله شرایط اجتماعی و اقتصادی شکل گرفته است. منش بورديو می‌گوید که ساختارهایی ساختاریافته در جامعه وجود دارند و پس از ورود به اذهان عمومی به ساختارهای ساختاردهنده بدل می‌شوند. در واقع، ساختارهای ساختاریافته از راه آموزش رسمی و تجربه‌های نخستین فرد، در ذهن او پایه ریزی شده و پایه و مبنای تفکر را برای فرد تشکیل می‌دهند؛ به گونه‌ای که افراد خود متوجه آن نیستند. (رضوی طوسی و یاهک، ۱۳۹۳: ۱۲)

اگر مصرف موسیقی را به منزله یکی از جلوه‌های مصرف در نظر بگیریم، بنا بر گفته بورديو انتخاب نوع موسیقی ناشی از آن چیزی است که تمایل افراد را شکل می‌دهد. بنابر تعریف "منش" بورديو، افراد با توجه به اینکه از چه جنسیتی، از کدام پایگاه اقتصادی - اجتماعی^۵ یا از چه قومیتی باشند و در چه منطقه‌ای از یک

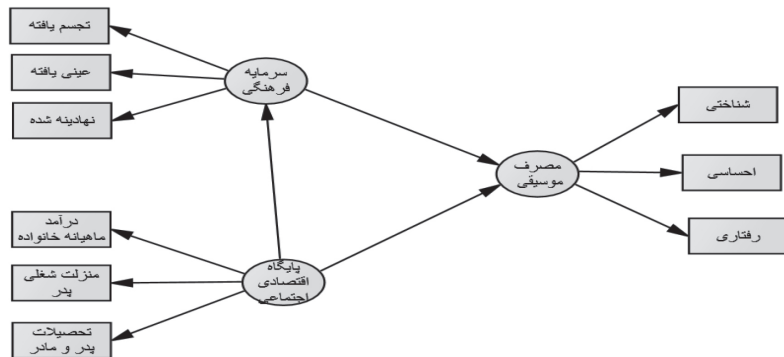
1. Social identity
2. Individuation
3. legitimate Culture
4. Cultural capital
5. Economic status - social

شهر زندگی کنند، مصرف موسیقی متفاوتی خواهند داشت که از منش آنها نشأت گرفته است. همچنین، سبک زندگی فرهنگی و میزان سرمایه فرهنگی فرد در مصرف او اثرگذار است، چرا که افراد نوع موسیقی مصرفی خود را آگاهانه انتخاب می کنند ولی در اولویت این انتخاب ها، جنسیت، پایگاه و... موثر است.

به گمان بورديو، وقتی منش ها، سبک زندگی را تولید می کنند، سبک های زندگی خود به مثابه سیستمی از فعالیت های طبقه بندی شده با ذائقه های متفاوت در نظر گرفته می شوند. این فعالیت ها شامل اشکال ویژه لباس پوشیدن، غذا خوردن، موسیقی، هنر، اوقات فراغت و... هستند که همه آنان، تمایزهای قومی، طبقه ای و جنسیتی را بیان می کنند. پس طبقات متفاوت، انواع متفاوتی از سبک های ورزش کردن، غذا خوردن و... دارند که بدان وسیله خودشان را تعریف می کنند. (همان)

پس به طور کلی بنا بر گفته بورديو، انتخاب نوع موسیقی مورد استفاده، ناشی از آن چیزی خواهد بود که تمایلات افراد را شکل می دهد. برای نمونه، افراد آگاهانه نوع موسیقی ای را که می خواهند مصرف کنند انتخاب می کنند، اما این انتخاب ناشی از اولویت های آنهاست که این اولویت ها دیگر آگاهانه و عامدانه نیستند، بلکه ناشی از عواملی مانند پایگاه اقتصادی- اجتماعی، قومیت، جنس و... است که بورديو آنها را با نام "منش" معرفی می کند. (شکوری و غلامزاده نطنزی، ۱۳۸۹: ۲۵). بنابراین طبق نظریه بورديو در این تحقیق متغیرهایی مانند پایگاه اقتصادی و اجتماعی، سرمایه فرهنگی، جنسیت و سن به منزله منش های افراد و اثراتی که بر روی مصرف موسیقی دارد، مورد بررسی قرار می گیرند.

مدل مفهومی تحقیق



فرضیه های پژوهش

- بین پایگاه اجتماعی و اقتصادی جوانان با مصرف موسیقی آنان رابطه وجود دارد.
- بین میزان سرمایه فرهنگی فرد با مصرف موسیقی آنان رابطه وجود دارد.
- میانگین مصرف موسیقی بین دو گروه زن و مرد تفاوت معناداری دارد.
- بین سن فرد با مصرف موسیقی آنان رابطه وجود دارد.

روش شناسی پژوهش

در این پژوهش با توجه به اهداف آن از روش پیمایشی استفاده گردیده است. شیوه نمونه گیری در این

تحقیق، نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای و روش گرد آوری داده ها به صورت پرسشنامه ای است که در آن برای اندازه گیری متغیرها از سوال و برای اندازه گیری سازه ها از تکنیک طیف لیکرت استفاده شده است. جامعه آماری در این تحقیق جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال ساکن شهر تهران بوده است که جمعیت آن ها بر اساس آخرین سرشماری مرکز آمار ایران در سال ۱۳۹۵، ۱۹۳۷۰۶۴ نفر بوده است. تعداد حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران با دقت برآورد $d = 0.05$ ، حداکثر واریانس $pq = 0.25$ و سطح اطمینان ۹۵ درصد مشخص گردید که با توجه به فرمول زیر حدود ۳۸۴ نفر تعیین شد، لیکن حجم نمونه را با توجه به مخدوش بودن و یا برگشتن برخی پرسشنامه ها، ۴۳۰ پرسشنامه در نظر گرفته شد و بر این اساس ۴۰۰ پرسشنامه آن استخراج شد.

$$N = \frac{t^2 \frac{pq}{d^2}}{1 + \frac{t^2 \frac{pq}{d^2} - 1}{n}}$$

تعریف نظری و عملیاتی متغیرها

متغیر سرمایه فرهنگی

تعریف مفهومی: سرمایه فرهنگی به تمرکز و انباشت انواع مختلف کالاهای ملموس فرهنگی و نیز قدرت و توانایی در اختیار گرفتن این کالاها و همچنین استعداد و ظرفیت فرد در شناخت و کاربرد این وسائل اطلاق می شود. بر اساس نظر بوردیو، برای سرمایه فرهنگی سه بعد ۱- تجسم یافته؛ ۲- عینی؛ ۳- نهادینه را می توان در نظر گرفت (بوردیو، ۱۳۸۰: ۱۳۹). گفتنی است که سرمایه فرهنگی در دو بخش سرمایه فرهنگی خانوادگی (سرمایه فرهنگی والدین مدنظر است) و سرمایه فرهنگی خود فرد مد نظر است. برای سنجش سرمایه فرهنگی والدین، از دو طیف استفاده شده است: یک طیف، دارایی های فرهنگی والدین (شامل مدارک تحصیلی و کتاب های موجود در منزل آن ها) و طیف دیگر، میزان انجام رفتارهای فرهنگی مختلف در خانواده پدری. در ارزیابی سرمایه فرهنگی والدین، با دو بعد رفتاری و دارایی های فرهنگی سرو کار داریم (فاضلی، ۱۳۸۴: ۴۰).

برای سنجش سرمایه فرهنگی خود پاسخگو، با توجه به ابعاد سه گانه سرمایه فرهنگی که در بالا بیان شده است (۱- تجسم یافته ۲- عینی یافته ۳- نهادینه شده)، از شاخص های متعددی چون: تعداد کتاب های غیردرسی موجود در منزل که به خود فرد تعلق دارند، متوسط کتاب های غیر درسی خانواده که هر سال در خانواده فرد خریداری می شود، سبک زندگی فرهنگی پرمزلت - بعد رفتارهای فرهنگی نوگرایانه - میزان علاقه به هنر، میزان شناخت هنرمندان رشته های مختلف هنری و تحصیلات استفاده شده است.

پایگاه اقتصادی - اجتماعی (ESE)

تعریف مفهومی: پایگاه اقتصادی و اجتماعی متضمن رتبه یا مقام فرد در گروه یا رتبه و مقام گروهی نسبت به گروه های دیگر است. به عبارت دیگر، پایگاه اقتصادی - اجتماعی منزلت و جایگاهی است که هر فرد در جامعه از آن برخوردار است یا تصور آن را دارد. مؤلفه های مربوط به پایگاه اقتصادی - اجتماعی عبارت اند از: درآمد ماهیانه خانواده، منزلت شغلی پدر و تحصیلات پدر و مادر.

متغیر مصرف موسیقی

تعریف مفهومی: میزان تمایل و آمادگی شناختی، احساسی و رفتاری فرد برای گوش دادن یا خرید محصولات نوع خاصی از موسیقی است. گرایش مصرف موسیقی پاسخگویان به گونه های مختلف موسیقی هم بر روی

طیفی ۵ درجه ای (اصلاً به ندرت، گاهی، بیشتر اوقات و همیشه) سنجیده شده و به منظور بررسی ترجیحات موسیقایی و عملیاتی کردن آن از سبک های زیر استفاده شده که به دلیل احتمال آشنا نبودن پاسخگویان با سبک ها و ارزیابی درست از پاسخ ها، جلوی هر سبک نام مشهورترین هنرمندان آن نوشته شده است:

۱. موسیقی کلاسیک، بی کلام خارجی (مانند باخ، موتسارت، بتهوون، یانی، ونجلیس، کیتارو و...)
۲. موسیقی بی کلام ایرانی (مانند جواد معروفی، فربرز لاجینی، مجید انتظامی و...)
۳. موسیقی خارجی با کلام شرقی (عربی، استانبولی، ترکی، افغانی، هندی و...)
۴. موسیقی خارجی با کلام غربی (سبک هایی مانند جاز، هوی متال و ترانس با خوانندگانی مانند جاستین بیر، سلنا گومز، کوئین، مایکل جکسون، راجر واترز، جنیفر لویز، امینم و...)
۵. موسیقی سنتی آوازی (با خوانندگانی مانند ایرج، شجریان، ناظری، دلکش و...)
۶. موسیقی سنتی تلفیقی (با خوانندگانی مانند سالار عقیلی، همایون شجریان، علیرضا قربانی، حجت اشرف زاده و...)

۷. موسیقی لس آنجلسی (مانند داریوش، هایده، مهستی، گوگوش، معین، ستار، لیلا فروهر، منصور، اندی و...)
۸. موسیقی کافه ای و کوچه بازاری (مانند جواد یساری، عباس قادری، ایرج مهدیان، سوسن، عهدیه و...)
۹. موسیقی پاپ نسل اول (مانند محمد اصفهانی، خواجه امیری، علیرضا عصار، حمید حامی، امیر تاجیک، مانی رهنما، نیما مسیحا، قاسم افشار و...)
۱۰. موسیقی پاپ نسل دوم (مانند رضا صادقی، فرزاد فرزین، محسن یگانه، حمید عسکری، بنیامین، محسن چاووشی، مازیار فلاحي، حامد همایون و...)
۱۱. موسیقی راک (مانند فرهاد مهرداد، فریدون فروغی، کورش یغمایی، رضا یزدانی، محسن نامجو و...)
۱۲. موسیقی رپ (با خوانندگانی مانند یاس، تتلو، هیچکس، ساسی مانکن، علی بابا و...)
۱۳. موسیقی محلی (کردی، لری، گیلکی، بلوچی، آذری و بختیاری و...)
۱۴. موسیقی مذهبی (مانند آهنگران، کویتی پور و مداحی)

اعتبار و پایایی پرسشنامه

در این پژوهش به جهت 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 ۶۰ نفر از پاسخگویان پرسشنامه تنظیم شده را تکمیل نمودند. پس از تکمیل، پرسشنامه های مذکور کد گذاری و در نرم افزار SPSS وارد شدند و پایایی آن ها 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 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^۱ استفاده شده است.

جدول ۱: ضریب آلفای متغیرهای تحقیق

متغیر (سازه)	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ
مصرف موسیقی	۱۴	۰/۸۳%
سرمایه فرهنگی والدین (خانواده)	۵	۰/۷۴%
سرمایه فرهنگی فرد	۷	۰/۷۱%
پایگاه اجتماعی - اقتصادی	۵	۰/۷۳%

یافته های پژوهش

از میان ۴۰۰ نفر پاسخگو، ۵۰/۸ درصد (۲۰۳ نفر) زن و ۴۹/۲ درصد (۱۹۷ نفر) مرد بودند. در مورد سن پاسخگویان، ۴۹/۸ درصد ۱۵ تا ۱۹ سال، ۲۰/۲ درصد ۲۰ تا ۲۴ سال و ۳۰ درصد ۲۵ تا ۲۹ سال داشتند. در مورد وضعیت تاهل، ۷۷/۹ درصد مجرد، ۲۱ درصد متاهل و ۱/۱ درصد مطلقه بودند. به لحاظ نوع فعالیت، ۴۵/۲ درصد دانش آموز، ۲۰/۵ درصد دانشجو، ۴/۲ درصد سرباز، ۲۵/۸ درصد شاغل، ۳ درصد خانه دار و ۱/۲ درصد بیکار بودند.

وضعیت تحصیلی و سواد پاسخگویان نیز بدین گونه بود: ۴۴/۵ درصد زیر دیپلم، ۹/۲ درصد دیپلم و پیش دانشگاهی، ۱۴/۲ درصد کاردانی، ۲۳ درصد لیسانس، ۷/۵ درصد فوق لیسانس و ۱/۵ درصد دکترا. به لحاظ رشته تحصیلی، ۳۱ درصد انسانی، ۱۸/۸ درصد فنی، ۱۷ درصد ریاضی، ۱۳/۵ درصد تجربی، ۸ درصد هنر، ۲ درصد زبان انگلیسی و ۹/۸ درصد عمومی یا بدون رشته تحصیلی - دانش آموزان سال اول دبیرستان که به انتخاب رشته نرسیده بودند.

میزان علاقه به موسیقی و صرف وقت برای گوش دادن به موسیقی در طول شبانه روز

نتایج نشان می دهد ۴۰ درصد خیلی زیاد، ۴۶ درصد زیاد، ۱۰/۲ درصد کم، ۲/۸ درصد خیلی کم و ۱ درصد اصلاً به موسیقی علاقه ای ندارند. به عبارت دیگر، ۸۶ درصد در حد زیاد، ۱۳ درصد کم و ۱ درصد اصلاً به موسیقی علاقه ندارند که نشان دهنده میزان بالای علاقه جوانان به موسیقی است. همچنین، ۲۳/۸ درصد کمتر از یک ساعت، ۳۶ درصد بین یک تا دو ساعت، ۲۲/۸ درصد بین سه تا چهار ساعت، ۷ درصد بین پنج تا شش ساعت، ۳/۸ درصد بین هفت تا هشت ساعت و ۴ درصد نه ساعت و بیشتر از وقت خود را صرف گوش دادن به موسیقی می کنند. ۲/۸ درصد پاسخگویان نیز اعلام کردند اصلاً به موسیقی گوش نمی کنند.

تماشای کنسرت، شرکت در کلاس موسیقی و علاقه به خوانندگی

در سوالی از پاسخگویان پرسیده شده در طی یک سال اخیر چند بار کنسرت رفته اند که ۴۸/۵ درصد نرفته اند، ۱۲/۸ درصد یکبار، ۱۰/۵ درصد دوبار، ۵ درصد سه بار و ۶/۵ درصد بیش از سه بار رفته اند. ۱۶/۸ درصد هم اعلام کردند هیچ علاقه ای به رفتن به کنسرت ندارند.

۲۱/۲ درصد در کلاس های آموزش موسیقی شرکت کرده و ۷۸/۸ درصد شرکت نکرده اند و در بین سازها بیشترین علاقمندی به ترتیب: گیتار (۳۲/۲ درصد)، پیانو (۱۷/۲ درصد)، سنتور (۶/۲ درصد)، ویولن (۵/۵ درصد)، ارگ (۵ درصد)، تاروسه تار (۳ درصد)، دف (۱/۸ درصد)، و تنبک (۱/۸ درصد) و سایر سازها (زیر ۱ درصد) بوده است - ضمن اینکه ۲۶/۸ درصد اعلام نمودند که به هیچ سازی علاقه ندارند. همچنین، ۴۵/۵ درصد به خوانندگی علاقه دارند و ۵۴/۵ درصد علاقه ای ندارند.

گرایش مصرف موسیقایی پاسخگویان

جدول ۲: آماره های توصیفی مربوط به گرایش مصرف موسیقی جوانان

اصلاً	به ندرت	گاهی	بیشتر اوقات	همیشه	
۳۱/۲	۲۱/۲	۲۶	۱۳/۵	۸	موسیقی کلاسیک، بی کلام خارجی (مانند باخ، موتسارت، بتهوون، یانی، ونجلیس، کیتارو و...)
۴۴/۸	۲۷	۱۹/۸	۶/۲	۲/۲	موسیقی بی کلام ایرانی (مانند جواد معروفی، فربرز لاجینی، مجید انتظامی و...)
۴۱/۵	۲۶	۱۶/۲	۱۱/۲	۵	موسیقی خارجی با کلام شرقی (عربی، استانبولی، ترکی، افغانی، هندی و...)
۲۸/۵	۲۱	۱۷/۸	۱۵/۵	۱۷/۲	موسیقی خارجی با کلام غربی (سبک هایی مانند جاز، هوی متال و ترانس با خوانندگانی مانند جاستین بلیبر، سلنا گومز، کوئین، مایکل جکسون، راجر واترز، جنیفر لوپز، امینم و...)
۲۹/۵	۱۸/۸	۲۶/۲	۱۴/۵	۱۱	موسیقی سنتی آوازی (با خوانندگانی مانند ایرج، شجریان، ناظری، دلکش و...)
۱۷/۸	۱۹/۲	۲۸/۸	۲۴/۲	۱۰	موسیقی سنتی تلفیقی (با خوانندگانی مانند سالار عقیلی، همایون شجریان، علیرضا قربانی، حجت اشرف زاده و...)
۲۵/۵	۱۳/۶	۱۹/۶	۲۵	۱۶/۲	موسیقی لس آنجلسی (مانند داریوش، هاید، مهستی، گوگوش، معین، ستار، لیلا فروهر، منصور، اندی و...)
۴۳/۴	۲۷/۱	۱۶/۵	۷/۲	۵/۸	موسیقی کافه ای و کوچه بازاری (مانند جواد یساری، عباس قادری، ایرج مهدیان، سوسن، عهدیه و...)
۱۶/۸	۱۶	۲۹/۸	۲۳	۱۴/۵	موسیقی پاپ نسل اول (مانند محمد اصفهانی، خواجه امیری، علیرضا عصار، حمید حامی، امیر تاجیک، مانی رهنما، نیما مسیحا، قاسم افشار و...)
۱۰	۷/۲	۲۱/۲	۳۱/۲	۳۰/۲	موسیقی پاپ نسل دوم (مانند رضا صادقی، فرزاد فرزین، محسن یگانه، حمید عسکری، بنیامین، محسن چاووشی، مازیار فلاحتی، حامد همایون و...)
۳۰/۵	۳۰/۸	۱۸/۵	۱۳/۵	۶/۸	موسیقی راک (مانند فرهاد مهراد، فریدون فروغی، کورش یغمایی، رضا یزدانی، محسن نامجو و...)
۲۸	۱۲/۵	۱۵/۲	۱۹	۲۵/۲	موسیقی رپ (با خوانندگانی مانند یاس، تلو، هیچکس، ساسی مانکن، علی بابا و...)
۴۸/۸	۲۸/۲	۱۰/۲	۷	۵/۸	موسیقی محلی (کردی، لری، گیلکی، بلوچی، آذری و بختیاری و...)
۴۳/۸	۲۳/۵	۱۷/۲	۹/۵	۶	موسیقی مذهبی (مانند آهنگران، کویتی پور و مداحی)

در انتخاب نوع موسیقی تان، هر کدام از موارد زیر تا چه حد برایتان مهم است؟

جدول ۳: آماره های توصیفی مربوط به انتخاب نوع موسیقی جوانان

اصلاً	کم	زیاد	
۰/۸	۷/۲	۹۲	صدای خوب
۲	۱۷	۸۱	سبک و شیوه خواندن
۴/۲	۱۷/۸	۷۸	محتوای شعر و ترانه
۴/۵	۲۰/۲	۷۵/۲	ملودی و ریتم
۲۹	۳۶/۸	۳۴/۲	معروف بودن خواننده
۵۰/۲	۲۶/۸	۲۳	تیپ خواننده

۱۵۰

در خصوص محتوای ترانه، کدام یک از موارد زیر اهمیت بیشتری برای شما دارد؟

جدول ۴: آماره های توصیفی مربوط به محتوای ترانه در بین جوانان

اصلاً	کم	زیاد	
۳۲/۸	۳۹	۲۸/۲	نام شاعر یا ترانه سرا
۶/۵	۲۶	۶۷/۵	قوی بودن ترانه
۱۷/۸	۳۴/۸	۴۷/۵	رک و صریح بودن ترانه
۵/۱	۲۵/۸	۶۹/۱	عاطفی و احساسی بودن
۱۳/۵	۴۲	۴۴/۵	توجه داشتن به مسائل روز

میزان علاقه شما به محتوای ترانه در ژانرهای زیر چه میزان است؟

جدول ۵: آماره های توصیفی مربوط به محتوای ترانه در ژانرها در بین جوانان

اصلاً	کم	زیاد	
۷/۲	۲۲/۳	۷۰/۵	عاشقانه
۱۱/۸	۲۹	۵۹/۲	عاشقانه غمگین
۱۱/۲	۳۱	۵۷/۸	عاشقانه شاد
۴/۵	۲۱/۲	۷۴/۲	آرامش بخش
۳۲	۴۶/۵	۲۱/۵	اجتماعی و اعتراضی
۳۰/۸	۴۷/۳	۲۲	مذهبی و عرفانی
۲۸/۲	۴۵/۵	۲۶/۲	حماسی و وطنی

میزان علاقه والدین به موسیقی های مورد پسند جوانان

در سوالی از پاسخگویان پرسیده شده میزان علاقه والدین تان به موسیقی های مورد پسندتان چه میزان است که $30/7\%$ درصد زیاد، 63% درصد کم و $6/3\%$ درصد هم اعلام کردند والدین شان هیچ علاقه ای به موسیقی های مورد پسندشان ندارند.

یافته های پژوهش

فرضیه اول) بین پایگاه اجتماعی و اقتصادی با مصرف موسیقی رابطه وجود دارد.

جدول ۶: ضریب همبستگی پیرسون بین مصرف موسیقی و سرمایه فرهنگی فرد

متغیرها	مصرف موسیقی
پایگاه اقتصادی و اجتماعی	ضریب همبستگی پیرسون $0/105$
	سطح معناداری $0/003$
	تعداد 400

برای مطالعه رابطه بین پایگاه اجتماعی اقتصادی و مصرف موسیقی از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. با توجه به نتایج به دست آمده از جدول ۱ می توان بیان کرد که رابطه بین پایگاه اجتماعی و اقتصادی و مصرف موسیقی در سطح $0/003$ معنی دار می باشد. میزان همبستگی پیرسون برابر با $0/105$ می باشد که به این معنی است که رابطه مثبت و معناداری بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی و مصرف موسیقی وجود دارد؛ چنان که هر چه قدر پایگاه اجتماعی اقتصادی بالاتر باشد، مصرف موسیقی و گوش دادن به موسیقی هم بیشتر خواهد شد. به عبارت دیگر، فرضیه H_0 رد و فرضیه H_1 (فرضیه پژوهش) تایید می شود. فرضیه دوم) بین سرمایه فرهنگی فرد و مصرف موسیقی رابطه وجود دارد.

جدول ۷: ضریب همبستگی پیرسون بین مصرف موسیقی و سرمایه فرهنگی فرد

متغیرها	مصرف موسیقی
سرمایه فرهنگی جوانان	ضریب همبستگی پیرسون $0/237$
	سطح معناداری $0/000$
	تعداد 400

با توجه به اینکه دو متغیر سرمایه فرهنگی فرد و مصرف موسیقی هر دو در سطح فاصله ای می باشند در نتیجه برای آزمون همبستگی بین دو متغیر از آزمون پیرسون استفاده شده است. با توجه به نتایج آزمون در فاصله اطمینان 95% سطح معناداری آن برابر است با $Sig=0/000$ به عبارت دیگر، همبستگی معناداری بین دو متغیر وجود دارد و میزان رابطه بین دو متغیر $r=0/237$ مثبت بیانگر رابطه قوی می باشد. بنابراین، بین سرمایه فرهنگی فرد با مصرف موسیقی رابطه معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر، فرضیه H_0 رد و فرضیه H_1 (فرضیه پژوهش) تایید می شود.

فرضیه سوم) بین میانگین مصرف موسیقی بین دو گروه زن و مرد تفاوت معناداری وجود دارد. به منظور بررسی رابطه مصرف موسیقی با جنسیت پاسخگویان از آزمون مقایسه میانگین ها استفاده گردید که آزمون آماری مناسبی برای بررسی تفاوت میانگین هاست. نتایج این آزمون نشان می دهد که میان جنسیت (زنان و مردان) با مصرف موسیقی جوانان تفاوت معنادار آماری وجود دارد.

جدول ۸: جدول آماره های توصیفی دو گروه مردان و زنان

جنسیت	تعداد	میانگین	انحراف معیار	خطای میانگین
زن	۲۰۰	۲۵/۸۸۶۷	۹/۸۵۲۸۴	۰/۶۱۴
مرد	۱۹۰	۲۶/۶۰۱۵	۹/۸۱۵۱۴	۰/۵۵۰

جدول ۹: مقایسه میانگین مصرف موسیقی در دو گروه مستقل مردان و زنان

برای برابری میانگین ها T آزمون							تست لیون برای برابری واریانس ها		
کرنه بالا	کرنه پایین	تفاوت در خطای معیار	تفاوت میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	T	سطح معناداری	F	
۱/۴۷۴ ۱/۵۶۰	-۰/۰۲۳ -۲/۱۰۹	۰/۸۸۹ ۰/۹۳۱	۰/۷۱۴ ۰/۷۱۴	۰/۷۵۸ ۰/۷۶۸	۳۹۸ ۲۲۲/۶۸۸	۰/۳۰۹ ۰/۲۹۵	۰/۱۲۴	۲/۳۸۲	واریانس های برابر فرض شده واریانس های برابر فرض نشده

در جدول فوق نتایج تست لیون نشان می دهد که سطح معناداری به دست آمده برابر است با: ۰/۱۲۴. از آنجا که این عدد بیش از ۰/۰۵ می باشد، لذا همگنی واریانس ها مفروض شده و در تحلیل آزمون t به سطر اول مراجعه می شود. با توجه به نتایج آزمون t در فاصله اطمینان ۹۵ درصد، با درجه آزادی ۳۹۸ و ۰/۳۰۹-: سطح معناداری به دست آمده برابر است با: ۰/۷۵۸؛ به این معنی که تفاوت معناداری بین مصرف موسیقی جوانان در دو گروه مجرد و متاهل وجود ندارد. به عبارت دیگر، فرضیه H_۰ تایید و فرضیه H_۱ (فرضیه پژوهش) رد می شود.

فرضیه چهارم) بین سن فرد با مصرف موسیقی آنان رابطه وجود دارد.

جدول ۱۰: ضریب همبستگی پیرسون سن فرد با مصرف موسیقی

مصرف موسیقی		متغیرها
۰/۱۱۸	ضریب همبستگی پیرسون	سن پاسخگویان
۰/۰۰۰	سطح معناداری	
۴۰۰	تعداد	

همانطور که نتایج آزمون پیرسون نشان می دهد سطح معناداری به دست آمده برابر با $0/000$ ، و ضریب همبستگی ($0/118$) است. از آنجایی که سطح معناداری کمتر از $0/05$ است، لذا می توان نتیجه گرفت که بین دو متغیر سن و مصرف موسیقی جوانان رابطه معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر، فرضیه H_0 رد و فرضیه H_1 (فرضیه پژوهش) تایید می شود.

بحث و نتیجه گیری

هدف اصلی این پژوهش، تبیین جامعه شناختی گرایش جوانان شهر تهران به مصرف انواع موسیقی بود که در ابتدا ضمن تشریح مفاهیم مصرف، موسیقی و تقسیم بندی انواع ژانرهای موسیقی در قالب سؤالاتی پایگاه اقتصادی- اجتماعی، میزان علاقه پاسخگویان به موسیقی، ساعات گوش دادن، شرکت در کنسرت، علاقه به خوانندگی، میزان علاقه والدین و... مورد سنجش قرار گرفت.

بدون تردید، به موازات گستردگی تولیدات موسیقایی، میزان دسترسی جوانان هم آسان تر شده که در این بین گسترش فضای مجازی، سایت های اینترنتی و کمک موسیقی برای فرار از لحظات تنهایی و آسان تر نمودن ساعت های انتظار (پشت ترافیک، داخل مترو و اتوبوس و...) باعث شده میزان علاقه مندی به موسیقی و استفاده از آن در طول شبانه روز به طرز چشم گیری افزایش یابد که در مقایسه با پژوهش علی خواه و خانی ملکوه و رضوی طوسی و یاهک میزان علاقه همچنان بالاست و افزایش اندکی یافته، اما ساعات گوش دادن به موسیقی رشد چشم گیری پیدا کرده است. بنابراین در سبک زندگی جوانان، گوش دادن به موسیقی سهم زیادی در گذران اوقات فراغت آنان دارد که با پژوهش شوکر (۱۳۸۴) همخوانی دارد.

در مورد شرکت جوانان در کنسرت های موسیقی، درصد بالایی تاکنون امکان حضور حتی یک بار در طول سال را نداشته اند و نگاهی به پایگاه اقتصادی و پاسخ آنان پیرامون دلایل عدم حضورشان نشان می دهد که علاقمندی برای تماشای موسیقی زنده زیاد است، اما گران بودن بلیط مانع از حضور آنان شده- نگاهی به شرایط اقتصادی کسانی که حضور یافته اند نشان می دهد که عمده آنها از شرایط مالی مناسبی برخوردارند و در مناطق بالای شهر سکونت دارند.

در مورد شرکت در کلاس های موسیقی هم شرایط تقریباً به همین شکل است و گران بودن ساز و هزینه کلاس های موسیقی باعث شده افراد قشر پایین تر علیرغم علاقه شان، کمتر فرصت حضور در کلاس های موسیقی را داشته باشند.

در بین سازهای موسیقی، گیتار و پیانو بیشترین علاقمندی را دارند که هردو از سازهای غربی هستند و نشان دهنده گرایش بالای جوانان به این سازها و موسیقی است که تولید کنند و گرایش کمتر به سازهای ایرانی نشان دهنده فاصله گرفتن این نوع موسیقی با ذائقه جوانان است.

در مورد میزان علاقه پاسخگویان به ژانرهای مختلف موسیقایی، بیشترین علاقمندی ابتدا به سمت موسیقی پاپ نسل دوم است و سپس موسیقی رپ است که این نوع موسیقی به ویژه در بین جوانان زیر بیست سال و در همه افراد با پایگاه های اقتصادی و اجتماعی مختلف از محبوبیت خاصی برخوردار شده است.

گوش دادن به موسیقی های بی کلام (ایرانی و خارجی) در سطح پایینی است، گرایش به موسیقی غربی باکلام افزایش داشته و موسیقی پاپ نسل دوم تقریباً در همه سنین عمومیت دارد. موسیقی های لس آنجلسی و کافه بازاری هم در سنین بالاتر عمومیت بیشتری دارد، ولی به طور کلی به نظر می رسد موسیقی پاپ نسل دوم تولید داخل که در سال های اخیر با افزایش تولیدات و اعطای مجوز به برخی خوانندگان این نسل که قبلاً در زمره خوانندگان غیرمجاز بودند، باعث شده که گرایش به موسیقی های تولید خارج از کشور کاهش یابد.

با وجود این، موسیقی لس آنجلسی در رتبه سوم قرار گرفته و همچنان تا حدودی مورد استقبال جوانان قرار می‌گیرد که بخشی از آن ناشی از گسترش ماهواره در جامعه است که شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان این نوع موسیقی را بیشتر پخش می‌کنند.

در مورد موسیقی سنتی آوازی به نسبت پژوهش‌های قبلی علاقمندی در سطح پایینی قرار گرفته، اما رشد موسیقی سنتی تلفیقی در سال‌های اخیر باعث شده بخشی از جوانان به این موسیقی گرایش یافته و طبق نتایج این پژوهش علاقمندی به موسیقی سنتی تلفیقی بیشتر از موسیقی آوازی است. موسیقی‌های محلی و مذهبی به ترتیب پایین‌ترین میزان علاقمندی را در بین جوانان دارند که در مقایسه با پژوهش رضوی طوسی و یاهک افت چشمگیری یافته است.

به طور کلی در مقایسه با پژوهش‌های قبلی رشد چشمگیر علاقه به موسیقی رپ قابل تامل است و به نظر می‌رسد ویژگی‌هایی مانند رک و صریح بودن، اعتراضی بودن، شکستن ساختارهای معمول موسیقی، استفاده از موسیقی و سازبندی تلفیقی و بهره‌گیری از ویژگی‌های خاص کلامی که به شیوه‌ای همدلانه به حرف‌ها و دردل‌های نسل جوان نزدیک‌تر است موجب گرایش روزافزون این نسل به ویژه جوانان زیر بیست سال به این نوع موسیقی است.

یکی دیگر از موضوعاتی که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفت، معیارهای پاسخ‌دهندگان برای انتخاب نوع موسیقی بود که به ترتیب: صدای خوب، سبک و شیوه خواندن، محتوای شعر و ترانه و ملودی ریتم در سطح بالاتر و معروف بودن و تیپ خواننده در حد پایین تری قرار داشت. همچنین در مورد محتوای ترانه، عاطفی و احساسی بودن و قوی بودن ترانه از اهمیت بیشتری برخوردار بوده، سپس رک و صریح بودن و توجه داشتن به مسائل روز و در نهایت نام شاعر و ترانه‌سرا کمترین اهمیت را داشته است.

یافته‌ها نشان می‌دهد که میزان علاقمندی والدین به موسیقی‌های موردپسند جوانان در حد پایینی است که نشان‌دهنده شکاف نسلی بین آنهاست و در مقایسه با پژوهش‌های رضوی طوسی و یاهک و همچنین ملکوه و علی‌خواه هم این شکاف افزایش یافته است.

همان‌طور که در مباحث نظری مطرح شد مطابق نظریه بورديو، انتخاب آگاهانه نوع موسیقی ناشی از تمایل افراد - بر اساس منش آنها و پایگاه اقتصادی - اجتماعی آنها - است که در این پژوهش مورد تایید قرار گرفت. همچنین، جنسیت و سن هم در زمره منش‌ها قرار گرفت و در قالب دو فرضیه مورد سنجش واقع شد. نتایج نشان داد که بین سن با مصرف موسیقی رابطه معناداری وجود دارد که با نتیجه پژوهش پرهان و همکاران (۲۰۰۹) همخوانی دارد، ولی بین جنسیت افراد و مصرف موسیقی رابطه معناداری مشاهده نشد که با نتایج پژوهش آنها همخوانی نداشت.

همچنین فرضیه میزان تاثیرگذاری سرمایه فرهنگی فرد بر مصرف موسیقی هم مورد تایید قرار گرفت؛ یعنی اینکه بخشی از مصرف موسیقی جوانان ناشی از سرمایه فرهنگی و سبک زندگی فرهنگی آنان است که با نتایج پژوهش فاضلی (۱۳۸۴) همخوانی داشت.

به طور کلی نتایج تحقیق نشان می‌دهد که موسیقی در زندگی امروز جوانان نقش پررنگی دارد و از آنجا که بخش زیادی از موسیقی مورد استفاده باکلام است و حاوی پیام‌هایی است که بر روی ذهن آنان اثرگذار می‌باشد و به نوعی بخش زیادی از خوراک فکری‌شان به وسیله موسیقی تامین می‌شود، بنابراین لازم است مسئولان و متولیان بیش از همیشه موسیقی را جدی بگیرند و ضمن سرمایه‌گذاری بیشتر روی تولیدات خوب و مطابق با سلیقه جوانان، با دقت و وسواس بیشتری در سیاست‌گذاری‌ها تلاش کنند سهم بیشتری در برطرف نمودن نیازهای موسیقایی جامعه داشته باشند.

مرکز موسیقی و سرود صداوسیما به عنوان متولی اصلی تولید در رسانه ملی تولیدات خود را افزایش و به لحاظ کیفی به سلیقه جوانان نزدیک تر کند. شبکه های مختلف تلویزیونی هم تنها اکتفا به پخش آهنگ های مناسبی نکنند و در زمینه پخش موسیقی های عاشقانه و جوان پسند بیشتر تلاش نمایند.

با توجه به رشد چشمگیر علاقمندان به موسیقی رپ که عمده تاً موسیقی های زیرزمینی یا غیرمجاز هستند، وزارت ارشاد تلاش کند تا با جذب برخی از خوانندگان این ژانر و نزدیک تر کردن فضای موسیقی و کلام آنها به معیارهای مورد نظر، زمینه انتشار و تولید موسیقی های رپ مجاز را فراهم کند تا از این طریق عرصه را بر آثار مخرب و غیرمجاز تنگ کنند- سیاستی که در مورد موسیقی پاپ اتخاذ شد و نتیجه مثبتی داشت که امروزه مخاطب خوانندگان پاپ مجاز بیش از موسیقی های پاپ غیرمجاز و لس آنجلسی است.

با توجه به رشد روزافزون فضای مجازی و تاثیرات این حوزه بر مصرف فرهنگی، پیشنهاد می شود در پژوهش های بعدی روی این حوزه و اثراتی که بر روی مصرف موسیقی گذاشته است به صورت جدی کار شود.

منابع

- احمدی، بابک. (۱۳۸۶). "زبان ناتوانی های انسان؛ نگاهی به جایگاه موسیقی در افکار تئودور آدرنو". مجله اطلاعات حکمت و معرفت. شماره ۱۵، صص ۴۸ - ۴۹.
- ادیبی سده، مهدی و شجاع، زهرا. (۱۳۸۸). "بررسی تأثیر پایگاه اقتصادی - اجتماعی دانشجویان بر مصرف کالاهای فرهنگی". مجله مطالعات امنیت اجتماعی. شماره ۱۶، صص ۱۴۱ - ۱۶۸.
- استوری، ج. (۱۳۸۶). مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه. ح، پاینده. تهران: نشر آگه
- ایمان، محمدتقی؛ زنجری، نسیم و اسکندری پور، ابراهیم. (۱۳۸۹). "کندوکاو سیستم معانی ذهنی مصرف کنندگان موسیقی". فصلنامه تحقیقات فرهنگی. سال سوم، شماره ۴: ۱۱۲-۸۵.
- حاجی زاده، رویا و رضوی دینانی، ابتسام. (۱۳۹۴). "مصرف کالاهای فرهنگی و عوامل موثر بر آن (مطالعه موردی: جوانان ۱۸ الی ۲۹ ساله شهرستان خوی)". مجله مطالعات جامعه‌شناسی. سال هشتم، شماره بیست و نهم، زمستان، صص ۹۳-۱۱۲.
- رامتین، همایون. (۱۳۷۷). "موسیقی در ایران: فصلی فشرده از تاریخ موسیقی در ایران". مجله مقام موسیقایی. شماره ۳، صص ۶ تا ۱۱.
- ربانی، رسول و شیرین، حامد. (۱۳۸۸). "اوقات فراغت و هویت اجتماعی (بررسی جامعه شناختی الگوهای گذران اوقات فراغت جوانان در تهران)". مجله تحقیقات فرهنگی. شماره ۸، صص ۲۰۹ - ۲۴۲.
- رفیع پور، فرامرز. (۱۳۷۵). جامعه، احساس و موسیقی. تهران: شرکت سهامی انتشار
- رضوی طوسی، سید مجتبی و یاهک، سجاد. (۱۳۹۳). "مصرف موسیقایی (مطالعه ای در باب گرایش به موسیقی در جامعه)". مجله مطالعات فرهنگ - ارتباطات. شماره ۲۵، صص ۷-۳۶.
- شفر، جان. (۱۳۸۵). "جامعه شناسی موسیقی". رضا صمیم. فصلنامه موسیقی ماهور. شماره ۳۱، صص ۱۲۷.
- شکوری، علی و غلامزاده نطنزی، امیرحسین. (۱۳۸۴). "منش و سبک مصرف موسیقی: مطالعه موردی جوانان شهر تهران". مجله جهانی رسانه. دوره ۵، شماره ۲.
- شوکر، روی. (۱۳۸۴). شناخت موسیقی مردم پسند. محسن الهامیان. تهران: موسسه فرهنگی هنری ماهور
- صمیم، رضا و قاسمی، وحید. (۱۳۸۷). "مطالعه‌ای پیرامون رابطه قشربندی اجتماعی و مصرف فرهنگی با استفاده از داده‌هایی در زمینه مصرف موسیقایی در شهر تهران". مجله جامعه شناسی ایران. دوره ۹، شماره ۱، ۲، صص ۸۰-۱۰۱.
- صمیم، رضا و قاسمی، وحید. (۱۳۸۸). "گرایش به مصرف گونه های موسیقی مردم پسند و میزان پرخاشگری در میان دانشجویان؛ مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه اصفهان". فصلنامه تحقیقات فرهنگی. دوره دوم، شماره ۸: ۲۶۲-۲۴۳.
- علی خواه، فردین و خانی ملکوه، محمد. (۱۳۸۵). "جوانان و مصرف موسیقی". فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات. شماره ۱ صص ۱۹۷-۲۱۶.
- فاضلی، محمد. (۱۳۸۴). "جامعه شناسی مصرف موسیقی". مجله مطالعات فرهنگی و ارتباطات. دوره اول، شماره ۴، صص ۲۷ - ۵۳.
- قاسمی، وحید و میرزایی، سید آیت‌الله. (۱۳۸۵). "جوانان و هنجارهای رسمی و غیررسمی موسیقی پاپ". نامه علوم اجتماعی. شماره ۲۸، صص ۹۹ - ۱۲۲.
- گل محمدی، احمد. (۱۳۸۶). جهانی شدن فرهنگ و هویت. چاپ سوم، تهران: نشر نی

- لین، جرمی اف. (۱۳۸۷). "نقد و بررسی نظریه میدان های هنری پیورودیو؛ چه زمانی هنر، هنرمی شود؟". مهسا رضوی. مجله هنر. شماره ۷۸ صص ۱۱۵-۱۳۹.
- ملکی، امیر و رفیعی، ملاکه. (۱۳۹۱). "دسترسی افتراقی به سرمایه و توزیع نابرابر سلیقه های هنری (تحلیل کمی رابطه بین سرمایه با مصرف فرهنگی، هنری جوانان تهرانی)". مجله مطالعات فرهنگی و ارتباطات. شماره ۲۹، صص ۷۱-۹۰.
- میرزایی، حسین؛ ساداتی، انسیه؛ کاردوانی، راحله؛ اکبریان، مهدی و فتحی، لیلا. (۱۳۹۰). "بررسی خرده فرهنگ جوانان ایران در محتوی اشعار موسیقی پاپ". مجله جامعه شناسی مطالعات جوانان. شماره ۲. صص ۱۴۱-۱۶۲.
- هاشمی، سیدضیا و غلامزاده نطنزی، امیرحسین. (۱۳۹۱). "نیاز و سبک مصرف موسیقی (مطالعه موردی دانش آموزان شهر تهران)". مجله جامعه شناسی هنر. سال چهارم، شماره اول، صص ۱۲۳-۱۴۲.

- Bourdieu, P. (1984). **Distinction: Social Critique of Judgment**. Translated by Karl Smith. London: Oxford University
- Friedman, Jonathan. (1994). **Cultural Identity & Global process**. London, Sage
- Purhonen, Semi and Jukka Gronow and Keijo Rakhonen. (2009). "Social differentiation of musical and in Finland". Research on finish society, vol 2:39-49 literary taste pattern
- Lomax, Alen. (1968). **Et al, folk song style and culture washengton d.c: American for the advancement of sience**.



بررسی اثر بخشی آموزش مهارت های معنوی بر احساس تنهایی و امنیت روانی دانش آموزان

خدیدجه وریانی^۱

محمد مهدی شمسایی^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۳/۳۰

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۵/۲۹

کاهش احساس تنهایی به عنوان یک ناکارآمدی روانشناختی و ارتقای امنیت روانی به عنوان یکی از نیازهای اساسی بشر در راستای بالا بردن سلامت روان برای نوجوانان اهمیت بسزایی دارد. بنابراین هدف از تحقیق حاضر، بررسی اثربخشی آموزش مهارت های معنوی بر میزان احساس تنهایی و امنیت روانی دانش آموزان دختر مقطع متوسطه اول است. پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ ماهیت مطالعه نیمه آزمایشی با طرح پیش آزمون-پس آزمون- پیگیری با گروه کنترل است. جامعه آماری در این پژوهش، تمامی دانش آموزان دختر مقطع متوسطه اول شهرستان ساری می باشد که براساس آمار آموزش و پرورش تعداد آنان ۳۲۸۵ نفر می باشد. نمونه آماری با حجم ۴۴ به روش نمونه گیری در دسترس انتخاب و به طور تصادفی در دو گروه ۲۲ نفره مورد آزمایش و کنترل قرار گرفتند. قبل از شروع آموزش از هر دو گروه پیش آزمون با پرسشنامه های احساس تنهایی آشروهایمل ورنشاو (۱۹۸۴) و امنیت روانی مزلو (۲۰۰۴) گرفته شد و بعد ده جلسه آموزش مهارت های معنوی براساس کتاب ویژه مربیان با عنوان "آموزش مهارت های معنوی" از دکتربالهری و همکاران به گروه آزمایش به صورت یکباردر هفته به مدت یک ساعت به صورت گروهی انجام شد. پس از آموزش، از هر دو گروه پس آزمون گرفته شد و در پایان بعد از یک ماه پیگیری، تست فالوآپ از هر دو گروه گرفته شد. جهت تحلیل داده ها از تحلیل کوواریانس یک عاملی استفاده شد. نتایج نشان داد تفاوت معناداری میان نمرات دو گروه در مرحله پس آزمون و پیگیری وجود داشت. همچنین، اثربخشی آموزش مهارت های

۱. مشاور اداره آموزش و پرورش، ناحیه ۲ شهر ساری، مازندران، ایران

۲. استادیار گروه روانشناسی، واحد بندرگز، دانشگاه آزاد اسلامی، گلستان، ایران و عضو مرکز تحقیقات سلامت معنوی، دانشگاه

E-mail: M.m.shamsaee@gmail.com

علوم پزشکی ایران، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

معنوی بر امنیت روانی بیشتر از احساس تنهایی بود. هرچه فرد احساس صمیمیت و نزدیکی بیشتری را نسبت به خدا داشته باشد و بر این باور باشد که خداوند بندگان خود را دوست دارد و آنها را مورد عنایت و رحمت خویش قرار می دهد و در سختی ها به آنها یاری می رساند، احساس آرامش بیشتری دارد و هیجانات منفی مانند احساس تنهایی در او کاهش پیدا خواهد یافت (کرکپاتریک، ۱۹۹۹). آزمودنی با کسب مهارت های معنوی می آموزد که خداوند اساس ایمنی است. از این رو، احساس قدرت می کند و در لحظات اضطراب و ترس، اعتماد به نفس بالایی از خود نشان می دهد و با تکیه بر موجودی که بر عزت و اقتدار او هیچ نقصی نمی رسد، قادر مطلق و توانمند به انجام هرکاری است و نقص ها و ضعف های آنهایی را که به او تکیه می کنند جبران می کند، از لحاظ امنیت روانی، دارای اعتماد به نفس بالا، امنیت وعدم نگرانی و ترس از آینده می شود.

بنابراین پیشنهاد می شود با بکارگیری آموزش مهارت های معنوی مانند خودآگاهی، توکل، ذکر، بخشش و حل مسئله به افزایش متغیرهای روانشناختی و امنیت روانی و کاهش هیجانات منفی در دانش آموزان کمک کرد.

واژگان کلیدی: مهارت معنوی، احساس تنهایی، امنیت روانی و دانش آموز

مقدمه

نوجوانی یکی از دوره های مهم در ساخت و پایه ریزی شخصیت و هویت فرد محسوب می شود. در نوجوانی، فرد جایگاه خویش را در بین خانواده، دوستان و جامعه تعیین می کند (استبرگ^۱، ۲۰۱۴). بنابراین در این دوره، توجه به جنبه های روانی نوجوان حائز اهمیت می باشد، چرا که داشتن امنیت روانی در این دوره تاثیر به سزایی در هویت یابی اش دارد (صادقی، ۱۳۹۵). نیاز به امنیت مستلزم ثبات، حمایت، ساختار، نظم و رهایی از ترس و اضطراب می باشد (بناییان سفید، ۱۳۸۸). احساس ناایمنی می تواند در جنبه های مختلف زندگی، شخصی، تحصیلی، خانوادگی و اجتماعی نمود پیدا کند (شاملو، ۱۳۸۷). شخصی که دائما احساس عدم امنیت، ترس و خطر از درون و بیرون خود می کند، نمی تواند انسان سالمی باشد. امنیت روانی گاه به "حالتی که در آن ارضای احتیاجات و خواسته های شخص انجام می یابد" گاه به "احساس ارزش شخصی، اطمینان خاطر، اعتماد به نفس و پذیرش از طرف گروه" معنا می گردد (میر عرب، ۱۳۸۹). از دیدگاه آلپورت، یکی از معیارها و یا ویژگی های شخصیت سالم، برخورداری از امنیت عاطفی است (شعاری نژاد، ۱۳۸۶). به نظر آدلر، برای ایجاد احساس ایمنی در فرد، تنها محفوظ بودن از خطر کافی نیست، بلکه او باید حس کند با خطر فاصله زیادی دارد و احتمال وقوع آن بسیار کم است (شاملو، ۱۳۸۷).

در میان جنبه های ناایمنی روانی احساس تنهایی، یکی از مفاهیم مهم روانشناختی است که همواره مورد توجه محققان قرار داشته است. عوامل متعددی از قبیل مشکلات جسمانی و روانی، مسائل خانوادگی، اجتماعی و تربیتی در بروز گوشه گیری و تنهایی نقش به سزایی دارند (سعادت، ۱۳۸۸). احساس تنهایی حالتی واحد و یکپارچه انگاشته می شود که ناشی از کاستی هایی در روابط مختلف است. (جوکار و سلیمی، ۱۳۹۰) برخی از رفتارنگرها فقدان تقویت اجتماعی را عمده ترین نارسایی تجربه شده توسط افراد تنها در نظر می گیرند (قابضی، پاکدامن، فتح آبادی، حسن زاده و توکلی، ۱۳۹۴). در روی آورد شناختی، احساس تنهایی از نارضایتی فاعلی نسبت به کمیت و کیفیت روابط اجتماعی فرد ناشی می شود (رحیم زاده، ۱۳۸۹). احساس تنهایی با یک سلسله علائم متعدد و به هم پیوسته همراه است؛ به طوری که احساسات فرد تنها ممکن است به صورت های ترس، افسردگی، بی حوصلگی و سرکوفت زدن به خود نمایان شود (دژکام، ۱۳۹۲). افراد دچار تنهایی، بیشتر فرصت ارتباط های اجتماعی را از دست می دهند، زیرا گرایش به انجام این کار ندارند (لیو، جویو و زوا^۲، ۲۰۱۴). احساس تنهایی و نبود امنیت روانی در زندگی روزمره بعضاً فشار روانی و آسیب هایی را به همراه دارد. انسان برای فرار از این مشکل در پی راه حل است. مزلو^۳ (۱۹۶۲) معنویت را از مهم ترین عناصر نگرش انسان گرایانه می دانست (نوذری، ۱۳۹۱) که با اعتقاد به انرژی و قدرت بیکران در هستی مرتبط است (محمدپور، ۱۳۸۹). سازمان بهداشت جهانی، معنویت را به عنوان بعد چهارم سلامت انسانی معرفی کرد. معنویت به منزله چتری است که مفاهیم گوناگونی مانند سلامت معنوی، ایمان، باورها و سازگاری معنوی را پوشش می دهد (کاتن، لارکین، هوپز، کروپر و روستال^۴، ۲۰۰۵). معنویت و پرداختن به آن می تواند ماهیت مشکلات و حتی زندگی را برای فرد تغییر دهد و انسان را به سمتی هدایت کند که نه تنها از مشکلات و حل آن واهمه نداشته باشد، بلکه به عنوان سکویی برای نزدیک تر شدن به هدف نهایی زندگی خود بنگرد (آقاعلی، ۱۳۸۸). محققان معتقدند که با بکارگیری مهارت های معنوی در زندگی روزمره، انسان قادر خواهد

1. Steinberg
2. Liu ,Gou & Zuo
3. Maslow
4. Cotton, Larkin, Hoopes, cromer & Rosenthal

بود که زندگی پویا همراه با جسم و روان سالم و شاداب داشته باشد (روهیم و گرین برگ^۱، ۲۰۰۷). اگر در حالات انسان با دقت بنگریم، او را موجودی در می یابیم که معنویت یکی از نیازهای درونی اش است (کزدی، مارتوس، بولاند و هورواس^۲، ۲۰۱۰). مطهری (۱۳۷۲) در کتاب "مقدمه ای بر جهان بینی توحیدی"، معنویت را نوعی احساس و گرایش ذاتی انسان نسبت به امور غیرمادی مانند علم و دانایی، خیراخلاقی، جمال و زیبایی، تقدس و پرستش می داند (عباسی، عزیزی، شمس گوشکی، ناصری راد، و اکبری، ۱۳۹۱، ص ۱۸). همچنین مطالعات نشان می دهد بین معنویت با احساس تنهایی و امنیت روانی رابطه وجود دارد. فتحی (۱۳۹۱) در یافته های خود نشان داد وجود معنویت در زندگی منجر به ایجاد امنیت، آرامش و سلامت روانی در افراد می گردد. قابضی، پاکدامن، فتح آبادی و حسن زاده توکلی (۱۳۹۴) طی مطالعات خود نشان دادند که احساس تنهایی دانشجویان در اثر برنامه های زیارتی کاهش معنی داری داشت. همچنین کوزسکی، راب، آلدوساری و برادویجن^۳ (۲۰۱۰) در پژوهشی نشان دادند که کارآمدی مداخلات مبتنی بر معنویت، باعث کاهش معنی دار در نگرانی و علائم اضطراب می شود. روکیچ و ونگاس (۲۰۱۲) در مطالعه خود به تاثیر دین داری بر احساس تنهایی و اینکه دین داری می تواند دیدگاه فرد به زندگی، رفتارها و تعاملات اجتماعی را تغییر دهد، اشاره داشته اند. هورانی، ویلیامز، فرمن هافمن، لان، وایمر و برای^۴ (۲۰۱۲)، لوچتی، ویرا، لوچتی، پریس و بایسی^۵ (۲۰۱۲) در مطالعات خود نشان دادند که رابطه پیچیده ای بین معنویت با سلامت وجود دارد. حسینی، لیای، کراس و علیشه^۶ (۲۰۱۲) در مطالعات خود نشان دادند که انجام اعمال معنوی بر بهزیستی، سلامت جسمانی و روانی، عملکرد، کارکرد مثبت بین فردی و بهبود کیفیت زندگی موثر بوده و کسانی که جهت گیری معنوی دارند میزان اضطراب کمتری دارند.

بنابراین، با توجه به اینکه معنویت گرای یکی از توانایی های ذاتی بشر بوده و نیازهای معنوی به عنوان یکی از عمیق ترین نیازهای بشر محسوب می شود و در روان درمانی مبتنی بر معنویت، بشر توانمندی این را دارد که فراتر از خودش و بدنش فکر کند و از سطح آن فراتر رود و به مرکز شخصیتش بیندیشد و در اولویت بندی های نیازهایش همدردی، خلاقیت، صداقت، پاکی و پرستش را نیز بگنجانند و نیز سعی کند فراتر از گذران عادی زندگی بیندیشد و به این نقطه برسد که بتواند دنیا و خودش را فراتر از مادیات و خودش ببیند (آقاعلی، ۱۳۸۸) و با توجه به اینکه معنویت در ارتقای سلامت جایگاه ویژه دارد و بسیاری از بیماران، سلامت معنوی را به عنوان عامل ایجاد کننده معنا و هدف در زندگی و ارتقا دهنده سطح سلامتی می شناسند (بخشیان، جعفرپورعلوی، پرویزی و حقانی، ۱۳۸۹)، مداخلات رفتاری- معنوی مداخلاتی هستند که برای تغییر و اصلاح رفتارهای مذهبی و کسب زندگی معنوی مراجعان در نظر گرفته شده اند- البته، مراجعانی که به شدت هدف مدار هستند و علاقه دارند که به صورت فعال با زندگی برخورد کنند و فعالیت گرا هستند، احتمال دارد که بیشتر به تکنیک های رفتار معنوی پاسخگو باشند (کورمی پروهاکنی، ۱۹۸۷)- و آموزش مهارت های معنوی در این پارادایم می گنجد. مهارت های معنوی، برگردان جدیدی از مهارت های زندگی است که به سازگاری فرد با محیط و حل مشکلاتش کمک کند. این مهارت ها شامل مهارت های خودآگاهی معنوی، بخشایشگری در ترسیم روابط بین فردی، حل کردن مسئله با رویکرد معنوی، ذکر و مراقبه، توکل و صبر، به جا آوردن مؤثر نماز و دعا، صله رحم، کنترل حسد، مشاهده تجلی باری تعالی در طبیعت و ذکر مؤثر

1. Revheim, & Greenberg
2. Kezdy, Martos, Boland and Horvath
3. Koszycki, Raab, Aldosary, & Bradwejn
4. Hourani, Williams, Forman-Hoffman, Lane, Weimer & Bray
5. Lucchetti, Vera, Lucchetti, Peres, & Bassi
6. Hosseini, Elias, Krauss & Aishah

می باشد (بوالهری، میرزایی، و قائم پناه، ۱۳۹۲). با توجه به اینکه در مهارت های معنوی وجود خداوند نقش مهمی دارد افراد، با ایمان و امید به خداوند متعال در همه حال حضور او را در کنار خود احساس می کنند و در رویارویی با مشکلات و سختی های زندگی خود را تنها نمی بینند. از طرفی، تاثیر ارتباط با خدا از طریق دعا، نیایش، ذکر و پرداختن به فعالیت های معنوی هم جنبه شناختی دارد و فرد را متوجه نیازها و خواسته ها و ارزش هایش می کند و هم روشی رفتاری برای ابراز یک عقیده است که در نهایت منجر به افزایش امید و آرامش درونی فرد می شود (حجتی و همکاران، ۱۳۹۳).

در مجموع می توان اظهار داشت که در پژوهش حاضر با توجه به حساسیت سنی قشر نوجوان که خطر بروز مشکلات روانی در صورت وجود ناامنی روانی و احساس تنهایی در آنها بیشتر نمود می کند و با توجه به اینکه مطالعات کمی در راستای تاثیر بخشی مهارت های معنوی بر مشکلات روانی در کشور صورت گرفته، بنابراین پژوهشگر در پی یافتن پاسخی برای این سؤال است که آیا آموزش مهارت های معنوی مبتنی بر خودآگاهی، حل مسئله، بخشش، ذکر، توکل و صبر بر احساس تنهایی و امنیت روانی و مولفه های آن در دانش آموزان دختر مقطع متوسطه اول ناحیه ۲ شهر ساری تاثیر معنی داری دارد؟

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر یک مطالعه نیمه آزمایشی با طرح پیش آزمون - پس آزمون - پیگیری با گروه کنترل با آرایش تصادفی است و از لحاظ هدف، کاربردی می باشد. در این طرح بعد از انتخاب آزمودنی ها، آنها بصورت تصادفی در دو گروه آزمایش و کنترل قرار گرفتند. جامعه آماری شامل تمامی دانش آموزان دختر دوره متوسطه اول، ناحیه ۲ شهر ساری می باشد. تعداد آزمودنی های مورد مطالعه در این تحقیق ۴۴ نفر بود. به منظور انتخاب نمونه و اجرای پژوهش ابتدا از بین مدارس ناحیه ۲ شهر ساری به شیوه نمونه گیری در دسترس، مدرسه ای که دارای شش کلاس بود، انتخاب و از بین شش کلاس متوسطه، ۴۴ نفر که تمایل به همکاری در تحقیق داشتند انتخاب شدند و به صورت کاملاً تصادفی در دو گروه ۲۲ نفره کنترل و آزمایش قرار گرفتند - دو گروه از نظر توزیع سنی و مقطع تحصیلی مشابه بودند. معیارهای ورود به مطالعه، عدم ابتلا به بیماری و مشکلات روان شناختی؛ عدم دریافت هر گونه مداخله و آموزش روانی و تمایل به شرکت در دوره و تکمیل رضایت نامه شرکت در آموزش و انصراف از ادامه جلسات به عنوان معیار خروج از مطالعه بود.

ابزار مورد استفاده در این پژوهش، دو پرسشنامه "احساس تنهایی" آشر و "امنیت روانی" مزلو (فرم دانش آموزی) و بسته آموزشی "مهارت های معنوی" ویژه مربیان از دکتر جعفر بوالهری و همکاران می باشد. پرسشنامه احساس تنهایی آشر و هایل ورنشاو (۱۹۸۴) نسخه ۲۴ سوالی می باشد که احساس فرد از تنهایی و نارضایتی اجتماعی وی را ارزیابی می کند. برای تعیین روایی سازه ای مقیاس احساس تنهایی، تحلیل عاملی با استفاده از روش مؤلفه های اصلی و چرخش واریماکس انجام شد. مقدار ضریب KMO برابر با ۰.۸۰ درصد و مقدار عددی آزمون کرویت بارتلت برابر ۱۷۴۲/۱ بود که در سطح ۰۰۰۰۰۱٪ معنی دار است. پس از آن، بر اساس نمودار مقادیر عددی آیین (نموداری اسکری) و استفاده از روش مایل، یک عامل اصلی به دست آمد که با توجه به عبارات تحت پوشش آن (۱۶ عبارت مربوط به احساس تنهایی) به عنوان عامل احساس تنهایی مشخص شد. ضریب پایایی این آزمون با استفاده از روش دو نیمه کردن ۰.۸۳٪ $r =$ بود و با استفاده از روش اسپیرمن - براون ۱، ضریب پایایی ۰.۹۱ درصد و همچنین با استفاده از روش دو نیمه کردن گاتمن ۰.۹۱٪ $r =$ بود (آشر و هایل

ورنشاو، ۱۹۸۴).

در محاسبات مربوط به پایایی (حسین چاری، ۱۳۸۱) مشخص شد که مقیاس مورد بحث از ثبات درونی مناسبی برخوردار است. آلفای کرونباخ برابر با ۰/۸۱ درصد است و نیز همسانی درونی آن، با توجه به همبستگی ۰/۶۶ درصد بین دو نیمه آزمون و با استفاده از روش تنصیف، در سطح قابل قبولی است که این مقدار، پس از اصلاح به روش اسپیرمن- براون، برای محاسبه ضریب پایایی کل مقیاس، برابر با ۰/۷۹ درصد است. ضریب پایایی گاتمن نیز برابر با ۰/۷۹ درصد به دست آمد که همه در سطح قابل قبول و گویای پایایی مناسب است. پرسشنامه امنیت روانی مزلو در سال ۲۰۰۴ توسط مازلو به منظور سنجش امنیت روانی برای نوجوانان ۱۵ تا ۱۹ ساله بر اساس مطالعات وسیع نظری و بالینی، در زمینه احساس ایمنی تهیه شده است. در ایران در سال ۱۳۸۶ توسط زارع و امین پور به صورت پرسشنامه امنیت روانی- فرم دانش آموزی نرم شده است و در سال ۱۳۹۰ مورد استفاده قرار گرفته است که شامل ۷۱ سؤال دو گزینه‌ای با گزینه‌های بلی و خیر پیرامون ۱۰ عامل (ادراک واقعیت، نایمنی هیجانی، اعتماد به نفس، تنیدگی و عصبیت، خود کم بینی، سازگاری، ترس از آینده، احساس حرمت، مسئله گشایی و احساس تنهایی) می باشد. کسب نمره‌های بالا در این آزمون، معرف امنیت روانی بالای فرد و نمره پایین، نشان دهنده امنیت روانی پایین است. طی پژوهشی که زارع و امین پور (۱۳۸۶) بر روی ۵۷۳ نفر از دانش آموزان دختر و پسر متوسطه انجام داده‌اند، روایی صوری و محتوایی این پرسشنامه را بسیار مطلوب بیان نموده‌اند. همچنین، پایایی کلی پرسشنامه به شیوه ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۲ محاسبه و گزارش شده است.

در کارگاه آموزشی برای گروه آزمایش به مدت ۱۰ جلسه، هفته ای یک جلسه تشکیل گردید. محتوای آموزشی انتخاب شده در طی جلسات، برگرفته شده از کتاب "مهارت های معنوی" (ویژه مربیان) نوشته دکتر بوالهروی و همکاران (۱۳۹۲) بود که محتوا و اهداف هر جلسه در جدول ۱ به اختصار آمده است.

جدول ۱: محتوای کارگاه آموزشی

جلسه	محتوا، هدف و تکلیف در جلسات
۱	معارفه، تعیین قوانین و اهداف، معرفی برنامه آموزشی و افزایش دانش مهارت های زندگی.
۲	تعریف کلی معنویت و نقش آن در زندگی، بحث گروهی درمورد دین و معنویت، ویژگی های انسان های معنوی، پرکردن فرم سنجش میزان دینی بودن فرد و ارائه تکالیف خانگی.
۳	بررسی تکالیف خانگی، بحث در مورد خودآگاهی معنوی، جسمانی، روانی و اجتماعی و تکمیل برگه های خودآگاهی و ارائه تکالیف خانگی.
۴	بررسی تکالیف خانگی، آشنایی با مسئله و فرایند حل مسئله و تفاوت حل مسئله با مقابله، ارائه تکالیف با مطرح کردن چند مشکل در زمینه های مختلف و اجرای فرایند حل مسئله در آن.
۵	بررسی تکالیف خانگی، بحث درمورد حل مسئله بارویکرد معنوی، مراحل حل مسئله با رویکرد معنوی، استفاده از موقعیت های مختلف در زندگی و شیوه حل کردن آن با حل مسئله معنوی و ارائه تکالیف خانگی.
۶	بررسی تکالیف خانگی، آغاز آموزش بخشش و گذشت از طریق احادیث و زندگی ائمه، بحث با آزمودنی ها در مورد بخشش، تعریف بخشایشگری و مراحل عفو و بخشش و ارائه تکالیف خانگی.
۷	بررسی تکالیف خانگی، شروع کلاس با یک ذکر و تاثیر آن در زندگی، تعریف ذکر و تفاوت آن با مراقبه و انواع ذکر، روش و مکان ذکرگفتن، بحث گروهی از افراد در مورد انواع ذکر و ارائه تکالیف خانگی.

۸	بررسی تکالیف خانگی، ارائه مطالب درباره مراتب ذکر، شرایط ذکر، آثار ذکر، موانع ذکر و بحث گروهی پیرامون موضوع ذکر در جلسه و ارائه تکالیف خانگی.
۹	بررسی تکالیف خانگی، بحث در مورد توکل و صبر و شرایط و آثار این دو مهارت در زندگی، استفاده از تمثیل و داستان از زندگی امامان و اتفاقات زندگی و ارائه تکالیف خانگی.
۱۰	بررسی تکالیف خانگی، مروری بر کل موضوعات و نتیجه‌گیری و جمع‌بندی و مرور جلسات گذشته، پرسش و پاسخ دانش آموزان، تشویق دانش آموزان و قدردانی از همکاری مناسب دانش آموزان.

هر جلسه حدود ۷۰ دقیقه به طول می انجامید: ۱۵ دقیقه اول به بررسی تکالیف خانگی و ۴۰ دقیقه بعدی به ارائه مطالب علمی در مورد موضوع جلسه و ۱۵ دقیقه آخر به صورت بحث گروهی و تمرین عملی مربوط به موضوع آموزشی برگزار می گردید. از مهمترین فعالیت‌های دوره آموزشی مهارت‌های معنوی، بحث‌های گروهی، مطرح کردن موقعیت‌های عینی و واقعی، طرح سؤال، استفاده از پاورپوینت و کتاب‌ها و مقالات مرتبط با موضوع جلسات بود.

در آغاز اجرای طرح و بعد از آموزش و بعد از یک ماه در زمان پیگیری، سنجش احساس تنهایی و امنیت روانی با استفاده از ابزار تحقیق صورت گرفت. داده‌های آماری در دو سطح توصیفی و استنباطی مورد تحلیل واقع شدند. در بخش توصیفی، گزارش میانگین و انحراف معیار و در بخش استنباطی، بررسی با استفاده از تحلیل کوواریانس یک متغیره انجام شد.

یافته‌های پژوهش

جدول ۲: بررسی توصیفی احساس تنهایی، امنیت روانی و مؤلفه‌های آن به تفکیک گروه‌ها در طی مطالعه

متغیر	گروه	پیش‌آزمون		پس‌آزمون		پیگیری	
		میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار
احساس تنهایی	کنترل	۷۳/۳۶	۵/۳۰	۷۴/۰۵	۵/۵۴	۷۳/۵۰	۶/۰۸
	آزمایش	۷۲/۹۱	۵/۵۵	۶۴/۱۸	۶/۸۸	۶۴/۳۶	۵/۲۳۳
امنیت روانی	کنترل	۳۷/۰۵	۱۰/۶۰	۳۶/۰۰	۸/۴۸	۳۷/۰۰	۸/۰۸
	آزمایش	۳۵/۵۹	۹/۴۹	۵۴/۳۶	۷/۲۴	۵۳/۲۷	۶/۴۷
ادراک واقعیت، سازگاری، امنیت اجتماعی و عاطفی و موفقیت در کار	کنترل	۶/۵۰	۲/۸۷	۶/۳۲	۲/۷۳	۶/۷۳	۲/۲۵
	آزمایش	۵/۸۲	۲/۱۷	۹/۴۱	۲/۲۸	۹/۲۷	۲/۵۳
عدم احساس حقارت و طرد شدن، عدم تعارض خانوادگی	کنترل	۴/۹۱	۲/۰۷	۵/۰۰	۱/۹۸	۴/۹۵	۲/۰۳
	آزمایش	۴/۶۸	۱/۸۴	۷/۱۸	۱/۶۲	۷/۰۰	۱/۸۳

۱/۰۳	۴/۲۷	۱/۰۱	۴/۴۱	۱/۲۲	۴/۴۵	کنترل	اعتماد به نفس، احساس ارزش و خودآگاهی
۱/۱۴	۵/۸۲	۱/۲۳	۵/۹۱	۱/۵۰	۴/۴۱	آزمایش	
۱/۲۵	۱/۸۲	۱/۰۷	۱/۷۷	۱/۲۳	۲/۰۰	کنترل	عدم تنیدگی و تنش هیجانی، عدم عصبیت و آشفتگی
۰/۸۴	۳/۰۵	۰/۷۲۰	۳/۳۲	۱/۱۷	۱/۹۵	آزمایش	
۱/۳۳	۲/۹۵	۱/۴۹	۲/۸۶	۱/۴۰	۲/۸۲	کنترل	عدم احساس خود کم بینی، عدم بدگمانی و هراس عمومی
۱/۱۸	۴/۱۵	۱/۳۶	۴/۶۴	۱/۲۹	۳/۰۵	آزمایش	
۱/۶۸	۳/۹۵	۱/۴۱	۳/۵۰	۱/۵۸	۳/۸۶	کنترل	سازگاری - صمیمی بودن - مقبولیت و پیوستگی با دیگران
۱/۲۸	۵/۷۳	۱/۱۴	۵/۶۴	۱/۵۶	۳/۵۹	آزمایش	
۱/۰۰	۱/۳۶	۰/۹۶۰	۱/۵۰	۱/۱۰	۱/۴۱	کنترل	عدم نگرانی و ترس از آینده
۰/۷۳۰	۲/۱۸	۰/۷۵۰	۲/۲۳	۰/۹۱	۱/۴۵	آزمایش	
۰/۸۶۰	۱/۵۰	۰/۹۱۰	۱/۵۹	۱/۰۱	۱/۵۵	کنترل	احساس حرمت و ایمنی
۰/۷۵۰	۲/۲۳	۰/۷۷۰	۲/۲۷	۰/۹۱۰	۱/۵۹	آزمایش	
۰/۸۶۰	۱/۴۵	۰/۸۰	۱/۵۰	۰/۹۵۰	۱/۶۴	کنترل	علاقه اجتماعی، همدردی و گرایش به مسئله گشایی
۰/۷۲۰	۲/۰۵	۰/۷۳۰	۲/۱۸	۰/۶۶۰	۱/۶۴	آزمایش	
۰/۸۰۰	۱/۵۰	۰/۸۰۰	۱/۴۵	۰/۸۵۰	۱/۶۴	کنترل	عدم انزوا
۰/۶۵۰	۲/۳۲	۰/۷۳	۲/۱۸	۰/۹۱۰	۱/۵۹	آزمایش	

در جدول ۲ میزان احساس تنهایی، امنیت روانی و مولفه های ده گانه آن در دو گروه آزمایش و کنترل طی مراحل مطالعه محاسبه شده است.

جهت استفاده از تحلیل کواریانس با توجه به هدف تحقیق، بررسی پیش شرط های تحلیل کواریانس انجام شد. نتایج نشان داد فرض نرمال بودن برای همه متغیرها به تفکیک دو گروه پذیرفته شد و فرض همگنی میانگین در مرحله پیش آزمون تایید گردید. بررسی وجود رابطه خطی بین متغیر کمکی و متغیر وابسته در طی مطالعه نشان داد در تمامی متغیرها مقادیر همبستگی مربوطه بیشتر از ۰/۴ بوده و همچنین مقادیر احتمال حاصل از نتایج آزمون f دلالت بر خطی بودن این روابط داشته است. بررسی فرض برابری شیب خطوط رگرسیون با توجه به عدم معنی داری اثر متقابل نمره متغیر کمکی با متغیر گروه در طی مطالعه پذیرفته شد. در نهایت با استفاده از آزمون لیون، شرط برابری واریانس دو گروه در طی مطالعه نیز تایید گردید.

جدول ۳: آزمون آنالیز کوواریانس مربوط به احساس تنهایی در طی مطالعه

زمان	منبع تغییرات	SS مجموع	df درجه آزادی	MS میانگین	F آماره فیشر	مقدار احتمال	اندازه اثر	توان آزمون
پس آزمون	اثر گروه	۹۸۰/۸۱۱	۱	۹۸۰/۸۱۱	۶۴/۶۰۵	۰/۰۰۰	۰/۶۱۲	۱/۰۰۰
پیگیری	اثر گروه	۲۲/۴۹۵	۱	۲۲/۴۹۵	۲/۰۲۳	۰/۱۶۲	۰/۰۴۷	۰/۲۸۴

بررسی نتایج از جدول ۳ نشان داد آموزش مهارت های معنوی بر میزان احساس تنهایی دانش آموزان دختر مقطع متوسطه اول ناحیه ۲ تأثیر معنی دار داشته است ($P < 0/05$). اندازه اثر گروه برابر با ۰/۶۱۲ است. این آموزش منجر به کاهش معنی داری میزان احساس تنهایی در دانش آموزان در بعد از مداخله گردیده است. در مرحله پیگیری تغییرات صورت گرفته از مرحله پس آزمون تا پیگیری در گروه آزمایش و کنترل مشابه بوده است ($P > 0/05$). با توجه به مقادیر میانگین در طی مطالعه در جدول ۲ می توان بیان کرد که سطح نمره در زمان پیگیری نسبت به پس آزمون تغییر معنی داری نداشته، ولی نسبت به پیش آزمون این تغییر وجود داشته است؛ به طوری که می توان گفت آموزش مهارت های معنوی بر کاهش احساس تنهایی دانش آموزان تا مرحله پیگیری مؤثر بوده است.

جدول ۴: آزمون آنالیز کوواریانس بر امنیت روانی در طی مطالعه

زمان	منبع تغییرات	SS مجموع	df درجه آزادی	MS میانگین	F آماره فیشر	مقدار احتمال	اندازه اثر	توان آزمون
پس آزمون	اثر گروه	۴۰۵۶/۷۸۹	۱	۴۰۵۶/۷۸۹	۱۶۴/۷۲۸	۰/۰۰۰	۰/۸۰۱	۱/۰۰۰
پیگیری	اثر گروه	۳۷/۰۴۴	۱	۳۷/۰۴۴	۱/۷۷۳	۰/۱۹۰	۰/۰۴۱	۰/۲۵۵

نتایج جدول ۴ نشان داد آموزش مهارت های معنوی بر امنیت روانی دانش آموزان دختر مقطع متوسطه اول تأثیر معنی دار دارد ($P < 0/05$). اندازه اثر برابر با ۰/۸۰۱ به دست آمده است. آموزش مهارت های معنوی منجر به افزایش معنی دار سطح نمره امنیت روانی در بعد از مداخله در دانش آموزان گردیده است. تغییرات صورت گرفته در مرحله پیگیری نسبت به مرحله پس آزمون معنی دار نبوده ($P > 0/05$)؛ به طوری که اندازه اثر آن برابر با ۰/۰۴۱ به دست آمده است، ولی با توجه به مقدار نمره کسب شده از امنیت روانی در طی مطالعه از جدول ۲ ملاحظه می شود اگر چه تغییرات صورت گرفته در طی زمان پس آزمون تا پیگیری معنی دار نبوده، اما تغییر نمره نسبت به مرحله پیش آزمون وجود داشته است و این دلالت بر مؤثر بودن آموزش در بهبود و ارتقای وضعیت امنیت روانی دانش آموزان داشته است.

جدول ۵: آزمون آنالیز کوواریانس مربوط به مؤلفه‌های امنیت روانی در طی مطالعه

مؤلفه	زمان	منبع تغییرات	مجموع مربعات SS	درجه آزادی df	میانگین مربعات MS	آماره فشر F	مقدار احتمال	اندازه اثر	توان آزمون
ادراک واقعیت، سازگاری، امنیت اجتماعی و عاطفی و موفقیت در کار	پس آزمون	اثر گروه	۱۳۷/۵۱۲	۱	۱۳۷/۵۱۲	۴۲/۶۶۱	۰/۰۰۰	۰/۵۱۰	۱/۰۰۰
	پیگیری	اثر گروه	۲/۰۳۰	۱	۲/۰۳۰	۰/۶۶۶	۰/۴۱۹	۰/۰۱۶	۰/۱۲۵
عدم احساس حقارت و طرد شدن، عدم تعارض خانوادگی ایمنی شخصی و هیجانی	پس آزمون	اثر گروه	۵۸/۸۲۷	۱	۵۸/۸۲۷	۲۹/۸۶۹	۰/۰۰۰	۰/۴۲۱	۱/۰۰۰
	پیگیری	اثر گروه	۱/۲۲۷	۱	۱/۲۲۷	۶۴۳/۰	۰/۴۲۷	۰/۰۱۵	۱۲۳/۰
اعتماد به نفس، احساس ارزش و خودآگاهی	پس آزمون	اثر گروه	۲۵/۵۶۳	۱	۲۵/۵۶۳	۳۴/۹۸۲	۰/۰۰۰	۰/۴۶۰	۱/۰۰۰
	پیگیری	اثر گروه	۱/۶۴۱	۱	۱/۶۴۱	۲/۰۳۱	۰/۰۸۹	۰/۰۶۹	۰/۳۹۸
عدم تنیدگی و تنش هیجانی، عدم عصبيت و آشفتگی	پس آزمون	اثر گروه	۲۶/۸۳۲	۱	۲۶/۸۳۲	۴۱/۵۶۸	۰/۰۰۰	۰/۵۰۳	۱/۰۰۰
	پیگیری	اثر گروه	۰/۰۰۱	۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۹۷۰	۰/۰۰۰	۰/۰۵۰
عدم احساس خود کم بینی، عدم بدگمانی و هراس عمومی	پس آزمون	اثر گروه	۲۷/۰۳۴	۱	۲۷/۰۳۴	۴۰/۸۸۳	۰/۰۰۰	۰/۴۹۹	۱/۰۰۰
	پیگیری	اثر گروه	۰/۲۱۵	۱	۰/۲۱۵	۰/۲۴۸	۰/۶۲۱	۰/۰۰۶	۰/۰۷۸
سازگاری - صمیمی بودن - مقبولیت و پیوستگی با دیگران	پس آزمون	اثر گروه	۵۶/۵۴۰	۱	۵۶/۵۴۰	۵۶/۰۹۵	۰/۰۰۰	۰/۵۷۸	۱/۰۰۰
	پیگیری	اثر گروه	۰/۱۳۰	۱	۰/۱۳۰	۰/۱۰۰	۰/۷۵۳	۰/۰۰۲	۰/۰۶۱
عدم نگرانی و ترس از آینده	پس آزمون	اثر گروه	۵/۳۷۸	۱	۵/۳۷۸	۱۴/۴۲۹	۰/۰۰۰	۰/۲۶۰	۰/۹۶۰
	پیگیری	اثر گروه	۱/۱۵۲	۱	۱/۱۵۲	۲/۴۲۲	۰/۱۲۷	۰/۰۵۶	۰/۳۳۰

۰/۹۳۰	۰/۳۳۲	۰/۰۰۱	۱۲/۳۷۲	۴/۷۰۸	۱	۴/۷۰۸	اثر گروه	پس آزمون	احساس حرمت و ایمنی
۰/۲۷۸	۰/۰۴۶	۰/۱۶۸	۱/۹۶۷	۰/۶۵۸	۱	۰/۶۵۸	اثر گروه	پیگیری	
۰/۹۸۷	۰/۳۱۱	۰/۰۰۰	۱۸/۴۸۴	۵/۱۱۴	۱	۵/۱۱۴	اثر گروه	پس آزمون	علاقه اجتماعی، همدردی و گرایش به مسئله گشایی
۰/۰۹۶	۰/۰۱۰	۰/۵۲۶	۰/۴۰۹	۰/۱۴۹	۱	۰/۱۴۹	اثر گروه	پیگیری	
۰/۹۸۴	۰/۳۰۲	۰/۰۰۰	۱۷/۷۱۱	۶/۳۳۱	۱	۶/۳۳۱	اثر گروه	پس آزمون	عدم انزوا
۰/۴۷۴	۰/۰۸۴	۰/۰۵۹	۳/۷۶۳	۱/۱۲۶	۱	۱/۱۲۶	اثر گروه	پیگیری	

نتایج جدول ۵ نشان داد آموزش مهارت های معنوی بر تمامی مولفه های تشکیل دهنده امنیت روانی در دانش آموزان دختر مقطع متوسطه اول ناحیه ۲ تأثیر معنی دار دارد ($P < 0/05$) - مقادیر اندازه اثر بیانگر تأثیر متوسط مداخله در اکثریت مولفه های امنیت روانی بوده است. تغییرات صورت گرفته در مرحله پیگیری نسبت به مرحله پس آزمون در مولفه های امنیت روانی معنی دار نبوده است ($P > 0/05$) و مقادیر اندازه اثر در تمامی مولفه ها در سطح پایین قرار گرفته است. بنابراین با توجه به مقدار نمرات کسب شده در طی مطالعه، ملاحظه می شود اگر چه میزان تغییرات صورت گرفته در دو گروه در طی زمان پس آزمون تا پیگیری معنی دار نبوده، ولی تغییر نمره نسبت به مرحله پیش آزمون وجود داشته است و این دلالت بر اثر بخشی آموزش در بهبود وضعیت مولفه ها دارد.

بحث و نتیجه گیری

بررسی و تحلیل یافته ها نشان داد آموزش مهارت های معنوی بر میزان احساس تنهایی تأثیر معنادار داشته است و این تغییر تا مرحله پیگیری پایدار مانده است. یافته های پژوهش حاضر با یافته های قابضی و همکاران (۱۳۹۴)، امانی و همکاران (۱۳۹۳) و رویچ و ونگاس (۲۰۱۲) همسو می باشد. باورها و مهارت های معنوی فرد را مجهز به مجموعه ای از توانمندی های شناختی، رفتاری و هیجانی می نماید که فرد می تواند با کاربرست آنها در مشکلات روزمره از اسنادهای سازگار شناختی و رفتارهای پخته هیجانی و رفتاری بهره مند گردد. مجموعه این پیامدها می تواند به عنوان تکیه گاه ها روانی به ویژه در شرایط سخت و احساس تنهایی در زندگی شود. از سویی، مجموعه این مهارت ها می تواند زمینه ساز دستیابی به دلبستگی ایمن و ادراک سالمی از خداوند گردد که به همراهی همیشگی و مقتدرانه خداوند در زندگی بیشتر توجه می کند و احساس تنهایی اش کاهش یابد. آموزش مهارت خودآگاهی معنوی که در آن فرد میزان رابطه خود را با خدا و معنویت می سنجد و پی به وجود خدا در همه شرایط می برد، باعث می شود که با انس با خدا از تنهایی فرد کاسته شود. با مهارت بخشایش گری در ترسیم روابط بین فردی، زمانی که فرد در روابط بین فردی دچار مشکل می شود با اجرای مراحل بخشش و گذشت از قطع روابط پرهیز می کند و باعث بهبود روابطش در مدرسه، جامعه و خانواده می شود و از تنهایی دور می گردد. هرچه فرد احساس صمیمیت و نزدیکی بیشتری نسبت به خدا داشته باشد و بر این باور باشد که خداوند بندگان خود را دوست دارد و آنها را مورد عنایت و رحمت خویش قرار می دهد

و در سختی ها به آنها یاری می رساند، احساس آرامش بیشتری دارد و هیجانات منفی مانند احساس تنهایی در او کاهش پیدا خواهد یافت (کرکپاتریک، ۱۹۹۹). یکی از مولفه های مهم مهارت های معنوی، تصور درست از خداوند است. عقاید افراد درباره ویژگی ها و صفات بالقوه خداوند مانند خداوند مهربان، خداوند آرامش بخش، خداوند قدرت مند و خدای کیفردهنده می تواند بر مفهوم خدای آنان دلالت داشته باشد. بیش نسبت به تصور از خدا، پیش نیازی برای درک کامل از رابطه فرد با خداوند به ویژه در شرایط سخت زندگی است.

همچنین، آموزش مهارت های معنوی بر امنیت روانی تأثیری معنادار دارد و این تغییر تا مرحله پیگیری پایدار مانده است. یافته های پژوهش حاضر با یافته های برونزاده و کریمی ثانی (۱۳۹۳)، احمري و احمدي ازغندی (۱۳۹۰)، لوچتی و همکاران (۲۰۱۲)، کزدي و همکاران (۲۰۱۰) و ویلیامز (۲۰۱۰) همسو بوده است. دانش آموز با کسب مهارت های معنوی می آموزد که خداوند اساس ایمنی است و احساس قدرت می کند و در لحظات اضطراب و ترس، اعتماد به نفس بالایی از خود نشان می دهد و با تکیه بر موجودی که بر عزت و اقتدار او هیچ نقصی نمی رسد، قادر مطلق و توانمند به انجام هرکاری است و نقص ها و ضعف های آنهايي که به او تکیه می کنند جبران می کند، از لحاظ امنیت روانی، دارای اعتماد به نفس بالا، امنیت و عدم نگرانی و ترس از آینده می شود. ادراک خدا با دیگر متغیرهای روانی ارتباط دارد. انگاره ذهنی مثبت به خدا داشتن و ارتباط نزدیک با خداوند را حفظ کردن موجب افزایش سلامت روان می شود (قنبری هاشم آبادی و همکاران، ۱۳۹۱). نتایج تحقیق بیانگر آن بوده که آموزش مهارت های معنوی بر مولفه های امنیت روانی تأثیری معنادار داشته و این تغییر تا مرحله پیگیری پایدار مانده است. یافته ها در زمینه ادراک و اقیعت، سازگاری، امنیت عاطفی، امنیت اجتماعی و موفقیت در کار، عدم احساس حقارت و طرد شدن، تعارض خانوادگی، افسردگی و وابستگی، نایمینی شخصی و نایمینی هیجانی با یافته های مطالعات احتشام زاده، برنا و یوسفی (۱۳۹۰) همسوست. در زمینه اعتماد به نفس، اطمینان به خود، احساس ارزش شخصی، موفق بودن در کار و خودآگاهی، نتایج احمري و احمدي ازغندی (۱۳۹۰) با نتایج مطالعه حاضر همسو می باشد. در زمینه عدم تنیدگی، تنش هیجانی، عصبیت و آشفتگی، نتایج ما با مطالعات یعقوبی، سهراب و محمدزاده (۱۳۹۱)، غلامی و بشلیده (۱۳۹۰) و کوزسکی و همکاران (۲۰۱۰) همسوست. در زمینه سازگاری، صمیمی بودن، مقبولیت و پیوستگی با دیگران، فیسچر، آبی، آیدین، افری و هاسلم^۱ (۲۰۱۰) نتایجی همسو را گزارش کرده اند. در زمینه احساس حرمت (نسبت به خود و غیره) و احساس ایمنی، لوچتی و همکاران (۲۰۱۲) نتایجی همسو با مطالعه حاضر را گزارش کرده اند.

دانش آموزان با فراگیری مهارت معنوی ذکر می توانند یکی از مولفه های نایمینی که داشتن اضطراب است را با شیوه درست ذکر گفتن و رعایت شرایط ذکر گفتن و با ذکر "با یاد خدا دل ها آرام می گیرد" کنترل کنند. به نظر می رسد می توان خدا را موضوع دل بستگی در نظر گرفت که به انسان آرامش و ایمنی می بخشد و سبب می شود بتواند موقعیت های مهار ناشدنی را در اختیار درآورد. حالت اطمینان، امنیت، آرامش و سکون قلبی که از اعتقاد و اعتماد به منبع و قدرتی برتر و متفاوت از عوامل مادی و پیرامونی ناشی می شود باعث افزایش امید، رضایتمندی و نشاط درونی می گردد و در نهایت به سلامت و تعالی همه جانبه انسان کمک می کند (بوالهري، ۱۳۸۹). آموزش مهارت های معنوی به دلیل تاکید بر تجربه ارتباط معنادار و سالم با خود، دیگران و قدرت برتر در رفتارها و عکس العمل های روزمره، زمینه ساز قابلیت ارتباط موزون و هماهنگ با خداوند، خویشتن و دیگران می شود و موجب تغییر و اصلاح روابط فردی و اجتماعی و حل تعارضات فردی و گروهی به صورت معتدل و متوازن می گردد.

از نظر قرآن تنها در پرتو یاد خداست که انسان به آرامش می رسد؛ همان گونه که می فرماید: "با یاد خدا دل ها آرامش می یابد". مقام خداوند مقام انس است و هرکس با یاد خداوند با این مقام ارتباط برقرار سازد، از امنیت و آرامش برخوردار است (غباری بناب، ۱۳۸۸). با اجرای مهارت بخشایشگری می توانند هیجانات منفی که در اثر صدمه دیدن توسط فرد آزاردهنده در آنها ایجاد می شوند را کاهش دهند، به سازگاری و امنیت و آرامش برسند و از آثار کینه و نفرت رها شوند. بخشودگی، یک مداخله درمانی قوی است که افراد را از خشم و احساس گناهی که نتیجه خشم ناهشیار است، رها می کند. علاوه بر این، فردی که می بخشد، از کنترل ظریف و ناآگاه متخلف رها می شود. رها کردن دیگران، به معنی رها کردن خود است (بنسون، ۲۰۱۰). بنابراین، دانش آموزان با فراگیری مهارت های معنوی یاد گرفتند که احساس خود کم بینی، تنش هیجانی، اضطراب و نگرانی را کاهش دهند و بر میزان سازگاری، مشکل گشایی و احساس ایمنی و علاقه اجتماعی خود بیفزایند.

پیشنهادهای

- برگزاری کارگاه هایی در زمینه آموزش مهارت های معنوی از قبیل خودآگاهی، توکل، ذکر، بخشش، حل مسئله و صبر در نوجوانان در کنار تعلیم مهارت های زندگی برای مشاوران مدارس با هدف تسلط هر چه بیشتر در زمینه آموزش این مهارت ها؛
- اهتمام هر چه بیشتر دست اندرکاران تعلیم و تربیت به آموزش مهارت های معنوی در طراحی محتوای کتب درسی دانش آموزان؛
- بررسی تاثیر آموزش مهارت های معنوی بر متغیرهای دیگر روانشناسی مانند سخت رویی و امیدواری؛
- مقایسه اثربخشی پروتکل های مختلف مهارت های معنوی؛
- استفاده از آموزش مهارت های معنوی در حوزه خدمات پیشگیری اولیه و متغیرهای روان شناسی مثبت.

- آقاعلی، فاطمه. (۱۳۸۸). "مطالعه تاثیر مشاوره گروهی شناختی- رفتاری با تاکید بر اندیشه های معنوی در افزایش معنویت و سلامت بیماران ام اس استان قم". پایان نامه کارشناسی ارشد مشاوره، دانشگاه الزهراء(س).
- احتشام زاده، پروین؛ برنا، محمدرضا و یوسفی، مریم. (۱۳۹۰). "بررسی رابطه جهت گیری مذهبی و باورهای غیر منطقی با افسردگی بیماران MS". یافته های نو در روانشناسی. سال پنجم، شماره ۲۰، صص ۵۵-۶۷.
- احمري، حسين و احمدي ازغندي، حسن. (۱۳۹۰). "بررسی تاثیر نقش نماز بر شخصیت جوانان". مجله مطالعات جامعه شناختی جوانان. شماره ۴، ص ۹.
- امانی، احمد؛ یوسفی، ناصر و احمدي، سرور. (۱۳۹۳). "اثربخشی معنادرمانی به شیوه گروهی برتاب آوری و احساس تنهایی دانشجویان دختر دارای نشانگان ضربه عشق". فصلنامه پژوهش های مشاوره. شماره ۴۹، صص ۸۱-۱۰۳.
- بخشیان، مریم؛ جعفریورعلوی، مهشید؛ پرویزی، سرور و حقانی، حمید. (۱۳۸۹). "رابطه سلامت معنوی و کیفیت زندگی در مبتلایان به مولتیپل اسلکلروزیس". مجله تحقیقات علوم پزشکی زاهدان (طیب شرق). دوره ۱۲، شماره ۹، صص ۲۹-۳۳.
- برومندزاده، نیلوفر و کریمی ثانی، پرویز. (۱۳۹۳). "تعیین اثربخشی آموزش مهارت های معنوی بر سلامت عمومی واضطراب دانش آموزان دختر دوره متوسطه شهر تبریز". نشریه علمی- پژوهشی آموزش در ارزشیابی. سال هشتم، شماره ۳۱، صص ۳۳-۹.
- بنایان سفید، محمد. (۱۳۸۰). "رابطه امنیت روانی و کتابخوانی". فصلنامه پیام بهارستان. شماره ۴، صص ۶-۵.
- بوالهري، جعفر؛ میرزایی، مصلح و قائم پناه، زینب. (۱۳۹۲). مهارت های معنوی: کتاب ویژه مربیان. مرکز مشاوره دانشگاه تهران.
- جوکار، بهرام و سلیمی، عظیم. (۱۳۹۰). "ویژگی های روانسنجی فرم کوتاه مقیاس احساس تنهایی اجتماعی و عاطفی بزرگسالان". مجله علوم رفتاری. شماره ۵ و ۴، صص ۳۱۷-۳۱۱.
- حجتی، حمید؛ مطلق، معصومه؛ نوری، فرشته؛ شریف نیا، سید حمید؛ محمد نژاد، اسماعیل و حیدری، بهروز. (۱۳۹۳). "ارتباط ابعاد مختلف دعا با سلامت معنوی بیماران تحت درمان با همدیالیز". پرستاری مراقبت ویژه. دوره دوم، ش ۱، صص ۷-۸.
- دژکام، محمد رضا. (۱۳۹۲). مهارت های زندگی. تهران: انتشارات دنیس
- رحیم زاده، سوسن. (۱۳۸۹). مفهوم سازی ها و اندازه های احساس تنهایی: مقایسه زیرمقیاس ها. فصلنامه روانشناسی تحولی: روانشناسان ایران. ۲۳، صص ۲۷۹-۲۷۷.
- سعادت، محمد. (۱۳۸۸). احساس تنهایی وانزوا. مجتمع فرهنگی آموزشی علامه طباطبایی.
- شاملو، سعید. (۱۳۸۷). بهداشت روانی. تهران: انتشارات رشد
- شعاری نژاد، علی اکبر. (۱۳۸۶). فرهنگ علوم رفتاری. تهران: پیام آزادی
- سام آرا، عزت الله؛ هزارجریبی، جعفر؛ فداکار، محمدمهدی؛ کرمی، محمدتقی و شمسایی، محمدمهدی. (۱۳۹۱). "سلامت معنوی؛ چاقوب، محدوده و مولفه های مبتنی بر آموزه های اسلام". فصلنامه برنامه ریزی و توسعه اجتماعی. شماره ۱۴.
- صادقی، آمنه. (۱۳۹۵). "رابطه بین امنیت روانی، هویت یابی و عزت نفس در دانش آموزان دوره متوسطه شهرستان بروجرد". چهارمین کنفرانس ملی توسعه پایدار در علوم تربیتی و روانشناسی، مطالعات

اجتماعی و فرهنگی.

- عباسی، محمود؛ عزیزی، فریدون؛ شمسی گوشکی، احسان؛ ناصری راد، محسن و اکبری لاکه، مریم. (۱۳۹۱). "تعریف مفهومی و عملیات سازی سلامت معنوی". فصلنامه اخلاق پزشکی (مرکز تحقیقات اخلاق و حقوق پزشکی). دوره ۶، شماره ۲۰، صص ۱۱-۴۴.
- غباری بناب، باقر؛ متولی پور، عباس و حبیبی عسگرآباد، مجتبی. (۱۳۸۸). "رابطه اضطراب و افسردگی با میزان معنویت در دانشجویان دانشگاه تهران". فصلنامه روانشناسی کاربردی. شماره ۲(۱۰)، صص ۱۲۳-۱۱۰.
- غلامی، علی و بشلیده، کیومرث. (۱۳۹۰). "اثربخشی معنویت درمانی بر سلامت روان زنان مطلقه شهرستان لامرد". فصلنامه مشاوره و روان درمانی خانواده. سال اول، شماره ۳، صص ۳۴۸-۳۳۱.
- فتحی، یوسف. (۱۳۹۱). "رابطه احساس امنیت و بهداشت روانی در قرآن کریم". پژوهشنامه معارف قرآنی. شماره ۱۰، ص ۹۹.
- قابضی، فاطمه؛ پاکدامن، شهلا؛ فتح آبادی، جلیل؛ حسن زاده توکلی، محمدرضا. (۱۳۹۴). "تاثیر زیارت بر ابعاد مثبت و منفی احساس تنهایی دانشجویان". فصلنامه علمی پژوهشی راهبرد فرهنگ. دوره نهم، شماره ۳۳، صص ۱۵۳-۱۱۷.
- قنبری هاشم آبادی، بهرام؛ علی اشرف، سید محمد حسن و قنبری هاشم آبادی، محمدرضا. (۱۳۹۱). "بررسی ارتباط ادراک از خدا با خودپنداره و خودکارآمدی با توجه به متغیرهای فردی در میان دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد". مجله پژوهش های روانشناسی بالینی و مشاوره. ۲(۱): ۱۸۰-۱۶۵.
- محمدپور، احمدرضا. (۱۳۸۹). مهارت های معنوی، چهارچوب نظری. انستیتو روانپزشکی تهران
- میرعرب، مهرداد. (۱۳۸۹). "نیم نگاهی به مفهوم امنیت". مجله علوم سیاسی. سال سوم، شماره ۹.
- نارویی نصرتی، رحیم. (۱۳۹۳). "نمودهای وسواس - ناخودداری و ارسی در میان افراد مذهبی و راهکارهای درمانی آن براساس روایات اسلامی". فصلنامه علمی - پژوهشی روانشناسی و دین. شماره ۲۸، صص ۴۰-۲۳.
- نودری، معصومه. (۱۳۹۱). "مقایسه چشم انداز زمانی، رشد معنویت و نگرش نسبت به مرگ در بیماران مبتلا به سرطان، دیابت و افراد سالم شهر ساری". پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد، واحد ساری.
- یعقوبی، حسن؛ سهراب، فرامرز و محمدزاده، علی. (۱۳۹۱). "مقایسه اثربخشی درمان شناختی - رفتاری و روان درمانی معنوی - مذهبی مبتنی بر آموزه های اسلام بر کاهش اضطراب آشکار دانشجویان". تحقیقات علوم رفتاری. ۱۰(۲).
- Benson, C. K. (2010). "Forgiveness and the psychotherapeutic process". Journal of psychology and Christianity, v. 11 (1), p. 76-81.
- Cotton, S. Larkin, E. Hoopes, A. Cromer, B. A. & Rosenthal, S. L. (2005). "The impact of adolescent spirituality on depressive symptoms and health risk behaviors". Journal of adolescent health, 36: 520-540.
- Fischer, P., Ai, A. L., Aydin, N., Frey, D., & Haslam, S. A. (2010). "The relationship between religious identity and preferred coping strategies: An examination of the relative importance of interpersonal and intrapersonal coping in Muslim and Christian faiths". Review of General Psychology, 14(4), 365.
- Hourani, L. L., Williams, J., Forman-Hoffman, V., Lane, M. E., Weimer, B., & Bray, R. M. (2012). "Influence of spirituality on depression, posttraumatic stress disorder, and suicidality in active duty military personnel". Depression research

and treatment, 2012.

- Kézdy, A., Martos, T., Boland, V., & Horváth-Szabó, K. (2011). **“Religious doubts and mental health in adolescence and young adulthood: The association with religious attitudes”**. Journal of Adolescence, 34(1), 39-47.
- Koszycki, D., Raab, K., Aldosary, F., & Bradwejn, J. (2010). **“A multifaitth spiritually based intervention for generalized anxiety disorder: A pilot randomized trial”**. Journal of clinical psychology, 66(4), 430-441.
- Hosseini, M., Elias, H., Krauss, S. E., & Aishah, S. (2010). **“A review study on spiritual intelligence, adolescence and spiritual intelligence, factors that may contribute to individual differences in spiritual intelligence, and the related theories”**. International Journal of Psychological Studies, 2(2), 179.
- Krik Patrick , L .A. (1999) . **Hand book of attachment :Theory , reseearchand Clinical application**. NY:Guliford Press. V,12,25-29.
- Liu, L., Gou , Z., and Zuo, J. (2014). **“Social support mediates Loneliness and depression elderly people”**. JournalHealth Psychol, 3(1),78-9.
- Lucchetti, G., Vera, A. V. D., Lucchetti, A. L. G., Peres, M. F., & Bassi, R. M. (2012). **Integrating spirituality into primary care**. INTECH Open Access Publisher.
- Reily B. B., Perna, R., Tate D. G. (1998). **“Type of spiritual well-being among person with chronic illness: Their relationship to various forms of quality of life”**. Arch Phys Med Rehabil, 79(3): 258-264
- Revheim, N.,and Greenberg , W . M. (2007). **“Spirituality matters: creating a time and place for hope”**. psychiatric rehabiltion Journal, 30(4),307-310.
- Rokach , A ., and Venegas, G. (2012). **“Can religiosity affect how we cope with loneliness?”**. European psychiatry,27(1).
- Steinberg, L. (2014). **Age of opportunity: Lessons from the new science of adolescence”**. Boston, MA: Houghton Mifflin Harcourt
- Williams, A. (2010). **“Spiritual therapeutic andhealing : Acase study of st .Anne de Beaupre, Quebec, Canada”**. Social science &medicine ,70,160-1633.

بررسی تأثیر عضویت در شبکه اجتماعی پیام رسان تلگرام بر رشد هویت بازانديشانه جوانان (مطالعه موردی: دانشجويان دانشگاه آزاد تهران شرق)

امر الله امانی کلاریجانی^۱

منيره تافته^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۴/۲۰

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۶/۴

امروزه شبکه های مجازی به طور عام و تلگرام به طور خاص بر همه حوزه های زندگی اجتماعی از جمله هویت تأثیر گذار شده اند. یکی از مهمترین انواع هویت، هویت بازانديشانه می باشد که این پژوهش بر آن است تا تأثیر عضویت در یکی از شبکه های اجتماعی مجازی با نام تلگرام را بر آن مورد بررسی و تفحص قرار دهد. برای تحقق این هدف، پژوهش حاضر بر روی دانشجویان ۱۸-۳۰ ساله دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق در سال تحصیلی ۱۳۹۵ متمرکز گردید. شمار کلی این دانشجویان ۱۱۷۴۹ نفر بود که با استفاده از فرمول کوکران ۳۷۲ نفر و جهت اعتبار بیشتر پاسخ ها ۳۸۴ نمونه جهت سنجش فرضیه ها بر مبنای نمونه گیری غیراحتمالی اتفاقی انتخاب گردید. پس از توزیع، تکمیل و جمع آوری پرسشنامه ها، تجزیه و تحلیل آنها بر مبنای دو نرم افزار spss و lisrel صورت گرفت. یافته ها بیانگر آن است که ۹۴/۳ درصد از نمونه های پژوهش در شبکه های مجازی، ۸۸/۸ درصد از آنها در تلگرام، ۸۶/۲ درصد در گروه های تلگرام و ۶۷/۷ درصد در کانال های تلگرام عضویت دارند. همچنین، یافته ها نشان می دهد ضریب تأثیر میزان استفاده از شبکه مجازی تلگرام با مقدار ۰/۲۷، میزان گروه های عضو در تلگرام با ضریب تأثیر ۰/۲۱، استفاده از کانال های تلگرام با ضریب تأثیر ۰/۱۴، مشارکت شبکه ای تلگرام با ضریب تأثیر ۰/۲۳، در سطح اطمینان ۰/۹۹ و استفاده از استیکرهای تلگرام با ضریب تأثیر ۰/۱۶ در سطح اطمینان ۰/۹۵ بر هویت بازانديشانه دارای تأثیر معنادار بوده اند. نتایج بیانگر آن است که شرط لازم برای بازانديشی در هویت، داشتن ارتباط با دیگر افراد در این شبکه هاست.

واژگان کلیدی: شبکه اجتماعی، شبکه پیام رسان، تلگرام، هویت و هویت بازانديشانه

۱. استادیار، علوم اجتماعی، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲. کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

مقدمه

هویت، به عنوان یکی از منابع شناخت، از مسائل مهم جوامع بشری است. منابع شکل دهنده هویت در جوامع گذشته، از قبل تولد مشخص بود و هویت افراد بیشتر جنبه انتسابی داشت. در واقع در گذشته، مکان نقش کلیدی در خلق هویت اجتماعی افراد داشت، ولی امروزه ظهور اشکال جدید ارتباطی این امکان را فراهم آورده است که هویت افراد به شیوه انتخابی تری شکل گیرد. اکنون فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی با عرضه انبوه منابع اجتماعی و فرهنگی هویت آفرین و وسعت دادن به روابط اجتماعی و تعلقات گروهی و آزادی و استقلال نسبی افراد در جامعه و رواج ارزش ها، پیام ها و اندیشه های نوگرایانه، رابطه فرد با هویت خود را دستخوش تغییر کرده و هویت را به موضوعی انتخابی و بازانديشانه مبدل نموده اند (تامپسون، ۱۳۸۹: ۱۴۵). بازانديشی، یک ظرفیت اجتماعی است که به فرد اجازه می دهد به عقب برگردد و هویت خود را بدون توجه به سنت که دارای مرزهای سفت و سخت می باشد دوباره در نظر آورد و درباره خود تأمل و بازانديشی کند (کرسلی^۱، ۲۰۰۵: ۲). بازانديشی در زندگی اجتماعی مدرن دربرگیرنده این واقعیت است که عملکردهای اجتماعی پیوسته بازسنجی می شود و در پرتو اطلاعات تازه درباره خود، اصلاح شده و بدین سان خصلتشان را به گونه ای اساسی دگرگون می سازد (گیدنز، ۱۳۸۴: ۴۶). به نظر می رسد یکی از منابع این اطلاعات تازه و تشویق به بازانديشی هویت، شبکه های مجازی باشند.

جامعه ایران نیز چندی است که علاوه بر گسترش فراگیر رسانه های همگانی نظیر تلویزیون، رادیو و مطبوعات، ارتباطات برون مرزی را از طریق اینترنت و شبکه های اجتماعی مجازی همچون تلگرام تجربه می کند. این فناوری های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، با دارا بودن توأمان و ویژگی های رسانه های سرد و گرم، امکان همزمان ارتباط دیداری، شنیداری، گفتاری و نوشتاری را به کاربران می دهند. اینترنت و شبکه های مجازی با برخورداری از قابلیت ارتباط دو سویه، امکان برقراری ارتباط آزاد، ایمن و گمنام با افراد مختلف از هر قشر، نژاد، قومیت، ملیت و مذهب را برای کاربران فراهم می کنند (عدلی پور و همکاران: ۱۳۹۲). بررسی های صورت گرفته پیرامون استفاده کاربران ایرانی از نرم افزارهای کاربردی موبایل نشان می دهد بالغ بر ۸۰ درصد کاربران ایرانی سیستم عامل های اندروید از فروشگاه کافه بازار برای خرید نرم افزارهای خود کمک می گیرند که در این فروشگاه سهم اپلیکیشن های کاربردی مانند وی چت، وایبر، واتس آپ، تانگو و اینستاگرام که این روزها در دایره توجهات قرار دارد، بالغ بر یک میلیون دانلود است (جعفری، ۱۳۹۵: ۷). همچنین آمارهای مختلف حاکی از آن است که ۹۳/۸ درصد از جوانان شهر تهران در شبکه های مجازی عضویت دارند، ۷۹ درصد از نمونه های پژوهش در تلگرام عضویت دارند - بیشترین عضویت در مقایسه با سایر شبکه ها - و میزان استفاده از سایر شبکه های مجازی نیز بیشتر بوده است، زیرا که پژوهش های پیشین بیانگر آن هستند که ۶/۴ درصد از جوانان تهرانی بیشتر از ۳ ساعت در شبانه روز از تلگرام استفاده می کنند (جعفری، ۱۳۹۵: ۱۹۸-۹۹).

لذا با افزایش ترویج شبکه های اجتماعی موبایلی در بین مردم به ویژه نسل جدید و میزان استفاده وافر از آن، باید در پی تأثیرات آتی آن بود. در صورتی که به پژوهش های صورت گرفته، نظری بیاندازیم، می توان گفت شاهد دوست یابی و روابط اجتماعی جدید هستیم (پمپک^۲ و همکاران، ۲۰۰۹). با توجه به اقبال روز افزون اقشار مختلف جامعه و به ویژه جوانان و دانشجویان به شبکه های اجتماعی، پژوهش حاضر بر دانشجویان که معمولاً قشر جوان جامعه هستند، متمرکز شده است. انتخاب دانشجویان از دو نظر اهمیت

1. crossly

2. Pempek

داشته است:

اولاً، براساس آمارهای موجود، ضریب نفوذ اینترنت در میان کل جمعیت ایران حدود ۶۴ درصد است، حال آن که همین نسبت در میان دانشجویان به ۷۹ درصد می رسد.

ثانیاً، بیشتر دانشجویان در گروه سنی ۱۸ تا ۳۰ سال یعنی دوران هویت یابی قرار دارند و به همین دلیل، در برخورد با پیام های رسانه های چند بعدی اینترنت و فضای حاکم بر فضای مجازی شبکه اجتماعی تلگرام، بیشترین تأثیرات را دریافت می کنند (عدلی پور و همکاران، ۱۳۹۲).

لذا با توجه به فراگیر شدن استفاده از شبکه های اجتماعی در ایران و از آنجا که دانشجویان بخش مهمی از سرمایه انسانی جامعه را شکل می دهند، شناخت این که آنان چگونه از قابلیت های شبکه اجتماعی استفاده می کنند و از آن تأثیر می پذیرند به یک مسأله اجتماعی تبدیل شده است. همچنین با توجه به حجم نامحدود اطلاعات در شبکه های اجتماعی به خصوص تلگرام و ابزارهای سریع ارتباطی، نوجوانان و جوانان با ابعاد مختلف هویت یابی مواجه می شوند که استفاده از این شبکه های اجتماعی نیز به طور تدریجی تأثیرات عمیقی بر هویت یابی آنان بر جای می گذارد و می تواند پنداشت ها و نگرش های آن ها را تغییر دهد. از این رو هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی نقش شبکه های اجتماعی به ویژه تلگرام بر هویت باز اندیشانه در میان دانشجویان می باشد. لذا سؤال کلی این پژوهش آن است:

عضویت در شبکه اجتماعی تلگرام چه تأثیری بر هویت بازاندیشانه در میان دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق دارد؟

پیشینه تجربی پژوهش

با تفحص و بررسی پژوهش های داخلی و خارجی موجود این نتیجه بر محقق هویدا گردید که با وجود پژوهش های صورت گرفته فراوان پیرامون شبکه های اجتماعی مجازی و هویت های قومی، زبانی، فرهنگی، سیاسی و ...، تاکنون هیچ پژوهشی به طور خاص درباره شبکه تلگرام که حدود ۳ سال است زندگی ایرانی ها را تلگرامی کرده، انجام نشده و هیچ پژوهشی در خصوص تأثیر کلی شبکه های مجازی بر هویت بازاندیشانه انجام نگرفته است. در مجموع، پژوهش هایی که به موضوع و متغیرهای پژوهش حاضر ارتباط نزدیکتری داشتند، در قالب جدول ۱ آورده شده اند.

جدول ۱: پیشینه تجربی پژوهش

عنوان پژوهش	نویسنده (گان) - سال	یافته ها
بررسی تأثیر اینترنت بر شکل و رشد هویت بازاندیشانه در میان دانشجویان دختر دانشکده روانشناسی و علوم اجتماعی	تبریزی نژاد (۱۳۹۰)	بین میزان علاقه مندی به اینترنت و نحوه ارائه خود در اینترنت رابطه وجود ندارد، ولی بین متغیرهای زمان مصرف، میزان مصرف، نوع مصرف و امکانات اینترنت و هویت بازاندیشانه رابطه وجود دارد.
تعامل در فیس بوک و تأثیر آن بر هویت مدرن جوانان شهر اصفهان	کیانپور، عدلی پور و ملک احمدی (۱۳۹۳)	بین مدت زمان عضویت، میزان استفاده، میزان مشارکت و فعالیت کاربران و واقعی تلقی کردن محتوای فیس بوک از سوی کاربران و هویت مدرن رابطه معنادار مثبتی وجود دارد. همچنین، فیس بوک از طریق بروز خود واقعی و تخلیه عاطفی، کسب توانمندی های روز و احساس جهان وطنی در بین کاربران خود باعث تقویت هویت مدرن آنها می شود.

تأثیر استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی جوانان شهر تهران	فلاحی و خلیج (۱۳۹۳)	رابطه معکوس میان میزان استفاده کاربران از شبکه های اجتماعی مجازی و هویت دینی افراد برقرار بود. همچنین، بین هویت مذهبی پاسخگویان و هویت اجتماعی آنان همبستگی و رابطه مثبت مشاهده شد.
شبکه اجتماعی فیس بوک و شکل گیری هویت باز اندیشانه در بین دانشجویان دانشگاه تبریز	عدلی پور، یزد خواستی و خاکسار (۱۳۹۲)	بین مدت زمان عضویت، میزان استفاده، میزان مشارکت و فعالیت، نوع استفاده و نوع امکانات و قابلیت های فیس بوک رابطه معنادار مثبتی وجود دارد.
اینترنت و هویت ملی در میان کاربران	ساروخانی و رضایی قادی (۱۳۹۱)	استفاده از اینترنت و شبکه های اجتماعی تأثیرات عمیقی بر ارزش های جوانان داشته و موجب شده نیازهایی که قبلاً توسط خانواده بر طرف می شد، امروزه از سوی این رسانه جدید مرتفع گردد؛ مثلاً در گذشته دوست یابی تحت نظر والدین صورت می گرفت، اما امروزه برخی جوانان با استفاده از سیاست های دوستیابی، گفتگو (چت) و امثال آن ها قادرند با افراد گوناگون و با فرهنگ های مختلف آشنا شوند. کاربران اینترنت بر خلاف نسل اول که در فضایی واقعی و حقیقی فعالیت می کردند، امروزه در فضایی مجازی مشغول هستند.
تأثیر اینترنت بر کیفیت ارتباط نوجوانان	گوستا و مش (۲۰۱۲)	نوجوانانی که معمولاً از اینترنت استفاده می کنند با والدین خود دچار مشکل هستند و این مسئله بر کیفیت ارتباط آن ها اثر می گذارد. دانش آموزان در تمام سنین ممکن است تا حد نزول نمره های درسی و به هم خوردن روابط دوستانه آن ها در اینترنت زمان صرف کنند.
ساخت هویت در فیس بوک	مارتین و همکارانش (۲۰۰۷)	هویت های ایجاد شده در این محیط با هویت های بر ساخته شده در محیط های آنلاینی که افراد در آن ها ناشناخته می مانند، متفاوت است. کاربران فیس بوک هویت های خود را بیشتر به صورت ضمنی ابراز می کنند و بیش از آنکه خود را در گفتار معرفی کنند، خود را نشان می دهند.
نقش اینترنت بر هویت	جان یان کیم (۲۰۰۹)	افراد با ویژگی های جمعیتی خاص- برای مثال زنان، مردان، نوجوانان و بزرگسالان- هر کدام پاسخ ها و واکنش های خاص و مرتبط با موقعیت خود را در اینترنت و گروه های مجازی بیان می کنند.

ادبیات نظری پژوهش

تعاریف شبکه اجتماعی

یک شبکه اجتماعی، ساختاری اجتماعی است که از گروه های فردی یا سازمانی تشکیل شده است که توسط یک یا چند نوع خاص از وابستگی به هم متصل اند (کاظمی، ۱۳۸۹: ۱۲). این وابستگی ها می توانند روابطی مانند دوستی، خویشاوندی، تعاملات تجاری و غیره باشند. به طور کلی، در تعریف شبکه های اجتماعی مجازی می توان گفت شبکه های اجتماعی، سایت هایی هستند که از یک سایت ساده مانند موتور جستجوگر با اضافه شدن امکاناتی مانند چت و ایمیل و امکانات دیگر خاصیت اشتراک گذاری را به کاربران خود ارائه می دهند. شبکه های اجتماعی مجازی، محل گردهمایی صدها میلیون کاربر اینترنت است که بدون

توجه به مرز، زبان، جنس و فرهنگ، به تعامل و تبادل اطلاعات می‌پردازند. در واقع، شبکه‌های اجتماعی برای افزایش و تقویت تعاملات اجتماعی در فضای مجازی طراحی شده‌اند. همچنین، از طریق اطلاعاتی که بر روی پروفایل افراد قرار می‌گیرد مانند عکس کاربر، اطلاعات شخصی و علایق - که همه این‌ها اطلاعاتی را در مورد هویت فرد فراهم می‌آورد - برقراری ارتباط تسهیل می‌گردد. کاربران می‌توانند پروفایل‌های دیگران را ببینند و از طریق برنامه‌های کاربردی مختلف مانند تلگرام و واتس‌آپ با یکدیگر ارتباط برقرار کنند (پمپک و همکاران، ۲۰۰۹: ۲۲۷). به نمره‌ای که فرد از پرسشنامه محقق ساخته ۲۲ گویه‌ای شبکه‌های اجتماعی (تأکید بر تلگرام) اخذ می‌کند، تعریف عملیاتی شبکه اجتماعی اطلاق شده است. در این پرسشنامه مؤلفه‌هایی چون: استفاده از استیکر، میزان و نوع عضویت در کانال‌ها، میزان و نوع عضویت در گروه‌ها، استفاده از ربات‌های تلگرام و ... به کار گرفته شده است.

تعاریف هویت بازاندیشانه

هویت به لحاظ معنوی از ریشه لاتین (idem) به معنای شباهت و پیوستگی گرفته شده است (مارشال، ۱۹۹۸: ۲۹۴). ساروخانی در دایره‌المعارف علوم اجتماعی از زبان گافمن هویت را چنین تعریف نموده: "کوشش فرد به منظور تحقق یکنواختی خویش است در شرایطی که در حال شکل دادن به رفتار خویش می‌باشد. در این صورت فرد بین من در "شرایط موجود" و "من واقعی" قرار می‌گیرد. در حالی که من در شرایط موجود به پایگاه اجتماعی و نقش‌های محول فرد اشاره دارد، من واقعی به توانایی‌های او بیرون از شرایطی که در آن جای یافته است، بر می‌گردد (ساروخانی، ۱۳۸۰: ۳۸۲).

هویت جمعی، معرف احساس تعلق فرد به گروه‌های اجتماعی یا واحدهای جمعی نظیر خانواده، طبقه اجتماعی، قوم، ملت و ... و احساس تعهد و وفاداری در برابر آنهاست. این نوع هویت که معمولاً با ضمیر جمع ما بیان می‌شود، رابطه فرد را با گروه‌های اجتماعی تنظیم می‌کند؛ ما کیستیم و دیگران کیستند (عبداللهی و حسین بر، ۱۳۸۱: ۱۰۷). در پژوهش حاضر این متغیر با الگوبرداری از پرسشنامه استاندارد بوستانی (۱۳۹۰) و ابعاد هویت بازاندیشانه عدلی پور (۱۳۹۲) طراحی شده است، ولی با توجه به ویژگی جامعه مورد مطالعه محقق سعی کرده است، تغییرات و اصلاحاتی در آن صورت دهد. در واقع، به نمره‌ای که فرد از این پرسشنامه ۳۲ گویه‌ای اتخاذ می‌نماید، بیان هویت بازاندیشانه فرد اطلاق می‌شود. این گویه‌ها در ۴ بعد ذائقه موسیقی، بازاندیشی در بدن، مدیریت بدن و هویت شخصی بازاندیشی مورد سنجش قرار می‌گیرد. تفکر بازاندیشانه با معرف‌های تجدید نظر در رفتار در نتیجه گفتگو با دوستان، توان استدلال در برابر انتقاد، توان دفاع از عقاید و دیدگاه‌ها مورد سنجش قرار گرفته است. بعد مدیریت بدن با معرف‌های کنترل وزن، آرایش و بهداشت و رفتارهای تغییر بدن (جراحی‌های زیبایی) سنجیده شده است. ذائقه موسیقی نیز بر اساس انواع موسیقی رپ، پاپ، جاز و... سنجیده شده و تصور بدن با بعد رضایت از بدن و ابراز زیبایی و آرایش سنجیده شده و گویه‌ها بر اساس طیف لیکرت تنظیم شده است.

نظریه‌های شبکه‌های اجتماعی و هویت بازاندیشانه: فرضیه‌های مستخرج از آن کاستلز

کاستلز معتقد است زندگی امروز ما در عمده‌ترین وجوه خود با دو جریان متضاد جهانی شدن و هویت شکل می‌گیرد و در دهه‌های پایانی قرن بیستم همراه با انقلاب فناوری، تغییر شکل سرمایه‌داری و فروپاشی شوروی این موج‌های نیرومند هویت‌های جمعی است که جهان ما را به لرزه درآورده است (کاستلز، ۱۳۸۵).

(۴۳۲). برداشت وی از هویت عبارت است از: فرایند معنا سازی بر اساس یک ویژگی فرهنگی که بر منابع معنایی دیگر الویت داده می‌شوند. به اعتقاد وی، شبکه اینترنت ستون فقرات ارتباطات جهانی از دهه ۱۹۹۰ به بعد است، چراکه به تدریج بیشتر شبکه‌های اجتماعی را به یکدیگر پیوند خواهد داد. مسئله بدین جا ختم نشده، بلکه انتشار اینترنت و شبکه‌های ارتباطی کامپیوتری به تدریج فرهنگ کاربران شبکه و حتی الگوهای ارتباطی آینده را نیز شکل می‌دهد. از نظر کاستلز، جامعه شبکه‌ای - که محصول اصل اینترنت است - در بر ساخته شدن هویت افراد مؤثر خواهد افتاد. به نظر وی، فرآیند جهانی شدن و به دنبال آن جامعه شبکه‌ای با تولید و رشد آگاهی در مردم به تضعیف مسائلی چون هویت ملی و سیاسی مرتبط با آن منجر می‌شود؛ بدین صورت که با برجسته شدن بسیاری هویت‌های خاص گرایانه (همانند هویت‌های قومی و مذهبی) در داخل کشورها، سلطه دولت و نقش آن در تعریف هویت ملی و سیاسی به چالش کشیده خواهد شد. بنابراین، وی بر این باور است که فناوری‌های نوین با تضعیف پدیده دولت - ملت و ایجاد شکاف در هویت ملی باعث تقویت هویت‌های فروملی (هویت مقاومت) می‌شوند (کاستلز، ۱۹۹۷: ۱۷). هویت مقاومت در نگاه کاستلز یک نوع هویت ویژه است و اغلب به دست آن کنشگرانی ایجاد می‌شود که در اوضاع و شرایطی قرار دارند که از طرف منطق سلطه بی‌ارزش دانسته شده و یاداغ ننگ به آن‌ها زده می‌شود (کاستلز، ۱۳۸۹: ۵۲). بنابراین طبق نظر کاستلز، مشارکت در فضای مجازی می‌تواند زمینه تضعیف هویت‌های ملی، سیاسی و بازانديشانه رافراهم کند که مطابق این نظریه می‌توان این فرضیه را بیان کرد:

"مشارکت شبکه‌ای کاربران تلگرام بر هویت بازانديشانه تأثیر معنی داری دارد."

هابرماس

در محیط‌های تعاملی اینترنتی - ایمیل، وبلاگ، چت‌روم‌ها، شبکه‌های اجتماعی مجازی و غیره - شرایط آرمانی مورد نظر هابرماس به خوبی تحقق می‌یابد. در این محیط‌ها افراد معمولاً راحت‌تر می‌توانند نیازهای خود را مطرح کنند و این طرح کردن نیازها باعث شکل‌گیری یک فضای گفتگو و مباحثه می‌شود. کاربران در آن فضا به گفتگو می‌پردازند، احساسات خود را ابراز می‌کنند و از یکدیگر تأثیر می‌پذیرند (زنجانی‌زاده و محمدجواد، ۱۳۸۴: ۱۲۶). با توجه به این که در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی اینترنتی نوعی اعتماد و صمیمیت در میان کاربران شکل می‌گیرد، بنابراین آن‌ها همچنین ممکن است الگوهای هویت یابی خود را نیز در این محیط‌ها بازانديشی کنند و این دریافت‌ها احتمالاً بر احساس تعلق فرد به هویت خود نیز می‌تواند مؤثر واقع شود. بنابراین این فرضیه از آن استخراج می‌شود:

"میزان استفاده از شبکه‌های مجازی (تلگرام) بر هویت بازانديشانه تأثیر معنی داری دارد."

گیدنز

بر اساس نظریه ساخت یابی گیدنز می‌توان استنباط کرد که شبکه‌های اجتماعی مجازی محصول و مخلوق کنش معنادار آدمیان است و افراد چنین محیطی را خلق کرده‌اند، اما این محیط پس از شکل گرفتن محدودیت‌هایی را بر عاملان اعمال می‌کند. ساختار شبکه‌های اجتماعی اینترنتی بر اساس بازتولید یا تکرار همان رفتار مداوم آدم‌ها دوام می‌یابد. افراد در رویارویی با شبکه‌های اجتماعی مجازی بر خلاف سایر رسانه‌های متعارف، صرفاً در رده تولیدکننده یا مصرف‌کننده قرار نمی‌گیرند، بلکه می‌توانند در صورت تمایل به‌طور همزمان این دو نقش را داشته باشند و در آن به تولید و بازتولید بپردازند، اما افراد در برخورد با این ساختار، میزان فعالیت و مشارکت متفاوتی دارند (لفی، ۲۰۰۷: ۹۷-۹۶). در واقع، با استفاده از نظریه ساخت یابی می‌توان استنباط کرد که هر چه کاربران با فعالیت بازانديشانه و مشارکت‌جویانه در شبکه‌های اجتماعی حضور یابند، بیشتر در تولید معنا سهیم هستند و لذا احتمال تأثیر پذیری هویت فرهنگی آن‌ها بیشتر

است، ولی هر چه کاربران منفعل و غیرمشارکت‌جویانه در شبکه‌های اجتماعی حضور یابند، کمتر در تولید معنا سهیم هستند و احتمال تأثیرپذیری هویت بازان‌دیشانه آن‌ها کمتر خواهد بود. مطابق با این نظریه این فرضیه مجدداً طراحی می‌شود:

"مشارکت شبکه ای کاربران تلگرام بر هویت بازان‌دیشانه تأثیر معنی داری دارد."

گربنر

نظریه کاشت یا پرورش گربنر، بر کنش متقابل میان رسانه و مخاطبانی که از آن رسانه استفاده می‌کنند و نیز بر چگونگی تأثیرگذاری رسانه‌ها بر مخاطبان تأکید دارد. فرض اساسی این نظریه این است که بین میزان مواجهه و استفاده از رسانه و واقعیت‌پنداری در محتوا و برنامه‌های آن رسانه ارتباط مستقیم وجود دارد؛ به این صورت که ساعت‌های متمادی مواجهه با رسانه‌ای خاص باعث ایجاد تغییر نگرش و دیدگاه‌های موافق با محتوای رسانه می‌شود. در واقع، نظریه پرورش با تعیین میزان و نوع برنامه‌های مورد استفاده از رسانه‌ها، میزان تأثیر را مطالعه می‌کند تا به سازوکار و نحوه تأثیر دست پیدا کند (عباسی‌قادی و خلیلی‌کاشانی، ۱۳۹۰: ۸۱). نظریه کاشت، یکی از اشکال اثر رسانه‌ها در سطح شناختی بوده و مربوط به این موضوع است که قرار گرفتن در معرض رسانه‌ها، تا چه حد می‌تواند به باورها و تلقی عموم از واقعیت خارجی، شکل دهد. نظریه کاشت با اشاعه برای ارائه الگویی از تحلیل، تبیین شده است؛ تا نشان دهنده تأثیر بلند مدت رسانه‌هایی باشد، که اساساً در سطح برداشت اجتماعی، عمل می‌کنند (احمدزاده کرمانی، ۱۳۹۰: ۳۳۶).

محور بحث گربنر این است که اهمیت تاریخی رسانه‌ها بیشتر در ایجاد شیوه‌های مشترک در انتخاب مسائل و موضوعات و چگونگی نگرستن به رخدادها و وقایع است. این شیوه‌های مشترک، محصول استفاده از تکنولوژی و نظام ارائه پیام است که نقش واسطه را به عهده دارند و به برخورداری از دید و درکی مشترک از جهان اطراف منجر می‌شود. گربنر محصول چنین فرایندی را کاشت الگوهای مسلط ذهنی می‌نامد. از نظر وی، رسانه‌ها متمایل به ارائه دیدگاه‌های هم‌شکل و کم و بیش یکسان از واقعیت اجتماعی هستند و مخاطبان آن‌ها براساس این چنین مکانیسمی فرهنگ‌پذیر می‌شوند. گربنر تا آن‌جا پیش می‌رود که می‌گوید رسانه‌ها به دلیل نظم و هماهنگی که در ارائه پیام در طول زمان دارند، قدرت تأثیرگذاری فراوانی دارند؛ به طوری که باید آن‌ها را شکل‌دهنده جامعه دانست.

گربنر 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 واقعیت‌ها در نظر گرفته می‌شود که میزان مواجهه با رسانه‌ای خاص، نتایج متفاوتی را برای گروه‌های اجتماعی مختلف در بردارد. جریان اصلی هنگامی رخ می‌دهد که میزان مواجهه با رسانه، به تقارن دیدگاه‌ها در گروه‌ها منجر شود و تشدید، زمانی روی می‌دهد که اثر کاشت در گروه خاصی از جمعیت بیشتر شود (سورین و تانکار، ۱۳۸۴: ۳۹۲).

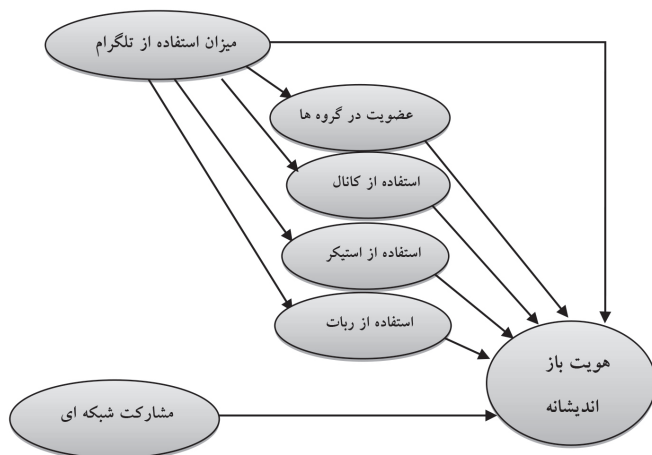
فرضیه‌های پژوهش

چنانکه ذکر شد فرض اساسی این نظریه این است که بین میزان مواجهه و استفاده از رسانه و واقعیت‌پنداری در محتوا و برنامه‌های آن رسانه ارتباط مستقیم وجود دارد. لذا ابتدا باید گفت میزان استفاده از رسانه‌ها بر نوع برنامه‌های آن تأثیرگذار است که این برنامه‌ها نیز به نوبه خود بر هویت افراد تأثیر می‌گذارند. بر مبنای این نظریه، این فرضیه‌ها را می‌توان استخراج کرد:

- گروه‌های عضو در تلگرام بر هویت بازان‌دیشانه تأثیر معنی داری دارد.

- استفاده از کانال های تلگرام بر هویت باز اندیشانه تأثیر معنی داری دارد.
 - استفاده از استیکرهای تلگرام بر هویت بازاندیشانه تأثیر معنی داری دارد.
 - استفاده از ربات های تلگرام بر هویت باز اندیشانه تأثیر معنی داری دارد.
- بنابراین در مجموع ۶ فرضیه از نظریه های پژوهش حاضر استخراج شده که به صورت مدل پژوهش زیر قابل ارائه است:

شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش



روش شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش اجرا، توصیفی و پیمایشی مبتنی بر ابزار پرسشنامه استاندارد بوستانی (۱۳۹۰) و عدلی پور (۱۳۹۲) می باشد. این پرسشنامه در بین کلیه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق در سال ۱۳۹۵ توزیع شد و از دو نرم افزار spss و lisrel برای محاسبات آماری در جهت تجزیه و تحلیل یافته ها استفاده گردید.

جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه دانشجویان ۱۸-۳۰ ساله دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق بود که در سال تحصیلی ۱۳۹۵ مشغول به تحصیل در این دانشگاه می باشند. مطابق آمار دانشگاه، تعداد این دانشجویان ۱۱۷۴۹ نفر به تفکیک دانشکده ها می باشد:

- دانشکده علوم انسانی ۴۰۳۴ نفر
- دانشکده علوم پایه ۱۷۴۱ نفر
- دانشکده فنی ۴۵۴۵ نفر
- دانشکده هنر و معماری ۱۴۲۹ نفر

حجم، شیوه و نوع نمونه گیری

با توجه به تمرکز پژوهش بر روی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق، سعی گردید بر اساس جمعیت کلی دانشجویان این دانشگاه، اطلاعات جمع آوری گردد. در واقع با توجه به جدیدترین آمار اخذ

شده از این دانشگاه، کلیه دانشجویان آن ۱۱۷۴۹ نفر می باشد که با استفاده از فرمول کوکران، شمار نمونه های آماری ۳۷۲ نفر به دست آمد.

حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران به شرح زیر محاسبه شده است: ($p = q = 0.5$)

$$n = \frac{NZ^2 1 - a2 pq}{(N - 1)d^2 + z^2 1 - a2 pq} = \frac{11749(1/96)^2 * 0.5 * 0.5}{11748(0.05)^2 + (1/96)^2 * 0.5 * 0.5} = 371.8 = 372$$

در این محاسبه خطای موردنظر ۰/۰۵ درصد و ضریب اطمینان ۰/۹۵ در نظر گرفته شده است. با توجه به رابطه فوق، تعداد حجم نمونه ۳۷۲ نفر محاسبه گردید و برای اعتبار و پایایی بیشتر ۳۸۴ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب گردیده است.

محقق جهت اعتبار بیشتر و با توجه به احتمال افت تعداد نمونه ناشی از عدم پاسخگویی به اغلب سؤالات، تعداد ۳۸۴ نمونه جهت سنجش فرضیه ها بر مبنای نمونه گیری غیراحتمالی سهمیه ای انتخاب کرده که تعداد نمونه های آن متناسب با تعداد دانشجویان هر دانشکده به صورت زیر بوده است:

- دانشکده علوم انسانی ۱۳۲ نفر
- دانشکده علوم پایه ۵۷ نفر
- دانشکده فنی ۱۴۸ نفر
- دانشکده هنر و معماری ۴۷ نفر

سپس به دانشکده های مذکور مراجعه و مبتنی بر نمونه گیری غیراحتمالی اتفاقی به تعداد مذکور از هر دانشکده نمونه انتخاب شده و پرسشنامه در بین آنها توزیع شده است.

اعتبار و پایایی پرسشنامه

باید اذعان داشت هر چند که پرسشنامه استاندارد بوده است و قبلاً روایی و پایایی آن مورد تأیید بوده است، ولی جهت اطمینان بیشتر از اعتبار و پایایی، از اعتبار صوری و اعتبار محتوا در مرحله پیش آزمون استفاده گردید. سپس با مراجعه به اساتید و متخصصان، اصلاحات و تغییرات مورد نظر را اعمال و پرسشنامه نهایی تدوین شده است. روش کار به این صورت بوده است که پرسشنامه طراحی شده به ۵ نفر از متخصصان داده شد تا "مناسب بودن" گویه ها برای متغیر مورد نظر را داوری نمایند و پس از اصلاحات انجام شده، اعتبار صوری و اعتبار محتوا مبتنی بر روش لاوشه، ابزار مورد تأیید قرار گرفت. پس از دو دوره اصلاحات پیشنهادی کارشناسان، در نهایت برای آزمون پایایی بر اساس آلفای کرونباخ اقدام گردید که در جدول ۲ قابل ملاحظه می باشد.

جدول ۲: میزان آلفای کرونباخ شبکه اجتماعی مجازی و تلگرام و هویت بازاندیشانه

متغیر	مؤلفه ها	میزان آلفای کرونباخ مولفه ها	میزان آلفای کرونباخ مجموع
شبکه مجازی تلگرام	عضویت در گروه ها	۱	۰/۷۰۵
	میزان استفاده از کانال تلگرام	۱	
	میزان استفاده از استیکر تلگرام	۱	

۰/۷۰۵	-	۱	میزان استفاده از ربات تلگرام	شبکه مجازی تلگرام
	۰/۷۱۰	۹	مشارکت شبکه ای کاربران در تلگرام	
	-	۱	میزان استفاده از تلگرام	
۰/۷۸۷	۰/۷۲۵	۶	ذائقه موسیقی	هویت بازانديشانه (متغیر وابسته)
	۰/۷۰۱	۷	بازانديشی در بدن	
	۰/۷۰۴	۱۴	مدیریت بدن	
	۰/۷۳۸	۵	هویت شخصی بازانديشی	

یافته های پژوهش

یافته های توصیفی پژوهش

از آنجایی که موضوع پژوهش حاضر بر روی دانشجویان ۱۸-۳۰ ساله دانشگاه آزمون شده است، لذا دامنه سنی محدودی را در برگرفته است؛ چنان که یافته ها بیانگر آن است حداقل سن در بین نمونه ها ۱۹ و حداکثر ۳۰ سال بوده است. میانگین سنی نمونه های پژوهش ۲۳/۴ سال (۲۴ سال و پنج ماه)، بیشترین فراوانی مربوط به ۲۱ سال و میانه آن ۲۴ سال بوده است. همچنین، نمونه های پژوهش بیشتر در سنین ۲۳-۲۴ سال توزیع شده اند.

۴۸/۴ درصد (۱۸۶ نفر) از نمونه های پژوهش مرد و ۵۱/۸ درصد (۱۹۸ نفر) زن بوده اند. این یافته بیانگر آن است که زنان و مردان به طور تقریباً برابری در این عرصه ها وارد شده اند. لذا ورود به عرصه های رسانه های نوین از جمله تلگرام جنسیتی نیست. البته می توان این وضعیت را به نفع مردان مصادره و بیان کرد که زنان هنوز درون خانه ای هستند و در درون خانه بیشتر از رسانه استفاده می کنند- دلیل آن ورود کمتر به حوزه های اقتصادی و فرهنگی نسبت به مردان می باشد. ولی بسیاری بر چنین آماری صحت می گذارند که رسانه های نوین باعث اضمحلال رویکرد مردسالاری تا حدودی بوده است.

یافته ها بیانگر آن است که ۷۸/۱ درصد (۳۰۰ نفر) از نمونه های پژوهش مجرد و ۲۱/۹ درصد (۸۴ نفر) متأهل بوده اند.

یافته ها بیانگر آن است که بیشترین فراوانی (۲۴۱ نفر) مربوط به تحصیلات مقطع کارشناسی بوده و کمترین فراوانی مربوط به تحصیلات مقطع دکتری (۳ نفر) و کاردانی (۳۸ نفر) می باشد. در سال های اخیر شاهد رشد دانشجویان تحصیلات تکمیلی در دانشگاه های کشور هستیم و چنانچه با یافته های پژوهشی آملیان (۱۳۷۵) مقایسه گردد، این افزایش محسوس است.

جدول ۳: توصیف وضعیت عضویت در تلگرام

متغیر	طبقات و گروه ها	فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی تجمعی
عضویت یا عدم عضویت در گروه های تلگرام	عدم عضویت در گروه تلگرام	۵۳	۱۳/۸	-
	عضویت در گروه تلگرام	۳۳۱	۸۶/۲	-
عضویت یا عدم عضویت در کانال های تلگرام	عدم عضویت در کانال های تلگرام	۱۲۴	۳۲/۳	-
	عضویت در کانال های تلگرام	۲۶۰	۶۷/۷	-

اشتراک یا عدم به اشتراک گذاشتن عکس	عدم به اشتراک گذاشتن عکس	۲۲۷	۵۹/۱	-
اشتراک یا عدم به اشتراک گذاشتن عکس	به اشتراک گذاشتن عکس	۱۵۷	۴۰/۹	-
مدت زمان استفاده از شبکه تلگرام	یک ساعت و کمتر	۹۲	۲۴	۲۴
	دو ساعت	۱۰۹	۲۸/۴	۵۲/۳
	سه ساعت	۶۸	۱۷/۷	۷۰/۱
	چهار ساعت و بیشتر	۱۱۵	۲۹/۹	۱۰۰
مجموع		۳۸۴	۱۰۰	-

یافته ها نشان می دهند که ۱۳/۸ درصد از نمونه های پژوهش در گروه های تلگرام عضویت ندارند، ولی ۸۶/۲ درصد (۳۳۱ نفر) در گروه های تلگرام عضویت دارند. میزان گروه هایی که هر فرد در آن عضویت دارد، با میانگین ۳/۳۸ گروه، میانه ۳ و مد ۲ گروه بوده است (جدول ۴). همچنین، یافته ها نشان می دهند که ۶۷/۷ درصد از نمونه های پژوهش در کانال های تلگرام عضویت دارند و ۳۲/۳ در کانال های تلگرام عضویت ندارند. یافته قابل توجه دیگر آن که ۳۱/۵ درصد از نمونه های پژوهش بیش از چهار ساعت استفاده می کنند. ۱۸/۲ درصد سه ساعت، ۲۶/۳ درصد دو ساعت و ۲۴ درصد نیز یک ساعت و کمتر از شبکه اجتماعی تلگرام استفاده می کنند.

در واقع متغیرهای مستقل و وابسته به شرح جدول ۴ بوده است که در سطح سنجش فاصله ای سنجیده شده اند. برای توصیف، این متغیرها با شاخص های میانگین، میانه، مد و حداقل و حداکثر بیان شده اند.

جدول ۴: توزیع پارامترهای سنجش فاصله ای جهت متغیرهای مستقل، وابسته و هر یک از مولفه های آن

مولفه های متغیر مستقل و وابسته	تعداد گویه	میانگین	میانه	مد	انحراف استاندارد	حداقل	حد اکثر
عضویت در شبکه تلگرام (متغیر مستقل)	میزان عضویت در گروه ها	۱	۳/۳۸	۳	۲	۱/۸۹	۰
	میزان استفاده از کانال تلگرام	۱	۳/۰۷	۳	۲	۲/۰۰۱	۰
	میزان استفاده از استیکر تلگرام	۱	۳/۹	۴	۵	۱/۲۱	۰
	استفاده از امکانات ربات تلگرام	۱	۲/۴۷	۳	۳	۱/۰۱	۰
	مشارکت شبکه ای کاربران در تلگرام	۹	۳/۶	۳/۵	۳	۵/۱۶	۹
	میزان استفاده از تلگرام	۱	۴/۰۶	۴	۵	۱/۰۲	۱
هویت بازاندیشانه (متغیر وابسته)	ذائقه موسیقی	۶	۳/۱	۳	۳	۴/۱۷	۶
	تصور از بدن	۷	۳/۳۴	۳/۶	۳	۵/۵	۷
	مدیریت بدن	۱۴	۲/۹۳	۳/۱	۳	۱۰/۳	۱۴

۲۵	۵	۴/۹	۳	۳/۷	۳/۲۸	۵	هویت شخصی بازاندیشی	هویت بازاندیشانه (متغیر وابسته)
۱۶۰	۳۲	۲۱/۱۳	۳	۳۵	۳/۱۶	۳۲	مجموع	

ب) نتایج تبیینی یافته ها (آزمون فرضیه های پژوهش)

برای آزمون فرضیه های پژوهش در ابتدا به بررسی نرمال بودن متغیرها و آزمون کفایت نمونه ها پرداخته می شود.

آزمون نرمال برای متغیرهای پژوهش

برای بررسی توزیع متغیرهای مشاهده شده، ۱۰ متغیر با آزمون کولموگروف - اسمیرنوف سنجش شده است. طبق نتایج آزمون، سطح معنی داری (sig) محاسبه شده برای همه شاخص ها بزرگتر از ۰/۰۵ است که از نرمال بودن توزیع همه متغیرهای مشاهده شده حمایت شده است. نتایج آزمون نرمال بودن توزیع متغیرهای مشاهده شده در جدول ۵ ارایه شده است.

جدول ۵: نتایج توزیع شاخص های سنجش شده با استفاده از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف

شاخص ها	تعداد	انحراف معیار	کولموگروف - Z اسمیرنوف	P-value
میزان عضویت در گروه ها	۳۸۴	۰/۶۸	۱/۱۹۸	۰/۱۰۱
میزان استفاده از کانال تلگرام	۳۸۴	۰/۷۶	۱/۴۶۱	۰/۳۰۱
میزان استفاده از استیکر تلگرام	۳۸۴	۰/۷۱	۱/۲۰۴	۰/۳۲۴
استفاده از امکانات ربات تلگرام	۳۸۴	۰/۷۸	۱/۳۰۲	۰/۲۶۵
مشارکت شبکه ای کاربران در تلگرام	۳۸۴	۰/۸۱	۱/۱۱۵	۰/۵۶۴
میزان استفاده از تلگرام	۳۸۴	۰/۷۳	۱/۵۴۷	۰/۳۱۵
ذائقه موسیقی	۳۸۴	۰/۷۷	۱/۳۶۷	۰/۲۴۱
تصور از بدن	۳۸۴	۰/۷۸	۱/۷۷۶	۰/۰۸۷
مدیریت بدن	۳۸۴	۰/۷۶	۱/۳۲۵	۰/۱۵۳
هویت شخصی بازاندیشی	۳۸۴	۰/۶۳	۱/۵۷۲	۰/۲۸۱
مجموع هویت بازاندیشانه	۳۸۴	۰/۵۸	۱/۰۱	۰/۳۵۵

آزمون بارتلت و شاخص KMO

از پیش نیازهای استفاده از معادلات ساختاری، بررسی کفایت نمونه مورد بررسی می باشد که برای بررسی این مهم، از آزمون کفایت نمونه برداری KMO استفاده شده است. جدول ۶ آزمون کفایت نمونه ها متغیرهای پژوهش را نشان می دهد.

شاخص kmo بیش از ۰/۷ است که بیانگر کفایت حجم نمونه است، زیرا مقدار کفایت نمونه گیری معادل با ۰/۹۵۹ است. بنابراین میزان نمونه برای استفاده از معادلات ساختاری مناسب می باشد. با توجه به اینکه مقدار sig کوچکتر از ۰/۰۵ است، نمونه برای تحلیل عاملی مناسب ارزیابی می شود.

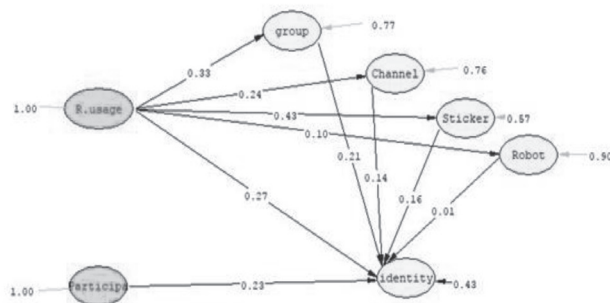
جدول ۶: آزمون بارتلت و شاخص KMO برای متغیرهای پژوهش

آزمون کفایت نمونه برداری	۰ / ۹۵۹
آزمون کرویت بارتلت	شاخص کرویت بارتلت
	درجه آزادی
	سطح معنی داری
	۷۹۸۲ / ۱۴۷
	۵۶۱
	۰ / ۰۰۱

آزمون فرضیه های پژوهش

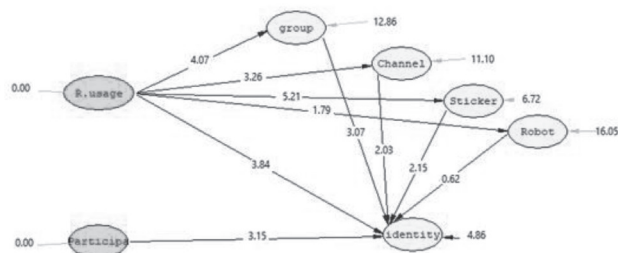
پژوهش حاضر دارای ۶ فرضیه بوده است که برای آزمون فرضیه ها بر مبنای معادلات ساختاری ابتدا آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای توزیع نرمال گرفته شد که یافته های آن با توجه به حجم قادر به عیان نیست، ولی بیانگر توزیع نرمال است. بنابراین در نرم افزار lisrel فرضیه ها بر مبنای مدل ساختاری آزمون شدند.

شکل ۲: روابط بین متغیرها در حالت استاندارد



RMSEA = 0.047; Chi-Square= 2.68 ; GFI = 92; AGFI = 0.96; CFI = 0.93, IFI=0.93

شکل ۳: روابط معناداری بین متغیرهای پژوهش در حالت Tvalue



RMSEA = 0.047; Chi-Square= 2.68 ; GFI = 92; AGFI = 0.96; CFI = 0.93, IFI=0.93

- میزان استفاده از شبکه مجازی تلگرام بر هویت باز اندیشانه تأثیر معنی داری دارد.

جدول ۷: نتیجه آزمون فرضیه اول

آماره T	استاندارد β	ضریب تعیین R^2	نتیجه
۳/۸۴	۰/۲۷۳	۰/۵۶۴	تأیید فرضیه

با استناد به پایه نظری تحقیق، انتظار این است که در جامعه آماری مورد مطالعه، میزان استفاده از شبکه مجازی تلگرام بر هویت بازاندیشانه تأثیر داشته باشد. ضریب تأثیر میزان استفاده از شبکه مجازی تلگرام بر هویت بازاندیشانه با مقدار ۰/۲۷ دارای آماره ۳/۸ است. با توجه به اینکه آمار محاسبه شده از مقدار ۲/۵۸ بزرگتر است، بنابراین شاخص های آزمون آماری از توان لازم برای تأیید فرضیه در سطح اطمینان ۰/۹۹ برخوردار هستند و در نتیجه فرضیه تحقیق تأیید شده است. با استناد به شواهد گردآوری شده از جامعه آماری دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق باید پذیرفت که میزان استفاده از شبکه مجازی تلگرام بر هویت بازاندیشانه تأثیر دارد.

- میزان گروه های عضو در تلگرام بر هویت باز اندیشانه تأثیر معنی داری دارد.

جدول ۸: نتیجه آزمون فرضیه دوم

آماره T	استاندارد β	ضریب تعیین R^2	نتیجه
۳/۰۷	۰/۲۱	۰/۵۶۴	تأیید فرضیه

با توجه به جدول ۸، میزان گروه های عضو در تلگرام بر هویت بازاندیشانه دارای ضریب تأثیر ۰/۲۱ با آماره ۳/۰۷ است. از آن جا که آمار محاسبه شده از مقدار ۲/۵۸ بزرگتر و تأیید فرضیه در سطح اطمینان ۰/۹۹ می باشد، فرضیه دوم تحقیق نیز تأیید شده است.

- استفاده از کانال های تلگرام بر هویت باز اندیشانه تأثیر معنی داری دارد.

جدول ۹: نتیجه آزمون فرضیه سوم

آماره T	استاندارد β	ضریب تعیین R^2	نتیجه
۲/۳۰	۰/۱۴۲	۰/۵۶۴	تأیید فرضیه

با توجه به آنچه که در جدول ۹ نشان داده شده است، ضریب تأثیر استفاده از کانال های تلگرام بر هویت باز اندیشانه ۰/۱۴ با آماره ۲/۳ است. با توجه به اینکه آماره معناداری محاسبه شده از مقدار ۲/۵۸ کوچکتر و از مقدار ۱/۹۶ بزرگتر است، تأیید فرضیه در سطح اطمینان ۰/۹۵ می باشد و در نتیجه فرضیه سوم تحقیق هم تأیید شده است.

• استفاده از استیکرهای تلگرام بر هویت بازانديشانه تأثیر معنی داری دارد.

جدول ۱۰: نتیجه آزمون فرضیه چهارم

آماره T	استاندارد f	ضریب تعیین R^2	نتیجه
۲/۱۵	۰/۱۶	۰/۵۶۴	تأیید فرضیه

با توجه به جدول ۱۰، ضریب تأثیر استفاده از استیکرهای تلگرام بر هویت بازانديشانه با مقدار ۰/۱۶ با آماره ۲/۱۵ است. با توجه به اینکه آمار محاسبه شده از مقدار ۲/۵۸ کوچکتر و از مقدار ۱/۹۶ بزرگتر است، تأیید فرضیه در سطح اطمینان ۰/۹۵ می باشد و در نتیجه فرضیه چهارم تحقیق نیز تأیید شده است.

• استفاده از ربات های تلگرام بر هویت بازانديشانه تأثیر معنی داری دارد.

جدول ۱۱: نتیجه آزمون فرضیه پنجم

آماره T	استاندارد f	ضریب تعیین R^2	نتیجه
۰/۶۲	۰/۰۱	۰/۵۶۴	رد فرضیه

با استناد به پایه نظری تحقیق، انتظار این است که در جامعه آماری مورد مطالعه، میزان استفاده از ربات های تلگرام بر هویت بازانديشانه تأثیر داشته باشد که ضریب تأثیر میزان استفاده از ربات های تلگرام بر هویت بازانديشانه با مقدار ۰/۰۱ دارای آماره ۰/۶۲ است. با توجه به اینکه آمار محاسبه شده از مقدار ۱/۹۶ کوچکتر است، بنابراین شاخص های آزمون آماری از توان لازم برای تأیید فرضیه در سطح اطمینان ۰/۹۹ و ۰/۹۵ برخوردار نیست و در نتیجه فرضیه تحقیق رد شده است. با استناد به شواهد گردآوری شده از جامعه آماری دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق باید پذیرفت که میزان استفاده از ربات های تلگرام بر هویت بازانديشانه تأثیری ندارد.

• مشارکت شبکه ای تلگرام بر هویت بازانديشانه تأثیر معنی داری دارد.

جدول ۱۲: نتیجه آزمون فرضیه ششم

آماره T	استاندارد f	ضریب تعیین R^2	نتیجه
۳/۱۵	۰/۲۳	۰/۵۶۴	تأیید فرضیه

با توجه به آنچه که در جدول ۱۲ نشان داده شده است، ضریب تأثیر مشارکت شبکه ای تلگرام بر هویت بازانديشانه ۰/۲۳ با آماره ۳/۱۵ است. با توجه به اینکه آماره معناداری محاسبه شده از مقدار ۲/۵۸ بزرگتر است. تأیید فرضیه در سطح اطمینان ۰/۹۹ می باشد، فرضیه ششم تحقیق هم تأیید شده است.

در واقع، آنچه از مجموع فرضیه های پژوهش حاصل می گردد بیانگر آن است که قدرت تبیین کننده ۶ متغیر مستقل برابر با ۰/۵۶۴ است؛ به این معنا که حدود ۰/۵۶ درصد از واریانس متغیر هویت بازانديشانه به وسیله متغیرهای میزان استفاده از کانال تلگرام، میزان استفاده از استیکر تلگرام، استفاده از امکانات ربات تلگرام، عضویت در گروه های تلگرام، میزان مشارکت کاربران در تلگرام و میزان استفاده از تلگرام تبیین و توجیه شده و ۴۳ درصد باقیمانده متعلق به متغیرهایی است که در پژوهش لحاظ نشده است.

برازش مدل تحقیق

برازش مدل به این معنی است که ماتریس واریانس- کوواریانس مشاهده شده یا ماتریس واریانس- کوواریانس پیش‌بینی شده توسط مدل باید مقادیری نزدیک به هم داشته باشد یا اصطلاحاً برازش داشته باشند. هر چه مقادیر ما در دو ماتریس به هم نزدیک‌تر باشند، مدل دارای برازش بیشتری است. در مدل یابی معادلات ساختاری هنگامی می‌توان به برآوردهای مدل اعتماد کرد که مدل دارای برازش کافی باشد. در واقع، شاخص‌های نیکویی برازش ناشی از تحلیل عامل تأییدی گویه‌های پژوهش به شرح جدول ۱۳ است.

جدول ۱۳: شاخص‌های برازش متغیرهای پژوهش

شاخص‌ها	مقدار کسب شده	مقدار قابل قبول	وضعیت
GFI	۰/۹۲۳	بیشتر از ۰/۹۰	برازش مطلوب
AGFI	۰/۹۶۱	بیشتر از ۰/۹۰	برازش مطلوب
CFI	۰/۹۳۸	بین ۰/۹۰ و ۱	برازش مطلوب
Chi-Square	۲/۶۸	مقدار کمتر از ۳	برازش مطلوب

باتوجه به جدول فوق کلیه شاخص‌های مورد بررسی به منظور ارزیابی برازش مدل عاملیت تأییدی مورد پذیرش قرار گرفته‌اند. باتوجه به این مطلب می‌توان گفت که برازش این مدل تأیید شده است.

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌ها بیانگر آن است که جامعه ایرانی، جامعه‌ای مجازی است؛ جامعه‌ای که روابط رو در رو، جای خود را به روابط مجازی داده‌اند. این وضعیت بیانگر آن است که ذهنیت دانشجوی ایرانی مجازی شده و تمرکز بر این شبکه‌های مجازی قلب ایرانی را درنوردیده است؛ به طوری که یافته‌ها نشان می‌دهد که در میان این شبکه‌ها، تلگرام بر دیگر شبکه‌های مجازی پیشی گرفته و بر بازاندیشی ایرانی مسلط شده است. اما این عضویت فقط مبتنی بر روابط دوستانه شخصی به مانند روابط رو در رو نبوده است، بلکه گروه‌های عضو در تلگرام را نیز در بر می‌گیرد. همچنان که کاظمی (۱۳۹۴) معتقد است مردم ایران تلگرامی فکر می‌کنند، تلگرامی می‌بینند و به یک معنا زندگی اجتماعی ایرانی، تلگرامی شده است. در جوامع گذشته، فرد فقط با آشنایان در ارتباط قرار می‌گرفت و روابط صمیمی بوده است، ولی در این گروه‌ها که بیشتر اعضای آن برای فرد ناشناخته هستند، فرد در گروه‌هایی عضو می‌شود که فقط با لینک وارد می‌شود و یا تنها چند نفر از دوستان یا آشنایان در این گروه‌ها عضویت دارند.

این فرضیه از پژوهش که "میزان گروه‌های عضو در تلگرام بر هویت بازاندیشانه تأثیر معنی‌داری دارد" نتایج همسو با کیانپور (۱۳۹۳) این فرضیه را تأیید می‌کند؛ یعنی با افزایش گروه‌های عضویت، هویت بازاندیشانه نیز افزایش می‌یابد. در واقع، نتیجه پژوهش عدلی پور و همکاران (۱۳۹۲) که بر روی فیسبوک انجام شده است، نیز همسو با این یافته بوده است. عضویت افراد در گروه‌ها باعث می‌شود با افراد مختلف از لحاظ فرهنگی، مذهبی، قومی، زبانی و غیره آشنا شوند. این برخوردهای متفاوت، نوعی بازاندیشی را ایجاد می‌کند که افراد عضو در گفتگو با دوستان تجدید نظر می‌کنند، از فرهنگ، دین، قومیت یا زبان خاصی دفاع می‌کنند و یا در این گروه‌ها با سبک فکری متفاوت آشنا می‌شوند که نسبت به بدن و موسیقی به احتمال زیاد متفاوت باشند.

لذا فرد به سلاقی و علاقی خود می‌اندیشد و ممکن است در آن تردید کند و یا بر آن مصمم شود. این وضعیت در کانال‌های تلگرامی نیز مشهود است. در کانال‌ها نیز تأثیرگذاری مبتنی بر تنوعی است که در این کانال‌ها از لحاظ فکری و رفتاری ایجاد می‌شود. بدین سان این فرضیه تأیید شده است که "استفاده از کانال‌های تلگرام بر هویت بازاندیشانه تأثیر معنی‌داری دارد". البته از آنجایی که این کانال‌ها توسط افراد معدودی کنترل و نظارت می‌شود، این تنوعات کمتر است. بر این اساس میزان تأثیر گروه‌ها نسبت به کانال‌ها بسیار بیشتر بوده است. این میزان تأثیر نیز به نظر می‌رسد بیشتر وابسته به عضویت مخاطبان در کانال‌های مختلف باشد. امروزه غالب افراد استیکرهای خود را می‌سازند و استیکرهای مورد علاقه خود را دریافت می‌کنند. این استیکرها بسیاری از مواد به شکل مخالفت، نقد، اعتراض، خشم، ناراحتی و غیره بیان می‌گردد. افراد از طریق استیکرها احساسات و حتی عقلانیت خود را بروز می‌دهند، از گفتار و رفتار دیگران تعمق می‌کنند و در مقابل آن در غالب موارد با استیکر هویت خود و طرف مقابل مورد بازاندیشی قرار می‌دهند که بدین سان استیکرها یکی از عامل اساسی و قوی در بازاندیشی بوده است. لذا این فرضیه از پژوهش تأیید می‌شود که "استفاده از استیکرهای تلگرام بر هویت بازاندیشانه تأثیر معنی‌داری دارد". اما در مورد ربات‌ها وضعیت متفاوت است. افراد به ندرت با ربات‌ها مواجه بوده‌اند، در واقع ربات‌ها منبع اطلاعاتی و آگاهی بخشی نیست، دارای روابط مستقیم افراد با هم نیستند و بندرت عامل بازاندیشی می‌گردد. لذا این فرضیه از پژوهش رد شده است که "استفاده از ربات‌های تلگرام بر هویت بازاندیشانه تأثیر معنی‌داری دارد".

"مشارکت شبکه‌ای تلگرام بر هویت بازاندیشانه تأثیر معنی‌داری دارد" فرضیه‌ای است که همسو با پژوهش معمار و همکاران (۱۳۹۱) معنادار شده است. همچنین این آزمون نشان می‌دهد که میزان مشارکت در شبکه تلگرام بر هویت بازاندیشانه و همه مؤلفه‌های آن تأثیر معناداری دارد. همچنان که معمار و همکاران (۱۳۹۱) به این نتیجه رسیدند که مشارکت چه بر مبنای مشارکت مشاهده صرف، چه بر مبنای مشارکت با انتشار صرف (کپی مطالب دیگران) و یا مشارکت بر مبنای تولید و انتشار پیام باشد، تأثیری در گرایش به هویت جوانان به ویژه هویت بازاندیشانه داشته است. عدلی‌پور و همکاران (۱۳۹۲: ۱۲۱) این فرضیه را نه بر روی تلگرام، بلکه بر فیسبوک آزموده‌اند که این نتیجه همسو با یافته‌های پژوهش حاضر بوده است. یافته‌های پژوهش ذکایی و خطیبی (۱۳۸۵)، شالچی (۱۳۸۴)، دادگران و همکاران (۱۳۹۰)، عدلی‌پور (۱۳۹۱)، کلی (۲۰۰۷) و گراسموک (۲۰۰۹) نیز حاکی از این امر است که حضور در فضای مجازی و استفاده از اینترنت، باعث شکل‌گیری و تقویت هویت مدرن در بین کاربران به ویژه کاربران جوان می‌شود.

به طور کلی می‌توان گفت همچنان که برگر معتقد است امروزه افراد مدام در هر امری تأمل و بازاندیشی دارند و طوری تربیت می‌شوند که مدام از خود می‌پرسند کیستند و چطور باید زندگی کنند، شبکه‌های مجازی به ویژه تلگرام یکی از مهمترین عرصه‌های هویت بازاندیشی شده است. بنابراین مطابق این نظر شیوه مشارکت و میزان مشارکت در تولید یا انتشار خبر و اطلاعات مهم است، فرد مدام بازاندیشی می‌کند ولی در خصوص چگونگی هویت بازاندیشی میزان مشارکت، شیوه مشارکت، ارتباط با افراد خاص، محتوای این مشارکت و ... مؤثر است. با پدید آمدن عصر اطلاعات و شکل‌گیری فضاهای مجازی، هویت پیچیدگی بیشتری یافته است. در این فضا، هر کاربری می‌تواند فارغ از الزامات و خصایص طبیعی و وجودی خویش، ظاهر شود و خود را آن‌طور که می‌خواهد، بنمایاند و در معرض دیگران قرار دهد. این جریان، سبب می‌شود که فرد از پیل تنگ هویت‌های گروهی و محلی، به درجات رها شود و فارغ از تاریخ و فرهنگ خویش، در فضاهای مجازی سیر کند. ناگفته پیداست که هویت در این فضا، مجازی است. از اینجاست که فرد تمامی مرزهای فرهنگی، سیاسی و اجتماعی را پشت سر می‌گذارد و با حرکت در امتداد بردارهای زمان و مکان، به سادگی این سو و آن سو می‌رود.

در پایان باید گفت وقتی ما نمی‌توانیم جلوی تولید را بگیریم باید استفاده درست از این نرم‌افزارها را آموزش دهیم. از این رو، پیشنهاد می‌گردد سیاستگذاری‌ها و برنامه ریزی‌ها بر شبکه تلگرام به دلیل فراگیری این شبکه در بین جوانان متمرکز شود. برای تقویت هویت اخلاقی، سیاسی، ملی و مذهبی هم می‌توان کانال یا گروه‌هایی توسط کارشناسان و متخصصان این حوزه افتتاح و برنامه ریزی کرد، زیرا بیش از ۷۰ درصد جوانان در کانال‌ها و گروه‌ها عضویت دارند.

همچنین برای بازاندیشی در خود و برای تشویق به تفکر درباره خود، به تبلیغ گروه‌ها و کانال‌های مفید در این حوزه پرداخت و جوانان را تشویق به عضویت در این کانال‌ها کرد؛ به عنوان مثال، می‌توان برنامه‌های کوتاه آموزشی درباره مزایا و معایب اینترنت از زبان ورزشکاران و هنرمندان محبوبی که متناسب با سنین ۲۰-۴۰ سالگی می‌باشد، پخش و منتشر گردد تا آنها را الگوی خود قرار دهند یا مسابقاتی برای ساخت بهترین استیکرها در تلویزیون اعلام کرد تا بتوان این استیکرها را در جامعه ترویج داد.

منابع

- احمد زاده کرمانی، روح الله. (۱۳۹۰). در آمدی بر پدیدار شناسی فضای مجازی. سال ۶، شماره ۱۲، صص ۴۷-۷۴.
- تامپسون، جان بروکشایر. (۱۳۸۹). رسانه ها و نوگرایی: نظریه ای اجتماعی درباره ی رسانه ها. علی ایثاری کسمایی. تهران: انتشارات موسسه ایران
- تبریزی نژاد، زری. (۱۳۸۹). "بررسی تأثیر استفاده از اینترنت بر شکل گیری و رشد هویت بازاندیشانه در میان دانشجویان دختر دانشکده روان شناسی و علوم اجتماعی دانشگاه آزاد واحد تهران مرکز". پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، دانشکده روانشناسی و علوم اجتماعی، گروه اجتماعی.
- جعفری، فاطمه. (۱۳۹۵). "بررسی رابطه میان استفاده از نرم افزارهای جانبی تلفن همراه (همچون تلگرام، وایپر و...) با سبک زندگی زنان ۲۰ تا ۳۰ سال منطقه ۵ تهران". پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شرق، دانشکده علوم انسانی.
- زنجانی زاده، هما و محمد جواد، علی. (۱۳۸۴). "بررسی تأثیر اینترنت بر ارزش های خانوادگی در بین دانش آموزان دبیرستانی ناحیه ۳ مشهد". مجله جامعه شناسی ایران. سال ۶، شماره ۲، صص ۱۴۶-۱۲۱.
- ساروخانی، باقر. (۱۳۸۷). "اینترنت، جهانی شدن و هویت فرهنگی دانشجویان دانشگاه تهران". مجله مطالعات فرهنگی و ارتباطات. شماره ۱۳ علمی - پژوهشی، صص ۱۴۵-۱۷۴.
- ساروخانی، باقر. (۱۳۸۷). جامعه شناسی وسایل ارتباط جمعی. تهران: اطلاعات
- ساروخانی، باقر. (۱۳۸۰). درآمدی بر دایره المعارف علوم اجتماعی (ج ۱). تهران: انتشارات کیهان
- سورین، ورنر و تانکارد، جیمز. (۱۳۸۴). نظریه های ارتباطات. علیرضا دهقان. تهران: دانشگاه عباسی قادی، مجتبی و خلیلی کاشانی، مرتضی. (۱۳۹۰). تأثیر اینترنت بر هویت ملی. تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی
- عبداللهی، محمد و حسین بر، محمد عثمان. (۱۳۸۱). "گرایش دانشجویان بلوچ به هویت ملی در ایران". شماره ۱۶، صص ۱۰۱-۱۲۶.
- عدلی پور، صمد؛ قاسمی، وحید و کیانپور، مسعود. (۱۳۹۲). "شبکه اجتماعی فیس بوک و هویت ملی جوانان". فصلنامه مطالعات ملی. سال ۱۴، شماره ۴.
- عدلی پور، صمد؛ یزد خواستی، بهجت و خاکسار، فائزه. (۱۳۹۲). "شبکه اجتماعی فیس بوک و شکل گیری هویت باز اندیشانه در بین دانشجویان دانشگاه تبریز". مجله پژوهش های ارتباطی. شماره ۳، صص ۱۰۱-۱۲۸.
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۵). عصر اطلاعات: قدرت و هویت. حسن چاوشیان. جلد دوم، تهران: طرح نو
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۹). عصر اطلاعات: ظهور جامعه شبکه ای. احد علیقلیان و افشین خاکباز. تهران: انتشارات طرح نو
- کاظمی، حمیدرضا. (۱۳۸۹). "تأثیرات منفی گسترش شبکه های اجتماعی بر حریم خصوصی افراد". فصلنامه ره آورد نور. شماره ۳۱، ۱۴-۱۹.
- کیانپور، مسعود؛ عدلی پور، صمد و ملک احمدی، حکیمه. (۱۳۹۳). "تعامل در فیس بوک و تأثیر آن بر هویت مدرن جوانان شهر اصفهان". دوره ۹، شماره ۲، صص ۱۵۳-۱۳۲.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۷). پیامدهای مدرنیت. محسن ثلاثی. تهران: نشر مرکز

- Crossly, N. (2005). **“Mapping Reflexive Body Technique: on Body Modification and Maintenance”**. Body & Society, Vol, 11, No.1, P86-93.
- Kim, K. J. (2012). **Minority and Majority Students P Self Reflexivity in Educational Setting: Korean Born in Japan Student as Critical Participants**. University of Arizona, Ph.D. Dissertation, Department of Language, Reading and Culture.
- Marshal, Gordon (1998). **Oxford Dictionary of Sociology**. Oxford University Press, second edition.
- Martin, J.; Zhao, S. & Grasmuck, S. (2007). **“Identity Construction on Face book: Digital Empowerment in Anchored Relationships”**. Computers in Human Behavior. 24, pp. 1816-1836.
- Pempek, T., & et al. (2009). **“College Students’ Social Networking Experiences onFacebook”**. Journal of Applied Developmental Psychology, 30 : 227–238, PP 18-30.
- Valkenburg, Patti; Schouten, A. & Jochen, P. (2005). **“Adolescent’s Identity Experiments on the Internet”**. Journal of new media & society. Vol. 7, No. 3, pp. 383- 402.
- The Peruse Effect of Join the Network Telegram Social Messenger on the Growth of Youth Reflexive Identity (Case Study: Students at Islamic Azad University- East Tehran Branch)

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:

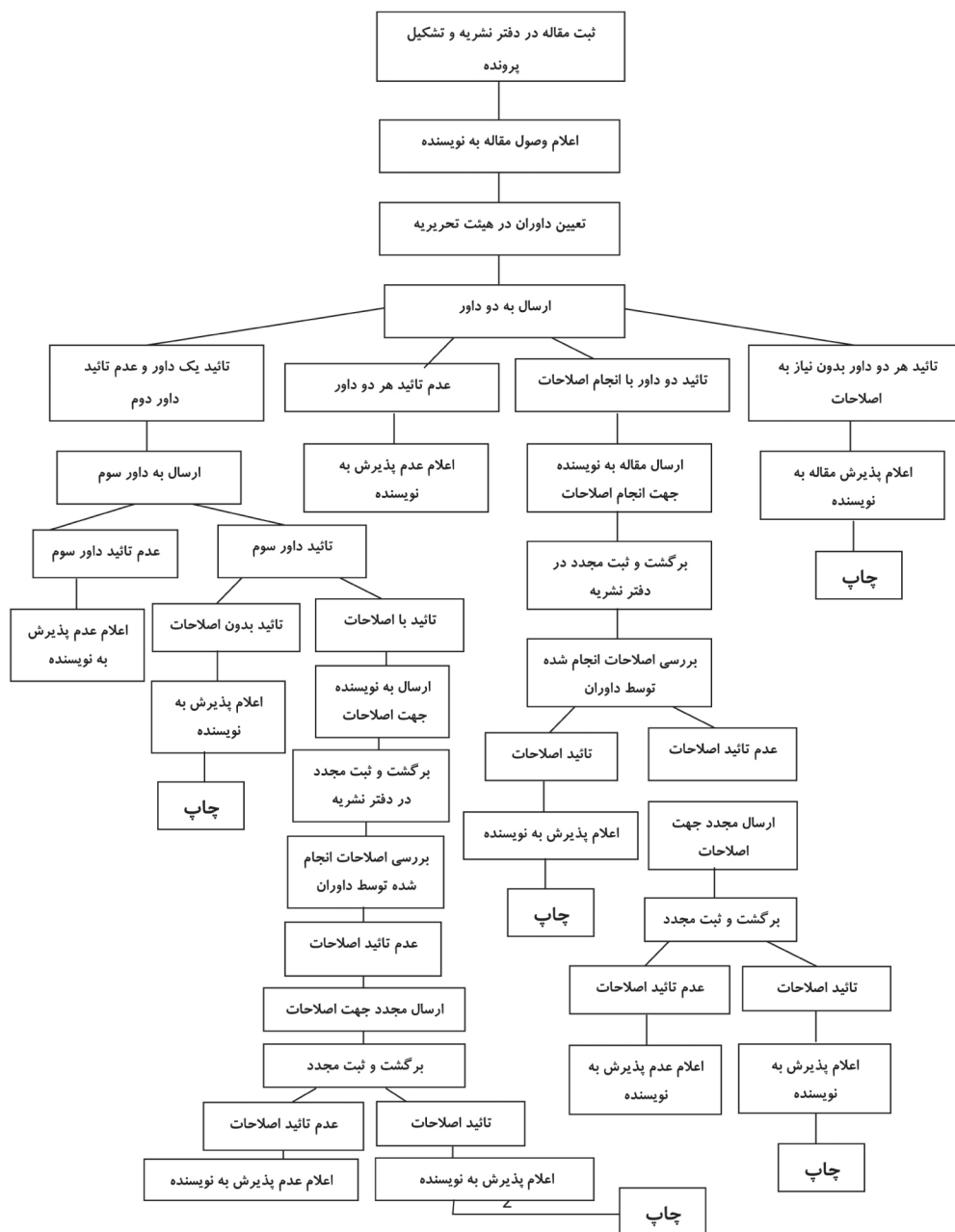
شغل: شغل:

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:



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

۱۹۷

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 کد شهر):

تلفن همراه: تلفن تماس ثابت (با ذکر کد شهر):

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:

The Peruse Effect of Joining the Network "Telegram Social Messenger" on the Growth of Youth Reflexive Identity (Case Study: Students at Islamic Azad University- East Tehran Branch)

Amrolla Amanni Kolarijani

Ph.D., Assistant Professor in Sociology, East Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Monireh Tafteh

Master degree in Sociology, East Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Received:11 Jul. 2017

Accepted:26 Aug. 2017

21

Nowadays, virtual networks has been effective is generally and Telegram is specifically On all spheres of social life In particular identity. One of the most important type of identity is reflexive identity. Accordingly, the present study aims to The effect of Join the network "telegram social messenger" on the growth of youth reflexive identity. for achieve this goal study on students at east Tehran Azad University that have the focus at 1395 that all students are 11749 people, So using a Cochran formula have selected 374 people, and 384 samples for further credit replies to evaluate hypotheses based on random incidental sampling, and then the questionnaire was distributed and analyzed based on spss and lisrel. The results indicate that 94.3% of the research samples are in virtual networks, 88.8% of the research samples are in telegram, 86.2% in telegram groups and 67.7% in telegram channels. The findings also show that the coefficient of influence of the use of the virtual telegram network with a value of 0.27, the number of members in the telegram with an effect coefficient of 0.21, the use of channels Telegram with a coefficient of influence of 0.14, and the participation of the telegram network with a coefficient of influence of 0.23 at a confidence level of 0.99 on reflexive identity. the use of telegram stickers with a coefficient of influence of 0.16 at a confidence level of 0.95 .results indicate that it is necessary to rethink the identity of having to communicate with other people in these networks, when placed in virtual communication Or participate in these networks.

Key words: Social Networking, Instant Messaging Networks, Telegram, Indentity and Reflexive Identity

helps them in difficulty, the more peaceful the person would be and negative emotions like loneliness will be reduced. The subjects learned the spiritual skills that God is the basis of safety, therefore, they would have a feeling of strength, and show a high self-esteem at the time of anxiety and fear based on the fact that they rely on God who has no defect. And with their own power, they are capable of doing everything and compensate the weaknesses of those who relied on them. Such person, from the point of view of psychological security, have a high self-esteem, security, and lack of concern for the future). Therefore, it is suggested that using psychological skills training such as self-awareness, trust, remembrance, forgiveness and problem solving increases the psychological variables and reduce negative emotions in students.

Key words: Spiritual Skills, Loneliness, Mental Security and Student

A Study on Effectiveness of Teaching Spiritual Skills on Loneliness and Mental Health of First-year Female Students at Secondary Level

Khadije Variani

Concilor of Educational Department, Sari, Mazandaran, Iran

Mohammad Mahdi Shamsaee

Ph.D., Assistant Professor, Department of Psychology, Bandargaz Branch, Islamic Azad University, Golestan, Iran and Member of Spiritual Health Research Center, Iran University of Medical Sciences, Tehran, Iran

Received: 20 Jun. 2017

Accepted: 20 Aug. 2017

19

Reducing the sense of loneliness as a psychological ineffectiveness and promoting psychological safety as one of the basic human needs serve as crucial points for improving mental health for adolescents. Therefore, the purpose of this study was to investigate the effectiveness of teaching spiritual skills on loneliness and mental health of first-year female students at secondary level. In terms of its purpose and nature of the study, the applied research adopted a semi-experimental approach with a pre-test/post-test/ follow-up design with control group. The statistical population of this research comprised all the first-year female students in Sari, Mazandaran, summing up to 3285 based on the education office statistics. The sample size was 44 selected according to the available sampling method and were randomly divided into two groups of 22 subjects. Before the beginning of the training, the two groups had a pre-test on Achroumill Vernshaw (1984) questionnaire of loneliness, and Maslow's psychological knowledge (2004), and then the subjects in experimental group attended ten training sessions (one hour per week) on spiritual skills, based on a special book of trainers, titled "Spiritual Skills Training" by Dr. Boolhari et.al. After the training, the post-test was taken at the end of the study, and after one month, the follow-up test was taken from both groups. To analyze the data, one factor analysis of covariance was used. The results showed a significant difference between the scores of the two groups in the post-test and follow-up test. Also, the effectiveness of teaching spiritual skills on mental health was more than that of loneliness. The more a person feels closer to God, believing that God loves his servants and bless them with compassion and mercy and

A Study on Factors Associated with Youth Music Consumption in Tehran

Hamid Heydar Panah

Ph.D. in Cultural Sociology, Dehaghan Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran

Shapour Behyan

Ph.D., Assistant Professor, Department of Sociology, Mobarake Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran

Fereydoon Vahida

Ph.D., Full Professor, Department of Sociology, Isfahan University, Isfahan, Iran

Received: 16 Jul. 2017

Accepted: 17 Aug. 2017

Music is one of the most versatile arts among youth. This research is to study the youth music consumption. It is a survey using researcher-made questionnaire. The population consists of 15 to 29 years old young people living in 22 districts of Tehran, out of which 400 were selected by multi-stage clustered method.

The findings about interest in music showed that 86% of the subjects are highly interested in music, 13% low interest and only 1% are not interested in music;

%23/8 less than 1 hours, %36 Between 1 to 2 hours, %22/8 Between 3 to 4 hours, %7 Between 5 to 6 hours, %3/8 Between 7 to 8 hours, %4 9 hours and more Their spent their time Listening Music and %2/8 States Do not listen to music that represents the position of the top music at active recreation Youth Indicating the high level of interest in music among the youth. Most interested in pop music Second generation then the music is rap.

The results of this research also showed positive relationships between economic and social status, individual cultural capital and age with music consumption but there was no relation between gender and music consumption.

Key words: Music Consumption, Life Style, Cultural Capital and Economic and Social Status

A Study on Social Factors Affecting Happiness of Youth in Tehran City

Hossein Dehghan

Ph.D. in Sociology, Member of the Board of Iranian Association for Sociology of Education, Tehran, Iran

Naser Poor Reza

Ph.D. Student in Economic Sociology and Development, Tehran, Iran

Borzoo Morovat

Ph.D. in Cultural Sociology, Assistant Professor, Farhangian University, Tehran, Iran

Received: 31 Jul. 2017

Accepted: 27 Aug. 2017

Happiness is one of the important concepts that has been developed in psychology and has been considered as an element of social development in sociology in recent years. Moreover, in our opinion, it is one of the critical issues in education system, too. This study is to investigate the social factors affecting the happiness of young in Tehran city. The sample consisted of 380 young in Tehran, which were selected through multi-stage cluster sampling using Cochran formula. Hypotheses have been examined by Pearson correlation coefficient. The results showed that the hope for the future, a sense of security, a sense of social acceptance, social trust, distributive justice, social activities, life satisfaction, purposefulness and happiness have significant positive relationship together. On the other hand, there was a significant negative relationship between relative deprivation, social alienation and happiness. On the other hand, these variables explained 69 percent of the variance of happiness and social acceptability with 0.84 co-efficient had the greatest impact on the dependent variable of happiness.

Key words: Social Happiness, Hope for the Future, Sense of Security, Social Acceptance, Social Trust and Life Satisfaction

Identity Acquisition of New Generation of Iranian Girls Emphasizing on Higher Education

Shirin Ahmad Nia

Ph.D., Associate Professor, Faculty of Social Sciences, University of Allameh, Tehran, Iran

Shamim Sharafat

Ph.D. Student in Social Sciences, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

Kiana Taghikhan

Master degree in Education and Psychology, University of Tehran, Tehran, Iran

Received: 22 Apr. 2017

Accepted: 31 Jul. 2017

In the modern Iran, with the rapid ideological and value changes we are confronting a new generation of girls in Iran's multicultural society with latest lifestyles, choices, values and goals in comparison with their mothers. The authors of the research have tried to examine the ideals and believes between two different generations of Iran's recent society: the generation of women with university education and their mothers' generation without university degree. The variety of paths for the girls in their minds or in their lives' experiences will be shown in the generation gaps is the main result of this research. In the process of semi structured deep interviews with the meaningful samples of girls with higher educational backgrounds in different fields and their mothers the results showed evidence in concrete differences in role definition, self-identity, work motives, matrimony standards, marriage roles expectations, between two generations of women in Tehran.

Key words: Women Roles, Ideals, Higher Education and Generation Gap

of more active, diverse, and courageous patterns of leisure time in comparison to those of girls' which are contrastively more conservative and passive.

Leisure patterns among young people, in spite of owning some similarities, are still supposed to be influenced by gender, choice and consumption.

Key words: Leisure Patterns, Gender Difference, Mixed Methods, Youth and Isfahan

An Analysis of Gender Difference in Youth Leisure Patterns at Isfahan

Mohammad Taghi Iman

Ph.D., Full Professor in Sociology, Shiraz University, Shiraz, Iran

Maryam Sorush

Ph.D., Assistant Professor in Sociology, Fars branch, Academic center for education, culture & research, Shiraz, Iran

Yaser Rastegar

Assistant Professor in Sociology, University of Hormozgan, Hormozgan, Iran

Masood Hajbande

Master degree in Geography and Urban Planning, Head of Urban and Research Group, Iran

Received: 18 Jun. 2017

Accepted: 9 Jul. 2017

The purpose of this paper is to study leisure patterns among young people in Isfahan with special reference to on gender difference. Considering the fact that the world of values, beliefs, and lifestyles can vary among men and women, the authors try to provide answer to the question whether in regard to shaping the pattern of leisure, gender, as a variable, is decisive as it was in the past, or has lost its effects anymore. The method utilized in the study was a mixed one. On the basis of survey method and employment of questionnaire as a tool, leisure patterns were identified among 1748 boys and girls living in Isfahan aging 20-29 years selected through stratified random sampling. Furthermore, in the qualitative section, 27 semi-structured interviews, based on purposive sampling, were conducted on which data analysis and providing qualitative interpretation was accomplished through data coding. On the basis of quantitative results of the study, six leisure patterns can be put into order according to their level of significance among girls studied. The found patterns of leisure are as following: Religious leisure, extra home leisure, domestic leisure, unusual leisure and participatory leisure. On the other hand, boys were identified with six leisure patterns including traditional-Iranian leisure, religious leisure, cultural-artistic leisure, participatory and movies oriented leisure and leisure time spending with friends as well. The results of the qualitative section suggest some of the nuances among leisure patterns identified among boys and girls; that is, boys are

The Relationship between Political Behavior and Organizational Health with Job Involvement (Case Study: The Personnel of Ministry of Sports and Youth)

Ali Reza Khosravi

Master degree in Sport Management, Sciences and Researches Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Seyyed Salahodin Naghshbandi

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Sciences and Researches Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Ali Mohammad Amirtash

Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Sciences and Researches Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Received: 6 May 2017

Accepted: 13 Jul. 2017

The overall aim of this study is to determine the relationship between political behavior and organizational health with the job involvement of the personnel of the Ministry of Sports and Youth. The statistical population of the present study consisted of all personnel of the Ministry of Sports and Youth, numbering 650 people, and the number of statistical samples was 240 according to the Morgan table. They were randomly selected. To collect data, four personal information questionnaires (gender, age, marital status, level of education and background), Kacmar and Carlsen (1994), Organizational Political Behavior Perceptions Scale, Hui and Feldman (1996), and Organizational Health Questionnaire (1996), as well as For job attachment, Coungno questionnaire (1982) were used. Two descriptive and inferential statistics were used to analyze the data. Descriptive statistics and inferential statistics (Kolmogorov Smirnov, Pearson correlation, regression, and multivariate regression) were used. All analyzes were performed using SPSS software version 22. Results showed that the organizational health has a direct and significant relationship with strong intensity with job involvement ($r=0/716$). The results showed that the political behavior has a reverse and significant relationship with the average intensity with occupational attachment ($r=-0/342$), as well as other results said that organizational health components with job involvement from the Ministry of Sports and Youth personnel predict political behavior.

Key words: Political Behavior, Organizational Health, Job Involvement and Ministry of Sports and Youth

Impact of Sports Marketing on Attracting Badminton Spectators, along Financial Supporters

Mohammad Reza Pouria

Master degree in Sports Marketing Management, Ashtian Branch, Islamic Azad University, Ashtian, Iran

Kave khabiri

Ph.D., Assistant Professor, Physical Education Department, Ashtian Branch, Islamic Azad University, Ashtian, Iran

Received: 20 Aug. 2016

Accepted: 2 Oct. 2016

Now a days, sport is designated as an industry and correct interaction between sports and economy will be beneficial for both sides. Financial support on sports "Sponsorship" is one of the ways that lead to an advantageous transaction which has strongly been in the center of attention among the professional world of sports and business managers in the last decades. In this competitive market, business companies prefer using sports sponsorships as an international language. The current research evaluates the impact of sports marketing on attracting badminton spectators, along financial supporters. In this survey, statistical population consists of citizens whose participation in various national contests, clubs and etc. has been registered as spectators in Federation statistics in the second half of 2015 and uses Cochran formula to assess samples. The procedure used in analyzing and compensating data were sometimes the comprehension and deductive tests or as a general or accident tory statistical method were used to have results and in some cases it was clustered and mass-scale surveying the results from this procedures shows that for enhancing the number of spectators paying attention to their tastes and desires has high value. One affecting factor is "oral advertisements and purchase intention" in addition to these attracting spectators is another impacting factor on having a good financial supporter.

Key words: Sports Marketing, Financial Supporters, Spectators and Badminton

Prioritizing Factors Affecting the Development of Sport for All and Sports Championship in Iran

Abbas Shabani

Ph.D., Assistance Professor in Sport Management, Rodehen Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Farzad Khaje

Master degree in Sport Management, University of Allameh, Tehran, Iran

Received: 22 Oct. 2016

Accepted: 21 Feb. 2017

The study is to prioritize factors affecting the development of sport for all and sports championship in Iran. The methodology was descriptive and done based on applied research. The population includes: all managers in the Ministry of Sports and Youth (staff managers and operations managers), managers and professionals Sport for all Federation and Secretary of the Federation sports. The sample was statistically equal to the society. The 141 questionnaires distributed among the population, but 117 questionnaires were analyzed. Measuring in this study was done by 2 questionnaires (questionnaire sport for all and athletics) that cross were distributed among the population. To determine the validity of the questionnaire, some professors and experts were answered and reliability test using Cronbach's was reported 91/0. Finally, to analysis the results of descriptive and inferential statistics, Friedman test and Kruskal-Wallis were used. Based on these findings, public health, media, natural spaces, low cost, the development of public sports bodies, the Internet, graduates of physical education, religious teachings and emphasis on the free exercise were, respectively, the most important factors affecting the development of the sport for all. Also, studying the factors affecting the development sport championship showed 9 indicators that affect on these sectors: facilities and equipment, competitions and sporting events, scientific research and the media, talent, financial support, matters related to the coach and sports structure.

Key words: Effective, Development, Sport for All and Sports Championship

A Study On Current Situation of Pahlavani and Zurkhane,ei Sport in Term of Statistic Information by 1395(2017) in Iran

Ali Yalfani

Ph.D., Associate Professor, Faculty of Physical Education, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran

Hossein Ashoori

Lecturer, Physical Education Department, Payame-e-Noor University

Zahra Raeesi

Ph.D. in Sport Pathology and Corrective Movement, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran

Received:9 May 2017

Accepted:20 Jul. 2017

The pahlavani and zurkhane,ei sport is the unique and systematic traditional Iranian sport which remain from thousands years ago. It is evident that to progress and development of this sport firstly should be have accurate scientific planning, and thereafter obtaining accurate statistic information of current situation to make strategic development planning of pahlvani and zurkhane,ei sport. The aim of present study is to investigation current situation of this sport in term of statistic information by 1395(2017) in Iran. A descriptive questionnaire was designed and used to obtain number of Zurkhanies, Morsheds, Referees and coaches of all 31 Iranian provinces. The Iranian national Federation of Pahlavani and Zurkhane,ei cooperated during the data collection process of present study. The findings of present study demonstrated that there are 30991 Zurkhane athletes, 798 Zurkhane, 1379 Morshed, referees 59 and 191 coaches across the country by1395. Furthermore, analysis indicated that 60%of all Zurkhanies, 42%of all referees,51%of all Morsheds and 46% of all coaches in Iran are belong to five provinces of country. Based on results of present study it is concluded that the current situation of this sport is too poor with regard of facilities and people who engaged in this sport. Therefore, it is strongly recommended that compilation and enforcement of a strategic and comprehensive planning to develop and progress of this sport across the Iran is too necessary. To reach and achievement of mentioned aim, supporting of the Iranian national Federation of Pahlavani and Zurkhane,ei and ministry of sport and youth are emphasized.

Key words: Pahlavani and Zurkhane,ei Sport, Zurkhane, Current Situation, Morshed, Coach and Referee

Comparative Study of Sport Structure in Iran and European Countries

Seyyed Ahmad Sajjadi

Ph.D. in Sport Management, Mazandaran University, Mazandaran, Iran

Nazanin Rasekh

Ph.D., Assistance Professor in Sport Management, Sport Science Research Institute, Tehran, Iran

Seyyed Mohammad Hossein Razavi

Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Mazandaran University, Mazandaran, Iran

Morteza Dousti

Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Mazandaran University, Mazandaran, Iran

Received: 13 Feb. 2017

Accepted: 26 May 2017

An efficient structure is the most important factor for reaching goals in all systems including sport. Since, the purpose of this research is comparative study of sport structure in Iran and European countries. This descriptive-comparative study was carried out in 2016. In order to compare the of sports structure in Iran and European countries (Germany, Estonia, Great Britain, Turkey, Denmark, Poland, Norway and the Netherlands), various aspects were investigated. data for recognizing sport structure of European countries were collected by searching through book, magazine and internet, data for recognizing sport structure of Iran were collected by searching law of objective, duties of sport organization and compared using Bereday's four-stage model: description, interpretation, juxtaposition and comparison. Regarding the structural dimension, despite many similarities in principles, the applied methods and mechanism are different. Low size of structure, avoiding bureaucracy, elimination of parallel and common duties of organizations, symmetrical distribution of authorities and powers among organization units, clear definition of communications among units, identify clear job descriptions for all institutions, National division of work and Coordination between institutions and establishing integrity are the most important principles that must be regarded.

Key words: Comparative Study, Structure, Sport Organizations, Iran and European Countries

Analyzing the Process of Evolution in Sport of All Emphasizing on First to Fifth Development Program

Abolfazl Mollajafari

Ph.D. Student in Sport Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Farshad Tojjari

Ph.D., Full Professor, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Mohammad Reza Esmaeili

Ph. D., Assistant Professor, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Received: 15 Nov. 2016

Accepted: 25 Jan. 2017

The aim of this research was describe and analyzing the process of evolution in sport of all during 1978 to 2014 emphasising on first to fifth development program. The method of research administration is attributive and libraries. Required information is collected from documents and attributive that exist in the archive of press and the main sport centers of country. Instrumentation of data collecting is self-made check lists in components linked with sport of all that their formal validity of them confirmed by 15 persons of experts with orientation of sport management and its final factor reported through Alfa Kronbakh test 0/83. The findings of research showed that there was more attention to neighborhood sport and create structure in sport of all during 1978 to 1988. Meanwhile, during 1989 to 1999 (within first and second development program), development of staff sport and conference holding was considered. In third, fourth and fifth development program rural sports development, role of media in sport and vision and strategy in sport of all was featured in horizon of 2025. The overall accomplished programs and proceeding provide background of promotion and development of sport of all. Nevertheless accomplished orientations and programs and proceeding was impermanent.

Key words: Development Process, Management, Sport of All and Development

University, Isfahan, Iran

Shapour Behyan / Ph.D., Assistant Professor, Department of Sociology, Mobarake Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran

Fereydoon Vahida /Ph.D., Full Professor, Department of Sociology, Isfahan University, Isfahan, Iran

..... 18

A Study on Effectiveness of Teaching Spiritual Skills on Loneliness and Mental Health of First-year Female Students at Secondary Level

Khadije Variani / Concilor of Educational Department, Sari, Mazandaran, Iran

Mohammad Mahdi Shamsaee / Ph.D., Assistant Professor, Department of Psychology, Bandargaz Branch, Islamic Azad University, Golestan, Iran and Member of Spiritual Health Research Center, Iran University of Medical Sciences, Tehran, Iran

..... 19

The Peruse Effect of Joining the Network "Telegram Social Messenger" on the Growth of Youth Reflexive Identity (Case Study: Students at Islamic Azad University- East Tehran Branch)

Amrolla Amanni Kolarijani / Ph.D., Assistant Professor in Sociology, East Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Monireh Tafteh / Master Degree in Sociology, East Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

..... 21

Kave khabiri / Ph.D., Assistant Professor, Physical Education Department, Ashtian Branch, Islamic Azad University, Ashtian, Iran

..... 12
The Relationship between Political Behavior and Organizational Health with Job Involvement (Case Study: The Personnel of Ministry of Sports and Youth)

Ali Reza Khosravi / Master degree in Sport Management, Sciences and Researches Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Seyyed Salahodin Naghshbandi / Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Sciences and Researches Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Ali Mohammad Amirtash / Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Sciences and Researches Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

..... 13
An Analysis of Gender Difference in Youth Leisure Patterns at Isfahan

Mohammad Taghi Iman / Ph.D., Full Professor in Sociology, Shiraz University, Shiraz, Iran

Maryam Soroush / Ph.D., Assistant Professor in Sociology, Fars branch, Academic center for education, culture & research, Shiraz, Iran

Yaser Rastegar / Assistant Professor in Sociology, University of Hormozgan, Hormozgan, Iran

Masood Hajbande / Master degree in Geography and Urban Planning, Head of Urban and Research Group, Iran

..... 14
Identity Acquisition of New Generation of Iranian Girls Emphasizing on Higher Education

Shirin Ahmad Nia / Ph.D., Associate Professor, Faculty of Social Sciences, University of Allameh, Tehran, Iran

Shamim Sharafat / Ph.D. Student in Social Sciences, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

Kiana Taghikhan / Master degree in Education and Psychology, University of Tehran, Tehran, Iran

..... 16
A Study on Social Factors Affecting Happiness of Youth in Tehran City

Hossein Dehghan / Ph.D. in Sociology, Member of the Board of Iranian Association for Sociology of Education, Tehran, Iran

Naser Poor Reza / Ph.D. Student in Economic Sociology and Development, Tehran, Iran

Borzoo Morovat / Ph.D. in Cultural Sociology, Assistant Professor, Farhangian University, Tehran, Iran

..... 17
A Study on Factors Associated with Youth Music Consumption in Tehran

Hamid Heydar Panah / Ph.D. in Cultural Sociology, Dehaghan Branch, Islamic Azad

CONTENTS

Analyzing the Process of Evolution in Sport of All Emphasizing on First to Fifth Development Program

Abolfazl Mollajafari / Ph.D. Student in Sport Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Farshad Tojjari / Ph.D., Full Professor, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Mohammad Reza Esmacili / Ph. D., Assistant Professor, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

..... 8

Comparative Study of Sport Structure in Iran and European Countries

Seyyed Ahmad Sajjadi / Ph.D. in Sport Management, Mazandaran University, Mazandaran, Iran

Nazanin Rasekh / Ph.D., Assistance Professor in Sport Management, Sport Science Research Institute, Tehran, Iran

Seyyed Mohammad Hossein Razavi / Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Mazandaran University, Mazandaran, Iran

Morteza Dousti / Ph.D., Associate Professor in sport management, Mazandaran University, Mazandaran, Iran

..... 9

A Study On Current Situation of Pahlavani and Zurkhane,ei Sport in Term of Statistic Information by 1395(2017) in Iran

Ali Yalfani / Ph.D., Associate Professor, Faculty of Physical Education, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran

Hossein Ashoori / Lecturer, Physical Education Department, Payame-e-Noor University

Zahra Raeesi / Ph.D. in Sport Pathology and Corrective Movement, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran

..... 10

Prioritizing Factors Affecting the Development of Sport for All and Sports Championship in Iran

Abbas Shabani / Ph.D., Assistance Professor in Sport Management, Rodehen Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Farzad Khaje / Master degree in Sport Management, University of Allameh, Tehran, Iran

..... 11

Impact of Sports Marketing on Attracting Badminton Spectators, along Financial Supporters

Mohammad Reza Pouria / Master degree in Sports Marketing Management, Ashtian Branch, Islamic Azad University, Ashtian, Iran

Editorial Board:

Kiumarsh 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.36 . Summer 2017

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

<http://faslname.msy.gov.ir>

*In The Name Of Allah
The Beneficent and the
Merciful*