



فصلنامه علمی - پژوهشی

مطالعات راهبردی ورزش و جوانان

- شماره: ۳۷ ● پاییز ۱۳۹۶ ● شاپا: ۲۲۴x - ۱۷۳۵
- صاحب امتیاز: وزارت ورزش و جوانان
- مدیر مسئول: محمدرضا فضلے
- سردبیر: سید نصراله سجادی
- مدیر اداری و ویراستار: زهرا کمالیان
- صفحه آرا: جعفر خدادی
- چاپ و صحافی: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی

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 ۳/۱۸/۸۰۳۳ از ۱۳۹۳/۱/۲۵ 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 روش‌ها و برنامه‌های 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 پژوهش‌های 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 سعادت‌ی سید بگلو، مهدی شکرانی، محمد مهدی شمسایی، سوران رجبی، ابوالقاسم حیدرآبادی، مسعود دارابی، حسین اسکندری، منصور فتحی، حسن سبحانی، وحید مهربانی، حسن طائی، محمد رسول خدادادی، فرزاد نوبخت، علی فهیمی نژاد، فرشاد امامی، رضا شجیع، محمد هادی توکلی، فریبرز فتحی، نصراله محمدی، حسن قره خانی، عبدالرضا امیرتاش، حسین اکبری یزدی، کیوان شعبانی مقدم، صالح رفیعی، طاهره جعفری، مستوره صداقت، زهرا حضرتی، سهیلا علیرضا نژاد، فهیمه مومنی فر، طیبه زرگر، معصومه کلاته سیفری، فهیمه میرزائی، فریده عقیلی و لیلا میرآقاسی.

اهداف فصلنامه:

۱. ارتقای دانش علمی و بررسی نقادانه سیاست‌ها و برنامه‌های موجود
۲. کمک به سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در حوزه ورزش و جوانان
۳. بررسی مسائل و چالش‌های فراروی جوانان و ورزش کشور با ارائه راهکارهای نوین و مفید در این زمینه‌ها
۴. انعکاس جدیدترین یافته‌های 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 مقالات

فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان

۱. مقاله‌های قابل پذیرش در فصلنامه عبارت‌اند از گزارش‌های علمی از مطالعات تحقیقی که شامل چکیده فارسی و انگلیسی، مقدمه، روش، یافته‌ها، بحث و تفسیر، نتیجه‌گیری و منابع باشند.
۲. حجم مقاله‌ها باید بین ۱۵ تا ۲۵ صفحه A4 (هر صفحه حدود ۴۰۰ واژه) و در فرمت word 2007 به پایین با فونت 14 Blotus تایپ شده باشد.
۳. ساختار مقاله‌ها باید شامل اجزای زیر باشد:
 - **صفحه عنوان:** ضروری است که عنوان کامل مقاله در کوتاه‌ترین و زیباترین شکل، نام کامل نویسندگان، بالاترین مدرک، مقطع و رشته تحصیلی، دانشگاه یا سازمان متبوع و رتبه علمی یا پست سازمانی هر یک از نویسندگان (به فارسی و انگلیسی)، نشانی پستی، تلفن ثابت، تلفن همراه، نامبر و نشانی الکترونیکی نویسنده مسئول درج شود.
 - **چکیده فارسی و انگلیسی:** لازم است که چکیده‌ای سازمان یافته حداکثر در ۲۵۰ واژه، به زبان فارسی و انگلیسی در بر گیرنده بخش‌های هدف، روش، یافته‌ها و نتیجه‌گیری به صورت فشرده و منعکس‌کننده اهم مطالب مقاله به همراه ۳ تا ۶ کلمه به عنوان واژگان کلیدی (به گونه‌ای که مقاله بر مبنای آن نمایه‌سازی شود) ارائه گردد.
 - **مقدمه:** شامل طرح مسئله، پیشینه تحقیق، خلاصه‌ای از تعاریف، اصول، تئوری‌ها، مجهولات بجا مانده از تحقیقات قبلی چارچوب نظری، فرضیه‌ها یا پرسش‌ها، و نتایج، بحث و منابع به صورت کامل ارائه گردد.
 - **روش:** شامل تبیین روش تحقیق، جامعه آماری، روش نمونه‌گیری و ابزارهای پژوهش است.
 - **یافته‌ها:** یافته‌های حاصل از روش‌های آماری می‌تواند به صورت متن، جدول (شماره و عنوان در بالای آن) و نمودار (شماره و عنوان در زیر آن) ارائه شود- تعداد جدول‌ها و نمودارها نباید بیشتر از ۶ عدد باشد.
 - **بحث و نتیجه‌گیری:** ضمن مقایسه یافته‌های حاصل از این تحقیق با تحقیقات قبلی از منظر شباهت‌ها و تفاوت‌ها، به درستی یا نادرستی فرضیه‌ها و هدف تحقیق اشاره گردد.
 - **منابع:** تمامی مقاله‌ها 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 می‌باشد. 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 انتشار منبع: 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).

مرکز مطالعات و پژوهش های راهبردی

فهرست

نیاز به تغییر پارادایم در سیاست گذاری های مربوط به جوانان: نگاه از زاویه اشتغال مولد

فرشاد مومنی ۹

نسبت هویت قومی و ملی در نزد جوانان استان البرز

برزو مروت ۲۹

زمینه های اجتماعی مؤثر بر گرایش به رفتارهای پرخطر (مورد مطالعه: جوانان شهر سنندج)

ستار پروین، اسماعیل عباسی زاغه ۳۳

نقش شفقت به خود در رفتارهای پرخطر دانشجویان

سیدمحسن حجت خواه، سلیمان احمد بوکانی، سعید عباسی، محمد رستمی ۶۹

بررسی نقش شبکه های اجتماعی مجازی در تعاملات اجتماعی همسران (مورد مطالعه: همسران جوان شهر تهران)

یاسمن فرشادفر، علی باصری، نوروز هاشم زهی ۷۳

مطالعه رفتارهای پرخطر دانشجویان و ارتباط آن با پابندی به ارزش های جمعی و مصرف رسانه ای

(مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه شهید مدنی آذربایجان)

صمد رسول زاده اقدم، حامد اکبرپور ۹۵

شناسایی روابط میان حوزه های صنعت ورزش ایران

ملیحه سادات آقائی شهری، ژاله معماری، مهسا سعادت ۱۱۳

تدوین مدل توسعه ورزش برای همه در فدراسیون های ورزشی فعال در ورزش قهرمانی

لقمان کشاورز ۱۲۹

شناسایی و اولویت بندی فاکتورهای تاثیر گذار بر توسعه گردشگری ورزشی در ایران

زهرا ناطقی، سید صلاح الدین نقشبندی، حسین پور سلطانی ۱۴۷

مرور نظام مند و فراتحلیل پژوهش های انجام شده در حوزه سوء مصرف مواد نیروزا در جوامع غیر ورزشکار

نوجوانان و جوانان ایرانی

علی کاشی، محمد رضا کردی ۱۵۷

تحلیل وضعیت رقابتی تولیدات پوشاک ورزشی بانوان در کشور ایران با استفاده از مدل رقابتی پورتر

مهدی نادری نسب ۱۷۹

شناسایی متغیرهای تبیین کننده آموزش و توانمندسازی کارکنان در هیئت های ورزشی استان گلستان

بهمن طبیبی، امین دهقان قهفرخی ۱۹۵



نیاز به تغییر پارادایم در سیاست گذاری های مربوط به جوانان: نگاه از زاویه اشتغال مولد

فرشاد مومنی^۱

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۵/۲۳

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۸/۳

گزارش های بین المللی حکایت از آن دارد که متوسط اشتغال جوانان ایران (۲۴۱۵ ساله) در زمره پایین ترین سطوح در میان کشورهای جهان است (۲۲ درصد) و در مقایسه با میانگین جهانی این نسبت (۴۱ درصد) فاصله معنی داری را به نمایش می گذارد.

در این مقاله با بهره گیری از روش توصیفی تحلیلی و با تکیه بر چارچوب نظری نهادگرایی جدید نشان داده شده است که سازه ذهنی «کوته نگری» یعنی ترجیح نظام وار امور کوتاه مدت در برابر «مصالح بلند مدت»، مهمترین عامل اتخاذ جهت گیری ها و شیوه های خاص تخصیص منابع و تبدیل فرصت های ناشی از برخورداری کشور از جمعیت به نسبت جوان به تهدیدهایی آزاردهنده است.

یافته های تحلیلی این پژوهش حکایت از آن دارد که اصلاحات جزئی و تک ساحتی در این شرایط، راه گشا نیست و نظام مدیریت توسعه ملی، نیازمند یک تغییر پارادایم بر محور اصلاح نظام وار ساختار نهادی در جهت ارتقای بنیه تولید ملی می باشد.

در پایان، خطوط کلی چگونگی اصلاح نظام وار ساختار نهادی ارائه شده است.

واژگان کلیدی: اشتغال، سیاستگذاری، اصلاح، ساختار نهادی و جوانان

۱. استاد تمام، گروه برنامه ریزی و توسعه اقتصادی، دانشکده اقتصاد، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

E-mail: Farshad.momeni@gmail.com

مقدمه

هم اکنون، کشورمان شرایط بسیار خطیر و پیچیده ای را تجربه می کند. به گواه ویژه نامه برنامه ششم که در اسفند ماه ۱۳۹۳ از سوی سازمان مدیریت و برنامه ریزی انتشار یافته، انبوهی از بحران های کوچک و بزرگ فراروی ماست که بعضی از آنها مانند بحران آب و بحران محیط زیست، اصل امکان تداوم بقا را به چالش کشیده است. از آنجا که هیچ یک از این بحران ها در افق کوتاه مدت قابل حل و فصل نیستند، به طور طبیعی چشم امید کشور به جوانان دوخته می شود و از این زاویه، طرز نگاه ما به مسائل جوانان و راه حل هایی که برای ارتقای کیفیت و توانمندی آنها دنبال می شود، از ابعاد اهمیت بی سابقه ای برخوردار خواهد شد.

برای رویارویی با چالش های سیاستی حوزه جوانان، در اختیار داشتن تصویری درست از صورت مسائل و نیز برخورداری از یک فهم نظری عالمانه و قابل دفاع در زمره حیاتی ترین ابزارها به شمار می رود، چرا که با برخورداری از چنین رویکردی، امکان برخورد با مشکلات بنیادی در موضع اصلی آنها فراهم می شود و پرداخت هزینه های گزاف بابت آزمون و خطاهای بی فرجام و پر شمار نیز متوقف می گردد.

در این مقاله، با بهره گیری از دستگاه نظری نهادگرایی جدید تلاش می شود تا کانون اصلی نافرجام ماندن بخش بزرگی از رویکردهایی که برای حل و فصل مسائل جوانان اتخاذ شده است شناسایی و پیشنهادهای مشخصی برای برون رفت از شرایط کنونی ارائه گردد.

ایده محوری این مطالعه آن است که غفلت بنیادی از تمهید فرصت های شغلی مولد، از یک سو کشور را از ظرفیت ها و توانایی های گسترده جوانان محروم ساخته و بخشی از چالش ها و بحران های مورد اشاره از این ناحیه متوجه کشور و ناکام ماندن اهداف برنامه های توسعه شده است و از سوی دیگر، راهبردهایی کوتاه نگرانه مانند به تعویق انداختن اشتغال جوانان از طریق گسترش افراطی و کمی گرای آموزش عالی و انواع تشویق ها برای ازدواج و پرکردن اوقات فراغت، آنها را نیز به چالش های جدید و پرخسارتری تبدیل نموده است. به این ترتیب، کل نظام ملی در نحوه تعاملی که با مسائل جوانان انتخاب نموده یک بازی باخت-باخت را رقم زده که تنها از طریق ارزیابی دقیق و روشمند آن می توان چشم اندازهای امیدبخشی را برای آینده کشور تصویر نمود.

روش شناسی و چارچوب نظری پژوهش

بخش بزرگی از تاریخ علوم اجتماعی و انسانی در دوره پس از اولین موج انقلاب صنعتی، به بررسی رابطه پیشه ها و اندیشه ها اختصاص داشته است. گروهی با اتخاذ رویکرد تحلیلی مادی-معیشتی که تعبیری ارزشمند و رسا بوده و به صورت روشمند توسط دانیل لیتل شرح و بسط داده شده است (لیتل، ۱۳۷۳) پیشه ها را اصیل دانسته و اندیشه ها را دنباله روی آنها تلقی می کرده اند. گروهی دیگر با تاکید بر عناصری همچون آزادی و انتخاب گری، بر نقش تعیین کننده و زیربنایی اندیشه ها در شکل دادن به پیشه ها تاکید ورزیده اند. در آموزه نهادگرایی جدید به شکل بدیع و به نسبت قانع کننده بر تعامل این دو البته با تاکید بر نقش زیربنایی اندیشه ها پافشاری شده است. داگلاس نورث، اقتصاددان بزرگ معاصر و برنده فقیه جایزه نوبل اقتصاد در فصل اول کتاب «درک فرآیند تحول اقتصادی» هنگامی که تلاش می کند تا طرح کلی فرآیند تحول اقتصادی را توضیح دهد، بر نقش تعیین کننده عوامل غیراقتصادی در شکل گیری تحول اقتصادی تاکید و تصریح می کند که تحول اقتصادی به گواه شواهد تجربی بیشمار و مبانی اندیشه ای قابل اعتنا، تابعی از سه مولفه تحول در کمیت و کیفیت جمعیت، تغییر در ذخیره دانایی به ویژه دانش تسخیری برای غلبه بر طبیعت و بالاخره تغییر در چارچوب نهادی که ساختار انگیزشی آگاهانه جامعه را تحت تاثیر قرار می دهد، می باشد. از میان این سه عامل، تغییر در ذخیره دانایی و تغییر در ساختار

انگیزشی، وجوه نرم افزاری تغییر در عملکرد اقتصادی را به نمایش می‌گذارد.

از دیدگاه داگلاس نورث، عنصر اندیشه و فرهنگ در این میان نقشی تعیین کننده و زیربنایی دارد. در عبارت پردازی‌های اکثریت قریب به اتفاق اقتصاددانان نهادگرای جدید، عبارت نقش زیربنایی فرهنگ به کلی از صورت‌بندی مفهومی کارل مارکس از زیربنا و در تقابل قرار دادن آن با مفهوم روبنا فاصله دارد. در این جا، نهادگرایان جدید و در میان ایشان داگلاس نورث بر روی مضمون و محتوای اولویت برای زیربنا داشتن فرهنگ تمرکز و تاکید ویژه دارند. او در فصل اول کتاب «فهم فرآیند تحول اقتصادی»، در اولویت و اهمیت وجه اندیشه ای و فرهنگی توضیح می‌دهد که در ماجرای تحول اقتصادی با تقدم ایده‌ها و عقاید به مثابه عنصر اساسی در مسیر شکل‌گیری ساختار نهادی رو به رو هستیم که منشاء قیده‌های رسمی و غیررسمی (نهاده‌ها) شده و به وابستگی به مسیر طی شده منجر می‌گردد. از دیدگاه نورث، در جریان تغییر وضع موجود نیز همچنان با اولویت و تقدم ایده‌ها و عقاید روبه رو هستیم؛ به این معنا که هر کوششی برای تغییر، مستلزم صورت‌بندی اولیه وضعیت مطلوب در ذهن کارگزاران تغییر می‌باشد. به عبارت دیگر، هم در جریان شکل‌گیری وضع نامطلوب موجود و هم در جریان ایجاد تغییر و حرکت به سمت وضع مطلوب، ابتدا باید تکلیف در سطح اندیشه ای روشن شده باشد تا پس از آن از طریق استقرار ساختار نهادی مناسب که به تعبیر نورث در همین فصل اول کتاب «فهم فرآیند تحول اقتصادی» ترکیبی از مجموعه بایدها و نبایدهاست، ردگیری شود.

نوآوری بسیار خارق‌العاده داگلاس نورث در فصل اول این کتاب آن است که به شکل بدیعی نشان می‌دهد تجلی گاه‌های اصلی این نظام بایدها و نبایدها عبارت اند از: زبان، تولیدات مادی و نظام باورها در هر جامعه. (نورث، ۱۳۹۶: ۴۱-۳۲)

به این ترتیب ملاحظه می‌گردد که اگر درباره مسئله جوانان در کشورمان احساس نگرانی‌های جدی وجود دارد و تدابیر و تمهیدات اندیشیده شده طی بالغ بر ربع قرن گذشته راهگشایی نداشته و احساس عمومی آن است که چالش‌های بهره‌گیری ثمربخش از توانایی‌های فکری و جسمی جوانان در مسیر ساختن آینده ای بهتر برای ایشان و آینده کشور دائما رو به افزایش می‌گذارد، مسئله را باید ابتدا از جنبه اندیشه ای ردگیری و ریشه‌یابی نمود.

یافته‌های پژوهش

هنگامی که به تدابیر و تمهیدات اندیشیده شده در کلی‌ترین سطح نگاهی اجمالی انداخته می‌شود، به وضوح می‌توان ملاحظه نمود که کاستی‌ها و ضعف‌های جدی و اساسی در این زمینه قابل مشاهده است. برای مثال، طی نزدیک به سه دهه گذشته بخش بزرگی از ظرفیت‌های ذهنی و مادی تحت اختیار نظام تصمیم‌گیری و تخصیص منابع ملی صرف چاره‌اندیشی در زمینه چگونگی گذران اوقات فراغت جوانان شده است. این در حالی است که مسئله فراغت در ذات خود هنگامی قابل طرح می‌باشد که افراد مشکلی در زمینه اشتغال و کسب درآمد نداشته باشند و بخش معقولی از اوقات زندگی آنها صرف فعالیت‌های مولد شده و درآمد قابل قبولی نیز ایجاد شده باشد تا مسئله اوقات فراغت به شکل معنی دار و قابل قبول خود موضوعیت یابد. در حالی که اگر بخش اعظم جوانان با دلایل موجه یا ناموجه هیچ نقشی در تولید ملی نداشته باشند، برای آنها مسئله اساسی احساس پوچی و بطلان و سرخوردگی و بی‌انگیزگی و... است و مسئله پرکردن اوقات فراغت در چنین شرایطی از بیخ و بُن معنای خود را از دست می‌دهد. آنها ابتدا باید از طریق بستر نهادی مشوق، خلاقیت و تولید حس زنده بودن و مفید بودن پیدا کرده باشند تا پس از آن مسئله فراغت و چگونگی پرکردن اوقات آن به صورت‌های اعتلا بخش و نشاط آور قابل تصور باشد.

نمونه بسیار تاسف بار و شگفت انگیز دیگر در طرز مواجهه نظام تصمیم گیری و تخصیص منابع با مسائل جوانان، شیوه رویارویی اتخاذ شده برای تشویق ازدواج است. طی نزدیک به ۳ دهه گذشته، بخش بزرگی از اوقات نظام تصمیم گیری و تخصیص منابع ملی، صرف قاعده گذاری برای دادن وام به جوانان به منظور تشویق آنها به امر ازدواج بوده است. با کمال تاسف حتی هنگامی که در سطح نخبگان درباره چرایی عدم موفقیت برنامه وام دهی برای تشویق ازدواج سخن به میان می آید، ارزیابی ها بیشتر بر محور مقدار ناکافی وام های تخصیص یافته یا عدم تمایل و همکاری بایسته بانک ها در این زمینه متمرکز است. این در حالی است که به نظر می رسد تا زمانی که مسئله اشتغال مولد برای جوانان حل و فصل نشده باشد - حتی اگر میزان وام های تخصیص یافته به چند ده برابر مقدار کنونی هم افزایش یابد و بانک ها نیز حداکثر همکاری را در پرداخت وام های در نظر گرفته شده، اعمال نمایند - همچنان شاهد بی رغبتی جوانان به امر ازدواج و افزایش سن ازدواج خواهیم بود و به شرحی که عملاً طی نزدیک به ۳ دهه اخیر مشاهده شده است، حتی اگر ازدواجی هم صورت بپذیرد، در غیاب اشتغال به فعالیت های درآمدزا و ایجاد کننده اطمینان نسبت به آینده جوانان، ازدواج های دوپینگ است که با تشویق های ناپایدار و غیر مطمئن و مقطعی دولت و خانواده های طرفین ازدواج صورت می پذیرد. بی شک، این ازدواج ها دوام چندانی نخواهند داشت و آثار و عوارض روحی و مادی نداشتن درآمد حاصل از اشتغال مولد و چشم اندازهای امیدوار کننده درباره آینده در قالب اختلاف ها و عصبانیت ها و نزاع ها و طلاق ها به وضوح خود را به عنوان یک واقعیت تلخ اجتماعی تحمیل خواهند کرد.

مثال سوم به مسئله گسترش کمی آموزش عالی طی نزدیک به ۳ دهه گذشته مربوط است. کشور ما طی بالغ بر ربع قرن گذشته، شاهد این واقعیت غم انگیز بوده است که در غیاب اهتمام دورنگرانه، عالمانه، نظام وار و روشمند، نظام تصمیم گیری و تخصیص منابع ملی در زمینه ایجاد بستر نهادی مناسب برای خلق فرصت های شغلی مولد، بیشترین توجه خود را روی بسط فرصت های آموزش عالی متمرکز کرده است - به این گمان که از این طریق سن ورود جوانان به بازار کار را افزایش می دهد و از کانال ایجاد تاخیر زمانی، برای تقاضای فرصت های شغلی مشکل را به آینده منتقل می سازند و در کوتاه مدت می تواند نفسی بکشد؛ اما شکست فاجعه آمیز این رویکرد را در ابعاد گوناگونی می توان به نظاره نشست. برای مثال، هنگامی که برنامه کوتاه نگرانه تعدیل ساختاری در دستور کار نظام تصمیم گیری و تخصیص منابع ملی قرار گرفت، سیاست هایی همچون: شوک درمانی و دستکاری قیمت های کلیدی، آزادسازی افراطی واردات، خصوصی سازی فاقد بستر نهادی مشوق رقابت عادلانه و تعدیل نیروی انسانی، از یک سو به بحران بیکاری های فزاینده دامن زد و به تدریج و در طول زمان بحران بیکاری را به یک عارضه ساختاری تبدیل کرد و از سوی دیگر، با کمی گرایی افراطی موجب بسط فرصت های جدید برای مشغول سازی جوانان در آموزش عالی شد. سیاست گذاران در آغاز این روند، فکر نکردند که وقتی مدیریت توسعه ملی در خلق فرصت های شغلی کمتر دانایی بر و کمتر سرمایه بر، ناتوان و ناموفق است و هیچ برنامه ای برای تغییر پارادایم و تغییر شیوه اداره اقتصاد ملی ندارند، آیا می توانند در یک افق زمانی میان مدت یا بلندمدت با استمرار همان رویه های غلط پیشین برای جوانانی که تحصیلات عالی و تکمیلی راسپری کرده اند، فرصت های شغلی متناسب با صلاحیت ها و انتظارات جدید آنها تدارک ببینند؟

این مسئله امروز به شکل بسیار فاجعه آمیزی آثار خود را به نمایش گذاشته است؛ به گونه ای که برای مثال در اسناد برنامه ششم توسعه پس از انقلاب به وضوح و به روشنی از این واقعیت قابل تامل سخن به میان آمده است که بیش از ۹۰ درصد عرضه کنندگان نیروی کار خویش و ورودی های جدید به بازار کار از حداقل تحصیلات دانشگاهی یعنی طی کردن دوره کارشناسی و مدرک لیسانس برخوردار هستند و در شرایطی که قیمت نفت نیز

در مقایسه با سطح اوج گرفته سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۰ سقوط چشم‌گیری را به نمایش گذاشته، پاسخ‌گویی به نیازهای شغلی تازه‌واردان به بازار کار با کیفیت مورد اشاره و تحول معنی‌داری که در سطح انتظارات و توقعات آنها پدید آمده است، بسیار پیچیده‌تر و دشوارتر و البته پرخسارت‌تر و تهدیدکننده‌تر و رنج‌آورتر از سال‌های آغازین اجرای برنامه تعدیل ساختاری خواهد بود. پیتراونز در کتاب ارزشمند «توسعه یا چپاول» - که به موضوع حیاتی و سرنوشت‌ساز نقش دولت در توسعه صنعتی پرداخته است (۱۳۷۱) - به تجربه خسارت بار و بحران‌زایی این رویکرد در تجربه توسعه‌دهنده اشارات عبرت‌آموزی دارد. کیت گریفین نیز برای نشان دادن آثار زیان‌بار رویکرد بی‌اعتنایی به نیاز جوانان در سنین کار و فعالیت، به فرصت‌های شغلی مولد از طریق دامن زدن به گسترش کمی آموزش عالی و به تأخیر انداختن ورود جوانان به بازار کار از این عبارت تکان‌دهنده و البته بسیار قابل تأمل و عبرت‌آموز استفاده کرده است: «تحصیلات بیشتر منهای شغل، به مراتب سرخورده‌کننده‌تر و فاجعه‌آمیزتر خواهد بود» (گریفین، ۱۳۷۱: ۹۳).

۱۳ می‌توان به عبارت مورد اشاره گریفین، توضیحات و اضافات بسیاری را ضمیمه نمود؛ برای مثال، در دوران گسترش کمی آموزش‌های عالی و در غیاب یک استراتژی توسعه که محتوای آموزشی را با نیازهای سطح توسعه‌همانگ ساخته و بر قابلیت‌های عملی آموزش‌گیرندگان چیزی افزوده باشد، به موازات افزایش تعداد دارندگان مدارک تحصیلی سطح بالاتر، از یک طرف بخش قابل‌اعتنایی از منابع انسانی و مادی کشور صرف چیزی شده است که بازدهی متناسب به هیچ وجه نخواهد داشت و از طرف دیگر، به موازات اعطای گواهی‌های دانش‌آموختگی، نظام ملی را با انفجار انتظارات جوانان تحصیل کرده رو به رو خواهد ساخت. چیزی که به هیچ وجه با قابلیت‌ها و توانایی‌های موجود نظام ملی قابلیت پاسخ‌گیری نداشته و دائماً بر نارضایتی‌ها و اعتراض‌ها و بدگمانی‌ها و مخالفت‌ها خواهد افزود. وجه بسیار قابل تأمل‌تر و تناقض‌آلودتر این ماجرا آن است که در اثر این ناتوانی‌ها در جهت پاسخ‌گویی به نیازهای شغلی جوانان تحصیل کرده آنها با سرخوردگی و خشم، آینده خود را از طریق مهاجرت جستجو می‌کنند. شکل‌های غیرقانونی مهاجرت آنها و ضایعات و تلفات انسانی و عاطفی شدید آنها امروز یکی از مهم‌ترین دل‌مشغولی‌های جامعه جهانی را پدیدار ساخته است، اما حتی اگر این ملاحظه‌ها نیز نادیده گرفته شود جوانانی که به شکل قانونی یا غیرقانونی از کشور خارج می‌شوند، عملاً به عنوان ابزاری در راستای پیشبرد اهداف اقتصادی کشورهای رقیب ما قرار خواهند گرفت. به عبارت دیگر، در حالی که کشورمان به شدت نیازمند نیروی انسانی با کیفیت و با انگیزه است و برای تربیت آنها در یک دوره زمانی به نسبت طولانی منابع انسانی و مادی عظیمی هزینه شده و دقیقاً در زمانی که هنگام بهره‌برداری از این سرمایه‌گذاری فرا رسیده است، این نیرو و سرمایه انسانی دو دستی به رقبای خودمان تقدیم می‌شود. طنز بسیار تلخ این ماجرا آن است که بخش قابل‌اعتنایی از این منابع انسانی به آمریکای شمالی و اروپای غربی می‌روند؛ یعنی جاهایی که در بخش قابل ملاحظه‌ای از تبلیغات رسمی با عناوینی همچون: استکبار جهانی و دشمن از آنها یاد می‌شود.

بحث و تفسیر

اگر به شکل قابل‌اعتنایی موارد اشاره شده و مثال‌های بی‌شمار و بسیار متنوع و با اهمیت دیگر که قابل طرح است، در دستور کار بررسی‌های پژوهشی عمیق‌تر قرار گیرد می‌توان گوشه‌هایی از پیچیدگی‌های اداره یک اقتصاد سیاسی توسعه نیافته و رانتی را در دنیای امروز که با عنوان عصر شتاب تاریخ و عصر دانایی به رسمیت شناخته شده است، آشکار ساخت و نشان داد که با اتخاذ رویه‌های کوتاه‌نگرانه و کلیشه‌های تقلیدی آزادسازی و خصوصی‌سازی‌های فاقد بستر نهادی کافی در دنیای امروز، چه انواع

متنوعی از هزینه های انسانی، عاطفی، مادی و حتی امنیت ملی به نظام های تصمیم گیری کوتاه نگر و اجرا کننده برنامه تعدیل ساختاری تحمیل شده و در صورت استمرار پارادایم موجود، به صورت فزاینده در آینده نیز تحمیل خواهد شد.

شایسته است که در یک موقعیت مناسب همه ابعاد داخلی و خارجی این شیوه سیاستگذاری مورد بررسی و واکاوی قرار گیرد، اما در اینجا صرفاً به منظور توضیح گسترده گوی موارد دیگر قابل طرح و برجسته کردن ضرورت و اهمیت و فوریت تغییر پارادایم فکری موجود در طرز اداره کشور، یک مثال ملموس دیگر نیز با مخاطبان گرامی در میان گذاشته شود.

در اقتصادهای رانتی و کوتاه نگر توسعه نیافته طی بالغ بر نیم قرن گذشته، بخش مسکن به عنوان یک ضربه گیر برای پنهان کردن آثار و عوارض سیاست های کوتاه نگر مورد استفاده قرار گرفت. کشور ما، ایران نیز یکی از نمونه های این شیوه اداره جامعه به شمار می رود و سوابق موجود به نحو شگفت انگیزی تایید کننده آن است که برخورد کوتاه نگرانه و سوداگرسالارانه با بخش ساختمان و مسکن تا چه اندازه منابع انسانی و مادی را مصروف خود ساخته و به طور همزمان از توان رقابت و توان مقاومت اقتصاد ملی کاسته و کشور را به سهم خود با انبوهی از ناپایداری ها و ناکارآمدی ها رو به رو ساخته است. یکی از بهترین منابع موجود برای نشان دادن ریشه های تاریخی این طرز برخورد کوتاه نگر، کتاب ریچارد بندیک (۱۳۹۴) با عنوان «تامین مالی صنعتی در ایران» است. بندیک در زمره مجموعه ای از کارشناسان و مشاوران گروه هاروارد محسوب می شود که در سال های پایانی دهه ۱۳۳۰ هجری شمسی از سوی سازمان برنامه و بودجه وقت با هدف ارائه مشورت برای تدوین برنامه سوم عمرانی قبل از انقلاب به ایران آمده اند. او در کتاب بسیار ارزشمند خود (۱۳۹۴: ۶۶) توضیح می دهد که چرا به این جمع بندی رسیده است که توسعه صنعتی در ایران را باید در زمره امور محال به حساب آورد.

خواننده آگاه توجه دارد که این مطالب درباره تجربیات پارادایم حاکم بر مدیریت اقتصاد و توسعه ملی در زمانی نزدیک به ۶۰ سال پیش است. هنوز هم بسیاری را گمان بر آن است که رژیم دست نشانده پهلوی را خطاهای راهبردی ناشی از نحوه تخصیص دلارهای نفتی در تجربه سال های پس از ۱۳۵۳ سرنگون ساخت؛ در حالی که مجموعه ۴ گانه کتاب های انتشار یافته از سوی مشاوران هاروارد نشان دهنده این واقعیت است که ریشه های اصلی سقوط دودمان پهلوی به زمان های قبل تر مربوط می گردد و شوک اول نفتی فقط آن روندهای مخرب را سرعت بخشید، نه این که ایجادکننده آن باشد. البته اگر کسی بخواهد همین ریشه ها را با جدیت و عمق بیشتر دنبال کند، آثار ارزشمند احمد اشرف (۱۳۵۹)، چارنر عیسوی (۱۳۶۳) و بیشمار دیگر از این دست نیز هر کدام به شکلی و از زاویه ای متفاوت نشان می دهند که ریشه اصلی این خطاها را می توان به سال های ربع پایانی قرن ۱۸ میلادی یعنی سرآغاز اولین موج انقلاب صنعتی نیز ردگیری کرد. البته اگر بخواهیم فارغ از ملاحظات معطوف به اندیشه توسعه، ریشه های ناهنجاری و ناپایداری اداره اقتصاد ایران را دنبال کنیم، می توان مسئله را تا سال های دور و بالغ بر ۱۰۰۰ سال پیش از موج اول انقلاب صنعتی نیز دنبال نمود. اما از آنجا که شکاف فزاینده بین کشورها و معنی دار شدن عقب ماندگی از رقبا در سطح نظام های ملی از اولین موج انقلاب صنعتی آغاز شده است، می توان آن نقطه عطف یعنی نیمه دوم قرن هیجدهم را به عنوان سرآغازی مناسب در نظر گرفت.

ریچارد بندیک در کتاب مورد اشاره تصریح می کند که نظام پاداش دهی موجود، سرمایه گذاری در مستغلات را بسیار پررونق تر از سرمایه گذاری صنعتی نموده است. او می گوید حتی مالیات بر مستغلات

نیز از یک سو، بسیار اندک و ناچیز بوده و از سوی دیگر، به سهولت می‌توان از آن گریخت و در ادامه با ردگیری رویکرد سیستمی پشتیبانی‌های نهادی از فعالیت‌های زود بازده، پربازده و غیرمولد که بسیار فراتر از تشویق سوداگری بخش مسکن و ساختمان و زمین است، این گونه جمع بندی می‌کند که به نظر می‌رسد مستغلات در آینده نیز همچنان به عنوان گزینه بهتر نسبت به سرمایه گذاری صنعتی باقی خواهد ماند. (بندیک ۱۳۹۴: ۶۶)

او البته در صفحات قبلی اساس گرفتاری‌ها و امتناع توسعه در ایران را سیطره حیرت انگیز پارادایم کوتاه نگرانی یعنی ترجیح نظام وار امور کوتاه مدت به امور بلند مدت معرفی کرده و نشان می‌دهد که تا زمانی که این پارادایم در ذهن کارگزاران اصلی این کشور و سیاستگذاران و رهبران آن سیطره دارد، کشور روی توسعه به خود نخواهد دید. از دیدگاه او، ساختار نهادی مشوق کوتاه نگرانی باعث شده است که حتی بخش صنعت نیز در ایران از مدار و مسیر اصلی خود منحرف شده و دچار عارضه کوتاه نگرانی گردد.

دانش توسعه مالا مال از اسناد، شواهد و استدلال‌هایی است که به مسئله سرمایه گذاری در تولید صنعتی مدرن به مثابه یک تصمیم بلندمدت نگرینسته و تصریح می‌کند که تا زمانی که پشتیبانی‌های نهادی دورنگرانه، توسعه‌گرا و اطمینان بخش وجود نداشته باشد، تولید صنعتی مدرن به شکوفایی و بالندگی دست نخواهد یافت و در غیاب چنین تمهیداتی، حتی اگر در اقتصادهای رانتی گرایش‌هایی به سمت سرمایه گذاری‌های صنعتی مدرن مشاهده شود، این سرمایه گذاری‌ها دقیقاً خود را با استانداردهای ساختار نهادی کوتاه نگر تنظیم می‌کنند و مضمون توسعه گرا پیدا نخواهند کرد. برای مثال، داگلاس نورث در کتاب ارزشمند «نهادها، تغییرات نهادی و عملکرد اقتصادی» (۱۳۷۷) و نیز در کتاب «ساختار و دگرگونی در تاریخ اقتصادی» (۱۳۷۹) به شکل قانع کننده ای توضیح داده است که تا زمانی که حداقلی از امنیت حقوق مالکیت در جامعه ای نباشد و یک اراده جدی و مبتنی بر برنامه برای کاهش هزینه‌های مبادله از طریق افزایش هزینه فرصت دستیابی به درآمدهای آسان مانند دلالی و رباخواری و مهار برنامه‌ریزی شده و پیشگیری کننده فساد مالی و یک برنامه حمایت توسعه گرا از تولید وجود نداشته باشد، بخش اعظم کسانی که سرمایه گذاری صنعتی می‌کنند به سمت آن رشته فعالیت‌هایی از صنعت تمایل نشان می‌دهند که افق بازدهی کوتاه مدت، نیاز به سرمایه اندک و بالاخره مقیاس تولید نیز در آن بسیار کوچک باشد.

نگاهی به داده‌های آماری رسمی ایران از سال ۱۳۳۵ تا امروز دقیقاً تاثیر این جهت گیری‌ها به عنوان گرایش غالب در بنگاه‌های اقتصادی ایران را به نمایش گذاشته است. جدول ۱ نشان می‌دهد که از سال ۱۳۳۵ که نخستین داده‌های سرشماری در ایران گردآوری شده تا امروز یک روند بسیار نگران کننده رو به قهقرا در این زمینه قابل مشاهده است. به عبارت دیگر، برخورد سهل انگارانه با مسائل بنیادی و بلندمدت مربوط به امنیت حقوق مالکیت و کاهش هزینه‌های مبادله و ایجاد ترتیبات نهادی مشوق مفت خواری و غفلت از تمهید برنامه‌های حمایتی توسعه گرا از فعالیت‌های صنعتی مدرن آثار خود را به وضوح در این جدول به نمایش گذاشته است.

جدول ۱: بررسی مقیاس بنگاه های اقتصادی در طی سال های ۱۳۳۵ تا ۱۳۹۰

شرح	جمع کل	بخش خصوصی		مزد و حقوق بگیران بخش خصوصی	کارکنان فامیلی بدون مزد	مزد و حقوق بگیران بخش عمومی	اظهار نشده	مقیاس بنگاه
		کارفرمایان	کارکنان مستقل					
۱۳۳۵	۵۹۰۸	۶۹	۲۴۳۵	۲۲۴۶	۵۹۴	۴۵۱	۱۱۳	۳۲/۵۵
۱۳۴۵	۷۱۱۶	۱۵۳	۶۵۹	۲۶۳۶	۷۰۱	۶۶۳	۴۷	۱۷/۲۳
۱۳۵۵	۸۷۹۹	۱۸۲	۲۸۱۰	۳۰۷۲	۱۰۲۱	۱۶۷۳	۴۱	۱۶/۸۸
۱۳۶۵	۱۱۰۰۲	۳۴۱	۴۳۹۰	۱۸۷۵	۴۸۴	۳۴۵۳	۴۵۸	۵/۵۰
۱۳۷۵	۱۴۵۷۲	۵۲۸	۵۱۹۹	۳۲۷۰	۷۹۷	۴۲۵۸	۴۶۳	۶/۱۹
۱۳۸۵	۲۰۴۷۶	۱۵۳۰	۷۳۶۶	۵۴۸۵	۶۸۳	۵۰۲۵	۳۸۷	۳/۵۸
۱۳۹۰	۲۰۵۴۷	۷۶۹	۷۳۳۳	۶۲۹۲	۸۶۱	۴۳۲۳	۹۶۸	۸/۱۸

منبع: مرکز آمار ایران سرشماری های نفوس و مسکن ۱۳۳۵ تا ۱۳۹۰

نکته بسیار عبرت آموز آن است که این مسئله خطرناک و ضد توسعه که هم توان رقابت و هم توان مقاومت اقتصاد و جامعه ما را با چالش رویه رو ساخته، در همان اولین سال های پس از انتشار داده های سرشماری سال ۱۳۳۵ به صورت یک هشدار عالمانه از سوی ریچارد بندیک مطرح شده بود، اما با کمال تاسف به دلیل ویژگی های طرز اداره کشور در دوران سلطنت پهلوی تا پایان سال های حکومت آن دودمان، کسی که به دعوت همان حکومت و برای ارائه مشورت برای بقای آن حکومت این تلاش پژوهشی را انجام داده بود نتوانست امکان عرضه آن اثر به جامعه کارشناسی و دانشگاهی ایران را پیدا کند و کار پژوهشی ارزشمند او امکان ترجمه و انتشار پیدا نکرد و در حالی که از محل درآمد بین نسلی نفت تیم مشاوره گروه هاروارد تامین مالی شده بودند، سیاستگذاران و پژوهشگران فارسی زبان از نتایج ارزشمندی که او به دست آورده بود، همچنان محروم باقی ماندند. به عبارتی های زیر با دقت و البته با دریغ واسف توجه کنید:

"مشخصه صنعت ایرانی همان ذهنیت بازاری یعنی دغدغه سود کوتاه مدت به بهای برنامه ریزی بلند مدت است. در عمل هم اکثر کارآفرینان صنعتی امروز، تجار بازاری سابق هستند که ذهنیت بازاری ایشان چیزی جز دستیابی به عایدات سریع و حاشیه سود هنگفت نیست؛ چنان ذهنیتی در حوزه صنعت به بی اعتنائی نسبی به ملاحظات بلند مدت یعنی بهبود کیفیت محصول و فرآیند تولید یا تغییر ماشین ها تبدیل شده است" (بندیک، ۱۳۹۴: ۵۵)

او در صفحات بیش از این عبارات نیز به عارضه های دیگر کوتاه نگر و مضمون و محتوای ضد توسعه ای آن اشارات بسیار ارزشمندی داشته و نشان می دهد که با همان منطقی که تولید محوری را در کادر یک نظام حیات جمعی جلوه گر می سازد و در آن تولید صنعتی مدرن به شرطی به بالندگی و توسعه منجر می گردد که فرهنگ مسلط مشوق دورنگری باشد، باید ساختار سیاسی نیز با نشان دادن اهتمام خود به امنیت حقوق مالکیت و کاهش هزینه های مبادله، اعتماد تولیدکنندگان را در جهت سرمایه گذاری های بلند مدت جلب نماید و نظام اجتماعی

نیز بیش از آن که مشوق تفرقه و تک روی و ستیز و حذف باشد، مشوق همکاری و گفتگو و تعامل های سازنده باشد تا امکان توسعه صنعتی و بالندگی تولید فراهم گردد. این در حالی است که ساختار نهادی کوتاه نگر دقیقاً در جهت عکس آن جهت گیری ها حرکت می کند؛ یعنی به جای آن که بیشتر مشوق روزآمدسازی بنیه تولید ملی باشد، دغدغه روزآمدسازی الگوی مصرف را دارد. در چنین شرایطی حتی منابع ارزی و ریالی نیز بیش از آن که در خدمت تولید و بالندگی آن باشند، در خدمت کسب درآمد از طریق شیوه های غیرمولد و زودبازده خواهند بود. نظام مالیات گیری نیز بیشترین فشارهای خود را به افراد و حقوق بگیران ثابت و تولیدکنندگان تحمیل می کند و اعتنا و اهتمامی در زمینه مالیات گیری از رانت جوینان، رباخواران و دلالان از خود نشان نمی دهند. نظام بانکی هم بیش از آن که دغدغه تامین مالی نیازهای بخش های مولد را در دستور کار قرار داده باشد، ترجیح می دهد که به دلال ها و واردکننده ها وام دهد، چرا که در این صورت بانک ها می توانند هم زودتر وام های عرضه شده خود را اعاده کنند و هم سود بیشتری از دلال ها و واردکننده ها در مقایسه با صنعت گران و کشاورزان، دریافت کنند. باز با تاکید بر این که کتاب بندیک نزدیک به ۶۰ سال پیش نوشته شده، به عبارت های زیر توجه کنید. او می نویسد: «زردیکی ایران به اروپا موجب سرایت الگوهای مصرف غربی شده است، ولی فرهنگ صنعتی چندان از غرب متأثر نشده است؛ همان طور که گرچه نظام بانکی بیش از حد عریض و طویل شده، اما وام دهندگان معمولاً با دغدغه های تجاری کوتاه مدت و سفته بازی اعتبارات سرگرم هستند» (همان: ۲۹).

نتیجه گیری

با نگاهی به شرایط امروز کشورمان به وضوح می توان دریافت که اگر اوضاع نسبت به زمان نگارش کتاب بندیک بدتر نشده باشد، چندان بهتر هم نیست. برای مثال، مروری کوتاه به روزنامه های کشور طی سال های اخیر نشان دهنده آن است که ساختار نهادی ایران همچنان پشت به اقتضائات نهادی تولید صنعتی مدرن و توسعه گرا داشته و بیشترین پاداش ها را به فعالیت های غیرمولد داده است؛ چنان که روزنامه جهان اقتصاد در صفحه ۸ شماره مورخ ۱۳۹۱/۵/۱۵ گزارش کرده است در حالی که پیاز تا چندی پیش در مزارع جنوبی کشور برداشت نمی شد و قیمت خرید آن از کشاورزان به کیلویی ۵۰ تومان رسیده بود، پس از گذشت کمتر از یک ماه با افزایش ناگهانی قیمت این محصول تا کیلویی ۱۲۰۰ تومان مواجه شده است. همین مثال به وضوح نشان می دهد که اگر کل آن ۵۰ تومانی که با فرض هزینه تولید صفر عاید کشاورز شده است را درآمد خالص او در نظر بگیریم، عایدی آنهایی که هیچ نقشی در تولید این محصول نداشته اند، ۲۴ برابر اوست. به این ترتیب نظام پاداش دهی اقتصادی با این گونه علامت دهی، کشاورزان و تولیدکنندگان را سرخورده و دلالان و واسطه ها را تشویق می کند. جای بسی دریغ و تاسف است که این گونه نمونه ها به صورت روزمره در مطبوعات ایران انعکاس دارد و هر پژوهشگری به طور تصادفی در هر روزی تصمیم به پیگیری این گونه مسائل بگیرد، با موارد بیشماری در روزنامه های کشور روبه رو خواهد شد. برای مثال در حالی که رونق فعالیت های سوداگرانه و رباخوارانه و قاچاق در کشور بیداد می کند، روزنامه های روز پنجم دی ماه سال ۱۳۹۵ از قول مدیرکل مقابله با قاچاق کالا و ارز نقل کرده اند که حتی برای لوازم آرایشی نیز اگر کسی به جای واردات قانونی به سمت واردات همین کالاها به شیوه قاچاق متمایل شود با سود رشد یافته ۲۴۰ درصدی مواجه خواهد شد. وی در ادامه تصریح می کند که به واسطه شیوه قاعده گذاری درباره طرز برخورد با قاچاقچیان، در این زمینه خاص یعنی واردات لوازم آرایش ۵۵ درصد کل واردات از طریق قاچاق انجام می شود. به عبارت دیگر، تا زمانی که هزینه فرصت مفت خوارگی ناچیز باشد، حتی واردکنندگان، واردات به شیوه قاچاق را در مقایسه با شیوه قانونی ترجیح می دهند. این مسئله به تفصیل در صفحه ۴ روزنامه

آرمان در تاریخ ذکر شده انعکاس دارد. برای آن که نشان دهیم هیچ یک از فعالیت های تولیدی در چارچوب ساختار نهادی موجود در امان نمی مانند، نمونه هایی را نیز از بخش صنعت ذکر می کنیم. روزنامه جهان اقتصاد ۱۳۹۱/۰۴/۱۵ در صفحه ۸ خود از قول مدیرعامل شرکت فولاد البرز نقل می کند که در حالی که مشکل تامین نقدینگی، فعالیت بخش خصوصی در صنعت فولاد را زمین گیر کرده است، دلالان فولاد ۲۰ برابر تولیدکنندگان از بازار فولاد سود کسب می کنند. وی اظهار داشته است که با توجه به این که بیش از ۹۰ درصد مواد اولیه فولاد بخش خصوصی از خارج به کشور وارد می شود، می توانند در نقش دلال ظاهر شده و مواد اولیه وارد کنند و سهم بالایی از درآمد قابل اکتساب را به دست آورند. همین روزنامه در تاریخ ۱۳۹۱/۰۵/۱۶ نیز در صفحه ۸ خود اظهار داشته است که اگر کسانی منابع خود را به جای سرمایه گذاری در تولید خودرو، صرف واردات این محصول از کره و چین نمایند می توانند سودهای سرشار به دست بیاورند. در گزارش مزبور تصریح شده که فقط در تیرماه سال ۱۳۹۱، هزار و پانصد و بیست و نه دستگاه خودرو از چین وارد ایران شده که مقایسه هزینه خرید آن با قیمت فروش آن نشان داده که به طور متوسط سود واردات هر یک از این خودروها معادل ۴۲ میلیون تومان بوده است. روزنامه جهان اقتصاد در همان روز و در همان صفحه ضمن ارائه گزارشی از آیین گرامیداشت روز صنعت و معدن از قول رئیس خانه صنعت، معدن و تجارت کشور تصریح کرده است که بهره مرکب، کمر تولید و تولیدکنندگان را شکسته است.

باید امیدوار بود که با جدی گرفتن پایه تحلیلی ارائه شده و مثال ها و نمونه های مورد اشاره که به معنای دقیق کلمه مشتی از خروار را به نمایش می گذارند، نظام تصمیم گیری و تخصیص منابع ملی هر چه سریعتر به این جمع بندی برسد که سازه ذهنی کوتاه نگری و ساختار نهادی پشتیبان آن بیشترین فشارها را بر عامه مردم و تولیدکنندگان وارد کرده و به تعبیر مورد اشاره از سوی رئیس خانه صنعت، معدن و تجارت کمر آنها را می شکند، قابلیت تداوم ندارد و تا هر زمان که ساختار نهادی موجود از مناسبات ضدتولیدی، ضد توسعه ای و غیرعادلانه موجود حمایت کند، همه ناهنجاری ها و گرفتاری ها و بحران هایی که کشور و جوانان برومند آن را تهدید می کند، استمرار خواهد داشت و راه چاره در نقطه آغاز خود همان چیزی است که داگلاس نورث فقید در فصل نخست کتاب «فهم فرآیند تحول اقتصادی» مورد اشاره قرارداد و ما در این مقاله از آن با عنوان «تغییر پارادایم و کنار گذاشتن سازه ذهنی کوتاه نگری» یاد کردیم.

در چارچوب این تغییر پارادایم به سهولت می توان نشان داد که راه عزت و اعتلای ایران و عزت نفس جوانان این مرز و بوم، از مسیر بازآرایی سیستمی ساختار نهادی می گذرد؛ به گونه ای که بیشترین مشوق ها به فعالیت های تولیدی مدرن صنعتی شده، تعلق گیرد و بیشترین محدودیت ها شامل حال رانت جوینان، رباخواران، دلال ها و به طور کلی غیرمولدها شود. تنها در این صورت است که می توان به شکل بایسته ای مسائل جوانان را نیز به گونه ای حل کرد که با اهداف توسعه ملی همراستایی داشته باشد.

بدون تردید، به واسطه ریشه های عمیق نفوذ غیرمولدها در فرآیندهای تصمیم گیری و تخصیص منابع، این تغییر پارادایم هنگامی که بخواند آثار عملی خود را در ساختار نهادی منعکس سازد، با مقاومت های شدید از ناحیه غیرمولدها روبه رو خواهد شد. یک نظام تصمیم گیری توسعه گرا که با دامن زدن به مطالعات کارشناسی روشن گر و آگاه کننده جوانان از منافع دورمدت ایشان که با منافع توسعه و پایداری نظام ملی نیز همراستایی دارد و از توانایی جوانان برای مهار آزمندی و زیاده خواهی های غیرمولدها در عرصه های ذهنی و عمل استفاده می کند، می تواند ثمربخش ترین بهره ها را ببرد.

منابع

- اشرف، احمد. (۱۳۵۹). موانع تاریخی رشد سرمایه داری در ایران دوره قاجار. چاپ اول، تهران: انتشارات زمینه
- اوانز، پیتز. (۱۳۸۰). توسعه یا چپاول: نقش دولت در تحول صنعتی. عباس مخبر و عباس زندباف. چاپ اول، تهران: انتشارات طرح نو
- بندیک، ریچارد. (۱۳۹۴). تامین مالی صنعتی در ایران. اصلان قودجانی. چاپ اول. مشهد: انتشارات مرکز تحقیقات اتاق بازرگانی مشهد
- عسیوی، چارلز. (۱۳۶۳). تاریخ اقتصادی ایران. یعقوب آژند. چاپ اول، تهران: انتشارات علمی فرهنگی
- گریفین، کیت. (۱۳۷۵). راهبردهای توسعه اقتصادی. حسین راغفر و محمدحسین هاشمی. چاپ اول، تهران: نشر نی
- لیتل، دانیل. (۱۳۷۳). تبیین در علوم اجتماعی. عبدالکریم سروش. چاپ اول، تهران: انتشارات موسسه فرهنگی صراط
- نورث، داگلاس سی. (۱۳۹۶). فهم فرآیند تحول اقتصادی. میرسعید مهاجرانی و زهرا فرضی زاده. چاپ اول، تهران: انتشارات نهادگرا
- نورث، داگلاس سی. (۱۳۷۹). ساختار و دگرگونی در تاریخ اقتصادی. غلامرضا آزاد. چاپ اول، تهران: نشر نی
- نورث، داگلاس سی. (۱۳۷۷). نهادها تغییرات نهادی و عملکرد اقتصادی. محمدرضا معینی. چاپ اول، تهران: انتشارات مرکز مدارک و انتشارات سازمان برنامه و بودجه

نسبت هویت قومی و ملی در نزد جوانان استان البرز

برزو مروت^۱

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۵/۱۵

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۷/۱

بنیادی ترین تغییر و تحولات انسانی در دوره نوجوانی و جوانی اتفاق می افتد؛ دورانی که طی آن فرد همواره در تلاش و جستجو برای معنا و ماهیت خویش است و این کاوش و جستجوگری را در محیط و اجتماع پیرامون خویش و در ارتباط با دیگران نمودار می سازد. فرد جوان می داند این اجتماع- اعم از خانواده، طایفه، قوم و ملت- بخشی از وجود و ماهیت وی را شکل داده و به فراخور تعامل با آنها جامعه پذیر و هویت پذیر شده است. تحقیق حاضر به شیوه پیمایشی انجام شده و از تکنیک پرسشنامه برای جمع آوری داده ها استفاده گردیده است. جامعه آماری آن شامل جوانان ۱۸ تا ۳۰ سال متعلق به شش گروه قومی ساکن شهر کرج می باشد که از این تعداد به کمک فرمول کوکران، ۲۴۵ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. نتایج پژوهش بیانگر وجود تشابهات و قرابت هایی بین هویت قومی و ملی می باشد. میزان گرایش به ابعاد عام هویت قومی و ملی در بین گروه های قومی دارای تفاوت معناداری می باشد، اما دال بر این نیست که بعد خاص هویت قومی و ملی در نزد آنها ضعیف باشد. یافته ها نشان می دهد که متغیرهای سرمایه فرهنگی، رسانه جمعی و مدت زمان اقامت در کرج اثر مستقیم و فزاینده ای- غیرمستقیم- بر گرایش به ابعاد عام هویت قومی و ملی دارند. گستره روابط به تنهایی اثر مستقیم دارد و از سوی دیگر، با افزایش احساس محرومیت نسبی در جوانان، گرایش به ابعاد عام هویت قومی و ملی تضعیف می شود. در مجموع ۵ متغیر فوق حدود ۲۹ درصد از تغییرات گرایش به ابعاد عام هویت قومی و ملی را در بین جوانان تبیین می نمایند.

واژگان کلیدی: هویت قومی و ملی، جوانان، گستره روابط، احساس محرومیت، رسانه جمعی و سرمایه فرهنگی

۱. دکترای جامعه شناسی، استادیار، دانشگاه فرهنگیان، پردیس شهید مفتاح شهرری، تهران، ایران

مقدمه

هرچند که بشر از آن زمانی که به صورت یک هیئت اجتماعی درآمد، همواره دغدغه کیستی، چیستی و چرایی خویشستن را داشته و همین امر در خلوت و جلوت وی را به تفکر و اندیشه واداشته است، اما این مقوله امروزه به عنوان موضوعی مهم و کلیدی به ویژه در حوزه علوم انسانی مطرح و مفاهیم «هویت» و «هویت اجتماعی» در رویکردهای مختلف بسیار مورد واکاوی و مطالعه قرار گرفته و حائز اهمیت شده است (Aorebort, 1992: 52)؛ چرا که هویت و کیستی انسان امروزین برخلاف گذشته تحت تاثیر عوامل درونی و تحولات برونی اولاً، ثبات خود را از دست داده است؛ ثانیاً، اجزا و عناصر درونی آن در حال دگردیسی اند؛ ثالثاً، شاهد جابجایی در سلسله مراتب آن می‌باشیم. پس وی از جنبه درون و فردی به موجودی چندساحتی با لایه‌های متنوع و متکثر فرهنگی، قومی، زبانی، نژادی، مذهبی، ملی و... تبدیل شده است. از جنبه برونی و اجتماعی نیز تعاملات و مراودات فرهنگی، مهاجرت‌های گسترده و امتزاج‌های قومی، ترکیب‌های فرهنگی و پیدایش دولت-ملت‌ها، بافت و ساخت بسیاری از اقوام و گروه‌های قومی را تغییر داده و افرادی با هویت‌های دورگه و چندرگه را خلق نموده است. به میزانی که تعاملات و تکنولوژی ارتباطات روبه گسترش نهاده و آگاهی‌های هویتی افراد افزایش یافته، به همان میزان نیز قطعیتهای آشکارا قدیمی یگانگی هویت را به چالش کشانده است؛ بدین معنا که افراد تا قبل از دنیای مدرن متکی بر قوم و ایل و تبار خویش بودند، اما از چند سده گذشته که دولت مدرن به عنوان واقعیتی انکار ناپذیر در جوامع کنونی ظهور کرد و در جریان توسعه و نوسازی عرصه‌های مختلف زندگی بشر را تحت تاثیر قرار داد، تعلقات، تعهدات و وفاداری‌های جدیدی ظهور و بروز کردند که گاهی وابستگی‌ها و گرایشات قبلی را با چالش مواجه نموده و در بسیاری موارد شکل غالب به خود گرفته اند. پس پیوستن و الحاق این لایه هویتی به لایه‌های پیشین، تکثر و تنوعی را هم در سطح اجتماعی و برونی و هم در سطح فردی و درونی پیش روی جوان امروزین قرار داده است.

در سطح کلان نیز کشور ما به عنوان یکی از جوامع در حال گذار از یک سده گذشته با تغییر و تحولات عظیمی هم در سطح داخلی و هم در سطح بین‌المللی و در مواجه با اغیار و دیگران مواجه شده است. نگاهی به گذشته تاریخی بیانگر این واقعیت است که ایران از معدود کشورهای تاریخی و باستانی به شمار می‌آید که دارای تنوعات قومی، زبانی، نژادی و فرهنگی چندین و چند هزاره ساله است و جغرافیایی انسانی حال حاضر نیز مویید این ترکیب، تنوع و تکثر اقوام می‌باشد که در طی هزاران سال با همدیگر امتزاج یافته و یک واحد سیاسی مستقلی را خلق نموده اند که در نوع خود کم نظیر و شاید بی نظیر باشد. همان طوری که در ادامه خواهد آمد، ریشه‌های پیدایش و شکل‌گیری یک دولت متمرکز در ایران به چندین قرن گذشته برمی گردد و به تعبیر هابساوم، ایران از این حیث کشوری تاریخی قلمداد می‌شود. اما نباید فراموش کرد که دولت‌های گذشته در ایران بیشتر صبغه قومی و قبیله ای داشتند و ردپای مدیریت سیاسی به شیوه نوین را تنها می‌توان در انقلاب مشروطه به ویژه در دولت پهلوی اول جستجو نمود که به فراخور تحولات تاریخی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و... ضرورت توسعه و نوسازی اقتصادی- اجتماعی، شکل و قالب گرفته است. در رأس این تغییر و دگرگونی‌های سده اخیر البته شهرها قرار داشتند که به دلیل مهاجرت گروه‌های قومی از مناطق پیرامون و حاشیه ای به مرکز و پایتخت، گاه به دوگانه‌ها و حتی پارادوکس‌هایی از قبیل روستایی/شهری، سنت/تجدد، عصبیت/مدنیت، قومیت/ملیت و... دامن زده است. اصولاً جوانان مهاجر قبل از سکونت در کلان شهرهایی همچون تهران و کرج، یا در شبکه ای درهم تنیده از روابط خویشاوندی و فامیلی زندگی می‌کرده اند و یا در بافت «جماعتی» و «معیشتی» روستاها به گونه ای دارای

تشخیص و هویت تعریف شده و ثابتی بودند، اما با مهاجرت به شهرهای بزرگ و مواجهه با ساخت و بافت فرهنگی متفاوت و گونه‌گون، ناگهان خود را در فضایی بزرگتر با تنوعات بیشتری یافتند. این تجربه زیسته مشترک با فرهنگ‌ها و اقوام مختلف و به تبع آنها گستره روابط، جدایی‌گزینی مکانی، سرمایه فرهنگی و..... گاهاً موجبات ابهام و سرگردانی و در برخی مواقع بازنگری و بازسازی هویتی در نسل جوان را فراهم نموده است.

ضرورت و اهمیت چنین مطالعاتی زمانی آشکار می‌شود که وجود و تنوع بسیار گسترده‌ای از گروه‌های قومی، زبانی، نژادی و... در شهری همچون کرج اگر به خوبی مدیریت نشود و هرکدام از این هویت‌ها به گونه‌ای افراطی برساخته و ظهور یابد، می‌تواند زمینه و بستری برای واگرایی ملی فراهم نماید؛ موضوعی که همواره به عنوان دغدغه اصلی دولتمردان و مدیران ارشد محسوب می‌گردد. مهمترین ضرورت این پژوهش در خطر ناسازگاری میان هویت قومی و ملی در جنبه‌های ذهنی و رفتاری است که ممکن است مابین جوانان به فراخور سن و سالشان شکل گرفته، احساسات و هیجانات قومی و قبیله‌ای در آنها به شکل افراطی بیدار شده و زمینه‌های نزاع و درگیری میان گروه‌های قومی را دامن زنند. در این پژوهش ضمن مطالعه و سنجش نسبت هویت قومی و ملی در نزد جوانان و میزان انطباق و یا عدم انطباق آنها با همدیگر، علل و عوامل موثر بر تغییرات هویتی به موضوعی در خور توجه و اهمیت برای مطالعه تبدیل شده است.

مبانی و چهارچوب نظری پژوهش

نظریه‌ها، امکان انجام تحلیل‌هایی را در راستای شناخت، توصیف و تبیین پدیده‌ها به ما می‌دهند. البته این شناخت همواره کامل و جامع نیست، چرا که هر نظریه‌ای از زاویه و رویکردی خاص به واقعیت می‌نگرد و به فراخور خود، بخشی از آن را به تصویر می‌کشد. برای توصیف و تبیین مفهوم هویت نیز به عنوان پدیده‌ای چندضلعی و چند بعدی نیاز به بهره‌گیری از دیدگاه و نظرات روانشناسان، روانشناسان اجتماعی و جامعه‌شناسان می‌باشد:

● رویکرد روانشناسان

آنان هویت را امری فردی تلقی می‌نمایند و فرد را در کشف، انتخاب و درونی نمودن هویت در خویش، مختار می‌دانند. اریکسون در این باره "هویت" را همانند گرایش گیاه به رویش می‌داند که در برابر هر مقاومتی به حرکت خود ادامه می‌دهد، زیرا هرکسی نیاز دارد تا بداند کیست؟ (هیلگارد، ۱۳۹۲: ۱۳۱) آنها معتقدند که انسان از ابتدای زندگی اجتماعی، دارای یک هسته بنیادین یا یک هویت نسبی اولیه است که در جریان جامعه‌پذیری و کنش متقابل با دیگران هر روز هویت‌های جدیدی را خلق می‌کند. (ترنر، ۱۹۹۸: ۳۷۵-۳۸۲). روانشناسانی از قبیل سلرز (۱۹۸۲)، مارسیا (۱۹۸۷)، شلتون (۱۹۹۰)، راولی (۱۹۹۰)، چاوس (۱۹۹۲)، سنوا (۲۰۰۱)، بروزنسکی (۲۰۰۵)، کرامر (۲۰۰۰)، کامپلا (۲۰۱۱) و کرپلمن (۲۰۱۱) در چارچوب رشد شناختی نظریاتی در مورد دستیابی به هویت قومی در بین کودکان مطرح نموده‌اند و معتقدند کودکانی که شناخت مثبتی راجع به قومیت خود دارند، هویت قومی‌شان زودتر تثبیت می‌شود. (seidman, 2006: 18)

● روان‌شناسان اجتماعی

آنان رویکردی متفاوت به هویت دارند. در نگاه آنان، «خود» اساساً یک ساختار است که در یک زمینه فرهنگی رخ می‌دهد (shwartz&kurtinez, 1999: 199) و از تجربه اجتماعی برخاسته است (قاسمی، ۱۳۸۱: ۳۳). در واقع، «خود» همانند موجی است که از جریان و فراگرد اجتماعی به وجود می‌آید و همیشه نیز به عنوان جزئی

از آن باقی می ماند (parsons&shills, 1999:739). این دیدگاه، هویت فرد را در ارتباط با گروه و بازتاب نگرشی می داند که دیگران نسبت به وی دارند (mead, 1976:222). حتی این نظریه پردازان تا آنجا پیش می روند که معتقدند پنداشت از خود یک شخص نیز بوسیله گروهی که شخص بدان تعیین هویت می شود، شکل می گیرد. تاجفل در این باره با طرح مفهوم «مقوله بندی» بیان می دارد که بدون آگاهی از عضویت در گروه یا گروه های اجتماعی و اهمیت و ارزشی که فرد برای چنین عضویتی قائل است، هویت جمعی نمی تواند شکل گیرد (Rosenberg, 1988:57). استرایکر (۲۰۰۰) نیز به موضوع مهم «برجستگی» اشاره نموده که در طی آن هویت ها در داخل «خود» براساس سلسله مراتب برجستگی، سازماندهی می شوند. در این حالت، هرچه برجستگی یک هویت نسبت به سایر هویت های تشکیل دهنده خود بیشتر باشد، احتمال انتخاب رفتاری مطابق با انتظارات متصل به آن هویت، بیشتر می شود.

● جامعه شناسان

در مقابل دو رویکرد قبلی، آنان بر این اصل تاکید دارند که برای مطالعه فرد و رفتارهای وی باید رویکردی کلان اتخاذ نمود و به اجتماع و محیطی که فرد در آن قرار دارد، پرداخت. دورکیم به عنوان جامعه شناسی کلاسیک، در این مورد بیان می دارد که مرزهای گروه قومی محدودیت هایی برای رفتار معنوی و اخلاقی افراد جامعه وضع می کند و در این رابطه گروه قومی به عنوان قطب نمای اخلاقی رفتار فردی عمل می کند. (مالشویچ، ۱۳۹۰:۸۲) پارسونز نیز به مانند دورکیم معتقد است که در جوامع سنتی، همبستگی قومی بی تردید مستلزم آن است که گروه قومی همچون پاسدار اخلاقی و معنوی، رفتار فردی و گروهی عمل کند (همان منبع). وی به موازات برداشت تکاملی خود از توسعه اجتماعی، معتقد است که تقسیم کار پیچیده تر، افزایش شتابان تحرک فضایی و اجتماعی و همچنین شهرنشینی باعث می شوند گروه های قومی کار ویژه خود را از دست بدهند و عمدتاً تبدیل به گروه های فرهنگی و نمادین شوند. گیدنز (۱۳۸۷) از طرفداران رویکرد ساختاربندی معتقد است هویت اجتماعی با به کار گرفتن کنش متقابل دیالکتیکی درونی و برونی فهم و درک می شود. در سطح خرد ابتدا نوعی آگاهی و اعتماد به وجود چهره های (اطمینان) به عنوان شخصی حاصل می شود و بعدها رفته رفته ماهیت میان ذهنیتی زندگی اجتماعی و به تبع آن هویت اجتماعی شکل می گیرد. جنکینز (۱۳۸۸) نیز به مانند گیدنز معتقد است که هویت اجتماعی دوجانبه است؛ ما در دیالکتیک درونی- برونی بین خودپنداری و تصور عامه نه تنها خودمان را شناسایی می کنیم، بلکه دیگران را نیز می شناسیم و توسط آنها نیز شناخته می شویم. معلوف (۱۳۹۲) با تاسی از گیدنز و جنکینز، هویت را امری ذاتی و از پیش تعیین شده نمی داند، بلکه امری اجتماعی و برساخته جامعه می داند که در آن «خود» فرد هم سهیم و البته تاثیر گذار می باشد. بوردیو (۱۹۸۶) هم در این چارچوب بیان می دارد که «عادت واره» طبقه ای که از موقعیت اجتماعی- اقتصادی و جایگاه عاملان اجتماعی در ساختارها و میدان های تعاملاتی نشأت می گیرد، هویت های جمعی مشترک را پدید می آورد. در نگاه دیگر، طرفداران مکتب نوسازی بیان می دارند که شروع فرایند نوسازی زمینه های کاهش اختلافات در نشانه های اجتماعی را فراهم می سازد. در نتیجه، همبستگی بیشتر شهری و یگانگی بیشتر فرهنگ که دولت ابراز می کند، جانشین قومیت و همبستگی های قومی می شود (مروت، ۱۳۸۴:۶۲). دویچ در این مورد اعلام می دارد که در فرایند نوسازی افراد و اقلیت های قومی و فرهنگی روابط بیشتری با خارج از قوم و خویشاوند خود تجربه می کنند. از سوی دیگر، جریان همانندسازی نیز از درون فرهنگ پیرامونی رخ می دهد و به متجانس شدن آن و گوناگونی های محلی درونی مجموعه دولت- ملت می انجامد. (اوزکریملی، ۱۳۹۱:۱۸۶)

هشتر برخلاف دویچ معتقد است در جریان نامتوازن نوسازی هرچه تفاوت‌های فرهنگی، به ویژه تا آنجایی که به تعیین هویت مرتبط می‌شود، بیشتر باشد احتمال اینکه جماعت پیرامونی متمایز از لحاظ فرهنگی، همبستگی بیشتری داشته باشد، افزایش خواهد یافت (هشتر، به نقل از اوزکریملی: ۱۳۹۱: ۱۲۶). تدگار نیز با این نگاه معتقد است اساساً هویت قومی زمانی اهمیت پیدا می‌کند که یک گروه قومی به دلیل قومیت خود در معرض سرکوب، آزار یا محرومیت از برخی حقوق و مزایا قرار می‌گیرند (قاسمی، ۱۳۸۱: ۱۲۶) و این امر موجبات تقویت هویت قومی می‌شود و به تبع آن منافع مشترک قوت می‌یابد. (تدگار، ۱۳۷۹: ۲۱۶) کونور در انتقاد به تئوری «ملت سازی» بیان می‌دارد که نوگرایی لزوماً منجر به حذف هویت‌های قومی نمی‌گردد. این امر بستگی به کیفیت هویت قومی و سازوکارهای توسعه و هویت سازی ملی در بستر اجتماعی خاصی دارد که یکی از این فاکتورها، تجانس و عدم تجانس جمعیتی می‌باشد، اما بزعم وی هویت قومی می‌تواند با هویت ملی مشارکت و همراهی داشته باشد. (گودرزی، ۱۳۸۸: ۱۶۳)

۲۵ بندیکت آندرسون مسئله «روایت هویت» را امری می‌داند که مدام توسط ابزارهایی نظیر روزنامه، نظام آموزشی و کتاب روایت می‌شود... این ابزارها مدام به افراد یک جامعه خاطر نشان می‌سازند که دارای تفاوت‌های جمعی با افراد جوامع دیگر هستند. لذا از آنها مجزا می‌باشند- این مجزا بودن، اصلی ترین مسئله در روایت هویت است. (تامپسون، ۱۳۸۸: ۲۰۵) گلنر نیز در این چارچوب مفهوم ملت را همزمان با مدرنیزاسیون و بطور کلی صنعتی شدن مطرح می‌نماید و در مورد اهمیت و جایگاه هویت ملی چنین بیان می‌دارد: «همان گونه که انسان باید یک بینی و دو گوش داشته باشد، باید دارای یک ملیت نیز باشد (Mathews, 88:2000)». آنتونی اسمیت (۲۰۰۱) از طرفداران «ناسیونالیسم قومی» بیان می‌دارد در حالی که ملت به عنوان جامعه ای دارای فرهنگ، تاریخ، سرزمین مشترک، اقتصاد، سیستم آموزش توده ای و حق قانونی مشترک، پدیده ای نسبتاً مدرن است، ریشه‌های آن را می‌توان در جوامع قومی ماقبل مدرن جستجو کرد. ازدواج‌های بین گروهی، مهاجرت‌ها و وارد شدن نیروی کار عملاً «حفظ تجانس فرهنگی» و «جوهره ناب» را برای بسیاری از گروه‌های قومی فوق العاده ناممکن کرده است. (اوزکریملی، ۱۳۹۱: ۹۹)

پیشینه تجربی پژوهش

مطالعات صورت گرفته و پژوهش‌های انجام شده مرتبط با هویت جمعی (قومی- ملی) را می‌توان در سه گروه دسته بندی نمود:

- دسته اول معتقدند که وفاداری‌های قومی و ملی با همدیگر سازگار نیستند و این دو در خاستگاه شان متفاوت اند. هویت ملی به مفهوم حس تعلق داشتن به یک ملت و قوم گرایی، دو متغیر جدا از هم می‌باشند و رابطه معکوسی با یکدیگر دارند؛ یعنی هرچه ملی گرایی در میان یک ملت قوی تر باشد، از میزان قوم گرایی کاسته خواهد شد و برعکس. علی الطایبی (۱۳۸۷) معتقد است که هویت قومی و ملی، دو مقوله متفاوت و متمایز از هم و در تضاد با هم هستند که فرد باید یکی را بپذیرد. بزعم وی تعدد قومی، زبانی، دینی و جمعیتی مهمترین عوامل اجتماعی تشدید این دوگانگی و تشتت در ایران می‌باشند. عبداللهی و قادرزاده (۱۳۸۸) نیز معتقدند که هویت‌های قومی در تقابل با هویت ملی می‌باشند و غالب شدن یکی به ضرر دیگری است. عبداللهی (۱۳۷۶) در پژوهشی ملی در این مورد، نتیجه می‌گیرد که به دلیل ضعیف بودن هویت ملی در نزد شهروندان ایرانی، آنها بعد از هویت قومی حتی به سوی هویت‌های فراملی و جهانی گرایش و جذب می‌شوند. جان اس فینی و دیگران (۲۰۰۳) در تحقیقات شان به این نتیجه رسیده اند که در

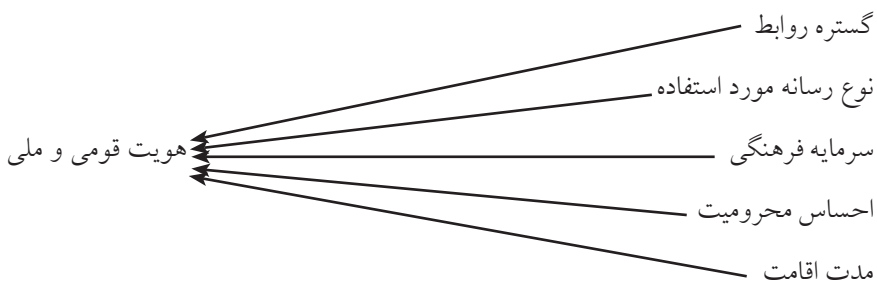
چهار کشور مورد مطالعه یعنی آمریکا، هلند، اسرائیل و فنلاند هویت قومی قویتر از هویت ملی می‌باشد و قویترین هویت قومی به ترتیب در بین کشورهای آمریکا، هلند، اسرائیل و فنلاند است. مک مئوس و دیگران (۲۰۰۸) در مطالعات شان به این جمع بندی رسیده اند که پذیرش درون گروهی با تعصب قومی ارتباط مستقیمی دارد؛ بدین معنا که دانشجویانی که دارای هویت فلاندرزی قویتری می‌باشند، تمایلات بیشتری برای طرح مسائل قومی درون گروهی دارند که این بر تعصبات قومیتی آنها می‌افزاید.

• دسته دوم نوعی قرابت و همسویی بین هویت‌های قومی و ملی می‌بینند. آنها معتقدند همان طوری که هویت خانوادگی مانعی بر سر هویت قومی در درون یک قوم نمی‌باشد، هویت قومی نیز با هویت ملی قابل جمع است و با هم نوعی همنشینی و توازی دارند. احمد اشرف (۱۳۷۳) ضمن این که هویت قومی و ملی را از انواع هویت جمعی می‌داند، این هویت‌ها را همچون پدیده‌های اجتماعی مقوله ای تاریخی تلقی می‌نماید و آن دو- هویت قومی و ملی- را در عرض هم قرار می‌دهد. مسعود چلبی (۱۳۸۰) در یک پیمایشی ملی نتیجه می‌گیرد که هویت ملی تحت تأثیر چگونگی آشنایی و روابط بین قومی می‌باشد؛ هرچند احساس هویت قومی در نزد همه اقوام ایرانی قوی می‌باشد، اما احساس هویت قومی منافاتی با احساس هویت ملی ندارد و این دو مقوم یکدیگرند. ربانی و دیگران (۱۳۸۸) نیز در یک تحقیق مشابهی نشان داده‌اند که بین دو متغیر هویت ملی و هویت قومی رابطه مثبت و هم افزایی وجود دارد. ابراهیم حاجبانی (۱۳۸۷) با بررسی ابعاد و مولفه‌های هویت ایرانی در چهار بعد ملی، دینی، مدرن و قومی معتقد است که هویت ایرانی چند بعدی بوده، اما نوعی همسازی و سازگاری بین ابعاد آن وجود دارد. وودوارد (۲۰۰۹) در پژوهشی با عنوان «هویت قومی و ملی در بین جوانان و بزرگسالان» نتیجه می‌گیرد که هویت قومی و ملی هرچند با همدیگر تفاوت دارند، اما مرادف هم می‌باشند و فاکتورهایی از قبیل احساس تبعیض و میزان ارتباط با گروه همالان به عنوان متغیرهای مستقل بر هویت ملی تأثیر می‌گذارند. هوارتیز (۱۹۹۲) با مطالعه سیاست‌های دهه ۶۰ آمریکا با عنوان سیاست «دیگ ذوب» و یکسان سازی بیان می‌دارد که در پایان این دهه، سیاست «وحدت در عین کثرت» ارزش غالب در بین مهاجران شد و توجه به تفاوت‌ها البته هیچگونه تهدیدی برای هویت ملی نمی‌باشد.

• دسته سوم رابطه بین این دو نوع هویت را پارادوکسیکال و البته پیچیده تلقی می‌کنند و بر این باورند که در این مورد به همین سادگی نمی‌توان اظهار نظر کرد. نوع رابطه آنها بسته به عوامل و فاکتورهای دیالکتیکی تاریخی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، جمعیتی و... فرق می‌کند. ازسوی دیگر، کیفیت و چگونگی ارتباط و سازوکار این هویت‌ها هم دارای اهمیت می‌باشد. پس رابطه هویت قومی و ملی را می‌توان هم تعاملی (خطی) فرض نمود و هم تقابلی (غیرخطی). جونز و رینا (۱۹۹۹) در یافته‌های تحقیقشان به این نتیجه رسیده اند که با افزایش سطح تحصیلات و مهارت‌های شناختی افراد، بسط هویت جمعی و گذار از هویت‌های محدود و کوچک به هویت‌های جمعی عام صورت می‌گیرد. همچنین، با افزایش سطح تحصیلات و در آمد افراد، گرایش به بُعد محولی هویت ملی تضعیف و برعکس آن تعهد به شناسه‌های مدنی هویت ملی تقویت می‌گردد. این نتایج مؤید دیدگاه‌ها و یافته‌های اینگلهارت (۱۹۸۹)، بولن و مدرانو (۱۹۹۰) می‌باشد. کونور نیز در این راستا معتقد است که تعامل یا تقابل هویت‌ها تحت تأثیر فاکتور «ترکیب جمعیت» می‌باشد؛ در جایی که تنوع قومی زیاد است، احتمال تضعیف هویت ملی می‌رود و برعکس. حبیب احمدلو (۱۳۸۷) هویت ملی و قومی را از جنبه هایی هویت جمعی می‌داند که افراد در طی اجتماعی شدن، آنها را درونی کرده و جزئی از شخصیت خود ساخته اند. وی معتقد است که این دو بعد از هویت لزوماً در تقابل با هم

نیستند و در سطح خرد، افراد تناقضی را بین این دو نوع هویت درک نمی‌کنند و از آنان در موقعیت‌های مقتضی استفاده می‌نمایند. علی یوسفی (۱۳۸۸) نیز معتقد است که پایداری و فراگیری هویت ملی در جامعه چند قومی ایران از یک سو متکی به مناسبات دولت ملی (نظام جمهوری اسلامی ایران) با اقوام کشور و از سوی دیگر، متکی بر کم و کیف روابط اقوام با یکدیگر است.

در جمع‌بندی مطالب فوق می‌توان گفت که هویت در سطح کلان، امری اجتماعی است و در ارتباط با اجتماع و دیگران معنا و مفهوم می‌یابد؛ شکل‌گیری و یا تغییر آن به عوامل ساختاری و شرایط محیطی و همچنین ارتباط متقابل این دو بستگی دارد. هویت قومی به عنوان هویت سنتی و فروملی هم می‌تواند از چالش‌های هویت ملی و هم از نتایج حاصل از همبستگی ملی محسوب گردد. به تعبیر دیگر، این امر به کم و کیف هویت قومی، از یک سو و فرایند هویت‌سازی ملی در بستر اجتماعی خاص، از سوی دیگر بستگی دارد؛ بدین معنا که توفیق در اخذ رهیافت توسعه معطوف به همبستگی ملی در یک جامعه چندقومی ممکن است موجب همزیستی و همگرایی هویت قومی با هویت ملی گردد و یا برعکس، عدم توجه به گونه‌گونی‌های فرهنگی و نادیده گرفتن تنوعات قومی در این فرایند موجبات ناهمسازی و واگرایی را فراهم نماید. در سطح خرد نیز دو نکته حائز اهمیت است: اول اینکه هویت دارای لایه‌ها، ابعاد، جنبه‌ها و سطوح مختلفی است و داشتن یک هویت برای یک فرد به تنهایی غیرقابل تصور می‌باشد. پس جوان امروزین همزمان می‌تواند هویت‌های مختلف را کسب و تجربه؛ دوم اینکه لایه‌های هویت شکل سیال و منعطفی دارد- بدین معنا که بسته به شرایط و موقعیت‌های پیش آمده، در بین سطوح و لایه‌های هویتی جابجایی صورت می‌گیرد و یکی از این لایه‌ها در اولویت و مرکز توجه فرد قرار می‌گیرد. فلذا فرد براساس آن خود را باز می‌شناسد و در قبال آن احساس تعلق، تعهد و دلبستگی بیشتری می‌نماید. البته یادآوری می‌گردد تحقق این امر از یک سو به سازوکار و مکانیسم شکل گرفته میان کنشگر و ساختار^۱ مربوط می‌شود و از سوی دیگر، به فاکتورها و عوامل مختلفی که در این میان در شکل‌گیری و تقویت هر یک از ابعاد و لایه‌های هویت نقش آفرینی می‌کنند، بستگی دارد.



مدل ۱: مدل مفهومی تحقیق

۱. چیزی که گیدنز آن را فرایند ساختاربندی می‌نامد.

فرضیه‌های پژوهش

۱. نسبت هویت قومی و ملی در بین جوانان اقوام مختلف^۱ ساکن شهر کرج با هم فرق می‌کند. (مستخرج از نظریات کونور وهشتر)
۲. بین مدت اقامت جوانان در کرج با میزان گرایش به ابعاد عام هویت قومی و ملی رابطه وجود دارد. (مستخرج از نظریه آنتونی اسمیت)
۳. بین گستره روابط جوانان با میزان گرایش آنها به ابعاد عام هویت قومی و ملی رابطه وجود دارد. (مستخرج از نظریه تاجفل)
۴. بین سرمایه فرهنگی جوانان با میزان گرایش آنها به ابعاد عام هویت قومی و ملی رابطه وجود دارد. (مستخرج از نظریه بوردیو)
۵. بین نوع رسانه مورد استفاده جوانان با میزان گرایش آنها به ابعاد عام هویت قومی و ملی رابطه وجود دارد. (مستخرج از نظریه آندرسون)
۶. بین احساس محرومیت جوانان با میزان گرایش آنها به ابعاد عام هویت قومی و ملی رابطه معکوس وجود دارد. (مستخرج از نظریه تدگار)

روش شناسی پژوهش

در این تحقیق از مطالعه اکتشافی به منظور بومی سازی شاخص‌ها و از روش پیمایش با هدف توصیف و تبیین داده‌های میدانی استفاده شده است. تکنیک به کار گرفته شده، پرسشنامه حضوری می‌باشد که با مراجعه به درب منازل تکمیل گردید. واحد تحلیل شامل جوانان متعلق به گروه‌های قومی شش گانه فارس، کرد، ترک، لر، عرب و بلوچ ساکن در شهر کرج می‌باشد و واحد مشاهده شامل جوانان ۱۸ تا ۳۰ ساله است. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار spss ۱۹ استفاده گردید. نوع نمونه گیری در این تحقیق خوشه ای چند مرحله ای می‌باشد. دلیل به کارگیری نمونه گیری خوشه ای در این تحقیق، اولاً پراکندگی و ثانیاً حجم بالای جامعه آماری می‌باشد که بالغ بر سیصد هزار نفر می‌باشد. ازسوی دیگر، این تکنیک به گونه ای انجام شده که هزینه مصاحبه نهایی به حداقل برسد (دواس، ۱۳۸۶: ۷۴). نمونه گیری در سه مرحله صورت می‌گیرد. ابتدا فهرستی از محلات کرج تهیه گردید و شهر براساس متغیر «جدایی گزینی مکانی»^۲ به سه خوشه (محله) اعیان نشین، متوسط نشین و فقیر نشین تقسیم و دسته بندی شد. در مرحله دوم، از بین هر کدام از آنها دو خوشه (محله) به قید قرعه و به شیوه نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. در مرحله سوم، با استفاده از نقشه‌های تهیه شده از مرکز آمار ایران، بلوک و بلوک‌هایی^۳ را از هر محله انتخاب و سرانجام پس از شمارش تمام خانوارهای هر بلوک، به صورت تصادفی افرادی^۴ را برای مصاحبه انتخاب گردیدند. لازم به یادآوری است که پیش برآورد واریانس و دقت احتمالی از تحقیق مشابه گرفته شده است:

۱. شش گروه قومی شامل آذری، فارس، کرد، لر، عرب و بلوچ
۲. نظر به اینکه احتمالاً تعداد خانوارهای یک بلوک جوابگوی تعداد پرسشنامه‌ها نباشد و به منظور اطمینان بیشتر، تعداد دو بلوک اضافی به عنوان جایگزین نیز انتخاب شدند که در برخی موارد از آنها استفاده گردید.
۳. با توجه به اینکه ۲۶۰ نمونه پرسشنامه تکمیل و پس از پالایش حدود ۲۴۵ مورد آن کامل و بدون نقص تکمیل شده بود، لذا نتایج براساس تعداد ۲۴۵ مورد تحلیل شده است.

$$n = \frac{353782 \times 3.84 \times / 80 \times / 20}{353782 \times / 0025 + 3.84 \times / 80 \times / 20} \equiv \text{نفر 245}$$

تعریف مفاهیم پژوهش

هویت ملی^۱

بازتولید و بازتفسیر دائمی الگوی ارزش ها، نمادها، خاطرات، اسطوره‌ها و سنت‌هایی که میراث متمایز ملت‌ها را تشکیل می‌دهند و تشخیص هویت افراد با آن الگو و میراث و با عناصر فرهنگی‌اش است. (اسمیت، ۱۳۸۳: ۳۰).

هویت قومی^۲

هویت قومی بر آگاهی از تفاوت، برجستگی ذهنی آن تفاوت و بسیج شدن برپایه تفاوت دلالت دارد و شامل مؤلفه‌ها و شاخص‌هایی از قبیل زبان و ادبیات، آداب و رسوم، حافظه تاریخی، موسیقی محلی، سرزمین مادری و وابستگی‌ها و تعلقات قومی می‌باشد. بنابراین هویت قومی، تجربه ذهنی و فردی است که شخص را به یک گروه قومی خاصی وابسته می‌کند. (warmers، ۱۹۹۸: ۲۰۵)

جدایی گزینی مکان^۳

عبارت است از: تمرکز گروه‌های انسانی در مکان‌های مختلف شهری که در نتیجه عملکرد نیروهای گوناگون اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی به وجود می‌آید. (ادیبی، ۱۰۷-۱۰۶: ۱۳۶۵)

احساس محرومیت نسبی^۴

شکاف ناگهانی و فزاینده میان توقعات و بهره‌مندی‌ها - قطع نظر از این که واقعی یا واهی باشد - باعث بروز احساس محرومیت نسبی می‌گردد. (تدگار، ۳۵: ۱۳۷۹)

سرمایه فرهنگی^۵

بوردیو، فرهنگ را نوعی اقتصاد یا بازار می‌داند. در این بازار، مردم سرمایه فرهنگی را به جای سرمایه اقتصادی به کار می‌برند. این سرمایه عمدتاً نتیجه خاستگاه طبقاتی اجتماعی مردم است و آن‌ها را یا گسترش می‌دهد تا منصب خود را بهبود بخشند یا آن را از دست می‌دهند و بدین ترتیب باعث تنزل منصب خود درون نظام اقتصادی می‌شوند. (ریتزر، ۱۳۸۹: ۳۲۲)

رسانه جمعی^۶

رسانه جمعی عبارت است از: شکل‌های ارتباط (روزنامه‌ها، مجلات، رادیو، تلویزیون یا رسانه‌های الکترونیکی) که به منظور رساندن پیام به پیام‌گیرندگان انبوه طرح ریزی شده‌اند. (گیدنز، ۱۳۷۸: ۸۰۵)

گستره شبکه روابط^۷

عبارت است از: محدوده کسانی که فرد با آن‌ها ارتباط دارد و درواقع برآنان تأثیر می‌گذارد یا از آنان

1. National Identity
2. Ethnic Identity
3. space separation
4. feeling of relative deprivation
5. cultural capital
6. mass media
7. relations network

تأثیری می پذیرد که این شبکه می تواند گسترده یا محدود باشد. (گیدنز، ۱۳۷۸: ۴۵)

مدت اقامت^۱

از نظر لغوی به معنای در جایی ماندن و به سر بردن است. مدت زمان اقامت هر شخصی عبارت است از: زمانی که شخص در محلی سکونت دارد و مرکز مهم امور او نیز در آنجا باشد. (قانون مدنی، ۱۳۹۰: ۱۱۷)

پایایی و اعتبار

میزان قابلیت اعتماد یک ابزار اندازه گیری را می توان به روش های مختلف به دست آورد. (قاضی طباطبایی، ۱۳۷۶: ۱۹) یکی از مهمترین آنها آزمون کرونباخ می باشد که به سنجش میزان پایایی ابزار اندازه گیری می پردازد. نتایج جدول (بیانگر آن است که از شش متغیر به استثنای «سرمایه فرهنگی» که مقدار آلفای آنها در حدود و نزدیک به ۰/۷ می باشند، بقیه گویه ها از میزان پایایی و به عبارتی همسازی درونی بالایی جهت سنجش متغیرهای مربوطه برخوردار هستند.

جدول ۱: آزمون پایایی به روش آلفای کرونباخ

متغیر	مقدار آلفای استاندارد شده	تعداد گویه	میانگین	واریانس	انحراف استاندارد
هویت قومی	۰/۸۱۴	۱۷	۳۹/۸۷۱۳	۹۹/۹۰۴	۹/۹۹۵۲۰
هویت ملی	۰/۹۵۸	۱۷	۳۳/۰۲۷۲	۴۷/۳۹۶	۶/۸۸۴۵۰
احساس محرومیت	۰/۸۰۹	۱۱	۳۳/۰۲۷۲	۴۷/۳۹۶	۶/۸۸۴۵۰
سرمایه فرهنگی	۰/۶۶۰	۱۰	۲۴/۶۱۱۱	۲۰/۷۵۹	۴/۵۵۶۱۷
نوع استفاده از رسانه	۰/۷۴۰	۱۰	۱۸/۹۰۹۱	۲۲/۷۱۰	۴/۷۶۵۵۲
مدت زمان اقامت	۰/۷۱۱	۱	۲۱/۱۳۶۵	۲۵/۵۶۳	۵/۷۰۴۲۱
گستره روابط	۰/۷۱۴	۱۰	۲۸/۳۱۵۸	۳۰/۰۰۶	۵/۴۷۷۷۴

روایی (اعتبار) با این مسئله سرو کار دارد که یک ابزار اندازه گیری تا چه حد چیزی را اندازه گیری می کند که ما فکر می کنیم. (فلیک، ۱۳۸۷: ۳۳۶) در این پژوهش، جهت تعیین اعتبار ابزار اندازه گیری از دو روش اعتبار سازه و اعتبار محتوا بهره برده شد. در قدم اول از اعتبار صوری استفاده گردید. در این مورد به منظور بالا بردن واقع نمایی تحقیق و افزایش امکان تعمیم پذیری یافته ها و سنخیت تحقیق با واقعیات جامعه آماری، پس از مطالعه شاخص های متعددی در مطالعات دویچ، فینی، میلر، اسمیت، آندرسون، هشر، گیدنز، بوردیو، چلبی، حاجیانی، عبداللهی، یوسفی، صالحی امیری، گودرزی، محرابی، ابوالحسنی، قادرزاده، ادهمی و... که در زمینه هویت قومی و ملی تحقیقات میدانی و تجربی داشته اند و باتوجه به ماهیت تحقیق و همچنین جامعه آماری و براساس گام های زیر شاخص هایی برگزیده و به کار گرفته شد:

۱. بهره گیری از شاخص های جهانی هویت قومی و ملی که بیشتر توسط محققان غربی ارائه شده است؛
۲. مطالعه شاخص های مرتبط با هویت قومی و ملی که از سوی صاحب نظران کشورمان مطرح شده اند؛
۳. تطبیق و بومی سازی این شاخص ها با واقعیات جامعه آماری استان البرز با در نظر گرفتن تنوع و تعدد

گروه‌های قومی؛

۴. جرح و تعدیل شاخص‌های برگزیده با در نظر گرفتن دیدگاه اساتیدی که پرسشنامه برای آنها ایمیل شده بود؛

۵. نهایی سازی این شاخص‌ها از طریق پیش آزمونی^۱ که انجام گرفت و رفع ابهامات و نواقص موجود. در بخش دوم و به منظور تعیین اعتبار سازه از تحلیل عاملی استفاده شد. در تحلیل عاملی انجام شده براساس آماره KMO و روش چرخش واریماکس و با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی^۲ همگرایی گویه‌های مربوط به متغیر «هویت قومی و ملی» به عنوان متغیر وابسته و متغیرهای «احساس محرومیت»، «سرمایه فرهنگی»، «نوع استفاده از رسانه»، «مدت زمان اقامت در کرج» و «گستره روابط» به عنوان متغیرهای مستقل مورد بررسی قرار گرفتند.

جدول ۲: سنجش روایی متغیرها با استفاده از تحلیل عاملی

ردیف	متغیر	مقدار تناسب نمونه کیزر-اوکلین	آزمون کرویت بارتلت	درجه آزادی	سطح معنی داری
۱-	هویت قومی-ملی	۰/۸۴۹	۳۴۵۴/۶۶۷	۵۶۱	۰/۰۰۰
۲-	احساس محرومیت	۰/۸۷۱	۱/۴۱۷۳	۴۵	۰/۰۰۰
۳-	سرمایه فرهنگی	۰/۷۲۵	۴۸۸/۱۵۴	۴۵	۰/۰۰۰
۴-	نوع استفاده از رسانه	۰/۶۸۰	۵۳۴/۴۰۶	۴۵	۰/۰۰۰
۵-	مدت زمان اقامت	۰/۸۲۲	۱۱۷۵/۴۲۳	۹۱	۰/۰۰۰
۶-	گستره روابط	۰/۷۲۹	۹۶۳/۲۴۷	۲۸	۰/۰۰۰

آزمون فرضیه‌ها و تحلیل یافته‌های پژوهش

واحد مشاهده ما در این پژوهش جوانان ۱۸ تا ۳۰ ساله ساکن در شهر کرج می‌باشند. واحد تحلیل، شش گروه قومی کرد، ترک، فارس، عرب، لر و بلوچ است. نتایج به دست آمده در بخش توصیفی بیانگر این است که از مجموع صد درصد پاسخگویان، ۱۲/۴ درصد کرد، ۴۸/۸ درصد فارس، ۲۰/۹ درصد ترک، ۰/۰۵ درصد بلوچ، ۲/۲ درصد عرب، ۱۲ درصد لر و بقیه را سایر اقوام تشکیل می‌دادند. درمورد ارجحیت و اولویت هویت از صد درصد پاسخگویان، حدود ۲۵/۷ درصد فقط هویت ملی را نشان دهنده شخصیت و هویت خود می‌دانند، ۶۳/۹ درصد به ترتیب هویت ملی و بعد هویت قومی را نشانگر شخصیت خود دانسته، ۴/۹ درصد به ترتیب هویت ملی و بعد هویت قومی را نشانگر شخصیت خود دانسته و تنها ۲/۲ درصد فقط هویت قومی را نشان دهنده شخصیت و هویت خود می‌دانند. بنابراین می‌توان گفت که تمایل و گرایش پاسخگویان ابتدا به ابعاد هویت ملی و سپس هویت قومی می‌باشد. پیشفرض این تحقیق در بخش تحلیلی - نظری این است که برخی از متغیرها با متغیر وابسته «ابعاد عام هویت قومی - ملی» دارای همبستگی و رابطه می‌باشند. در این بخش فرضیه‌ها

۱. حدود ۴۵ نفر به عنوان جمعیت نمونه انتخاب شدند و پیش آزمون به انجام رسید.

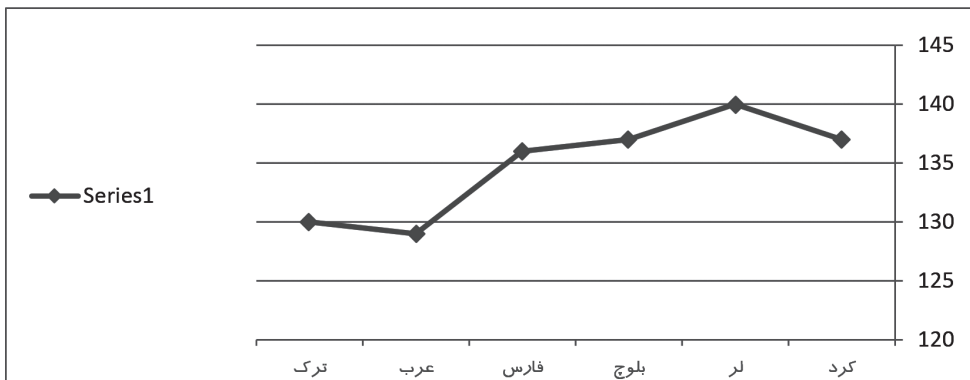
۲. تحلیل عاملی تأییدی درصدد تعیین این مسئله است که آیا تعداد عامل‌ها و بارهای متغیرهایی که روی این عامل‌ها اندازه‌گیری شده‌اند، با آنچه بر اساس تئوری و مدل نظری انتظار می‌رفت، انطباق دارد.

آزمون شد تا مشخص شود که آیا داده‌های تجربی این ادعا را تأیید می‌کنند یا خیر- درحقیقت به دنبال تأیید یا رد فرض صفر می‌باشیم. بر این اساس در ادامه به تحلیل و تبیین نتایج پرداخته می‌شود.

جدول ۳، به مقایسه میانگین‌های میزان گرایش به ابعاد عام هویت ملی و قومی در بین گروه‌های قومی شش گانه کرد، فارس، ترک، لر، عرب و بلوچ می‌پردازد. سطح معناداری (۰/۰۰۳) و همچنین آزمون F (۳/۳۲۳) نشانگر این است که در بین گروه‌های قومی مختلف از نظر میزان گرایش به ابعاد عام هویت قومی و ملی تفاوت معناداری وجود دارد (مدل دارای برازش می‌باشد). از بین این گروه‌ها، قوی ترین میزان گرایش به ابعاد عام هویت ملی و قومی به ترتیب مربوط به گروه قومی لر (۱۴۰)، کرد (۱۳۷)، بلوچ (۱۳۷)، فارس (۱۳۶)، ترک (۱۳۰) و عرب (۱۲۹) می‌باشد.

جدول ۳: تفاوت میانگین گروه‌های قومی در مقوله میزان گرایش به ابعاد عام هویت ملی-قومی

هویت ملی-قومی					
	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
مابین گروه	۳۷۷۵/۲۷۴	۶	۶۲۹/۲۱۲	۳/۳۲۳	۰/۰۰۳
درون گروه	۶۲۶۸۱/۷۹۱	۲۲۱	۱۸۹/۳۷۱		
Total	۶۶۴۵۷/۰۶۵	۲۲۷			



جدول ۴، همبستگی بین گستره روابط با گرایش به ابعاد عام هویت ملی و قومی را نشان می‌دهد. با توجه به آزمون پیرسون، همبستگی بین این دو متغیر در حدود ۰/۱۱۴ می‌باشد که تا حدی ضعیف می‌باشد و سطح معناداری (۰/۰۳۷) به ما اطمینان می‌دهد که نتایج با ۹۵ درصد اطمینان قابل تعمیم به جامعه آماری می‌باشد. نوع همبستگی مثبت است؛ بدین معنی که با افزایش گستره روابط، گرایش افراد به ابعاد عام هویت ملی و قومی بیشتر خواهد شد. یافته‌های فوق موید دیدگاه مید، روزنبرگ، بارث، جنکینز و وودوارد است. مطابق نظریه‌های جامعه‌شناسان مذکور، هویت جمعی، دستاوردی تعاملی قلمداد می‌شود که به لحاظ اجتماعی الگو و ساخت می‌پذیرد. براین اساس، این الگو و گستره روابط اجتماعی است که مرزهای اجتماعی گروه را تعریف می‌کند و نه جوهر و بن مایه فرهنگی که گروه را در بر می‌گیرد. (کروگر، ۱۹۹۷)

جدول ۴: همبستگی بین گستره روابط با گرایش به ابعاد عام هویت ملی-قومی

Correlations			
		هویت ملی-قومی	گستره روابط
هویت ملی-قومی	Pearson Correlation	۱	۰/۱۱۴*
	Sig. (2-tailed)		۰/۰۳۷
	N	۲۱۲	۲۰۵
گستره روابط	Pearson Correlation	۰/۱۱۴*	۱
	Sig. (2-tailed)	۰/۰۳۷	
	N	۲۰۵	۲۱۶
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).			

جدول ۵، همبستگی بین احساس محرومیت با گرایش به ابعاد عام هویت ملی و قومی را نشان می‌دهد. نتایج جدول نشان از همبستگی ضعیف (-۰/۱۲۴) بین دو متغیر و همچنین رابطه معکوس دارد؛ بدین معنی که با افزایش احساس محرومیت افراد، گرایش آنها به ابعاد عام هویت قومی و ملی کمتر شده است. نتایج فوق موید دیدگاه تدگار می‌باشد که هویت قومی را زمانی دارای اهمیت می‌داند که با افراد یک گروه قومی رفتار تبعیض آمیز در مقایسه با دیگران صورت گیرد. همچنین، نتایج موید دیدگاه مایکل هشر می‌باشد که می‌گوید همبستگی قومی و قوم گرایی نتیجه تشدید تعارضات و نابرابری در داخل یک واحد ملی می‌باشد.

جدول ۵: همبستگی بین احساس محرومیت با گرایش به ابعاد عام هویت ملی-قومی

Correlations			
		هویت قومی - ملی	احساس محرومیت
هویت قومی - ملی	Correlation Coefficient	۱/۰۰۰	-۰/۱۲۴**
	Sig. (2-tailed)	۰	۰/۰۱۴
	N	۲۱۲	۲۰۵
احساس محرومیت	Correlation Coefficient	-۰/۱۲۴**	۱/۰۰۰
	Sig. (2-tailed)	۰/۰۱۴	۰
	N	۲۰۵	۲۱۶
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

جدول ۶، همبستگی بین نوع رسانه مورد استفاده با گرایش به ابعاد عام هویت قومی و ملی را نشان می‌دهد. با توجه به آزمون پیرسون همبستگی بین دو متغیر در حدود ۰/۱۷۱ می‌باشد که بیانگر رابطه نسبتاً مناسب بین این دو متغیر می‌باشد. با توجه به سطح معناداری (۰/۰۰۲) می‌توان با ۹۹ درصد اطمینان نتایج را به جامعه آماری تعمیم داد. نتایج حاصله موید دیدگاه تاملینسون می‌باشد؛ جایی که می‌گوید رسانه‌ها ما را به افراد دور دست مرتبط می‌سازند. آندرسون نیز معتقد است که گسترش ارتباطات و به تبع آن رسانه‌های جمعی موجبات تقویت هویت ملی می‌گردد.

جدول ۶: همبستگی بین نوع رسانه مورد استفاده با گرایش به ابعاد عام هویت ملی-قومی

Correlations			
		هویت ملی-قومی	نوع رسانه مورد استفاده
هویت ملی-قومی	Pearson Correlation	۱	۰/۱۷۱**
	Sig. (2-tailed)		۰/۰۰۲
	N	۲۱۵	۲۱۵
نوع رسانه مورد استفاده	Pearson Correlation	۰/۱۷۱**	۱
	Sig. (2-tailed)	۰/۰۰۲	
	N	۲۱۵	۱۷۴
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

جدول ۷، همبستگی بین مدت زمان اقامت در کرج با گرایش به ابعاد عام هویت ملی و قومی را نشان می‌دهد. همبستگی بین این دو متغیر در حدود ۰/۲۹۱ می‌باشد که بیانگر رابطه به نسبت متوسط می‌باشد. همچنین سطح معناداری (۰/۰۰۰) به ما کمک می‌کند تا با اطمینان صد درصد نتایج را به کل جامعه آماری تعمیم دهیم. این نتایج موید دیدگاه دویچ است؛ جایی که وی بیان می‌دارد که گسترش شبکه‌های ارتباطی و تعاملاتی افراد ناشی از محل سکونت خود موجبات تقویت همانندسازی در افراد می‌گردد.

جدول ۷: همبستگی بین مدت زمان سکونت با گرایش به ابعاد عام هویت ملی-قومی

Correlations			
		هویت ملی-قومی	مدت زمان اقامت
هویت ملی-قومی	Pearson Correlation	۱	۰/۲۹۱**
	Sig. (2-tailed)		۰/۰۰۰
	N	۲۱۶	۲۰۲
مدت زمان سکونت	Pearson Correlation	۰/۲۹۱**	۱
	Sig. (2-tailed)	۰/۰۰۰	
	N	۲۰۲	۲۳۶
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

جدول ۸، همبستگی بین سرمایه فرهنگی با گرایش به ابعاد عام هویت ملی و قومی را نشان می‌دهد. نتایج بیانگر رابطه نسبتاً متوسط (۰/۲۲۵) بین دو متغیر سرمایه فرهنگی با گرایش به ابعاد عام هویت قومی و ملی می‌باشد و با توجه به سطح معناداری (۰/۰۰۰) نتایج حاصله با صد درصد اطمینان قابل تعمیم به جامعه آماری است. نتایج به دست آمده موید دیدگاه بوردیو می‌باشد؛ بزعم وی، میدان‌های تعاملاتی عادت واره فرد را تشکیل می‌دهد و به تبع آن هویت‌های جمعی مشترک را پدید می‌آورند که متناسب با آن گسترده می‌شوند.

جدول ۸: همبستگی بین سرمایه فرهنگی با گرایش به ابعاد عام هویت قومی و ملی

Correlations			
		هویت قومی - ملی	سرمایه فرهنگی
هویت قومی - ملی	Pearson Correlation	۱	۰/۲۲۵**
	Sig. (2-tailed)		۰/۰۰۰
	N	۲۱۷	۲۱۰
سرمایه فرهنگی	Pearson Correlation	۰/۲۲۵**	۱
	Sig. (2-tailed)	۰/۰۰۰	
	N	۲۱۰	۲۱۹
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

۳۵

تحلیل چند متغیره

در این بخش به منظور شناخت تعامل بین پنج متغیر مستقل، ادغام متغیرها و همچنین تعیین سهم هریک از متغیرهای مستقل در تبیین و پیش بینی تغییرات متغیر وابسته از رگرسیون چندمتغیره و روش گام به گام در پنج مرحله استفاده شده است. با توجه به R^2 استاندارد شده در گام پنجم می توان گفت ۷۱ درصد از واریانس هویت قومی و ملی در نزد جوانان کرج توسط پنج متغیر فوق تبیین و پیش بینی نشده است و سهم این پنج متغیر در حدود ۲۹ درصد از تغییرات متغیر وابسته می باشد. بنابراین علاوه بر پنج متغیر مذکور، متغیرهای دیگر نیز می توانند در واریانس متغیر هویت قومی و ملی سهم باشند که در این تحقیق مجال پرداختن به آن وجود ندارد.

جدول ۹: عناصر اصلی تحلیل چندمتغیره به روش گام به گام

مرحله	R	R ²	استاندارد شده R ²	اشتباه استاندارد
اول	۰/۲۸۴	۰/۲۱۲	۰/۱۹۹	۰/۹۶۲۷۰۴۵۰۵
دوم	۰/۳۴۱	۰/۲۴۷	۰/۲۳۵	۰/۹۵۹۱۰۶۳۶۵
سوم	۰/۳۶۷	۰/۲۶۹	۰/۲۵۸	۰/۹۵۰۱۰۴۲۹۷
چهارم	۰/۳۸۲	۰/۲۸۱	۰/۲۷۶	۰/۹۴۴۵۷۱۸۳۷
پنجم	۰/۳۹۴	۰/۳۰۱	۰/۲۹۰	۰/۹۴۲۱۹۲۳۲۳

در جدول ۱۰، سایر آماره ها برای متغیرهای درون معادله آورده شده اند که عبارت اند از: ضرایب رگرسیون B برای نشان دادن نمرات خام متغیرهای درون معادله، ضریب استاندارد (Beta) متغیرهای درون معادله برای نشان دادن تاثیر خالص متغیرهای درون معادله بر متغیر وابسته و مقادیر آزمون (T) و (sigT) برای نشان دادن معناداری ضرایب رگرسیون. با توجه به اینکه سطح معناداری هر پنج متغیر کمتر از ۱ درصد می باشد، پس می توان گفت که ضریب رگرسیون برای پنج متغیر مذکور در سطح ۹۹ درصد اطمینان از لحاظ آماری معنادار است.

جدول ۱۰: عناصر متغیرهای درون معادله برای پیش بینی نسبت هویت قومی و ملی

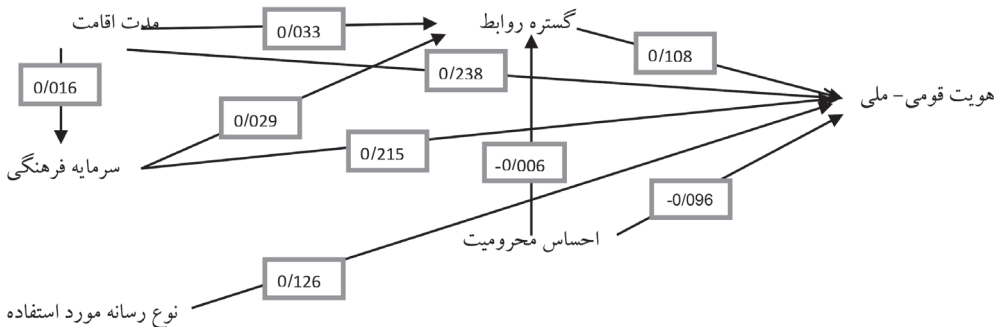
نام متغیر	B	Beta	t	sig
نوع رسانه مورد استفاده	۰/۱۴۶	۰/۱۳۹	۲/۴۳۸	۰/۰۰۰
سرمایه فرهنگی	۰/۲۱۴	۰/۲۰۷	۲/۸۷۴	۰/۰۰۴
گستره روابط	۰/۱۰۹	۰/۱۰۶	۲/۳۲۵	۰/۰۰۰
مدت زمان سکونت	۰/۲۴۸	۰/۲۴۱	۳/۲۵۰	۰/۰۰۰
احساس محرومیت	-۰/۱۲۱	۰/۱۱۳	-۲/۷۳۰	۰/۰۰۰

به طور کلی، شکل عمومی رگرسیون پنج متغیر به دست آمده با توجه به عملیات رگرسیون گام به گام و داده‌های آن برای پیش بینی (تبیین) گرایش به ابعاد عام هویت قومی و ملی به شرح زیر است:

$$Y = 235 + 207X_1 + 0.139X_2 + 0.207X_3 + 0.106X_4 - 0.121X_5$$

مدت سکونت (۰/۲۴۱) + سرمایه فرهنگی (۰/۲۱۴) + گستره روابط (۰/۱۰۶) + احساس محرومیت (۰/۱۱۳) -

۳۶



مدل ۲: مدل نظری پژوهش

از تحلیل مسیر فوق می‌توان چنین استنباط کرد که متغیرهای «رسانه مورد استفاده» با ضریب ۰/۱۲۶ و «گستره روابط» با ضریب ۰/۱۰۸ متغیرهایی هستند که به صورت مستقیم بر ابعاد هویت ملی - قومی تاثیر می‌گذارند. این متغیرها به عنوان متغیرهای وابسته میانی (درونی) نیز در نظر گرفته شده‌اند. بنابراین تاثیر غیرمستقیم بر متغیر وابسته نداشته‌اند. اما متغیرهای «مدت زمان اقامت در کرج»، «سرمایه فرهنگی» و «احساس محرومیت» علاوه بر تاثیرات مستقیم، دارای تاثیرات غیرمستقیم نیز می‌باشند. میزان تاثیر مستقیم متغیر «مدت زمان سکونت در کرج» بر متغیر وابسته برابر با ۰/۲۳۸ و تاثیر غیرمستقیم بواسطه متغیرهای «سرمایه فرهنگی» و «گستره روابط» در حدود ۰/۰۴۹ می‌باشد. میزان تاثیر مستقیم «سرمایه فرهنگی» بر متغیر وابسته نیز برابر با ۰/۲۱۵ می‌باشد و تاثیر غیرمستقیم آن بواسطه متغیر «گستره روابط» برابر با ۰/۰۲۹۱ می‌باشد. همچنین، میزان تاثیر متغیر «احساس محرومیت» بر متغیر وابسته برابر با ضریب -۰/۰۹۶ و تاثیر غیرمستقیم آن بواسطه متغیر «گستره روابط» برابر با -۰/۰۰۶ می‌باشد.

جدول ۱۱: ماتریس تاثیرات مستقیم و غیر مستقیم متغیرهای مستقل بر وابسته

نام متغیر	تاثیرات مستقیم	تاثیرات غیرمستقیم	جمع اثرگذاری
مدت زمان سکونت در کرج	۰/۲۳۸	۰/۰۴۹	۰/۲۸۷
سرمایه فرهنگی	۰/۲۱۵	۰/۰۲۹	۰/۲۴۴
احساس محرومیت	-۰/۰۹۶	-۰/۰۰۶	-۰/۱۰۲
گستره روابط	۰/۱۰۸	-----	۰/۱۰۸
نوع رسانه مورد استفاده	۰/۱۲۶	-----	۰/۱۲۶

جمع بندی به مثابه نتیجه گیری

قبل از هر چیز به بیان جنکینز باید گفت که قومیت و ملیت، اصول ساختاری مناسبات اجتماعی هستند که شاید در عالم نظر بشود آنها را تعریف، مرزبندی و از همدیگر منفک و جدا نمود، اما در عالم واقع این دو بُعد از هویت جمعی به صورت پیوستاری در طول هم قرار دارند و به گونه ای درهم تنیده شده اند که تفکیک و مرزبندی آنها امری بس دشوار است. در این پژوهش، هویت قومی و ملی در تعامل با هم و به صورت یک شاخص کلی هویت قومی- ملی در قالب یک طیف فرض شده که از ابعاد خاص هویت قومی شروع و تا ابعاد عام هویت ملی تداوم یافته است.

نتایج تحقیق بیانگر این است که مهاجرت و جابجایی اقوام از پیرامون به مرکز ایران موجب گردیده که آنها از بافت و ساخت فرهنگی خالص و همگون خویش خارج گردند و با یک زیست بوم فرهنگی متنوع، متکثر و ناهمگونی همچون کرج مواجه شوند. پس زندگی در این شرایط، ضرورت آمادگی افراد و گروه های قومی برای مواجهه و تعامل با دیگران و اغیار را فراهم نموده است. بر این اساس و ضمن قبول پیشفرض مکتب تعامل گرایی مبنی بر امکان شکل گیری هویت های متنوع، یادآوری می گردد که اولاً، جوانان کرجی در مقاطع بی شماری با همدیگر تعاملات و مراودات روزمره دارند و این امر موجب گردیده کم کم از پوسته فرهنگی و قومی خویش خارج و با دیگری و دیگران پیوند و ارتباط برقرار کنند و به تبع آن کاهش فاصله ها و تعصبات را تجربه نمایند. از سوی دیگر، با توجه به این که هویت های جمعی در هر جامعه ای از منابع مختلفی تغذیه می کنند و نوع این منابع هویت بخش یا هویت ساز بنا بر مقتضیات زمانی و مکانی و تحت تاثیر فاکتورهایی تغییر می کند، پس نباید به مانند رویکردهای جوهرگرا و ساختارگرا انتظار یک هویت یکپارچه را از فرد جوان داشته باشیم؛ جوانی که در شرایطی قرار دارد که هویت وی در حال شکل گیری و ساخته شدن است و همواره و با توجه به مقتضیات سنی، ذهنی، روانی و همچنین اجتماعی، شکل و قوام می گیرد.

یافته های تحقیق بیانگر این است که گرایش و وفاداری گروه های شش گانه قومی به ابعاد هویت قومی و ملی کمابیش باهم متفاوت است و این تفاوت ها به میزان تعلق و وفاداری به عناصر مهم هویت ملی- قلمرو سرزمینی، گذشته تاریخی، مفاخر فرهنگی، خط و زبان رسمی، تعاملات اجتماعی، ساختار سیاسی و.... برمی گردد، اما در مجموع احساس تعلق و تعهد جوانان کرجی در درجه اول معطوف به اجتماع ملی و نشانگرهای آن می باشد و در مجموع، رعایت هنجارهای عام و ملی از سوی جوانان کرجی بیش از هنجارهای قومی است.

این امر حکایت از آن دارد که بستر و زمینه های اجتماعی و فرهنگی برای عام شدن هویت ملی در شهری

همچون کرج مهیا می‌باشد. از این رو در سطح خرد، تعاملات بین فردی و گروهی، شکلی مطلوب و معقول دارد و همبستگی اجتماعی بر روابط افراد حاکم است؛ اما در سطح کلان و نخبگان قومی و ملی برای اینکه به ثبات و همبستگی بیشتری دست یازیم، لازم است که نوع رویکرد و نگاهمان را نسبت به گروه‌های قومی به عنوان «اغیار» اصلاح کنیم و به جای دیدن تفاوت‌ها، بر تشابهات تاکید نماییم، چرا که اقوام مختلف، تار و پود اجتماع ملی را تشکیل می‌دهند و از رهگذر احترام و حرمت گذاشتن به ارزش‌های فرهنگی اقوام است که این تار و پود محکم می‌شود و بنیان‌های هویت عام و ملی تقویت می‌گردد.

حفظ آداب، رسوم، فرهنگ و زبان هر قومی حق طبیعی و خدادادی آنها می‌باشد. در دنیایی که تکثر و تنوع در همه ابعاد و جنبه‌ها امری پذیرفتنی است، در داخل کشور و در شهری همچون کرج- ایران کوچک- که دارای زیست چند فرهنگی است و از این لحاظ نماینده تمام اقوام ایرانی می‌باشد باید مدیران فرهنگی و سیاسی استان این تنوع و تکثر را به عنوان یک فرصت، حرمت نهند و به نحو احسن از آن پاسداری نمایند. در این راستا پیشنهاد می‌شود ضمن مطالعه و بررسی دقیق و کارشناسانه، زمینه‌های بروز هرگونه اختلاف و گسل- به عنوان تهدید- را شناسایی و مدیریت نمایند. در واقع، با مدیریت علمی و عقلانی می‌توان شهر کرج را به عنوان تجربه و الگویی موفق از تساهل، تسامح و همدلی به کل ایران و حتی کل جهان معرفی کرد. نتایج به دست آمده از این پژوهش موید نظریه تدگار است که می‌گوید هویت قومی زمانی اهمیت پیدا می‌کند که با افراد یک گروه قومی به واسطه تعلقاتشان به آن گروه، رفتاری تبعیض آمیز در مقایسه با گروه‌های دیگر صورت گیرد. با توجه به این که مراکز آموزشی سطح کرج اعم از مدارس و دانشگاه‌ها دارای ترکیب فرهنگی، قومی، زبانی و نژادی کم نظیری است که باید به عنوان یک فرصت به آن نگاه کرد و مورد حرمت قرار گیرد، ضروری است که در کنار آموزش حقوق شهروندی به جوانان و نوجوانان در این مراکز، در عمل نیز کارگزاران دولتی از هرگونه توهین، تحقیر و اهانت به دیگر اقوام و لهجه‌ها و زبان‌ها اجتناب ورزند. به تعبیر کولی، اگر دیگران - به ویژه اعضای گروه‌های نخستین مثل دانشجویان و دانش آموزان- جوان را مسخره کنند، احتمال دارد او نظری منفی درباره هویت خود پیدا کند؛ معضلی که هر از چندگاهی در برخی مراکز آموزشی شهر کرج اتفاق می‌افتد^۱. لازم است در مراکز آموزشی ارزش‌ها و فضایل ملی با مدارا به دانش آموزان به عنوان یک مهارت زندگی آموزش داده شود.

بر مبنای پژوهش موجود، میزان بهره‌مندی گروه‌های قومی از رسانه‌های ملی و به ویژه شبکه استانی البرز در سطح مطلوبی نمی‌باشد- که البته می‌تواند دلایل مختلفی داشته باشد و در این مقال فرصت پرداختن به آن نیست- اما باید بپذیریم که رسانه‌ها در دنیای امروزین به عنوان یک قدرت غیرقابل انکار، نقش مهمی در درونی کردن و تثبیت ارزش‌ها در افراد دارند. از این رو، پیشنهاد می‌گردد که شبکه استانی البرز به شبکه «اقوام» تغییر نام یابد و ضمن حرمت نهادن و تکریم اقوام ساکن کرج، به معرفی و نمایش شیوه زندگی، آداب و رسوم، سنن، موسیقی و... اقوام مختلف بپردازد. در این راستا می‌توان ضمن دعوت از مشاهیر و نخبگان اقوام ایرانی که عموماً جزو مفاخر ملی و چهره‌های ماندگار هستند، از آنان تجلیل و تکریم به عمل آورد و آنها را به عنوان الگو به شهروندان کرجی معرفی کرد. در غیراین صورت همان طوری که جنکینز و معلوف بیان می‌دارند، بی توجهی و بی حرمتی به اقوام، احساس ناخرسندی و نارضایتی را در آنها تشدید می‌کند و ممکن است به تغییر هویت قومی و یا پشت کردن به هویت ملی افراد بینجامد.

۱. پدیده‌ای که نگارنده به عنوان مدرس بارها شاهد آن بوده است.

منابع

- احمدلو، حبیب. (۱۳۸۲). «علل و عوامل موثر بر هویت جمعی در بین دانشجویان دانشگاه تبریز». پایان نامه کارشناسی ارشد، علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران.
- اسمیت، دی، آنتونی. (۱۳۸۳). *نظریه‌های ناسیونالیسم*. منصور انصاری. تهران: نشر تمدن ایرانی
- اشرف، احمد. (۱۳۷۳). «بحران هویت ملی و قومی در ایران». نشریه بنیاد مطالعات ایرانی. شماره ۳.
- الطایی، علی. (۱۳۸۷). *بحران هویت قومی در ایران*. تهران: نشر شادگان
- اوزکریملی، اوموت. (۱۳۸۳). *نظریه‌های ناسیونالیسم*. محمدعلی قاسمی. تهران: انتشارات تمدن ایرانی
- بیابانگرد، اسماعیل. (۱۳۸۴). *روش‌های تحقیق در روانشناسی و علوم تربیتی*. تهران: نشر دوران
- بیکر، ترز ال. (۱۳۷۸). *نحوه انتخاب تحقیقات اجتماعی*. هوشنگ نایی. تهران: نشر روش
- تامپسون، جان. (۱۳۸۸). *جهانی شدن و فرهنگ*. محسن حکیمی. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی مرکز بین‌المللی گفتگوی تمدن‌ها
- تدگار، رابرت. (۱۳۷۹). *چرا انسان‌ها شورش می‌کنند؟* علی مرشدی زاده. چاپ دوم، مطالعات راهبردی
- ترنر، جان‌اتان. (۱۳۷۱). *پیدایش نظریه جامعه‌شناسی*. عبدالعلی لهسایی زاده. شیراز: انتشارات فرهنگی
- جنکینز، ریچارد. (۱۳۸۱). *هویت اجتماعی*. تورج یاراحمدی. تهران: نشر شیرازه
- چلبی، مسعود. (۱۳۸۰). *هویت‌های قومی و رابطه آن با هویت ملی در ایران*. تهران: دفتر امور اجتماعی وزارت کشور
- حاجیانی، ابراهیم. (۱۳۸۷). «مطالعه تجربی عناصر هویت ایرانی». رساله دکتری، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
- دواس، دی‌ای. (۱۳۷۶). *پیمایش در تحقیقات اجتماعی*. هوشنگ نایی. تهران: نشر نی
- ربانی، علی و دیگران. (۱۳۸۸). «رابطه هویت ملی و قومی در بین دانشجویان آذری، کرد و عرب دانشگاه‌های دولتی ایران». فصلنامه مطالعات ملی. شماره ۳۹.
- ریتزر، جورج. (۱۳۸۹). *نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر*. محسن ثلاثی. چاپ ششم، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی
- عبداللهی، محمد. (۱۳۷۶). «بحران هویت - هویت جمعی، دینامیسم و مکانیسم تحول آن در ایران». نامه انجمن جامعه‌شناسی ایران. دفتر اول.
- فلیک، اووه. (۱۳۸۷). *درآمدی بر تحقیق کیفی*. هادی جلیلی. تهران: نشر نی
- قاسمی، محمدعلی. (۱۳۸۱). «درآمدی بر پیدایش مسایل قومی در جهان سوم». فصلنامه مطالعات راهبردی. سال پنجم، شماره اول، بهار.
- قاضی طباطبایی، محمود. (۱۳۷۶). *تکنیک‌های خاص تحقیق در علوم اجتماعی*. تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور
- کرلیتجر، فردان. (۱۳۹۰). *پژوهش در علوم رفتاری*. حسن پاشا شریفی و همکاران. جلد دوم، تهران: انتشارات مرکز نشر دانشگاهی
- گار، تد رابرت. (۱۳۷۸). «اقلیت‌ها، ملی‌گراها و برخورد‌های سیاسی». حمیدرضا کریمی. فصلنامه مطالعات راهبردی، شماره اول.
- گودرزی، حسین. (۱۳۸۸). *گفتارهایی درباره جامعه‌شناسی هویت در ایران*. تهران: انتشارات تمدن ایرانی

- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۷). *تجدد و تشخیص*. تورج یاراحمدی. تهران: نشر شیرازه
- مالشویچ، سینیشا. (۱۳۹۰). *جامعه شناسی قومیت*. پرویز دلیرپور. تهران: انتشارات آمه
- مروت، برزو. (۱۳۸۴). *“عوامل موثر بر شکل گیری هویت غالب در بین دانشجویان دانشگاه های سندج”*. رساله کارشناسی ارشد، علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی.
- معلوف، امین. (۱۳۸۹). *هویت های مرگبار*. عبدالحسین نیک گهر. تهران: نشر نی
- نوذری، عزت الله. (۱۳۸۰). *تاریخ اجتماعی ایران از آغاز تا مشروطیت*. تهران: انتشارات خجسته
- هیلگارد، ای.اچ. (۱۳۷۸). *زمینه روان شناسی*. محمدنقی براهنی و دیگران. تهران: انتشارات رشد
- یوسفی، علی. (۱۳۸۰). *“روابط بین قومی و تاثیر آن بر هویت ملی اقوام در ایران”*. فصلنامه مطالعات ملی. سال دوم، تابستان ۱۳۸۰، شماره ۸.
- Aorebort, F.H. (1982). **“On the structural basis of Regional Mobilization in Europe”**. In Demarchi , B.7 Boileau ,A.M,*Boundaries and Minorities in western Europe,franco*. Angele Milano,33:39
- Berazonsky.M. D. Kuk.L. S. (2005). **“Identity style, pscholsocial maturity And academic performance”**. Personality and individual differences, No, 39.
- Campbella, Catherine and Carl Mcleand. (2009). **“Ethnic identities, social capital and health inequalities: factors shaping African-Caribbean participation in local community networks in the UK”**. Social science & Medicine, VOL.55,PP,643-657.
- Cramer, P. (2000). **“Development on identity: Gender makes a difference”**. Journal of Research in Personality, No.34
- Giddens, Antony. (1984). **The constitution of society**. Oxford: polity press.
- Horowitz Donold. (1992). **“Interdentas and secession: adjusment phenomena neglected connection”**. In A.D.smith(ed). *Ethenicity and nationalism: internationalism studies in sociology and social Anthropolgy*.VOL.LX.leiden:Brill.
- Jean s. phiny.Gabril horenezky. (2001). **“Ethnic identity, immigration, and well-being: an interactional perspective”**. Journal of social issues, Vol 57, No3, pp493-510
- Joun, c. &onorato, rina. S. (1999). **“Social identity,personality and the self – organization perspective”**. In Tom R. Tyler;Roderick M.kramer& oliver p.john(eds) *the psycology of the social self*. London,Lawrence Erlbaum associological.
- Kerpelman, Jennifer and Loyed, whilte. (2011). **“Interpersonal identity and social capital: The importance of commitment for Low Income, Rural, African American Adolescents”**. JOURNAL OF BLACK PSYCHOLOGY, VOL.32.NO.2, PP219-242.
- Kroger, J. (1997). **Identity in adolescence, The balance between self and other**. London and New York: Routledge.

- Kramer, M. & oliver p. john. (2001) **The psychology of the social self**. London, Lawrence Erlbaum Associological3.pp-493-550.
- Mathews, Gordon. (2000). **Golden culture/individual identity: searching for Home in the cultural supermarket**. London and New york, Routledge.
- Maus. Mack. (2006). **“The development of ethnic identity during”** adolescence. The American psychological association.vol42.no1,1-10
- Mead . H. (1976) **“Mind, self and society”**. From the stand point of a mind, self, society. Gorge H . Mead The university of Chicago .
- Parsons, Talcot. (1999). **Edward shills, kaspar Theories of society, foundations of modern sociological Theory**. D.Nagele,and jess R.pitts. Adivision of Macmillan publishing Co., Inc.NEW YORK
- Seidman. Edward .sabine Elizabeth. (2006). **“The Development of ethnic identity during Adolescence-the role of national identity representation in the relation between in – group identification and out group derogation: ethenic versus civic representation”**. Joke meeus .bart duriez
- Smith, A. (1995). **“Nation and nationalism in a global age”**. combridg:polity.p137
- Rosenberg, Morris. (1981). **“The self-concept: social product and social force”**. Published in social psychology, edited by Rosenberg and Turner, basic Booked.
- Shwartz & kurtinez. (1999). **“An integrative expiration based intervention to facilitate identity formation”**. SRIF , SIXTH Annual conference.
- Smith, Antony D. (2000). **“The nation in History. History graphical Debates about Ethnicity and nationalism”**. Polity press, publishers LTD.
- Stryker sheldon and peter .j . burke. (2000). **“The post present and future of an identity theory”**. social psychology quarterly.
- Turner . janatan . H. (1998). **The structure of sociological theory** . sixth published.
- Woodward, kath. (2000). **Questioning identity, gender, class, nation**. London: Riuledge in association.

زمینه های اجتماعی مؤثر بر گرایش به رفتارهای پرخطر (مورد مطالعه: جوانان شهر سنندج)

ستار پروین^۱
اسماعیل عباسی زاغه^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۵/۱۸

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۷/۲۶

هدف از تحقیق حاضر، بررسی زمینه های اجتماعی مؤثر بر رفتار پرخطر بوده است. به همین منظور از یک چارچوب نظری مبتنی بر نظریات اگنیو، ساترلند، هیرشی و گادفرسون استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق را کلیه جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال شهر سنندج تشکیل می دهد که یک نمونه ۳۸۳ نفری از آنها به روش نمونه گیری خوشه ای چند مرحله با استفاده از روش تحقیق پیمایش مورد بررسی قرار گرفته اند. ابزار گردآوری اطلاعات آن، پرسشنامه استاندارد و محقق ساخته به صورت توأمان بوده و نتایج آن با استفاده از آمار توصیفی و استنباطی مورد تحلیل قرار گرفته است. نتایج حاصل از آزمون فرضیات و مدل نظری تحقیق مبتنی بر ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل مسیر و تحلیل رگرسیون نشان می دهد که روابط معناداری بین هر سه متغیر مستقل تحقیق یعنی فشار اجتماعی، هم نشینی با افراد دارای رفتار پرخطر و بازدارندگی اجتماعی و میزان رفتارهای پرخطر وجود دارد و این سه متغیر بر مبنای تحلیل رگرسیون انجام شده ۴۳ درصد از واریانس متغیر میزان رفتارهای پرخطر را تبیین می کند و بر مبنای تحلیل مسیر انجام شده می توان نتیجه گرفت متغیر فشار اجتماعی نقش بسزایی در ایجاد رفتارهای پرخطر در بین جوانان شهر سنندج دارد.

واژگان کلیدی: رفتارهای پرخطر، جوانان، فشار اجتماعی، بازدارندگی اجتماعی، شهر سنندج

۱. استادیار، مددکاری اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران
۲. کارشناس ارشد، مددکاری اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (نویسنده مسئول) E-mail: Esmayil.abbasi@yahoo.com

مقدمه

برای درک و فهم رفتارهای پرخطر لازم است که جامعه و هنجارهای اجتماعی آن را شناخت، تفاوت میان گروه ها و خرده گروه های جامعه که هنوز به سن قانونی نرسیده اند را در نظر گرفت و به این نکته توجه نمود که ادراک واقعیت اجتماعی و فرهنگی در میان همه این افراد یکسان نیست (ماسلوسکی، ۲۰۱۱: ۸۰۳). مددکاری اجتماعی در مطالعه کج رفتاری و رفتارهای پرخطر، عوامل اجتماعی را مدنظر قرار می دهد و علاقه مند به بررسی رفتارهای پرخطر به خصوص رفتارهایی است که منجر آسیب به جامعه می شود و نیز به دنبال شناخت مسئله و عوامل تأثیرگذار بر آن می باشد (مدوکی، ۲۰۱۶: ۱۲). مسئله مهم مورد توجه جامعه شناسان، نظم و انسجام اجتماعی و فشارهای ناشی از ساختارهای اجتماعی بوده است؛ اما باید این واقعیت را در نظر داشت که همیشه همه افراد جامعه با هنجارهای اجتماعی که موجب نظم اجتماعی هستند، هم نوا نمی گردند و مرتکب رفتار انحرافی^۱ یا پرخطر خواهند شد (احمدی، ۱۳۹۵: ۳). برخی از رفتارهای انحرافی مربوط به گروه سنی خاصی است. به رفتار انحرافی جوانانی که هنوز به سن قانونی نرسیده اند (زیر ۱۸ سال) رفتار پرخطر می گویند. (شومیکر^۲، ۱۳۸۹: ۴۸)

درگیری جوانان در رفتارهای پرخطر نه تنها زندگی حال آنان را تهدید می کند، بلکه حتی بر کیفیت زندگی آنان در بزرگسالی و سالمندی نیز تأثیرگذار است (برین و همکاران، ۲۰۱۱: ۱۳). همچنین، رفتارهای پرخطر نه تنها برای فرد، بلکه برای خانواده او و جامعه نیز پیامدهای منفی بسیاری دارد.

نوجوانان و جوانان به اندازه بزرگسالان بهداشت و سلامتی را موضوع مهمی در زندگی قلمداد نمی کنند. «بر اساس بررسی های مرکز کنترل و پیشگیری از بیماری های^۳ آمریکا (۲۰۱۰)، شش رفتار پرخطر شامل صدمات عمدی و غیر عمدی، سیگار کشیدن، استفاده از الکل و مواد مخدر، رفتارهای جنسی، تغذیه نامناسب و عدم فعالیت جسمانی باعث مرگ و میر جوانان و نوجوانان می شوند.» (نوتن و نیکان، ۲۰۱۶: ۲۵۸) در نبود آمارهای موثق از مجاری قانونی در کشور، برخی آمارهای پراکنده در زمینه رفتارهای پرخطر وجود دارد که در تحقیقی در خبرگزاری آنا به نقل از اداره کل آموزش و پرورش استان تهران در سال ۱۳۹۱ اعلام گردیده است: تجربه قلیان کشیدن با ۵۱/۵ درصد، استعمال سیگار با ۳۵/۲ درصد، تجربه رابطه جنسی با میل خود ۳۰/۴ درصد، کتک کاری در بیرون از خانه (جز مدرسه) با ۲۸/۱ درصد و تجربه مصرف الکل با ۲۷/۴ درصد به ترتیب همه گیرترین رفتارهای پرخطر در میان دانش آموزان مورد بررسی بودند. همچنین، تجربه مصرف کراک و هروئین هر یک با ۱/۵ درصد، مصرف کوکابین با ۲ درصد، متادون ۲/۹ و تریاک ۳/۳ درصد به ترتیب کم ترین میزان شیوع رفتارهای پرخطر را در میان دانش آموزان مورد بررسی دارد. به علاوه، مطابق با آمار سازمان پزشکی قانونی، شایع ترین علل مرگ جوانان و نوجوانان زیر ۲۵ سال در ایران، در مرتبه اول تصادفات رانندگی و سپس به ترتیب مسمومیت های ناشی از الکل، مواد مخدر، خودکشی و در نهایت بیماری سرطان بوده است. آمار به دست آمده در رابطه با روسپیگری نیز نشان می دهد که ۵۰ درصد از زنان روسپی ارجاع شده به مراکز بازپروری، در گروه سنی ۱۵ تا ۲۴ ساله و ۲۴ درصد در گروه سنی ۲۰ تا ۲۴ ساله بوده اند. (گرما رودی و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۴) در ایران، بیشتر موارد بی مبالائی جنسی (۵۵/۶ درصد) در سنین ۱۶ تا ۲۱ سالگی رخ می دهند. میانگین سن شروع سیگار در ایران ۱۶/۶ سال بوده و بالاترین نسبت معتادان کشور (۴۵/۷ درصد) در فاصله ۱۷ تا ۲۲ سالگی مصرف مواد را آغاز کرده اند. (زاده محمدی و همکارش، ۱۳۸۷: ۸۹) بیشتر این

1. Deviant Behavior

2. Shoemaker

3. Center for Disease Control and Prevention

افراد دارای سبک‌های تربیتی گوناگون و پایگاه اقتصادی و اجتماعی متفاوت با سطوح بازدارندگی متفاوت بوده‌اند که خود زمینه تمایلات بزهکارانه آنان را فراهم می‌نماید. زندگی در شرایط گذار و نامطمئن بودن نسبت به آینده باعث می‌شود که جوانان تصمیم‌های توأم با ریسک و خطر بگیرند. از آن‌جا که بیشتر جوانان شهر سنندج بیکار بوده و به شغل‌های کاذب و خلاف چون سیگارفروشی، خرید و فروش و مصرف مواد و قاچاق‌فروشی روی نموده‌اند، نقش گروه‌های کج‌رو در این شهر که برای انجام فعالیت‌های بزهکارانه خود اقدام به عضوگیری می‌کنند به وضوح قابل رؤیت است و نیز فشار اجتماعی ناشی از نبود امکانات کافی و منابع مالی و قانونی حمایت‌کننده در ایجاد رفتارهای پرخطر نقش بسزایی دارد، مهم‌ترین سؤالی که این پژوهش به دنبال پاسخگویی به آن است عبارت است از: زمینه‌های اجتماعی مؤثر در گرایش جوانان شهر سنندج به رفتارهای پرخطر کدامند؟

پیشینه تجربی

احمدی و همکاران (۱۳۹۵) به مقایسه رفتارهای پرخطر در نوجوانان خانواده‌های نظامی و غیرنظامی پرداخته‌اند. روش انجام این تحقیق، توصیفی-مقطعی و روش نمونه‌گیری آن، چندمرحله‌ای و حجم نمونه آن ۱۲۵۱ نفر بوده است. تکنیک گردآوری اطلاعات در آن، پرسشنامه استاندارد خطرپذیری نوجوانان ایرانی بوده است. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که بین نوجوانان خانواده‌های نظامی و خانواده‌های غیرنظامی در رفتارهای پرخطر تفاوت معناداری وجود دارد و توجه جدی به دو نوع رفتار رانندگی پرخطر و رفتار جنسی پرخطر که از شیوع بالایی برخوردار است برای سلامت نوجوانان اساسی است.

رحمانی و همکاران (۱۳۹۵) به بررسی تأثیر روابط اجتماعی بر بروز رفتارهای پرخطر نوجوانان شهر بجنورد پرداخته‌اند. این تحقیق به روش کمی، با حجم نمونه ۴۵۵ نفر و روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای برحسب سن و جنس انجام شده است. تکنیک گردآوری اطلاعات در این تحقیق، پرسشنامه محقق ساخت بوده است. این پژوهش در دو بعد ساختی رابطه اجتماعی و کارکردی رابطه اجتماعی انجام شده است. نتیجه بعد ساختی نشان می‌دهد شبکه روابط اجتماعی نوجوانان با خویشاوندان بلافصل تأثیر منفی و معنادار و شبکه دوستان و همسایگان تأثیر مثبت و معنادار بر رفتارهای پرخطر نوجوانان دارد. شبکه خویشاوندان گسترده تأثیری بر بروز رفتارهای مذکور ندارد و نتایج این پژوهش در بعد کارکردی رابطه اجتماعی نشان می‌دهد عزت‌نفس بر رفتارهای پرخطر نوجوان تأثیر منفی و معنادار، اما مقیاس کلی حمایت اجتماعی بر بروز رفتارهای پرخطر نوجوانان تأثیری ندارد- هرچند دو زیر مقیاس از شش خرده مقیاس حمایت اجتماعی شامل زیر مقیاس‌های اطمینان از ارزش و احساس پیوند قابل اعتماد، تأثیر منفی و معناداری بر رفتارهای پرخطر نوجوان دارند.

شولمان و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهشی تأثیر همسالان بر مصرف ماری‌جوانا را در اشکال مختلف رابطه دوستی مورد مطالعه قرار دادند. محققان با استفاده از داده‌های طولی یک‌ساله که از مطالعه طولی ملی سلامت نوجوانان به دست آمد، به بررسی این مسئله پرداختند که آیا اشکال سه‌گانه دوستی، تأثیر دوستان بر مصرف ماری‌جوانا در بین نوجوانان را تعدیل می‌نماید؟ یافته‌ها نشان داده است که در یک مدرسه، تأثیر دوستان بر مصرف ماری‌جوانا در دوستی‌های متقابل و دوطرفه که در آن‌ها اعتماد و صمیمیت وجود دارد، در مقایسه با روابط غیر متقابل و یک‌طرفه از احتمال بیشتری برخوردار بوده است. در مدرسه دیگر، تأثیر دوستان زمانی که آن‌ها در محیط مدرسه نسبتاً معروف بودند یا از خود نوجوانان معروفیت بیشتری داشتند، قوی‌تر بوده است. در این شرایط، به نظر می‌رسد رفتارهای دوستان نوعی استراتژی برای به دست آوردن منزلت اجتماعی باشد.

ازدمیر و همکاران^۱ (۲۰۱۳) به بررسی رابطه بین فرآیندهای والدگری، خود-کنترلی و پرخاشگری در میان نوجوانان ترکیه ای پرداختند. یافته ها حاکی از شواهدی مبتنی بر تأثیر مستقیم و غیرمستقیم فرآیندهای والدگری بر پرخاشگری از طریق خود-کنترلی پایین بوده است. به طور خاص، نتایج نشان داده است که صمیمیت با مادر، تأیید همسالان توسط پدر و نظارت والدین (هم پدر و هم مادر) بر فرزندان به طور مثبت و مستقیم با خود-کنترلی بالا مرتبط می باشد و به شکل غیرمستقیم با پرخاشگری و خشونت از طریق خود-کنترلی پایین رابطه دارد. در مجموع، فرآیندهای والدگری و خود-کنترلی پایین ۲۱ درصد از واریانس پرخاشگری را تبیین نموده اند.

روخما و همکاران (۲۰۱۴) به بررسی نقش رفتارهای کنترل نشده و پرخطر جنسی در انتقال ایدز در مناطق ساحلی اندونزی پرداخته اند. آن ها به این نتیجه رسیده اند که اطلاعات نوجوانان ساکن در مناطق ساحلی در زمینه انتقال ایدز بالاست، اما این آگاهی تضمین کننده برای ابتلا به ایدز نیست، زیرا این نوجوانان روابط متعدد جنسی محافظت نشده که در آن ها از وسایلی مانند کاندوم و مواد ضد عفونی کننده برای انجام رابطه جنسی است را استفاده نمی کنند و همین شیوع میزان ابتلا به ویروس ایدز را افزایش داده است.

پروین و همکاران (۱۳۹۳) به بررسی عوامل اجتماعی مور بر گرایش به رفتارهای پرخطر و آسیب های اجتماعی (بارویکرد مقایسه ای بین خوابگاه های خودگردان و دولتی) پرداخته اند. جامعه آماری تحقیق، کلیه دانشجویان ساکن خوابگاه های خودگردان در شهر تهران است که جهت مقایسه یک خوابگاه دانشجویی دولتی انتخاب شده است. داده های تحقیق از طریق روش پیمایش و با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته و از طریق نمونه گیری تصادفی احصا شده است. حجم نمونه برابر با ۳۰۰ نفر است. بر اساس نتایج تحقیق، آسیب های اجتماعی مانند مصرف سیگار، تماشای سایت ها و فیلم های غیرمجاز و مصرف قلیان دارای بیشترین میزان شیوع در بین دانشجویان می باشد. نتایج آزمون فرضیات نشان داد متغیر فشار اجتماعی با میزان ضریب پیرسون ۰/۱۵۶ و متغیر سازگاری اجتماعی با میزان ضریب همبستگی ۰/۳۱۱- دارای روابط معنادار آماری با متغیر وابسته تحقیق می باشند. بر اساس یافته های رگرسیونی تحقیق، از بین متغیرهای مستقل تحقیق، متغیر احساس سازگاری اجتماعی دارای رابطه مستقیم و معنادار با متغیر آسیب پذیری دانشجویان می باشد- این متغیر حدود ۱۰ درصد از واریانس و تغییرات متغیر وابسته را تبیین می کند. دیگر متغیر مستقل یعنی احساس فشار اجتماعی، به طور غیرمستقیم و از طریق متغیر احساس سازگاری بر متغیر وابسته اثر می گذارد.

بحث رفتارهای پرخطر و بررسی این مسئله اجتماعی به عنوان یکی از موضوعات جدید در عرصه تحقیقات اجتماعی مطرح است. به سبب مهم بودن این موضوع که می تواند آثار و پیامدهای بلندمدت را در پی داشته باشد، تحقیقات داخلی و خارجی متعددی در این زمینه انجام شده است و هرکدام از این تحقیقات ضمن اندازه گیری میزان شیوع رفتارهای پرخطر، تأثیر عواملی چند را بر این موضوع موردسنجش قرار داده اند. در بیشتر تحقیقات انجام شده، تأکید اصلی بر میزان رفتارهای پرخطر بوده و کمتر به عوامل به وجود آورنده آن توجه شده است. عمدتاً مسائل و عوامل غیر ساختاری و سطح خرد مورد بررسی قرار گرفته اند و زمینه ایجاد این مسئله بررسی نشده و در پی آن نبوده اند که چه زمینه های اجتماعی باعث گرایش به رفتارهای پرخطر در بین جوانان و نوجوانان می شود. پس وجه تمایز این تحقیق با تحقیقات انجام شده در زمینه رفتارهای پرخطر جوانان و نوجوانان عبارت اند از:

۱- عدم تأکید صرف بر سنجش میزان رفتارهای پرخطر و سعی در زمینه یابی و علت سنجی زمینه گرایش به رفتارهای پرخطر در بین جوانان؛

- ۲- ارائه دید کلی و نه صرفاً سطح خرد و توجه به سطح کلان در زمینه بررسی عوامل گرایش به رفتارهای پرخطر در بین جوانان؛
- ۳- سعی در تعیین عوامل و زمینه‌های اجتماعی گرایش به رفتارهای پرخطر و ارائه راه‌حل‌هایی به‌منظور کمک به تدوین برنامه‌های مناسب در جهت پیشگیری از این رفتارها؛
- ۴- انجام تحقیق در سطحی گسترده و نه صرفاً در یک مجموعه مانند دبیرستان و یا مدرسه و در برگرفتن تمامی جوانان شهر سمنج کردستان.

چارچوب نظری پژوهش

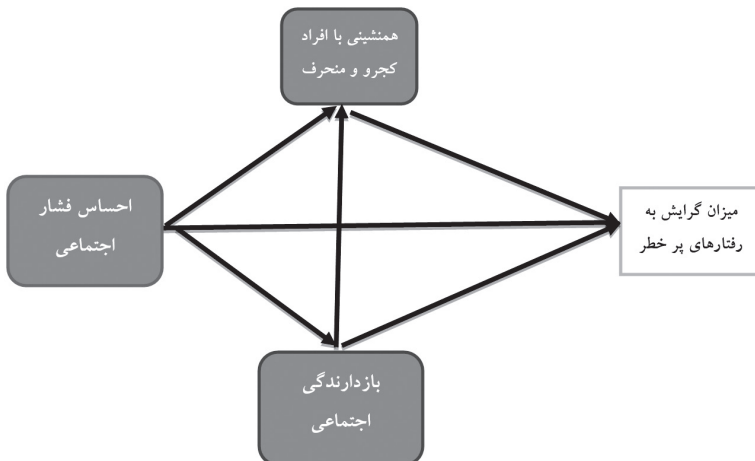
برای بررسی موضوع مورد مطالعه به شکل ترکیبی از نظریات فشار عمومی اگنیو، بازدارندگی اجتماعی هیرشی و گادفرسون و هم‌نشینی افتراقی ساترلند استفاده شده است.

نظریه فشار عمومی اگنیو که نه ساختاری و نه فردی است، سعی می‌کند تا وقوع جرمی را که ناشی از فشاری است که فرد در زندگی با آن روبه‌رو می‌شود تبیین کند. همچنین، این نظریه می‌تواند مقیاس‌های فشار، انواع اصلی فشار، رابطه بین فشار و بزهکاری، رویکردهای تقابلی نسبت به فشار، عامل رفتار بزهکارانه یا غیربزهکارانه و نظریه‌های سیاسی را که مأخذ آن‌ها این نظریه است تعریف کند. علاوه بر آن، نظریه فشار عمومی این قابلیت را دارد که برای توصیف بزهکاری بین گروه‌ها- به‌طور مثال، نرخ بزهکاری مردان در مقابل زنان- نیز مورد استفاده قرار گیرد. اگنیو بیان می‌کند که بزهکاری نتیجه مستقیم تأثیرگذاری منفی خشم، ناکامی و احساسات مضر و زیان‌آور است که به دنبال مناسبات اجتماعی مخرب و منفی به وجود می‌آید (سیگل، ۲۰۱۰: ۱۷۹). برخلاف نظریه‌های فشار پیشین که بر فشار اقتصادی متمرکز بودند، اگنیو بر پیچیده بودن فشار در جامعه مدرن تأکید داشت. (سیگل و همکاران، ۲۰۱۰: ۱۷۹). طبق نظریه فشار اجتماعی اگنیو (۱۹۳۰) رفتار پرخطر هنگامی رخ می‌دهد که افراد نمی‌توانند آنچه را که می‌خواهند از طریق مجاری مشروع به دست آورند و خواسته‌های برآورده نشده، فشاری بر فرد در جهت بزهکاری وارد می‌کند. در این شرایط فرد برای اینکه بتواند ناکامی خود را جبران نماید، اقدام به انجام رفتارهای پرخطر می‌نماید و در این راستا فعالیت می‌کند.

ساترلند با ارائه این نظریه پیوند افتراقی ادعا کرد که رفتار انحرافی از طریق هم‌نشینی افتراقی یا معاشرت با اغیار، یعنی داشتن روابط اجتماعی با انواع خاصی از مردم (مانند تبه‌کاران) آموخته می‌شود. به عبارتی دیگر، این نظریه بر این پیش‌فرض بنا شده است که رفتار انحرافی، موروثی و ذاتی نیست و به همان روشی یاد گرفته می‌شود که هر رفتار دیگری آموخته می‌شود. (احمدی، ۱۳۸۴: ۹۸-۹۵) تقلید و انجام عمل از طریق مشاهده عمل دیگران به‌نوعی در تمامی جانوران دیده می‌شود و انسان از این قضیه مستثنا نیست و جوانان نیز از الگوهای هم‌سن خود و گروه‌های که در آن‌ها عضو هستند و به‌نوعی از همسالان خود تأثیر می‌پذیرند، تقلید می‌کنند. طبق نظریه هم‌نشینی افتراقی ساترلند (۱۹۵۰) انواع الگوهای درستکاری و انحراف اجتماعی در جامعه وجود دارد، اما توزیع آن‌ها و احتمال تقلید فرد از این رفتارها وابسته به میزان برخورد فرد با این دست از رفتارها و نیز وابسته به میزان وجود این نوع از رفتارها در محیط زندگی فرد است. برای مثال، هنگامی که به علت مهاجرت و تحولات شهرنشینی، جابه‌جایی مکانی و اجتماعی و بیگانگی در جامعه شهری گسترش می‌یابد، احتمال بیشتری وجود دارد که فرد با الگوهای انحراف اجتماعی برخورد کند و آن‌ها را بیاموزد- درحالی‌که این احتمال در اجتماعات کوچک که در آن‌ها نظارت اجتماعی شدید است، کمتر وجود دارد.

حال با وجود انواع تعارضات و فشارهایی که در اجتماع وجود دارد، برخی از جوانان اقدام به انجام رفتارهای پرخطر نمی کنند. لازمه این وضعیت و شرایط ایجادکننده این شرایط وجود انواع کنترل در جامعه است. نسخه جدید نظریه کنترل اجتماعی مربوط به میشل گات فردسن و تراویس هیرشی است که با عنوان «نظریه خودکنترلی عمومی جرم» معروف به نظریه مورد توجه قرار گرفت (علیوردی نیا، ۱۳۸۸: ۹۰). گات فردسن و هیرشی معتقدند که افراد با خودکنترلی قوی می توانند در برابر خشنودی کاذب ناشی از انحراف مقاومت کنند. برعکس، خودکنترلی ضعیف باعث رفتارهای منحرفانه می شود. گات فردسن و هیرشی ضعف خودکنترلی را در دوران اولیه زندگی به عنوان عاملی پایدار و متشکل از شش جزء تشریح کردند. افرادی با خودکنترلی ضعیف به: ۱. تکانشی و آنی بودن؛ ۲. ترجیح وظایف ساده و راحت بر وظایف مشکل که مستلزم پایداری است؛ ۳. جهت گیری خودمحورانه درباره علایق دیگران؛ ۴. ترجیح دادن فعالیت های فیزیکی بر فعالیت های ذهنی و ادراکی که به مهارت و طراحی نیاز دارد؛ ۵. رفتارهای مخاطره جویانه؛ ۶. ناشکیبایی به علت کم تحملی در برابر ناکامی ها (زود از کوره در رفتن) گرایش دارند. بر اساس نظر گات فردسن و هیرشی، افرادی که خودکنترلی ندارند، به رفتارهای هیجانی و احساسی و اعمال فیزیکی به جای اعمال ذهنی، به کارهای پرخطر، عجولانه غیرزبانی گرایش می یابند. به همین دلیل، به اعمال مجرمانه و قانون شکنانه دست می زنند (همان: ۹۰). طبق نظریه کنترل هیرشی افراد دارای قابلیت بهنجار بودن یا نابهنجار بودن هستند و این رفتار بهنجار یا نابهنجار در درون جامعه معنی پیدا می کند. بر طبق نظریه بازدارندگی هیرشی و گادفرسون، دو نوع کنترل اجتماعی رسمی و غیررسمی در جامعه وجود دارد. قوانین به عنوان پدیده ای اجتماعی، شکل رسمی کنترل اجتماعی هستند که در این قالب جوانان در بسترهای گوناگون مانند مدارس، بیمارستان ها و بیشتر نهاد به استثنا خانواده با آن برخورد دارند و با توجه به جرمه ای که از انجام رفتار پرخطر متوجه آن ها می شود، پرهیز می نمایند.

مدل نظری پژوهش



فرضیه های پژوهش

- بین میزان احساس فشار اجتماعی و میزان گرایش به رفتار پرخطر جوانان رابطه وجود دارد.

- بین میزان هم‌نشینی با افراد دارای رابطه رفتار پرخطر و میزان گرایش به رفتار پرخطر جوانان رابطه وجود دارد.
- بین میزان بازدارندگی اجتماعی و میزان گرایش به رفتار پرخطر جوانان رابطه وجود دارد.

روش شناسی پژوهش

روش انجام این تحقیق، پیمایش است، چراکه هدف آن توصیف و تبیین پدیده مورد بررسی، یعنی زمینه‌های اجتماعی مؤثر بر گرایش به رفتارهای پرخطر (مطالعه موردی: جوانان شهر سنندج) است و به این منظور ماهیت و وضعیت و شرایط موجود را و آنچه هست را توصیف، تفسیر و تبیین می‌کند. جمعیت آماری این پژوهش، کلیه جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله در شهر سنندج در سال ۱۳۹۵-۱۳۹۶ می‌باشند. با توجه به گزارشات مرکز آمار ایران در سال ۱۳۹۰، تعداد جمعیت افراد ۱۵ تا ۲۹ ساله ساکن در شهر سنندج ۱۲۸۳۹۱ نفر می‌باشد که از این تعداد ۶۳۶۳۴ نفر مرد و ۶۴۷۵۷ نفر را زنان تشکیل می‌دهند. حجم نمونه در این تحقیق بر مبنای فرمول کوکران ۳۸۳ نفر به دست آمده است که در دو طبقه با استفاده از فرمول نمونه‌گیری طبقه‌ای، مردان مورد بررسی در این تحقیق ۱۹۰ نفر و زنان مورد بررسی در این تحقیق ۱۹۳ هستند. روش نمونه‌گیری در این تحقیق، خوشه‌ای چندمرحله‌ای و احتمالی است. با طبقه‌بندی متناسب با حجم جمعیتی هر یک از مناطق، فرآیند نمونه‌گیری در ۵ مرحله صورت می‌گیرد: ۱- مشخص کردن مناطق مورد بررسی؛ ۲- تقسیم متناسب کل حجم نمونه در میان تمامی مناطق برگزیده شده به نسبت جمعیت کل آن؛ ۳- انتخاب تعدادی بلوک از هر منطقه برای اجرای ابزار پژوهش؛ ۴- یافتن واحدهای آماری به صورت تصادفی از روی نقشه بلوک‌های ساختمانی در مناطق یادشده- ابتدا انتخاب خانوار از بین خانوارهای ساکن در هر بلوک ساختمانی بر اساس فهرست برداری صورت گرفته و سپس انتخاب فرد؛ ۵- انتخاب نخستین جوان واجد شرایط در خانوار (جوان ۱۵ تا ۲۹ سال).

تکنیک گردآوری اطلاعات در این تحقیق، پرسشنامه محقق ساخت برای سنجش میزان رفتارهای پرخطر و پرسشنامه پروین (۱۳۹۱) پیرامون بررسی آسیب‌های اجتماعی شهر تهران در زمینه عوامل اجتماعی مؤثر بر رفتاری‌های پرخطر بوده است. روایی پرسشنامه تحقیق، از طریق روایی صوری تعیین گردید. به منظور بررسی پایایی ابزار تحقیق، یک نمونه ۳۰ تایی از پرسشنامه بین نمونه تحقیق توزیع و از طریق آلفای کرونباخ به بررسی پایایی آن پرداخته شد که نتایج آن در جدول ۱ ارائه گردیده است. در این پژوهش، برای تجزیه و تحلیل داده‌های پرسشنامه، از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی (ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چند متغیره و تحلیل مسیر) استفاده گردیده است.

جدول ۱: نتایج بررسی پایایی ابزار تحقیق

متغیر	تعداد گویه	آلفای کرونباخ
میزان رفتارهای پرخطر	۲۳	۰/۷۴
فشار اجتماعی	۱۱	۰/۷۵
هم‌نشینی افتراقی	۶	۰/۷۳
بازدارندگی اجتماعی	۱۱	۰/۷۶

تعریف نظری و عملیاتی متغیرهای پژوهش

رفتار پرخطر

رفتار پرخطر، عملی است که در آن ضرر بالقوه ای وجود داشته باشد که طبعاً قابلیت تبدیل به ضرر بالفعل را دارد. (اسمورتی، ۲۰۱۳: ۶۳۹)

تمایل به رفتار پرخطر: منظور از تمایل به رفتار پرخطر در این تحقیق این است که جوانان تا چه میزان مستعد آسیب پذیری هستند و تا چه میزان به رفتارهای پرخطر مانند سیگار، اعتیاد، سرقت، قاپاق، مواد مخدر، خودکشی و... تمایل دارند (احمدی، ۱۳۹۴: ۲۲) که با سه بعد انجام عمل توسط فرد، نگرش به رفتار پرخطر و داشتن دوستانی که اعمال پرخطر انجام می دهند مورد سنجش قرار گرفته است.

تعریف عملیاتی: نمره ای است که پاسخگویان از پرسشنامه محقق ساخته به دست آوردند. این پرسشنامه دارای ۲۳ سؤال است که با دو طیف ۵ تایی لیکرت به ترتیب: ۱- اصلاً خیلی کم، کم، زیاد و خیلی زیاد ۲- «کاملاً مخالفم، مخالفم، نظری ندارم، موافقم، کاملاً موافقم» مورد سنجش قرار می گیرد. در این پرسشنامه سه بعد برای رفتار پرخطر در نظر گرفته شده است: ۱- انجام عمل توسط فرد (در قالب ۷ گویه)؛ ۲- انجام عمل توسط دوستان فرد (در قالب ۸ گویه)؛ ۳- نگرش به رفتار پرخطر (در قالب ۸ گویه) که این ابعاد به صورت جداگانه تحلیل توصیفی شده اند و یکبار نیز به صورت کلی و در قالب گرایش به رفتار پرخطر مورد تحلیل قرار گرفته اند. کمترین نمره پاسخگویان در این پرسشنامه ۲۳ و بیشترین نمره پاسخگویان ۱۱۵ بود و سطح سنجش این متغیر فاصله ای بوده است.

فشار اجتماعی

فشار اجتماعی در معنای کلی عبارت است از: نیروهای بالفعل یا بالقوه اجتماعی در جهت کنترل اندیشه، رفتار یا عمل انسان ها و یا هدایت آن در مسیری خاص. در معنای محدودتر، فشار اجتماعی بر افکار عمومی اطلاق می شود (بیرو، ۱۳۸۰: ۳۱۲). مسدود بودن راه های مشروع رسیدن به اهداف پذیرفته شده جامعه برای گروه ها و اقشاری از جامعه، تولید فشار اجتماعی می کند. این فشار، بیشتر در طبقه محروم و پایین جامعه نمایان است و آن ها را به سمت کج روی و رفتارهای انحرافی سوق می دهد. فشار می تواند هم در سطح کلان باشد و هم در سطح خرد. (پروین و علی بابایی، ۱۳۹۱: ۱۰۶)

تعریف عملیاتی: نمره ای است که از پرسشنامه پروین (۱۳۹۱) در زمینه فشار اجتماعی توسط پاسخگویان اخذ گردیده است. این متغیر در این پرسشنامه با استفاده از مقیاس ۱۱ گویه ای در طیف لیکرت ۵ قسمتی مورد سنجش قرار گرفت. کمترین امتیاز پاسخگویان ۱۱ و بیشترین امتیاز پاسخگویان ۵۵ بود که سطح سنجش این متغیر فاصله ای است.

هم نشینی با افراد دارای رفتار پرخطر

به انجام مراودات و نشست هایی با گروه رفقا، دوستان و الگوهای انتخابی گفته می شود که دارای رفتارهای پرخطر و بزهکارانه هستند و فرد در بدو ارتباط با آن ها متفاوت است و به مرور فرد شخصیتی به مانند آن ها برای خود ایجاد می کند. (احمدی، ۱۳۸۴: ۱۳)

تعریف عملیاتی: نمره ای است که از پرسشنامه پروین (۱۳۹۱) در زمینه هم نشینی افتراقی توسط پاسخگویان اخذ گردیده است. این متغیر در این پرسشنامه با استفاده از مقیاس ۶ گویه ای در طیف لیکرت ۵ قسمتی مورد سنجش قرار گرفت. کمترین امتیاز پاسخگویان ۶ و بیشترین امتیاز پاسخگویان ۳۰ بود که سطح سنجش این متغیر فاصله ای بوده است.

بازدارندگی اجتماعی

عمل یا رفتار بازدارنده اجتماعی، عناصری را شامل می شود که به دو شیوه رسمی و غیررسمی باعث

می‌گردند که فرد از انجام اعمال بزهکارانه یا پرخطر اجتناب کند. بر طبق نظریه هیرشی، دو نوع کنترل اجتماعی رسمی و غیررسمی در جامعه وجود دارد که منجر به بازدارندگی اجتماعی می‌شود، اما عناصر اساسی نظریه بازدارندگی رکلس در موارد زیر خلاصه می‌گردند:

۱- فشارها، فرد را به سمت مجرمیت سوق می‌دهد. این متغیرها شامل شرایط زندگی فقیرانه، شرایط اقتصادی نامطلوب، عضویت در گروه‌های اقلیت و نبود فرصت‌های زندگی مشروع می‌شود.

۲- کشش‌های بیرونی، افراد را از هنجارهای اجتماعی دور می‌کند و به وسیله هم‌نشینی‌های بد، خرده‌فرهنگ‌های منحرف و تأثیرات رسانه‌ای تشدید می‌گردد.

۳- فشارهای درونی، فرد را به سمت مجرمیت سوق می‌دهد. این متغیرها شامل رخدادهای شخصیتی مانند تنش‌های درونی، احساسات بی‌کفایتی و پستی، تضاد ذهنی و نقص‌های ارگانیکی می‌شود. (پروین و علی بابایی: ۱۳۹۱: ۸۵) تعریف عملیاتی: نمره‌ای است که از پرسشنامه پروین (۱۳۹۱) در زمینه خودکنترلی (۵ گویه) و کنترل اجتماعی (۶ گویه) توسط پاسخگویان اخذ گردید. این متغیر در این پرسشنامه با استفاده از مقیاس ۱۱ گویه ای در طیف لیکرت ۵ قسمتی مورد سنجش قرار گرفته است. کمترین امتیاز پاسخگویان ۱۱ و بیشترین امتیاز پاسخگویان ۵۵ بود که سطح سنجش این متغیر فاصله‌ای بوده است.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی پژوهش

۴۸/۳ درصد پاسخگویان مرد و ۵۱/۷ درصد زن هستند. میانگین سنی پاسخگویان ۲۱/۹۳ و انحراف معیار آن ۴/۲۴۷ بوده است. ۱۸/۷ درصد پاسخگویان دارای سطح تحصیلات ابتدایی، ۲۲/۵ درصد سیکل، ۲۲/۲ درصد دیپلم، ۱۸/۳ درصد فوق‌دیپلم، ۱۵/۹ درصد لیسانس و ۲/۳ درصد فوق‌لیسانس و بالاتر هستند. ۱۸/۷ درصد شاغل، ۲۴/۵ درصد محصل، ۱۸/۳ درصد دانشجو، ۲۰/۶ درصد بیکار و ۱۷/۸ درصد گزینه سایر هستند. ۵۵/۹ درصد از پاسخگویان پایگاه اقتصادی و اجتماعی خود را پایین، ۳۱/۱ درصد آن را متوسط و ۱۳/۱ درصد آن را بالا می‌دانند. ۳۵/۸ درصد از پاسخگویان متأهل، ۶۴ درصد مجرد و ۰/۲ درصد مطلقه بوده‌اند.

جدول ۲: آماره‌های توصیفی شاخص‌های پژوهش

شاخص‌ها	فشار اجتماعی	میزان رفتار پرخطر	بازدارندگی اجتماعی	هم‌نشینی با افراد دارای رفتار پرخطر
میانگین	۳۶/۹۳	۸۴/۸۸	۳۳/۶۴	۲۱/۵۴
انحراف معیار	۵/۲۹	۹/۵۴	۵/۴۲	۴/۹۹
حداقل	۱۹	۴۷	۱۸	۷
حداکثر	۵۲	۱۰۷	۴۹	۲۹
حد وسط تجربی مقیاس	۲۷/۵	۵۵	۲۷/۵	۱۵

جدول ۲، یافته‌های توصیفی متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد. همان‌طور که در جدول مشاهده می‌شود، میانگین نمره رفتارهای پرخطر ۸۴/۸۸ است که این نمره بالاتر از حد وسط مقیاس (۵۵) است؛ بدین معنا که

رفتارهای پرخطر در بین جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال شهر سنندج شایع و میزان آن بسیار بالاتر از حد وسط تجربی است. میانگین نمره فشار اجتماعی ۳۶/۹۳ است که این نمره بالاتر از حد وسط مقیاس (۲۷/۵) است؛ بدین معنا که فشارهای اجتماعی در بین جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال شهر سنندج وجود دارد و این جوانان آن را در حد متوسط رو به بالا احساس می کنند. میانگین نمره بازدارندگی اجتماعی ۳۳/۶۴ است که این نمره بالاتر از حد وسط مقیاس (۲۷/۵) است؛ بدین معنا که میزان بازدارندگی اجتماعی در بین جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال شهر سنندج در حد متوسط است و نسبت به متغیرهای دیگر میزان آن چندان بالاتر از حد وسط تجربی نیست. میانگین نمره هم نشینی با افراد دارای رفتار پرخطر ۲۱/۵۴ است که این نمره بالاتر از حد وسط تجربی مقیاس (۱۵) است؛ بدین معنا که هم نشینی با افراد دارای رفتار پرخطر در بین جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال شهر سنندج وجود دارد و میزان آن متوسط رو به بالا قرار دارد.

میزان هر کدام از رفتارهای پرخطر به تفکیک

جدول ۳: میزان رفتارهای پرخطر پاسخگویان به تفکیک نوع رفتار پرخطر

توزیع فراوانی	رابطه جنسی پرخطر	مصرف مواد مخدر و سیگار و قلیان	مصرف نوشیدنی های الکلی	رانندگی خطرناک	درگیری و دعوا	اقدام به خودکشی	جمع
فراوانی	۹۰	۱۰۴	۱۴	۶۰	۴۷	۶۶	۳۸۳
درصد فراوانی	۲۳/۳	۲۷/۴	۳/۸	۱۵/۸	۱۲/۴	۱۷/۳	۱۰۰

همان طور که در جدول ۳ مشاهده می شود، بیشترین میزان رفتارهای پرخطر در نزد پاسخگویان مصرف مواد مخدر و سیگار و قلیان بوده است (۲۷/۴ درصد) و بعد از آن به ترتیب، رابطه جنسی پرخطر با ۲۳/۳ درصد، اقدام به خودکشی ۱۷/۳ درصد، رانندگی پرخطر ۱۵/۸ درصد، درگیری و دعوا ۱۲/۴ درصد و مصرف نوشیدنی های الکلی با ۳/۸ درصد قرار دارند.

آزمون فرضیات پژوهش

جدول ۴: نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون فرضیات پژوهش

متغیرها	هم نشینی با افراد دارای رفتار پرخطر	بازدارندگی اجتماعی	میزان رفتار پرخطر
فشار اجتماعی	۰/۳۳*	۰/۳۹*	۰/۳۶*
هم نشینی با افراد دارای رفتار پرخطر		۰/۲۸**	۰/۲۱**
بازدارندگی اجتماعی			۰/۳۵**

$$P < ۰/۰۱^* \quad p < ۰/۰۵^{**}$$

جدول ۴، ضرایب همبستگی بین متغیرهای تحقیق را نشان می دهد. همان طور که در جدول مشاهده می شود، آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین دو متغیر فشار اجتماعی و گرایش به رفتارهای پرخطر در سطح ۰/۰۱ معنادار گردیده، زیرا سطح معناداری موردنظر از ۰/۰۵ کمتر است. میزان ضریب همبستگی به دست آمده ۰/۳۳ است که نشان از همبستگی بین این دو متغیر است. این نتیجه نشان می دهد که این دو متغیر به میزان ۱۰/۸۹

درصد هم‌تغییری دارند و این هم‌تغییری مثبت و همسو و در صورت افزایش $۱۰/۸۹$ درصدی فشار اجتماعی به همان میزان در میزان گرایش به رفتارهای پرخطر در بین نوجوانان شهر سنندج تغییر ایجاد می‌گردد. آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین دو متغیر رابطه با افراد دارای رفتار پرخطر و میزان رفتارهای پرخطر در سطح $۰/۰۳$ معنادار گردیده، زیرا سطح معناداری موردنظر از $۰/۰۵$ کمتر است. میزان ضریب همبستگی به‌دست‌آمده $۰/۲۱$ است که نشان از همبستگی بین این دو متغیر است. این نتیجه نشان می‌دهد که این دو متغیر به میزان $۴/۴۱$ درصد هم‌تغییری دارند و این هم‌تغییری مثبت و همسو و در صورت افزایش $۴/۴۱$ درصدی رابطه با افراد دارای رفتار پرخطر به همان میزان در میزان گرایش به رفتارهای پرخطر در بین جوانان شهر سنندج تغییر ایجاد می‌گردد. آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین دو متغیر رابطه با بازدارندگی اجتماعی و گرایش به رفتارهای پرخطر در سطح $۰/۰۵$ معنادار گردیده است. میزان ضریب همبستگی به‌دست‌آمده $-۰/۳۵$ است که نشان از همبستگی بین این دو متغیر است. این نتیجه نشان می‌دهد که این دو متغیر به میزان منفی $۱۲/۲۵$ درصد هم‌تغییری دارند و این هم‌تغییری منفی و غیرهمسو و در صورت افزایش $۱۲/۲۵$ درصدی بازدارندگی اجتماعی به همان میزان در میزان گرایش به رفتارهای پرخطر در بین نوجوانان شهر سنندج تغییر ایجاد می‌گردد و از میزان این گونه رفتارها کاسته می‌شود.

۵۳

رگرسیون چند متغیره

به منظور بررسی میزان ارتباط بر اساس متغیرهای مستقل از رگرسیون چند متغیره به روش گام‌به‌گام استفاده شده است.

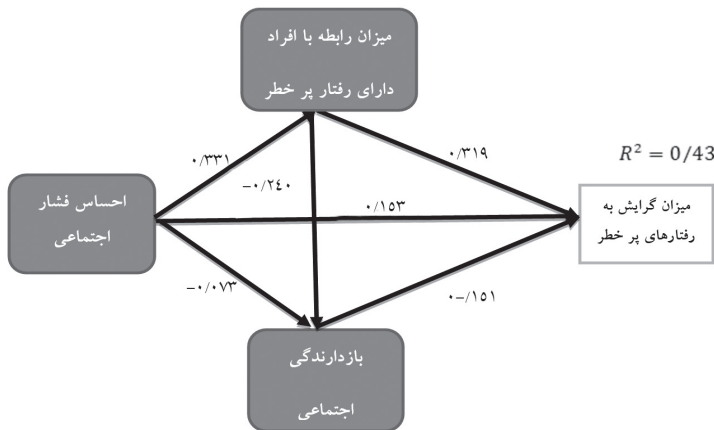
جدول ۴: آزمون رگرسیون چند متغیره جهت تبیین میزان گرایش به رفتارهای پرخطر

مدل	متغیر پیش‌بین	ضرایب خام	ضرایب استاندارد شده: beta	T	S
گام اول	ضریب	$۲۱/۴۸۲$	$۱/۹۰۴$	$۱۱/۲۸۵$	$۰/۰۰۰$
	فشار اجتماعی	$۰/۷۳۷$	$۰/۱۰۷$	$۶/۹۱۰$	$۰/۰۰۰$
گام دوم	ضریب	$۲۸/۶۵۵$	$۳/۳۰۰$	$۸/۶۸۷$	$۰/۰۰۰$
	فشار اجتماعی	$۰/۶۵۹$	$۰/۱۰۹$	$۶/۰۳۵$	$۰/۰۰۰$
	بازدارندگی اجتماعی	$-۰/۱۳۷$	$۰/۰۵۲$	$-۲/۶۴۸$	$۰/۰۰۹$
گام سوم	ضریب	$۲۶/۴۲۵$	$۳/۳۹۰$	$۷/۷۹۵$	$۰/۰۰۰$
	فشار اجتماعی	$۰/۵۶۹$	$۰/۱۱۴$	$۴/۹۸۶$	$۰/۰۰۰$
	بازدارندگی اجتماعی	$-۰/۱۲۸$	$۰/۰۵۱$	$-۲/۴۹۱$	$۰/۰۱۳$
	هم‌نشینی با افراد کج‌رو	$۲/۸۷۵$	$۱/۱۷۲$	$۲/۴۵۴$	$۰/۰۱۵$
گام اول	$R^2 = ۰/۴۱۲$	$R = ۰/۱۷۰$	$R^2 = ۰/۱۶۶$ تصحیح شده	$F = ۴۷/۷۴۲$	$\text{Sig} = ۰/۰۰۰$
گام دوم	$R^2 = ۰/۴۴۱$	$R = ۰/۱۹۴$	$R^2 = ۰/۱۸۷$ تصحیح شده	$F = ۲۷/۹۹۴$	$\text{Sig} = ۰/۰۰۰$
گام سوم	$R^2 = ۰/۴۶۴$	$R = ۰/۲۱۵$	$R^2 = ۰/۲۰۵$ تصحیح شده	$F = ۲۱/۰۷۳$	$\text{Sig} = ۰/۰۰۰$

به منظور مشخص کردن قوی ترین متغیر برای پیش بینی γ از روش رگرسیون چندگانه به شیوه گام به گام استفاده شد. نتایج تحلیل که در جدول بالا گزارش گردیده است نشان می دهد که متغیر فشار اجتماعی به عنوان قوی ترین متغیر پیش بین به تنهایی ۱۶ درصد واریانس رفتارهای پرخطر را پیش بینی می کند ($f=47/742$, $sig=0/000$). در گام دوم، متغیر بازدارندگی اجتماعی به مدل وارد گردید که میزان تبیین برای متغیر رفتارهای پرخطر را به ۱۹ درصد افزایش داد. ($f=27/994$, $sig=0/000$) در گام سوم، متغیر هم نشینی با افراد دارای رفتار پرخطر وارد گردید که تبیین متغیر رفتارهای پرخطر را به ۲۰ درصد افزایش داد. ($f=21/073$, $sig=0/000$)

تحلیل مسیر

برای تعیین مسیر تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرها بر یکدیگر، با توجه به مدل نظری پیشنهادی از معادلات رگرسیونی استفاده شد. برای این کار از ۳ معادله استفاده شد. در معادله اول، متغیر میزان رفتارهای پرخطر به عنوان متغیر وابسته انتخاب شد و متغیرهای فشار اجتماعی ($0/153$)، هم نشینی با افراد دارای رفتار پرخطر ($0/319$) و بازدارندگی اجتماعی ($-0/153$) بر روی آن محاسبه شد که رابطه هر ۳ متغیر معنادار گردید. در معادله دوم، بازدارندگی اجتماعی به عنوان متغیر وابسته انتخاب شد و تأثیر متغیرهای فشار اجتماعی ($-0/073$)، هم نشینی با افراد دارای رفتار پرخطر ($-0/240$) بر روی آن محاسبه شد که بین هر ۲ متغیر و بازدارندگی اجتماعی تأثیر معنادار و منفی به دست آمد. در معادله سوم، هم نشینی با افراد دارای رفتار پرخطر به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شد و تأثیر متغیر فشار اجتماعی ($0/331$) بر روی آن موردسنجش قرار گرفت که این رابطه نیز معنادار گردید.



محاسبه تأثیر مستقیم و غیرمستقیم

برای به دست آوردن ضرایب مسیر غیرمستقیم، مسیرهای مذکور در هم ضرب گردیده است و در نهایت با جمع ضریب مسیر مستقیم و غیرمستقیم برای هر متغیر، تأثیر کلی آن را بر متغیر وابسته به دست آمده است. نتایج در جدول ۵ نشان داده شده است. با توجه به اینکه در نمودار تحلیل مسیر از ضرایب بتا استفاده شده است و این ضرایب به صورت استاندارد شده هستند، بنابراین می توان اثرات متغیرهای مختلف را با یکدیگر مقایسه و مؤثرترین آن ها را تعیین کرد.

جدول ۵: محاسبه اثرات مستقیم و غیرمستقیم بر میزان رفتارهای پرخطر

متغیر	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	اثر کل
فشار اجتماعی	۰/۱۵۳	۰/۰۰۰۲۷۹	۰/۱۵۲
هم‌نشینی با افراد دارای رفتار پرخطر	۰/۳۱۹	۰/۰۳۶	۰/۳۲۶
بازدارندگی اجتماعی	-۰/۱۵۱	-	-۰/۱۵۱
جمع	-	-	۰/۳۱۶

به منظور به دست آوردن ضریب کل هر متغیر در رابطه با متغیر وابسته میزان رفتارهای پرخطر ضرایب غیرمستقیم در یکدیگر ضرب و با ضریب مسیر مستقیم جمع گردید. با این عمل مشخص گردید که متغیر هم‌نشینی با افراد دارای رفتار پرخطر دارای ضریب مسیر ۰/۳۱۹ و دارای تأثیر ۳۲ درصدی بر میزان رفتارهای پرخطر است و در بین متغیرهای در نظر گرفته شده، مؤثرترین متغیر بر میزان رفتارهای پرخطر است. دومین متغیر مؤثر بر میزان رفتارهای پرخطر، فشار اجتماعی است که دارای اثر کل ۰/۱۵۲ است. سومین متغیر تأثیرگذار بر میزان رفتارهای پرخطر با تأثیر ۱۵ درصدی، بازدارندگی اجتماعی است. از آنجا که فشارهای اجتماعی بنا بر پاسخ‌های پاسخگویان به گویه‌های متغیرهای فشار اجتماعی در سطح متوسط رو به بالاست و بازدارندگی اجتماعی نه‌چندان زیادی در مورد پاسخگویان وجود دارد و پاسخگویان دارای دوستان پرخطر در رفتارهای پرخطر هستند، الگوپذیری از این افراد باعث گردیده است که میزان رفتارهای پرخطر در میان جوانان شهر سمنان در حد بالا قرار داشته باشد. در کل با توجه به ضرایب مستقیم و غیرمستقیم بر مبنای تحلیل مسیر انجام‌شده بر روی مدل نظری تحقیق، متغیرهای موجود در مدل ۳۱ درصد از واریانس متغیر میزان رفتارهای پرخطر را تبیین می‌کنند و باقی واریانس مربوط به این متغیر مربوط به سایر متغیرهایی است که در این تحقیق پیش‌بینی نگردیده‌اند.

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به نتایج توصیفی تحقیق مشخص گردید که انجام رفتارهای پرخطر بین جوانان شهر سمنان در حد متوسط رو به بالاست و بیشترین میزان رفتارهای پرخطر در نزد جوانان این شهر در زمینه مصرف مواد مخدر و سیگار و قلیان با میزان ۲۷/۴ درصد است و بعد از آن به ترتیب رابطه جنسی پرخطر با ۲۳/۳ درصد، اقدام به خودکشی ۱۷/۳ درصد، رانندگی پرخطر ۱۵/۸ درصد، درگیری و دعوا ۱۵/۸ درصد و مصرف نوشیدنی‌های الکلی با ۳/۸ درصد قرار دارند. این وضعیت نشان از شرایط بحرانی در بین جوانان این شهر است و ناشی از عواملی است که بر مبنای تحلیل مسیر انجام شده ۳۱ درصد از واریانس شرایط انجام رفتار پرخطر را تبیین می‌کند. فشار اجتماعی که می‌تواند ناشی از عوامل اجتماعی گوناگونی باشد، فرد را در زندگی به سمتی سوق می‌دهد که او با روحی خسته و ذهنی آشفته به روابط و مناسبات اجتماعی خود پاسخ دهد و در این بین نبود مکان و یا شرایطی که او بتواند از وضعیت ناشی از سد بودن راه‌های رسیدن به اهدافش خود را خلاص کند، نقش اساسی دارد. از جمله پیامدهایی که در این مواقع متوجه جامعه است، مواجه شدن با جوانانی است که بنا بر فشاری که از زمینه‌های اجتماعی مختلف دریافت کرده‌اند روبه‌رو می‌گردد و اقدام به انواع رفتارهای پرخطر می‌کنند تا بتوانند مقداری از این فشار را از زندگی خود بکاهند. اهدافی که در عمده جوامع مورد تأکید قرار می‌گیرند - به عنوان مثال پول، منزلت اجتماعی، رفاه و آسایش - بیشتر به دلیل منحصر به فرد بودن و داشتن

جذابیت برای همه افراد جامعه و نیز به دلیل وجود فاکتورهای خاص برای به دست آوردن آنها، مشکلات فراوانی را برای اعضای جامعه ایجاد می کند و در این بین جوانان به دلیل اینکه نیروی تخریب بیشتری نسبت به سایر قشرهای جامع دارند، اقدام به رفتارهای پرخطر و هنجارشکن می کنند. در نگاه اول، عمده این شرایط زائیده شرایط اقتصادی جامعه دانسته می شود، اما برخلاف تئوری هایی که این فاکتور را در نظر می گیرند اگنیو اذعان می کند فشار در جامعه مدرن بسیار پیچیده تر از جامعه سنتی است و رفتار پرخطر هنگامی رخ می دهد که افراد نمی توانند آنچه را که می خواهند از طریق مجاری مشروع به دست آورند و خواسته های برآورده نشده، فشاری بر فرد در جهت بزهکاری وارد می کند در این شرایط فرد برای اینکه بتواند ناکامی خود را جبران نماید، اقدام به انجام رفتارهای پرخطر می نماید و در این راستا فعالیت می کند. نتیجه این تحقق که بر مبنای تئوری فشار اجتماعی اگنیو به رابطه بین فشار اجتماعی و میزان رفتارهای پرخطر به صورت تجربی این موقعیت مورد بررسی قرار گرفت؛ اما در هیچ کدام از تحقیقات انجام شده در زمینه جوانان، به تأثیر فشار اجتماعی بر بروز رفتار پرخطر پرداخته نشده که به نوعی این تحقیق خلعی را در مورد این متغیر از میان برداشته است.

جوانان به مانند سایر قشرهای جامعه در روابط و مناسبات اجتماعی حضور دارند و به تناسب نوع فعالیتی که در جامعه دارند، بر دیگران تأثیر می گذارند و از دیگران تأثیر می پذیرند. این تأثیرات که از ناحیه گروه های دوستی، نهادها و خانواده یا مدرسه گذاشته می شود می تواند به شکل منفی یا مثبت عمل نماید و در نوع رفتار و عملکرد جوانان در جامعه تأثیر گذارد. از مهم ترین گروه هایی که بیشتر تأثیرات منفی بر جوانان بر جای می گذارد، گروه های هستند که افراد دارای رفتار پرخطر در آنها فعالیت دارند. محیط طبیعی سنندج که بر توان فیزیکی انسانی به عنوان یک نیروی طبیعی تأکید می کند، وجود برخی از رفتارهای پرخطر را از جوانان طلب می کند یا حتی برخی از این رفتارها را بنا بر کلیشه های اجتماعی و قومی مورد تشویق قرار می دهد و محیطی مناسبی را برای انجام رفتارهای پرخطر ایجاد نموده است؛ به طوری که میزان رابطه جوانان در این شهر با افراد دارای رفتارهای پرخطر بیش از حد متوسط است. این رقم نشان می دهد که بالا بودن رفتارهای پرخطر در بین جوانان این شهر بیشتر از ناحیه الگوی پذیری جوانان از دوستان دارای رفتار پرخطر است؛ چنان که این متغیر بر مبنای تحلیل مسیر انجام شده، بیشترین تأثیر را داشته و میزان آن ۳۲ درصد بوده است. این وضعیت با وجود افرادی که به این رفتارها مبادرت دارند و نیز دیگرانی که به این رفتارها تشویق می کنند، صورت حادثی به خود گرفته است- در این بین، برخی تحریکات قومی نیز نقش بسزا دارند. نتیجه تجربی این تحقیق مؤید این مسئله است که یکی از دلایل بالا بودن میزان رفتارهای پرخطر در بین جوانان، رابطه جوانان با افراد دارای رفتار پرخطر است. ساترلند هر چند دید مکانیستی به این هم نشینی دارد بیان می کند که جوانان با قرار گرفتن در کنار افراد دارای رفتار پرخطر، اقدام به تقلید می کنند. همسو با نتیجه این تحقیق در سایر تحقیقات، محققان (نبوی، ۱۳۹۰). وونگ تونگ گام، ۲۰۱۴) به الگوپذیری از هویت های کج رو توسط جوانان تأکید می کنند؛ تقلیدی که هنجارشکنی و عدم حرکت در مسیر جامعه را اشاعه می دهد و لذت آنی ناشی از انجام اعمال کج روانه و دستیابی به نوعی از هویت مسلط که می تواند در جامعه مورد پسند برخی دیگران مهم قرار بگیرد، مورد اهمیت واقع می شود.

یک از مفاهیمی که در دوره حاضر حتی زیر لوای سایر مفاهیم در نزد جوانان مطرح می گردد، بحث لذت است. بیشتر جوانان امروزی جامعه ما به نوعی به انسان های دارای عقده های سرکوب شده تبدیل شده اند که از هیچ لذتی در زندگی خود برخوردار نیستند و این وضعیت را با الگوهای و سبک های زندگی که در شبکه های اجتماعی و زندگی در نقاط خاص وجود دارد مقایسه می کنند و با ناکامی مواجه می شوند. همان طور که برخی محققان همچون احمدی (۱۳۹۵) و نبوی (۱۳۹۰) بیان کرده اند این مسئله، در نوع فرزند پروری و هجمه تبلیغات

رسانه‌ای در ایجاد رفتارهایی که به لذت آنی در جوانان کمک می‌کند ریشه دارد. این امر به‌خصوص در شهر سنندج به‌عنوان یک استان مرزی و محل تجارت غیرقانونی که رفت‌وآمد و روابط بیشتری بین مردمان این استان با فرهنگ‌های خارجی وجود دارد، تشدید گردیده است. ناتوانی در نه گفتن به خواسته‌های ناهنجار افراد جامعه، خودکنترلی پایینی را در این افراد به وجود آورده است که این مورد نیز ریشه در نوع و سبک فرزند پروری دارد. از طرف دیگر، با کاهش علاقه زوجین به داشتن فرزند و الگوهای تک‌فرزندی در جامعه، زوجین برخلاف گذشته با رفتارها و عملکردهای منفی فرزندان خود با مسامحه برخورد می‌کنند که به ایجاد نوعی بی‌کنترلی نسبت به جوانان در جامعه منجر شده است؛ چنان که جوانان از طرف خانواده خود هدایت نمی‌شوند و حتی تشویق به به دست آوردن اهداف به شیوه کاملاً سودمحور می‌شوند. بازدارندگی پایین در بین جوانان این شهر و تبیین ۱۵ درصدی واریانس رفتارهای پرخطر جوانان این شهر موجب گردیده است که آن‌ها برای انجام رفتارهای پرخطر احساس ترس نکنند. از طرف دیگر، علاقه روزافزون به شهرنشینی و نارسایی در خدمات شهری و قدرت ناکافی برای کنترل هنجار و ضعف در نهادهای کنترلی و انتظامی در شهر، فضا و فرصت کافی برای انجام رفتارهای پرخطر را مهیا نموده است. موج گسترده بیکاری جوانان در شهر سنندج، فرصت و وقت آزاد زیادی را برای جوانان فراهم آورده تا آن‌ها بتوانند هرچه بیشتر به اعمال پرخطر دست بزنند. این وضعیت در راستای نظریه بازدارندگی اجتماعی هیرشی و گادفرسون است که اذعان می‌دارند که افرادی که خودکنترلی ندارند به راحتی به انجام رفتارهای ناهنجار مبادرت می‌ورزند و نبود کنترل‌های مناسب اجتماعی این وضعیت را تشدید می‌کند. رابطه منفی و معنادار بین بازدارندگی اجتماعی و میزان رفتارهای پرخطر تایید کننده مدل و چارچوب نظری در نظر گرفته شده برای این فرضیه در این تحقیق بوده است. همسو با نتایج این تحقیق، سایر محققان در تحقیقات خود به نتایج مشابهی رسیده‌اند. وونگ فونگ کام (۲۰۱۴)، احمدی (۱۳۹۵)، آتش نفس (۱۳۹۳)، آل کرلین (۲۰۱۶) و ازدمیر (۲۰۱۳) به نبود یا ضعف در ساختارهای کنترل‌کننده خانوادگی و رسمی در جامعه تأکید می‌کنند که وجود آن می‌تواند در کنترل جوانان برای جلوگیری از ایجاد رفتارهای پرخطر کمک‌کننده باشد.

پیشنهادهای پژوهش

- درمجموع، بر مبنای نتایج تحقیق رفتارهای پرخطر در بین جوانان شهر سنندج در میزان بالایی قرار دارد که با توجه به سه متغیر تأثیرگذار در این تحقیق، با تمرکز در منابع ایجادکننده آن‌ها و سعی در رفع آن‌ها می‌توان میزان رفتارهای پرخطر در نزد جوانان شهر سنندج را کاهش داد. به همین منظور پیشنهاد می‌شود:
- علاوه بر سایر آموزش‌های بدو ازدواج که به زوجین داده می‌شود، الگوهای فرزند پروری که منجر به خودکنترلی در فرزندان و پیروی از هنجارهای مثبت جامعه می‌شود ارائه گردد.
 - تقویت شبکه‌های حمایتی محلی در قشرهای گوناگون در قالب سرهای محله و کانون‌های همیاری که به صورت خودجوش و توسط کانون‌های محلی از جمله مساجد و برخی خیرین توان اجرایی دارد.
 - توجه دولت به جوانان در قالب پرداخت وام‌های کم‌بهره برای ایجاد کسب و کارهای کوچک که موجب کاهش وقت آزاد جوانان و نیز متعهد شدن آن‌ها به اجتماع می‌شوند.
 - آموزش مداوم در زمینه رفتارهای پرخطر به خصوص در زمینه روابط جنسی، مصرف مواد مخدر، نوشیدنی‌های الکلی و رانندگی با سرعت زیاد در دانشگاه و مدارس.

منابع

- آتش نفس، الهه؛ قربانی، راهب؛ طباطبائی، سید موسی؛ عباس پور، سمیه و محمودیان، علیرضا. (۱۳۹۳). "رفتارهای پرخطر شایع و عوامل خانوادگی مؤثر بر آن از دیدگاه نوجوانان: یک پژوهش کیفی". فصلنامه خانواده پژوهی. سال ۱۰ - شماره ۳۸، ص ۲۳۳-۲۱۷.
- احمدی، حبیب. (۱۳۸۴). *جامعه شناسی انحرافات*. تهران: انتشارات سمت
- احمدی، خدابخش و خدادادی سنگده، جواد. (۱۳۹۵). "مقایسه رفتارهای پرخطر در نوجوانان خانواده های نظامی و غیر نظامی". *مجله طب انتظامی*. سال ۵، شماره ۲، ص ۴۷-۵۴.
- احمدی، حبیب و معینی، مهدی. (۱۳۹۴). "بررسی رابطه مهارت های اجتماعی و رفتارهای پرخطر جوانان مطالعه موردی شهر شیراز". پژوهش های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی. شماره ۹، ص: ۲۴-۱.
- پروین، ستار؛ کلانتری، عبدالحسین و داودی، مریم. (۱۳۹۳). "عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش دانشجویان به رفتارهای پرخطر و آسیب های اجتماعی (با رویکرد مقایسه ای بین خوابگاه های خودگردان و دولتی)". فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. دوره ۱۳، شماره ۲۶، صفحه ۱۵۱-۱۷۰.
- پروین، ستار و علی آبادی، یحیی. (۱۳۹۱). "جامعه شناسی آسیب های اجتماعی در شهر تهران: مطالعه ای تجربی". تهران: انتشارات مرکز مطالعات و برنامه ریزی شهر تهران
- رحمانی، مریم؛ قاسمی، وحید و هاشمیان فر، علی. (۱۳۹۵). "تأثیر روابط اجتماعی بر بروز رفتارهای پرخطر نوجوانان". فصلنامه جامعه شناسی کاربردی. سال ۲۷، شماره ۱، ص ۱-۲۶.
- زاده محمدی، علی و احمدآبادی، زهره. (۱۳۸۷). "هم وقوعی رفتارهای پرخطر در بین نوجوانان دبیرستان های شهر تهران". فصلنامه خانواده پژوهی. سال چهارم، شماره ۱۳، صص ۸۷-۱۰۰.
- شومیکر، دونالد. جی. (۱۳۸۹). *نظریه های بزهکاری*. صغری ابراهیمی قوام. تهران: انتشارات دانشگاه علوم انتظامی
- علپوردی نیا، اکبر. (۱۳۸۸). *اثربخشی برنامه های معتادان گمنام درنگرش معتادان به مواد مخدر*. مجله مطالعات اجتماعی ایران. دوره سوم، شماره ۳، ۱۷۷-۱۴۴
- گرمارودی، غلامرضا؛ مکارم، جلیل؛ علوی، سیده شهره و عباسی، زینب. (۱۳۸۸). "عادات پرخطر بهداشتی در دانش آموزان شهر تهران". فصلنامه پایش. سال نهم، شماره اول، صص ۱۳-۱۹.
- نبوی، عبدالحسین؛ ملتفت، حسین و رحیم براتیان، علی (۱۳۹۰). "بررسی عوامل مؤثر در بروز رفتارهای وندالیستی در میان دانش آموزان مقطع متوسطه شهرستان ایزه". جامعه شناسی کاربردی. شماره پیاپی ۴۳، ص ۸۳-۱۰۰
- Beirne, P. J. W. Messerschmid. (2011). **Criminology: A Sociological Approach**. Oxford: Oxford University Press.
- Jennifer L. Kerpelman, Alyssa D. McElwain, Joe F. Pittman, Francesca M. Adler-Baeder. (2016). "Engagement in Risky Sexual Behavior: Adolescents' Perceptions of Self and the Parent-Child Relationship Matter». Vol 48, pp:41-52
- Maslowsky, J., Buvinger, E., Keating, D. P., Steinberg, L., & Cauffman, E. (2011). "Cost-benefit analysis mediation of the relationship between sensation seeking and risk behavior among adolescents." *Personality and Individual Differences*,

51(7), 802-806.

- Modecki, Kathryn Lynn. (2016). **“Do risks matter? Variable and person-centered approaches to adolescents’ problem behavior.”** Journal of Applied Developmental Psychology, 42 : 8-20
- Notten, Natascha, Nikken, Peter. (2016). **“Boys and girls taking risks online: A gendered perspective on social context and adolescents’ risky online behavior.”** New Media & Society, Vol 18, Issue 6: 253-261
- Ozdemir, Y. A. T. Vazsonyi, F. Cek. (2013). **“Parenting Processes and Aggression: The Role of Self-Control among Turkish Adolescents.”** Journal of Adolescence, Vol. 36, pp. 65-77
- Rokhmaha .Dewi. (2014). **“The Role of Sexual Behavior In The Transmission Of HIV and AIDS In Adolescent In Coastal Area.”** International Conference on Tropical and Coastal Region Eco-Development (ICTCRED 2014), Procedia Environmental Sciences 23 : 99 – 104
- Siegel, J. Larry & Brandon, C. Welsh. (2010). **Juvenile delinquency.** Fourth edition. Wadsworth: Belmont.
- Smorti.Martina. (2013). **“Sensation Seeking And Self-Efficacy Effect On Adolescents Risky Driving And Substance Abuse.”** Procedia - Social and Behavioral Sciences, 140 : 638 – 642
- Wongtongkam, N., P. R. Ward, A. Day, A. H. Winefield. (2014). **“The Influence of Protective and Risk Factors in Individual, Peer and School Domains on Thai Adolescents’ Alcohol and Illicit Drug Use: A Survey.”** Addictive Behaviors, Vol. 39, Issue. 10, pp. 1447-1451.

نقش شفقت به خود در رفتارهای پرخطر دانشجویان

سیدمحسن حجت خواه^۱
 سلیمان احمد بوکانی^۲
 سعید عباسی^۳
 محمد رستمی^۴

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۳/۲۸

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۷/۶

هدف این پژوهش، تعیین نقش شفقت به خود در رفتارهای پرخطر دانشجویان می‌باشد. در یک بررسی توصیفی از نوع همبستگی، ۲۷۳ (۱۷۰ دختر و ۱۰۳ پسر) دانشجو به شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای در پژوهش شرکت نمودند و به پرسشنامه‌های شفقت به خود (نف، ۲۰۰۹) و پرسشنامه رفتارهای پرخطر بررسی ملی رفتارهای پرخطر دانشجویان آمریکا (NCHRBS) نسخه ۲۰۰۷ پاسخ دادند. تحلیل داده‌ها با استفاده از آزمون تی، همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون انجام گرفت.

نتایج نشان داد که شفقت به خود رابطه منفی و معنی‌داری با رفتارهای پرخطر دارد ($p = ۰/۰۰$). قضاوت درباره خود- به عنوان یکی از سه بعد شفقت به خود- بیش‌ترین تأثیر رگرسیونی را در کاهش رفتارهای پرخطر دارد. در مجموع، مؤلفه‌های شفقت به خود تماماً ۱۲/۷ درصد از واریانس رفتارهای پرخطر را تبیین می‌کنند. براساس داده‌های به دست آمده می‌توان نتیجه گرفت که شفقت به خود جوانان به عنوان یکی از عوامل افزایش دهنده سلامت روان سبب کاهش رفتارهای پرخطر می‌شود. بنابراین می‌تواند در امر پیشگیری از رفتارهای پرخطر اهمیت بالایی داشته باشد.

واژگان کلیدی: شفقت به خود، رفتارهای پرخطر، سلامت روان، دانشجویان و جوانان

۱. استادیار، گروه مشاوره، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

۲. کارشناس ارشد، مشاوره توان بخشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

۳. کارشناسی ارشد، آموزش و روان شناسی کودکان استثنائی، دانشگاه علم بهزیستی و توان بخشی، تهران، ایران

۴. دانشجوی دکتری، مشاوره توانبخشی، گروه مشاوره، دانشگاه علوم بهزیستی و توان بخشی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

مقدمه

متخصصان حرفه‌های مرتبط با سلامت، خانواده‌ها و سیاست‌گذاران همواره در تلاش برای بهبود وضعیت سلامتی افراد هستند. مطالعات همه‌گیرشناختی در سال‌های اخیر حاکی از افزایش رفتارهای پرخطر همچون مصرف مواد در نوجوانان و جوانان است (آیت مهر و همکاران، ۱۳۹۴). اینکه چرا افراد سیگار می‌کشند، چرا دچار الکلیسم می‌شوند و یا چرا دست به خودکشی می‌زنند، از جمله مسائل مهمی هستند که جوامع با آن‌ها روبه‌رو می‌شوند و موضوع رفتار و سالم یا ناسالم بودن آن یکی از مباحث عمده‌ی پژوهش‌های علوم رفتاری است. اهمیت این مشکلات در جوانان برای مثال دانشجویان بسیار بیشتر است؛ این گروه به دلیل تأثیرپذیری از گروه همسالان ممکن است در معرض آسیب‌های جدی باشند. اغلب جوانان پس از ورود به دانشگاه با عوامل نامطلوبی همچون: تشویش، نگرانی، اضطراب، و تنیدگی روبه‌رو می‌شوند که ممکن است سلامت روانی و موفقیت تحصیلی آن‌ها را تهدید کند. بعضی از این مسائل شامل عدم آشنایی به موقع با مقررات و آیین‌نامه‌های آموزشی، ناآشنایی با عنوان‌ها و سرفصل‌های درس، نامتناسب بودن دروس با توانایی‌های دانشجویان و در برخی موارد زندگی در خوابگاه و دور ماندن از کانون خانواده است (خدایاری فرد و همکاران، ۱۳۸۷).

در سال‌های اخیر توجه ویژه‌ای به سهم عوامل روانی-اجتماعی در سلامتی شده است. مصرف سیگار، الکل، عادات رژیم غذایی ناسالم، سبک زندگی بدون تحرک، رفتارهای پرخطر جنسی رفتارهایی هستند که با سلامتی در تضادند (آهرن^۱ و همکاران، ۲۰۱۶). به طور کلی، رفتارهایی را می‌توان پرخطر دانست که احتمال نتایج منفی و مخرب جسمی، روان‌شناختی و اجتماعی را برای افراد افزایش می‌دهند (آهرن و همکاران، ۲۰۱۶). عوامل مختلفی در گرایش افراد به رفتارهای پرخطر نقش دارند. برای مثال، استرس سهم ویژه‌ای در این موضوع دارد. استرس که پاسخ به موقعیت اضطرابی را در برمی‌گیرد، واکنش‌های متفاوتی را در افراد فرامی‌خواند. (آورباخ^۲ و همکاران، ۲۰۰۷) استرس یکی از جنبه‌های اجتناب‌ناپذیر زندگی است که باعث ایجاد تفاوت در نحوه کنار آمدن انسان‌ها با آن می‌شود، زیرا افراد برای رهایی از استرس و رهایی از فشارها و تنش‌های آن به شیوه‌های مختلفی رفتار می‌کنند (فالکمن^۳ و همکاران، ۱۹۸۷).

این عقیده وجود دارد که یکی از دلایل گرایش افراد به رفتارهای پرخطر، عدم مهارت در مقابله با شرایط استرس‌زاست، اما عوامل دیگری نیز در این موضوع دخیل هستند. برای مثال، پژوهشگران چهار عامل را در ارتکاب رفتارهای پرخطر مؤثر دانسته‌اند که عبارت‌اند از:

- (۱) سیستم شخصیت شامل ارزش‌ها، نگرش‌ها، انتظارات و خودپنداره؛
- (۲) سیستم محیط اجتماعی شامل سطح آموزش والدین، اشتغال والدین و مکان سکونت؛
- (۳) سیستم محیط ادراک‌شده شامل خانواده، همسالان و مدرسه؛
- (۴) سیستم رفتار شامل رفتارهای پرخطر مانند سیگار کشیدن و مصرف شدید الکل. (برگمن و اسکات^۴، ۲۰۰۱) می‌توان گفت که خطرپذیری، محصول تعامل عوامل شناختی، هیجانی و اجتماعی است؛ به طوری که اگر ظرفیت‌های شناختی و مهارت‌های تنظیم هیجانی ناقص باشند و اگر جو اجتماعی به خطرپذیری متمایل باشد، گرایش به رفتارهای پرخطر شدت می‌یابد (یاریاری و همکاران، ۱۳۹۴).

1. Ahern
2. Auerbach
3. Folkman
4. Bergman & Scott

بر اساس تعریف گرمر و نف (گرمر و نف^۱، ۲۰۱۳) شفقت به خود از سه مؤلفه تشکیل شده است: مهربانی با خود^۲ در مقابل قضاوت در مورد خود^۳، احساس مشترکات انسانی^۴ در مقابل انزوا^۵ و ذهن آگاهی^۶ در مقابل بزرگ‌نمایی افکار و احساسات^۷. مؤلفه‌ی شفقت به خود اشاره دارد به اینکه فرد در مواجهه با ابعادی از شخصیتش که برایش دوست‌داشتنی نیستند، به جای آن‌که از خود انتقاد کند و بر خود سخت بگیرد، به مراقبت از خود و درک خود بپردازد. احساس مشترکات انسانی به معنای تصدیق این موضوع است که همه انسان‌ها ناقص هستند و گاهی اشتباه می‌کنند. این مؤلفه موجب می‌شود ویژگی‌های فردی هر کسی همگانی‌تر و عمومی‌تر به نظر برسد. ذهن آگاهی، مؤلفه سوم شفقت ورزی به خود نیز عبارت است از آگاه بودن از آنچه در لحظه حال رخ می‌دهد به شیوه‌ای واضح و متعادل؛ چنان‌که فرد جنبه‌هایی از شخصیت یا زندگی‌اش را که دوست ندارد نه نادیده بگیرد و نه به نشخوار کردن پیرامون آن‌ها بپردازد (نف، ۲۰۰۹). در مجموع، افرادی که شفقت به خود بالایی دارند، سلامت روانی بیشتری را نسبت به افرادی که شفقت به خود کمتری دارند تجربه می‌کنند، زیرا تجربه درد و شکست از طریق قضاوت در مورد خود (کی یونگ^۸، ۲۰۱۳)، احساس انزوا (وان دم^۹ و همکاران، ۲۰۱۱) و بزرگ‌نمایی افکار و احساسات (رایس^{۱۰}، ۲۰۱۰) تقویت می‌شود.

شواهد پژوهشی نشان داده‌اند افرادی که با شفقت با خود رفتار می‌کنند، از ویژگی‌هایی برخوردارند که در جنبش روانشناسی مثبت به عنوان توانمندی‌های روان‌شناختی^{۱۱} شناخته می‌شوند مثل شادکامی^{۱۲}، خوش‌بینی^{۱۳}، کنج‌کاو و کنکاش^{۱۴}، عواطف مثبت^{۱۵} و نوآوری^{۱۶} (نف، ۲۰۰۹). از نظر گرمر و نف (گرمر و نف، ۲۰۱۳) شفقت به خود موجب می‌شود تا فرد، در برخورد با تجارب هیجانی، برخورد متعادلی داشته باشد و نه از احساساتش اجتناب کند و نه درگیری ذهنی در مورد آن‌ها داشته باشد- به عبارتی به نشخوار فکری در مورد تجارب خود دچار نشود.

اگرچه در پژوهش‌های صورت گرفته بروی شفقت به خود، اعتقاد بر این است که این متغیر پیش‌بینی‌کننده قوی و مهمی برای سلامت روان‌شناختی می‌باشد که مانع و یا کاهش‌دهنده رفتار و هیجانات آسیب‌زا ست (وان دم و همکاران، ۲۰۱۱)، اما در دیدگاه‌های پژوهشی جدیدتر نشان داده شده است که شفقت به خود نقش واسطه‌ای دارد و به واسطه مقابله با محرک‌ها و تکانه‌های شناختی و هیجانی منجر به کاهش در رفتارهای

-
1. Germer & Neff
 2. Self- Kindness
 3. Self- Judgment
 4. Common humanity
 5. Isolation
 6. Mindfulness
 7. Over identification
 8. Kyeong
 9. Van Dam
 10. Raes
 11. psychological Strengths
 12. Happiness
 13. Optimism
 14. Exploration
 15. Positive Affect
 16. Personal initiative

آسیب‌زا همچون مصرف مواد می‌شود. (وب و فرمن^۱، ۲۰۱۳) به عنوان مثال، در پژوهش جاتیوا و سریزو^۲ (جاتیوا و سریزو، ۲۰۱۴) مشخص شد که شفقت به خود بین فرد قربانی، ناسازگاری‌هایی روانی و رفتارهای پرخطر بعدی فرد، نقش میانجی دارد؛ به این صورت که شفقت به خود به صورت مستقیم منجر به کاهش افسردگی و اضطراب در فرد می‌شود که این به نوبه خود احتمال تکرار رفتارهای پرخطر را در مراحل بعدی کاهش می‌دهد (نف و همکاران، ۲۰۰۷؛ یاماگوچی^۳ و همکاران، ۲۰۱۴). شبیه این نتایج در پژوهش فانسکا و کاناورو^۴ (۲۰۱۷) نیز تکرار شد؛ آن‌ها نقش واسطه‌ای شفقت به خود پایین را در تشدید افکار اتوماتیک منفی و افسردگی ساز شناسایی کرده بودند. در مجموع، شواهد محدود پژوهشی رابطه سطوح بالاتر شفقت به خود را با ویژگی‌های مثبت روان‌شناختی نشان داده‌اند. (وب و فرمن^۱، ۲۰۱۳؛ فیلدر^۵ و همکاران، ۲۰۱۶)

از آن‌جا که جامعه دانشجویی یکی از عظیم‌ترین گروه‌های جامعه است، بررسی رفتارهای پرخطر مخمل در سلامت روان آن‌ها اهمیت ویژه‌ای دارد. مطالعات مربوط به شفقت به خود در حوزه رفتارهای پرخطری همچون: مصرف الکل، سوءمصرف مواد، رفتارهای جنسی و پرخاشگری به عنوان حیطة در حال ظهور به خصوص در ایران هنوز بسیار نویاست. از این رو، هدف مطالعه حاضر تعیین نقش شفقت به خود در رفتارهای پرخطر دانشجویان می‌باشد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر، یک پژوهش توصیفی-تحلیلی است و جامعه آماری آن شامل کلیه دانشجویان دانشگاه‌های دولتی تهران (تهران، ۳۴۰۰۰ دانشجوی؛ علامه طباطبایی، ۱۷۰۰۰ دانشجوی؛ تربیت مدرس، ۹۸۴۸ دانشجوی و شهیدبهشتی، ۱۸۶۰۷ دانشجوی) در سال تحصیلی ۹۶-۱۳۹۵ می‌باشد- تعداد کل دانشجویان برابر با ۷۹/۴۵۵ بود. تعداد ۲۷۳ دانشجوی با استفاده از نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای انتخاب شدند. در مرحله اول دانشگاه شهید بهشتی از بین دانشگاه‌های تهران (تهران، علامه طباطبایی، تربیت مدرس و شهید بهشتی) به تصادف انتخاب و در مرحله دوم از میان سه گروه تحصیلی فنی، علوم انسانی و علوم پایه، سه دانشکده برق و کامپیوتر، ادبیات و علوم زمین به صورت تصادفی انتخاب گردیدند. در مرحله سوم در هر دانشکده در مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد چند کلاس درس به تصادف انتخاب شده و ۲۷۳ دانشجوی داوطلب (۱۷۰ دختر و ۱۰۳ پسر) در پژوهش شرکت نمودند و به پرسشنامه‌ها پاسخ دادند که ۹۴ نفر آن‌ها از گروه علوم پایه؛ ۹۰ نفر از گروه فنی و ۸۹ نفر از گروه علوم انسانی بودند. همچنین، ۹۰ درصد آن‌ها در مقطع کارشناسی و ۱۰ درصد آن‌ها در مقطع کارشناسی ارشد بودند. روش اجرا به صورت پرسشنامه‌ای و شیوه پر کردن پرسشنامه‌ها به این ترتیب بود که شرکت‌کنندگان به روش جمعی و پس از اتمام کلاس درس، هر کدام در مدت ۱۵ دقیقه دو پرسشنامه مقیاس شفقت به خود و رفتارهای پرخطر را به طور همزمان پر نمودند.

ابزارهای پژوهش

ابزارهای گردآوری داده‌ها عبارت بودند از:

۱- مقیاس شفقت به خود (SCS)^۶: این مقیاس یک ابزار خود گزارش‌دهی ۲۶ گویه‌ای است که توسط نف

1. Webb & Forman
2. Játiva & Cerezo
3. Yamaguchi
4. Fonseca & Canavarro
5. Felder
6. Self-Compassion Scale

(نف، ۲۰۰۹) به منظور سنجش میزان شفقت به خود ساخته شده است. سؤالات موجود در آن در ۶ زیر مقیاس مهربانی با خود، قضاوت در مورد خود، احساسات مشترک انسانی، منروی سازی، ذهن آگاهی و بزرگنمایی قرار می گیرد که کیفیت رابطه فرد با تجارب خود را می سنجد. نمره گذاری آن در اندازه های ۵ درجه ای لیکرت، از تقریباً هیچ گاه (نمره ۰) تا تقریباً همیشه (نمره ۴) تعیین می شود. پژوهش انجام شده توسط نف (نف، ۲۰۰۹) پایایی و روایی بالایی را برای مقیاس مذکور گزارش نموده است. پایایی کلی آن از طریق روش آلفای کرونباخ ۰/۹۲ به دست آمد. همچنین، هر کدام از زیر مقیاس ها نیز از همسانی درونی خوبی برخوردار بودند (از ۰/۷۵ تا ۰/۸۱). علاوه بر این، پایایی باز آزمایی آن به فاصله زمانی ۲ هفته نیز ۰/۹۳ گزارش شده است. مقیاس مذکور روایی همگرا و افتراقی نسبتاً بالایی دارد. در ایران روایی و پایایی این ابزار مورد بررسی قرار گرفته است. روایی سازه این مقیاس با استفاده از روش تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی مورد تأیید قرار گرفت. در بررسی روایی همگرا و واگرا، ضریب همبستگی پرسشنامه شفقت به خود با آزمون های حرمت خود روزنبرگ (۰/۲۲)، افسردگی (۰/۳۴) و اضطراب بک (۰/۴۱) محاسبه گردید. همچنین، نتایج همسانی درونی این مقیاس با استفاده از آلفای کرونباخ، ۰/۷۰ و ضریب همبستگی حاصل از پایایی باز آزمایی ۰/۸۹ گزارش شد. (مومنی و همکاران، ۱۳۹۲)

۲ - پرسشنامه رفتارهای پرخطر (نسخه ۲۰۰۷): این پرسشنامه که ۵۲ ماده دارد، در بررسی ملی رفتارهای پرخطر دانشجویان امریکا (NCHRBBS)^۷ و در سال ۱۹۹۵ طراحی شد. نسخه اصلی پرسشنامه شامل ۹۶ سؤال که رفتارهای پرخطر جوانان را در حوزه های مختلف شامل ایمنی، خشونت، خودکشی، مصرف سیگار، مصرف الکل، مصرف انواع مواد غیر قانونی، رفتارهای پرخطر جنسی، تغذیه، فعالیت بدنی مورد ارزیابی قرار می دهد (اسمیت و واسل^۸، ۲۰۱۱). این پرسشنامه از لحاظ ویژگی های روانسنجی (روایی ملاکی با روش همزمان، همسانی درونی و پایایی آزمون پس از باز آزمایی طی ۲ هفته) و تناسب برای جمعیت ایرانی مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج پژوهش ها برای بررسی روایی نشان می دهد که این مقیاس می تواند علاوه بر این که گروه ملاک و گروه مورد را از یکدیگر متمایز سازد، قادر است در شاخص های ایمنی، خشونت، خودکشی، مصرف سیگار و مصرف الکل و مصرف مواد و همچنین در شاخص های تغذیه و فعالیت بدنی دو گروه را به طور معنی داری از یکدیگر متمایز سازد. بنابراین از روایی لازم برای سنجش این حوزه های رفتار پرخطر برخوردار است. همچنین، به منظور تعیین پایایی بر روی دانشجویان دانشگاه از دو روش همسانی درونی و باز آزمایی استفاده شده است. با استفاده از روش همسانی درونی ملاحظه شد که ضریب آن برای ۵۲ ماده برابر ۰/۸۷ است که نشانگر همبستگی بالا و قابل قبول مقیاس می باشد. همچنین، در روش باز آزمایی، پرسشنامه تهیه شده (۵۲ مورد) پس از گذشت دو هفته از اجرای اول، بار دیگر روی آزمودنی ها به اجرا درآمد و ضریب همبستگی بین نمرات پرسشنامه در اجرای اول و دوم محاسبه شد. نتایج نشان داد که ضریب پایایی مقیاس با استفاده از روش برابر ۰/۸۶ است. به منظور تعیین نقطه برش پرسشنامه از منحنی R^۲C استفاده شد. تحلیل نتایج، نقطه برش پرسشنامه ۷۴ به دست آمد که قادر است افراد دارای رفتارهای پرخطر را از کسانی که رفتارهای پرخطر ندارند، با حساسیت ۸۵/۵ درصد و ویژگی ۷۲/۲ درصد متمایز سازد. (رحیمی و همکاران، ۱۳۹۲)

روش اجرا

قبل از شروع پژوهش، از کمیته اخلاق دانشگاه شهید بهشتی مجوز فعالیت اخذ گردید و در عین حال برای

7. National College Health Risk Behavior Survey

8. Smith & Wessel

کلیه دانشجویان شرکت‌کننده هر یک از موارد ماهیت، هدف و محرمانه بودن نتایج توضیح داده شد. همچنین، اطمینان داده شد که افراد هر وقت که بخواهند، می‌توانند از پژوهش خارج شوند، نسبت به شرکت در پژوهش هیچ اصرار و اجباری در کار نیست، نام و هویت و اطلاعات افراد گروه محرمانه باقی خواهند ماند و نتایج به دست آمده با کسب رضایت از تک‌تک افراد گروه در اختیار افراد و نهادها قرار خواهد گرفت. از میانگین، انحراف استاندارد، همبستگی پیرسون و رگرسیون همزمان جهت تحلیل داده‌ها استفاده گردید. سطح اطمینان در این پژوهش ۰/۹۵ لحاظ گردید. در نهایت به گزارش یافته‌ها و بحث در رابطه با همسو یا عدم همسو بودن یافته‌ها با پژوهش‌های پیشین پرداخته شد.

یافته‌های پژوهش

به منظور شناسایی وضعیت مؤلفه‌های بیانگر شفقت نسبت به خود و رفتارهای پرخطر، از آزمون t تک نمونه‌ای استفاده گردید (جدول ۱).

جدول ۱: نتایج آزمون t تک نمونه‌ای پیرامون شناسایی وضعیت مؤلفه‌های بیانگر شفقت نسبت به خود

متغیر	تعداد	میانگین	میانگین نظری	انحراف استاندارد	آماره t	درجه آزادی	سطح معناداری
قضاوت نسبت به خود	۲۷۳	۱۵/۰۸۳	۱۵	۴/۰۶۳	۶۱/۴۵۰	۲۷۲	۰/۰۰۱
بزرگ‌نمایی	۲۷۳	۱۱/۹۴۱	۱۲	۳/۱۴۸	۶۲/۷۷۳	۲۷۲	۰/۰۰۱
مشترکات انسانی	۲۷۳	۱۱/۷۷۷	۱۲	۲/۹۳۳	۶۶/۴۵۵	۲۷۲	۰/۰۰۱
انزوا	۲۷۳	۱۱/۳۶۸	۱۲	۳/۰۱۲	۶۲/۴۶۵	۲۷۲	۰/۰۰۱
مهربانی	۲۷۳	۱۴/۸۶۰	۱۵	۳/۷۰۱	۶۶/۲۱۱	۲۷۲	۰/۰۰۱
هوشمندی	۲۷۳	۱۲/۴۳۴	۱۲	۲/۹۰۷	۷۰/۷۹۹	۲۷۲	۰/۰۰۱
رفتارهای پرخطر	۲۷۳	۸۸/۰۶۵	۷۴	۱۸/۳۴۷	۷۹/۴۵۴	۲۷۲	۰/۰۰۱

یافته‌های جدول ۱ حاکی از آن بود که در مولفه‌های بزرگ‌نمایی، مشترکات انسانی، انزوا و مهربانی، میانگین به دست آمده پایین‌تر از میانگین نظری بود. با توجه به مقادیر t و سطح خطای کمتر از ۰/۰۵ می‌توان گفت که وضعیت دانشجویان در مولفه‌های یاد شده به طور معنی‌داری پایین‌تر از متوسط بوده است. همچنین، نتایج نشان داد میانگین قضاوت نسبت به خود، هوشمندی و رفتارهای پرخطر بالاتر از میانگین نظری بود. با توجه به مقادیر t و سطح خطای کمتر از ۰/۰۵ می‌توان گفت که وضعیت دانشجویان در مولفه‌های ذکر شده به طور معنی‌داری بالا تر از متوسط بوده است.

جدول ۲: نتایج آزمون همبستگی پیرسون ارتباط شفقت نسبت به خود و ابعاد آن با رفتارهای پرخطر

متغیرهای پیش بین	شاخص‌های مورد بررسی	رفتارهای پر خطر
قضاوت نسبت به خود	ضریب همبستگی	$0/230^{**}$
	سطح معناداری	$0/001$
	تعداد	۲۷۳
بزرگ‌نمایی	ضریب همبستگی	$0/218^{**}$
	سطح معناداری	$0/001$
	تعداد	۲۷۳
مشترکات انسانی	ضریب همبستگی	$0/046$
	سطح معناداری	$0/222$
	تعداد	۲۷۳
انزوا	ضریب همبستگی	$-0/007$
	سطح معناداری	$0/455$
	تعداد	۲۷۳
مهربانی	ضریب همبستگی	$0/200^{**}$
	سطح معناداری	$0/001$
	تعداد	۲۷۳
هوشمندی	ضریب همبستگی	$-0/079$
	سطح معناداری	$0/096$
	تعداد	۲۷۳
شفقت نسبت به خود کلی	ضریب همبستگی	$0/215^{**}$
	سطح معنی‌داری	$0/00$
	تعداد	۲۷۳

در مورد متغیر شفقت نسبت به خود و مؤلفه‌های آن با رفتارهای پرخطر نتایج آزمون همبستگی پیرسون نشان دارد که متغیر شفقت به خود با ضریب همبستگی $-0/215$ در سطح خطای کمتر از $0/05$ درصد ($p=0/00$) ارتباط منفی و معنی‌داری را با متغیر رفتارهای پرخطر دارد. به عبارت دیگر، هر چقدر افراد نمره شفقت نسبت به خود بالاتری را داشته باشند، میزان رفتارهای پرخطر آن‌ها کاهش می‌یابد. در بررسی ارتباط مؤلفه‌های متغیر شفقت به خود با میزان رفتارهای پرخطر دانشجویان، نتایج حاکی از ارتباط منفی و معنی‌دار سه مؤلفه قضاوت نسبت به خود، مهربانی، بزرگ‌نمایی و با رفتارهای پرخطر بود. در این میان، مؤلفه قضاوت نسبت به خود بیش‌ترین همبستگی منفی را با ضریب همبستگی $-0/230$ در رفتارهای پرخطر دارد. (جدول ۲)

جدول ۳: متغیرهای وارد شده در مدل رگرسیون

مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای معیار برآورد
هم زمان	۰/۳۵۶	۰/۱۲۷	۰/۱۰۷	۱۱/۹۶۲
پیش‌بینی کننده‌ها: (مقدار ثابت)، هوشمندی، انزوا، قضاوت نسبت به خود، مشترکات انسانی، بزرگ‌نمایی، مهربانی				
متغیر وابسته: رفتارهای پر خطر				

همچنین، جدول ۳ نشان می‌دهد میزان تبیین در رابطه با مؤلفه‌های شفقت به خود توأماً ۰/۱۲۷ درصد از واریانس رفتارهای پر خطر را تبیین می‌کند.

جدول ۴: ضرایب رگرسیون متغیرهای وارد شده

متغیر	ضرایب استاندارد نشده		ارزش t	سطح معنی‌داری
	B	انحراف استاندارد		
مقدار ثابت	۴۱/۴۱۴	۵/۶۲۲	۷/۳۶۷	۰/۰۰۰
قضاوت نسبت به خود	-۰/۷۰۳	۰/۲۲۷	-۳/۰۹۵	۰/۰۰۲
بزرگ‌نمایی	-۰/۶۱۴	۰/۳۰۰	-۲/۰۴۴	۰/۰۴۲
مشترکات انسانی	۰/۷۱۸	۰/۳۰۹	۲/۳۲۳	۰/۰۲۱
انزوا	۰/۶۳۳	۰/۲۸۰	۲/۲۶۱	۰/۰۲۵
مهربانی	-۰/۸۱۲	۰/۲۷۲	-۲/۹۸۲	۰/۰۰۳
هوشمندی	-۰/۲۷۱	۰/۳۱۶	-۰/۸۵۸	۰/۳۹۳

جدول ۴ نشان می‌دهد که تأثیر دو مؤلفه قضاوت نسبت به خود و مهربانی بر متغیر رفتارهای پر خطر معنی‌دار بود. همچنین، با مراجعه به ضریب $Beta$ مشخص شد که مؤلفه قضاوت نسبت به خود با ضریب بتای (-۰/۲۲۶)، بیش‌ترین تأثیر رگرسیونی را بر رفتارهای پر خطر دارد. به عبارتی، به ازای یک انحراف استاندارد افزایش در متغیر قضاوت نسبت به خود، میزان رفتارهای پرخطر به اندازه -۰/۲۲۶- انحراف استاندارد کاهش خواهد یافت و برعکس.

بحث و نتیجه گیری

همان‌طور که پیش‌تر گفته شد، دانشجویان به دلیل مسئولیت‌های سنگینی که بر عهده آن‌هاست و نیز قرار داشتن در سنین حساس جوانی و هم‌نشینی با گروه همسالان، به شدت در معرض ارتکاب رفتارهای پرخطر هستند و این موضوع مهم ایجاب می‌کند که از طریق شناخت عوامل تأثیرگذار در گرایش به این‌گونه رفتارها، اسباب پیشگیری از آن‌ها فراهم شود. بنابراین در این پژوهش سهم مؤلفه شفقت به خود و نیز ابعاد آن (قضاوت نسبت به خود، بزرگ‌نمایی، مشترکات انسانی، انزوا، مهربانی و هوشمندی) در رفتارهای پرخطر دانشجویان بررسی شد و یافته‌های به دست آمده حاکی از آن بود که رابطه منفی و معناداری بین شفقت به خود با رفتارهای پرخطر وجود دارد. در این میان، سه مؤلفه قضاوت نسبت به خود، مهربانی و بزرگ‌نمایی همبستگی منفی داشتند و بیش‌ترین همبستگی منفی از آن مؤلفه قضاوت نسبت به خود است. همچنین، نتایج تحلیل رگرسیون حاکی از این است که مؤلفه‌های شفقت به خود توأماً ۰/۱۲۷ از واریانس رفتارهای پرخطر را پیش‌بینی می‌نمایند. نتایج پژوهش حاضر با نتایج پژوهش‌های قبلی (وان دم و همکاران، ۲۰۱۱؛ وب و فرمن، ۲۰۱۳؛ جاتیوا و سریزو، ۲۰۱۴) همسوست. در تبیین این یافته‌ها می‌توان به نقش شفقت به خود در انتظارات، شناخت‌ها و هیجانات افراد اشاره نمود؛ به طوری که شفقت به خود موجب می‌شود افراد در موقعیت‌های دشوار، انتظارات بالایی از خود نداشته باشند، از نظر شناختی به نشخوار فکری در مورد رویدادها نپردازند و هیجانات خود را به خوبی مدیریت کنند. نقص در این مهارت‌ها افراد را برای خطرپذیری مستعد می‌نماید (برگمن و اسکات، ۲۰۰۱). همسو با این یافته، در مطالعه‌ای نقش شفقت به خود بر محرک‌ها و تکانه‌های شناختی و هیجانی و در پی آن بر کاهش رفتارهای آسیب‌زا نشان داده شد (وب و فرمن، ۲۰۱۳). این یافته همچنین همسو با یافته‌هایی است که نشان می‌دهند شفقت به خود اثرات منفی عزت نفس پایین (مارشال^۱ و همکاران، ۲۰۱۵) و اضطراب (آرمیتسو و هافمن^۲، ۲۰۱۵) را در نوجوانان کاهش می‌دهد و باعث افزایش افکار مثبت (آرمیتسو و هافمن^۳، ۲۰۱۵) می‌شود.

از طرفی اگر خطرپذیری (برای مثال خودکشی) به نوعی محصول افسردگی و اضطراب نیز باشد، با اتکا به پژوهش‌ها می‌توان نقش شفقت به خود را از طریق کاهش افسردگی و اضطراب بر کاهش رفتارهای پرخطر مؤثر دانست (نف، ۲۰۰۹؛ یاماگوچی و همکاران، ۲۰۱۴). نکته دیگر این است که شفقت به خود، توانمندی‌های روان‌شناختی مانند شادکامی، خوش‌بینی و عواطف مثبت را تقویت می‌کند و از این طریق می‌تواند به پیشگیری از خطرپذیری کمک نماید. (نف، ۲۰۰۹)

اعتراف به این که همه انسان‌ها دارای نقص هستند، اشتباه می‌کنند و درگیر رفتارهای ناسالم می‌شوند، از ویژگی‌های افراد با خود شفقتی بالاست و سبب می‌شود آنها نسبت به اتفاقات دید جبرگونه نداشته باشند و کمتر درگیر رفتارهای پرخطر شوند. در واقع شفقت به خود، همانند یک ضربه گیر در مقابل اثرات وقایع منفی عمل می‌کند. افرادی که خود شفقتی بالایی دارند، از آن‌جا که با سخت‌گیری کمتر، خودشان را مورد قضاوت قرار می‌دهند، وقایع منفی زندگی را راحت‌تر می‌پذیرند و خود ارزیابی‌ها و واکنش‌های شان دقیق‌تر و بیشتر بر پایه عملکرد واقعی شان است، چرا که قضاوت خود در این افراد نه به سمت یک خودانتقادی اغراق‌آمیز میل می‌کند و نه به سمت یک تورم خود دفاعی پیش می‌رود

1. Marshal

2. Arimitsu & Hofmann

3. Arimitsu & Hofmann

(ژانگ^۱ و همکاران، ۲۰۱۷).

در مورد این که چرا سهم مؤلفه قضاوت نسبت به خود در این میان بیش از سایر مؤلفه‌هاست، می‌توان گفت اگرچه مؤلفه قضاوت نسبت به خود در ادبیات شفقت به خود، بار منفی دارد، اما گاهی اوقات به ویژه در صورت ارتکاب به رفتارهای پرخطر، برای فرد نقش بازدارنده نیز می‌تواند داشته باشد و سخت‌گیری نسبت به خود همیشه مضر نیست؛ چنان‌که در سبک‌های فرزندپروری در روان‌شناسی نیز این موضوع به عنوان یک امر مسلم پذیرفته شده است - سبک‌های مطلقاً سهل‌گیرانه و مطلقاً سخت‌گیرانه، شیوه‌های تربیتی مناسبی نیستند و بر سخت‌گیری توأم با مهربانی تأکید شده است. (شکوهی نیا و همکاران، ۱۳۸۵) در واقع، می‌توان به جای قائل بودن به نقش مطلق مهربانی با خود در کاهش رفتارهای پرخطر، به ترکیبی از مؤلفه‌های مهربانی با خود و قضاوت نسبت به خود معتقد بود.

مؤلفه بزرگ‌نمایی نیز اگرچه در ادبیات شفقت به خود در نقطه مقابل هوشمندی قرار گرفته، اما نمی‌توان آن را به طور مطلق منفی دانست. بزرگ‌نمایی از این جهت که موجب اغراق در نتایج منفی برخی رفتارها می‌شود، می‌تواند فرد را از نزدیک شدن به آن‌ها و خطر کردن در امان نگاه دارد و در واقع ناآگاهی و یا آگاهی محدود از خطرات برخی رفتارهای پرخطر مانند سوءمصرف مواد مخدر، سیگار کشیدن و بیماری‌های ایدز می‌تواند احتمال ارتکاب به این رفتارها را افزایش دهد. بسیاری از افراد خطرات برخی از رفتارهای پرخطر مانند رفتارهای پرخطر جنسی را دست کم می‌گیرند. برای مثال، در مطالعه‌ای که روی دانشجویان نیجریه‌ای صورت گرفت، ۹۲٪ از آن‌ها تجربه روابط جنسی داشتند، اما تعداد کمی از آن‌ها خود را در معرض بیمار می‌دانستند (رحمتی نجار کلانی و همکاران، ۱۳۹۲؛ هاردینگ^۲ و همکاران، ۱۹۹۹).

پژوهش حاضر تلاش نمود تا با شناخت سهم شفقت به خود در رفتارهای پرخطر دانشجویان، تا حدودی مسیر پیشگیری را هموار نماید، اما بررسی نقش متغیرهای میانجی می‌تواند به شناخت عمیق‌تر از عوامل محافظت‌کننده از رفتارهای پرخطر کمک نماید. بر همین اساس، پژوهش‌های آینده می‌توانند این متغیرهای میانجی و نقش آن‌ها را در ارتکاب به رفتارهای پرخطر در قالب مدل‌های آماری و تحلیل مسیر مورد توجه قرار دهند. همچنین، اجرای چنین پژوهش‌هایی چه در باب شیوع رفتارهای پرخطر و چه در باب عوامل خطر ساز و نیز پیشگیرانه در جامعه دانش‌آموزان و به ویژه نوجوانان می‌تواند بسیار مفید باشد. یافته‌های این پژوهش، به طور ضمنی بر اهمیت آموزش مهارت‌های شفقت به خود در حد امکان برای مثال از جانب مراکز مشاوره دانشگاهی تأکید می‌نماید.

یکی از مهم‌ترین محدودیت‌های این پژوهش آن بود که محیط خوابگاه و دوری از خانواده می‌تواند تنش زیادی ایجاد نماید و گرایش دانشجویان به رفتارهای پرخطر را افزایش دهد، اما این پژوهش نتوانست به این مهم بپردازد. با توجه به این که تعداد زیادی از جمعیت دانشجویی شهر تهران را دانشجویان ساکن در خوابگاه تشکیل می‌دهند، پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های بعدی بین دانشجویان خوابگاهی و غیر خوابگاهی و همچنین دانشجویان پسر و دختر از نظر انجام رفتارهای پرخطر مقایسه صورت بگیرد. همچنین، با توجه به نقش آگاهی از رفتارهای پرخطر در پیشگیری از آن‌ها، لازم است مسئولان مراکز مشاوره دانشگاهی، برنامه‌هایی برای تحقق این امر تدارک ببینند.

منابع

- آیت مهر، فاطمه؛ خالقی، محمد؛ محمدخانی، شهرام و غیائی، حامد. (۱۳۹۴). "بررسی اثر آموزش بسته توانمندسازی نوجوانان در پیشگیری از رفتارهای پرخطر در نوجوانان کار و خیابان". فصلنامه مددکاری اجتماعی. ۴ (۱): ۱۶-۲۳
- خدایاری فرد، محمد؛ غباری بناب، باقر و شکوهی یکتا، محسن. (۱۳۸۷). "تنیدگی و سبک‌های کنارآمدن با آن در دانشجویان". پژوهش‌های روانشناختی. ۳ (۱۱): ۲۷-۴۴.
- رحمتی نجار کلائی، فاطمه؛ خویدل، مهدی؛ قاسمی، محمد؛ فرمانبر، ربیع اله؛ جعفری، محمدرضا و کمالی خواه، طاهره. (۱۳۹۲). "میزان آگاهی و رفتار دانشجویان جدیدالورود دانشگاه تهران در مورد بیماری ایدز". مجله پرستاری و مامایی جامع نگر. ۲۳ (۲): ۳۵-۴۴.
- رحیمی، سید علی سینا؛ قربانی، نیما؛ رفیعی، حسن؛ فرهودیان، علی؛ سلیمانی‌نیا، لیلا؛ مسّاح، امید. (۱۳۹۲). "پیش‌بینی مصرف مواد براساس ویژگی‌های شخصیتی در دانشجویان". فصلنامه علمی پژوهشی توانبخشی. ۱۴ (۱): ۶۷-۷۴.
- شکوهی‌نیا، محسن؛ پرند، اکرم و فقیهی، علی نقی. (۱۳۸۵). "مطالعه تطبیقی سبک‌های فرزندپروری". دوفصلنامه علمی پژوهشی تربیت اسلامی. ۲ (۳): ۱۱۵-۴۰.
- مومنی، فرشته؛ شهیدی، شهریار؛ موتابی، فرشته و حیدری، محمود. (۱۳۹۲). "ویژگی‌های روانسنجی نسخه فارسی مقیاس خود شفقت ورزی". روانشناسی معاصر. ۸ (۲): ۲۷-۴۰.
- یاریاری، فریدون؛ کشاورزی، فاطمه و رسولی، علی. (۱۳۹۴). "نقش باورهای فراشناختی و نگرش به روابط قبل از ازدواج در پیش‌بینی رفتارهای پرخطر نوجوانان". فصلنامه پژوهش در سلامت روانشناختی. ۱۳۹۴؛ ۹ (۲): ۲۵-۳۳
- Ahern, N. R., Kemppainen, J., & Thacker, P. (2016). "Awareness and knowledge of child and adolescent risky behaviors: a parent's perspective". Journal of child and adolescent psychiatric nursing, 29(1), 6-14.
- Arimitsu, K., & Hofmann, S. G. (2015). "Cognitions as mediators in the relationship between self-compassion and affect". Personality and individual differences, 74, 41-48.
- Auerbach, R. P., Abela, J. R., Zhu, X., & Yao, S. (2007). "A diathesis-stress model of engagement in risky behaviors in Chinese adolescents". Behavior Research and Therapy, 45(12), 2850-2860.
- Bergman, M. M., & Scott, J. (2001). "Young adolescents' wellbeing and health-risk behaviours: Gender and socio-economic differences". Journal of adolescence, 24(2), 183-197.
- Felder, J. N., Lemon, E., Shea, K., Kripke, K., & Dimidjian, S. (2016). "Role of self-compassion in psychological well-being among perinatal women". Archives of women's mental health, 19(4), 687-690.
- Folkman, S., Lazarus, R. S., Pimley, S., & Novacek, J. (1987). "Age differences in stress and coping processes". Psychology and aging, 2(2), 171.
- Fonseca, A., & Canavarro, M. C. (2017). "Exploring the paths between dysfunctional

attitudes towards motherhood and postpartum depressive symptoms: The moderating role of self-compassion". Clinical Psychology & Psychotherapy.

- Germer, C. K., & Neff, K. D. (2013). **"Self-compassion in clinical practice"**. Journal of clinical psychology, 69(8), 856-867.
- Harding, A. K., Anadu, E. C., Gray, L. A., & Champeau, D. A. (1999). **"Nigerian university students' knowledge, perceptions, and behaviors about HIV/AIDS: are these students at risk?"**. The journal of the Royal Society for the Promotion of Health, 119(1), 23-31
- Játiva, R., & Cerezo, M. A. (2014). **"The mediating role of self-compassion in the relationship between victimization and psychological maladjustment in a sample of adolescents"**. Child abuse & neglect, 38(7), 1180-1190.
- Kyeong, L. W. (2013). **"Self-compassion as a moderator of the relationship between academic burn-out and psychological health in Korean cyber university students"**. Personality and Individual Differences, 54(8), 899-902.
- Marshall, S. L., Parker, P. D., Ciarrochi, J., Sahdra, B., Jackson, C. J., & Heaven, P. C. (2015). **"Self-compassion protects against the negative effects of low self-esteem: A longitudinal study in a large adolescent sample"**. Personality and Individual Differences, 74, 116-121.
- Neff, K. D. (2009). **"The role of self-compassion in development: A healthier way to relate to oneself"**. Human development, 52(4), 211-214.
- Neff, K. D., Rude, S. S., & Kirkpatrick, K. L. (2007). **"An examination of self-compassion in relation to positive psychological functioning and personality traits"**. Journal of Research in Personality, 41(4), 908-916.
- Raes, F. (2010). **"Rumination and worry as mediators of the relationship between self-compassion and depression and anxiety"**. Personality and Individual Differences, 48(6), 757-761.
- Smith, T. M. E., & Wessel, M. T. (2011). **"Alcohol, drugs, and links to sexual risk behaviors among a sample of Virginia college students"**. Journal of drug education, 41(1), 1-16.
- Van Dam, N. T., Sheppard, S. C., Forsyth, J. P., & Earleywine, M. (2011). **"Self-compassion is a better predictor than mindfulness of symptom severity and quality of life in mixed anxiety and depression"**. Journal of anxiety disorders, 25(1), 123-130.
- Webb, J. B., & Forman, M. J. (2013). **"Evaluating the indirect effect of self-compassion on binge eating severity through cognitive-affective self-regulatory pathways"**. Eating behaviors, 14(2), 224-228.
- Yamaguchi, A., Kim, M. S., & Akutsu, S. (2014). **"The effects of self-construals, self-criticism, and self-compassion on depressive symptoms"**. Personality and Individual Differences, 68, 65-70.
- Zhang, H., Watson-Singleton, N. N., Pollard, S. E., Pittman, D. M., Lamis, D. A., Fischer, N. L., .. & Kaslow, N. J. (2017). **"Self-criticism and depressive symptoms: mediating role of self-compassion"**. OMEGA-Journal of Death and Dying.



بررسی نقش شبکه های اجتماعی مجازی در تعاملات اجتماعی همسران (مورد مطالعه: همسران جوان شهر تهران)

یاسمن فرشادفر^۱
علی باصری^۲
نوروز هاشم زهی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۶/۴

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۷/۲۰

شبکه های اجتماعی مجازی، نسل جدیدی از فضای روابط اجتماعی هستند که با اینکه عمر خیلی زیادی ندارند، توانسته اند در زندگی مردم جا باز کنند. این شبکه ها در کنار مزایای خود، معایبی نیز دارند که مهمترین آنها سست شدن بنیاد خانواده ها، طلاق عاطفی زوجین و کمرنگ شدن صمیمیت میان همسران می باشد. این مقاله با توجه به اهمیت موضوع، به بررسی نقش شبکه های اجتماعی مجازی بر تعاملات اجتماعی همسران می پردازد. جامعه آماری پژوهش حاضر، ۲۰۰۰۰۰ و نمونه آماری آن ۴۱۰ نفر از زوجین تهرانی می باشد که با استفاده از فرمول کوکران و به روش نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای انتخاب شده است. داده ها و اطلاعات با استفاده از روش پیمایشی و کاربرد تکنیک پرسشنامه جمع آوری شده اند. همچنین، برای تحلیل داده ها از رگرسیون چند متغیره و مدل سازی معادلات ساختاری (Smart PLS) استفاده شده است. آزمون فرضیه ها بیانگر آن است که بین متغیرهای تعامل اجتماعی و ابعاد آن «تعهد همسران» ($P = -0.726$)، «رضایتمندی همسران» (-0.565)، «اعتماد بین همسران» (-0.590)، «بی تفاوتی در بین همسران» ($P = 0.157$)، «انسجام بین همسران» (-0.272)، «سازگاری همسران» (-0.571)، «روابط دموکراتیک همسران» (-0.565)، «رابطه خشک و سخت گیر» (0.243) و «مدارای اجتماعی بین همسران» (-0.213) با میزان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین به منظور آزمون کلی و جزئی الگوی نظری، از مدل سازی معادلات ساختاری بهره گرفتیم که شاخص های برازش بالا حاکی از حمایت بسیار خوب داده ها از مبانی نظری می باشد.

واژگان کلیدی: شبکه های اجتماعی مجازی، تعامل اجتماعی، سازگاری، روابط دموکراتیک و مدارای اجتماعی

۱. دانشجوی دکتری، جامعه شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران
۲. استادیار، جامعه شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران (نویسنده مسئول) E-mail: Baseridon@yahoo.com
۳. استادیار، جامعه شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شرق، تهران، ایران

مقدمه

ورود مدرنیته به ایران، بر شهر و زندگی شهری و پیکره بندی ساختار فضایی، مناسبات و تعاملات اجتماعی به عنوان عرصه ظهور و بروز آن اثرات گسترده ای نهاده است. (دهقان و دیگران، ۱۳۹۵: ۹۴) طی این چند دهه و به ویژه در سال های اخیر، سبک زندگی افراد در سطح جامعه، به خصوص در کلانشهرها تغییر اساسی پیدا کرده و تقریباً در همه طبقات اجتماعی قابل مشاهده است. این تغییرات در سبک زندگی افراد با ورود فن آوری های جدید به دنیای رسانه و افزایش سرعت بی نظیر گسترش فن آوری اطلاعاتی - ارتباطی، تغییرات زیادی در ساختار خانواده های شهری به وجود آورد. فضای مجازی به وجود آمده ناشی از فن آوری ها نوین، شهروندان را از یکدیگر جدا کرده و شخصیت جدید فضاهای اجتماعی و سیاسی را تحت کنترل خود در آورده است. در نتیجه، شهرها که روزگاری به سبب اشتیاق بشر برای برقراری ارتباط با هموعان و تبادل عقاید و افکار شکل گرفته بودند، در حال از دست دادن این خصوصیت برجسته خود هستند. (ضیاء، ۱۳۹۲: ۱)

کم شدن ارتباط بین ساکنان محیط های شهری به خصوص کلانشهری تنها در بیرون از خانواده ها مشاهده نمی شود و حتی خانواده های شهری نیز از آسیب های ناشی از فضای مجازی مبرا نیستند و می توان شاهد کم شدن تعامل بین همسران در خانواده ها بود. امروزه در شهرها بسیاری از فعالیت های فردی و اجتماعی از جمله: کار، سرگرمی، تولید، توزیع، خرید، فروش، یادگیری، پژوهش و خود زندگی در حال انتقال به فضاهای مجازی است. برای حضور و فعالیت در فضای مجازی، مکان دیگر محدودیت به شمار نمی رود و در هر جا و در هر زمان این حضور میسر است و حتی بر نحوه گذراندن اوقات فراغت در فضاهای شهری تأثیرگذار است (ذکایی، ۱۳۹۳: ۲۵-۲۳).

اما آنچه که توجه به آن مسئله ای اساسی است، نحوه تعامل خانواده ها در فضاهای کلانشهری به عنوان یکی از محیط های اصلی در معرض شبکه های اجتماعی مجازی می باشد. خانواده، پایه گذار بخش مهمی از سرنوشت انسان است و در تعیین سبک و خط مشی زندگی آینده، اخلاق، سلامت و عملکرد فرد در آینده نقش بزرگی بر عهده دارد (نریمانی، ۱۳۹۰: ۲) و با وجود اینکه اولین واحد اجتماعی شناخته می شود، دارای پیچیدگی های فراوانی است؛ به طوری که شناخت آن و تأثیرات و کارکردهایش بسیار مورد توجه صاحب نظران مختلف قرار گرفته و بر این اساس کارکردهای متفاوتی نیز برای آن ارائه شده است. این کارکردها، گستره وسیعی دارد و شامل عرصه هایی چون: بهداشت روانی، جامعه پذیری، کارکرد اقتصادی و جنسیتی می شود. (بستان و همکاران، ۱۳۸۵: ۲۵-۲۴)

یکی از مهم ترین عواملی که بر بقا، دوام و رشد خانواده اثر می گذارد، روابط سالم و مبتنی بر سازگاری و تفاهم بین اعضا، به خصوص زن و شوهر است. تعامل اجتماعی بین همسران به عنوان یکی از مهم ترین عوامل اثر گذار بر عملکرد خانواده است (سینها و مکرچی، ۱۹۹۹: ۶۳۴). نبود تعامل و سازگاری مناسب بین همسران بر کیفیت عملکرد والدینی، طول عمر، میزان سلامت، رضایت از زندگی، میزان احساس تنهایی، رشد و تربیت فرزندان، روابط اجتماعی و گرایش به انحرافات اجتماعی تأثیر دارد. (مهرابی زاده هنرمند و دیگران، ۱۳۸۹: ۱۲۶)

از جمله عوامل مرتبط بر تعامل بین همسران در شهرها، استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی می باشد. شبکه های اجتماعی مجازی، نسل جدیدی از فضای روابط اجتماعی هستند که با این که عمر خیلی زیادی ندارند، به خوبی توانسته اند جای خود را در زندگی مردم باز کنند. مردم بسیاری در سنین مختلف و از

گروه‌های اجتماعی متفاوت، در شبکه‌های اجتماعی مجازی کنار هم گرد آمده اند و از فاصله‌های بسیار دور در دنیای واقعی، از این طریق با هم ارتباط برقرار می‌کنند.

شبکه‌های اجتماعی، نقش پررنگی در دنیای امروز دارند که نمی‌توان آن‌ها را نادیده گرفت. این سایت‌ها بر ابعاد مختلف زندگی فردی و اجتماعی افراد و در سطح کشورها و حتی بین الملل تأثیرگذارند و به همین دلیل، در حال گسترش هستند و در آینده، به مراتب نقش بیشتر و مهم تری را در زندگی بازی خواهند کرد. شبکه‌های اجتماعی از سویی به عنوان یکی از گونه‌های رسانه‌های اجتماعی دارای کارکردهای مثبت زیادی است و امکانات تعاملی قابل توجهی برای کاربران اینترنتی فراهم کرده و در افزایش مشارکت شهروندان در برخی فرایندها مؤثر بوده اند. از سوی دیگر، این شبکه‌ها با آسیب‌های گسترده‌ای در حوزه‌هایی هم چون حریم خصوصی، کپی رایت، اعتیاد مجازی، سوءاستفاده از کودکان، دزدی اطلاعات و هویت و مواردی این چنینی مواجه بوده اند. (اسلامی، ۱۳۹۱: ۵-۲)

بنابراین، با ورود تکنولوژی و وسایل ارتباط جمعی در بین خانواده‌های به ویژه ساکنان در کلانشهرها، ارزش‌های اجتماعی خانواده‌ها تحت تأثیر قرار گرفته و موجب شده تا تغییراتی در رفتار و گفتار زوجین به وجود بیاید. افزایش استفاده از اینترنت و به ویژه شبکه‌های اجتماعی موبایلی این روزها به رغم استفاده‌های مفیدی که دارد، موجبات دوری اعضای خانواده از یکدیگر را فراهم ساخته است؛ به گونه‌ای که به رغم نزدیکی فیزیکی و در زیر یک سقف بودن در داخل خانواده، گاه فاصله عاطفی و معنوی زیادی را از یکدیگر تجربه می‌کنند و افراد خانواده، کمترین مراودات و گفتگوی همدلانه را با هم دارند. با ورود وسایل و تکنولوژی‌های جدید به خانه‌ها، والدین و فرزندان ساعت‌های متمادی در کنار یکدیگر می‌نشینند بدون آن که حرفی برای گفتن داشته باشند.

امروزه خانواده ایرانی در سبب فرهنگی خود با شبکه‌های ماهواره‌ای، فضای مجازی، رسانه‌های مدرن و .. مواجه است که هر کدام به نوبه خود بخشی از فرآیند تأثیرگذاری در خانواده را هدف گرفته‌اند. عادی سازی خیانت همسران به یکدیگر، عادی جلوه دادن روابط جنسی دختر و پسر پیش از ازدواج، ترویج خانواده‌های بی‌سامان و لجام گسیخته در مقابل ساختار خانواده، ترویج فرهنگ ازدواج سفید و .. پیام‌های مشترک این شبکه‌های اجتماعی می‌باشد. (اسلامی، ۱۳۹۱: ۷-۵)

این موضوع آسیب‌هایی را نیز در خانواده‌ها به وجود آورده که در کنار سایر عوامل مخرب در روابط خانوادگی، موجبات سست شدن بنیاد خانواده‌ها و طلاق عاطفی زوجین و کمرنگ شدن صمیمیت میان اعضای خانواده و همچنین گسترش شکاف نسلی را فراهم کرده است. وسایل ارتباط جمعی، فواصل را ناپدید می‌سازند. بنابراین چگونه می‌توان تصور کرد که این وسایل بر گروه‌های اجتماعی، از جمله گروهی به تمام معنی، یعنی خانواده اثر نگذارند. از دلایل اهمیت موضوع این است که در کلانشهر بیشتر افراد از طبقات مختلف برآحتی به رسانه‌های جدید دسترسی یافته، میل به تغییر و الگوبرداری در نوع پوشش و نگرش در رفتار آنان کاملاً مشهود است. هر چند که مسائل مالی، برخی از این طبقات را در بروز کنش‌های ناهنجار دچار محدودیت می‌کند، اما روند سریع توسعه و تدارک این شبکه‌ها در همسو کردن مخاطبان همچنان ادامه دارد. استفاده از رسانه‌های جدید موجب شده است تا زندگی جمعی و روابط صمیمانه اعضای خانواده دچار تحول گردد و اعضای خانواده فاصله عاطفی عمیقی با یکدیگر پیدا کنند. لذا پژوهش حاضر به دنبال پاسخگویی به این سوال اصلی است که استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی چه نقشی در تعاملات اجتماعی همسران در کلانشهر تهران دارد؟

پیشینه تجربی پژوهش

اسکافی نوغانی و دیگران (۱۳۹۴) پژوهشی با عنوان «اثر شبکه های اجتماعی بر طلاق عاطفی در شهر مشهد» به انجام رساندند. در این تحقیق، زوجین شهر مشهد با حجم نمونه ۳۰ زوج و اعضای شبکه آنها که جمعاً ۶۰ نفرند - شامل ۳۰ زوج متأهل، ۱۸۱ دوست صمیمی زوجین که برای هر همسر، ۴ دوست صمیمی و ۳۹۵ عضو شبکه های خانواده زوجین (اعضای خانواده اصلی هر یک از همسران) - به پرسشنامه های محقق پاسخ دادند. نتایج نشان داده است که در بین متغیرهای رابطه ای، اندازه، تأیید، حمایت، انسجام، قوت پیوند، صمیمیت، فعالیت های مشترک، مرکزیت نزدیکی و همپوشانی بر صمیمیت با همسر مؤثر است و صمیمیت با همسر، بیشترین اثر را بر طلاق عاطفی دارد. در بین متغیرهای خصیصه ای، تعداد فرزندان، مدت ازدواج، نسبت قبلی با همسر و شناخت همسر قبل از ازدواج بر صمیمیت با همسر و طلاق عاطفی مؤثرند.

خجیر و حسین نظر (۱۳۹۲) تحقیقی را با عنوان «آسیب شناسی خانواده ایرانی در عرصه شبکه های اجتماعی مجازی» به انجام رساندند. نتایج نشان دادند که استفاده از شبکه های مجازی، عاملی در بی اعتمادی، خیانت، سردی روابط، اعتیاد به آن و پر خاشگیری افراد، انحراف و ابتذال اخلاقی، ترویج سبک زندگی غربی و ارزش یافتن نیازهای کاذب، شکسته شدن حریم خصوصی افراد و سوء استفاده از آنها می شود.

مرتضوی و دیگران (۱۳۹۲) پژوهشی را با عنوان «کارکرد اجتماعی اینترنت و امنیت روانی خانواده» به انجام رساندند. یافته ها نشان دادند که کارکرد اجتماعی اینترنت دارای ابعاد فردی، گروهی و جمعی است. این کارکرد بر حسب اقدام کاربران به عنوان اعضای خانواده و شیوه مدیریت والدین می تواند خطری برای امنیت فردی و جمعی خانواده از بعد روانی باشد یا به ایجاد فرصت های جدید در فعالیت های اجتماعی و کسب تجربه های علمی و آموزشی منجر گردد که به ترتیب الویت، ناامنی در حریم شخصی با ۳۸ درصد، ناامنی اخلاقی ۲۶ درصد، ناامنی اقتصادی ۲۰ درصد و ناامنی در حریم خانواده با ۶ درصد قرار دارند - ۱۰ درصد پاسخ دهندگان نیز به این سوال جواب ندادند.

نعیمی (۱۳۹۰) پژوهشی را با عنوان «تأثیر تعامل خانواده و ماهواره در بروز پدیده طلاق (مطالعه موردی شهرستان گرگان)» به انجام رساند. نتایج نشان دادند که برای ایجاد توازن در ارزش های مسلط در زوجین و برای جلوگیری از تغییرات ناگهانی و یا تضاد ارزشی در بین آنان باید تعاملی سنجیده بین این دو بال مهم جامعه پذیری صورت گیرد.

نتایج پژوهش مالا موس و بریر^۱ (۲۰۰۶) نشان داد که به نمایش گذاشتن خشونت جنسی در رسانه ها به توسعه الگوی تفکری منجر می شود که از خشونت علیه زنان حمایت می کند. همچنین، این نکته را خاطر نشان می سازد که این نوع تفکر به شکل های مختلف به رفتارهای ضد اجتماعی و در نتیجه، کاهش سازگاری و تعامل در خانواده ها منجر می شود.

ایرانا شارایواسکا (۲۰۱۴) در مقاله ای با عنوان «خانواده و رضایت زناشویی و استفاده از شبکه های اجتماعی» بیان داشته است که محبوبیت شبکه های اجتماعی مجازی در میان تمام گروه های سنی رو به افزایش است. با توجه به بررسی های صورت گرفته، به نظر می رسد یکی از عوامل کلیدی که در ثبات و کیفیت ازدواج و خانواده و رضایت زناشویی نقش دارد استفاده از شبکه های اجتماعی می باشد. از این رو، فعل و انفعال بین استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی توسط اعضای خانواده و رضایت زناشویی و خانواده باید مورد بررسی قرار گیرد. نتایج تحقیق نشان داد استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی منجر به افزایش درگیری ها و تنش ها

در روابط خانوادگی شده است.

ریانه فاروگیا (۲۰۱۳) در تحقیقی با عنوان «فیس بوک و روابط: بررسی چگونه استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر روابط بلند مدت تاثیر می‌گذارد» به این نتیجه دست یافتند که بین استفاده از فیس بوک و رضایت در زندگی زناشویی رابطه وجود دارد. نتایج نشان داد استفاده بلند مدت از فیس بوک رابطه ای مثبت با حسادت و کاهش روابط دارد.

مبانی نظری پژوهش

تاکنون نظریه‌های متعددی در زمینه تأثیرگذاری رسانه‌ها بر ابعاد مختلف زندگی انسان‌ها از جمله تعامل اجتماعی مطرح شده‌اند. به علت فراوانی این نظریه‌ها که در این مجال نمی‌گنجد، در این پژوهش تنها از نظریه‌هایی استفاده می‌شود که مبنای استخراج فرضیه‌ها و چارچوب نظری را تشکیل می‌دهند.

نظریه استفاده و رضایتمندی

نظریه استفاده و رضایتمندی، به دنبال علل و انگیزه‌هایی است که مخاطب را و می‌دارد تا به طرق مختلف و اشکال گوناگون، از رسانه استفاده کند و بدان وسیله به ارضای نیازهای خود بپردازد (مهرداد، ۱۳۸۰: ۱۴۷)؛ نیازهایی مثل نیاز به هدایت، امنیت، کنش متقابل و دوری از تنش و فراغت (مک کوایل، ۱۳۸۲: ۷۳). فرض اصلی نظریه استفاده و رضایتمندی این است که افراد مخاطب، کم و بیش به صورت فعال، به دنبال محتوایی هستند که بیشترین رضایت را فراهم کند. درجه این رضایت، بستگی به نیازها و علایق فرد دارد. هر قدر افراد بیشتر احساس کنند که محتوای واقعی نیاز آنان را برآورده می‌کند، احتمال اینکه آن محتوا را انتخاب کنند بیشتر است و به همین دلیل در این شبکه‌های اجتماعی به ارضای نیازهای خود می‌پردازند. الگوی این رویکرد را بلومر و کاتز چنین ارائه کرده‌اند: «ریشه‌های اجتماعی و روان شناختی باعث نیازهایی می‌شود که نتیجه آن‌ها انتظارات از رسانه‌های جمعی است که سبب گونه‌گونی الگوهای عرضه رسانه‌ها می‌شود و به برآورده شدن نیازها می‌انجامد. پیامدهای دیگری نیز دارد که اغلب ناخواسته است. قابل ذکر است که بیشتر محققان الگوی استفاده و رضایتمندی، عنصر فرستنده را از فراگرد ارتباط جمعی کنار می‌گذارند. این الگوها نوعاً با عواملی آغاز می‌شوند که بر انتخاب مخاطبان از محتوای رسانه‌ها تاثیر می‌گذارند. (مهدی زاده، ۱۳۸۷: ۶۹)

نظریه مکتب شیکاگو

بر طبق نظریه مکتب شیکاگو^۱، وسایل ارتباط جمعی تأثیرات بسیاری بر روی مخاطبان خود دارند و ویژگی بارز این نظریه آن است که وسایل ارتباط جمعی به عنوان یک ابزار تعیین کننده به توسعه اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی کمک می‌کند. شرط این توسعه، لیبرالیسم، آزادی بیان و آزادی مطبوعات است. این مکتب برای وسایل ارتباط جمعی ۴ کارکرد اصلی را مطرح می‌کند:

الف) نظارت بر عملکرد نهادها و سازمان‌های اجتماعی از طریق خبر و اطلاع رسانی؛

ب) ایجاد و تقویت تعهد اجتماعی؛

ج) جامعه پذیری و حفظ و انتقال میراث فرهنگی؛

د) تفریح و سرگرمی. (دفلور و دنیس، ۱۳۸۷: ۶۹۳)

نظریه هابرماس

هابرماس، جامعه اطلاعاتی و جهانی شدن رسانه ای را در قالب حوزه عمومی و همگانی مورد توجه قرار داده است. او اینترنت را محیطی می داند که یک حوزه و فضای عمومی را در جامعه فراهم کرده است. حوزه عمومی هابرماس، عرصه ای است که در آن حضور افراد در مباحث باز و علنی و کنش ارتباطی از طریق بیان و گفت و گو تحقق می یابد (آذرنگ، ۱۳۸۲: ۶۵). این حوزه فقط در جامعه های باز و مردم سالار شکوفا می شود، قدرت در آن دخالتی ندارد و در این فضا گفت و گوها به صورت آزادانه انجام می شود و افراد می توانند مسائل مورد علاقه و حتی خصوصی خود را مطرح کنند. در نگاه هابرماس، شبکه ارتباطی اینترنتی و مجازی که به عنوان یک حوزه عمومی جدید مطرح شده و هر چند به نظر بعضی ها آن فقط یک حوزه عمومی مجازی است، ولی با این حال به شدت در حال رشد است (آذرنگ، ۱۳۸۲: ۳۷). به زعم هابرماس، در تمام انسان های آزاد یکسری نیازهای اساسی و اصیل وجود دارد و این نیازها زمانی که فرد با دیگران صمیمانه وارد گفتگویی شود، کشف خواهد شد. در محیط های تعاملی اینترنتی (ایمیل، وبلاگ، سایت های مختلف، چت روم و...) در واقع «شرایط آرمانی مورد نظر هابرماس» به خوبی تحقق می یابد. در این محیط ها افراد معمولاً راحت تر می توانند نیازهای خود را مطرح کنند و این طرح کردن نیازها باعث شکل گیری یک فضای گفت و گو و مباحثه می شود. کاربران در آن شبکه به گفت و گو می پردازند، احساسات خود را ابراز می کنند و از یکدیگر تاثیر می پذیرند (زنجانی زاده، ۱۳۸۴: ۱۲۶). بر اساس نظریه هابرماس^۱، محیط تعاملی اینترنت را می توان فضایی در نظر گرفت که کاربران به راحتی در آن به گفت و گو می پردازند. فضای صمیمیت و ابراز احساسات در محیط های تعاملی اینترنت شکل می گیرد که از یکدیگر تأثیر پذیرفته و کاربران در آن گروه ها نیازها، مسائل و مشکلات خود را مطرح کنند و انرژی عاطفی خود را در این محیط ها مصرف می نمایند که این تخلیه انرژی احتمالاً بر ارزش های خانواده و ارتباط اعضای خانواده با یکدیگر می تواند مؤثر واقع شود (کفاشی، ۱۳۸۸: ۶۰).

نظریه کنترل اجتماعی تراویس هیرشی

بر اساس نظریه کنترل اجتماعی هیرشی، عاملی که باعث جلوگیری از رفتارهای انحرافی نوجوانان و جوانان می شود، «پیوند اجتماعی» است. به اعتقاد هیرشی، پیوندهای اجتماعی دارای چهار عنصر اصلی دلبستگی، تعهد، مشغولیت و اعتقاد است. ضعف هر یک از این چهار عنصر در فرد می تواند موجب بروز رفتارهای انحرافی او شود.

- ۱- دلبستگی: کسانی که به دیگران دلبستگی و علاقه ای ندارند، نگران این نیستند که روابط اجتماعی خود را به خطر اندازند و به همین علت بیشتر احتمال دارد که مرتکب رفتار انحرافی شوند.
 - ۲- تعهد: هر چقدر میزان تعهد فرد نسبت به خانواده، شغل، دوستان و غیره کمتر باشد، احتمال ارتکاب رفتار انحرافی بیشتر خواهد بود.
 - ۳- درگیری (مشغولیت): کسانی که مشارکت مداوم در فعالیت های زندگی، کار، خانوادگی و غیره ندارند و بیکارند، فرصت بیشتری برای انحراف دارند.
 - ۴- باور و اعتقاد: اگر فرد اعتقاد قوی به ارزش ها و اصول اخلاقی یک گروه نداشته باشد یا به این ارزش ها وفادار نباشد، احتمال گرایش وی به رفتار انحرافی بیشتر خواهد بود (امیدوار و صارمی، ۱۳۸۱: ۵۶).
- نظریه هیرشی می تواند قسمتی از علت های وابستگی به اینترنت را توضیح دهد. به عنوان مثال، می توان خانواده

ای را در نظر گرفت که به فرزندان خود توجه کافی ندارند یا زمان مشخصی را برای فرزندان خود اختصاص نمی‌دهند که در این حالت فرزندان می‌توانند برای پر کردن این خلا ایجاد شده به اینترنت و رایانه روی آورند. افرادی که فرصت بیشتری داشته باشند، بیشتر به سمت رفتار انحرافی کشیده می‌شوند. از این رو شاید بتوان گفت مجردها بیشتر متاهل‌ها، جوانان بیش از بزرگسالان و بیکارها بیشتر از شاغلان در معرض اعتیاد اینترنتی هستند. همچنین، افرادی که روابط اجتماعی کمتری دارند، منزوی‌ترند و صمیمیت کمتری با دیگران احساس می‌کنند، ممکن است تلاش کنند تا با فضاهای مجازی این کمبودها را جبران نمایند (زالی کاهکش، ۱۳۹۰: ۴۴). به عقیده هیرشی^۱، مدت زمانی که فرد به اینترنت دسترسی دارد و مداومت استفاده از آن در روابط خانوادگی اثر گذار است. بدین گونه همان طور که قبلاً گفته شد هرچه از اینترنت بیشتر استفاده کنیم، این میزان استفاده احتمالاً باعث کم شدن ارتباط با خانواده می‌شود و خود منجر به کاهش روابط خانوادگی می‌گردد (آزادارمکی و امامی، ۱۳۸۳: ۴۱). بنا بر نظر هیرشی، هر اندازه کاربر به اینترنت وابسته شود، فرصت کمتری برای پرداخت به خانواده دارد و این ممکن است باعث کم اهمیت شدن خانواده نزد کاربر اینترنتی و در نتیجه کاهش روابط خانوادگی گردد.

نظریه میلتن روکیچ

دی فلور^۲ و بال روکیچ^۳ در الگوی خویش درباره وابستگی به رسانه‌ها براین باورند که شرط مهم برای بروز اثرات، میزان وابستگی به بعضی رسانه‌های ارتباطی است. مجرای که مردم برای به دست آوردن اطلاعات مهم نسبت به آن احساس وابستگی می‌کنند، توان بیشتری برای ایجاد اثرات دارد تا مجرای که تفاوتی با مجاری دیگر ندارد و اطلاعاتی که فراهم می‌کند فاقد اهمیت است. با کمک این نظریه می‌توان وابستگی به اینترنت را مطرح کرد؛ بدین صورت که کاربر اینترنتی با وابسته شدن به اینترنت فرصت کمتری برای پرداختن به خانواده دارد و این ممکن است باعث کم اهمیت شدن خانواده نزد کاربر اینترنتی و در نتیجه کاهش ارتباط اعضای خانواده و در نتیجه منزوی شدن آنها شود (تامپسون، ۱۳۸۰: ۱۴).

نظریه کلی و ولخارت

کلی و ولخارت^۴ دریافتند افرادی که از انگیزه بالایی برای حفظ عضویت فرد در گروه برخوردارند و بنابراین وابستگی بیشتری به تأیید دارند، بعید به نظر می‌رسد که ارتباطات و پیام‌هایی را قبول نمایند که نقطه مقابل هنجارها و ارزش‌های گروه هستند. بنابراین افراد بیشتر فردی و شخصی عمل می‌کنند. فرد باید موافقت و تأیید را به دست آورد. در اینجا می‌توان به پذیرش توسط گروه تعبیر کرد، یعنی این که اعضا هرچه بیشتر مورد پذیرش گروه قرار بگیرند، احتمال تأثیر پیام بر گروه بیشتر است. مناظره گروهی نسبت به سخنرانی‌ها، از اثر بخشی دراز مدت در تغییر نگرش‌ها برخوردار است. همچنین اگر این مناظره گروهی به طور آزادانه برگزار شود، تأثیر بیشتری در اثر بخشی به اعضا گروه خواهد داشت - بحث و مناظره آزاد در افکار و عقاید تغییر بیشتری به وجود می‌آورد. هرچه کاربر اینترنتی احساس کند که در محیط اینترنت بیشتر مورد پذیرش واقع می‌شود، احتمالاً باعث خواهد شد که بر ارزش‌های خانواده و ارتباط اعضای دوستان یا یکدیگر مؤثر واقع شود. همچنین، هرچه کاربران بیشتر وارد بحث و مناظره گروهی شوند، احتمالاً باعث مطرح کردن موضوعات خود با محیط‌های تعاملی اینترنت

1. Hirschi

2. Deffeur

3. Ball Rokeach

4. Keley and Wolkhart

می شوند و کمتر مسائل خود را با خانواده و یا دوستان مطرح می کنند- همین باعث کم اهمیت شدن ارزش های خانواده و ارتباط های عمیق دوستی با یکدیگر می شود (امیدوار و صارمی، ۱۳۸۱: ۸۴).

نظریه مالا موس و بریر

مالا موس و بریر (۲۰۰۶) نشان دادند که به نمایش گذاشتن خشونت جنسی در رسانه ها به توسعه الگوی تفکری منجر می شود که از خشونت علیه زنان حمایت می کند. همچنین این نکته را خاطر نشان می کند که این نوع تفکر به شکل های مختلف به رفتارهای ضد اجتماعی و در نتیجه کاهش سازگاری در خانواده ها منجر می شود.

نظریه ولمن^۱

از ویژگی های منحصر به فردی که فضای سایبر را از دیگر رسانه ها ممتاز می سازد، جهانی بودن آن است. هر فردی در هر نقطه از جهان می تواند از طریق آن به آسانی، به جدیدترین اطلاعات دست یابد و مرزهای جغرافیایی تا کنون نتوانسته از گسترش روزافزون فضای سایبر جلوگیری کند. تقریباً عقاید ولمن همانند کاستلز می باشد. به نظر او، پارادایم جوامع در حال تغییر می باشد و مهم ترین اثرات فناوری بر شیوه ارتباطات می باشد. در جوامع کنونی برخلاف جوامع صنعتی که روابط بین افراد به صورت سلسله مراتبی است، روابط به صورت افقی می باشد؛ کنش ها به راحتی با اعضای بیشتر صورت می گیرد و ارتباطات در بین شبکه های چندگانه متغیر هستند و شبکه ها از انسان ها و جوامع و گروه های مختلفی تشکیل شده است که هر کدام از آن ها ساختارهای خرد و کلان اجتماعی را در بر می گیرد (محسنی، دوران، سهرابی، ۱۳۸۵: ۸۴).

ارتباطات نوین از نظر ولمن باعث می شود که مردم در مناطق مختلف به راحتی با یکدیگر ارتباط برقرار کنند و ارتباطات با رایانه، سرعت مبادلات را افزایش دهد. به وسیله ارتباطات غیر حضوری و روح حساس و ظریف افراد، برخی استرس ها در ایجاد ارتباط از بین خواهد رفت. از آن جا که روابط رو در رو وجود ندارد و به دور از هنجارها می باشد، افراد هیجان بیشتری از خود نشان می دهند و فقدان بازخورد مستقیم شکل های گسترده تری از ارتباط را افزایش می دهد.

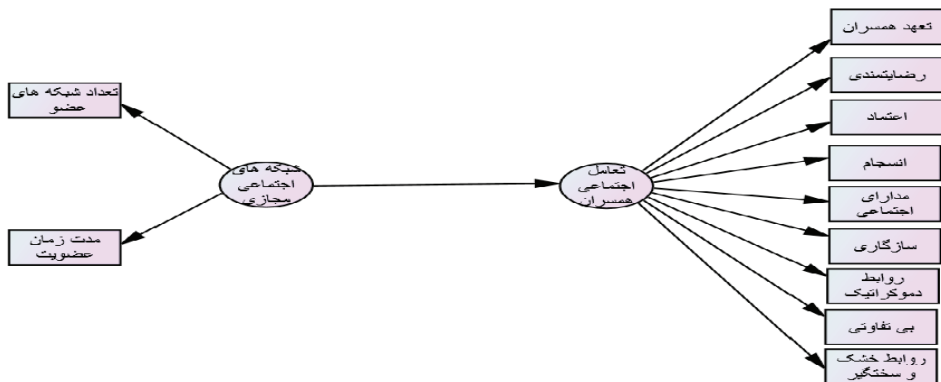
ارتباطات الکترونیکی سبب خواهد شد که افراد این احساس را داشته باشند که به همه دسترسی دارند و این در حالی است که بدون اینترنت به دلیل محدودیت ها، افراد فقط با افراد نزدیک و خاص ارتباط برقرار می کنند و فناوری های نوین این امکان را می دهد که با محیط های چندگانه اجتماعی در تماس باقی بمانند و حتی روابط سطحی به روابطی قوی و عاطفی تبدیل گردد. در مجموع، به نظر ولمن فضای سایبر، واقعی و مکان آن، جمعی است؛ مکانی برای تبادل ارزش ها و اطلاعات در سطحی جهانی. مردم متعلق به اجتماعات مجازی هستند و متعلق به مکان خاصی نیستند که همه این موارد باعث می شود که گروه های جداگانه تبدیل به شبکه های گسترده ای شوند. در این گونه شبکه ها، اطلاعات به صورت باور نکردنی در حال پخش می باشد؛ به طوری که کنترل تکثیر اطلاعات توسط دولت مانند جوامع صنعتی امکان پذیر نمی باشد و افراد از آزادی عمل بیشتری برخوردارند. (حسینی، ۱۳۸۴: ۳۴)

در مورد شبکه های اجتماعی مجازی دیدگاه های گوناگونی وجود دارد که با مطالعه و بررسی این دیدگاه ها می توان برخی از عوامل مهم و تأثیرگذار را مشخص نمود. با توجه به نظریات ارائه شده محقق سعی نموده تا با تلفیق آن ها، چارچوب نظری خاصی را برای پژوهش حاضر در نظر بگیرد تا بتواند به تبیین موضوع مورد مطالعه بپردازد.

جدول ۱: مبنای نظری استخراج فرضیه ها

فرضیه ها	مبنای نظری
بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تعهد همسران ارتباط وجود دارد.	نظریه مکتب شیکاگو
بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و رضایتمندی همسران ارتباط وجود دارد.	نظریه استفاده و رضایتمندی
بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و اعتماد بین همسران ارتباط وجود دارد.	ولمن
بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و انسجام بین همسران ارتباط وجود دارد.	ولمن
بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و سازگاری همسران ارتباط وجود دارد.	مالاموس و بریر
بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و روابط دموکراتیک در بین همسران ارتباط وجود دارد.	کلی و ولخارت والدهال کلاپر
بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و بی تفاوتی در بین همسران ارتباط وجود دارد.	هیرشی دی فلور و بال روکیچ
بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و رابطه خشک و سخت گیر بین همسران ارتباط وجود دارد.	کلی و ولخارت والدهال کلاپر
بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و مدارای اجتماعی بین همسران ارتباط وجود دارد.	هابرماس

مدل نظری پژوهش



نمودار ۱: مدل نظری تحقیق

فرضیه‌های پژوهش

- بین میزان استفاده همسران از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تعاملات اجتماعی و مولفه‌های آن در شهر تهران رابطه وجود دارد.
- بین مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی و تعاملات اجتماعی همسران رابطه وجود دارد.
- بین تعداد شبکه‌های اجتماعی مجازی عضو و تعاملات اجتماعی همسران رابطه وجود دارد.

روش شناسی پژوهش

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

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

با توجه به ماهیت موضوع پژوهش و اهداف مورد نظر، جامعه آماری تحقیق حاضر شامل مجموعه همسران جوان گروه سنی ۱۸ سال و بالاتر می باشند که در شهر تهران بزرگ سکونت دارند. با توجه به تعریف جامعه آماری، هر یک از افراد این گروه سنی به عنوان واحد آماری محسوب می شود که براساس آمار سال ۱۳۹۵ برابر ۲۰۰۰۰۰۰ نفر است (سرشماری عمومی نفوس و مسکن ۱۳۹۵). روش نمونه گیری در این تحقیق، از نوع «نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای» است. بر این اساس، در مرحله اول نمونه گیری، مناطق ۲۲ گانه شهرداری تهران به سه قسمت یا خوشه تقسیم شدند؛ به طوری که مناطق ۱ تا ۵ در گروه ۱، مناطق ۶ تا ۱۴ در گروه ۲ و مناطق ۱۵ تا ۲۲ در گروه ۳ طبقه بندی شدند. بر طبق فرمول کوکران، حجم نمونه ۳۸۴ نفر می باشد. لذا از روش نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای استفاده شده است؛ بدین صورت که ابتدا نقشه شهر تهران بر اساس مناطق ۲۲ گانه تهیه گردید. سپس بر طبق اطلاعات به دست آمده از شهرداری به ۲۴ خوشه تقسیم بندی گردید. در ادامه هر کدام از خوشه ها به شهرک ها و محله و در ادامه به بلوک هایی تقسیم بندی گردید. در مرحله بعد با استفاده از نمونه گیری تصادفی از هر خوشه، از بین محله های مشخص شده یک محله که معرف کل خوشه باشد انتخاب شد. در ادامه از داخل هر کدام از نواحی که به بلوک هایی مشخص تقسیم شده اند اطلاعات جمع آوری شد؛ بدین صورت که بین فهرست بلوک های هر قسمت تعیین شده، تعدادی بلوک (به تعداد یک دهم حجم نمونه در هر قسمت) به صورت تصادفی انتخاب و سپس با منظور کردن عدد ۱۰ به عنوان فاصله نمونه، در هر بلوک ۱۰ خانوار به صورت منظم انتخاب شدند. بعلاوه، در هر بلوک نقطه شروع نمونه گیری از بین اعداد ۱ تا ۱۰ به صورت تصادفی تعیین شده است. شروع نمونه گیری در هر بلوک از سمت شمال شرقی آن و در جهت حرکت عقربه ساعت صورت گرفته و بلوک هایی که کمتر از ۱۰ خانوار دارند همراه با بلوک سمت غرب یا نزدیکترین بلوک مسکونی به آنها در نظر گرفته شدند. روش تعیین حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران به صورت زیر بوده است:

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

که در آن حد مطلوب اطمینان در این پژوهش ۰/۹۵ در نظر گرفته شده است. در نتیجه سطح احتمال مورد نظر (d) برابر با ۰/۰۵ و اندازه متغیر در توزیع طبیعی یا ضریب اطمینان (t) برابر با ۱/۹۶ است. برای تعیین واریانس، می توان از پیش برآورد استفاده کرد. بزرگترین نمونه لازم برای پاسخ گویی به سوالات یک تحقیق وقتی به دست

می‌آید که احتمال دارا بودن صفت یا قرار گرفتن در نمونه (p) برابر ۰/۵ باشد. در این صورت، اشتباه استاندارد کم‌ترین مقدار را به خود می‌گیرد (سرایی، ۱۳۸۴: ۱۲۴). همچنین، بر اساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵ جامعه آماری (N) افراد ۱۸ سال و بالاتر ساکن در شهر تهران بزرگ برابر با ۲۰۰۰۰۰۰ است. در نهایت، با توجه به داده‌های بالا و فرمول کوکران حجم نمونه (n) برابر با ۳۸۴ نفر خواهد بود - که این مقدار را برای کاهش خطای ناشی از نمونه‌گیری و احتمال ناقص بودن برخی از پرسشنامه‌ها، به ۴۱۰ نفر افزایش داده است.

تعریف مفهومی و عملیاتی مفاهیم و متغیرها

شبکه اجتماعی

تعریف مفهومی: «به‌طور کلی در تعریف شبکه‌های مجازی می‌توان گفت سایت‌هایی هستند که از یک سایت ساده مانند موتور جستجوگر با اضافه شدن امکاناتی مانند چت و ایمیل و امکانات دیگر خاصیت اشتراک‌گذاری را به کاربران خود ارائه می‌دهند. شبکه‌های اجتماعی، محل گرد همایی 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. به‌طور کلی، 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 ایمیل و چت با یکدیگر ارتباط برقرار کنند (پمپک^۱ و همکاران، ۲۰۰۹: ۲۲۸).

تعریف عملیاتی: برای سنجش متغیر شبکه‌های اجتماعی از دو عامل میزان استفاده و تعداد شبکه‌های اجتماعی عضو - که سوالات به صورت محقق ساخته می‌باشد - استفاده شده است.

میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی

تعریف مفهومی: عبارت است از: مدت زمانی از شبانه روز که فرد از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کند. تعریف عملیاتی: در پژوهش حاضر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در شش طبقه شامل کمتر از یک ساعت، بین یک تا دو ساعت، بین دو تا سه ساعت، بیشتر از چهار ساعت، طراحی شده است.

تعداد شبکه‌های اجتماعی

تعریف مفهومی: عبارت است از: مدت زمانی که فرد به عضویت شبکه‌های اجتماعی در آمده است. تعریف عملیاتی: در پژوهش حاضر تعداد شبکه‌های اجتماعی عضو در شش نوع شبکه‌های اجتماعی مجازی (فیس‌بوک، توئیتر، واتس‌آپ، وایبر، اینستاگرام و مای اسپیس) مدنظر قرار گرفته است و سوالات بر اساس بهتر بودن شبکه‌ها و میزان استفاده بیشتر از آنها طراحی شده است.

تعامل

تعریف مفهومی: به معنای ایجاد رابطه بین دو نفر یا بیشتر باشد که منجر به واکنشی میان آنها می‌شود و این نوع واکنش برای هر دو طرف شناخته شده است. بنابراین روابط بدون معنا در زمره این تعریف قرار نمی‌گیرد. تعامل اجتماعی می‌تواند یک موضوع فیزیکی، یک نگاه، یک مکالمه و ارتباط بین افراد باشد که خود مستلزم تعریف رویدادها و فعالیت‌های متناسب و در نتیجه نقش‌پذیری مردم در فضا و عضویت آنها در گروه‌ها و شبکه‌های اجتماعی است (دانشپور و چرخیان، ۱۳۸۶: ۲۲).

تعریف عملیاتی: متغیر تعامل اجتماعی از نه بعد تعهد همسران، رضایتمندی همسران، اعتماد بین همسران، انسجام بین همسران، سازگاری همسران، روابط دموکراتیک، بی تفاوتی، رابطه خشک و سخت گیر و مدارا- که سوالات به صورت محقق ساخته و استاندارد می باشد و سوالات هر مولفه بر اساس طیف لیکرت به صورت پنج گزینه ای طراحی شده- سنجیده شده است.

روایی و پایایی ابزار اندازه گیری

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 ۵۰ نفر از پاسخگویان پرسشنامه تنظیم شده را تکمیل نمودند. پس از تکمیل، پرسشنامه های مذکور کدگذاری و در نرم افزار SPSS وارد شدند و پایایی آن ها به وسیله آلفای کرونباخ ارزیابی گردید. 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 نیز در دو سطح توصیفی و استنباطی مورد پردازش قرار گرفت. همچنین، برای تحلیل داده ها از رگرسیون چند متغیره و مدل سازی معادلات ساختاری Smart PLS استفاده شد.

جدول ۱: ضریب آلفای کرونباخ مقیاس های تحقیق

متغیرهای پنهان		ضریب آلفای کرونباخ	
مقیاس	خرده مقیاس	خرده مقیاس	مقیاس
شبکه اجتماعی	تعداد شبکه های عضو	۰/۸۲	۰/۸۴
	مدت زمان استفاده	۰/۷۸	
تعامل اجتماعی همسران	تعهد همسران	۰/۸۵	۰/۸۶
	رضایتمندی همسران	۰/۷۹	
	اعتماد بین همسران	۰/۷۸	
	انسجام بین همسران	۰/۸۰	
	سازگاری همسران	۰/۸۲	
	روابط دموکراتیک همسران	۰/۸۲	
	بی تفاوتی در بین همسران	۰/۸۵	
	رابطه خشک و سخت گیر	۰/۷۳	
	مدارای اجتماعی بین همسران	۰/۸۰	

روش و تجزیه و تحلیل داده ها

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

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

نتایج فراوانی متغیر جنس نشان می‌دهد که ۵۵/۳ درصد افراد مورد مطالعه (۳۳۲ نفر) مرد و ۴۴/۷ درصد دیگر (۲۶۸ نفر) را زن تشکیل داده‌اند. نتایج فراوانی متغیر سطح تحصیلات نشان می‌دهد که ۲ درصد پاسخگویان دارای سطح تحصیلات زیر دیپلم، ۱۴ درصد دارای سطح تحصیلات دیپلم، ۲۵ درصد دارای سطح تحصیلات کاردانی، ۴۴/۲ درصد دارای سطح تحصیلات کارشناسی و ۱۴/۳ درصد دیگر دارای سطح تحصیلات کارشناسی ارشد و بالاتر هستند. بر اساس یافته‌های مربوط به متغیر سن، بیشترین تعداد پاسخگویان در گروه سنی ۴۱-۴۹ سال (۲۱/۲ درصد) و کمترین تعداد پاسخگویان در گروه سنی ۱۸-۲۱ سال (۲/۵) می‌باشند.

تعامل اجتماعی و مولفه‌های آن

جدول ۲: توزیع پاسخگویان بر حسب میزان تعامل اجتماعی

میانگین	میزان تعامل					ابعاد تعامل اجتماعی
	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۲/۷۶	۱۰	۱۵/۳۳	۳۰/۳۳	۲۹/۳۴	۱۵	تعهد همسران
۲/۹۵	۱۴/۶۷	۱۰/۱۷	۳۰/۶۶	۴۴/۵	-	رضایتمندی همسران
۳/۷۵	۲۱/۶۶	۳۷/۱۷	۳۸/۵	-	۲/۶۷	اعتماد بین همسران
۳/۸۰	۳۶/۶۷	۱۷/۶	۳۸	۵	۲/۶۶	انسجام بین همسران
۳/۶۶	۲۱/۱۷	۳۷/۵	۳۳/۳۴	۲/۶۶	۵/۳۳	سازگاری همسران
۳/۰۱	۱۲/۱۷	۱۲/۱۷	۴۲/۷۳	۳۰/۵	۲/۳۳	روابط دموکراتیک همسران
۲/۸۹	۱۴/۶۷	۱۲/۱۷	۲۸	۳۷/۸۳	۷/۳۳	بی تفاوتی در بین همسران
۳/۰۹	۱۷/۶۷	۱۶/۸۳	۳۰	۲۸/۱۷	۷/۳۳	رابطه خشک و سخت گیر
۲/۹۴	۲/۳۳	۲۷/۸۳	۳۹/۱۷	۲۴/۶۷	۶	مدارای اجتماعی بین همسران
۳/۲۰						میانگین کل تعامل اجتماعی

یافته ها نشان می دهد که در بین مولفه های تعامل اجتماعی، انسجام بین همسران دارای بیشترین میانگین (۳/۸۰) و تعهد همسران دارای کمترین میانگین (۲/۷۶) می باشد. همچنین، میانگین رضایتمندی همسران (۲/۹۵)، اعتماد بین همسران (۳/۷۵)، سازگاری همسران (۳/۶۶)، روابط دموکراتیک همسران (۳/۰۱)، بی تفاوتی در بین همسران (۲/۸۹)، رابطه خشک و سخت گیر (۳/۰۹) و مدارای اجتماعی بین همسران (۲/۹۴) می باشد. در کل، میانگین تعامل در جامعه مورد مطالعه ۳/۲۰ بوده که با توجه به اینکه حداقل و حداکثر نمره به ترتیب ۱ و ۵ می باشد نشان می دهد که میزان تعامل در بین همسران تقریباً در حد متوسط رو به بالا می باشد.

میزان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی

جدول ۳: توزیع پاسخگویان بر حسب مقیاس های میزان استفاده از شبکه اجتماعی مجازی

نوع استفاده	میزان استفاده			میانگین
	زیاد	متوسط	کم	
تعداد شبکه اجتماعی عضو	۲۷/۳	۴۸/۲	۲۴/۵	۳/۴۳
مدت زمان عضویت	۳۰/۲	۴۲/۷	۲۹/۱	۳/۳۴
مقیاس کل میزان استفاده از شبکه اجتماعی	۲۸/۷	۴۵/۵	۲۶/۸	۳/۳۸

جدول ۳، توزیع پاسخگویان را بر حسب شاخص یا مقیاس های میزان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی نشان می دهد که بیشترین میانگین مربوط به مولفه تعداد شبکه های اجتماعی با میانگین ۳/۴۳ و کمترین میانگین مربوط به مدت زمان عضویت در شبکه های اجتماعی با میانگین ۳/۳۸ می باشد. در کل، میانگین استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی در جامعه مورد مطالعه ۳/۳۸ بوده که با توجه به اینکه حداقل و حداکثر نمره به ترتیب ۱ و ۵ می باشد نشان می دهد که میزان استفاده از شبکه ها در بین همسران تقریباً در حد متوسط رو به بالا می باشد.

آزمون فرضیه ها

رابطه میزان استفاده از شبکه اجتماعی مجازی و تعامل اجتماعی همسران

اولین فرضیه، بین میزان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی و تعامل اجتماعی و مولفه های آن در بین همسران رابطه معکوس وجود دارد؛ یعنی هرچه میزان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی افزایش یابد سطح تعاملات اجتماعی همسران نیز کاهش می یابد. جهت بررسی فرضیه های پژوهش مبنی بر ارتباط بین استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی با شاخص های تعامل اجتماعی از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. یافته ها به شرح جدول زیر می باشد.

جدول ۴: همبستگی بین متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق

نام متغیر	شاخص‌های تعامل اجتماعی	تعامل اجتماعی	
		ضریب همبستگی	سطح معناداری
استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی	تعهد همسران	-۰/۷۲۶	۰/۰۰۰
	رضایتمندی همسران	-۰/۵۶۵	۰/۰۰۰
	اعتماد بین همسران	-۰/۵۹۰	۰/۰۰۱
	انسجام بین همسران	-۰/۲۷۲	۰/۰۰۰
	سازگاری همسران	-۰/۵۷۱	۰/۰۰۰
	روابط دموکراتیک همسران	-۰/۵۶۵	۰/۰۰۰
	بی تفاوتی در بین همسران	۰/۱۵۷	۰/۰۰۱
	رابطه خشک و سخت گیر	۰/۲۴۳	۰/۰۰۰
	مدارای اجتماعی بین همسران	-۰/۲۱۳	۰/۰۰۱
	میانگین کل تعامل اجتماعی	-۰/۶۶۶	۰/۰۰۰

یافته‌ها حاکی از آن است که بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با تعامل اجتماعی (-۰/۶۶۶) همسران و ابعاد مختلف آن رابطه وجود دارد. در این میان، رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تعهد همسران ($P = -۰/۷۲۶$) دارای بیشترین ضریب همبستگی و رابطه بین بی تفاوتی در بین همسران و میانگین کل تعامل اجتماعی دارای کمترین ضریب همبستگی ($P = ۰/۱۵۷$) می‌باشد.

همچنین، بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و رضایتمندی همسران (-۰/۵۶۵)، اعتماد بین همسران (-۰/۵۹۰)، انسجام بین همسران (-۰/۲۷۲)، سازگاری همسران (-۰/۵۷۱)، روابط دموکراتیک همسران (-۰/۵۶۵)، رابطه خشک و سخت گیر (۰/۲۴۳) و مدارای اجتماعی بین همسران (-۰/۲۱۳) ارتباط وجود دارد. بنابراین تمامی فرضیه‌های پژوهش تأیید می‌شوند.

در این میان، افزایش استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث کاهش تعهد همسران، روابط دموکراتیک همسران، اعتماد بین همسران، انسجام بین همسران، سازگاری همسران، رضایتمندی همسران و افزایش بی تفاوتی در بین همسران و رابطه خشک و سخت گیر در بین آنان می‌شود.

آزمون تحلیل رگرسیون

متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی به چه میزان توانایی تبیین تعاملات اجتماعی همسران در شهر تهران را دارد؟

شبکه‌های اجتماعی بر تعامل همسران تاثیر ندارد $H_0: \beta = 0$

شبکه‌های اجتماعی بر تعامل همسران تاثیر دارد $H_1: \beta \neq 0$

رگرسیون خطی بین «میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تعاملات اجتماعی همسران»

جدول ۵: نتایج آزمون تحلیل رگرسیون برای تعامل اجتماعی همسران

مدل	R مقدار	R Square مقدار	تعدیل شده R Square	خطای معیار تخمین
۱	-۰/۶۶۶	۰/۴۴۴	۰/۴۴۳	۰/۳۳۴۴۲۲

ضریب همبستگی به دست آمده برابر ۰/۶۶۶- می باشد که نشان دهنده همبستگی قوی متغیرهای پیش بین (میزان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی) و متغیر معیار (تعاملات اجتماعی همسران) است. با توجه به نتایج به دست آمده، میزان ضریب تعیین تعدیل شده برای مدل برابر ۰/۴۴۳ است و می توان گفت که ۴۴/۳ درصد از تغییرات متغیر معیار را می توان به وسیله رابطه خطی آن با متغیر پیش بین تعیین نمود.

جدول ۶: ضرایب آزمون تحلیل رگرسیون تعامل اجتماعی همسران

عنوان متغیر	ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد	T مقدار	سطح معناداری
	B	اشتباه استاندارد			
(Constant عدد ثابت)	۴/۵۱۸	۰/۰۶۴	-	۷۰/۵۶۶	۰/۰۰۱
میزان استفاده از شبکه های اجتماعی	-۰/۴۲۳	۰/۰۱۹	-۰/۶۶	-۲۲/۲۶۳	۰/۰۰۱

با توجه نتایج حاصله در معادله رگرسیونی، تأثیر گذاری متغیر مستقل شبکه های اجتماعی بر متغیر وابسته تعامل اجتماعی همسران، مورد تأیید می باشند، زیرا سطح معناداری آن برابر ۰/۰۰۱ بوده و کمتر از ۰/۰۵ می باشند. همچنین، ضریب رگرسیون برای متغیر مستقل شبکه های اجتماعی برابر ۰/۶۶- می باشد. ضریب بتا (مقدار استاندارد شده ضرایب که نشان دهنده میزان تغییر در متغیر وابسته تعامل همسران به ازای تغییر به اندازه یک انحراف معیار در متغیر مستقل شبکه های اجتماعی است) برابر ۰/۴۲۳- می باشد. معادله رگرسیون نیز به صورت رابطه زیر است که در این معادله که متغیرهای موجود در آن به شرح موارد زیر می باشد، X میزان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی و Y نیز تعاملات اجتماعی همسران می باشد:

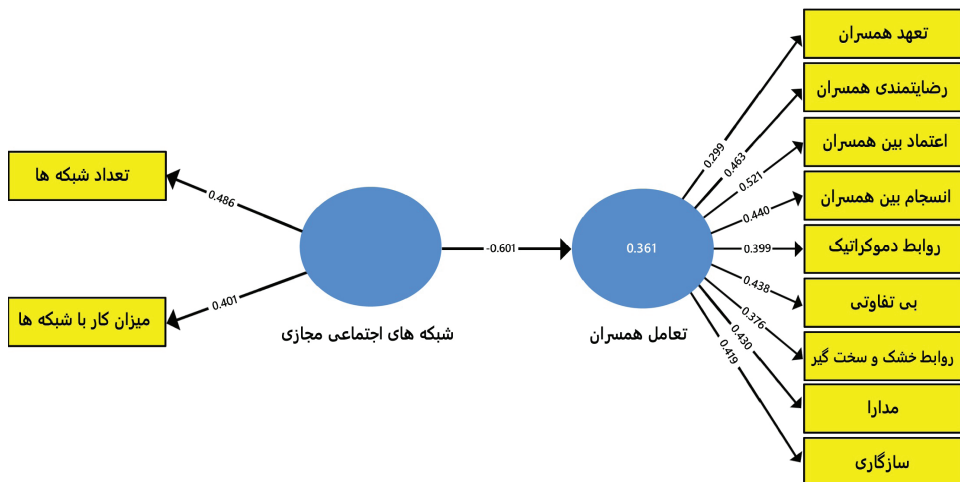
$$Y = 4.518 - 0.423 X$$

پس می توان گفت استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر تعاملات اجتماعی همسران تأثیر معکوس و معناداری دارد؛ بدین صورت که هرچه استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بیشتر باشد، میزان تعاملات اجتماعی همسران کمتر می شود. بر این اساس، این فرضیه تایید می شود.

الگو سازی معادلات ساختاری با کاربرد (Smart PLS)

به منظور تعیین شدت و جهت بررسی تأثیر شبکه های اجتماعی مجازی بر تعامل اجتماعی همسران از یک مدل معادله ساختاری بهره گرفته شده است. در این پژوهش با استفاده از روش مدلسازی معادلات ساختاری، به آزمون مدل های معادله ساختاری پژوهش پرداخته شده است. رویکرد ما در این بخش، دو مرحله ای است؛ بدین معنی که پس از تدوین مدل نظری پژوهش لازم است تا به بحث برآورد مدل یا به عبارتی دیگر برآورد پارامترهای آزاد در مدل و تحلیل شاخص های جزئی و کلی مدل پرداخت تا مشخص شود که آیا داده های

تجربی در مجموع حمایت کننده مدل نظری تدوین شده هستند یا خیر. مدل سازی معادلات ساختاری به روش حداقل مربعات (PLS) برخلاف روش کواریانس محور (نرم افزارهایی نظیر LISREL، AMOS و EQS) فاقد شاخص های برازش مدل مبتنی بر کای دو جهت بررسی میزان مطابقت مدل نظری با داده های گردآوری شده می باشد- این امر به ماهیت پیش بین محور PLS بستگی دارد. بنابراین شاخص های برازش که به همراه این رویکرد توسعه یافته اند، مربوط به بررسی کفایت مدل در پیش بینی متغیرهای وابسته می شوند؛ مانند شاخص های افزونگی^۱ و حشو^۲ یا شاخص GOF. در واقع این شاخص ها نشان می دهند که برای مدل اندازه گیری معرف ها تا چه حد توانایی پیش بینی سازه زیربنایی خود را دارند و برای مدل ساختاری، متغیرهای برونزا تا چه حد و با چه کیفیتی توانایی پیش بینی متغیرهای درونزا مدل را دارند. برآوردهای مربوط به شاخص های ارزیابی کلیت مدل ساختاری و پارامترهای اصلی این مدل (اثر متغیر شبکه های اجتماعی مجازی بر تعامل اجتماعی همسران) در شکل و جداول زیر گزارش شده است:



جدول ۷: برآورد شاخص های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری

مدل	شاخص	GOF	SRMR	NFI
۱	مقدار	۰/۸۱	۰/۰۸۳	۰/۹۱

شاخص های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری در مجموع بیانگر این است که داده ها مدل نظری پژوهش را حمایت می کنند. به عبارت دیگر، برازش داده ها به مدل برقرار است و شاخص ها دلالت بر مطلوبیت مدل معادله ساختاری دارند.

1. Communality
2. Redundancy

جدول ۸: برآورد اثر متغیر شبکه های اجتماعی مجازی بر تعامل همسران

متغیر مستقل	مسیر	وابسته متغیر	ضریب تعیین	اثر ضریب	مقدار بحرانی	سطح معناداری
شبکه های اجتماعی مجازی	<---	تعامل همسران	۰/۳۶۱	-۰/۶۰۱	۱/۲	۰/۰۰۰

مقادیر برآورد شده در جدول بالا بیانگر آن است:

۱) متغیر شبکه های اجتماعی مجازی در مجموع ۰/۶۰ از واریانس متغیر تعامل همسران را تبیین می کند. با مدنظر قرار دادن مقادیر مربوط به حجم اثر شاخص ضریب تعیین این مقدار در حد متوسط (۰/۳۶) برآورد می شود. به عبارت دیگر، متغیر شبکه های اجتماعی مجازی در حد متوسط توان تبیین واریانس متغیر تعامل همسران شهروندان را دارد.

۲) اثر متغیر شبکه های اجتماعی مجازی بر تعامل همسران به لحاظ آماری معنادار است. بنابراین فرضیه کلی پژوهش مبنی بر اینکه متغیر شبکه های اجتماعی مجازی بر تعامل همسران تأثیر دارد، تأیید می شود. با توجه به مقدار ضریب تأثیر می توان گفت اثر متغیر شبکه های اجتماعی مجازی بر متغیر تعامل همسران منفی، معکوس و در حد نزدیک به بالا برآورد می شود؛ به این معنا که افزایش میزان شبکه های اجتماعی مجازی می تواند منجر به کاهش تعامل همسران گردد.

بحث و نتیجه گیری

همانطور که ذکر شد یکی از عوامل مرتبط با تعامل بین همسران، استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی می باشد. شبکه های اجتماعی مجازی، نسل جدیدی از فضای روابط اجتماعی هستند که با این که عمر خیلی زیادی ندارند، به خوبی توانسته اند جای خود را در زندگی مردم باز کنند. با ورود تکنولوژی و وسایل ارتباط جمعی در خانواده ها، ارزش های اجتماعی خانواده ها تحت تأثیر قرار گرفته و موجب شده تا تغییراتی در رفتار و گفتمان زوجین به وجود بیاید؛ به گونه ای که به رغم نزدیکی فیزیکی و در زیر یک سقف بودن در داخل خانواده، گاه فاصله عاطفی و معنوی زیادی را از یکدیگر تجربه می کنند و افراد خانواده کمترین مراودات و گفتگوهای همدلانه را با هم دارند.

با توجه به اهمیت و ضرورت بررسی نقش شبکه های مجازی در تعامل بین همسران، در پژوهش حاضر به تحلیل و بررسی ارتباط بین شبکه های اجتماعی مجازی و ابعاد مختلف تعامل اجتماعی در بین همسران در شهر تهران به عنوان متغیر وابسته پرداخته شد.

یافته ها حاکی از آن است که بین استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی با تعامل اجتماعی (۰/۶۶۶-) همسران و ابعاد مختلف آن رابطه وجود دارد. در این میان، رابطه بین استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی و تعهد همسران ($P = -0/726$) دارای بیشترین ضریب همبستگی و رابطه بین بی تفاوتی در بین همسران و میانگین کل تعامل اجتماعی دارای کمترین ضریب همبستگی ($P = 0/157$) می باشد.

همچنین، بین استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی و رضایتمندی همسران (۰/۵۶۵-)، اعتماد بین همسران (۰/۵۹۰-)، انسجام بین همسران (۰/۲۷۲-)، سازگاری همسران (۰/۵۷۱-)، روابط دموکراتیک همسران (۰/۵۶۵-)، رابطه خشک و سخت گیر (۰/۲۴۳) و مدارای اجتماعی بین همسران (۰/۲۱۳-) ارتباط وجود

دارد. بنابراین تمامی فرضیه‌های پژوهش تأیید می‌شوند.

نتایج حاصل از تحلیل رگرسیونی نشان دادند که $44/3\%$ درصد از تغییرات متغیر معیار را می‌توان به‌وسیله رابطه خطی آن با متغیر پیش‌بین تعیین نمود.

نتایج حاصل از مدل معادله ساختاری (Smart PLS) نیز نشان دادند که متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی در مجموع $60/0\%$ از واریانس متغیر تعامل همسران را تبیین می‌کند. با مدنظر قرار دادن مقادیر مربوط به حجم اثر شاخص ضریب تعیین این مقدار در حد متوسط ($0/36$) برآورد می‌شود. به عبارت دیگر، متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی در حد متوسط توان تبیین واریانس متغیر تعامل اجتماعی همسران را دارد.

یافته‌های پژوهش حاضر مبنی بر ارتباط بین شبکه‌های اجتماعی مجازی و تعامل اجتماعی با یافته‌های پژوهش‌های اسکانی نوغانی و دیگران (1394)، خجیر و حسین نظر (1392) و مالا موس و بریر (2006) همخوانی دارد. هرکدام از متفکران فوق در پژوهش‌های خود به این نتیجه رسیدند که بین شبکه‌های اجتماعی و تعامل بین همسران ارتباط وجود دارد؛ بدین ترتیب که شبکه‌های اجتماعی، عاملی در کاهش تعاملات در خانواده در ابعاد مختلف می‌باشد - نتایجی که با یافته‌های پژوهش حاضر مطابق است.

بنابراین مشاهده می‌شود که شبکه‌های اجتماعی یکی از عوامل مهم کاهش تعاملات در سطح خانواده است و با افزایش استفاده از شبکه‌های اجتماعی میزان تعاملات اجتماعی کاهش پیدا می‌کند. تحت تأثیر شبکه‌های مجازی، آنچه همسران باید از زندگی مشترک انتظار داشته باشد به نوعی تحریف می‌شود و نارضایتی از زندگی طرفین به سردی گراییدن روابط عاطفی و سرانجام خیانت و طلاق می‌انجامد. جذابیت و فریبندگی اینترنت و شبکه‌های مجازی در محیط خانواده باعث از هم گسیختگی ازدواج، روابط زناشویی و روابط بین همسری شده است.

در پایان باید گفت وقتی ما نمی‌توانیم جلوی تولید را بگیریم باید استفاده درست از این نرم‌افزارها را آموزش دهیم. در این راستا برگزاری جلسات آموزشی از سوی مصادر امور فرهنگی به منظور آشناسازی و اطلاع رسانی به مردم و خانواده‌ها در مورد فناوری‌های جدید به ویژه اینترنت و نرم‌افزارهایی جدید از جمله: وایبر، تانگوم، واتس آپ و لاین و شبکه‌های اجتماعی مجازی سودمند خواهد بود.

با توجه به نتایج حاصل از فرضیه اصلی تحقیق پیشنهاد می‌شود مسئولان با فرهنگ سازی در زمینه استفاده درست و به اندازه از شبکه‌های اجتماعی و دنیای مجازی، گام‌های موثری در جهت افزایش رضایت زناشویی بردارند.

همچنین، پیشنهاد می‌شود زوجین با استفاده صحیح از شبکه‌های اجتماعی و توانمندسازی خود در مدیریت هیجانات، به رضایت بیشتری در زندگی مشترک دست پیدا کنند که این امر نیازمند غنی سازی برنامه‌های مشاوره‌ای مراکز مربوطه می‌باشد.

پیشنهاد می‌شود زوجین با افزایش صمیمیت و همراهی عاطفی و استفاده صحیح از شبکه‌های اجتماعی، میزان احساس صمیمیت نسبت به هم را بالا ببرند و موجب رشد احساسات و ارزش‌ها بین خود و اعضای خانواده گردند.

پیشنهاد می‌شود زوجین رفتارها و واکنش‌های مثبت را هنگام گفتگوها و در حین پرسیدن جزئیات گفتگو از خود نشان دهند و موجب حفظ و آرامش نهاد خانواده و پیشگیری از آسیب‌هایی چون طلاق گردند. همچنین، پیشنهاد می‌شود زوج‌ها نسبت به یکدیگر نگرش توجه آمیز داشته باشند و به گفته‌های همسر خود اعتبار دهند که این امر افزایش احترام و ارزش دهی به همسر را در پی خواهد داشت و با کاهش مقاومت در زوج‌ها و بهبود ارتباط آنان همراه خواهد بود.

منابع

- آرمایان، رضا. (۱۳۹۵). "تفاوت آسیب در شبکه های اجتماعی از کلان شهرها تا روستاها". روزنامه امروز خراسان جنوبی، ۹ شهریور، شماره ۳۱۴۸.
- آزاد ارمکی، تقی و امامی، یحیی. (۱۳۸۳). "تکوین حوزه عمومی و گفت و گوی عقلانی". مجله جامعه شناسی ایران. دوره پنجم، شماره ۱.
- اسکافی نوغانی، مریم؛ ترکمان، فرح و ساروخانی، باقر. (۱۳۹۴). "اثر شبکه های اجتماعی بر طلاق عاطفی در شهر مشهد". دوفصلنامه علوم اجتماعی. سال ۱۲، شماره ۱.
- اسلامی، مروارید. (۱۳۹۱). بررسی شبکه های اجتماعی و تأثیرات آن ها بر ابعاد مختلف زندگی. نخستین کنگره ملی فضای مجازی و آسیب های اجتماعی نوپدید. تهران: وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی
- اسلوین، جیمز. (۱۳۸۱). اینترنت و جامعه. عباس گیلوری و علی رادباوه. تهران: نشر کتابدار
- امیدوار، احمدعلی و صارمی، علی اکبر. (۱۳۸۱). اعتیاد به اینترنت: توصیف، سبب شناسی، پیشگیری، درمان و مقیاس های سنجش اختلال اعتیاد به اینترنت مرکز مشاوره و خدمات روان شناختی پردیس. مشهد: انتشارات تمرین.
- بستان، حسین و همکاران. (۱۳۸۵). اسلام و جامعه شناسی خانواده. قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه
- تامپسون، جان. ب. (۱۳۸۰). رسانه ها و مدرنیته. مسعود اوحدی. تهران: سروش
- خجیر، یوسف و حسین نظر، فائزه. (۱۳۹۲). "آسیب شناسی خانواده ایرانی در عرصه شبکه های اجتماعی مجازی". همایش تخصصی بررسی ابعاد شبکه های اجتماعی، تهران، جهاد دانشگاهی، پژوهشگاه فناوری اطلاعات.
- دانشپور، سید عبدالهادی و چرخچیان، مریم. (۱۳۸۶). "فضاهای عمومی و عوامل مؤثر بر حیات جمعی". نشریه باغ نظر. شماره ۷.
- دفلور، ملوین و اورت ای. دنیس. (۱۳۸۷). شناخت ارتباط جمعی. سیروس مرادمی. تهران: نشر صدا و سیما
- دهقان، حسین؛ پوررضا، ناصر و احسان، مونا. (۱۳۹۵). "رابطه فضاهای اقتصادی شهری و شبکه های اجتماعی: بررسی تأثیر میدان های میوه و تره بار و هایپر استار بر تعاملات اجتماعی". مطالعات جامعه شناختی شهری. سال ششم، شماره ۱۸.
- ذکایی، سعید. (۱۳۸۳). "جوانان و فراغت مجازی". فصلنامه مطالعات جوانان، شماره ۶؛
- صادقی، منصوره السادات؛ مظاهری، محمدعلی و موتابی، فرشته. (۱۳۹۲). «نقش تعامل زوجین در کاربرد مهارت های ارتباطی». فصلنامه خانواده پژوهی. تابستان، دوره ۹، شماره ۳۴.
- ضیاء، نازنین. (۱۳۹۲). "مدیاتک، فضای شهری هزاره سوم". پایان نامه کارشناسی ارشد معماری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال.
- کفاشی، مجید. (۱۳۸۸). "بررسی تأثیر اینترنت بر ارزش های خانواده". فصلنامه پژوهش اجتماعی. سال ۲، شماره ۳.
- مرتضوی، محمودرضا؛ مرادی، منصوره و جادری، هادی. (۱۳۹۲). "کارکرد اجتماعی اینترنت و امنیت روانی خانواده". همایش تخصصی بررسی ابعاد شبکه های اجتماعی، تهران: جهاد دانشگاهی، پژوهشگاه فناوری اطلاعات.
- مهرابی زاده هنرمند، مهناز. (۱۳۸۹). "اثر بخشی افزایش مهارت های زندگی در افزایش سازگاری زناشویی

- زنان متأهل ۴۰ - ۲۰ سال. مجله مطالعات آموزش و یادگیری. دوره دوم. شماره اول. بهار و تابستان.
- نریمانی، شهلا. (۱۳۹۰). "بررسی آسیب های اجتماعی، فرهنگی و تربیتی فراروی خانواده". معاونت فرهنگی جهاد دانشگاهی واحد لرستان، دومین همایش سراسری هجوم خاموش.
- نعیمی، محمدرضا. (۱۳۹۰). "تأثیر تعامل خانواده و ماهواره در بروز پدیده طلاق (مطالعه موردی شهرستان گرگان)". جامعه شناسی مطالعات جوانان. دوره ۱، شماره ۱.

- Ahn, T. and Ostrom. E. (2002). "Social capital and the second generation theories of collective action: An analytical approach to the forms of social capital." Workshop in political theory and policy analysis, Indiana University.
- Christoforou, A. (2005). "On the Determinants of Social Capital in Greece Compared to Countries of the European Union." Fondazione Eni Enrico Mattei, Working Papers, 68.
- Iryana, S. (2014). "Family and Marital Satisfaction and the Use of Social Network Technologies." Journal of Contemporary Family Therapy, 28(4), 497-504
- Malamuth, N. M., & Briere, J. (2006). "Sexual violence in the media: Indirect effects on aggression against Women." Journal of Social Issues, 42(3), 75-92.
- Pempek, T., & et al. (2009). "College students' social networking experiences on Face book." Journal of Applied Developmental Psychology, 30: 227-238.
- Raymond M. Kramer. (2012). **Trust and Distrust in Organizations.** Annual Review of Psychology.
- Rianne C. Farrugia. (2013). "Facebook and Relationships: A Study of How Social Media Use is Affecting Long-Term Relationships." Rochester Institute of Technology, 4-9
- Sinha, S. P. and Mackerjee. N. (1990). "Marital adjustment and space orientation." Journal of Social Psychology, 130: 633-639.
- Wellman, B. (2001). **Network in the Global Village.** Boulder, Co: Westwood.



مطالعه رفتارهای پرخطر دانشجویان و ارتباط آن با پابندی به ارزش‌های جمعی و مصرف رسانه‌ای (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه شهید مدنی آذربایجان)

صمد رسول‌زاده اقدم^۱
حامد اکبرپور^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۶/۷

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۸/۵

هدف پژوهش حاضر، مطالعه رابطه پابندی به ارزش‌های جمعی (خانوادگی، دینی، فرهنگی - اجتماعی) و استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی (تلویزیون، شبکه‌های ماهواره‌ای، اینترنت، شبکه‌های اجتماعی مجازی) با رفتارهای پرخطر است. روش تحقیق این مطالعه، پیمایشی و با استفاده از پرسشنامه انجام شده است. جامعه آماری پژوهش را کلیه دانشجویان دانشگاه شهید مدنی آذربایجان در سال تحصیلی ۹۶-۱۳۹۵ تشکیل داده‌اند که تعداد آنها برابر با ۷۰۰۰ نفر است. از این جامعه آماری، تعداد ۳۷۰ دانشجو به صورت نمونه‌گیری طبقه‌بندی شده انتخاب گردیده‌اند. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که بین متغیرهای جنس، وضعیت تأهل و پایگاه اقتصادی - اجتماعی با رفتارهای پرخطر تفاوت معناداری وجود دارد. همچنین، بین متغیرهای میزان استفاده از رسانه‌ها و پابندی به ارزش‌های جمعی با رفتارهای پرخطر رابطه معناداری وجود دارد. در مجموع، متغیرهای مستقل وارد شده (پابندی به ارزش‌های خانوادگی، دینی، فرهنگی - اجتماعی و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی) در مدل رگرسیونی پژوهش توانسته‌اند ۳۲ درصد از تغییرات رفتارهای پرخطر دانشجویان را تبیین کنند.

واژگان کلیدی: پابندی به ارزش‌های جمعی، رفتارهای پرخطر، مصرف رسانه‌ای و دانشجویان

۱. استادیار، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه شهید مدنی آذربایجان، تبریز، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: S.rasoulzadeh@azaruniv.ac.ir

۲. کارشناس ارشد، روانشناسی عمومی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

مقدمه

جوانی ساخت جمعیت و تأخر فرایند جامعه‌پذیری نسبت به نظم نوین جهانی در جامعه در حال گذار ایران معاصر، به رشد مسئله بزهکاری جوانان و نوجوانان منجر شده است. در این زمینه، جوانانی که نمی‌توانند به دلیل ضعف عملکرد کارگزاران و عوامل جامعه‌پذیری و نابسامانی فضای ساختی حاکم بر نظام اجتماعی، تمایلات خود را به سوی رفتارهای هم‌نوا و بهنجار هدایت نمایند، ناگزیر به ناهم‌نوابی کشیده می‌شوند و رفتارهای انحرافی و بزهکارانه‌ای از خود بروز می‌دهند. رفتارهای بزهکارانه جوانان انواع مختلفی دارد که بر حسب عمق، شدت و پیامدهای آن به بزهکاری‌های شدید مانند تجاوز به عنف، سرقت مسلحانه، سوء مصرف الکل و مواد مخدر و بزهکاری‌های ملایم نظیر فرار از خانواده و مدرسه، تخریب اموال عمومی و خصوصی و دزدی‌های کوچک تقسیم می‌شوند (احمدی و معینی، ۱۳۹۳: ۲). در این پژوهش به رفتارهای بزهکارانه شدید که با عنوان «رفتارهای پرخطر» نامیده می‌شوند، پرداخته می‌شود.

مفهوم گسترده رفتار پرخطر، سلسله‌ای از رفتارها را دربر می‌گیرد که نه تنها برای فرد درگیر در این رفتار و افراد مهم زندگی وی زیان‌های جدی به بار می‌آورد، بلکه باعث صدمات غیر عمدی به افراد بی‌گناه دیگر نیز می‌شود (کاظمینی و مدرس غروری، ۱۳۹۲: ۱۵). در واقع، این گونه رفتارها احتمال پیامدها و نتایج منفی و مخرب جسمی، روانی و اجتماعی را برای فرد افزایش می‌دهد (کار و گرور، ۲۰۰۳). رفتارهای پرخطر نظیر اعمال خشونت و درگیری فیزیکی با دیگران، استعمال دخانیات، مصرف الکل و مواد مخدر و داروهای نشأت‌آور، رفتارهای پرخطر جنسی، همه از رفتارهایی هستند که می‌توانند سبب افزایش اضطراب در نوجوانان و جوانان شوند و زمینه را برای ابتلای آنان به انواع بیماری‌ها و حتی مرگ زودرس فراهم آورند (آتش‌نفس و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۱۹).

وقوع رفتارهای پرخطر در سنین نوجوانی و جوانی و شیوع آنها در بین جوانان در نتیجه اختلال در برخی مکانیسم‌ها و ناشی از عوامل متعددی می‌باشد. از مهمترین این موارد، پایداری به ارزش‌های جمعی است. پایداری به ارزش‌های جمعی (ارزش‌های خانوادگی، دینی، اجتماعی) رکن لازم و اساسی زندگی اجتماعی می‌باشد و بهره‌مندی از آن می‌تواند نقش مهمی در بازدارندگی رفتارهای پرخطر در بین جوانان داشته باشد، زیرا دوره جوانی، یک دوره گذار و همراه با بحران‌های مختلفی می‌باشد. عامل دیگری که در گرایش به این گونه رفتارها نقش دارد، استفاده از رسانه‌های ارتباطی است. رسانه‌ها در گرایش به انواع رفتارهای پرخطر دخیل هستند. رسانه‌ها از یک سو، توانایی تشدید احساس ناامنی، ترویج بزهکاری و تشویق افراد مستعد ارتکاب جرم را دارند و از سوی دیگر، با ایفای نقش اطلاع‌رسانی مسئولانه و ترویج الگوهای زندگی سالم، در کاهش وقوع جرم و تامین احساس امنیت موثرند (مهرابی و همکاران، ۱۳۹۵: ۶).

هدف پژوهش حاضر، مطالعه میزان رفتارهای پرخطر در بین دانشجویان و ارتباط آن با پایداری به ارزش‌های جمعی و مصرف رسانه‌ای است. در مورد اهمیت و ضرورت پژوهش نیز می‌توان گفت که در حال حاضر، مسئله رفتارهای پرخطر یکی از معضلات اصلی جامعه ماست و اگر بینش و گرایش جوانان در این زمینه اصلاح نشود، پیامدهای منفی بسیاری را به دنبال خواهد داشت. از این رو، مطالعه دلایل و گرایش آنها به رفتارهای پرخطر، از اهمیت و ضرورت فراوانی برخوردار است؛ چرا که گرایش جوانان و به خصوص دانشجویان به عنوان آینده‌سازان و نیروها و عوامل اصلی توسعه و پیشرفت جامعه باعث بروز مشکلات گسترده‌ای هم برای خود فرد و هم برای جامعه خواهد شد.

پیشینه پژوهش

یافته‌های پژوهش علی‌وردی‌نیا (۱۳۹۲) نشان می‌دهد که تفاوت معناداری بین میانگین رفتارهای پرخطر پسران (۶۳/۱) و میانگین رفتارهای پرخطر دختران (۳۱/۱) وجود دارد و به طور کلی میانگین تمامی ابعاد رفتارهای پرخطر در میان پسران (به غیر از اقدام به خودکشی) بیشتر از دختران می‌باشد. نتایج حاصل از تحلیل‌های رگرسیونی چندگانه ابعاد رفتارهای پرخطر نشان داده است که از میان تمامی متغیرهای وارد شده در مدل رگرسیونی، پیوند افتراقی تنها متغیری بوده است که با تمام ابعاد رفتارهای پرخطر ارتباط مستقیم و معناداری داشته است و متغیرهای این تحقیق قادر بوده است ۵۵ درصد از نوسانات متغیر رفتارهای پرخطر را توضیح دهد. ستار و همکارانش (۱۳۹۳) در مطالعه‌ای با عنوان «عوامل اجتماعی موثر بر گرایش دانشجویان به رفتارهای پرخطر و آسیب‌های اجتماعی» نشان دادند که مصرف سیگار، تماشای سایت‌ها و فیلم‌های غیرمجاز و مصرف قلیان دارای بیشترین میزان شیوع در بین دانشجویان می‌باشد. همچنین، نتایج آزمون فرضیه‌ها نشان داد متغیر فشار اجتماعی با میزان ضریب پیرسون ۰/۱۵ و متغیر سازگاری اجتماعی با میزان ضریب همبستگی ۰/۳۱- دارای روابط معنادار آماری با متغیر رفتارهای پرخطر هستند.

افشانی و همکارانش (۱۳۹۳) در مطالعه‌شان نشان دادند که در رفتارهای پرخطر (شاخص کل)، مواد مخدر، الکلی، سیگار، خشونت، رفتار جنسی، رابطه با جنس مخالف و رانندگی خطرناک تفاوت معناداری بین زنان و مردان وجود دارد که در مردان به طور معناداری از زنان بیشتر است. همچنین، در رفتارهای پرخطر (شاخص کل)، سیگار و رانندگی خطرناک تفاوت معناداری بین مجردها و متأهل‌ها وجود دارد که در مجردها به طور معناداری از متأهل‌ها بیشتر است. آزمون آماری پیرسون نیز نشان داد که بین مؤلفه‌های رفتار پرخطر با میزان دینداری رابطه منفی و معناداری وجود دارد.

یافته‌های پژوهش رشید (۱۳۹۴) با عنوان «رفتارهای پرخطر در بین دانش‌آموزان نوجوان دختر و پسر شهر تهران» حاکی از آن است که تجربه کشیدن قلیان، کشیدن سیگار، رابطه جنسی، کتک‌کاری در بیرون از خانه و تجربه مصرف الکلی به ترتیب همه‌گیرترین رفتارهای پرخطر در میان نوجوانان بودند. ضمن این که میانگین رفتارهای پرخطر در بین پسران بیشتر از دختران بود.

یافته‌های پژوهش احمدی و معینی (۱۳۹۴) با عنوان «بررسی رابطه مهارت‌های اجتماعی و رفتارهای پرخطر جوانان: مطالعه موردی شهر شیراز» نیز نشان داد که بین دلبستگی به خانواده و دوستان، تعهد به هنجارها، مشارکت، باور به اصول اخلاقی، مهارت‌های اجتماعی و رفتارهای پرخطر رابطه معناداری وجود دارد. همچنین، به لحاظ رفتارهای پرخطر بین جنس، وضعیت تأهل، طبقه اجتماعی، ساختار خانواده تفاوت معناداری وجود داشت، اما بین سن، تحصیلات و رفتارهای پرخطر رابطه معناداری مشاهده نشد.

نایی و لطفی‌خاچکی (۱۳۹۴) در مطالعه‌ای با عنوان «تأثیر روابط و پیوندهای خویشاوندی بر میزان آسیب‌های اجتماعی در استان‌های کشور» نشان دادند که در اغلب استان‌ها هر اندازه میزان تعلق و وابستگی افراد به خانواده و بستگان‌شان بیشتر و گسستگی و بی‌ثباتی خانواده کمتر باشد، میزان آسیب‌ها و انحرافات اجتماعی در آن استان‌ها کمتر خواهد بود.

یافته‌های پژوهش ایمان و همکاران (۱۳۹۵) با عنوان «سنجش جامعه‌شناختی نابهنجاری‌های رفتاری دانش‌آموزان (مورد مطالعه: شهر شیراز)» حاکی از آن است که با افزایش پایداری‌های مذهبی و ارتباط صمیمی با اعضای خانواده، از میزان نابهنجاری‌های رفتاری دانش‌آموزان کاسته می‌شود.

یافته‌های کونینگ^۱ و همکاران (۲۰۰۱)، والاس^۲ و همکاران (۲۰۰۳) و نان‌مئکر^۳ و همکاران (۲۰۰۳) حاکی از آن است که بین متغیرهای دینداری و مصرف سیگار (به عنوان بعدی از رفتارهای پرخطر) رابطه معنادار معکوسی وجود دارد؛ یعنی با افزایش میزان دینداری افراد، آنها کمتر به کشیدن سیگار سوق پیدا می‌کنند. یافته‌های تاکر^۴ و همکارانش (۲۰۰۵) پیرامون عوامل محافظت‌کننده در پیشگیری از رفتارهای پرخطر حاکی از آن است که دینداری و پایداری به ارزش‌های دینی، مشارکت در فعالیت‌های مدرسه، مشارکت در فعالیت‌های ورزشی، برخورداری از سلامت روانی، برخورداری از ارتباط مناسب با والدین، نگرش منفی نسبت به سوء مصرف مواد مخدر و حمایت اجتماعی بالا، نقش مهمی در پیشگیری از رفتارهای پرخطر دارند. اسکوبار^۵ و همکارانش (۲۰۰۵) در پژوهشی با عنوان «تاثیر رسانه‌ها بر نگرش‌ها و رفتارهای جنسی نوجوانان» نشان دادند که نوجوانانی که بیشتر برنامه‌های با محتوای جنسی را تماشا می‌کنند، تمایل به رفتارهای جنسی افراطی دارند و نگرش آنان نسبت به رفتار جنسی قبل از ازدواج مثبت است.

اسپرینگر^۶ و همکارانش (۲۰۰۶) در پژوهشی به بررسی ارتباط بین حمایت اجتماعی دریافت شده از سوی والدین و انسجام اجتماعی در مدرسه با انجام رفتارهای پرخطر در میان ۹۳۰ نفر دانش‌آموز دوره متوسطه در کشور السالوادور پرداخته‌اند. یافته‌های آنها نشان داد که دانش‌آموزان دختر که حمایت اجتماعی کمتری از والدین خود دریافت کرده بودند، احتمال بیشتری برای ارتکاب در رفتارهای پرخطر داشتند. دانش‌آموزان با داشتن انسجام اجتماعی کمتر، به احتمال بیشتری دارای افکار خودکشی بودند و الکل مصرف می‌کردند. در این مطالعه، دانش‌آموزان پسر دارای رفتارهای پرخطر بیشتری بودند.

یافته‌های جوی و چان^۷ (۲۰۱۳) در پژوهش‌شان با عنوان «مجرم نوجوان» حاکی از آن است که پیوندهای ضعیف با والدین و نگرش منفی به نظام حقوقی می‌تواند تمایل به ارتکاب سرقت و بزهکاری را افزایش دهد. بنابراین، پیوندهای مناسب والدین با فرزندان و برخورداری از درکی روشن نسبت به نظام حقوقی می‌تواند به عنوان عوامل پیشگیری‌کننده از جرم و بزهکاری عمل کنند.

چارچوب نظری پژوهش

نظریه کنترل اجتماعی

راه و روش زندگی در هر جامعه، آشنایی با ارزش‌ها و هنجارها و تلاش در جهت سازگار و هم‌نوا شدن با الگوهای رفتاری پذیرفته شده، طی فرایند جامعه‌پذیری به افراد آن جامعه آموخته می‌شود. اما اگر چه جامعه‌پذیری چگونگی هم‌نوا شدن را می‌آموزد، ولی این هماهنگی، اختیاری است و در صورت عدم سازگاری داوطلبانه افراد، به مکانیسم‌های کنترل اجتماعی جهت اجبار افراد به تبعیت از ارزش‌ها و هنجارها نیاز خواهد شد. به عبارت بهتر، طی فرایند جامعه‌پذیری ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی به افراد آموخته شده و سپس رفتار آنها از طریق کنترل اجتماعی تحت نظارت قرار می‌گیرد. کنترل اجتماعی به مجموع عوامل محسوس و نامحسوسی گفته می‌شود که جامعه در جهت حفظ معیارهای خود به کار می‌برد. همچنین، مجموع موانعی

1. Koenig
2. Wallace
3. Nonnemaker
4. Tucker
5. Escobar
6. Springer
7. Chui & Chan

است که به قصد جلوگیری افراد از کجروی سر راه آنها قرار می دهد (ایمان و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۴۸-۱۴۷). دورکیم و هیرشی^۱ دو تن از مهمترین نظریه پردازان حوزه کنترل اجتماعی هستند.

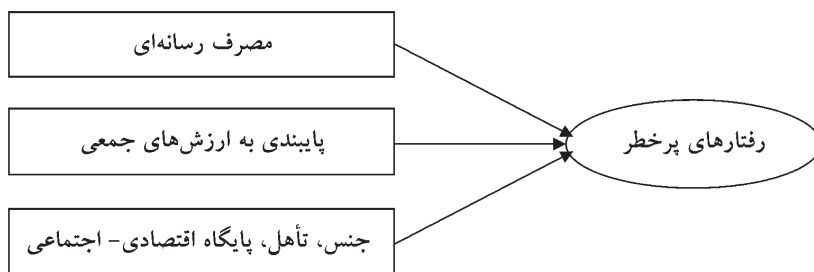
دورکیم معتقد است که اگر در جامعه ای همبستگی اجتماعی به معنای نیروی کششی که افراد یک جامعه را به هم نزدیک کرده یا پیوند می زند قوی باشد، اعضای آن به احتمال زیاد با ارزش ها و هنجارها همراه می شوند و مطابق با آنها رفتار خواهند کرد؛ اما اگر همبستگی اجتماعی ضعیف باشد، ممکن است از حرکت در مسیر ارزش ها و هنجارها منحرف شده و به سوی رفتار مجرمانه کشیده شوند (دورکیم، ۱۳۹۳: ۶۲). باید دانست که روابط و پیوندهای خانوادگی، دینی، فرهنگی و اجتماعی در یک جامعه از جهاتی، نشان دهنده قوت همبستگی های اجتماعی است و می تواند باعث کنترل میزان آسیب های اجتماعی در جامعه شود (نایی و لطفی خاچکی، ۱۳۹۴: ۸).

مهمترین و معروف ترین نظریه کنترل اجتماعی، نظریه پیوند اجتماعی هیرشی می باشد. هیرشی فرض می کند که بشر ذاتاً ضد اجتماعی و به طور طبیعی آماده انجام دادن عمل انحرافی است. سوال اصلی هیرشی این نیست که چرا بعضی از افراد منحرف می شوند، بلکه سوال او این است که چرا بعضی از افراد منحرف نمی شوند. پیوند اجتماعی مثل یک مکانیسم کنترل عمل می کند و گرایشات طبیعی افراد را به رفتارهای انحرافی کنترل می کند. بر اساس نظریه پیوند اجتماعی، اعمال بزهکارانه هنگامی رخ می دهد که پیوند یا اتصال فرد با جامعه ضعیف یا شکسته می شود (جانگر و مارشال، ۱۹۹۷). مهمترین عناصری که این پیوند را شکل می دهد، وابستگی به دیگران است که مبنای اصلی درونی کردن هنجارها به شمار می رود (ممتاز، ۱۳۸۷: ۱۲۱). نظریه پیوند اجتماعی هیرشی دارای چهار عنصر پیوستگی^۲، تعهد^۳، مشغولیت^۴ و باور^۵ می باشد. پیوستگی به صورت پیوند احساسی افراد با دیگران مهم مثل خانواده، دوستان و بستگان نزدیک تعریف می شود (رایدنور و همکاران^۶، ۲۰۰۶). تعهد از نقطه نظر هیرشی بعد جامعه شناسی مفهوم خود^۷ در روان شناسی است؛ به این معنی که ما وقت و انرژی در راه دستیابی به اهدافی مانند تحصیل، کار و داشتن شهرت خوب در میان دیگران صرف می کنیم. فردی که به فعالیت های متعارف در زندگی روزمره متعهد باشد، به منظور حفظ موقعیتی که با کوشش برای خود به دست آورده کجروی نمی کند و خود را به خطر نمی اندازد. مشغولیت به این معناست که معمولاً کسانی که درگیر کار، زندگی خانوادگی، سرگرمی، مشارکت اجتماعی و امثال این هستند، کمتر فرصت پیدا می کنند که هنجارشکنی کنند. برعکس، کسانی که بیکار هستند بیشتر به کج رفتاری روی می آورند. به همین دلیل آسیب شناسان اجتماعی معتقدند که افزایش سال های تحصیل، انجام خدمت وظیفه و فراهم بودن امکانات ورزشی، باعث کاهش کج رفتاری و بزهکاری در میان جوانان می شود. در انتها باور یعنی هر چه قدر که میزان اعتقاد به ارزش های اخلاقی و هنجارهای فرهنگی ضعیف تر باشد، احتمال بروز کج رفتاری در فرد بیشتر می شود. فردی که خود را تحت تأثیر اعتقادات معمول در جامعه نبیند، هیچ وظیفه اخلاقی نیز برای همنوایی با قوانین رسمی و غیررسمی برای خود تصور نمی کند (رسول زاده اقدم و عدلی پور، ۱۳۹۵: ۴۸-۴۷). در مجموع، با استفاده از نظریه کنترل اجتماعی می توان گفت که هر چه پیوند افراد به خانواده و نهادهای اجتماعی مثل دین بالا باشد فرد کمتر دچار کجروی می شود و از هنجارها و ارزش های جامعه تخطی نمی کند. به عبارت دیگر، هر چه پایبندی افراد به ارزش های خانوادگی، دینی و فرهنگی - اجتماعی بالا باشد، افراد کمتر رفتارهای پرخطر را مرتکب می شوند.

1. Hirshchi
2. Attachment
3. Commitment
4. Involvement
5. Belief
6. Ridenour and et al
7. Ego

مصرف رسانه‌ای و رفتارهای پرخطر

امروزه رسانه‌ها به شکل گسترده‌ای در زندگی بشر نفوذ کرده‌اند و تأثیر بسزا و تعیین‌کننده‌ای در جهت‌دهی افکار عمومی دارند. برخی از پژوهشگران بر این باورند که یکی از عوامل اصلی بروز خشونت در جامعه، گسترش نمایش خشونت از تلویزیون و فراوانی لوح‌های فشرده حاوی صحنه‌های کشتار و زد و خوردها و ماجراهای خونی است. همچنین، پژوهشگران بین انحرافات اجتماعی دیگر از جمله: اعتیاد، سرقت و راهزنی و تماشای برنامه خشونت‌آمیز تلویزیونی رابطه یافته‌اند. علاوه بر این، برنامه‌های تلویزیون که مصرف دخیات را به تصویر می‌کشند، ممکن است موجب تشویق نوجوانان به سیگار کشیدن شوند- همان طور که برخی از مطالعات بین افزایش سیگار کشیدن در جوانان و نمایش صحنه‌های کشیدن سیگار در فیلم‌ها ارتباط یافتند (مهرابی و همکاران، ۱۳۹۵: ۷-۶). همچنین، مطالعه عبدی (۱۳۹۲) هم نشان داد که تماشای ماهواره در افراد متأهل و مجرد به یک میزان نقش زیادی در ایجاد روابط جنسی پرخطر دارد. این در حالی است که امروزه استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی نقش زیادی در گذران اوقات فراغت جوانان ایفا می‌کنند و لزوماً بر محتوای آنچه که در این شبکه‌ها در بین نوجوانان و جوانان مبادله می‌شود، نظارت کمتری وجود ندارد. شواهد حاکی از قابل توجه بودن محتوای مبتنی بر لذت‌گرایی غیرقانونی نظیر مضامین جنسی و غیراخلاقی و حتی تبلیغ برخی مواد غیرقانونی است (مهرابی و همکاران، ۱۳۹۵: ۷).



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

فرضیه‌های پژوهش

جدول ۱: فرضیه‌های پژوهش

فرضیه	نظریه استنباط شده
بین جنس و ارتکاب رفتارهای پرخطر تفاوت معناداری وجود دارد.	پیشینه پژوهش
بین وضعیت تأهل و ارتکاب رفتارهای پرخطر تفاوت معناداری وجود دارد.	پیشینه پژوهش
بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی و ارتکاب رفتارهای پرخطر تفاوت وجود دارد.	پیشینه پژوهش
بین پابندی به ارزش‌های جمعی (و ابعاد آن) با رفتارهای پرخطر رابطه وجود دارد.	نظریه کنترل اجتماعی
بین میزان مصرف رسانه‌ای و رفتارهای پرخطر رابطه وجود دارد.	مصرف رسانه‌ای و رفتارهای پرخطر

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع تحقیقات کمی است و به روش پیمایش انجام شده است. برای گردآوری اطلاعات مدنظر از تکنیک پرسشنامه بهره گرفته شده است. جامعه آماری این پژوهش، دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه شهید مدنی آذربایجان در سال تحصیلی ۱۳۹۵-۱۳۹۶ می باشد که بر اساس آمار آموزش کل این دانشگاه، ۷۰۰۰ نفر هستند. حجم نمونه با بهره گیری از فرمول کوکران، ۳۷۰ نفر برآورد شده است.

$$n = \frac{N.t^2.p.q}{N.d^2 + t^2.p.q}$$

که در آن n = حجم نمونه آماری، N = حجم کل جامعه آماری،
 t = درصد خطای معیار ضریب اطمینان قابل قبول که عموماً ۰/۰۵ در نظر گرفته می شود و مقدار آن برابر ۱/۹۶ است.

p = مقدار نسبت صفت موجود در جامعه

q = مقدار نسبت صفت عدم موجود در جامعه

d = درجه اطمینان یا دقت احتمالی مطلوب که برابر با ۰/۰۵ است.

با توجه به تنوع رشته ها و دانشکده ها، از شیوه نمونه گیری طبقه بندی شده استفاده شده است. همچنین در پژوهش حاضر، جهت تأمین اعتبار طیف های به کار رفته در سنجش متغیرها از اعتبار محتوایی و اعتبار صوری استفاده گردیده است؛ بدین صورت که هر متغیر با استفاده از تعاریف نظری موجود و سازه های نظری به صورت یک سازه عملیاتی مفهوم بندی شده است (اعتبار محتوایی). همچنین، پرسشنامه پس از طراحی توسط دو نفر از اساتید جامعه شناسی و روانشناسی مورد تأیید قرار گرفته است (اعتبار صوری). همچنین، برای سنجش میزان قابلیت اعتماد پرسشنامه از آلفای کرونباخ استفاده شده است. برای بیشتر متغیرها میزان آلفا بیش از ۰/۷۰ به دست آمد. این محاسبات در جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲: ضرایب آلفای کرونباخ برای متغیرهای پرسشنامه

متغیر	ابعاد	تعداد گویه	آلفای کرونباخ
رفتارهای پرخطر	مصرف مواد مخدر، روانگردان و مشروبات الکلی	۵	۰/۸۲
	سرقت	۲	۰/۷۱
	خشونت	۵	۰/۸۳
	انحراف جنسی	۳	۰/۷۰
	رانندگی پرخطر	۴	۰/۷۲
پایبندی به ارزش های جمعی	ارزش های خانوادگی	۷	۰/۸۶
	ارزش های دینی	۱۴	۰/۸۱
	ارزش های فرهنگی - اجتماعی	۸	۰/۶۵

تعریف عملیاتی مفاهیم پژوهش رفتارهای پرخطر

در پژوهش حاضر مفهوم رفتارهای پرخطر با استفاده از پنج بعد مصرف مواد مخدر، روانگردان و مشروبات الکلی، سرقت، خشونت، انحراف جنسی، و رانندگی پرخطر در قالب طیف لیکرت سنجیده شده است. گویه‌های این متغیر در جدول ۳ برای بررسی اعتبار سازه‌ای آن آورده شده است.

جدول ۳: نتایج تحلیل عاملی رفتارهای پرخطر در بین دانشجویان

نتیجه آزمون KMO	مقدار واریانس تبیین شده	عامل‌های رفتارهای پرخطر					گویه‌های رفتارهای پرخطر
		عامل پنجم	عامل چهارم	عامل سوم	عامل دوم	عامل اول	
K.M.O=0/89 Sig=0/000	۳۶/۴۰					۰/۶۹	کشیدن سیگار در یک سال گذشته
						۰/۷۰	کشیدن قلیان در یک سال گذشته
						۰/۶۹	استفاده از مواد مخدر
						۰/۷۶	نوشیدن مشروبات الکلی
						۰/۶۳	مصرف قرص روان‌گردان
	۸/۰۳				۰/۶۷		برداشتن وسایل از فروشگاه بدون پرداخت پول
					۰/۶۵		برداشتن پول یا وسایل اطرافیان
	۷/۰۷			۰/۷۵			درگیری یا زد و خورد با همسالان خود
				۰/۶۱			درگیری جدی با خانواده
				۰/۶۴			شکستن وسایل از روی عصبانیت
				۷۱			کتک‌کاری
				۰/۶۴			حمل چاقو یا اسلحه
	۵/۶۴		۰/۶۲				داشتن رابطه جنسی با جنس مخالف
			۰/۶۰				داشتن رابطه جنسی با هم جنس خود
			۰/۶۷				شرکت در پارتهای مختلط دوستانه
	۵/۰۳	۰/۶۲					سوار موتور سیکلت شدن بدون کلاه ایمنی
		۰/۶۰					سوار ماشین شدن بدون بستن کمربند ایمنی
		۰/۶۵					رانندگی با سرعت غیرمجاز
		۰/۵۹					لذت بردن از لایه کشیدن و تک چرخ زدن

پایبندی به ارزش های جمعی

ارزش ها را می توان مجموعه ای از پنداشت های اساسی نسبت به آن چه پسندیده است، دانست که تجلی گاه عمیق ترین احساسات مشترک نسبت به جهان در جامعه هستند (چلبی، ۱۳۸۸: ۶۰). این مفهوم با استفاده از سه بعد پایبندی به ارزش های خانوادگی، ارزش های دینی و ارزش های فرهنگی - اجتماعی در قالب طیف لیکرت سنجیده شده است.

مصرف رسانه ای

رسانه های جمعی برای حامیان خودشان فرصتی ایجاد می کنند تا مخاطبان خود را آموزش دهند و سرگرم و جامعه پذیر کنند. همچنین، رسانه های جمعی ابزاری هستند که از آنها برای ابلاغ پیام ها، بیان افکار و انتقال مفاهیم به دیگران استفاده می شود (ستوده، ۱۳۸۴: ۵۸). در واقع، رسانه های جمعی به تمام ابزارهای غیر شخصی ارتباط گفته می شود که به وسیله آن، پیام های دیداری و یا شنیداری به طور مستقیم به مخاطبان انتقال می یابند. در پژوهش حاضر، رسانه های جمعی به دو گروه رسانه های نوین (ماهواره، اینترنت، شبکه های اجتماعی مجازی) و داخلی (تلویزیون) تقسیم شده اند. برای عملیاتی کردن این مفهوم، از میزان ساعاتی که فرد در طی یک هفته از رسانه های مذکور مشخص استفاده می کند، سوال شده است.

یافته های پژوهش

یافته های توصیفی پژوهش حاکی از آن است که پاسخگویان در بازه سنی ۱۸ تا ۴۷ سال قرار دارند و میانگین سنی شان ۲۳ سال است. همچنین، ۴۰/۵ درصد از پاسخگویان یعنی ۱۵۰ نفر مرد و ۵۹/۵ درصد یعنی ۲۲۰ نفر نیز زن بوده اند. از نظر وضعیت تأهل، ۲۲ درصد پاسخگویان متأهل و ۷۸ درصد نیز مجرد هستند. علاوه بر این، ۲۹ درصد از پاسخگویان از پایگاه اقتصادی اجتماعی پایین، ۵۹ درصد متوسط و ۱۲ درصد نیز از پایگاه بالا برخوردار بوده اند.

در جدول ۴، توزیع مصرف رسانه ای پاسخگویان به تفکیک هر رسانه نشان داده شده است. آماره های جدول حاکی از آن است که میانگین استفاده پاسخگویان از اینترنت و شبکه های اجتماعی مجازی در سطح بالایی قرار دارد، اما میانگین استفاده از تلویزیون و شبکه های ماهواره ای در سطح پایینی است.

جدول ۴: میزان مصرف رسانه ای پاسخگویان بر حسب درصد

اصلاً	کمتر از ۱ ساعت	از ۱ ساعت تا کمتر از ۲ ساعت	از ۲ ساعت تا کمتر از ۳ ساعت	از ۳ ساعت تا کمتر از ۴ ساعت	از ۴ ساعت تا بیشتر از ۴ ساعت	میلگین
تلویزیون داخلی	۲۳/۵	۱۴/۱	۱۷	۷/۳	۹/۲	۲/۷۷
شبکه های ماهواره ای	۱۳/۸	۱۱/۶	۸/۹	۶/۲	۸/۴	۲/۳۰
اینترنت	۶/۲	۱۰/۳	۱۷	۱۳	۵۲/۲	۴/۹۰
شبکه های اجتماعی مجازی	۸/۶	۱۱/۹	۱۳/۵	۱۴/۹	۳۸/۴	۴/۲۴

اطلاعات جدول ۵ حاکی از آن است که میزان رفتارهای پرخطر در میان دانشجویان در تمامی موارد در سطح خیلی پایینی قرار دارد. (به جز عدم استفاده از کمربند ایمنی در هنگام رانندگی)

جدول ۵: توزیع درصد فراوانی افراد مورد مطالعه بر حسب گویه‌های رفتارهای پرخطر

اصلا	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین
۷۹/۲	۸/۶	۳/۵	۲/۷	۱/۶	۴/۳	۱/۵۱
۷۵/۴	۷/۶	۵/۷	۵/۴	۱/۱	۴/۹	۱/۶۳
۹۳/۸	۳	۰/۵	۱/۴	۰/۵	۰/۸	۱/۱۴
۸۵/۷	۳/۸	۴/۳	۴/۱	۱/۴	۰/۸	۱/۳۴
۹۴/۳	۳	۱/۶	۰/۳	۰/۵	۰/۳	۱/۱۰
۹۰/۵	۴/۹	۲/۴	۰/۸	۰/۵	۰/۸	۱/۱۸
۷۱/۹	۱۶/۵	۶/۲	۲/۴	۱/۶	۱/۴	۱/۴۹
۶۰	۲۵/۱	۵/۷	۵/۷	۱/۶	۱/۹	۱/۶۹
۵۵/۷	۲۲/۴	۱۱/۱	۶/۸	۲/۲	۱/۹	۱/۸۲
۶۰/۸	۲۰/۵	۸/۹	۵/۱	۳/۲	۱/۴	۱/۷۳
۶۲/۲	۲۰/۳	۹/۲	۵/۴	۰/۸	۲/۲	۱/۶۸
۸۱/۹	۱۰/۵	۳/۵	۱/۶	۱/۶	۰/۸	۱/۳۲
۷۸/۴	۱۱/۴	۳/۸	۴/۹	۰/۸	۰/۸	۱/۴۰
۸۹/۵	۵/۱	۲/۴	۲/۴	۰	۰/۵	۱/۱۹
۸۰/۵	۱۰/۸	۳	۲/۷	۰/۸	۲/۲	۱/۳۸
۶۸/۴	۸/۶	۵/۴	۵/۴	۳	۹/۲	۱/۹۳
۲۴/۹	۲۰/۳	۱۴/۱	۱۵/۱	۱۴/۱	۱۱/۶	۳/۱۰
۵۸/۹	۱۳/۸	۸/۶	۸/۶	۴/۴	۵/۷	۲/۰۴
۵۵/۱	۱۸/۱	۹/۷	۸/۹	۳	۵/۱	۲/۰۱

اطلاعات جدول ۶ نشان می‌دهد میانگین پایداری به ارزش‌های جمعی در پاسخگویان ۵۴/۸۶ می‌باشد که بیانگر یک نمره متوسط در پایداری به ارزش‌های جمعی نزد دانشجویان است. از میان زیرمقیاس‌های پایداری به ارزش‌ها، بعد پایداری به ارزش‌های دینی با میانگین ۲۵/۴۴ بالاترین نمره و بعد پایداری به ارزش‌های خانوادگی با میانگین ۱۰/۸۸ کمترین میانگین را دارا هستند.

جدول ۶: میانگین پابندی دانشجویان به ارزش‌های جمعی

بعد	حداقل	حداکثر	میانگین	انحراف استاندارد
ارزش‌های خانوادگی	۶	۲۵	۱۰/۸۸	۴/۳۲
ارزش‌های دینی	۱۰	۴۵	۲۵/۴۴	۷/۷۹
ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی	۸	۳۳	۱۸/۵۳	۵/۳۴
پابندی به ارزش‌های جمعی (کل)	۲۴	۹۵	۵۴/۸۶	۱۴/۳۷

پژوهش حاضر دارای پنج فرضیه است که به منظور بررسی صحت و سقم این فرضیه‌ها از آزمون‌های آماری مختلفی استفاده شده است. اطلاعات جدول ۷ نشان می‌دهد که بین زنان و مردان و همچنین افراد متأهل و مجرد در میزان رفتارهای پرخطر تفاوت معناداری وجود دارد؛ به طوری که میانگین رفتارهای پرخطر در بین مردان و افراد مجرد بیشتر از زنان و افراد متأهل است. بنابراین، فرضیه‌های اول و دوم تأیید می‌شوند.

جدول ۷: آزمون T برای مقایسه میانگین رفتارهای پرخطر به تفکیک جنس و وضعیت تأهل

متغیر	گروه	تعداد	میانگین	انحراف معیار	T	درجه آزادی	سطح معناداری
جنس	مرد	۱۵۰	۳۸/۹۸	۱۵/۴۹	۸/۶۰	۲۰۰/۸۳	۰/۰۰۰
	زن	۲۲۰	۲۷/۲۰	۷/۷۹			
وضعیت تأهل	مجرد	۲۶۲	۳۲/۳۷	۱۱/۴۴	۱/۹۸	۴۶/۹۸	۰/۰۵
	متأهل	۱۰۸	۲۸/۳۷	۱۵/۶۰			

نتایج جدول ۸ حاکی از آن است که بین پایگاه اقتصادی - اجتماعی و ارتکاب رفتارهای پرخطر تفاوت معناداری وجود دارد و میانگین رفتارهای پرخطر پاسخگویانی که پایگاه اقتصادی اجتماعی پایین‌تری دارند از بقیه گروه‌ها بیشتر است. بنابراین، فرضیه سوم نیز تأیید می‌شود.

جدول ۸: آزمون F برای مقایسه میانگین رفتارهای پرخطر بر حسب پایگاه اقتصادی - اجتماعی

متغیر	گروه	میانگین	انحراف معیار	F	سطح معناداری
پایگاه اقتصادی اجتماعی	بالا	۳۰/۵۰	۱۱/۰۵	۱۴	۰/۰۰۰
	متوسط	۳۰/۹۶	۱۱/۳۸		
	پایین	۴۲/۹۳	۲۰/۹۲		

● مطالعه رفتارهای پرخطر دانشجویان و ارتباط آن با پایداری به ارزش‌های جمعی و مصرف رسانه‌ای (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه شهید مدنی آذربایجان)

برای آزمون فرضیه چهارم و پنجم پژوهش از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است. اطلاعات جدول ۹، نشان می‌دهد که بین میزان استفاده از تلویزیون و رفتارهای پرخطر رابطه معنادار معکوسی وجود دارد، اما بین استفاده از رسانه‌های خارجی (ماهواره، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی) با رفتارهای پرخطر رابطه معنادار مستقیمی وجود دارد؛ یعنی با افزایش استفاده از رسانه‌های نوین، رفتارهای پرخطر نیز افزایش پیدا می‌کند.

جدول ۹: آزمون رابطه مصرف رسانه‌ای با رفتارهای پرخطر

متغیرها	مقدار همبستگی	سطح معناداری	آزمون فرضیه
تلویزیون داخلی و رفتارهای پرخطر	-۰/۱۰	۰/۰۴	تایید
شبکه‌های ماهواره‌ای و رفتارهای پرخطر	۰/۱۹	۰/۰۰۰	تایید
اینترنت و رفتارهای پرخطر	۰/۱۶	۰/۰۰۲	تایید
شبکه‌های اجتماعی مجازی و رفتارهای پرخطر	۰/۲۴	۰/۰۰۰	تایید

اطلاعات جدول ۱۰، نشان می‌دهد که بین پایداری به ارزش‌های جمعی و ابعاد آن و رفتارهای پرخطر رابطه معنادار معکوسی وجود دارد؛ یعنی با افزایش میزان پایداری پاسخگویان به ارزش‌های جمعی، میزان رفتارهای پرخطر آنها کاهش پیدا می‌کند.

جدول ۱۰: آزمون رابطه پایداری به ارزش‌های جمعی با رفتارهای پرخطر

متغیرها	مقدار همبستگی	سطح معناداری	آزمون فرضیه
پایداری به ارزش‌های خانوادگی و رفتارهای پرخطر	-۰/۵۲	۰/۰۰۰	تایید
پایداری به ارزش‌های دینی و رفتارهای پرخطر	-۰/۳۷	۰/۰۰۰	تایید
پایداری به ارزش‌های اجتماعی و رفتارهای پرخطر	-۰/۳۶	۰/۰۰۰	تایید
پایداری به ارزش‌های جمعی و رفتارهای پرخطر	-۰/۴۹	۰/۰۰۰	تایید

در ادامه به منظور مشخص شدن سهم تأثیر هر یک از متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته به تحلیل رگرسیونی پرداخته می‌شود. جدول ۱۱، مدل رگرسیونی چندمتغیره رفتارهای پرخطر پاسخگویان را که به روش همزمان^۱ - چون هدف ما فرضیه‌آزمایی است- وارد مدل شده‌اند را نشان می‌دهد. اطلاعات مندرج در این جدول نشان می‌دهد همبستگی چندگانه معادل ۰/۵۷ محاسبه شده که گویای این مطلب است که چهار متغیر پایداری به ارزش‌های خانوادگی، دینی، اجتماعی و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی به طور همزمان ۵۷ درصد با رفتارهای پرخطر ارتباط دارند. ضریب تعیین نیز ۰/۳۲ محاسبه شده است؛ به این معنی که ۳۲ درصد از تغییرات رفتارهای پرخطر توسط چهار متغیر مذکور تبیین شده است. ضرایب تأثیر استاندارد موجود در

1. Enter

این جدول نشان می‌دهد که قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده‌های رفتارهای پرخطر به ترتیب متغیرهای پایبندی به ارزش‌های خانوادگی (۰/۴۲-)، پایبندی به ارزش‌های اجتماعی (۰/۲۰-)، میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی (۰/۱۳) و پایبندی به ارزش‌های دینی (۰/۱۰-) می‌باشند.

جدول ۱۱: مدل رگرسیونی چندمتغیره رفتارهای پرخطر پاسخگویان

متغیرهای مستقل	B	Beta	T	Sig	R	R ²	F	Sig
پایبندی به ارزش‌های خانوادگی	-۱/۲۷	-۰/۴۲	-۹/۲۱	۰/۰۰۰	۰/۳۲	۰/۵۷	۵۸/۶۷	۰/۰۰۰
پایبندی به ارزش‌های اجتماعی	-۰/۴۸	-۰/۲۰	-۴/۳۶	۰/۰۰۰				
شبکه‌های اجتماعی مجازی	۰/۹۲	۰/۱۳	۲/۹۱	۰/۰۰۴				
پایبندی به ارزش‌های دینی	-۰/۲۲	-۰/۱۰	-۲/۱۰	۰/۰۳۰				

بحث و نتیجه گیری

در هر جامعه‌ای سطحی از رفتارهای پرخطر (مصرف مواد مخدر، سیگار، الکل، خشونت، رفتار جنسی، رابطه با جنس مخالف و رانندگی خطرناک) وجود دارد و طبق آمارها هر روز نیز بر میزان این رفتارها افزوده می‌شود- افزایش این رفتارها هم می‌تواند باعث بروز مسائل فردی و هم ایجاد مسائل جدی برای سلامت جامعه گردد که به نوبه خود، در حرکت جامعه به سمت رشد و پیشرفت خلل ایجاد می‌کند و یا حتی مانع از آن می‌شود (افشانی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۵۱) با توجه به تحقیق حاضر، پایبندی به ارزش‌های جمعی (خانوادگی، دینی و اجتماعی) و استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی می‌توانند امکانی فراهم کنند که افراد جامعه کمتر یا بیشتر به سمت رفتارهای پرخطر و انحرافی کشیده شوند.

یافته‌های پژوهش در این مورد نشان داد که به لحاظ رفتارهای پرخطر، بین جنس، وضعیت تأهل و پایگاه اجتماعی- اقتصادی تفاوت معناداری وجود دارد، به طوری که میزان وقوع رفتارهای پرخطر در بین مردان بیشتر از زنان، در بین افراد مجرد بیشتر از افراد متأهل و در بین طبقه پایین بیشتر از طبقه متوسط و بالا می‌باشد. این یافته‌ها در راستای یافته‌های پژوهش علی‌پوردی‌نیا (۱۳۹۲)، افشانی و همکاران (۱۳۹۳)، احمدی و معینی (۱۳۹۴) و رشید (۱۳۹۴) است.

همچنین، نتایج آزمون فرضیه دوم مبنی بر این که بین مصرف رسانه‌ای و رفتارهای پرخطر رابطه وجود دارد، نشان داد که بین استفاده از برنامه‌های تلویزیونی داخلی و رفتارهای پرخطر رابطه معنادار معکوسی وجود دارد؛ به طوری که با افزایش میزان استفاده از برنامه‌های تلویزیونی داخلی، میزان رفتارهای پرخطر کاهش می‌یابد، اما بین استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی با رفتارهای پرخطر رابطه معنادار مستقیمی وجود دارد؛ یعنی با افزایش استفاده از این رسانه‌های نوین، میزان رفتارهای پرخطر نیز افزایش می‌یابد. این یافته‌ها با یافته‌های پژوهش‌های قبلی و رمضان‌خانی (۱۳۸۶)، عبدی (۱۳۹۲)، مهرابی و همکاران (۱۳۹۵)، ویکفیلد^۱ (۲۰۰۳)، اسکوبار و همکاران (۲۰۰۵) و هولتز و اپل^۲ (۲۰۱۱) همخوانی دارند.

1. Wakefield

2. Holtz & Appel

در تحلیل این یافته‌ها، همان‌طور که یافته‌های توصیفی پژوهش نیز نشان داد میزان استفاده دانشجویان از رسانه‌های نوین در سطح بالایی قرار دارد و آنان بیشتر وقت خود را صرف حضور و تبادل اطلاعات در این رسانه‌های نوین می‌کنند. با توجه به این که ویژگی‌هایی همچون: «فرامگانی و فرازمانی»، «گمنامی و ناشناس بودن» و «نبود کنترل بر محتوای مطالب مبادلاتی» از مهمترین ویژگی‌های محیط تعاملی رسانه‌های نوین هستند، دانشجویان و جوانان با توجه به شرایط سنی و محدودیت‌های اخلاقی موجود در سطح جامعه می‌توانند به هر نوع اطلاعاتی دست پیدا کنند. در این زمینه مهرابی و همکارانش (۱۳۹۵) معتقدند با توجه به این که محتوای مطالب مورد مبادله در اینترنت و شبکه‌های اجتماعی موبایلی، جزو حریم خصوصی محسوب می‌شود و لزوماً نظارت خاصی بر آن هم وجود ندارد، لذا به واسطه این حریم شخصی بودن، نبود هدایت و نظارت، مبتنی بر غرایز جنسی اقتصای دوران جوانی بودن و عدم بازدارندگی بالاتر و پنهان بودن حضور در فضاهای مجازی برای ارضای نسبی تمایلات جنسی و عاطفی برای برقراری رابطه با جنس مخالف، ممکن است به این منجر شود که حضور بیشتر در این رسانه‌ها با گرایش بیشتر به برخی رفتارهای پرخطر به ویژه رابطه آسیب‌زا با جنس مخالف بیشتر شود. همچنین، رسانه‌های نوین به راحتی می‌توانند زمینه‌آشنایی و ترغیب به رفتارهای پرخطری همچون مصرف مواد، مشروبات الکلی، سیگار و قلیان، و رابطه با جنس مخالف را هم فراهم سازند.

همچنین، نتایج آزمون فرضیه سوم پژوهش حاکی از آن است که بین پابندی به ارزش‌های جمعی (خانوادگی، دینی و فرهنگی-اجتماعی) و رفتارهای پرخطر رابطه معنادار معکوسی وجود دارد؛ به طوری که با افزایش میزان پابندی دانشجویان به ارزش‌های جمعی، میزان رفتارهای پرخطر آنان کاهش پیدا می‌کند. این یافته‌ها در راستای یافته‌های پژوهش افشانی و همکارانش (۱۳۹۳)، احمدی و معینی (۱۳۹۴)، نایی و لطفی خاچکی (۱۳۹۴)، ایمان و همکاران (۱۳۹۵)، تاکر و همکاران (۲۰۰۵) و چوی و چان (۲۰۱۳) است. این یافته‌ها مطابق با نظریه کنترل اجتماعی هیرشی است که معتقد است پیوندها و دلبستگی‌های افراد به ارزش‌ها (خانوادگی، دینی، فرهنگی-اجتماعی) آنان را از ارتکاب اعمال مجرمانه و بزهکارانه باز می‌دارد. پابندی و دلبستگی به ارزش‌های خانوادگی بر تصمیم‌ها و الگوهای رفتاری افراد در جامعه تاثیر می‌گذارد. در واقع، پیوندها یا ارزش‌های خانوادگی به عنوان مجرای عمل می‌کنند که از طریق آن جامعه‌پذیری موثر اتفاق می‌افتد. در این زمینه در پژوهش‌های متعددی نشان داده شده است که عدم پابندی جوانان به ارزش‌های خانوادگی، عدم روابط و پیوندهای صمیمانه بین اعضای خانواده و نارسایی در عملکردهای خانوادگی عامل بسیار مهمی در بزهکاری و رفتارهای پرخطر نوجوانان و جوانان است.

علاوه بر این، پابندی به ارزش‌های دینی و فرهنگی-اجتماعی نیز از مهمترین عواملی هستند که نقش بسیار چشمگیری در ارتکاب رفتارهای پرخطر دارند. در این زمینه، اسمیت^۱ (۲۰۰۳) بر این باور است که دین و مذهب از طریق ایجاد یک نظم اخلاقی و مبنای شدن برای تدوین قوانین اجتماعی، مانع از انجام رفتارهای پرخطر می‌شود. نظام اخلاقی تدوین شده بر اساس دین، به صراحت بر باید‌ها و نبایدهایی تأکید می‌کند که برای رفتارهای فردی و اجتماعی انسان حد و مرز تعیین می‌نماید (به قول مهرابی و همکاران، ۱۳۹۵). همچنین، آموزه‌های دینی و فرهنگی در قالب اعمال مکروه و به خصوص حرام، بازدارنده‌هایی قوی برای ارتکاب آن دسته از اعمال و رفتارهایی تعیین می‌کند که در تقابل با سلامت انسان است. مصداق بارز این امر، حرام بودن مشروب‌خواری، رابطه جنسی خارج از حریم زناشویی، مصرف مواد مخدر و مانند آن در باورهای دینی و فرهنگی ما می‌باشد.

پیشنهادهای پژوهش

- با توجه به این که رسانه‌های نوین (اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی) عاملی مهم در گرایش و ارتکاب دانشجویان به رفتارهای پرخطر هستند، افزایش سواد رسانه‌ای دانشجویان (آموزش استفاده درست از فضای مجازی) می‌تواند نقش پررنگی در کاهش آسیب‌های اجتماعی رسانه‌های نوین و فضای مجازی داشته باشد.
- تقویت ارزش‌ها و باورهای دینی و فرهنگی دانشجویان؛
- اعمال نظارت بیشتر خانواده‌ها بر روی فعالیت‌های فرزندان‌شان و برقراری روابط نزدیک و صمیمانه با آنها؛
- توجه به نقش ارزش‌های خانوادگی، دینی و فرهنگی - اجتماعی و استفاده از آنها در برنامه‌های پیشگیری از رفتارهای پرخطر؛
- آموزش‌های مستمر و همه‌جانبه به دانشجویان جهت افزایش آگاهی و تغییر نگرش و رفتارها پیرامون رفتارهای پرخطر شایع از جمله دوستی با جنس مخالف و مصرف مشروبات الکلی.

منابع

- احمدی، حبیب و معینی، مهدی. (۱۳۹۴). "بررسی رابطه مهارت‌های اجتماعی و رفتارهای پرخطر جوانان: مطالعه موردی شهر شیراز". پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی. ۴ (۹): ۱-۲۴.
- افشانی، علیرضا؛ امانی، شرمین و میرمنگره، اکرم. (۱۳۹۲). "دینداری و رفتارهای پرخطر". توسعه اجتماعی. ۹ (۲): ۱۵۸-۱۳۱.
- ایمان، محمدتقی؛ بهمنی، لیلا و دل‌آور، مریم سادات. (۱۳۹۵). "سنجش جامعه‌شناختی ناهنجاری‌های رفتاری دانش‌آموزان (مورد مطالعه: شهر شیراز)". توسعه اجتماعی. ۱۰ (۳): ۱۵۸-۱۳۹.
- آتش‌نفس، الهه؛ قربانی، راهب؛ عبدوس، حسین؛ عباس‌پور، سمیه و محمودیان، علیرضا. (۱۳۹۳). "رفتارهای پرخطر شایع و عوامل خانوادگی موثر بر آن از دیدگاه نوجوانان: یک پژوهش کیفی". خانواده‌پژوهی. ۱۰ (۳۸): ۲۳۳-۲۱۷.
- پروین، ستار؛ کلانتری، عبدالحسین و داودی، مریم. (۱۳۹۳). "عوامل اجتماعی موثر بر گرایش دانشجویان به رفتارهای پرخطر و آسیب‌های اجتماعی (با رویکرد مقایسه‌ای بین خوابگاه‌های خودگردان و دولتی)". مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. ۱۳ (۲۶): ۱۷۰-۱۵۱.
- چلبی، مسعود. (۱۳۸۸). جامعه‌شناسی نظم. تهران: نشر نی
- دورکیم، امیل. (۱۳۹۳). قواعد روش جامعه‌شناسی. علی محمد کاردان. تهران: دانشگاه تهران
- رسول‌زاده اقدم، صمد و عدلی‌پور، صمد. (۱۳۹۵). آسیب‌شناسی اجتماعی نهاد خانواده. تبریز: طنین دانش
- رشید، خسرو. (۱۳۹۴). "رفتارهای پرخطر در بین دانش‌آموزان نوجوان دختر و پسر". رفاه اجتماعی، ۱۵ (۵۷): ۵۵-۳۱.
- ستوده، هدایت‌الله. (۱۳۸۴). آسیب‌شناسی اجتماعی. تهران: آوای نور
- عبدی، سیروان. (۱۳۹۲). "آسیب‌شناسی سریال‌های عامه‌پسند ماهواره‌ای در جامعه امروز ایران از دید صاحب‌نظران". پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته علوم ارتباطات، دانشکده صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران.
- علیوردی‌نیا، اکبر. (۱۳۹۲). "مطالعه رفتارهای پرخطر دانشجویان از دیدگاه جامعه‌شناختی". توسعه اجتماعی. ۷ (۳): ۱۵۴-۱۲۳.
- علیوردی‌نیا، اکبر؛ شارع‌پور، محمود و ورمزیار، مهدی. (۱۳۸۷). "سرمایه اجتماعی خانواده و بزهکاری". پژوهش زنان. ۶ (۲): ۱۳۲-۱۰۷.
- قنبری، شهلا و رمضان‌خانی، علی. (۱۳۸۶). "نقش رسانه‌ها در ترویج رفتارهای مخاطره‌آمیز". پژوهش‌های ارتباطی. ۸ (۴۹): ۱۲۲-۱۱۱.
- کاظمینی، تکت و مدرس غروری، مرتضی. (۱۳۹۲). "رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و رفتارهای پرخطر در دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی مشهد". مجله دانشگاه علوم پزشکی رفسنجان. ۱۲ (۱): ۲۶-۱۵.
- ممتاز، فریده. (۱۳۸۷). انحرافات اجتماعی. تهران: شرکت سهامی انتشار
- مهرابی، حسینعلی؛ محمودی، فهیمه و مولوی، حسین. (۱۳۹۵). "پیش‌بینی گرایش به رفتارهای پرخطر بر اساس باورهای دینی، هیجان‌خواهی، آلودگی محیط و رسانه‌ها در دانشجویان دختر". دانش و پژوهش در روانشناسی کاربردی. ۱۷ (۲): ۱۴-۴.
- نایی، هوشنگ و لطفی‌خاچکی، بهنام. (۱۳۹۴). "تاثیر روابط و پیوندهای خویشاوندی بر میزان آسیب‌های اجتماعی در استان‌های کشور". بررسی مسائل اجتماعی ایران. ۶ (۱): ۴۶-۱.

- Carr, G.M., & Grover, S. (2003). **“Risk taking behavior of young women in Australia, screening for health risk behavior.”** Medical journal of Australia, 178 (12): 601-604.
- Chui, W. H and Heng C. C. (2013). **“Juvenile offenders perceptions of probation officers as social workers in Hong Kong.”** Journal of Social Work, 14 (4): 398-418.
- Escobar, C.S., Susar, R., Christine, M. & Lowbarbara, J. (2005). **“Practice and thick stun Patricia, impact of the media on adolescent sexual attitude and behavior.”** Journal of Pediatrics, 116 (3): 303-326.
- Holtz, P., Appel, M. (2011). **“Internet use and video gaming predict problem behavior in early adolescence.”** Journal of Adolescence, 34 (1): 49-58
- Junger, M., Marshall, I. H. (1997). **“The Inter-Ethnic Generalizability of Social Control Theory: An Empirical Test.”** The Journal of Research in Crime and Delinquency, 3 (1): 79-112.
- Koenig, H. G., Moberg, D. O., & Kvale, J. N. (1988). **“Religious activities and attitudes of older adults in a geriatric assessment clinic.”** Journal of the American Geriatrics Society, 36 (4): 362-374.
- Nonnemaker, J. M., McNeely, C. A., Blum, R. (2003). **“Public and Private Domains of Religiosity and Adolescent Health Risk Behaviors: Evidence from the National Longitudinal Study of Adolescent Health.”** Social Science & Medicine, 57 (11): 2049-2054.
- Ridenour T. A., Greenberg, M.T., Cook, E. T. (2006). **“Structure and validity of People in My Life: A self-report measure of attachment in late childhood “.** Journal of Youth and Adolescence, 35 (6): 1037-1053.
- Springer, A. E., Sharma, S., Guardado, A., Vazquez Nava, F., Kelder, S. H. (2006). **“Perceived parental monitoring and health risk behavior among public secondary school students in El Salvador.”** The ScientificWorld Journal, 28 (6): 1810-1814.
- Tucker J. S., Ellickson P. L., Orlando, M., Martino, S. C., Klein, D. J. (2005). **“Substance use trajectories from early adolescence to emerging adulthood: A comparison of smoking, binge drinking, and marijuana use.”** Journal of Drug Issues, 35 (2): 307-332.
- Wakefield, M., Flay, B. (2003). **“Appraisal of anti-smoking advertising by youth at risk for regular smoking: a comparative study in the United States. Australia and Britain American.”** Journal of Public Health, 12 (2): 180-199.
- Wallace, J. M., Brown, T. N., Bachman, J. G., & Laveist, T. A. (2003). **“The Influence of Race and Religion on Abstinence from Alcohol, Cigarettes and Marijuana among Adolescents.”** Journal of Studies on Alcohol, 64 (6): 843-848.



شناسایی روابط میان حوزه‌های صنعت ورزش ایران

ملیحه سادات آقائی شهری^۱

ژاله معماری^۲

مهسا سعادت^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۹/۲۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۳/۲۹

بررسی‌ها نشان می‌دهند که محققان زیادی در حال مطالعه بر روی بخش‌های مختلف صنعت ورزش و ارائه پیشنهاداتی برای رشد و توسعه ورزش به عنوان یک صنعت در حوزه سرگرمی می‌باشند. نتایج تحقیقات نشان داده اشتغال‌زایی و توسعه اقتصادی، از حداقل دستاوردهای توجه به این حوزه است. بر این اساس، هدف از انجام این تحقیق، شناسایی روابط میان حوزه‌های صنعت ورزش ایران بود که به صورت توصیفی-پیمایشی انجام شد. نمونه‌های تحقیق بر مبنای واریانس جامعه و به نسبت جامعه آماری معادل ۲۶۳ نفر بودند که از میان گروه‌های چهارگانه شامل اعضای هیئت علمی، کارشناسان ورزشی، مربیان و قهرمانان، مشخص شدند. ابزار تحقیق، پرسشنامه‌ای محقق ساخته بود که روایی ($KMO=0/84$) و پایایی آن معادل ($\alpha=0/953$) تایید شد ($P>0/01$). همچنین، از نرم‌افزار لیزرل برای شناسایی روابط میان عوامل و مدل‌سازی آن استفاده شد. براساس نتایج، ۶ عامل برونزا و ۱۲ عامل درونزا شناسایی و برآزش مدل تایید گردید. از یک سو، نفوذ غیرمستقیم دولت بر اقتصاد ورزش، مانع سرمایه‌گذاری مناسب بخش خصوصی در تولید تجهیزات ورزشی گشته است و از سوی دیگر، رسانه نتوانسته در رسالت خود برای اثرگذاری بر سازمان‌ها، رویداد، گردشگری، تولید کالاها و تجهیزات ورزشی موفقیت چندانی کسب نماید. با این حال، فعالیت‌های همگانی و تفریحی به‌خوبی تحت تاثیر فعالیت‌های فرهنگی مرتبط با ورزش قرار گرفته که نشان از موفقیت نسبی فعالیت‌ها در این حوزه دارد. همچنین، بازاریابی در امور مربوط به رویداد اثر، معنی‌دار و بر خرده‌فروشی اثر معنی‌داری ندارد که این نشان از عدم بلوغ کافی در این بخش است. بنابراین، بهبود فرآیندها در این صنعت، مستلزم توجه به روابط میان عوامل مدل است.

واژگان کلیدی: صنعت ورزش، ایران، دولت و اقتصاد

۱. کارشناس ارشد، مدیریت ورزشی، دانشگاه الزهرا(س)، تهران، ایران (نویسنده مسئول) E-mail: fa.malihe@yahoo.com

۲. دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه الزهرا(س)، تهران، ایران

۳. استادیار، موسسه مطالعات و مدیریت جامع و تخصصی جمعیت کشور، تهران، ایران

مقدمه

قرن ۲۱ بدون حضور صنعت ورزش غیرقابل تصور است. هرچند ورزش در دهه ۹۰ میلادی، قدرتی خاص و بیش از حد تصور به دست آورد، ولی هنوز صنعتی جوان است و به طور طبیعی تمامی مشکلات یک صنعت نوپا را به همراه دارد (هان، ۲۰۰۲). حسینی (۱۳۸۶) نیز در این مورد معتقد است ورزش با ویژگی های خاص خود، اهدافی مشخص دارد که مانند سایر کسب و کارها قابل مشاهده است. در نظر عموم، مشارکت کنندگان در ورزش تنها به دنبال تفریح هستند، لیکن به نظر می رسد زمان آن رسیده که با رفع این تصورات قدیمی و بعضاً نادرست، نسبت به ورزش به عنوان یک صنعت نوپا و پرونق، یک تصور حرفه ای ایجاد کنیم (حسینی، ۱۳۸۶).

لی و اشنفدر^۱ در سال ۲۰۰۷ بیان نموده اند که در طول پنجاه سال گذشته، تحقیق پیرامون اقتصاد ورزش، رشد اقتصادی این صنعت را نشان داده است. سوال اساسی ایشان این بوده که صنعت ورزش چیست؟ هر چند تاکنون با تلاش های فراوانی که توسط پژوهشگران مدیریت ورزشی و کارورزان صنعت ورزش انجام شده است پاسخ روشن و مناسبی به این پرسش داده نشده است، اما طبق نظرات لی و همکارش تعریف صنعت ورزش به وظیفه مهمی برای کارشناسان ورزشی تبدیل شده است (لی و اشنفدر، ۲۰۰۷).

استاتلر^۲ (۲۰۱۲) اظهار می کند که دولتمردان کشورهای پیشرفته در کنار سایر صنایع، ورزش را به عنوان یک تجارت و صنعت مهم به حساب می آورند؛ به طوری که ورزش در ایالات متحده امریکا صنعتی است که افزون بر ۱۴۰ میلیارد دلار در آن سرمایه گذاری شده است (استاتلر، ۲۰۱۲). با وجود این، در بخش اقتصاد کشوری چون ایران، ورزش همچنان به عنوان یک صنعت شناخته نمی شود (آذر، ۱۳۸۷) تا جایی که این امر موجب عدم به رسمیت شناختن این صنعت درآمدها در نظام اقتصادی کشور شده است. به رسمیت شناخته نشدن ورزش به عنوان یک صنعت مجزا، عدم توجه کافی به پتانسیل های اقتصادی این صنعت را نیز در پی خواهد داشت و این امر موجب کم رنگ شدن و حتی ناشناخته ماندن برخی ابعاد صنعت ورزش می شود که در سایر کشورها سهم عمده ای در تولید درآمد ملی دارند.

بنابراین گزارش مرکز آمار ایران، تهیه و اجرای برنامه های اقتصادی و اجتماعی و ارزیابی دقیق آنها مستلزم بهره گیری از آمارهای دقیق، جامع و به هنگام است. برای آن که آمارهای مورد نظر بتواند تصویری روشن و گویا از ساختارهای اقتصادی ارائه کند و قابلیت مقایسه در سطوح ملی و بین المللی داشته باشد، ضرورت دارد از تعاریف و مفاهیم و طبقه بندی های استاندارد پیروی شود (مرکز آمار ایران، ۱۳۸۷). بر همین اساس، در نظام طبقه بندی صنایع ایران، ورزش با وجود پتانسیل های ایجاد درآمد عمده و با توجه به تاکید بر توسعه درآمدهای غیرنفتی برای کشور و نیز ظرفیت اشتغالزایی آن در طبقه بندی صنایع قرار نگرفته است. لذا بدیهی است که برای برداشتن اولین گام ها در این راستا، لازم باشد طرحی کلی از عوامل موثر بر صنعت ورزش ترسیم گردد. بنا به دلیل فوق، در سال های اخیر برخی محققان سعی بر ارائه ساختاری نظام مند از صنعت ورزش داشته اند؛ چنان که پیتز و فیدینگ و میلر^۳ (۱۹۹۴) در پژوهشی، صنعت ورزش را با توجه به دو بخش تولیدات و مشتریان بخش بندی کردند. این الگو ارتباط میان واحدهای تولید ورزش را فهرست بندی می کند. علاوه بر آن به نظر می رسد جدایی بخش های مختلف صنعت ورزش در این مدل بدان معنی است که شرکت ها و

1. Han, M.

2. Li, Ming; Eshnefelder Mark J.

3. Stotlar DK

4. Pitts, D. Fielding, L. Miller, L.

سازمان‌های ورزشی که در یک بخش گنجانده می‌شوند با شرکت‌ها و سازمان‌های بخش دیگر ارتباطی ندارند. در تعریفی دیگر، میک^۱ (۱۹۹۷) برای توصیف صنعت ورزش در آمریکای شمالی از یک الگوی سه بخشی استفاده کرد. این سه بخش شامل ۱- سرگرمی‌ها و تفریحات؛ ۲- تولیدات و خدمات ورزشی؛ ۳- سازمان‌های حمایتی ورزشی بودند. الگوی میک نیز تعریف عملیاتی جامعی از صنعت ورزش ارائه می‌کند، اما بنیان الگوی او بر اساس مخارج صرف شده در این بخش‌ها بوده و الزامی برای مشخص نمودن تمامی فعالیت‌های اقتصادی که شرکت‌ها و سازمان‌های ورزش محور با آن درگیر هستند، نداشته است. چنین ساختاری به روشنی تولیدات و خدمات تعریف شده صنعت ورزش را ترسیم نمی‌کند، اما می‌تواند به عنوان تلاشی برای تعریف و ترسیم صنعت ورزش، مورد توجه قرار گیرد.

بر این اساس و با معرفی مدل‌های ارائه شده برای صنعت ورزش به روشنی می‌توان دریافت که این مدل‌ها نه تنها نتوانسته‌اند به طور کامل، تبیین کننده تمامی ابعاد صنعت ورزش باشند، بلکه هریک دارای محدودیت‌هایی نیز هستند. همچنین، رویکرد نظریه پردازان در ارائه این مدل‌ها رویکردی نظری بوده است.

۱۱۵

بنابراین، به نظر می‌رسد پژوهشی که بتواند یک مدل کمی از روابط میان عوامل تبیین کننده مدل صنعت ورزش ایران را ارائه کند، قادر به عرضه تصویری کلی و روشنگری از زوایای پنهان آن خواهد بود و انجام آن ضروری و با اهمیت است. بدین ترتیب، تحقیق حاضر بر آن است تا بر اساس نظرات کارشناسان و خبرگان در صنعت ورزش کشور، به ارائه مدلی جامع از این حوزه بپردازد و به سهم خود راه را برای کمک به درک بهتر ساختار فعالیت‌های صورت گرفته در صنعت ورزش کشور هموار نماید.

یکی از محققانی که برای نخستین بار اقدام به ارائه تعریفی از صنعت ورزش نمود، مولین^۲ (۱۹۸۳) است. وی معتقد است هرگونه فعالیت ورزشی که موجبات افزایش ارزش افزوده کالا و خدمات ورزشی را فراهم کند، جزئی از صنعت ورزش محسوب می‌شود. در تایید نظر مولین، پیتز و همکاران (۱۹۹۴) نیز همه محصولات، کالاها، خدمات و افراد مرتبط با ورزش را صنعت ورزش می‌دانند. ایشان معتقدند صنعت ورزش به عنوان بازاری تعریف شده است که در آن تولیدات ارائه شده به خریداران برای ورزش، آمادگی جسمانی، تفریحات یا اوقات فراغت هستند و ممکن است فعالیت‌ها، کالاها، خدمات، مردم، مکان یا دیدگاه‌ها را نیز دربرگیرند (پیتز و همکاران، ۱۹۹۴).

پس از ایشان و در جایی دیگر، پیتز و استاتلر^۳ (۲۰۰۷) محققان دیگری بودند که با توجه به تمامی تعاریف ارائه شده از صنعت ورزش، معتقدند در کل صنعت ورزش را می‌توان مجموعه‌ای از فعالیت‌های مرتبط با تولید و بازاریابی کالاها و خدمات ورزشی محسوب نمود که در ارتقای ارزش افزوده نقش داشته باشند. از نظر ایشان، صنعت ورزش شامل تمام محصولات، کالاها، خدمات، مکان‌ها، مردم و طرح‌هایی است که به مشتری عرضه می‌شود.

پیتز و همکاران (۱۹۹۴)، از نخستین محققانی بودند که تلاش کردند صنعت ورزش را با یک الگوی سه بخشی نشان دهند. صنعت ورزش مطابق شکل ۱ به سه بخش تقسیم شده است:

1. Meek A

2. Mulin

3. Pitts B.G & Stotlar D.K



شکل ۱: الگوی صنعت ورزش، پیتز و همکاران (۱۹۹۴)

پس از آنان، میک نیز سعی کرد مدلی از این صنعت را پیشنهاد دهد. او برای توصیف صنعت ورزش در آمریکای شمالی از یک الگو با سه بخش اصلی مطابق شکل ۲ (۱۹۹۷) استفاده کرد و مدلی کامل تر با اجزای بیشتر ارائه نمود:



شکل ۲: الگوی صنعت ورزش، میک (۱۹۹۷)

بر اساس اظهارات فوق و مدل‌های ارائه شده در بالا، به نظر می‌رسد در تعریف صنعت ورزش و ارائه مدل‌های نظری از سوی نظریه پردازان تلاش‌های محدودی صورت گرفته است - شاید اجزای بسیار متنوع و پرشمار این صنعت به ویژه که در هر چهار حوزه سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی فعالیت دارد، بزرگترین چالش آنان در ارائه چنین مدلی بوده است. در واقع، امروزه می‌توان با استفاده از نرم‌افزارهای مختلفی که در اختیار محققان قرار دارد و بر اساس نظرات خبرگان و دست‌اندرکاران، از وضعیت موجود این صنعت در کشور مدلی با تمام جزئیات ارائه نمود که بتواند روابط میان عوامل صنعت را نیز مشخص نماید.

پیشینه و ادبیات پژوهش

در اینجا به برخی از مهم‌ترین و مرتبط‌ترین ادبیات مرتبط در زمینه اجزای صنعت ورزش اشاره می‌شود. داهان، جاناتان و جاناتان^۱ اذعان دارند که دولت نقش موثری در فعالیت‌های بازرگانی و خرده‌فروشی

1. Dahan, Nicolas M, Doh, Jonathan P, Raelin, Jonathan D

ایفا می‌کند (داهان، جاناناتان و جاناناتان، ۲۰۱۵). در همین مورد، پردازی مقدم در سال ۱۳۸۶ در کتابش با عنوان «نقش نهادهای دولتی در حمایت از تشکیل و توسعه فعالیت‌های بخش بازرگانی» به‌طور مفصل به بررسی این رابطه پرداخته است. همچنین، در سند برنامه‌ریزی دولت در مدیریت خرده‌فروشی‌ها (هوگان و سالیوان، ۲۰۱۲) اشاره شده که بخش خرده‌فروشی، واحد ضروری در توسعه اقتصاد ایرلند بوده و نقشی کلیدی در حیات و رقابت‌پذیری میان شهرها و کل کشور ایرلند ایفا می‌کند. آنان معتقدند برنامه‌ریزی برای فرایند مدیریت صحیح بخش خرده‌فروشی در ایجاد امنیت کسب و کار در این حوزه موثر است (هوگان و سالیوان، ۲۰۱۲). بدون شک این حقایق قابل‌تعمیم در عرصه صنعت ورزش نیز هست.

امروزه در خرده‌فروشی، فعالیت‌های بازاریابی جایگاه ویژه‌ای را به خود اختصاص داده است و بدون شک بازاریابی، عامل مهمی در توسعه صنعت ورزش به شمار می‌رود. در همین راستا نیز، پیتز و استاتلر (۲۰۰۷)، صنعت ورزش را مجموعه‌ای از فعالیت‌های مرتبط با تولید و بازاریابی کالاها و خدمات ورزشی محسوب نمودند که در ارتقای ارزش افزوده نقش داشته باشند. نائورت و رامفورد^۲ (۲۰۱۰) معتقدند سازماندهی و ساختار بازاریابی لیگ‌های حرفه‌ای آمریکای شمالی بر لیگ برتر انگلستان بر پایه تمرکز بر منابع گوناگون درآمدی از قبیل حق پخش رسانه‌ای، فروش جایگاه‌های ویژه در ورزشگاه، فروش اجناس ویژه با نشان باشگاه و ارائه خدمات متنوع به هواداران و تماشاگران قرار دارد که موجب جذب حامیان و سرمایه‌گذاران بزرگ برای آنان می‌گردد (نائورت و رامفورد، ۲۰۱۰). رجبی، سلطان حسینی، رضوی و حسینی (۱۳۹۱) نیز بیان می‌کنند حمایت مالی ورزشی به عنوان یکی از شیوه‌های بازاریابی می‌تواند فروش را افزایش دهد، گرایش‌ها را تغییر دهد، آگاهی‌ها را بالا برد و روابط با مشتریان را دائمی سازد (رجبی، سلطان حسینی، رضوی و حسینی، ۱۳۹۱). هنری نیز معتقد است در اقتصاد مدرن جهانی، شهرهای بزرگ دنیا برای سرمایه‌گذاری، مسابقات المپیک را به عنوان یک پایگاه اعتباری منحصر به فرد و فرصتی برای بازاریابی محلی ارائه می‌دهند (هنری، ۱۳۹۰). نیشیو^۳ (۲۰۱۶) و اسکاندیزو^۴ (۲۰۱۷) نیز صرفه‌های اقتصادی المپیک برای شهر میزبان را تایید می‌نمایند و معتقدند فایده اقتصادی بالقوه مهم میزبانی یک رویداد ورزشی بزرگ، نقشی کلیدی در جذب علاقه‌مندی به شهرها را بازی می‌کند و ورود تعداد زیادی از تماشاگران به شهر میزبان، بخش مسئول برای تحریک فواید اقتصادی است (نیشیو، ۲۰۱۶؛ اسکاندیزو، ۲۰۱۷).

بدون تردید، افزایش شبکه‌های رسانه‌ای مهم‌ترین ابزار توسعه و گسترش ورزش است (حکمت‌نیا و خوشنویس، ۱۳۸۸). بسیاری از محققان معتقدند میان ورزش و رسانه‌های گروهی ارتباط نزدیکی وجود دارد. نقش ورزش در ابعاد اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی و بعد تجاری و اقتصادی آن برای رسانه‌های گروهی موجب به وجود آمدن این ارتباط نزدیک شده است (تجاری، کهندل و خدایاری، ۱۳۸۷). آلونز و سولبرگ^۵ (۲۰۱۶) نیز ارتباط نزدیک رسانه و ورزش را تایید نمودند. رسانه‌های گروهی در بیشتر موارد می‌توانند موثر باشند، ازجمله: بهبود عملکرد منابع انسانی در ورزش، بهبود تبلیغات، توسعه گردشگری ورزشی و.. ورزش‌های حرفه‌ای به چند دلیل به رسانه‌ها به خصوص تلویزیون نیازمندند:

1. 1 Hogan, P. O'Sullivan, J

2. Nauright J., Ramfjord

3. Tatsuru Nishio

4. Scandizzo

5. Arne M. Ulvnes Norwegian University of Science and Technology, NTNU, Trondheim Business School, Trondheim, Norway & Harry Arne Solberg Norwegian University of Science and Technology, NTNU, Trondheim Business School, Trondheim, Norway

۱. لیگ ها و تیم های حرفه ای بخش عمده ای از درآمد ناشی از توافقنامه هایی که با تلویزیون ها امضا شده را به دست می آورند؛
 ۲. تلویزیون لذت تماشای رویداد را افزایش می دهد و باعث افزایش میزان محبوبیت آن رشته ورزشی می شود؛
 ۳. افزایش صعودی میزان دستمزد بازیکنان؛
 ۴. افزایش رشد و مشارکت در ورزش حرفه ای (سیدعامری، ۱۳۹۱).
- یافته های پژوهش بیونگیون^۱ (۲۰۱۴) نیز حاکی از این است که رسانه ها در جذب سرمایه گذاری بخش خصوصی موثر هستند (بیونگیون، ۲۰۱۴). همچنین یافته های رجبی و همکاران (۱۳۹۱) نشان می دهد رسانه ها در جذب سرمایه گذاری بخش خصوصی ورزش قهرمانی بسیار موثر می باشند. از نظر مدیران ارشد شرکت ها، میزان و نحوه پوشش رسانه ای و همچنین کمیت و کیفیت تماشاگران، باعث رد یا پذیرش سرمایه گذاری شرکت های خصوصی در ورزش قهرمانی شده است.
- سجادی (۱۳۸۷) نیز با توجه به ۲۶ دوره بازی های المپیک طی قرن بیستم نتیجه گیری کرد که بازی های المپیک همزمان با پیشرفت صنعت ارتباطات و ساخت وسایل مدرن در سراسر جهان، شهرت بیشتری یافت. به بیان سیدعامری (۱۳۹۱)، با گسترش و پیشرفت سطح اقتصاد و امکانات فنی رسانه ای در جهان، روز به روز بر تعداد کانال های تلویزیونی و رادیویی افزوده می شود که از مهم ترین دلایل این امر پیشرفت دانش ماهواره ای و ارتقای ابزارها و فناوری های دیجیتال است.
- نقش رسانه های گروهی در رویداد ورزشی مانند تهیه گزارش از ورزشکاران جهت الگوپذیری سایر افراد جامعه بویژه نوجوانان و جذابیت بیشتر رویدادهای ورزشی با افزودن تحلیل و تفسیرها، گزارش ها، و.. موجب رشد رویدادها می گردد. به علت پوشش رسانه ای به ویژه تلویزیون، دیدگاه مردم درخصوص شهر یا منطقه ای که رویداد در آن برگزار می شود، تغییر می کند. علاوه بر این، از لحاظ اقتصادی رویدادهای برجسته به علت هزینه های مرتبط با پذیرش مهمانان، حمل و نقل محلی و جهانگردی (مانند تفریح ها و خریدها) به نفع شهر یا کشور میزبان تمام می شود (دوایر، جاگو و فوسیت^۲، ۲۰۱۶؛ سیدعامری، ۱۳۹۱). رویدادهای ورزشی باعث رونق و آبادانی شهر می شوند (سلطان حسینی و همکاران، ۱۳۸۹). جلالی فراهانی و قهفرخی (۱۳۹۲)، میک (۱۹۹۷)، هنری (۱۳۹۰) و بارجاس، کوتز و فرناندز^۳ (۲۰۱۶) نیز معتقدند رویداد ورزشی از منظر تجاری اثر مثبتی بر فعالیت های اقتصادی منطقه میزبان دارد. بسیاری از محققان معتقدند استادیوم های ورزشی در تولید فعالیت های اقتصادی بسیار تاثیر گذارند (سلطان حسینی، مجتهدی، نادریان و عابدی، ۱۳۸۹).
- امروزه، ورزش به دلیل تاثیر زیاد بر تندرستی باعث کاهش هزینه های درمان، توسعه برنامه های ملی سلامت و افزایش نیروی کار نسبت به جمعیت شده است (آندرف^۴، ۲۰۰۰). همچنین، اثرات اقتصادی غیر مستقیم ورزش در زمینه هایی چون: ارتقای سلامتی جامعه، کاهش هزینه های درمان و به تبع آن توسعه برنامه های

1. Song, Byunghyun

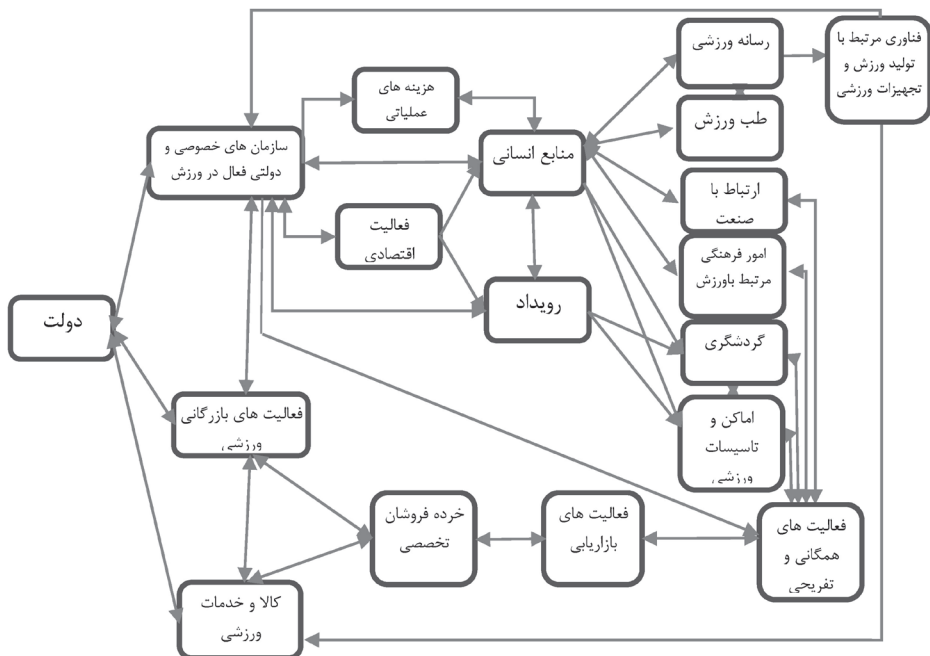
2. Larry Dwyer Faculty of Economics, University of Ljubljana, Ljubljana, Slovenia; Griffith Institute for Tourism (GIFT), Griffith University, Gold Coast, Australia; School of Marketing, University of New South Wales, Sydney, Australia, Leo Jago Centre for Research and Enterprise, School of Hospitality and Tourism Management, Faculty of Arts and Social Sciences, University of Surrey, Surrey, UK & Peter Forsyth Department of Economics, Monash University, Melbourne, Australia; School of Tourism and Hospitality, Southern Cross University, Bilinga, Australia

3. Angel Barajas, Dennis Coates, Patricio Sanchez-Fernandez

4. Anderf

ملی توسعه سلامت، کاهش بزهکاری ها، کاهش غیبت کارکنان و افزایش عملکرد و بهره‌وری آنان و .. مد نظر قرار می‌گیرد (عسگریان و جعفری، ۱۳۸۷). در پژوهش‌های زیادی از جمله وچینگ و لیفه ای (۲۰۱۳) به طب ورزش به عنوان عاملی برای بهبود ساختار اقتصادی و اجتماعی اشاره شده و جنبه‌های مختلف طب ورزش مورد توجه پژوهشگرانی چون گربینگ و تیل^۲ (۲۰۱۵) و تولاکوئیک، مفتیک، رادجو و تولوویک^۳ (۲۰۱۴) قرار گرفته است.

مدل مفهومی پژوهش



شکل ۳: مدل مفهومی پژوهش بر اساس چهارچوب نظری و ادبیات پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر، بر اساس تحلیل عاملی اکتشافی عوامل صنعت ورزش انجام شده است. محققان، ضمن بررسی کتب دانشگاهی و نیز مقالات متعدد علمی و مصاحبه با خبرگان، به تهیه فهرستی از مهم‌ترین متغیرهای مطرح در زمینه صنعت ورزش که به لحاظ مستندات علمی معتبر و از نظر تعداد، بیشترین تکرار و تاکید را در مقالات داشته، پرداخته‌اند و پس از دریافت نظر کارشناسی اساتید در مصاحبه‌ها، اقدام به تهیه پرسشنامه برای مدلسازی صنعت ورزش کشور نموده‌اند (آقائی، معماری و سعادت، ۱۳۹۳).

1. Zhang Kebai Li Wenjing ,Chen Lifei
2. Gerbing ,K & Thiel, A
3. Torlakovic, A . Muftic,M. Radjo,I & Talovic,M.

ابزار و روش جمع آوری اطلاعات

پس از مطالعه ادبیات تحقیق، پرسش نامه‌ای با ۷۱ سوال به دست آمد که با مراجعه به اساتید مدیریت ورزشی، اعتبار محتوایی آن توسط ۵ نفر از این اساتید تایید شد. سپس برای بررسی پایایی همسانی درونی و ثبات آن نیز از شاخص آلفای کرونباخ در یک مطالعه مقدماتی شامل ۳۰ نفر به کار گرفته شد. آلفای کرونباخ کل پرسشنامه به میزان ۰/۹۵۳ به دست آمد- این ضریب پس جمع آوری کامل پرسشنامه‌ها، مجدداً تایید شد. تعداد ۲۶۳ نفر از گروه‌های چهارگانه (۱- اعضای هیئت علمی دانشگاه‌های سراسری کل کشور؛ ۲- کارشناسان ورزش شاغل در ادارات دولتی وابسته به وزارت ورزش و جوانان شهر تهران؛ ۳- مربیان تیم‌های ملی اسبق و فعلی؛ ۴- ورزشکار/قهرمان دارای حداقل یک مقام در سطح بین المللی) به روش تصادفی در دسترس انتخاب شدند و به پرسشنامه پاسخ دادند- این تعداد با توجه به شاخص ($KMO=0/84$) مناسب ارزیابی شد. همچنین، مقدار آلفا برای هر عامل به صورت جداگانه نیز بررسی شد، اما برای عواملی که دارای یک متغیر هستند مقدار آلفا قابل اندازه‌گیری نبود: اماکن و تاسیسات ورزشی $\alpha=0/866$ ، سازمان‌های خصوصی و دولتی فعال در زمینه ورزش $\alpha=0/862$ ، درآمد حاصل از فعالیت‌های همگانی و تفریحی $\alpha=0/845$ ، فعالیت‌های بازرگانی $\alpha=0/809$ ، فناوری مرتبط با تولید ورزش و تجهیزات ورزشی $\alpha=0/828$ ، رویداد $\alpha=0/718$ ، گردشگری $\alpha=0/625$ ، منابع انسانی، ارتباط با صنعت $\alpha=0/652$ ، خرده‌فروشان ورزشی، کالا و خدمات ورزشی $\alpha=0/699$ ، هزینه‌های عملیاتی، درآمد حاصل از فعالیت‌های بازاریابی $\alpha=0/887$ ، طب ورزشی $\alpha=0/801$ ، امور فرهنگی مرتبط با ورزش $\alpha=0/718$ ، رسانه ورزشی $\alpha=0/691$ ، فعالیت اقتصادی دولت $\alpha=0/693$ با استفاده از آزمون پیرسون و روش تحلیل مسیری، صنعت ورزش کشور مدل‌سازی شد (آقائی و همکاران، ۱۳۹۳). همچنین، از نرم افزار لیزرل^۱ برای مدل‌سازی و شناسایی معیارهای نیکویی برازش^۲ استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

با توجه به نتایج تحلیل عاملی اکتشافی، صنعت ورزش شامل ۱۸ عامل است (آقائی و همکاران، ۱۳۹۳) که در بخش قبلی، نام هریک از عوامل به اختصار ذکر شد. در این تحقیق، مدل‌سازی تحلیل مسیری صنعت ورزش کشور، با توجه به نتایج مدل اکتشافی صورت گرفت. براساس این مدل، عوامل درونزا شامل اماکن و تاسیسات ورزشی، سازمان‌های خصوصی و دولتی فعال در زمینه ورزش، درآمد حاصل از فعالیت‌های همگانی و تفریحی، فعالیت‌های بازرگانی، فناوری مرتبط با تولید ورزش و تجهیزات ورزشی، رویداد، گردشگری، منابع انسانی، ارتباط با صنعت، خرده‌فروشان ورزشی، کالا و خدمات ورزشی، هزینه‌های عملیاتی، و عوامل برونزا شامل درآمد حاصل از فعالیت‌های بازاریابی، طب ورزشی، امور فرهنگی مرتبط با ورزش، رسانه ورزشی، فعالیت اقتصادی و دولت هستند. سپس معادلات ساختاری بر اساس مدل برازش شده و نیز فرضیه‌های خاصی که بر روابط علت و معلولی و همبستگی میان متغیرها ناظرند، کشف شدند. شش متغیر برونزا (متغیرهای مستقل) آشکار شده در این مدل، به طور مستقیم و غیر مستقیم بر متغیرهای درونزا مدل (متغیرهای وابسته)، اثرگذارند.

برای آزمون این فرض که آیا مدل از برازش مناسبی برخوردار است، از آماره کای‌دو استفاده گردید. مقدار آماره کای‌دو برای این مدل برابر با ۲۶۵/۰۸ است. این مقدار از مقدار بحرانی کای دو با درجه آزادی ۷۳ مقدار

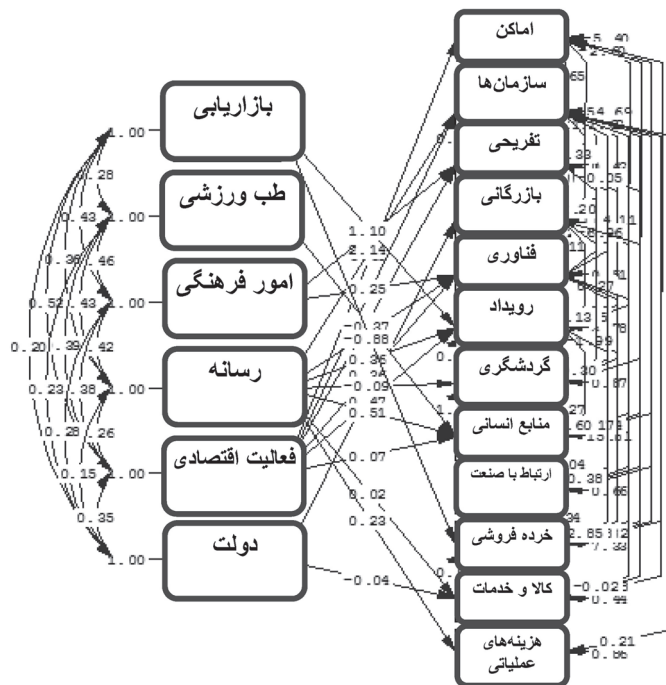
1. Lisrel

2. Goodness of Fit statistics

مناسبتی برای تایید مدل است. شاخص جی اف آی^۱ برابر با ۰/۹۱ و آرام اس آی^۲ برابر با ۰/۰۹۶، ان اف آی^۳ برابر با ۰/۹۶، ان ان اف آی^۴ برابر با ۰/۹۳، سی اف آی^۵ و آی اف آی^۶ برابر با ۰/۹۷، آرام آر آی^۷ برابر با ۰/۰۷۲ گزارش شد که تمامی این مقادیر برازش مدل را تایید می کنند.

جدول ۱: شاخص های برازش مدل تحلیل مسیر

کای دو	GFI	RMSEA (95% CI)	NFI	NNFI	IFI	RMR	CFI
۲۶۵/۰۸	۰/۹۱	۰/۰۹۶	۰/۹۶	۰/۹۳	۰/۹۷	۰/۰۰۷۲	۰/۹۷



شکل ۴: مدل صنعت ورزش کشور

1. Goodness of Fit Index
2. Root Mean Square Error of Approximation
3. NFI
4. NNFI
5. CFI
6. IFI
7. Standardized RMR

بحث و نتیجه گیری

بر اساس مدل به دست آمده، به بحث و نتیجه گیری پیرامون روابط بین عوامل درونزا با عوامل برونزا پرداخته می شود ($P > 0/05$).

عامل دولت بر دو عامل درونزای «کالا و خدمات ورزشی» و «فعالیت های بازرگانی ورزشی» تاثیر مثبت و معناداری ندارد. ضریب اثر دولت بر «کالا و خدمات ورزشی» $0/044$ و دولت بر «فعالیت های بازرگانی ورزشی» $2/91$ - است.

نتایج پژوهش هوگان و سالیوان (۲۰۱۲)، پردازی مقدم (۱۳۸۶) و داهان و همکاران (۲۰۱۵) با نتایج پژوهش حاضر همسو نیست. انتظار می رود همواره دولت بتواند شرایط کسب و کار را بهبود ببخشد و در این موارد نقش تسهیل کننده و مثبت ایفا نماید. لیکن بنا به اختصاصات ویژه حاکم بر اقتصاد و تجارت کشور و با توجه به نقش منفی دولت بر این دو عامل، باید به طریقی به بهبود وضعیت موجود پرداخت که طبق مدل مسیری صنعت ورزش، این مهم با افزایش سایر عوامل برونزا تاثیرگذار بر دولت قابل اجرا است. مطابق مدل به دست آمده و بر اساس همبستگی دو سویه ای که بین دولت و رسانه آشکار شده انتظار می رود با ارتقای یک واحدی در عامل رسانه به میزان $0/206$ واحد در عامل دولت و نقش آن بر سایر عوامل مدل شاهد رشد بود. البته با نگاهی دقیق تر به مدل می توان سایر همبستگی های دو سویه بین عوامل مدل را نیز پیش بینی نمود.

در واقع، رشد و توسعه دولت از هر طریقی که صورت گیرد باعث خواهد شد تا دولت بتواند بر دو عامل «کالا و خدمات ورزشی» و «فعالیت های بازرگانی ورزشی» اثر مثبتی بگذارد، اما همبستگی دو سویه آشکار شده میان فعالیت های اقتصادی و عامل دولت نشان از آن دارد که با افزایش یک واحدی نفوذ دولت می توان انتظار داشت به میزان $0/036$ در عامل «فعالیت های اقتصادی در حوزه ورزش»، اثری کاهشی ایجاد شود. بروز این همبستگی از قبل نیز قابل انتظار بود و به نظر می رسد ناشی از نفوذ نامناسب دولت بر فعالیت های اقتصادی کشور است و مقتضی است تا هر چه سریع تر راهکارهای تصدی دولت بر این مقوله فعالیت های اقتصادی در ورزش به نظارت بر آنها تغییر یابد.

عامل فعالیت اقتصادی مطابق مدل به دست آمده، بر عوامل «فناوری مرتبط با تولید ورزش» و «تجهیزات ورزشی و رویداد» تاثیر معناداری دارد، اما بر عوامل «منابع انسانی»، «سازمان های ورزشی»، «اماکن و تاسیسات» و «درآمد حاصل از فعالیت های تفریحی و همگانی» اثرگذاری معناداری ندارد. ضریب اثر فعالیت اقتصادی بر «فناوری مرتبط با تولید ورزش و تجهیزات ورزشی» $0/36$ ، فعالیت اقتصادی بر «رویداد» $0/47$ ، فعالیت اقتصادی بر «منابع انسانی» $0/068$ ، فعالیت اقتصادی بر «سازمان های خصوصی و دولتی فعال در زمینه ورزش» $2/63$ ، فعالیت اقتصادی بر «اماکن ورزشی» $0/50$ ، فعالیت اقتصادی بر «درآمد حاصل از فعالیت های تفریحی و همگانی» $0/028$ است.

یافته های فوق با نتایج پژوهش سید عامری (۱۳۹۱)، سلطان حسینی و همکاران (۱۳۸۹)، دواير و همکاران (۲۰۱۶) و بارجاس و همکاران (۲۰۱۶) همسوست.

برای بهبود تاثیرات فعالیت های اقتصادی بر این عوامل می توان از بهبود سایر عوامل اثرگذار بر فعالیت های اقتصادی کمک گرفت. به نظر می رسد نفوذ منفی عامل دولت بر فعالیت های اقتصادی از جمله اقتصاد در ورزش مانع از اثرگذاری معنادار در حوزه های «منابع انسانی» و «تولید تجهیزات ورزشی» باشد. لازم به ذکر است که این دو حوزه یکی از مهم ترین بخش های جذب سرمایه و اشتغال زایی و کاهش وابستگی دولت به واردات وسایل و تجهیزات ورزشی و خروج ارز از کشور را رقم می زند. اثرگذاری غیرمعنی دار فعالیت های

اقتصادی بر درآمدزایی در بخش‌های تفریحی و ورزش همگانی و نیز درآمدزایی از بخش اماکن و تاسیسات ورزشی نیز نشان از ضعف شدیدی دارد که به نظر می‌رسد ریشه در نفوذ غیرمستقیم دولت بر این بخش داشته باشد.

عامل رسانه ورزشی بر عامل «هزینه‌های عملیاتی» تاثیر معناداری دارد، اما بر عوامل «سازمان‌های خصوصی و دولتی فعال در زمینه ورزش»، «فناوری مرتبط با تولید ورزش و تجهیزات ورزشی»، «رویداد»، «گردشگری»، «منابع انسانی» و «کالا و خدمات ورزشی» اثرگذاری معناداری مشاهده نشد. ضریب اثر متغیر رسانه ورزشی بر هزینه‌های عملیاتی ۰/۲۳، رسانه ورزشی بر سازمان‌های خصوصی و دولتی فعال در زمینه ورزش ۲/۱۴، رسانه ورزشی بر فناوری مرتبط با تولید ورزش و تجهیزات ورزشی ۰/۲۴، رسانه ورزشی بر رویداد ۰/۳۶، رسانه ورزشی بر گردشگری ۰/۰۸۹-، رسانه ورزشی بر منابع انسانی ۰/۰۶۸ و رسانه ورزشی بر کالا و خدمات ورزشی ۰/۰۲۱ است.

نتایج پژوهش حکمت‌نیا و خوش‌نویس (۱۳۸۸)، تجاری و همکاران (۱۳۸۷)، سیدعامری (۱۳۹۱)، رجبی و همکاران (۱۳۹۱)، سجادی (۱۳۸۷)، بیونگیون^۱ (۲۰۱۴) و آلونز و سولبرگ^۲ (۲۰۱۶) با پژوهش حاضر همسو نیست، اما از سویی نتایج پژوهش سید عامری در مورد «تاثیر رسانه بر افزایش حقوق و دستمزد بازیکنان» با تاثیر مثبت رسانه بر هزینه‌های عملیاتی همسوست.

برای بهبود تأثیرات رسانه ورزشی بر این عوامل می‌توان از بهبود سایر عوامل اثرگذار بر رسانه ورزشی کمک گرفت. به نظر می‌رسد رسانه چنانچه شایسته است نتوانسته بر بخش‌های مهم این صنعت از جمله: سازمان‌ها، رویداد، گردشگری تولید کالاها و تجهیزات ورزشی اثرگذاری معنی داری داشته باشد. بی دلیل نیست که وزارت صنایع ایران هنوز ورزش را در رده صنایع فعال کشور به ثبت نرسانده است! یکی از راهکارهای قابل ارائه بر اساس این مدل و خروج از این بن بست تقویت ارتباط رسانه با عوامل برونزای مدل است؛ از جمله این ارتباطات، تقویت روابط بخش ورزشی رسانه با دولت، فعالیت‌های اقتصادی، بازاریابی ورزشی و امور فرهنگی است. در این صورت می‌توان انتظار داشت پس از مدیریت بهینه و گذشت زمان لازم، اثرگذاری رسانه با عوامل ذکر شده که در مدل نیز منعکس شده است، به اثرگذاری مثبت و معنی داری بدل شود.

امور فرهنگی مرتبط با ورزش بر عامل «درآمد حاصل از فعالیت‌های همگانی و تفریحی» و «فناوری مرتبط با تولید ورزش و تجهیزات ورزشی» اثر مثبت و معنی داری دارد. ضریب اثر امور فرهنگی مرتبط با ورزش بر درآمد حاصل از فعالیت‌های تفریحی و همگانی ۰/۱۵ و امور فرهنگی مرتبط با ورزش بر فناوری مرتبط با تولید ورزش و تجهیزات ورزشی ۰/۲۵ است.

برای بهبود تأثیرات امور فرهنگی مرتبط با ورزش بر این دو عامل می‌توان از بهبود سایر عوامل اثرگذار بر امور فرهنگی مرتبط با ورزش کمک گرفت. به نظر می‌رسد فعالیت‌های همگانی و تفریحی توانسته‌اند به خوبی تحت تاثیر فعالیت‌های فرهنگی مرتبط با ورزش قرار گیرند. این بحث که چند سالی است در امور فرهنگی شهرداری‌ها و نیز رسانه‌ها آغاز گشته است، توانسته نقش خود را به خوبی ایفا کند. در جامعه امروز نیز توجه و اقبال عموم به امر ورزش و تفریح برای تندرستی جسم و روح به خوبی شناخته شده و جامعه از مزایای این توجه منتفع می‌گردد. همچنین با عنایت به مدل می‌توان از نقش چندین عامل برونزا از جمله مهم‌ترین آن‌ها

1. Song, Byunghyun

2. Arne M. Ulvnes Norwegian University of Science and Technology, NTNU, Trondheim Business School, Trondheim, Norway & Harry Arne Solberg Norwegian University of Science and Technology, NTNU, Trondheim Business School, Trondheim, Norway

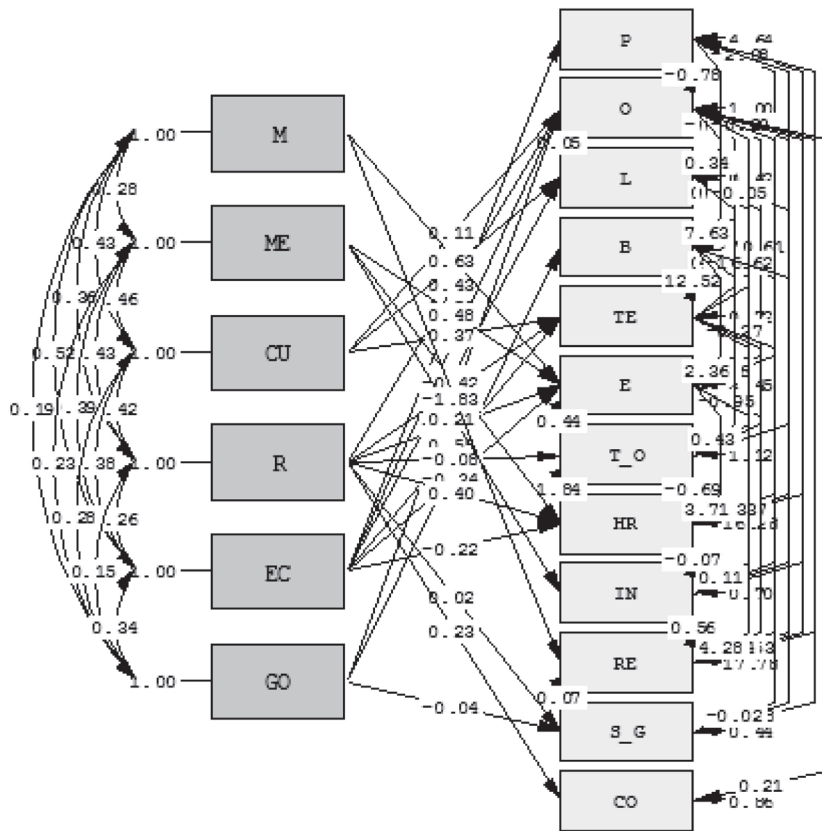
با عنوان رسانه، دولت و فعالیت های بازاریابی - که قدر مسلم منظور بازاریابی اجتماعی است - برای ارتقای امور فرهنگی بهره مند شد.

عامل طب ورزشی بر عامل «منابع انسانی» اثر مثبت و معنی داری دارد. ضریب اثر طب ورزشی بر منابع انسانی ۰/۳۷- است. نتایج پژوهش های (آندرف، ۲۰۰۰)، عسگریان و جعفری (۱۳۸۷)، چینگوی و هوانگ (۲۰۱۳)، گرینگ و تیل (۲۰۱۵)، تولاکوئیک و همکاران (۲۰۱۴) با پژوهش حاضر همسوست. طب ورزشی نیز از عوامل برونزای مدل است که همچون عامل فرهنگی با سایر عوامل برونزای مدل همبستگی دارد. لذا می توان از این همبستگی در جهت ارتقای آن استفاده نمود. آنچه که جالب توجه است، این عامل می تواند بر عامل منابع انسانی این رشته از جمله ورزشکاران و توسعه سطح آمادگی جسمانی و نیز بازپروری آنان پس از آسیب دیدگی و نیز بازگشت هر چه بهتر و سریع تر آنان به میداين ورزشی اثرگذار باشد. لذا با توجه به اثرگذاری مثبت و معنی دار آن می توان نتیجه گرفت این بخش از صنعت ورزش کشور نسبتاً خوب مدیریت شده و با توجه به ضرایب اثر و موثر مستقیم و غیر مستقیمی که در مدل آشکار شده، می توان به گونه ای بهتر این بخش را پیش برد.

عامل درآمد حاصل از فعالیت های بازاریابی بر عامل «رویداد» اثر مثبت و معنی داری دارد و بر «خرده فروشان ورزشی» اثر منفی و معنی داری دارد. درآمد حاصل از فعالیت های بازاریابی بر رویداد ۱/۱۰ و درآمد حاصل از فعالیت های بازاریابی ورزشی بر خرده فروشان تخصصی ۰/۸۸- است. نتایج پژوهش های نائورت و رامفورد (۲۰۱۰)، هنری (۱۳۹۰)، تاتسورا نیشیو (۲۰۱۶) و اسکاندیزو (۲۰۱۷) با پژوهش حاضر همسو و نتایج پژوهش های پیتز و استاتلر (۲۰۰۷) و رجبی و همکاران (۱۳۹۱) ناهمسو می باشد.

در فضای فعلی و مدل صنعت ورزش ایران، به طرز مشخصی تبیین شده است که در عمل خرده فروشان قادر به اثرپذیری از بخش بازاریابی نبوده است. بنابراین به نظر می رسد برای این که خرده فروشی نیز رونق بهتری در جهت کمک به تولید ناخالص ملی و نیز بحث اشتغالزایی داشته باشد، باید به گونه ای موثر از همبستگی سایر عوامل برونزا مدل از جمله دولت و رسانه برای ارتقای بازاریابی و نیز از همبستگی سایر عوامل درونزا مدل برای ارتقای عامل خرده فروشی بهره گرفت. از سویی، رویدادهای ورزشی توانسته اند بخوبی از عامل بازاریابی جهت ارتقای خود بهره گیرند. بنابراین استفاده از عامل بازاریابی در جهت ارتقای سطح رویدادهای ورزشی کشور بیش از پیش مورد تاکید قرار می گیرد.

در نهایت با توجه به وضعیت مدل صنعت ورزش کشور و نتایج پژوهش، با وجود برخی مسائل از جمله ساختار اقتصادی ورزش کشور و حاکمیت دولت بر اقتصاد ورزشی، عدم توفیق در خصوصی سازی وعدم توانایی بخش بازاریابی در برخی موارد و عدم کفایت رسانه ورزشی در پوشش همه جانبه صنعت ورزش و سایر ضعف های این صنعت نشان می دهد آنچنان که شایسته است، از توانایی های این حوزه در راستای توسعه کشور و توسعه ورزش کشور بهره برداری نشده است. لذا با توجه به مسائل و مشکلات وضعیت موجود صنعت ورزش کشور ایجاد بستری مناسب توسط دولت جهت ارتقای این صنعت ضروری به نظر می رسد. از سوی دیگر، نقاط قوت این صنعت از جمله: توانایی بازاریابی در ارتقای سطح رویدادها، توانایی های بخش امور فرهنگی و طب ورزش در تاثیرگذاری بر سایر بخش ها و .. نقطه امیدی برای صنعت ورزش کشور به شمار می روند. همچنین، انتظار می رود با توجه به ویژگی های آشکار شده صنعت ورزش در پژوهش حاضر، چشم انداز روشنی برای این صنعت ترسیم و اجرا شود.



مدل تحلیل مسیری عوامل صنعت ورزش کشور در وضعیت مطلوب

با توجه به اطلاعات استخراج شده از مدل وضعیت موجود و مطلوب صنعت ورزش کشور، تفاوت چندانی بین این دو مدل مشاهده نشد. به نظر می‌رسد پاسخگویان برای وضعیت مطلوب و برون رفت از شکل فعلی چشم انداز مشخصی در ذهن نداشتند و در کشور ما آنچه از ورزش به عنوان یک صنعت انتظار می‌رود حتی برای خبرگان امر روشن نیست. حال آنکه مدل وضعیت موجود و وضعیت مطلوب با مدل مفهومی پژوهشگر که بر اساس پیشینه پژوهش ایجاد شده، نیز فاصله دارد و تعداد زیادی از فرضیات مبنی بر اثرگذاری عوامل بر یکدیگر در مدل‌های استخراج شده از نرم‌افزار پذیرفته نشدند. شاید این امر حاکی از آن است که در کشور ما مدیریت عوامل صنعت ورزش بخوبی صورت نگرفته و بسیاری از این بخش‌ها نه تنها از دید مدیران، بلکه از نظر پژوهشگران نیز پنهان مانده است. به نظر می‌رسد آنچه در حال حاضر مورد نیاز صنعت ورزش کشور است، تقویت بخش‌های کلیدی این صنعت و توسعه «بخش‌هایی که اثرگذاری مستقیم بر آن‌ها بخوبی مقدور نیست» از طریق سایر بخش‌های مرتبط است. لذا تصمیم‌گیری در مورد وضعیت کنونی و آتی صنعت ورزش کشور باید به صورت علمی و عملی و با کمترین وقفه صورت پذیرد و شرایط بهبودی این صنعت فراهم شود.

منابع

- استاتلر، دیوید کنت. (۲۰۱۲). بازاریابی ورزشی: تهیه طرح های بازاریابی موفق در عرصه ورزش. ژاله معماری. تهران: انتشارات دانشگاه الزهرا(س)
- آقائی شهری، ملیحه السادات؛ معماری، ژاله و سعادت، مهسا. (۱۳۹۳). "تبیین و مدل سازی عوامل صنعت ورزش کشور". پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهرا(س).
- آذر، عادل. (۱۳۸۷). طبقه بندی فعالیت های اقتصادی در ایران براساس ISIC-rav4.
- آندرف، ولادیمیر. (۱۳۸۴). اقتصاد ورزش. جزایری و اله وردی. تهران: علم ورزش
- پردازی مقدم، سعیده. (۱۳۸۶). نقش نهادهای دولتی در حمایت از تشکیل و توسعه فعالیت های بخش بازرگانی. تهران: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
- تجاری، فرشید؛ کهندل، مهدی و خدایاری، عباس. (۱۳۸۷). فعالیت رسانه ای. تهران: بامداد کتاب
- حسینی، سید امیر. (۱۳۸۶). / متبیین ورزش به عنوان یک صنعت جامع ورزش به عنوان کسب و کار www.sportculture.ir
- حکمت نیا، محمود و خوشنویس، امرالله. (۱۳۸۸). "مصادیق حقوق مالکیت فکری در صنعت ورزش". حقوق اسلامی، ۲۳: ۱۲۷-۱۵۸.
- جلالی فراهانی، مجید و علیدوست قهفرخی، ابراهیم. (۱۳۹۲). "تحلیل موانع اقتصادی موثر بر اجرای سیاست های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی در ورزش حرفه ای ایران". مطالعات مدیریت ورزشی. ۱۹: ۱۰۹-۱۲۸.
- سجادی، نصرالله. (۱۳۸۷). "تحلیلی بر نقش رسانه های جمعی در بازی های المپیک طی قرن بیستم". نشریه حرکت. ۳.
- سلطان حسینی، محمد؛ مجتهدی، حسین؛ نادریان، مسعود و عابدین، حجت. (۱۳۸۹). "بررسی آثار اقتصادی اماکن ورزشی بر محیط شهری". المپیک. ۳: ۵۹-۶۷.
- سیدعامری، میرحسن. (۱۳۹۱). مبانی راهبردی رویدادهای ورزشی. ارومیه: انتشارات دانشگاه ارومیه
- رجبی، مالک؛ سلطان حسینی، محمد؛ رضوی، محمدحسین و حسینی، سید عماد. (۱۳۹۱). "نقش رسانه و تماشاگران ورزشی در جذب سرمایه گذاری بخش خصوصی در ورزش قهرمانی". مطالعات مدیریت ورزشی. ۱۳: ۹۳-۱۰۶.
- عسگریان، فریبا و جعفری، افشار. (۱۳۸۷). "بررسی میزان مبادلات بین المللی کالاها و ورزشی ایران در سالهای ۱۳۷۷ و ۱۳۸۰". المپیک. دوره ۱۵، شماره ۴، صص ۹۷-۱۰۳.
- کریمیان، جهانگیر و تندنویس، فریدون. (۱۳۸۳). "روابط بین نیروی انسانی، بودجه هزینه شده، مساحت اماکن و تاسیسات بر افزایش فعالیت های فوق برنامه ورزشی دانشگاه ها". نشریه علوم حرکتی و ورزش. ۳: ۶۵-۷۹.
- لی، مینگ و اشنفدر، مارک جی. (۲۰۰۷). اقتصاد ورزش. سید محمد حسین رضوی و محسن بلوریان. آمل: شمال پایدار.
- مرکز آمار ایران (۱۳۸۷) طبقه بندی صنایع براساس ISICReve4.
- هنری، حبیب (۱۳۹۰) "نقش گردشگری ورزشی در اشتغال و درآمدزایی از دیدگاه گردشگران، مدیران و ذینفعان". پژوهش های فیزیولوژی و مدیریت ورزشی، ۸: ۹۵.

- arajas, Angel. Coates, Dennis. PatricioSanchez, Fernandez. (2016) "Beyond retrospective assessment. Sport event economic impact studies as a management tool for informing event organization." European Research on Management and Business Economics. Volume 22, Issue 3 Pages 124-130.

- Dahan, Nicolas M. Doh, Jonathan P. Raelin, Jonathan D. (2015). **“Pivoting the Role of Government in the Business and Society Interface: A Stakeholder Perspective”**. Journal of Business Ethics, Volume 131, Issue 3, pp 665–680.
- Dwyer Faculty of Economics, University of Ljubljana, Ljubljana, Slovenia; Griffith Institute for Tourism (GIFT), Griffith University, Gold Coast, Australia; School of Marketing, University of New South Wales, Sydney, Australia Correspondence: l.dwyer@unsw.edu.au Larry, Jago Leo & Forsyth Department of Economics, Monash University, Melbourne, Australia; School of Tourism and Hospitality, Southern Cross University, Bilinga, Australia Peter. (2016). **“Economic evaluation of special events: Reconciling economic impact and cost-benefit analysis”**. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism Volume 16, Pages 115-129.
- Gerbing, K & Thiel, A. (2015). **“Handling of medical knowledge in sport: Athletes' medical opinions, information seeking behaviours and knowledge sources”**. European Journal of Sport Science. 0 (0), 1-8.
- Hogan, P. O'Sullivan, J. (2012). **“guidelines for planning authorities retail planing”**. comhschool, pobal aguse riattas aitiuil.
- Han M. (2002). **“Motivation and Commitment of Volunteers in a marathon running event”**. The Florida state University College of education.
- Li M^۱ Hofacre & Mahony D. (2001). **“Economics of sport”**.
- Meek, A. (1997). **an estimate of the size and supported economic activity of the sport industry in United State**.
- Mulin. (1985). **characteristics of sport marketing**. In G. Lewis, & H. Appenzeller, (Eds.), succesful sport management. Charlottesville, VA: The Michie company.
- Nauright, J& Ramfjord. (2010). **“Who owns England's game? American professional sporting influences and foreign ownership in the Premier League”**. Soccer & Society, 11(4).
- Scandizzo, Pasquale Lucio. (2017). **“Assessing the olympic games: the economic impact and beyond”**. jurnal of economic survey. DOI: 10.1111/joes.12213.
- Pitts, B.G & Stotlar, D.K. (2007). fundamental of sport marketing (3 ed.): Fitness Information Technology.
- Pitts, Brenda G, D. Lawrence, W. Fielding. & Lori K. Miller Ed. D. (1994). **“Industry Segmentation Theory and the sport Industry: Developing a Sport Industry”**. case studies in sport marketing: 175-182.
- Tatsuru, Nishio. (2016). **“Economic Impact of Olympic Game Host Selection: A Comparison of the Main Stock Index of 10 Olympic Game Host Countries”**. Journal

of Japan Society of Sports Industry, vol. 26, issue. 1, pages137-142.

- Torlakovic, A., Muftic,M., Radjo,I & Talovic,M. (2014). **“Evolution of Sports medical Team Management in the Program of Posture Correction in Children.Ifet Mahmutovic”**. Materia Socio Medica . 26 (2) ,104.
- Ulvnes, Arne M & Solberg, Norwegian. (2016). **“Can major sport events attract tourists? A study of media information and explicit memoryScandinavian”**. Journal of Hospitality and Tourism Volume 16, Issue 2.Pages 143-157.
- Zhang Kebai Li Wenjing ,Chen Lifei. (2013). **“Nontrivial Stable Control Economic Model of Sports Facilities”**. Telkomnika Indonesian Journal of Electrical Engineering. vol. 12issue. 2.



تدوین مدل توسعه ورزش برای همه در فدراسیون‌های ورزشی فعال در ورزش قهرمانی

لقمان کشاورز^۱

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۴/۱۹

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۵/۹/۳۰

هدف پژوهش حاضر، تدوین مدل توسعه ورزش برای همه در فدراسیون‌های ورزشی فعال در ورزش قهرمانی بود. جامعه آماری پژوهش، اعضای هیأت علمی فعال در حوزه ورزش همگانی و مدیران فدراسیون‌های ورزشی بود ($N=850$) که بر مبنای جدول مورگان ۲۵۰ نفر به طور تصادفی ساده برای نمونه تحقیق انتخاب شدند. برای دستیابی به اهداف پژوهش، از پرسشنامه محقق ساخته ۶۴ سؤالی استفاده شد که روایی صوری و محتوایی آن به تایید ۱۷ تن از متخصصان مدیریت ورزشی رسید و روایی سازه آن با تحلیل عاملی تاییدی مورد بررسی و تایید قرار گرفت. پایایی پرسشنامه نیز در یک مطالعه مقدماتی با ۳۰ آزمودنی و با آلفای کرونباخ ۰/۸۵ محاسبه شد. برای تحلیل داده‌ها از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی از جمله: کلموگروف اسمیرنف، بارتلت، KMO، تحلیل عاملی تاییدی و اکتشافی با چرخش واریمکس و دو نرم افزار SPSS و AMOS استفاده شد. یافته‌های پژوهش نشان داد در مدل توسعه ورزش برای همه در فدراسیون‌های ورزشی، ۱۱ عامل مدیریت، تفریحی، خانواده و دوستان، آموزشی، رسانه‌ای، داوطلبی، فرهنگی و اجتماعی، کنترل و ارزیابی، انگیزش، یادبودها و ارزش‌ها و جشنواره‌ها وجود دارد. همچنین، مدل ارائه شده برای توسعه ورزش برای همه در فدراسیون‌های ورزشی از برازش مطلوبی برخوردار بود.

واژگان کلیدی: فدراسیون ورزشی، ورزش برای همه و توسعه

مقدمه

اهمیت تامین سلامت جسمی و روحی از طریق فعالیت های بدنی برای عموم مردم به اندازه ای است که «انجمن بین المللی ورزش برای همه» شکل گرفته است تا با برنامه ریزی، سازماندهی و ارائه راهکارهای نوین افراد بیشتری در جوامع مختلف برای جذب فعالیت های بدنی و ورزشی شوند (انجمن بین المللی ورزش همگانی^۱، ۲۰۱۴). همچنین، در منشور «کمیته بین المللی المپیک»، توسعه ورزش همگانی در سطح بین المللی و ملی به دفعات مورد تاکید قرار گرفته است (کمیته بین المللی المپیک^۲، ۲۰۱۵). انجام فعالیت های ورزشی در سطح ملی نیز به اندازه ای مهم بوده است که در اصل سوم قانون اساسی تاکید بر انجام فعالیت های بدنی و ورزشی برای عموم شده است (کشاورز و همکاران، ۱۳۹۳). همچنین، این مقوله به اندازه ای دارای اهمیت است که مقام معظم رهبری به دفعات تاکید بر توسعه ورزش همگانی داشته و بر این اساس در برنامه ششم توسعه ورزش همگانی یا به بیان صحیح تر، توسعه ورزش برای همه مورد توجه جدی دولتمردان قرار گرفته است (وزارت ورزش و جوانان، ۱۳۹۵). با توجه به مستندات ارائه شده می توان بیان داشت که توسعه ورزش برای همه در سطوح ملی و بین المللی از اهمیت بالایی برخوردار است و برای داشتن افراد سالم و تندرست، انجام فعالیت های ورزشی و بدنی از طرق مختلف مورد تاکید می باشد. اما نکته قابل تامل در ورزش کشور، تفکیک فدراسیون های ورزشی در قالب دو معاونت «ورزش قهرمانی و حرفه ای» و «امور بانوان و توسعه ورزش همگانی» در وزارت ورزش و جوانان است (کشاورز و همکاران، ۱۳۹۳). به بیان دیگر، آن دسته از فدراسیون های ورزشی که رشته های آن ها در بازی های آسیایی و المپیک حضور دارند، تحت مدیریت معاونت ورزش قهرمانی و حرفه ای قرار گرفته و عمده فعالیت خود را در بخش توسعه و رونق ورزش قهرمانی و حرفه ای متمرکز کرده اند؛ در حالی که بر اساس ماموریت، وظایف و اساسنامه فدراسیون های ورزشی، توجه به بعد قهرمانی رشته های مختلف ورزشی بخشی از وظایف و اهداف فدراسیون های ورزشی به شمار می آید و توسعه و رواج رشته های مختلف ورزشی در سطح ملی و در بین آحاد جامعه از وظایف مهم فدراسیون های ورزشی است (سجادی، ۱۳۸۸). از این رو، به نظر می رسد فدراسیون های ورزشی برای توسعه ورزش تحت مدیریت خود در بین عموم مردم، ضروری است از توجه صرف به بخش قهرمانی و حرفه ای خارج و در بعد ورزش برای همه نیز فعالیت نمایند. در این راستا می توان به مدل مول اشاره کرد که برای توسعه ورزش به بخش های آموزشی، درون بخشی، برون بخشی، غیر رسمی و باشگاهی تاکید شده است (مول و همکاران^۳، ۲۰۰۵) در حالی که بیشتر فدراسیون های ورزشی فعال در حوزه ورزش قهرمانی به ورزش قهرمانی و حرفه ای می پردازند و از توجه به سه بخش دیگر غافل هستند. به نظر می رسد تفکیک مدیریت ورزش در قالب ورزش همگانی و قهرمانی و حرفه ای در وزارت ورزش و جوانان، جهت گیری مطالعات علمی در حوزه ورزش برای همه را به سمتی سوق داده است که توجه پژوهشگران نسبت به فعالیت فدراسیون های ورزشی در بعد ورزش برای همه کمتر مورد توجه قرار گرفته و مطالعات در راستای برنامه های راهبردی و موانع ورزش همگانی معطوف شده است، در حالی که بیشتر مطالعات در کشورهای مختلف مدل های توسعه ورزش را بدون تفکیک ورزش قهرمانی و همگانی مورد توجه قرار داده اند که در ادامه به برخی از آن ها اشاره می گردد.

یافته های شعبانی و رضایی صوفی (۱۳۹۳) در مطالعه ای نشان داد ورزش همگانی کشور در موقعیت راهبرد رقابتی (ST) قرار دارد و مهمترین نقطه قوت ورزش همگانی کشور، وجود فدراسیون ورزش همگانی

1. The Association for International Sport for All
2. International Olympic Committee
3. Mull et al

و مهمترین نقطه ضعف در این بخش، عدم بهره‌گیری از نیروهای متخصص و کارشناس می‌باشد. از با اهمیت‌ترین فرصت‌های ورزش همگانی کشور، تاکید پزشکان بر نقش ورزش در سلامت جامعه و از مهمترین تهدیدهای ورزش همگانی کشور، تغییر روش زندگی مردم (سبک غیر فعال) می‌باشد.

نتایج پژوهش روزبهرانی و همکاران (۱۳۹۳) موبد آن است که عوامل اجتماعی، سلامتی، امکانات و تسهیلات، عوامل اقتصادی، عوامل شخصی و زمان به‌عنوان موانع مشارکت زنان سالمند استان البرز در فعالیت‌های ورزشی تفریحی است و عوامل علاقه و ناآگاهی از عوامل مؤثر بر عدم مشارکت زنان سالمند استان البرز در فعالیت‌های ورزشی تفریحی نمی‌باشد.

یافته‌های سمیع‌نیا و همکاران (۱۳۹۲) موبد این است که ورزش همگانی در حوزه‌های نیروی انسانی، مربیان، آموزش، استعدادیابی، زیرساخت‌ها و تجهیزات، داوران، امور مالی، تحقیقات، فناوری اطلاعات و بازاریابی و تحلیل داده‌ها دارای ۲۲ قوت، ۲۲ ضعف، ۲۰ فرصت و ۸ تهدید است. همچنین، با بررسی موقعیت استراتژیک ورزش همگانی مشخص شد که این بخش از ورزش بر روی محور مختصات SWOT از لحاظ عوامل درونی در ناحیه قوت‌ها و از لحاظ عوامل بیرونی سازمان در ناحیه فرصت‌ها قرار دارد.

نتیجه تحقیقات مهدی زاده و اندام (۱۳۹۳) نشان داد موانع توسعه ورزش همگانی در دانشگاه‌های کشور عبارت اند از: عوامل سازماندهی و مدیریتی، محیطی، روانشناختی، درون فردی و عدم حمایت اجتماعی.

یافته‌های بیللی، کالینز، و فورد^۱ (۲۰۱۰) موبد این است که برای توسعه مشارکت افراد در ورزش به عواملی مانند منظرهای بیولوژیکی، اجتماعی و روانشناختی، توانمندی افراد، عوامل محیطی، ویژگی‌های فردی و نتایج باید توجه شود. آچینی و مارچونی^۲ (۲۰۱۱) در پژوهشی دریافتند در مدل توسعه ورزش ایتالیا، مواردی مانند بهبود عملکرد، افزایش دانش فنی، افزایش ارتباطات اجتماعی، افزایش تعداد باشگاه‌های ورزشی، توجه به مشارکت سالمندان در ورزش و تشکیل گروه‌های مختلف برای تقویت سطح ارتباطات در جامعه وجود دارد. یافته‌های زید، ساگ‌پنگ، سولینگ و زنی^۳ (۲۰۱۱) نشان داد برای ایجاد فرصت‌های بیشتر برای مشارکت دانش آموزان در فعالیت‌های ورزشی ضروری است که برنامه‌های متناسب با سن آنها تدوین و موانع و مشکلات اجرایی برنامه‌ها مرتفع شود.

چن^۴ (۲۰۱۱) نیز در پژوهشی دریافت به منظور افزایش مشارکت حداکثری معلمان در فعالیت‌های ورزشی در زمان اوقات فراغت آن‌ها ضروری است به عوامل مهمی مانند عوامل محیطی، روانشناختی، شرایط تفریحی و سرگرمی آن‌ها توجه شود.

یافته‌های پژوهش باثومان^۵ (۲۰۱۱) نشان داد برای توسعه ورزش همگانی، آموزش و تربیت مدیران حوزه ورزش همگانی، افزایش فعالیت رشته‌های مختلف ورزشی برای همگانی شدن، انجام تحقیق و پژوهش، تربیت منابع انسانی برای فعالیت در ورزش همگانی، توجه به نگرش هم‌سن و سالان و دوستان، افزایش سازمان‌های ورزشی مختلف و تعداد مدیران آن‌ها ضروری است.

یافته‌های هیلتن^۶ (۲۰۱۳) نیز در پژوهشی موبد این است که در تدوین مدل توسعه ورزش ضروری است به عواملی مانند جامعه، سطوح مشارکت افراد در سطح محلی، منطقه‌ای، ملی و فراملی، بخش‌های دولتی، خصوصی و همچنین نیروهای داوطلب توجه شود. همچنین، مدل تدوین شده از برآزش مناسب برخوردار بود.

1. Bailey, Collins, & Ford

2. Achini&Marchioni

3. Zaid, Sock Peng, Shuling, &Zhenni

4. Baumann

5. Hylton

نتایج پژوهش صفاری، احسانی، امیری و کوزه‌چیان (۲۰۱۳) هم نشان داد در مدل ورزش همگانی ایران عواملی مانند محیط بین‌المللی، سیاسی، حقوقی، زیست، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، منابع انسانی، منابع مالی، تجهیزات و زیرساخت، فناوری، قوانین و مقررات، سازمان‌های همکار، رسانه‌های سازمانی، عوامل فردی، عوامل بین فردی، و عوامل ساختاری وجود دارد و مدل ترسیم شده از برازش مطلوبی برخوردار است. یافته‌های چن^۱ و همکاران (۲۰۱۳) در مطالعه‌ای مویید این است که در مدل توسعه ورزش تایوان عواملی مانند کیفیت خدمات، وضعیت اماکن ورزشی، کیفیت کارکنان، محصولات و کالاهای ورزشی، وضعیت ترافیک و حمل و نقل و مدیریت عملیاتی وجود دارد و مدل ترسیم شده از برازش مطلوبی برخوردار است. نتایج پژوهش رودریز^۲ و همکاران (۲۰۱۵) بیانگر آن است که برای طولانی کردن مدت زمان ورزش کردن جوانان باید به مواردی مانند محیط، توانمندی‌های طبیعی، روابط بین فردی، بهبود مهارت‌ها به طور منظم، فرآیندهای بهبود و شانس توجه کرد.

فدراسیون بین‌المللی گلف^۳ (۲۰۱۶) در پژوهشی دریافت برای همگانی کردن گلف در بین آحاد جامعه و سراسر جهان باید از مدلی استفاده شود که در آن عواملی مانند آمادگی جسمانی و تغذیه، مهارت‌های رشته گلف، قوانین و مقررات، تجارب گذشته، ارزیابی بدنی از گلف‌بازان وجود داشته باشد.

کمیسسیون اروپا (۲۰۱۶) در مطالعه‌ای دریافت در مدل ورزش اتحادیه اروپا ضروری است عواملی مانند نحوه ارتباط بین سازمان‌های ورزشی سطوح مختلف مانند باشگاه‌ها، فدراسیون‌های منطقه‌ای، فدراسیون‌های ورزشی ملی و فدراسیون‌های ورزشی قاره اروپا تعیین شود. همچنین، در مدل ارائه شده عواملی مانند قوانین و مقررات، مالکیت چندگانه، مالی، تسهیل قوانین رایج فدراسیون‌های ورزشی ملی، همسطح کردن کیفیت مسابقات وجود داشته باشد- مدل تدوین شده از برازش مناسب برخوردار بود.

همان طوری که مطالعه مبانی نظری و ادبیات پیشینه نشان می‌دهد ضرورت توجه به ورزش برای همه در سطوح ملی و بین‌المللی مورد تاکید بوده است. همچنین، بیشتر مطالعات موجود در حوزه ورزش همگانی کشور به مطالعات راهبردی پرداخته و تاکید بر جدا بودن ورزش همگانی از بخش‌های دیگر از جمله ورزش قهرمانی و حرفه‌ای داشته است. از سوی دیگر، نظر به این که توسعه ورزش برای همه در هر کشوری مستلزم مدل و الگوی متناسب آن کشور است و با توجه به این که در ایران رشته‌های ورزشی تحت مدیریت معاونت ورزش قهرمانی و حرفه‌ای بیشتر فعالیت خود را در حوزه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای صرف کرده و کمتر به همگانی شدن رشته خود می‌پردازند و نیز الگو و مدل خاصی برای توسعه بعد ورزش برای همه در این گونه فدراسیون‌ها وجود ندارد، پژوهش حاضر در صدد است به این سؤال پاسخ دهد که مدل توسعه ورزش برای همه در فدراسیون‌های ورزشی فعال در ورزش قهرمانی چگونه است؟

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع توصیفی-تحلیلی است که به صورت میدانی انجام شده است. جامعه آماری پژوهش اعضای هیات علمی فعال در حوزه ورزش همگانی و مدیران فدراسیون‌های ورزشی تحت مدیریت معاونت ورزش قهرمانی و حرفه‌ای وزارت ورزش و جوانان بود (N=۸۵۰) که بر مبنای جدول مورگان، ۲۵۰ نفر به طور تصادفی برای نمونه تحقیق انتخاب شدند. برای دستیابی به اهداف تحقیق از پرسشنامه محقق ساخته

1. Chen

2. Rhodris

3. The International Golf Federation

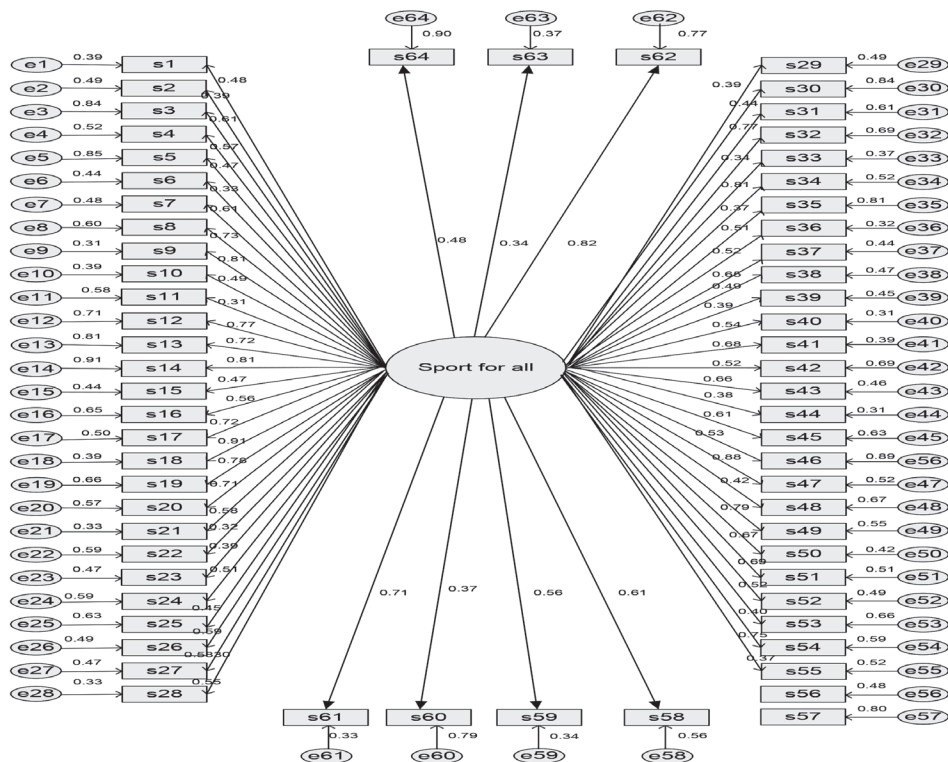
۶۴ سؤالی استفاده شد که روایی صوری و محتوایی آن به تایید ۱۷ تن از متخصصان مدیریت ورزشی رسید و روایی سازه آن با تحلیل عاملی تاییدی مورد بررسی و تایید قرار گرفت- نتایج آن در شکل و جدول یک گزارش شده است. پایایی پرسشنامه نیز در یک مطالعه مقدماتی با ۳۰ آزمودنی و با آلفای کرونباخ ۰/۸۵ محاسبه شد. برای تحلیل داده‌ها از روش‌های آماری توصیفی مانند جدول توزیع فراوانی، نمودار، فراوانی، درصد و روش‌های آماری استنباطی از جمله کلموگروف اسمیرنف، تحلیل عاملی تاییدی و اکتشافی با چرخش واریمکس و با استفاده از دو نرم افزار اس پی اس نسخه ۲۰ و آموس گرافیک استفاده شد. شایان ذکر است نتایج آزمون کلموگروف - اسمیرنف نشانگر $p\text{-value} = ۰/۲۵۶$ و $Z = ۲/۳۸۱$ است. با توجه به این که سطح معناداری بیشتر از ۰/۰۵ است، می‌توان نتیجه گرفت که داده‌ها دارای توزیع طبیعی هستند.

یافته‌های پژوهش

جدول ۱: اطلاعات جمعیت‌شناسی نمونه‌ها

جنسیت(نفر)		سطح تحصیلات (تعداد نفرات)			وضعیت استخدام			رتبه علمی (تعداد نفرات)		
مرد	زن	لیسانس و پایین تر	فوق لیسانس	دکتری	رسمی	پیمانی	قراردادی	استادیار	دانشیار و بالاتر	مربی و سایر
۱۷۸	۷۲	۶۸	۱۱۳	۶۹	۹۶	۹۱	۶۳	۵۰	۱۷	۱۸۳
محل تدریس یا خدمت				شغل		سابقه خدمت				
فدراسیون	دولتی	آزاد		هیأت علمی	مدیر فدراسیون و سایر		تا ۵ سال	۶-۱۰ سال	بیشتر از ۱۰ سال	
۱۰۵ نفر	۹۵ نفر	۵۰ نفر		۱۰۰ نفر	۱۵۰ نفر		۱۰۸ نفر	۹۲ نفر	۵۰ نفر	

نتایج جدول ۱، اطلاعات جمعیت‌شناختی نمونه‌ها را در متغیرهای جنسیت، سطح تحصیلات، وضعیت استخدام، رتبه علمی، محل تدریس یا خدمت، شغل و سابقه خدمت نشان می‌دهد.



شکل ۱: نتایج روایی سازه پرسشنامه توسعه ورزش برای همه در فدراسیون های ورزشی

جدول ۲: شاخص های برازش برای بررسی روایی سازه پرسشنامه توسعه ورزش برای همه در فدراسیون های ورزشی

تفسیر	ملاک	میزان	شاخص برازش	
برازش مطلوب	$\chi^2 = 2/38$ بین ۳ تا ۱	۱۶۹/۳۲۵ با درجه آزادی ۷۱	χ^2	مطلق
برازش مطلوب	بیشتر از ۰/۰۵	۰/۱۷	p value	
برازش مطلوب	بیش از ۰/۹۰	۰/۹۱	شاخص نیکویی برازش	
برازش مطلوب	بیش از ۰/۹۰	۰/۹۳	شاخص توکر - لویس (TLI)	تطبیقی
برازش مطلوب	بیش از ۰/۹۰	۰/۹۱	شاخص برازش بنتلر - بونت (BBI)	
برازش مطلوب	بیش از ۰/۹۰	۰/۹۴	شاخص برازش تطبیقی (CFI)	
برازش مطلوب	کمتر از ۰/۰۵	۰/۰۰۱	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)	مقتصد
برازش مطلوب	بیشتر از ۰/۰۵	۰/۱۴	شاخص برازش مقتصد هنجار شده (PNFI)	

با توجه به نتایج مندرج در شکل ۱ و جدول ۲ که نشان دهنده بارعاملی بیش از ۰/۳ برای همه گویه‌هاست و معنادار بودن هر سه شاخص برازش مطلق، تطبیقی و مقتصد، می‌توان نتیجه گرفت که روایی سازه پرسشنامه توسعه ورزش برای همه در فدراسیون‌های ورزشی تایید شده و همه سؤالات پرسشنامه برای تحلیل‌های بعدی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

جدول ۳: نتایج آزمون بارتلت و کیسر - می‌یر و اوکلین

پیش فرض	مقدار
مقدار کیسر - می‌یر و اوکلین (کفایت حجم نمونه)	۰/۷۲
آزمون کرویت بارتلت	مقدار مجذور کای
	درجه آزادی
	سطح معناداری
	۲۳۶/۸۲
	۱۲۴
	۰/۰۰۱

همانگونه که نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد، با توجه به اینکه ضریب کیسر - می‌یر و اوکلین بیشتر از ۰/۷ می‌باشد، اندازه نمونه‌ها برای تحلیل عاملی مناسب است. همچنین، با توجه به اینکه میزان آزمون بارتلت از ۰/۰۵ کوچکتر است، بنابراین گویه‌ها ارتباط معنی داری برای فراهم کردن یک مبنای معقول برای تدوین مدل توسعه ورزش برای همه در فدراسیون‌های ورزشی را دارند. به بیان دیگر، تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار عاملی تدوین مدل توسعه ورزش برای همه در فدراسیون‌های ورزشی مناسب است.

جدول ۴: نتایج بررسی سهم واریانس هر یک از مولفه‌ها در مدل توسعه ورزشی برای همه در فدراسیون‌های ورزشی

ردیف	گویه	بارعاملی	درصد واریانس هر عامل	آلفای کرونباخ
۱	S1 پیش بینی بخش ورزش برای همه در ساختار تشکیلاتی فدراسیون‌های ورزشی	۰/۷۸۲	۴/۲۲	۰/۸۱
	S2 توجه به فعالیت رشته‌های ورزشی در بین سنین مختلف	۰/۸۲۳		
	S3 ایجاد رویکرد توجه همزمان به ورزش همگانی و قهرمانی در رشته‌های مختلف	۰/۷۳۶		
	S4 تدوین برنامه‌های همگانی شدن رشته‌های مختلف ورزشی در فدراسیون‌ها و وزارت ورزش و جوانان	۰/۷۳۸		
	S5 تشکیل شورای ورزش همگانی در فدراسیون‌ها	۰/۷۴۲		
	S6 بازنگری در ترکیب شورای ورزش همگانی وزارت ورزش و جوانان با رویکرد بهره‌مندی از مدیران فدراسیون‌ها و متخصصان	۰/۶۸۱		
	S7 تفکیک بودجه قهرمانی و همگانی فدراسیون‌ها	۰/۶۷۱		

● تدوین مدل توسعه ورزش برای همه در فدراسیون های ورزشی فعال در ورزش قهرمانی

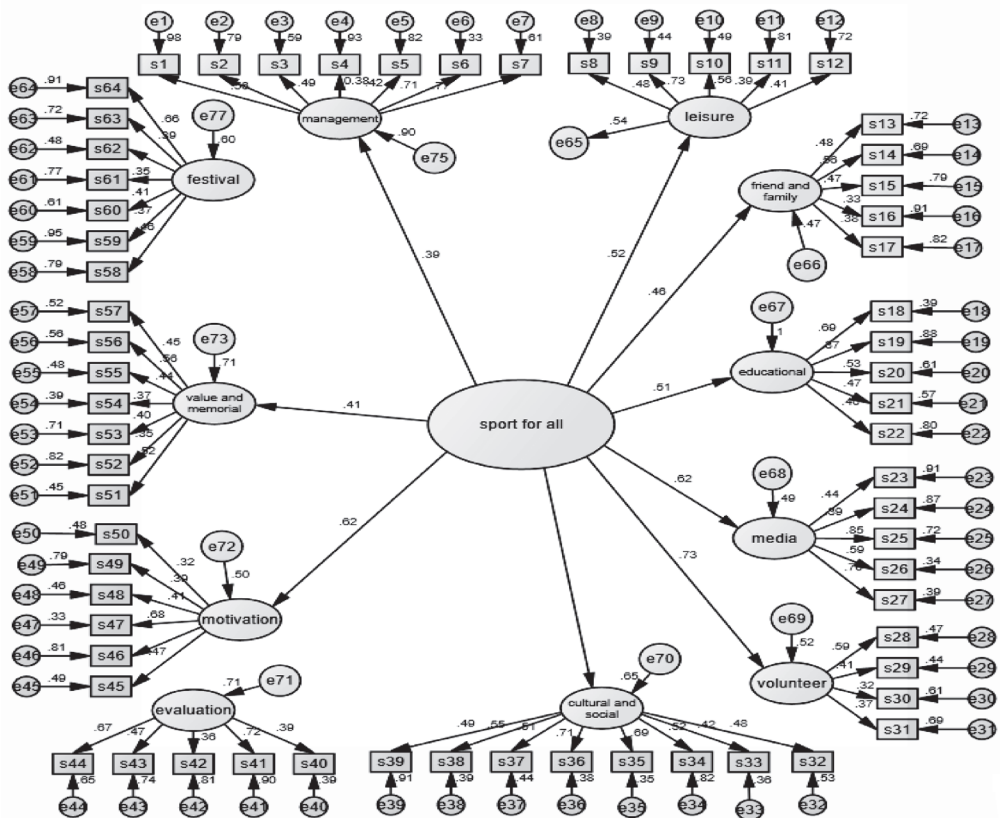
۰/۷۳	۶/۳۱	۰/۸۵۲	برگزاری جشنواره های تفریحی در رشته های مختلف ورزشی	S8	تفریحی
		۰/۸۱۶	طراحی الگوهای تفریحی و نشاط آور در رشته های مختلف ورزشی	S9	
		۰/۷۴۷	تشکیل اتاق فکر در فدراسیون ها برای تولید روش های جذاب کردن رشته های مختلف ورزشی با همکاری نهادهای مربوطه مانند شهرداری ها و	S10	
		۰/۷۲۹	ارائه خدمات ورزشی رشته های مختلف در خانه های سالمندان	S11	
		۰/۶۸۱	توسعه فعالیت رشته های مختلف ورزشی با رویکرد تفریحی در بوستان ها	S12	
		۰/۵۹۳	ارائه تسهیلات رایگان در بوستان ها به فعالیت های ورزشی خانوادگی	S13	
۰/۸۷	۶/۳۷	۰/۸۶۲	تجهیز بوستان ها به اقلام ورزشی رشته های مختلف ورزشی	S14	خانواده و دوستان
		۰/۸۷۱	ارائه خدمات ورزشی به خانواده ها و سالمندان (پدر بزرگ ها و مادر بزرگ ها) در باشگاه های ورزشی	S15	
		۰/۸۸۳	ارائه تسهیلات ویژه به دوستانی که به طور گروهی در رشته های مختلف ورزشی شرکت می کنند	S16	
		۰/۸۱۶	خارج کردن انحصار فعالیت رشته های مختلف ورزشی از باشگاه ها و گسترش آن در خارج از باشگاه ها به ویژه بوستان ها و فضای آزاد	S17	
		۰/۷۴۱	بهرمندی از روش های آموزشی نوین و نشاط آور در رشته های مختلف ورزشی	S18	
۰/۷۶	۴/۵۷	۰/۷۶۴	ابداع قوانین، مهارت ها و شیوه های تفریحی در کنار روش های آموزشی قهرمانی در رشته های مختلف ورزشی	S19	آموزشی
		۰/۹۱۰	ترکیب موسیقی با رشته های مختلف ورزشی	S20	
		۰/۷۹۸	برگزاری دوره های آشنایی با بعد همگانی رشته های مختلف ورزشی	S21	
		۰/۸۴۹	ترتیب مربیان متخصص در بعد همگانی رشته های مختلف ورزشی	S22	
		۰/۹۱۴	تولید فیلم های آموزشی رشته های مختلف ورزشی	S23	
۰/۷۴	۳/۲۸	۰/۸۱۷	پخش بخش های تفریحی رشته های مختلف ورزشی از رسانه ها	S24	رسانه ای
		۰/۷۹۵	اختصاص یکی از روزهای سال در صدا و سیما به منظور ترویج و توسعه رشته های مختلف ورزشی	S25	
		۰/۹۱۸	تغییر در نگرش صدا و سیما از توجه صرف به بعد قهرمانی به بعد همگانی رشته های مختلف ورزشی	S26	
		۰/۷۹۳	توسعه محصولات ورزشی - تفریحی قابل پخش از تلویزیون	S27	
			شناسایی و نظام مند کردن داوطلبان حوزه ورزش همگانی با تاکید بر فعالیت در فدراسیون ها	S28	
۰/۷۵	۲/۸۹		اجرای آموزشی های رایگان رشته های مختلف ورزشی در نقاط مختلف	S29	داوطلبی
			ارائه مشاوره های رایگان توسط داوطلبین به منظور ترویج رشته های مختلف ورزشی	S30	
			ارائه آموزش رشته های مختلف ورزشی توسط داوطلبان در بوستان ها، مدارس، دانشگاه ها، شرکت ها و کارخانجات متقاضی	S31	

فرهنگی و اجتماعی	S32	ترویج فرهنگ ورزش برای سلامت و تندرستی	۰/۷۷۱	۶/۷۵	۰/۸۲
	S33	ترویج ورزش خانوادگی	۰/۹۲۱		
	S34	کاهش دیدگاه منفی برای مشارکت بانوان در فعالیتهای ورزشی در برخی مناطق کشور	۰/۶۱۹		
	S35	افزایش باور ورزش به عنوان یک ضرورت زندگی در افراد جامعه	۰/۸۲۷		
	S36	بهره مندی از ورزش برای پیشگیری و درمان برخی از بیماری ها	۰/۸۱۶		
	S37	ترویج فرهنگ با هم ورزش کردن	۰/۷۸۲		
	S38	تردد با لباس ورزشی رشته‌های مختلف در مسیر خانه تا ورزشگاه	۰/۷۴۳		
	S39	تهیه و تکثیر بروشور و تراکت در بعد همگانی رشته‌های مختلف ورزشی	۰/۶۴۳		
ارزیابی و کنترل	S40	ترتیب ناظران حرفه ای برای نظارت بر همگانی شدن رشته‌های مختلف ورزشی در فدراسیون‌ها	۰/۶۲۸	۵/۴۹	۰/۸۶
	S41	تغییر در شاخص‌های ارزیابی بخش همگانی فدراسیون‌ها توسط وزارت	۰/۵۸۹		
	S42	نظارت هدفمند بر هزینه کرد اعتبارات ورزش همگانی در فدراسیون ها	۰/۵۸۱		
	S43	خارج کردن تخصیص اعتبارات بخش همگانی فدراسیون‌های ورزشی از بخش رقابتی به تفریحی	۰/۵۷۲		
	S44	کاهش اعتبارات همگانی فدراسیون‌های غیرفعال در حوزه همگانی	۰/۵۳۹		
آینده پژوهی	S45	نظام مند کردن تخصیص اعتبارات ورزش همگانی به فدراسیون‌های ورزشی بر مبنای تاکید بر ورزش برای همه	۰/۷۹۴	۵/۸۲	۰/۷۹
	S46	تغییر رویکرد هزینه کرد اعتبارات ورزش همگانی از برگزاری رویدادها به سایر فعالیت‌ها مانند بخش آموزش و تفریحی	۰/۷۸۱		
	S47	ارائه تخفیف به ثبت نام‌های گروهی و خانوادگی در باشگاه‌های ورزشی	۰/۷۲۳		
	S48	رایگان شدن ثبت نام در خانه‌های رشته‌های مختلف ورزشی به منظور انجام ورزش برای سلامتی و تندرستی	۰/۶۲۹		
	S49	ارائه اقلام ورزشی رشته‌های مختلف ورزشی به افرادی که به طور خانوادگی در ورزشگاه‌ها به منظور حفظ سلامتی و تندرستی ورزش می‌کنند	۰/۶۱۲		
	S50	ارائه تسهیلات ویژه به مربیان فعال در توسعه همگانی رشته‌های مختلف ورزشی	۰/۸۳۹		

● تدوین مدل توسعه ورزش برای همه در فدراسیون های ورزشی فعال در ورزش قهرمانی

۰/۸۱	۴/۳۵	۰/۷۳۸	نام گذاری یک روز در تقویم سالانه کشور به نام رشته های مختلف ورزشی	S51	یادبودها و ارزش ها
		۰/۷۳۴	نام گذاری یک روز از ایام سال به نام قهرمانان نخبه ورزشی در فدراسیون های ورزشی	S52	
		۰/۶۳۷	نام گذاری یک روز از ایام سال به نام مربیان برجسته در فدراسیون های ورزشی	S53	
		۰/۵۵۸	نام گذاری یک روز از ایام سال به نام داوران برجسته در فدراسیون های ورزشی	S54	
		۰/۵۳۲	نام گذاری یک روز از ایام سال به نام پیشکسوتان برجسته در فدراسیون های ورزشی	S55	
		۰/۷۵۶	نام گذاری یک روز از ایام سال به نام مدیران برجسته در فدراسیون های ورزشی	S56	
		۰/۷۴۲	نام گذاری یک روز از ایام سال به نام افراد تحصیل کرده برجسته در فدراسیون های ورزشی	S57	
۰/۸۳	۵/۷۴	۰/۷۲۳	برگزاری مسابقات و جشنواره های خانوادگی در سطوح استان و ملی	S58	ایستادها
		۰/۶۳۹	تدوین قوانین و مقررات جدید متناسب با سنین مختلف در رشته های مختلف ورزشی	S59	
		۰/۶۲۱	برگزاری مسابقات محلات با همکاری شهرداری ها برای افراد غیر قهرمان	S60	
		۰/۶۱۳	برگزاری مسابقات ویژه خانواده کارگران و کارمندان با هماهنگی وزارت کار و سایر نهادهای مسئول دولتی و غیر دولتی	S61	
		۰/۶۰۷	برگزاری مسابقات ابداعی برای رده های سنی بزرگسالان و سایر رده های سنی	S62	
		۰/۵۸۲	برگزاری مسابقات ورزشی ویژه با حضور پدران و مادران در روز پدر و مادر	S63	
		۰/۵۷۹	برگزاری لیگ های خانوادگی در رشته های مختلف ورزش	S64	

جدول ۴، مقادیر ویژه واریانس عامل ها را نشان می دهد. توان پیشگویی این عوامل بر اساس مجموع درصد واریانس تجمعی عامل ها برابر با ۵۵/۷۹ درصد است. بنابراین برای تدوین مدل توسعه ورزش برای همه در فدراسیون های ورزشی، ۱۱ عامل مدیریت، تفریحی، خانواده و دوستان، آموزشی، رسانه ای، داوطلبی، فرهنگی و اجتماعی، ارزیابی و کنترل، انگیزش، یادبودها و ارزش ها و جشنواره ها شناسایی شدند.



شکل ۲: مدل توسعه ورزش برای همه در فدراسیون‌های ورزشی

جدول ۵: شاخص‌های برازش مدل توسعه ورزش برای همه در فدراسیون‌های ورزشی

تفسیر	ملاک	میزان	شاخص برازش	
برازش مطلوب	$\chi^2=2/09$ بین ۱ تا ۳	۱۷۳/۴۸۹ با درجه آزادی ۸۳	χ^2	مطلق
برازش مطلوب	بیشتر از ۰/۰۵	۰/۱۲	p value	
برازش مطلوب	بیش از ۰/۹۰	۰/۹۲	شاخص نیکویی برازش	تطبیقی
برازش مطلوب	بیش از ۰/۹۰	۰/۹۴	شاخص توکر- لویس (TLI)	
برازش مطلوب	بیش از ۰/۹۰	۰/۹۳	شاخص برازش بنتلر- بونت (BBI)	
برازش مطلوب	بیش از ۰/۹۰	۰/۹۵	شاخص برازش تطبیقی (CFI)	مقتصد
برازش مطلوب	کمتر از ۰/۰۵	۰/۰۰۱	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)	
برازش مطلوب	بیشتر از ۰/۰۵	۰/۱۶	شاخص برازش مقتصد هنجار شده (PNFI)	

با توجه به نتایج مندرج در شکل ۱ و جدول ۵ که نشان دهنده بارعاملی بیش از ۰/۳ برای همه گویه هاست و معنادار بودن هر سه شاخص برازش مطلق، تطبیقی و مقتصد، لذا می توان نتیجه گرفت که مدل توسعه ورزش برای همه در فدراسیون های ورزشی از برازش مطلوب برخوردار است.

بحث و نتیجه گیری

هدف از پژوهش حاضر، تدوین مدل توسعه ورزش برای همه در فدراسیون های ورزشی بود. در این راستا یافته های پژوهش نشان داد یکی از عوامل موثر در توسعه ورزش برای همه در فدراسیون های ورزشی عامل مدیریتی است که نتایج پژوهش با یافته های مهدی زاده و همکاران (۲۰۱۳)، چن و همکاران (۲۰۱۳)، بانومان (۲۰۱۱) و زید و همکاران (۲۰۱۱) که در پژوهش های خود به عامل مدیریت جهت توسعه ورزش و ورزش همگانی در کشورهای مختلف دست یافته بودند، همخوانی دارد. به منظور استقرار، بهبود وضعیت عملکرد و ظهور ایده های نو در ورزش کشور به نظر می رسد قبل از هر اقدامی ضروری است مدیریت حوزه ورزش به این باور برسد که اگر عزم، اراده و خواست آنها وجود نداشته باشد، توسعه مطلوب و بهینه در این حوزه به وجود نخواهد آمد. در این راستا با توجه به این که فدراسیون های تحت پوشش معاونت ورزش قهرمانی عمده فعالیت خود را در حوزه قهرمانی و به ویژه حضور موفق در مسابقات قهرمانی قاره ای، جهانی، المپیک و بازی های آسیایی متمرکز کرده اند و نسبت به چنین فعالیت هایی تاکید دارند، به نظر می رسد چنین تفکری موجب شده است، فدراسیون های مزبور از توجه به همگانی شدن ورزش رشته خود غافل شوند. لذا برای برون رفت از چنین وضعیتی ضروری است وزارت ورزش و جوانان نسبت به همگانی شدن رشته های مختلف ورزشی به ویژه در رشته های تحت مدیریت معاونت ورزش قهرمانی و حرفه ای آیین نامه های مورد نیاز را تدوین و به فدراسیون ها ابلاغ نماید. در صورت وجود آیین نامه های مورد نیاز، تکلیف بعد همگانی رشته های مختلف ورزشی برای فدراسیون های شفاف و معین خواهد شد. از این رو توصیه می شود فدراسیون های ورزشی نسبت به پیش بینی کمیته توسعه ورزش برای همه در ساختار تشکیلاتی اقدام نمایند و اعتبارات ورزش قهرمانی و همگانی را تفکیک و در محل خود هزینه نمایند. در این راستا از آنجا که وزارت ورزش و جوانان معادل ۱۰ درصد از اعتبارات فدراسیون ها را برای توسعه همگانی رشته های ورزشی اختصاص داده است، نظارت بیشتر بر هزینه کرد آنها اعمال تا این اعتبارات در راستای توسعه همگانی شدن ورزش هزینه شود.

یافته های پژوهش مبین این است که دومین عامل موثر در توسعه ورزش برای همه در فدراسیون های ورزشی، عامل تفریحی است که نتایج پژوهش با یافته های آچینی و همکاران (۲۰۱۱) و کمیسیون اروپا (۲۰۱۶) که در پژوهش های خود به عامل تفریحی و نشاط آور بودن ورزش جهت توسعه ورزش و ورزش همگانی در کشورهای مختلف دست یافته بودند، همخوانی دارد. از آنجا که فدراسیون های ورزشی تحت مدیریت معاونت ورزش قهرمانی وزارت ورزش و جوانان اهم فعالیت خود را به برگزاری رقابت ها و مسابقات ورزشی معطوف داشته اند و بیشتر برنامه های خود را برای کسب پیروزی در میادین ملی و بین المللی صرف می کنند، به طور طبیعی باشگاه ها و کلاس های آموزشی به منظور پیروز شدن در رقابت های مختلف فعالیت های خود را به گونه ای سازماندهی می کنند تا ورزشکاران با انجام تمرینات سنگین، دشوار و حرفه ای و و طاق فرسا زمینه پیروز شدن خود را در رقابت های مختلف مهیا کنند. چنین رویکردی با تفریحی بودن این گونه رشته های ورزشی در تضاد است. از این رو توصیه می شود به منظور ایجاد بستر مناسب جهت توسعه بعد تفریحی رشته های مختلف ورزشی مدیران و دست اندرکاران فدراسیون های ورزشی برگزاری جشنواره های

ورزشی تفریحی، تشکیل اتاق فکر به منظور خلق ایده‌های جدید برای جذاب‌ترین کردن رشته‌های مختلف ورزشی، ارائه خدمات ورزشی- تفریحی به سالمندان در بوستان‌ها و حتی خانه‌های سالمندان اقدام نمایند. یافته‌های پژوهش بیانگر این است که سومین عامل موثر در توسعه ورزش برای همه در فدراسیون‌های ورزشی، عامل خانواده و دوستان است که نتایج پژوهش با یافته‌های باثومان (۲۰۱۱) که در پژوهش خود به عامل هم‌سن‌وسالان و دوستان جهت توسعه ورزش دست یافته بود، همخوانی دارد. یکی از عوامل محیطی تأثیرگذار برای مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی، فرهنگی، و ورزشی داشتن همراه و همدم با تفکرات و ایده‌های همسطح با هر فردی است. از آنجا که در سال‌های اخیر فناوری اطلاعات و ارتباطات و شبکه‌های مجازی منجر به از هم گسیختن استحکام خانواده‌ها شده است (عندلیب، ۱۳۹۳)، به نظر می‌رسد در صورتی که در رشته‌های مختلف ورزشی راهکارها و انگیزه‌های لازم برای با هم ورزش کردن هم‌سن و سالان، فرزندان و خانواده‌ها با یکدیگر فراهم شود، تعداد افراد علاقه‌مند به رشته‌های مختلف ورزشی می‌تواند افزایش پیدا کند. از این‌رو، برای تحقق این عامل توصیه می‌شود تسهیلات رایگان رشته‌های مختلف ورزشی در بوستان‌ها، ارائه خدمات ورزشی به ورزش کنندگان به صورت خانوادگی، تخفیف مناسب برای ثبت نام کنندگان به صورت خانوادگی و چند دوست با یکدیگر، از محل اعتبارات ۱۰ درصد اعتبارات ورزش همگانی رشته‌های مختلف ورزشی ارائه شود.

یافته‌های پژوهش مبین این است که چهارمین عامل در مدل ورزش برای همه در فدراسیون‌های ورزشی، عامل داوطلبی است که نتایج پژوهش با یافته‌های صفاری و همکاران (۲۰۱۳)، سمیع نیا و همکاران (۱۳۹۲) و هیلتن (۲۰۱۳) که در یافته‌های خود به نیروهای انسانی و داوطلب برای توسعه ورزش و ورزش همگانی اشاره کرده بودند، همخوانی دارد. توسعه ورزش در رشته‌های مختلف در بعد همگانی مستلزم منابع انسانی به تعداد کافی است. منابع انسانی با فعالیت در حوزه‌های مختلف می‌توانند بخشی از اهداف، وظایف و امور فدراسیون‌های ورزشی را انجام دهند که با تجمیع آن‌ها بخش عمده‌ای از اهداف فدراسیون‌های ورزشی تحقق پیدا می‌کند. از سویی دیگر، با توجه به این که بسیاری از امور فدراسیون‌های ورزشی متکی بر منابع انسانی داوطلب است، ضروری است اهمیت ساماندهی بیشتر در امور منابع انسانی داوطلب انجام شود. همچنین، توسعه بعد همگانی ورزش با رویکرد منابع انسانی داوطلب در فدراسیون‌های ورزشی پایه‌ریزی شود. از این‌رو، توصیه می‌شود داوطلبان علاقه‌مند جهت فعالیت در رشته‌های مختلف ورزشی شناسایی و با ارائه آموزش‌های مختلف و توانمند ساختن آن‌ها زمینه فعالیت چنین نیروهای انسانی را در رشته‌های مختلف ورزشی از جمله اطلاع رسانی از رشته‌های مختلف ورزشی به افراد بیشتری از جامعه در اماکن مختلف از جمله بوستان‌ها، مدارس، دانشگاه‌ها، کارخانجات و شرکت‌های مختلف و ارائه مشاوره‌های رایگان به شهروندان، زمینه پرداختن آنان به ورزش در رشته‌های مختلف ورزشی را فراهم آورند.

نتایج پژوهش نشان داد پنجمین عامل در مدل توسعه ورزش برای همه در فدراسیون‌های ورزشی عامل انگیزش است که یافته‌های تحقیق با نتایج پژوهش رودی و همکاران (۲۰۱۵) و صفاری و همکاران (۲۰۱۳) همخوانی دارد. همگانی و عمومی شدن فرهنگ ورزش کردن در رشته‌های مختلف ورزشی به ویژه در ابتدای شروع بعد همگانی آن‌ها مستلزم ایجاد انگیزه‌های مختلف برای مشارکت حداکثری افراد در ورزش کردن است. در این مورد تجربه‌ای در کشور وجود دارد که هر هفته در یکی از شهرهای کشور همایش راهپیمایی خانوادگی برنامه‌ریزی و اجرا می‌شود که این گونه همایش‌ها مردم را با انگیزه‌های مختلف مانند اهدای خودرو و جوایز مختلف و همچنین پخش تلویزیونی به راهپیمایی فرا می‌خوانند. از آنجا که برای این گونه فعالیت‌ها در کشور هزینه‌های زیادی انجام می‌شود و استمرار آن در شهرهای مختلف با چالش‌های جدی می‌تواند مواجه شود، توصیه می‌شود مدیران ورزش کشور

اعتبارات هزینه شده در این گونه همایش ها را با تشکیل کارگروه های مختلف و مطالعه ای دقیق ساماندهی کنند و آن اعتبارات را به سمت توسعه بعد همگانی رشته های مختلف ورزشی هدایت نمایند و به طور نظام مند افراد بیشتری را برای فعالیت در رشته های مختلف ورزشی هدایت کنند. در این راستا پیشنهاد می شود وزارت ورزش و جوانان به طور نظام مند ۱۰ درصد اعتبار همگانی فدراسیون های ورزشی را در جهت توسعه همگانی رشته های ورزشی بر مبنای برنامه های مشخص و مستمر سالانه اختصاص دهند و بر هزینه کرد آن ها در بعد همگانی رشته های مختلف نظارت داشته باشند. همچنین، توصیه می شود فرهنگ ورزش برای همه از قالب مسابقات خارج و ۱۰ درصد اعتبارات همگانی فدراسیون های ورزشی در بعد فعالیت های آموزشی و تفریحی رشته های مختلف هزینه شود. همچنین، ارائه تسهیلات ویژه به مربیان رشته های مختلف فعال در بعد همگانی و اهدای اقلام ورزشی به افرادی که به طور خانوادگی در رشته های مختلف ورزشی حضور دارند، از موارد تاثیر گذار برای ایجاد انگیزه در بعد نیروی انسانی فنی و همچنین شهروندان علاقه مند برای حضور در رشته های مختلف ورزشی است.

یافته های پژوهش نشان داد ششمین عامل در مدل توسعه ورزش برای همه در فدراسیون های ورزشی یاد بو دها و ارزش هاست که نتایج پژوهش با یافته های کمیسیون اروپا (۲۰۱۶) و آچینی و همکاران (۲۰۱۱) همخوانی دارد. فرهنگ حاکم بر ورزش نشأت گرفته از ارزش هاست. در این مورد می توان به جایگاه ویژه مرحوم پهلوان تختی اشاره کرد که بعد از گذشت سال ها از فوت وی به دلیل تفکرات و عملکردی انسانی و پهلوانی ایشان جایگاه ویژه ای در بین ورزشکاران، شهروندان و مدیران ورزشی دارد (کشاورز و همکاران، ۱۳۸۸). از سویی دیگر، بسیاری از ورزشکاران نخبه کشور که در بازی های المپیک موفق به کسب مدال می شوند، علاقه مندان زیادی را به دست آورده اند و الگوی مناسبی برای پیشرفت در ورزش به ویژه برای جوانان محسوب می شوند. همچنین، در بسیاری از رشته های مختلف ورزشی برخی از مربیان، داوران، مدیران و ورزشکاران محبوبیت زیادی دارند. در این راستا به منظور بهره مندی از شهرت و محبوبیت چنین ورزشکارانی توصیه می شود در فدراسیون های ورزشی یک روز از ایام سال را به نام این افراد در تقویم سالانه خود نام گذاری کنند و فعالیت های آموزشی و رویدادهای متعددی را به یادبود آن ها انجام دهند تا با توجه به جایگاه آن ها در بین افراد جامعه، شهروندان متعددی را به رشته های مختلف جذب کنند. همچنین، توصیه می شود پیشنهادی به شورای عالی انقلاب فرهنگی ارائه گردد تا در تقویم سالانه کشور یک روز را به نام رشته های مختلف ورزشی به ویژه رشته های مختلف ورزشی موفق و پر طرفدار نام گذاری کنند تا شهروندان ایرانی به اهمیت ورزش و ورزش کردن بیشتر پی ببرند.

هفتمین عامل در مدل توسعه ورزش برای همه در فدراسیون های ورزشی عامل آموزش است که نتایج پژوهش با یافته های شعبانی و همکاران (۱۳۹۳)، سمیع نیا و همکاران (۱۳۹۲)، صفاری و همکاران (۲۰۱۳) و باثومان (۲۰۱۱) همخوانی دارد. رشته های مختلف ورزشی شرکت کننده در مسابقات المپیک، بازی های آسیایی و مسابقات جهانی و سایر مسابقات بین المللی به دلیل این که ماهیت رقابتی و قهرمانی دارند، مستلزم یک سری آموزش های خاص، سنگین و پیچیده و طاقت فرسا برای موفقیت در آن مسابقات هستند. اما در بعد همگانی رشته های مختلف ورزشی ضروری است فدراسیون های ورزشی و مربیان از روش های آموزشی خاصی استفاده کنند تا ورزشکاران در هنگام ورزش کردن متحمل فشارهای جسمانی زیاد نشوند و از ورزش کردن لذت ببرند. همچنین، فدراسیون های ورزشی مربیان ویژه ای را تربیت کنند تا بیشتر در بعد ورزش برای همه فعالیت کنند و در جهت جذاب کردن رشته های ورزشی خود فعالیت داشته باشند. به علاوه، توصیه می شود فدراسیون های ورزشی با کمک متخصصان علوم تربیتی از روش های نوین یاددهی و یادگیری استفاده کنند و یادگیری رشته های مختلف ورزشی را جذاب تر و با نشاط تر نمایند. در این مورد ابداع قوانین و

مقررات و تغییر در برخی از قوانین و مقررات رشته‌های مختلف ورزشی در راستای با نشاط کردن رشته‌های مختلف ورزشی توصیه می‌شود. همچنین، استفاده از ترکیب ورزش و موسیقی در برخی از رشته‌های ورزشی مانند ایروبیک، ژیمناستیک و رشته‌های رزمی مانند ووشو و تکواندو راهکار مناسبی می‌تواند باشد.

هشتمین عامل در توسعه ورزش برای همه در فدراسیون‌های ورزشی عامل فرهنگی و اجتماعی است که نتایج پژوهش با یافته‌های روزبهرانی و همکاران (۱۳۹۳)، مهدی‌زاده و همکاران (۱۳۹۳)، صفاری و همکاران (۲۰۱۳)، چن (۲۰۱۱) و آچینی و همکاران (۲۰۱۱) که در یافته‌های خود به عوامل اجتماعی و فرهنگی دست یافته بودند، همخوانی دارد. برای نهادینه کردن هر موردی در یک جامعه ضروری است، ابتدا فرهنگ آن در جامعه رواج داده شود. وقتی به موضوع ورزش که یک مقوله فرهنگی است به طور فرهنگی پرداخته شود، می‌توان اجتماعی شدن آن را در جامعه انتظار داشت. پس برای آن که بتوان از عامل فرهنگی و اجتماعی برای همگانی شدن و توسعه رشته‌های مختلف ورزشی استفاده کرد، توصیه می‌شود از مواردی مانند تردد با لباس ورزشی در مسیر باشگاه و منزل، اطلاع رسانی بیشتر از تاثیر ورزش در کاهش بیماری‌های گوناگون و ایجاد تصویر مثبت از پرداختن بانوان به ورزش استفاده بهینه‌تری شود.

نهمین عامل در توسعه ورزش برای همه در فدراسیون‌های ورزشی عامل رسانه‌ای است که یافته‌های تحقیق با نتایج پژوهش صفاری و همکاران (۲۰۱۳) که در پژوهش خود به عامل رسانه‌ها در الگوی ورزش همگانی ایران دست یافته بودند، همسوست. در هزاره سوم رسانه‌ها به ویژه رسانه‌های دیداری-شنیداری سهم عمده‌ای در زندگی روزانه افراد جامعه دارند. همچنین، در کشور رسانه ملی به دلیل اقبال عمومی از رشته فوتبال وقت زیادی برای پرداختن و نمایش مسابقات آن اختصاص داده است؛ به طوری که برای مسابقات فوتبال لیگ باشگاه‌های اروپایی، مسابقات قهرمانی اروپا، کوپه آمریکا و مسابقات جهانی میلیون‌ها دلار هزینه می‌کند. به طور حتم صرف چنین هزینه‌های سرسام‌آور و اختصاص مدت زمان زیاد به این رشته ورزشی مانع بسیار بزرگی برای پرداختن رسانه ملی به بعد همگانی رشته‌های مختلف ورزشی است. از این رو، به نظر می‌رسد رسانه ملی رسالت اصلی خود را در ترویج بعد همگانی رشته‌های مختلف ورزشی ایفا نمی‌کند. لذا توصیه می‌شود کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی با تشکیل کارگروهی متشکل از نمایندگان مجلس شورای اسلامی، وزارت ورزش و جوانان، فدراسیون‌های ورزشی، متخصصان دانشگاهی و صدا و سیما نسبت به تدوین قانون اختصاص مدت زمان معینی برای پخش برنامه‌های توسعه ورزش همگانی در رشته‌های مختلف ورزشی از صدا و سیما اقدام و برای اجرا به صدا و سیما ابلاغ کنند. از سویی دیگر، به عنوان یک راهکار موقت و کوتاه مدت تهیه فیلم‌های آموزشی جذاب با همکاری فدراسیون‌های ورزشی و صدا و سیما جهت پخش از برنامه‌های ورزشی صدا و سیما توصیه می‌شود. دهمین عامل در مدل توسعه ورزش برای همه در فدراسیون‌های ورزشی عامل جشنواره‌هاست که یافته‌های تحقیق با نتایج پژوهش آچینی و همکاران (۲۰۱۱) و کمیسیون اروپا (۲۰۱۶) همخوانی دارد. یکی از راه‌های جذب افراد برای ورزش کردن ایجاد بستر مناسب با برنامه‌ریزی و سازماندهی فعالیت‌ها و اقدامات مختلف اجتماعی و گروهی است؛ به طوری که در حال حاضر بسیاری از این گونه اقدامات در قالب مسابقات ملی، بین‌المللی و جشنواره‌ها در بسیاری از کشورها در حال برگزاری است. برگزاری چنین رویدادهایی منجر می‌شود که افراد با فرهنگ‌ها و افکار و عقاید و سنت‌های مختلف به دور هم جمع شوند و اقدام به فعالیت بدنی نمایند، اما در رشته‌های مختلف ورزشی بیشتر به بعد قهرمانی و حرفه‌ای رشته‌های ورزشی پرداخته می‌شود. لذا برای برون رفت از این رویکرد در رشته‌های مختلف ورزشی توصیه می‌شود برای توسعه ورزش برای همه در فدراسیون‌های ورزشی برگزاری مسابقات و جشنواره‌های خانوادگی در سطوح استانی و ملی، تدوین قوانین و

مقررات جدید متناسب با سنین مختلف در رشته های مختلف ورزشی، برگزاری مسابقات محلات با همکاری شهرداریها برای ورزشکاران غیر قهرمان، برگزاری مسابقات ویژه خانواده کارگران و کارمندان با هماهنگی وزارت کار و سایر نهادهای مسئول دولتی و غیر دولتی، برگزاری مسابقات ورزشی ویژه با حضور پدران و مادران در روز پدر و مادر و برگزاری لیگ های خانوادگی در رشته های مختلف ورزشی مورد توجه قرار گیرد.

آخرین عامل در مدل توسعه ورزش برای همه در فدراسیون های ورزشی عامل کنترل و ارزیابی است که یافته های تحقیق با نتایج پژوهش بیلی و همکاران (۲۰۱۱) و فدراسیون بین المللی گلف (۲۰۱۶) همخوانی دارد. به طور حتم بهترین برنامه ها زمانی به اهداف خود دست خواهند یافت که با ابزار مناسب کنترل و ارزیابی شوند. در مدل های سنتی ارزیابی بیشتر از سنجه های گذشته نگر استفاده می شود (کشاورز و همکاران، ۱۳۸۹)؛ به این معنا که در ابتدا برنامه ها اجرا و پس از پایان، میزان تحقق آن اندازه گیری می شود (کاپلان و نورتن، ۲۰۰۴). لذا ضعف چنین نگرشی در ارزیابی این است که امکان اصلاح برنامه در صورت خطا وجود ندارد. برای غلبه بر چنین رویکردی در مدل های نوین ارزیابی مانند کارت امتیازی متوازن علاوه بر سنجه های گذشته نگر، از سنجه های حال و آینده نگر نیز استفاده می شود (نیون، ۲۰۰۶). چنین ابزاری هر سازمانی را توانمند می سازد تا میزان اجرا و تحقق اهداف را در هر لحظه کنترل و مشخص کند و در صورت وجود انحراف، امکان اصلاح آن وجود داشته باشد. از این رو توصیه می شود مدیران معاونت ورزش همگانی وزارت ورزش و جوانان با بهره مندی از متخصصان کارت امتیازی متوازن، سنجه های مناسب برای ارزیابی فعالیت های ورزش برای همه فدراسیون های ورزشی را تدوین و با استفاده از آن سنجه ها، فعالیت فدراسیون ها را به طور مستمر ارزیابی و بازخوردهای لازم و به هنگام را به آنها ارائه نمایند تا فدراسیون های ورزشی کشور همگام با بعد قهرمانی در بعد توسعه همگانی رشته های ورزشی خود فعالیت نمایند.

در پایان، یافته های پژوهش نشان داد مدل توسعه ورزش برای همه در فدراسیون های ورزشی از برازش مطلوب برخوردار است که یافته های پژوهش با نتایج پژوهش صفایی و همکاران (۲۰۱۳)، کمیسون اروپا (۲۰۱۶)، فدراسیون بین المللی گلف (۲۰۱۶)، چن و همکاران (۲۰۱۳) و هیلتن (۲۰۱۳) همسوست. برای توسعه هر کشور و سازمانی داشتن الگو و مدل مناسب و متناسب با شرایط اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی آن کشور و آن سازمان ضروری است. همان طوری که مطالعه ادبیات پیشینه نشان داد بسیاری از کشورها برای توسعه ورزش کشور خود از الگوی خاصی استفاده می کنند که استفاده از آن الگوها منجر به رونق ورزش در آن کشورها شده است. نکته مهم این است که هر چند الگوهای استفاده شده در سایر کشورها منجر به موفقیت ورزش در آن کشورها شده، اما نمی توان پذیرفت که دقیقاً آن مدل ها در کشور ایران نیز کارایی لازم را خواهند داشت، چرا که شرایط محیطی ایران از جمله در حوزه فرهنگ، اقتصاد، اجتماع، زیرساخت ها، سیاست ها با سایر کشورها متفاوت است. بنابراین برای رونق رشته های مختلف ورزشی در بعد همگانی در ایران ضروری است از مدل متناسب با شرایط ایران استفاده شود. بر این اساس با توجه به این که مدل ارائه شده در پژوهش حاضر بر مبنای واقعیت ورزش ایران و شرایط محیطی ایران تدوین شده و از برازش مطلوب برخوردار است، توصیه می شود معاونت ورزش همگانی وزارت ورزش و جوانان به عنوان یکی از برنامه ها و الگوهای خود برای توسعه ورزش برای همه در فدراسیون های ورزشی از آن بهره مناسب ببرد و آن را جهت اجرا به فدراسیون های ورزشی ابلاغ نماید.

منابع

- روزبهانی، محبوبه؛ کامکاری، کتایون و میرزاپور، علی اکبر. (۱۳۹۳). "بررسی عوامل مؤثر بر موانع مشارکت زنان سالمند در فعالیتهای ورزشی تفریحی استان البرز". مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش. ۱(۲): ۳۳-۴۲.
- سجادی، سید نصرالله. (۱۳۸۸). مدیریت سازمانهای ورزشی. تهران: انتشارات سمت
- سمیع نیا، مونا؛ پیمانی زاد، حسین و جوادی پور، محمد. (۱۳۹۲). "آسیب شناسی راهبردی ورزش همگانی در ایران و ارائه راهکارهای توسعه بر اساس مدل SWOT". مطالعات مدیریت ورزشی. ۵(۲۰): ۲۲۱-۲۳۸.
- شعبانی، عباس و رضایی صوفی، مرتضی. (۱۳۹۳). "تحلیل محیطی ورزش همگانی". مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش. ۱(۴): ۲۵-۳۴.
- کاپلان، رابرت اس و نورتون، دیوید پی. (۲۰۰۴). نقشه استراتژی (تبدیل داراییهای نامشهود به پیامدهای مشهود). حسین اکبری، امیر سلطانی و مسعود، ملکی. چاپ اول، انتشارات گروه پژوهشی صنعتی آریانا
- کشاورز، لقمان و حاتمی، حمید. (۱۳۸۸). در کلاس معرفت تختی. چاپ اول، تهران: دانش پژوه
- کشاورز، لقمان؛ حمیدی، مهرداد، گودرزی، محمود؛ سجادی، سید نصرالله (۱۳۸۹). "تدوین نظام ارزیابی عملکرد کمیته ملی المپیک با رویکرد کارت امتیازی متوازن". پژوهش در علوم ورزشی، ۲۹: ۸۳-۹۸.
- کشاورز، لقمان و فراهانی، ابوالفضل. (۱۳۹۳). مدیریت سازمانهای ورزشی. انتشارات اندیشههای حقوقی، صص ۱۲۳-۱۲۶.
- مهدیزاده، رحیمه؛ اندام، رضا. (۱۳۹۳). "راهکارهای توسعه ورزش همگانی در دانشگاهها". مطالعات مدیریت ورزشی. ۶(۲۲): ۱۵-۳۸.
- نیون، پل آر. (۲۰۰۶). ارزیابی متوازن - گام به گام؛ راهنمای طراحی و پیاده سازی. پرویز بختیاری، صنم اله قلی، آناهیتا خزاعی و شیما مشایخی. چاپ اول، تهران: نشر سازمان مدیریت صنعتی
- وزارت ورزش و جوانان. (۱۳۹۵). فرازی از بیانات رهبری در خصوص ورزش همگانی.
- Bailey, R., Collins, D., Ford, P. (2010). **Participant development in sport: An academic review**. The national coaching foundation, P: 1-20.
- Chen, T. (2011). "Using Hybrid MCDM model for enhancing the participation of teacher in recreational ". Journal of Decision Systems, (20)1, 33-49.
- Chen, Y.W., Pei-Hsuan T., and Hu, Z. (2013). "Constructing Taipei City Sports Centre Performance Evaluation Model with Fuzzy MCDM Approach Based on Views of Managers". Mathematical Problems in Engineering, ID 138546, pp: 1-13.
- European Commission. (2016). "The European model of sport consultation of document of DGX".
- Hylton, K. (2013). **Sport Development; Policy, Process and Practice**. 3rd Ed, London: Routledge. P: 1-35.
- International Olympic Committee. (2015). **Olympic Charter**. Printing by, DidWeDoS.a.r.l., Lausanne, Switzerland, pp: 19 & 61.
- Achini, M., Marchioni, M. (2011). **Sport for all and social development**. 14th World Conference on sport for all, BEIJING, p: 9.

- Mull,R., Bayless. F., Kathryn .G, Jamieson, L. (2005). **Recreational Sport Management**. 3rd, Australia, Human Kinetics.p:31.
- Rhodris, L.J., Oliver, A., Faigenbaum, R. , Rick, H., Mark, B. A., Deste Croix, C. A., et al. (2015). **”“Long-term the etic development – part 1: A pathway for all youth”**. Journal of Strength and Conditioning Research, 29(5):1439–1450.
- Saffari1, M., Ehsani1, M., Amiri, M., & Kozechian, H. (2013). **“Designing the Model of Sport for All in Iran”**. Asian Social Science; 9 (2): 208-218.
- The Association for International Sport for All. (2014). **“Advancing the Global Sport for All Movement”**.
- The International Golf Federation. (2016). **“Sport for all a development”**.
- Baumann, W. (2011). **“Laying foundation and developing leaders in sport for all”**. 14th World Conference on Sport for All, BEIJING, p: 15-16.
- Zaid I., Sock Peng N., Shuling, H., Zhenni, L. (2011). **“Living the legacy of the youth Olympic games: enhancing in –school and out of school opportunities for sports participation”**. 14th World Conference on sport for

شناسایی و اولویت بندی فاکتورهای تاثیر گذار بر توسعه گردشگری ورزشی در ایران

زهرا ناطقی^۱

سید صلاح الدین نقشبندی^۲
حسین پور سلطانی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۲/۱۶

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۴/۳۰

هدف کلی این پژوهش، شناسایی و اولویت بندی فاکتورهای تاثیر گذار بر توسعه گردشگری ورزشی در ایران بود. پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر روش شناسی ترکیبی (کیفی - کمی) می باشد که ابتدا روش کیفی و سپس روش کمی به اجرا گذاشته شد. جامعه آماری این پژوهش در مرحله کیفی، شامل ۱۵ نفر از صاحب نظران و اساتید مدیریت ورزشی بودند. جامعه آماری در مرحله کمی نیز ۸۴ نفر از کارکنان، مدیران ورزشی و کارشناسان حوزه توریسم ورزشی و اساتید دانشگاه بودند که با توجه به کم بودن جامعه آماری از روش تمام شمار استفاده شد. در مرحله کیفی از طریق مصاحبه نیمه ساختار یافته با صاحب نظران و اساتید مدیریت ورزشی، داده ها جمع آوری شدند و بعد از کد گذاری، پرسشنامه محقق ساخته با ۱۴ سوال تهیه گردید. بعد از انجام تایید روایی محتوایی، پرسشنامه بین نمونه ها پخش شد و از طریق ضریب آلفای کرونباخ پایایی پرسشنامه ۰/۸۹ به دست آمد. به منظور تحلیل داده های کیفی حاصل از مصاحبه، از نرم افزار NVivo10 بهره گرفته شد. در مرحله کمی جهت تحلیل داده های آماری، از تی تک نمونه ای و برای رتبه بندی اهمیت هر یک از مولفه ها، ابعاد و شاخص های مورد بررسی از آزمون فریدمن استفاده گردید. در تجزیه و تحلیل داده ها از طریق نرم افزارهای SPSS، از سطح معنی داری ($P \leq 0/05$) بهره گیری شد. نتایج تحقیق نشان داد که بین فاکتورهای ایجاد سایت های اینترنتی و معرفی جاذبه های گردشگری کشور، تبلیغات در شبکه های تلویزیونی و ماهواره ای، ایجاد و معرفی تورهای گردشگری و توسعه زیر ساخت ها بر توسعه گردشگری ورزشی تفاوت معنادار و مثبتی وجود دارد. همچنین، بین چهار مولفه تاثیر گذار بر توسعه گردشگری ورزشی در ایران تفاوت معناداری به چشم می خورد. فاکتور ایجاد سایت های اینترنتی و معرفی جاذبه های گردشگری کشور با میانگین ۵/۹۹ در رتبه اول و بهترین رتبه و فاکتور ایجاد و معرفی تورهای گردشگری با میانگین ۳/۰۵ در رتبه چهارم و کم ترین رتبه قرار دارند.

واژگان کلیدی: توسعه گردشگری، توریسم، توریسم ورزشی و ایران

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

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

E-mail: Salah.naghsbandi@yahoo.com

۳. استادیار، مدیریت ورزشی، کرج، دانشگاه پیام نور، البرز، ایران

مقدمه

امروزه گردشگری ورزشی فراتر از یک صنعت به پدیده ای اجتماعی-اقتصادی در سطح جهانی تبدیل شده است. این صنعت بیش از هر زمان دیگری جایگاه خود را به عنوان پدیده ای چندبعدی در جوامع بشری باز کرده است و بسیاری از کشورها با سرمایه گذاری فراوان فواید و اثرات این صنعت را خوب درک کرده و به عنوان منبعی مهم جهت بهبود وضعیت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی (امری^۱، ۲۰۱۰)، افزایش اشتغال، درآمد، توسعه زیرساخت ها (هیگام و هینچ^۲، ۲۰۰۶)، افزایش شهرت و برندسازی مقصد خود درآورده اند (واندرزی^۳، ۲۰۱۱). تجارت، ورزش و گردشگری، موضوعاتی قابل ترکیب هستند و ترکیب حاصله از چنان سودآوری برخوردار است که تمام کشورها، مناطق، آژانس های مسافرتی و رشته های ورزشی می توانند از آن بهره مند شوند (لامونت^۴، ۲۰۱۴). بر اساس اطلاعات موجود درآمد کشورهای پیشرفته جهان از محل توریزم ورزشی سالانه چیزی بیش از ۲۰ میلیارد دلار است، اما ایران با وجود جاذبه های بی نظیر گردشگری و طبیعی و داشتن آثار تاریخی چندین هزار ساله و از طرفی با وجود هزینه های هنگفتی که از سوی وزارت ورزش و جوانان، کمیته ملی المپیک، فدراسیون ها و سایر نهادهای مرتبط برای برگزاری رویدادهای ورزشی ملی و بین المللی صرف می گردد و می توان گفت هیچ بهره ای اقتصادی عاید این سازمان ها نمی شود، تاکنون بهره چندان از این حوزه نبرده است. در هر حال گردشگری ورزشی، یکی از حوزه های پر اهمیت صنعت گردشگری در دنیاست که به مانند بسیاری از بخش های این حوزه در ایران مقوله ای نوپاست و هنوز بسیاری از افراد از جایگاه این حوزه در صنعت گردشگری بی اطلاعند (حمیدی و همکاران، ۱۳۸۹). باید گفت که نظریه های جدید در زمینه ی گردشگری نشان می دهد جذابیت های گردشگری بر پایه ی ورزش، در مقایسه با دیگر جذابیت های فرهنگی، مزیت های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی بیشتری دارد (نوگوا و همکاران^۵، ۱۹۹۶). از یک سو کشور ایران با توجه به بررسی های صورت گرفته، یکی از ۱۰ کشور اول جهان از نظر جذابیت های گردشگری (اسلام، ۱۳۸۲) و ۵ کشور اول از لحاظ تنوع زیستی و تنوع جاذبه های طبیعی می باشد (زیتونلی، هنری و فراهانی، ۱۳۹۰). از این سو اهمیت دارد از قابلیت های خود در توسعه گردشگری استفاده کند. و از آن سو می توان گفت که در سال های اخیر مدیران ورزشی برای اداره مؤثر سازمان های ورزشی و رضایت ورزشکاران و شرکت کنندگان در برنامه های ورزشی با مشکلاتی مواجه شده اند. تجاری شدن اکثر رشته های ورزشی، تورم، هزینه بالای ساخت و سازها و خرید وسایل و تجهیزات ورزشی، افزایش دستمزدها و بالا رفتن سطح توقعات و انتظارات و مقررات دست و پاگیر دولتی، می تواند در فرایند پیچیده شدن مدیریت در ورزش کشور دخالت داشته باشد (اسلام، ۱۳۸۲). امروزه حتی فرق نمی کند که ورزش چگونه است و از چه نوع باشد (برای کسب افتخار ملی، کسب مهارت فنی و تیمی، درآمدزایی و یا کسب سلامت تن و روان)؛ بلکه بحث مهم این است که ورزش در شرایط کنونی در بسیاری از جوامع و فرهنگ ها به عنوان یکی از مهم ترین فعالیت های گسترده اقتصادی شناخته می شود و بیشترین توجه و سرمایه گذاری برای توسعه و کسب درآمد بیشتر از آن انجام می شود. از طرفی امروزه صنعت گردشگری یکی از منابع مهم کسب درآمد است و با انتقال قدرت خرید مناطق شهری و صنعتی به نواحی که توسعه ی چندان ندارد، بین این مناطق تعادل ایجاد می کند و چهره ی تجارت محلی و منطقه ای را با توجه به میزان اعتبار آن دگرگون می کند (مالمیر، ۱۳۸۵). علاوه بر این در هیچ برهه ای از تاریخ، ورزش به اندازه ی امروز با اقتصاد و فرهنگ کشورها پیوند نخورده و به عنوان یک کالای حیاتی مورد توجه عمومی قرار نگرفته است (عبدلی، ۱۳۸۴). تحقیقات محققان گویایی

1. Emery
2. Higam & Hinch
3. Van der zee
4. Lamont
5. Nogawa et al

این امر است که توسعه گردشگری می تواند نقش مهمی در رونق اقتصادی و کسب درآمد شود. یوسف و همکاران^۱ (۲۰۰۹) در پژوهشی با عنوان بررسی گردشگری رویداد ورزشی با مقیاس کوچک در مالزی به این نتیجه رسیدند که برگزاری رویدادهای ورزشی در مالزی موجب جذب گردشگران ورزشی و کسب درآمد اقتصادی زیادی می شود. در تحقیقی دیگر نویخت و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی به بررسی عوامل موثر در توسعه گردشگری ورزشی استان اردبیل و ارائه راهکارهای پرداختند. و نتایج آنها نشان داد که به مسئولان استان درباره گسترش ورزش های تفریحی و بهبود برنامه های تربیت بدنی و گردشگری در کنار توسعه زیرساخت های اساسی گردشگری ورزشی پیشنهاد می شود. سالارزهی و میرزاده، (۱۳۹۴) در پژوهش خود نشان دادند راهبردهای تدوین شده، «فراهم نمودن زمینه های جذب سرمایه گذاری برای ورزش های ساحلی و آبی»، «معرفی چابهار به عنوان قطب گردشگری زمستانی» و «ایجاد مراکز گردشگری زمستانی و تابستانی برای جذب گردشگر در تمام فصول سال» از مهم ترین استراتژی ها برای توسعه سرمایه گذاری گردشگری در حوزه چابهار می باشند. همچنین سعیده زرآبادی و عبدالله (۱۳۹۳) در پژوهش خود نشان داد که از میان شاخص های مورد بررسی، «زیرساخت های گردشگری» و «توان اقتصادی» بیشترین سهم را در توسعه منطقه ایفا می کنند. در واقع یافته های نشان می دهد که منطقه آزاد چابهار علی رغم برخورداری از ظرفیت تبدیل شدن به یک منطقه نمونه گردشگری، کمبود زیرساخت ها و ضعف تبلیغات را به عنوان موانع اساسی در راه رسیدن به توسعه گردشگری دارد. همچنین وجود فرصت های شغلی، جاذبه های ورزشی - تفریحی و برخورداری از جذابیت های طبیعی به عنوان نقاط قوت و جاذب در کنار سرمایه گذاری های زیر بنایی، از مهم ترین رهیافت ها به منظور توسعه گردشگری در این ناحیه تلقی می گردند. در تحقیقی که مک کابه و جانسون^۲ (۲۰۱۳) انجام دادند به این نتیجه رسیدند که فعالیت های اوقات فراغت و گردشگری در میان افراد مسن با معلولیت کمتر از افراد بدون معلول در لهستان است. یافته های آنان حاکی از آن بود که زنان تمایل بیشتری به گردشگری دارند و اوقات فراغت خود را صرف گردشگری و گردشگری ورزشی می کنند. همچنین آنها دریافتند که اگر بتوان شرایطی مهیا کند که افراد سالمند رو مجاب کنند که اوقات فراغت خود را با گردشگری و مسافرت بگذرانند می توانند از این امر توسعه اقتصادی لهستان رو افزایش دهند و فرصت های شغلی جدیدی ایجاد کنند. در پژوهشی که لامونت (۲۰۱۴) با عنوان احراز هویت در گردشگری ورزشی پرداخت و به این نتیجه دست یافت که گشت و گذار، دوچرخه سواری و آشنا شدن با اداب و رسوم کشورها از نکات برجسته احراز هویت است. همچنین کنتالی و کرسنین^۳ (۲۰۱۴) در پژوهش خود نشان دادند که سازمان های ورزشی می توانند نقش مهمی در به حداکثر رساندن نتایج گردشگری از رویدادهای مهم داشته باشند. در پژوهش دیگری هوا و همکاران^۴ (۲۰۱۳) به بررسی چالش های گردشگری ورزشی برای معلولان در مالزی پرداختند، و دریافتند که معلولیت از لحاظ جسمی معلول با ترکیبی از محدودیت های ساختاری، محدودیت فردی، محدودیت درون فردی، و محدودیت های فرهنگی است. اکثر آنها به لحاظ ساختاری در مشارکت رویداد ورزشی محدود هستند. و از موافق مهم گردشگری ورزشی برای معلولان است. با این حال می توان اظهار داشت ورزش به عنوان پدیده ای که با رقابت و فعالیت سر و کار دارد و گردشگری به عنوان تجربه ای شاد و سرگرم کننده، دو سیستم ویژه ای هستند که رابطه ای تنگاتنگ با یکدیگر دارند (افصح حسینی، ۱۳۸۵). حال می توان گفت با توجه به اینکه که در زمینه گردشگری ورزشی مطالعات متفاوتی صورت پذیرفته و ارتباط متغیرهای مختلفی با این متغیرها بررسی گردیده است سهم ایران از این بازار چند میلیارد دلاری ناچیز است. به طوری که ایران با وجود جاذبه های فرهنگی، تاریخی و طبیعی که این کشور را در رده ۱۰ کشور اول دنیا قرار داده است، سهمی بسیار ناچیز

1. Yusof et al

2. Scott McCabe & Sarah Johnson

3. Kennelly & Kristine

4. Hua et al

در حد چند هزارم درصد یعنی ۶۳۰ میلیون دلار داشته است (مجتبوی و بهمن پور، ۱۳۸۷). این مسأله ضرورت بررسی‌های بیشتر و برنامه‌ریزی در این زمینه را مهم می‌سازد و این نوع پژوهش‌ها می‌تواند راهنمای پژوهش‌های دیگری باشد که همواره در این حوزه صورت می‌گیرد. به طور کلی با توجه به مسائل مطرح شده و همچنین نتایج پژوهش‌های پیشین باید گفت که کمتر پژوهشی بدین شکل به نقش شناسایی اولویت بندی فاکتورهای تاثیر گذار بر توسعه گردشگری ورزشی در ایران پرداخته است؛ و این در حالی است که نمی‌توان نقش هیچ یک از عوامل را در رشد صنعت گردشگری ورزشی در شهرهای توریستی به عنوان عاملی مهم در اشتغال زایی و کسب درآمد نادیده انگاشت، لذا ضرورت و اهمیت پژوهش در این راستا بیشتر مشخص می‌گردد. انتظار می‌رود با انجام این پژوهش چالش‌های پیرامون توریسم ورزشی مرتفع گردد و راهکارهای علمی و عملی لازم برای گسترش این مهم شناسایی گردد. با توجه به مسائل پیش گفته هدف پژوهش حاضر شناسایی اولویت بندی فاکتورهای تاثیر گذار بر توسعه گردشگری ورزشی در ایران است. با توجه به این هدف سوال پژوهش این است که اولویت بندی فاکتورهای تاثیر گذار بر توسعه گردشگری ورزشی در ایران کدام است؟

روش شناسی پژوهش

با توجه به هدف اصلی پژوهش و مسائل مطرح شده، پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی، از نظر روش شناسی ترکیبی (کیفی-کمی) می‌باشد، که ابتدا روش کیفی و سپس روش کمی اجرا شد. جامعه آماری این پژوهش در مرحله کیفی، شامل ۱۵ نفر از صاحب نظران و اساتید مدیریت ورزشی بودند. راهبرد مورد استفاده در این پژوهش، نظریه داده بنیاد بود. با توجه به هدف و روش تحقیق، نمونه‌گیری در مرحله اول پژوهش به صورت نظری که نوعی نمونه‌گیری هدفمند، انجام گرفت. و تا رسیدن مصاحبه‌ها به مرحله اشباع نظری ادامه یافته و زمانی که موضوع به حد اشباع نظری رسید، فرایند جمع‌آوری اطلاعات در این مرحله پایان پذیرفت. جامعه آماری در مرحله کمی، در این پژوهش، ۸۴ نفر از کارکنان، مدیران ورزشی و کارشناسان حوزه توریسم ورزشی و اساتید دانشگاه بودند، که با توجه به کم بودن جامعه آماری از روش تمام شمار استفاده شد. در مرحله کیفی از طریق مصاحبه نیمه ساختار یافته با صاحب نظران و اساتید مدیریت ورزشی داده‌ها جمع آوری شدند. بعد از پیاده‌سازی مصاحبه‌های انجام‌شده، اقدام به شناسایی کدهای مفهومی از متن مصاحبه‌ها شد، متن مصاحبه‌ها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. تجزیه و تحلیل داده‌ها همزمان و به طور مستمر با جمع آوری اطلاعات انجام گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش نظریه داده بنیاد برای استخراج مفاهیم استفاده شد. با استفاده از این روش مفاهیم آشکار و پنهان مشخص گردید. در این پژوهش سه مرحله کدگذاری اجرا شد. کدگذاری باز^۱، کدگذاری محوری^۲ و کدگذاری انتخابی^۳. طی دو مرحله کدگذاری شده، که ابتدا کدگذاری باز و سپس کدگذاری محوری انجام گرفت. در کدگذاری باز متن هر مصاحبه چندبار خوانده و جملات اصلی آن استخراج و به صورت کدهایی ثبت شدند. در کدگذاری اولیه پژوهشگر از کلمات خود مصاحبه شوندگان و کدهای دلالت کننده (برداشت‌های پژوهشگر از گفته‌ها) استفاده شد. سپس کدهایی که به لحاظ مفهومی با یکدیگر مشابه بودند در یک دسته قرار گرفتند. در این پژوهش متغیر توسعه گردشگری ورزشی در ایران به عنوان مقوله‌های اصلی در نظر گرفته شد. و بقیه متغیرهای حول محور آن قرار گرفتند. در این پژوهش به منظور تحلیل داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه از نرم افزار NVivo10^۴ بهره گرفته شد. و محیط نرم افزار کدگذاری داده‌ها تا کدگذاری محوری ادامه یافت. بعد از کدگذاری

1. Open coding
2. Axial coding
3. Selective coding

پرسشنامه محقق ساخته با ۱۴ سوال تهیه گردید. و بعد از انجام تایید روایی محتوایی، پرسشنامه بین نمونه‌ها پخش شد. و از طریق ضریب آلفای کرونباخ پایایی پرسشنامه ۰/۸۹ به دست آمد. از آمار توصیفی جهت طبقه‌بندی نمرات خام، طراحی جدول، توزیع فراوانی و محاسبه‌ی شاخص‌های پراکندگی نظیر میانگین و انحراف استاندارد استفاده شده است. همچنین نرمال بودن توزیع داده‌ها با استفاده از آزمون کلموگروف اسمیرنوف (K-S) تعیین گردید. با توجه به طبیعی بودن داده‌ها جهت تحلیل داده‌های آماری از تی تک نمونه‌ای استفاده شد، همچنین جهت رتبه‌بندی و شناسایی اهمیت هر یک از مولفه‌ها، ابعاد و شاخص‌های مورد بررسی از آزمون فریدمن استفاده شده است تا مشخص شود که کدام عوامل بیشترین اهمیت را دارد. کلیه تجزیه و تحلیل‌ها از طریق نرم افزارهای SPSS در سطح معنی داری ($P \leq 0/05$) استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

با بررسی یافته‌های پژوهش معلوم شد که ۸۵ درصد آزمودنی‌ها مرد و ۱۵ درصد آزمودنی‌ها در تحقیق حاضر را زنان تشکیل می‌دهند. و بیش‌ترین فراوانی مربوط به رده‌ی سنی ۳۱ تا ۳۵ سال با فراوانی ۲۷ و کمترین فراوانی مربوط به رده سنی ۲۰ تا ۲۵ سال با فراوانی ۲ می‌باشد. همچنین بیش‌ترین وضعیت تحصیلی در افراد مربوط به تحصیلات دکتری با فراوانی ۳۲ و کم‌ترین وضعیت تحصیلی در افراد مربوط به تحصیلات لیسانس با فراوانی ۶ می‌باشد.

جدول ۱: شاخص آزمون کولموگروف اسمیرنوف (k-s)

سطح معناداری	کلموگروف اسمیرنوف KS	تعداد	شاخص آزمون
۰/۳۱۴	۰/۹۶۱	۸۴	ایجاد سایت‌های اینترنتی و معرفی جاذبه‌های گردشگری کشور
۰/۲۱۴	۱/۰۵۷	۸۴	تبلیغات در شبکه‌های تلویزیونی و ماهواره‌ای و فرهنگی
۰/۳۷۶	۰/۹۱۲	۸۴	ایجاد و معرفی تورهای گردشگری
۰/۱۴۵	۱/۳۷۸	۸۴	توسعه زیر ساخت‌ها

با توجه به نتایج جدول ۱ می‌توان نتیجه گرفت توزیع داده‌های مربوط به متغیرها نرمال است. همانطور که در جدول فوق گزارش شده است، سطح معنی‌داری همه متغیرهای تحقیق بزرگتر از ۰/۰۵ است، پس می‌توان گفت که توزیع داده‌های مربوط به متغیرها نرمال است.

جدول ۲: نتیجه حاصل از آزمون تی تک نمونه برای بررسی میانگین جامعه

متغیره						آماره
ارزش آزمون = ۳						
مقدار آماره تی	درجه آزادی	سطح معناداری	میانگین	در سطح اطمینان ٪۹۵		
۴۴/۲۷	۸۳	۰/۰۰۱	۳/۴۹	حداکثر	حداقل	ایجاد سایت‌های اینترنتی و معرفی جاذبه‌های گردشگری کشور
				۲/۶۰۷۰	۲/۳۸۲۸	
۵۴/۴۴	۸۳	۰/۰۰۱	۳/۸۰	۲/۹۱۲۲	۲/۷۰۶۹	تبلیغات در شبکه‌های تلویزیونی و ماهواره‌ای
۵۰/۸۳	۸۳	۰/۰۰۱	۳/۵۳	۲/۶۳۶۷	۲/۴۳۸۱	ایجاد و معرفی تورهای گردشگری
۴۵/۴۴	۸۳	۰/۰۰۱	۳/۱۶	۳/۲۹۹۹	۳/۰۲۳۲	توسعه زیر ساخت‌ها

بر اساس نتایج جدول ۲ که بیانگر ایجاد سایت‌های اینترنتی و معرفی جاذبه‌های گردشگری کشور، تبلیغات در شبکه‌های تلویزیونی و ماهواره‌ای، ایجاد و معرفی تورهای گردشگری و توسعه زیر ساخت‌ها در شناسایی و اولویت بندی فاکتورهای تاثیر گذار بر توسعه گردشگری ورزشی در ایران هستند؛ با استفاده از آزمون t تک نمونه مورد تایید قرار گرفت مقدار t به دست آمده از بررسی آزمون برای کل مولفه‌ها از مقدار بحرانی $\pm 1/96$ بالاتر است در نتیجه فرض H_0 رد و فرض H_1 در سطح اطمینان ۹۵٪ ($\text{sig} \leq 0/001$) پذیرفته می‌شود. می‌توان استدلال نمود که هر چهار مولفه نام برده شده بر توسعه گردشگری ورزشی در ایران تأثیرگذار هستند.

جدول شماره ۳: آزمون فریدمن جهت رتبه بندی کل مولفه‌ها

رتبه	میانگین	مولفه‌ها
اول	۵/۹۹	ایجاد سایت‌های اینترنتی و معرفی جاذبه‌های گردشگری کشور
دوم	۵/۰۸	تبلیغات در شبکه‌های تلویزیونی و ماهواره‌ای
سوم	۴/۲۳	توسعه زیر ساخت
چهارم	۳/۰۵	ایجاد و معرفی تورهای گردشگری
۸۴		تعداد نمونه
۲۶۴/۳۵۱		کای دو
۳		درجه آزادی
۰/۰۰۱		سطح معناداری

نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد با توجه به این که سطح معناداری آزمون تحلیل واریانس فریدمن کوچکتر از میزان خطاست در نتیجه با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که بین چهار مولفه تاثیر گذار بر توسعه گردشگری ورزشی در ایران تفاوت معناداری وجود دارد همان گونه که مشاهده می‌شود فاکتور ایجاد سایت‌های اینترنتی و معرفی جاذبه‌های گردشگری کشور با میانگین ۵/۹۹ رتبه اول و بهترین رتبه و فاکتور ایجاد و معرفی تورهای گردشگری با میانگین ۳/۰۵ رتبه چهارم و کم‌ترین رتبه را دارا هستند.

بحث و نتیجه گیری

امروزه اهمیت صنعت گردشگری در کل دنیا بر همگان آشکار شده است. گردشگری به عنوان یکی از بخش‌های عمده اجتماعی - اقتصادی جهان شکل گرفته و در خلال نیمه دوم قرن بیستم به طور متوسط حدود چهار- پنج درصد افزایش یافته است. هم‌اکنون ترکیب گردشگری بین‌المللی و داخلی به عنوان بزرگ‌ترین صنعت جهان، شناخته شده است (ملانی و دیکمن، ۲۰۱۷).

هدف کلی این پژوهش شناسایی اولویت‌بندی فاکتورهای تاثیر گذار بر توسعه گردشگری ورزشی در ایران بود. نتایج جدول ۲، نشان می‌دهد که بین فاکتورهای، ایجاد سایت‌های اینترنتی و معرفی جاذبه‌های گردشگری کشور، تبلیغات در شبکه‌های تلویزیونی و ماهواره‌ای، ایجاد و معرفی تورهای گردشگری و توسعه زیر ساخت‌ها بر توسعه گردشگری ورزشی تفاوت معنادار و مثبتی وجود دارد. این یافته‌ها با نتایج نوبخت و همکارانش (۱۳۹۳)، محمودی یکتا و همکارانش (۱۳۹۱)، گیلانی و همکارانش (۱۳۹۱)، اصفهانی و همکارانش (۱۳۸۸)، لامونت (۲۰۱۴)، و یوسف و همکارانش (۲۰۰۹) همخوان بود. اصفهانی و همکارانش (۱۳۸۸) معتقدند محورهای تسهیلات و خدمات، امنیت و اسکان به ترتیب بیشترین درجه اهمیت را در توسعه گردشگری داخلی ورزشی به خود اختصاص می‌دهد و محورهای آموزش، اقتصاد و جاذبه‌های توریستی بیشترین ارتباط را با سایر عوامل دارد. می‌توان گفت که گردشگری به علت خاصیت اشتغال‌زایی و سودآوری نسبتاً سریع آن بستر مناسبی برای سرمایه‌گذاری است. سرمایه‌گذاری خارجی می‌تواند توسعه گردشگری را سرعت بخشد، معیارهای اقتصادی را ارتقاء دهد، و ایده‌ها، فن‌آوری و بازارهای جدیدی را به ارمغان آورد.

با توجه به نتایج پژوهش حاضر به مدیران و مسئولین پیشنهاد می‌شود تا موانع گردشگری در کشور را با ایجاد سایت‌های اینترنتی و معرفی جاذبه‌های گردشگری کشور و تبلیغات در شبکه‌های تلویزیونی و ماهواره‌ای رفع کرده و تا بتوان زمینه‌های ورود گردشگران را به کشور فراهم کرد.

همچنین از دیگر نتایج این تحقیق می‌توان اشاره کرد که بین چهار مولفه تاثیر گذار بر توسعه گردشگری ورزشی در ایران تفاوت معناداری وجود دارد فاکتور ایجاد سایت‌های اینترنتی و معرفی جاذبه‌های گردشگری کشور با میانگین ۵/۹۹ رتبه اول و بهترین رتبه و فاکتور ایجاد و معرفی تورهای گردشگری با میانگین ۳/۰۵ رتبه چهارم و کم‌ترین رتبه را دارا هستند. این یافته‌ها با نتایج تریزیدو، اسکارلس و ساندرز (۲۰۱۷)، محمودی یکتا و همکارانش (۱۳۹۱)، مدهوشی و نیازی (۱۳۸۹)، اصفهانی و همکارانش (۱۳۸۸)، یوسف و همکارانش (۲۰۰۹) و عبدلی (۱۳۸۴) همخوان بود. مدهوشی و نیازی (۱۳۸۹) معتقدند که تنگناهای توسعه گردشگری در کشور به عوامل مختلفی بستگی دارد که این عوامل به چند گروه عوامل زیربنایی از جمله کمبودهای کشور در بخش‌های حمل و نقل زمینی، شامل راه‌های مناسب و جاده‌ها و وسایل حمل و نقل جاده‌ای و فعالیت‌های مربوط به پایانه‌ها و مراکز ارائه‌کننده این خدمات تقسیم می‌شود. هم‌چنین این کمبودها در دیگر بخش‌های مربوط به حمل و نقل به همین گستردگی قابل بررسی است. از جمله در بخش راه آهن و خطوط ریلی و نحوه ارائه خدمات در این بخش توسط مراکز ذیربط و وجود مشکلات بسیار عدیده در بخش حمل و

نقل هوایی که کمبودهای بسیاری در زمینه فرودگاه‌ها و هواپیماها وجود دارد، موانع فرهنگی، قانونی و سازمانی از دیگر مشکلات بخش گردشگری است. این موانع شامل کمبودهایی در بخش تبلیغات و عدم توجه به این بخش می باشد. با توجه به این که تبلیغات در کلیه زمینه‌ها امروزه به اصلی ترین بخش بازرگانی تبدیل شده است، بخش گردشگری نیز نیازمند توجه ویژه به تبلیغات بوده و امری اجتناب ناپذیر تلقی می شود (مدهوشی و نیازی، ۱۳۸۹). می توان گفت که صنعت گردشگری به عنوان بزرگترین و متنوع ترین صنعت در دنیا به حساب می آید. بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار زیربنایی می دانند. به ویژه در کشورهای در حال توسعه که شکل های دیگر توسعه اقتصادی مثل تولید یا استخراج منابع طبیعی، از نظر اقتصادی به صرفه نیست، یا نقش چندان مهمی در صحنه تجارت و بازرگانی ندارد. به توسعه صنعت گردشگری توجه زیادی می شود (اسدی و همکاران، ۱۳۸۹). بنابراین تردیدی نیست که همه کشورهای جهان تلاش می کنند تا در رقابتی تنگاتنگ در پی بهره گیری از مزایای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی برآمده و سهم بیشتری از درآمد و بالا بردن سطح اشتغال ناشی از بهینه سازی این صنعت خدماتی در کشور خود داشته باشند (یوسف و همکارانش، ۲۰۰۹). با توجه به نتایج این پژوهش می توان اینگونه نتیجه گرفت که کشور مان با توجه به مناطق طبیعی، بکر و کوهستانی و دارای جاذبه های گردشگری ورزشی خاص است، و می تواند مورد توجه ورزشکاران و گردشگران واقع شده و به عنوان مقصدی برای گذران اوقات فراغت با انگیزه های تفریح و استراحت انتخاب شوند و در دوره ی زمانی خاص، تعداد کنیری از گردشگران را به خود جذب کنند. ایران با طبیعت جادویی و جاذبه های فراوان، از توانایی گردشگری ورزشی فراوانی برخوردار است. و اگر مدیران و مسولین زیر ساخت های مناسب را مهیا کنند و با ایجاد و معرفی تورهای گردشگری می تواند این صنعت را در کشور ارتقا یابد و در چند سال آینده می تواند به عنوان قطب گردشگری در دنیا معرفی شود. و این کار موجب اشتغال زایی و ایجاد کسب و کارهای جدید خواهد شد. و این امر سبب خواهد شد تا دولت دیگر نیاز به پول نفت نداشته باشد. به طور کلی برای اجرای هر نوع برنامه ای لازم است که منابع مالی، نیروی انسانی، ساختارها و قوانین مرتبط در نظر گرفته شوند. توجه به زیر ساخت ها و معرفی مناطق گردشگری کشور به دیگر کشورها از کارهای مهم و تاثیر گذار بر توسعه گردشگری ورزشی در ایران است. مسولان و مدیران ورزشی می تواند با برگزاری رویدادهای مهم ورزشی این مناطق را معرفی کرده و شرایطی را فراهم آورند تا گردشگری ورزشی در کشور ارتقا و توسعه پیدا کند.

منابع

- اسدی، حسین؛ پورنقی، امین؛ اصفهانی، نوشین و زیتونلی، حمید. (۱۳۸۹). "مطالعه ابعاد مختلف امنیت در گردشگری ورزشی ایران". فصلنامه مطالعات گردشگری، شماره ۱۳. صص: ۴۷-۶۳.
- اسلام، علی اکبر. (۱۳۸۲). برنامه‌ریزی بازاریابی: مفاهیم، الگوها، ساختارها، استراتژی‌ها، تجربیات و مستندات. تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی.
- اصفهانی، نوشین؛ گودرزی، محمود و اسدی، حسن. (۱۳۸۸). "تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی داخلی ایران". مدیریت ورزشی. شماره ۱. صص ۱۵۹-۱۷۵.
- افصح حسینی، فاطمه السادات. (۱۳۸۵). "ورزش، شهر، توریسم". ارائه شده بصورت سخنرانی در اولین همایش ملی شهر و ورزش.
- حمیدی، مهرزاد؛ امیرنژاد، سعید؛ رضوی، سید محمد حسین؛ شفیعی زاده، مهدی و فضلی درزی، اعظم. (۱۳۸۹). "تبیین استراتژی گردشگری ورزشی کشور (ایران)". پژوهش نامه علوم ورزشی (مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی). شماره ۱۲، صص: ۵۱-۶۸.
- زرآبادی، سعیده زهراسادات و عبدالهف، بهار. (۱۳۹۳). "ارزیابی عوامل مؤثر در توسعه صنعت گردشگری منطقه آزاد چابهار با بهره‌گیری از روش فرایند تحلیل شبکه‌ای (ANP)". معماری و شهرسازی. دوره ۴ - شماره ۶.
- زیتونلی، عبدالحمید؛ هنری، حبیب و فراهانی، ابوالفضل. (۱۳۹۰). "شناسایی توانمندی‌های گردشگری ورزشی استان گلستان". پژوهش‌های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی. سال ۱، شماره ۱. صص ۸۳-۷۱.
- سالارزهی، حبیب‌الله و میرزاده، آرمینا. (۱۳۹۴). "شناسایی و اولویت‌بندی راهبردهای توسعه گردشگری در منطقه آزاد تجاری صنعتی چابهار با رویکرد ترکیبی "SWOT-AHP". پژوهش‌های مدیریت عمومی. دوره ۸، شماره ۳۰. صص ۶۳-۴۹.
- عبدلی، بهروز. (۱۳۸۴). مبانی روانی اجتماعی در تربیت بدنی. تهران: انتشارات بامداد کتاب.
- مالمیر، مهدی. (۱۳۸۵). "اثرات ورزش بر توسعه شهری (رابطه بین توریسم ورزشی و توسعه شهری)". اولین همایش ملی شهر و ورزش.
- مجتبی، سید کورش و بهمن پور، هومن. (۱۳۸۷). توریسم ورزشی. تهران: کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران.
- محمودی یکتا، مهدی؛ ذبیحی، اسماعیل و جورابلو، مسعود. (۱۳۹۱). "تأثیر مولفه‌های گردشگری بر گرایش گردشگران ورزش". نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی. سال ۴، شماره ۲. صص: ۱۳۹۴-۱۴۹.
- مدهوشی، مهرداد و نیازی، عیسی. (۱۳۸۹). "بررسی و تبیین توسعه صنعت گردشگری در استان گلستان". دانش و توسعه. سال ۱۷، شماره ۳۰. صص ۱۶۲-۱۳۵.
- موسی‌گیلانی، سید رضا؛ اسدی، حسن و سجادی، سید نصرالله. (۱۳۹۱). "بخش‌بندی بازار گردشگری ورزشی ایران برای گردشگران گردشگران خارجی و ارائه مدل بازار هدف". مدیریت ورزشی. شماره ۱۲، صص: ۳۷-۵۹.
- نوبخت، فرزاد؛ اتقیا، ناهید؛ امیری، مجتبی؛ قره‌خانی، حسن و اشرفی، نگار. (۱۳۹۳). "بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری استان اردبیل و ارائه راهکارهای اجرایی". فصلنامه علوم ورزش. سال ششم، شماره ۱۳. صص: ۸۹-۶۷.

- Emery.P. (2010). **“Past, present, future major sport event management practice: the practitioner perspective.”** Sport management review, Vol 13, pp: 158-170.
- Higam. J & Hinch. T. (2006). **“Sport and Tourism Research: A Geographic Approach.”** Journal of Sport & Tourism.vol. 11(1), pp: 31-49.
- Hua. Poy Irini Ibrahim, Lim Khong Chiu. (2013). **PSU-USM International Conference on Humanities and Social Sciences.** 257 – 269.
- Kennelly, Millicent, Kristine Toohey. (2014). **“Strategic alliances in sport tourism: National sport organizations and sport tour operators.”** Sport Management Review. Pages 407-418.
- Lamont, Matthew. (2014). **“Authentication in sports tourism. Annals of Tourism Research.”** Journal homepage: www.elsevier.com/locate/atoures.
- McCabe. Scott, Johnson. Sarah. (2013). **“The happiness factor in tourism: Subjective well-being and social tourism.”** Annals of Tourism Research. Vol 41, pp: 42-65.
- Melanie. K. S., Diekmann. A. (2017). **“Tourism and wellbeing.”** Annals of Tourism Research. Vol 66, Pages 1-13.
- Nogawa, H., Yamaguchi, Y., Yumiko, H. (1996). **“An empirical research study on Japanese sport tourism in sport-for-all events: Case studies of a single-night event and a multiple-night event.”** Journal of Travel Research, 35. pp 46–54.
- Terzidou, M. Scarles. C., Saunders. M. (2017). **“Religiousness as tourist performances: A case study of Greek Orthodox pilgrimage.”** Annals of Tourism Researchm, Vol 66, Pages 14-25.
- Van der Zee, Egbert. (2011). **“Image improvement as a tangible legacy of Hallmark events; the case of the 2010 World Cup in South Africa.”** Research Master Human Geography and planning Faculty of Geosciences.
- Yusof, A., Omar-Fauzee, M. S., Shah, P. M., & Geok, S. K. (2009). **“Exploring small-scale sport event tourism in Malaysia.”** Research Journal of International Studies, 9, 47-58.

مرور نظام مند و فراتحلیل پژوهش‌های انجام شده در حوزه سوء مصرف مواد نیروزا در جوامع غیرورزشکار نوجوانان و جوانان ایرانی

علی کاشی^۱
محمد رضا کردی^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۴/۷

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۵/۲۹

امروزه، مصرف مواد نیروزا به عنوان یک مسئله اجتماعی نه تنها در بین ورزشکاران، بلکه در بین غیرورزشکاران نیز شایع شده است. با وجود تحقیقات متعدد در این حوزه در کشور، تاکنون مطالعه‌ای به مرور سیستماتیک و فراتحلیل این تحقیقات نپرداخته است. در این مطالعه مروری و فراتحلیل، تعداد ۱۱ تحقیق واجد شرایط برای ورود به این مطالعه انتخاب شدند. در مجموع در این تحقیقات ۱۴۲۹۱ آزمودنی مورد بررسی قرار گرفته بود. از بین این تحقیقات ۱۱ تحقیق دارای نمونه‌های مرد و زن و ۹ تحقیق تنها بر روی زنان انجام شده بود. پس از جمع‌آوری و کدگذاری اطلاعات این ۱۱ تحقیق با استفاده از نرم افزار CMA همه داده‌ها کدگذاری و با استفاده از دو مدل ثابت و تصادفی مورد تحلیل قرار گرفتند. نتایج فراتحلیل انجام شده در این زمینه نشان داد که در مردان ایرانی برآورد نقطه‌ای میزان شیوع مصرف مواد نیروزا بر اساس مدل تصادفی در جوامع غیر ورزشی حدود ۱۲/۵ درصد بود و در جامعه زنان جوامع عادی و یا غیرورزشکار ایرانی برابر با ۵/۳ بود. نتایج این تحقیق نشان داد مصرف مواد نیروزا و دوپینگ واقعیتی انکارناپذیر بوده و به عنوان یک مسئله اجتماعی در حال رشد و گسترش می‌باشد. مصرف مواد از ورزشکاران به جوامع غیرورزشی و از مردان به زنان نیز کشیده شده و در صورت عدم توجه مسئولان، سیاستمداران و برنامه ریزان به این موضوع هر روز شاهد آسیب بیشتر جوانان و نوجوانان کشور عزیزمان خواهیم بود.

واژگان کلیدی: فراتحلیل، دوپینگ، مواد نیروزا، شیوع و نوجوانان و جوانان ایرانی

۱. استادیار، پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی، تهران، ایران

۲. دانشیار، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

مقدمه

یکی از مشکلات بزرگی که در سال های اخیر به شدت در جوامع و کشورهای مختلف مشاهده می شود، توجه رسانه های جمعی به مسائلی همچون بهبود شکل ظاهری بدن بوسیله افزایش حجم و توده عضلانی می باشد. رسانه های مختلف این نگرش را توسعه می دهند که مردان باید دارای بدنی عضلانی و زنان لاغر اندام باشند. این دو موضوع باعث افزایش شیوع اختلالات تغذیه و عادات مصرف مواد نیروزا در بین جوانان و نوجوانان گردیده است، زیرا مردان جوان بسیار تمایل به داشتن یک تیپ بدنی عضلانی دارند (لابر^۱، ۲۰۰۲؛ نیلسون^۲ و همکاران، ۲۰۰۳). این نارضایتی از تیپ بدنی و تمایل به تغییر آن یکی از عوامل مهم در مصرف برخی داروها همچون استروئیدهای آنابولیک است (پیتر^۳ و همکاران، ۲۰۰۱) که اغلب هدف از مصرف آنها افزایش توده عضلانی و بهبود شکل ظاهری بدن می باشد (اروینگ^۴ و همکاران، ۲۰۰۲؛ نیلسون و همکاران، ۲۰۰۱؛ تایلور^۵، ۲۰۰۲؛ کانایاما^۶ و همکاران، ۲۰۰۳). البته تحقیقات متعدد عوارض جانبی مختلف آنها را به اثبات رسانده است (پارسی نن^۷ و همکاران، ۲۰۰۲؛ کاریلا^۸ و همکاران، ۲۰۰۴؛ جان^۹، ۲۰۰۳؛ کاریلا^{۱۰} و همکاران، ۲۰۰۳). در برخی موارد این باور وجود دارد که این مواد مجاز یا بدون عوارض هستند و به افراد در بهبود عملکرد بدنی و بهبود تیپ و ظاهر بدنی کمک می کنند (وورکن^{۱۱}، ۲۰۰۰).

متأسفانه، مشخص شده است که مصرف برخی از این مواد نیروزا می تواند به عنوان زمینه ساز یا مقدمه ای برای مصرف مواد مخدر و نوشیدنی های الکلی باشد (راندال^{۱۲} و همکاران، ۲۰۰۲؛ نیلسون و همکاران، ۲۰۰۱؛ کانایاما^{۱۳} و همکاران، ۲۰۰۳) در ایران نیز در تحقیق کاشی و همکارانش (۱۳۸۸) مشخص گردید که مصرف مواد مخدر و روان گردان در مصرف کنندگان مواد نیروزا به شکل کاملاً «معناداری بیشتر از افراد غیرمصرف کننده است و مصرف مواد نیروزا را می توان به عنوان یکی از عوامل خطرزای مصرف مواد مخدر و روان گردان به شمار آورد. همچنین در تحقیقاتی که بر روی مصرف کنندگان عوامل نیروزا انجام گرفته است مشخص شد افرادی که از عوامل نیروزا به عنوان وسیله ای برای دستیابی آسان به اهداف خود استفاده می کنند علاوه بر خطرات جدی که سلامت آنها را تهدید می نماید، مصرف این مواد می تواند موجب بروز اختلالات رفتاری و شخصیتی و ظهور رفتارهای خشن شود و همچنین مصرف کنندگان این مواد گزارش کرده اند که کیفیت روابطی که آنها با والدینشان دارند به شدت تخریب شده و اظهار نموده اند که در برابر مسائل و مشکلات زندگی بسیار آسیب پذیر می باشند. این نوجوانان زیاد شاد نبوده و احساس سلامتی نمی کردند (لااور^{۱۴} و همکاران، ۲۰۰۴).

1. Laber
2. Nilsson
3. Peters
4. Irving
5. Taylor
6. Kanayama
7. Parssinen
8. Karila
9. Juhn
10. Karila
11. Vorroken
12. Randall
13. Kanayama
14. Laure

الگوهای استفاده از مواد نیروزا در زیر گروه‌های جمعیتی مختلف متفاوت است. گرچه برخی ورزشکاران دلیل استفاده از این مواد را انجام فعالیت بدنی شدید و طولانی گزارش می‌کنند، اما برخی دیگر از مصرف کنندگان، دلیل مصرف این مواد را حفظ سلامتی و تغییر ترکیب بدنی گزارش می‌کنند (زیگلر^۱ و همکاران، ۲۰۰۳؛ نیپر^۲، ۲۰۰۴؛ گوستون^۳ و همکاران، ۲۰۱۰؛ داسکامب^۴ و همکاران، ۲۰۱۰؛ لون^۵ و همکاران، ۲۰۱۲). در مقابل، توده مردم دلایل خود را برای مصرف مواد نیروزا اغلب سلامتی و بهبود تیپ بدنی عنوان می‌کنند و عده اندکی نیز علاقه ای جزئی به بهبود عملکرد بدنی دارند (بیلی^۶ و همکاران، ۲۰۱۳؛ دیکینسون^۷ و همکاران، ۲۰۱۲). مطالعات انجام گرفته در کشورهای مختلف دنیا نشان داده اند که تنها ورزشکاران حرفه‌ای نیستند که از مواد نیروزا به منظور افزایش عملکرد استفاده می‌کنند (کاپ لن^۸ و همکاران، ۲۰۰۰؛ وان اینو^۹ و همکاران، ۲۰۰۳)، بلکه ورزشکاران تفریحی و مبتدی (راندال^{۱۰} و همکاران، ۲۰۰۲؛ جاماهارا^{۱۱} و همکاران، ۲۰۰۰)، غیروزشکاران (نیلسون و همکاران، ۲۰۰۱) و حتی دانش آموزان دبیرستانی (برایان^{۱۲} و همکاران، ۲۰۰۳؛ تاموسکی^{۱۳} و همکاران، ۲۰۰۱) و راهنمایی (اوری^{۱۴} و همکاران، ۱۹۹۸) نیز از این مواد استفاده می‌نمایند- مصرف این مواد شامل دامنه گسترده ای از مواد همچون: استروئیدهای آنابولیک، داروهای مدر، داروهای کاهش وزن، داروهای محرک (روان گردان)، مخدر، نوشیدنی های الکلی، نوشیدنی های نیروزا، هورمون رشد انسانی، اریتروپویتین^{۱۵} و داروهای مختلف دیگری می‌شود.

امروزه مصرف انواع مختلف مکمل های غذایی نیز در سراسر دنیا به صورت چشمگیری در حال افزایش است که این مواد شامل ویتامین های روزانه، مکمل گیاهی و مکمل های افزایش دهنده عملکرد گوناگون است. تعداد زیادی از مکمل هایی که در بازار به صورت رایج در حال خرید و فروش می‌باشند هنوز هم از مصرف آنها اطمینان حاصل نشده و توسط تحقیقات معتبر علمی، سالم و بی ضرر بودن آن اثبات نگردیده و جهت مصرف آنها توسط ورزشکاران در رشته های مختلف ورزشی نگرانی هایی وجود دارد (بوچارد^{۱۶} و همکاران، ۲۰۰۲؛ پیپ و کریستین^{۱۷}، ۲۰۰۲؛ مارک و جان^{۱۸}، ۲۰۰۳). مکمل های غذایی نیز محصولات تجاری در دسترس هستند که علاوه بر رژیم غذایی معمول مصرف شده و شامل ویتامین، مواد معدنی، گیاهان (گیاهی)، اسیدهای آمینه

1. Ziegler
2. Nieper
3. Goston
4. Dascombe
5. Lun
6. Bailey
7. Dickinson
8. Copeland
9. Van Eenoo
10. Randall
11. Jmaharaj
12. Brian
13. Tymowski
14. Avery
15. Erythropoietin
16. Bouchard
17. Pipe and Christiane
18. Mark and Juhn

و انواع سایر محصولات دیگر می باشند (پژوهشگاه ملی سلامت^۱، ۲۰۱۳). ادعاهای بازاریابان این مواد برای برخی از این محصولات شامل بهبود وضعیت سلامت کلی، بهبود عملکرد شناختی یا جسمانی، افزایش انرژی، از دست دادن وزن اضافی، تسکین درد و دیگر اثرات مطلوب مورد نظر مصرف کنندگان می باشد. سازمان سلامت و آموزش مکمل های غذایی کشور آمریکا (DSHEA) از سال ۱۹۹۴ (سازمان داروی فدرال^۲، ۱۹۹۴) چارچوب قانونی برای مکمل های غذایی در ایالات متحده ایجاد نموده است. از آنجا که این اقدام به قانون تبدیل شد، فروش مکمل های غذایی در ایالات متحده از چهار میلیارد دلار در سال ۱۹۹۴ به ۳۳ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۲ افزایش پیدا کرده است (سالدانها^۳، ۲۰۰۷؛ اینفوگرافیک^۴، ۲۰۱۳) که به معنای افزایش هشت برابری در طول مدت بیش از ۱۸ سال است. فروش جهانی مکمل های غذایی حدود ۹۶ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۲ و ۱۰۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۳ (مجله اقتصاد غذایی، گزارش جهانی صنایع غذایی و مکمل ها، ۲۰۱۴) برآورد شده است. البته این تحقیقات نشان می دهند روند استفاده از این مواد دچار تعدیل هایی در طول سال های اخیر شده است (رادیمیر^۵ و همکاران، ۲۰۰۴؛ کندی^۶ و همکاران، ۲۰۱۳). در مورد مصرف مواد نیروزا نیز مطالعات فرا تحلیلی در خارج از کشور انجام شده است. ناپیک^۷ و همکاران در سال ۲۰۱۶ در یک مطالعه نظام مند و فراتحلیل به بررسی شیوع مصرف مکمل های غذایی در بین ورزشکاران پرداختند. این محققان چنین نتیجه گیری نمودند هنگامی که استفاده از مکمل غذایی ورزشی در بین ورزشکاران نخبه و همچنین مصرف این مواد توسط ورزشکاران غیر نخبه مورد بررسی قرار می گیرد و همچنین زمانی که نوع مکمل در تحقیقات مختلف مورد مقایسه قرار می گیرد، تنوع در شیوع استفاده از این مواد در میان مطالعات بسیار زیاد است و متغیرهای متعددی بر میزان شیوع گزارش شده تاثیر می گذارد.

کاشی و همکارانش در یک طرح تحقیقی در سال ۱۳۹۶ به سفارش پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی در قالب یک مرور نظام مند و فراتحلیل به این نتیجه رسیدند که برآورد نقطه ای مصرف مواد نیروزا بر اساس مدل تصادفی در مردان ورزشکار ایرانی ۶۳/۹ درصد و در دامنه ای بین ۵۰/۶ تا ۷۵/۳ درصد بر اساس مدل تصادفی در نوسان است. همچنین، شیوع مصرف مواد نیروزا در زنان ورزشکار جامعه ایرانی در یک برآورد نقطه ای بر اساس مدل ثابت برابر با ۲۸/۳ درصد و در برآورد دامنه ای در دامنه ۲۵/۳ تا ۳۱/۴ درصد بود. بیشترین میزان شیوع مصرف این مواد در ابتدا در بین ورزشکاران رشته بدنسازی، بعد وزنه برداری، سپس کشتی، شنا و دو و میدانی بود. مقایسه نتایج این تحقیقات با تحقیقات انجام گرفته در دیگر کشورها نشان می دهد که شیوع مواد نیروزا در ایران بسیار بیشتر از سایر کشورها می باشد (کاشی و همکاران، ۱۳۸۴ کاشی و همکاران، ۱۳۹۶). تحقیقات گزارش شده فوق نشان دادند مصرف این مواد تنها در بین ورزشکاران دیده نمی شود و حتی در جوامع غیر ورزشکاران نیز مصرف این مواد در کشور ایران بسیار شایع شده است. کشور ایران یکی از جوان ترین جمعیت های جهان را دارا می باشد؛ به طوری که بیش از ۵۰ درصد جمعیت آن را کودکان، نوجوانان و جوانان تشکیل می دهند. این جمعیت جوان می تواند سرمایه ای بالقوه برای توسعه

1. National Institute of Health
2. Federal Drug Administration
3. Saldanha
4. Infographics
5. Nutrition Business Journal Global Supplement and Nutrition Industry Report
6. Radimer
7. Kennedy
8. Knapik

کشور محسوب گردد و در عین حال عدم توجه کافی به آموزش، پرورش، توسعه و سلامت آنان تهدیدی جدی برای آینده کشور خواهد بود، چراکه نیازهای تامین نشده نسل جوان به شکل رفتارهای ناهنجار و بزهکارانه خود را نشان می‌دهند. جوانان به خاطر آسیب پذیر بودنشان سریع تر از دیگر اقشار جامعه ارزش‌های اجتماعی را نقض می‌کنند و اصلی‌ترین قربانیان سوء مصرف مواد محسوب می‌شوند (حسن پورآلشتی، ۱۳۸۱). بیشترین طیف مورد تهاجم از سوی این مواد را بخش جوان و نوجوان تشکیل می‌دهند. لذا طیف دانش آموز و دانشجو به شدت از سوی این مواد تهدید می‌شوند و در صورتی که طرحی برای مقابله با آنها آماده نگردد، این احتمال وجود دارد که بخشی از قشر جوان و نوجوان جامعه پس از برخورد با استرس‌های خانواده و جامعه، مشکلات فردی همچون مسائل تحصیلی، جذب تبلیغات دروغین بهبود تیپ بدنی شدن، نداشتن فضای مناسب برای مطالعه و کسب اطلاعات صحیح در مورد این مواد و غیره متوسل به مصرف این گونه مواد گردند. از آنجا که عوامل خطر در هر مرحله انتقال یعنی از دوران نوجوانی به جوانی و بزرگسالی بروز می‌کنند، برنامه ریزان پیشگیری باید برنامه‌هایی را تهیه کنند که از نیازهای فردی در هر دوره رشدی حمایت کند (طارمیان، ۱۳۸۱) و این امر جز با انجام تحقیقات جامع و گسترده در هر دوره سنی و شناسایی دقیق مشکل در آن دوره ممکن نخواهد بود.

در سال‌های اخیر یکی از تکنیک‌های توسعه یافته در زمینه روش تحقیق اجرای مطالعات فراتحلیلی و مرور سیستماتیک است. این نوع تحقیقات به جمع بندی تحقیقات انجام شده در یک حوزه خاص می‌پردازند و دیدی کلی در یک زمینه ایجاد می‌کنند. گرچه مطالعات متعددی این موضوع را در کشور مورد بررسی قرار داده‌اند و در تحقیقات ملی و استانی این موضوع بررسی شده است، اما جمع بندی صحیحی در این حوزه وجود ندارد و سیاست‌مداران و برنامه ریزان اطلاعات جامعی در این باره ندارند. لذا لزوم اجرای یک مطالعه مروری و فراتحلیل برای جمع بندی تحقیقات انجام شده در بین افراد غیرورزشکار در داخل کشور و ارائه راهکار به شدت احساس می‌شود.

روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق از نوع مرور سیستماتیک و در بررسی اهداف و سوالات تحقیق از نوع فراتحلیل می‌باشد. ابتدا در این تحقیق، مروری نظام مند انجام شد تا به ادبیات تحقیق دسترسی کامل پیدا کنیم. مرور نظام مند نیز دارای فرایند مشخص و از پیش تعیین شده‌ای است: تنظیم سوال، جستجوی ادبیات تحقیق، انتخاب تحقیقات واجد شرایط، استخراج داده‌ها و ارزیابی کیفیت و اعتبار آنها و ترکیب، تعبیر و تفسیر گزارش داده‌ها (به نقل از قربانزاده، ۱۳۹۴). لذا برای یافتن تحقیقات اصلی انجام شده در این رابطه مراحل بالا طی شد. در ادامه نیز از شیوه فراتحلیل برای کمی کردن برخی نتایج و نتیجه گیری در مورد برخی موضوعات پرداخته شد. فراتحلیل به فنون آماری گفته می‌شود که هدف آنها یکپارچه سازی نتایج پژوهش‌های انجام شده مستقل می‌باشد. با روش فراتحلیل می‌توان نتایج پژوهش‌ها را با یکدیگر ترکیب نمود و روابط تازه‌ای میان پدیده‌های اجتماعی کشف کرد. این روش تحلیل تحلیل هاست؛ یعنی تحلیل آماری مجموعه‌ای از نتایج مطالعات جداگانه به منظور ادغام یافته‌ها (عابدی، ۱۳۸۵). فراتحلیل، شیوه‌ای دقیق برای ترکیب هدفمند نتایج مطالعات متعدد برای رسیدن به یک برآورد بهتر درباره حقیقت است. همانطور که در مقدمه نیز گفته شد، تحقیقات زیادی در سطح کشور به بررسی مصرف مواد نیروزا در بین زنان و مردان ورزشکار پرداخته‌اند. اما شیوع کلی مصرف این مواد به صورت جمع بندی شده وجود ندارد و محقق در این تحقیق سعی در جمع بندی نتایج این تحقیقات دارد.

مراحل انجام فرا تحلیل در این تحقیق عبارت بود از: ۱- تعریف مواد نیروزا و شیوع مصرف؛ ۲- بیان تفصیلی معیارهای انتخاب مطالعات بررسی کننده مصرف مواد نیروزا: در این بخش به ابزارهای جمع آوری اطلاعات، روایی و پایایی آنها، جامعه آماری و نمونه و روش نمونه گیری، روش اجرای پژوهش، مواد نیروزای مورد بررسی و روش های آماری برای تحلیل نتایج پرداخته شد؛ ۳- کدگذاری مطالعات: پس از اینکه معیارهای انتخاب مطالعات مشخص گردید، طرح های تحقیقی واجد شرایط کدگذاری شده و اطلاعات زیر از این تحقیقات وارد چک لیست شد: عنوان پژوهش انجام شده، مشخصات کامل مجریان، سال اجرای پژوهش، محل اجرای پژوهش، سوال های فرضیه های پژوهش، جامعه آماری پژوهش، ابزارهای جمع آوری اطلاعات، نمونه و روش های نمونه گیری، روش اجرای پژوهش، مواد نیروزای مورد بررسی در پژوهش، روش های آماری تجزیه و تحلیل داده ها، نتایج ارائه شده در تحقیق از جمله میزان شیوع هر ماده در هر متغیر گروه بندی در نوجوانان و جوانان ایرانی، توان آزمون های به کار گرفته شده، اندازه های اثر و سایر نتایج ارائه شده در مقاله؛ ۴- ترکیب مطالعات و انتخاب نوع تحلیل: در این بخش دو نوع رویکرد برای ترکیب و تحلیل نتایج فراتحلیل وجود دارد. یکی مدل اثرهای ثابت و دیگری مدل اثرهای تصادفی است. در مدل اثرهای ثابت فقط با تغییرات درون پژوهش ها یا درون مطالعات سر و کار دارد. پیش فرض این مدل این است که در پژوهش های انجام شده از روش ها، آزمودنی ها و ابزارهای اندازه گیری یکسان استفاده شده است و تفاوت های مشاهده شده صرفاً از تغییرات بین پژوهش و مطالعه ها ناشی می شوند. پژوهشگر در این مدل به این پرسش پاسخ می دهد که آیا تدابیر آزمایشی در مطالعات موجود سودمند واقع شده است؟ در مدل اثرهای تصادفی تغییرات بین مطالعه ها و تغییرات درون مطالعه ها را بررسی می نماید. پیش فرض این مدل این است که مطالعات یک نمونه تصادفی است که از جامعه همه مطالعات ممکن انتخاب شده است. در این مدل پژوهشگر به این پرسش پاسخ می دهد که آیا به طور کلی تدبیر آزمایشی سودمند واقع می شود و مدل های تصادفی قابلیت تعمیم بیشتری در سطح جامعه دارند یا نه. لذا در این تحقیق از مدل تصادفی برای گزارش نتایج تحقیق استفاده شد.

جامعه آماری این تحقیق را کلیه تحقیقاتی تشکیل می داد که به بررسی مصرف مواد نیروزا در جوامعی غیر از ورزشکاران کشور همچون جمعیت عمومی دانش آموزان و دانشجویان پرداخته بودند. واحد تحلیل در این تحقیق عبارت بود از هر مقاله تحقیقی که در مجلات علمی پژوهشی، همایش ها و سایر مجلات علمی معتبر به چاپ رسیده بود، طرح های تحقیقی و پایان نامه های کارشناسی ارشد و دکتری در رشته های مرتبط که ملاک های ورود به تحقیق را داشته باشد. برای این منظور مطالعات کتابخانه ای و جستجوی اینترنتی از سایت هایی همچون کتابخانه ملی ایران، پایگاه علمی جهاد دانشگاهی ایران (sid)، گوگل اسکولار، سایت نشریات مرتبط با این موضوع و مراکز تحقیقی و اطلاعاتی مرتبط انجام گرفت. جستجوی اینترنتی با کلیدواژه های متعددی از جمله: مواد نیروزا، دوپینگ، مواد، دارو، مکمل، ورزش، مصرف، سوء مصرف، شیوع و ... هم به صورت مجزا و هم ترکیبی و هم به زبان فارسی و هم به زبان انگلیسی انجام گرفت. پس از رعایت مراحل مختلف اجرای فراتحلیل، تعداد ۱۱ تحقیق واجد ملاک های لازم برای ورود به فراتحلیل شناخته شد. این ۱۱ تحقیق مصرف مواد نیروزا را در مردان و زنان نوجوان و جوان در جمعیت های عمومی و غیرورزشکار ایرانی (۱۱ مقاله در مردان و زنان و ۹ مقاله فقط در زنان) مورد بررسی قرار داده و میزان شیوع مصرف مواد نیروزا را گزارش کرده بودند.

ابزار اندازه گیری در مطالعات فراتحلیل، عموماً پرسشنامه معکوس بود. در این تحقیق نیز محقق از این روش برای خلاصه نمودن نتایج تحقیقات انجام شده در حوزه مصرف مواد نیروزا در ورزشکاران کشور

استفاده نمود. در این روش، کلیه اطلاعات ارائه شده در تحقیقات پیرامون کلیه متغیرهای مستقل و وابسته مد نظر محققان کد گذاری و تلخیص گردید و وارد نرم افزارهای تحلیل گر داده‌های فراتحلیل 'CMA' شد. در فراتحلیل اصل اساسی عبارت است از محاسبه اندازه اثر برای مطالعات مجزا و جدا کردن و برگرداندن آنها به یک ماتریس مشترک عمومی و آنگاه ترکیب آنها برای دستیابی به یک تاثیر متوسط و کلی. به عبارت دیگر، اندازه اثر نشان دهنده میزان یا درجه حضور پدیده در جامعه و با فرض صفر در ارتباط است؛ بدین ترتیب که در تجزیه و تحلیل آماری، پس از مباحث مربوط به تحلیل توان آماری، اندازه اثر مطرح شده و بر اهمیت آن تاکید می‌شود. فرمول‌های زیادی برای محاسبه اندازه اثر وجود دارد. بعد از محاسبه اندازه اثر بر اساس جدول کوهن، اندازه اثر ۰/۱ کم، ۰/۳ میانگین و ۰/۵ را زیاد می‌توان قلمداد نمود (هومن، ۱۳۹۵). برای تحلیل اطلاعات جمع آوری شده در این تحقیق از نرم افزار CMA استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

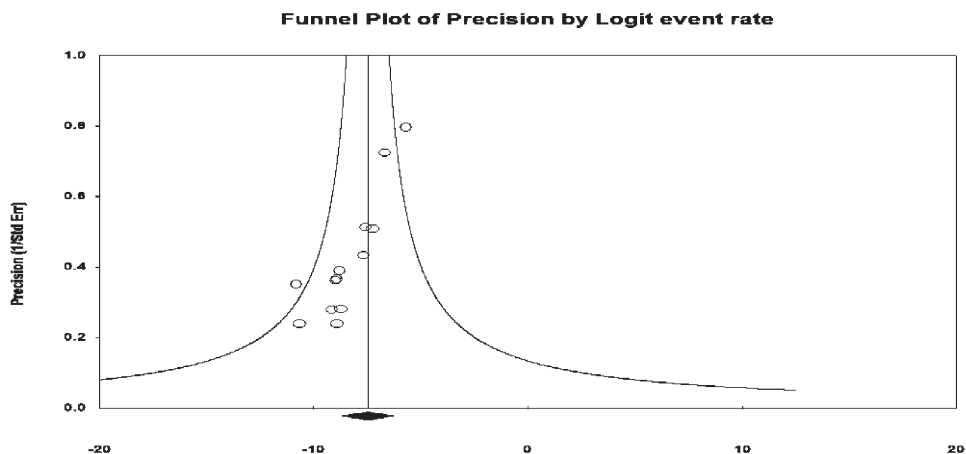
جدول ۱ تحقیقات بررسی کننده شیوع مصرف مواد نیروزا، داروها و مکمل‌ها در جوامع عمومی ایران را نشان می‌دهد. بر اساس اطلاعات این جدول، ۱۱ مطالعه در جوامعی انجام شده که نمونه‌های آنها دارای ماهیت ورزشکاری و در محیط‌های ورزشی نبوده اند.

جدول ۱: تحقیقات بررسی کننده شیوع مصرف مواد نیروزا، داروها و مکمل‌ها در جوامع غیرورزشکار نوجوانان و جوانان ایرانی

نام محقق	سال	تعداد نمونه	جامعه آماری	شیوع مواد نیروزا		شیوع داروها		شیوع مکمل‌ها	
				مرد	زن	مرد	زن	مرد	زن
۲. علی کاشی	۱۳۸۶	۹۹۲	دانش آموز	۱۳/۴	۴/۲۶	۵/۹	۱/۱	۱۰/۴	۳/۱
۵. عسرا عسکری	۱۳۸۷	۳۹۵	دانشجو	۲۵/۹	۱۷/۲	۱۳/۷	۱۰/۶	۲۰/۳	۱۰/۶
۶. بابی سان عسکری	۱۳۸۸	۴۰۱	دانشجو	۱۸/۸	۲۹/۳	۸/۸	۱۰/۷	۱۴/۹	۲۶/۴
۷. علی کاشی	۱۳۸۸	۱۰۱۸	جوان و نوجوان	۱۳/۱	۸/۲	۳/۷	۰/۸	۷/۸	۳/۴
۸. فرزانه هاشمی	۱۳۸۹	۴۱۴	دانشجو	۵/۷	۴/۹	۱/۸	۲/۲	۴/۹	۴/۳
۹. زهرا سرلک	۱۳۸۹	۵۱۵	دانشجو	۲۶/۳	۸/۸	۹/۳	۲/۲	۲۵/۳	۸
۱۰. زهرا سرلک	۱۳۹۰	۴۸۰	دانشجو و دانش آموز	۷/۹	۰/۹	۳/۱	۰	۶/۱	۰/۷
۱۱. علی کاشی	۱۳۹۰	۷۲۰	دانشجو	۷/۸	۳/۱	۲/۴	۲/۴	۴/۱	۰/۳
۱۲. محمود شیخ	۱۳۹۱	۲۴۰۰	دانش آموز	۵/۷	۰/۸	۰/۱	۰/۰	۲/۷۵	۱/۳
۲۲. اکبر سازوار	۱۳۸۷	۶۰۰۰	دانش آموز	۱۲/۳	---	---	---	---	---
۲۹. علی هاشمیان فر	۱۳۹۲	۹۹۲	دانش آموز	۱۵/۲	---	۲/۴	---	۱۵/۲	---

مصرف مواد نیروزا در نوجوانان و جوانان مرد غیرورزشکار ایرانی

آماره آزمون های فراتحلیل در ۱۱ مطالعه بررسی کننده مصرف مواد نیروزا در جامعه غیر ورزشی مردان ایرانی در جدول ۱ آمده است. بر اساس اطلاعات ارائه شده در این جدول، شیوع مصرف مواد نیروزا در بین دانش آموزان دبیرستانی حدود ۵/۷ تا ۱۵/۲ درصد و در بین دانش جویان در حدود ۵/۷ تا ۲۶/۳ درصد است. در یک تحقیق که در بین جوانان و نوجوانان به شکل کلی انجام شده بود نیز میزان شیوع برابر با ۱۳/۱ درصد گزارش شد.



شکل ۱: نمودار مشخص کننده سوگیری مطالعات انجام شده در زمینه مصرف مواد نیروزا در جامعه مردان غیرورزشکار ایرانی

بر اساس اطلاعات مشخص شده در شکل ۱ مشخص است که اکثر مطالعات دارای همگنی مناسبی هستند. لذا می توان با اطمینان از نتایج مستخرج از فراتحلیل استفاده نمود.

جدول ۲ آماره آزمون های اندازه اثر، نرخ وقوع و وزن مطالعات فراتحلیل ۱۱ مطالعه بررسی کننده مصرف مواد نیروزا در مردان غیرورزشکار جامعه ایرانی را نشان می دهد. این اطلاعات فراتحلیل انجام شده بر روی این مطالعات در مردان غیرورزشکار را به خوبی نشان داده و اندازه اثر این مطالعات را مشخص می سازد. بر اساس اطلاعات ارائه شده در این جدول بر اساس مدل تصادفی مشخص است که شیوع مصرف مواد نیروزا در بین جامعه مردان غیرورزشکار ایرانی در دامنه ای بین ۹/۵ درصد تا ۱۶/۲ درصد قرار دارد. در این جدول وزن نسبی مطالعات انجام شده در کشور در این حوزه کاملاً مشخص است و تقریباً می توان اظهار داشت که این مطالعات به دلیل همگنی و روش شناسی تقریباً مشابه، دارای وزن برابری بودند.

جدول ۲: آماره آزمون‌های اندازه اثر، نرخ وقوع و وزن مطالعات فراتحلیل ۱۱ مطالعه بررسی کننده مصرف مواد نیروزا در مردان غیرورزشکار جامعه ایرانی

نام محقق	سال	جامعه آماری	شیوع مواد نیروزا	وزن نسبی مدل تصادفی	وزن نسبی مدل ثابت	آماره آزمون‌های هر مطالعه		
						حد پائین	حد بالا	معناداری
علی کاشی	۱۳۸۶	دانش آموز	۱۳/۴	۹/۳۰	۷/۸۱	۰/۱۱۴	۰/۱۵۷	۰/۰۰۰
عسرا عسکری	۱۳۸۷	دانشجو	۲۵/۹	۹/۱۰	۴/۶۷	۰/۲۱۶	۰/۳۰۷	۰/۰۰۰
بابی سان عسکری	۱۳۸۸	دانشجو	۱۸/۸	۹/۰۴	۴/۱۵	۰/۱۵۳	۰/۲۲۹	۰/۰۰۰
علی کاشی	۱۳۸۸	جوان و نوجوان	۱۳/۱	۹/۳۱	۷/۸۶	۰/۱۱۲	۰/۱۵۳	۰/۰۰۰
فرزانه هاشمی	۱۳۸۹	دانشجو	۵/۷	۸/۱۷	۱/۵۱	۰/۰۳۸	۰/۰۸۴	۰/۰۰۰
زهرا سرلک	۱۳۸۹	دانشجو	۲۶/۳	۹/۲۶	۶/۷۷	۰/۲۲۷	۰/۳۰۳	۰/۰۰۰
زهرا سرلک	۱۳۹۰	دانشجو و دانش آموز	۷/۹	۸/۶۴	۲/۲۳	۰/۰۵۸	۰/۱۰۷	۰/۰۰۰
علی کاشی	۱۳۹۰	دانشجو	۷/۸	۸/۹۴	۳/۵۱	۰/۰۶۱	۰/۱۰۰	۰/۰۰۰
محمود شیخ	۱۳۹۱	دانش آموز	۵/۷	۹/۳۴	۸/۷۵	۰/۰۴۸	۰/۰۶۷	۰/۰۰۰
اکبر سازوار	۱۳۸۷	دانش آموز	۱۲/۳	۹/۵۷	۴۳/۹۱	۰/۱۱۵	۰/۱۳۲	۰/۰۰۰
علی هاشمیان فر	۱۳۹۲	دانش آموز	۱۵/۲	۹/۳۴	۸/۶۷	۰/۱۳۱	۰/۱۷۶	۰/۰۰۰
						۰/۱۲۲	۰/۱۳۴	۰/۰۰۰
						۰/۰۹۵	۰/۱۶۲	۰/۰۰۰
						Fixed model		
						Random model		

جدول ۳ خلاصه مدل فراتحلیل انجام شده با دو روش ثابت و تصادفی برای مصرف مواد نیروزا در مردان غیرورزشکار ایرانی را نشان می‌دهد. بر اساس اطلاعات این جدول، شیوع مصرف دارای یک برآورد نقطه‌ای حدود ۱۲/۵ درصد و برآورد دامنه ای بین ۹/۵ تا ۱۶/۲ درصد بر اساس مدل تصادفی است.

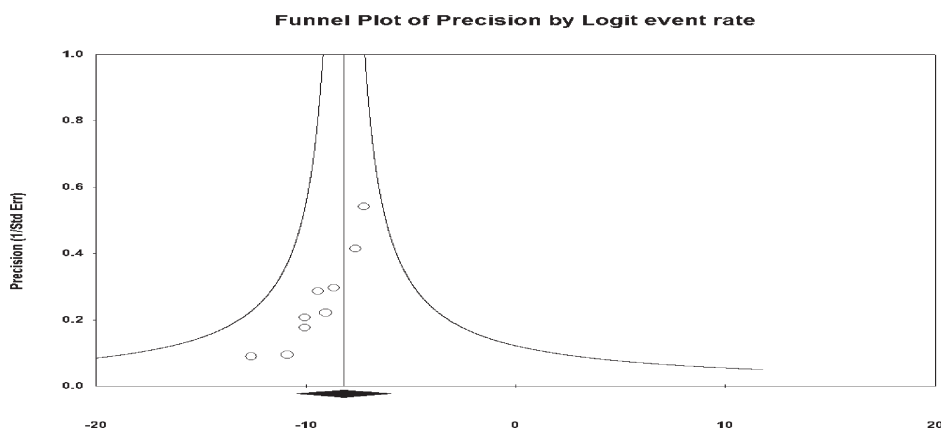
جدول ۳: خلاصه مدل فراتحلیل انجام شده با دو روش ثابت و تصادفی برای مصرف مواد نیروزا در مردان غیرورزشکار ایرانی

مدل	اندازه اثر و ۹۵ فاصله اطمینان				آزمون null			برآورد ناهمگونی heterogeneity			مجذور tau		
	تعداد مطالعه	تخمین نقطه‌ای	حد پائین	حد بالا	ارزش Z	معنا داری	مقدار Q	درجه آزادی	معنا داری	مجذور I	مجذور tau	خطای معیار	واریانس tau
ثابت	۱۱	۰/۱۲۸	۰/۱۲۲	۰/۱۳۴	۷۳/۶۶	۰/۰۰۰	۲۹۵/۰۷	۱۰	۰/۰۰۰	۹۶/۶۱	۰/۲۵۱	۰/۱۵۶	۰/۰۲۴
تصادفی	۱۱	۰/۱۲۵	۰/۰۹۵	۰/۱۶۲	۱۲/۵۱	۰/۰۰۰							

شیوع مصرف مواد نیروزا به شکل کلی در زنان غیرورزشکار ایرانی

آماره آزمون های فراتحلیل در ۹ مطالعه بررسی کننده مصرف مواد نیروزا در زنان غیرورزشکار ایرانی در جدول ۱ آمده است. در این مطالعات مشخص است که شیوع مصرف مواد نیروزا در زنان ایرانی در بخش دختران دانش آموزان در دامنه ای بین ۰/۸ تا ۴/۲۶ درصد و در بین دختران دانشجوی در دامنه ای بین ۳/۱ تا ۲۹/۳ درصد قرار دارد.

نمودار سوگیری مطالعات انجام شده در حوزه مصرف مواد نیروزا در جامعه زنان غیر ورزشکار ایرانی در شکل ۲ ارائه شده و مشخص است که مطالعات ذکر شده از همگنی نسبتاً خوبی برخوردار هستند و این موضع تصدیق می نماید که می توان نتایج فراتحلیل انجام شده را با اطمینان مورد استفاده قرار داد.



شکل ۲: نمودار سوگیری مطالعات انجام شده در حوزه مصرف مواد نیروزا در جامعه زنان غیر ورزش کار ایرانی

آماره آزمون های اندازه اثر، نرخ وقوع و وزن مطالعات فراتحلیل ۱۱ مطالعه بررسی کننده مصرف مواد نیروزا در زنان غیرورزشکار ایرانی در جدول ۴ آمده است. بر اساس اطلاعات فراتحلیل انجام شده مشخص است مصرف مواد نیروزا در بین زنان غیرورزشکار در دامنه ای بین ۲/۶ تا ۱۰/۷ درصد می باشد. نتایج ارائه شده در این جدول نشان دهنده وزن نسبی هر یک از مطالعات انجام شده در این حوزه است و بر اساس نتایج مشخص شده در این جدول اکثر این مطالعات دارای وزن نسبتاً برابر و مشابهی هستند که نشان دهنده همگنی نتایج ارائه شده در این تحقیقات می باشد.

جدول ۴: آماره آزمون‌های اندازه اثر، نرخ وقوع و وزن مطالعات فراتحلیل ۱۱ مطالعه بررسی کننده مصرف مواد نیروزا در زنان غیرورزشکار ایرانی

نام محقق و شماره تحقیق	سال	جامعه آماری	شیوع مواد نیروزا	وزن نسبی مطالعه	نرخ وقوع لوجیت	آماره آزمون‌های هر مطالعه		
						حد پائین	حد بالا	معناداری
علی کاشی	۱۳۸۶	دانش آموز	۴/۲۶	۱۱/۳۲	۱۱/۴۳	۰/۰۳۲	۰/۰۵۸	۰/۰۰۰
عسرا عسکری	۱۳۸۷	دانشجو	۱۷/۲	۱۱/۳۷	۱۴/۳۱	۰/۱۳۶	۰/۲۱۵	۰/۰۰۰
بابی سان عسکری	۱۳۸۸	دانشجو	۲۹/۳	۱۱/۴۳	۲۳/۲۵	۰/۲۵۱	۰/۳۳۹	۰/۰۰۰
علی کاشی	۱۳۸۸	جوان و نوجوان	۸/۲	۱۱/۴۲	۲۱/۴۵	۰/۰۶۷	۰/۱۰۱	۰/۰۰۰
فرزانه هاشمی	۱۳۸۹	دانشجو	۴/۹	۱۱/۱۰	۵/۴۰	۰/۰۳۲	۰/۰۷۵	۰/۰۰۰
زهرا سرلک	۱۳۸۹	دانشجو	۸/۸	۱۱/۳۳	۱۱/۵۷	۰/۰۶۶	۰/۱۱۶	۰/۰۰۰
زهرا سرلک	۱۳۹۰	دانشجو و دانش آموز	۰/۹	۹/۷۹	۱/۲۰	۰/۰۰۴	۰/۰۲۳	۰/۰۰۰
علی کاشی	۱۳۹۰	دانشجو	۳/۱	۱۱/۱۴	۶/۰۵	۰/۰۲۱	۰/۰۴۶	۰/۰۰۰
محمود شیخ	۱۳۹۱	دانش آموز	۰/۸	۱۱/۰۹	۵/۳۳	۰/۰۰۵	۰/۰۱۲	۰/۰۰۰
مدل ثابت						۰/۰۸۶	۰/۱۰۴	۰/۰۰۰
مدل تصادفی						۰/۰۲۶	۰/۱۰۷	۰/۰۰۰

خلاصه مدل فراتحلیل انجام شده با دو روش ثابت و تصادفی برای مصرف مواد نیروزا در زنان غیرورزشکار ایرانی در جدول ۵ آمده است و در برآورد نقطه ای مشخص است که شیوع مصرف برابر با ۵/۳ و در یک برآورد دامنه ای برابر با ۲/۶ تا ۱۰/۷ درصد بر اساس مدل تصادفی می باشد.

جدول ۵: خلاصه مدل فراتحلیل انجام شده با دو روش ثابت و تصادفی برای مصرف مواد نیروزا در زنان غیرورزشکار ایرانی

مدل	تعداد مطالعه	تخمین نقطه ای	حد پائین	حد بالا	ارزش Z	معنا داری	مقدار Q	درجه آزادی	معنا داری	برآورد ناهمگونی heterogeneity			مجذور tau	
										مجذور I	مجذور tau	خطای معیار	واریانس tau	tau
ثابت	۹	۰/۰۹۵	۰/۰۸۶	۰/۱۰۴	۴۲/۶۲	۰/۰۰۰	۴۰۳/۵۲	۸	۰/۰۰	۹۸/۰۲	۱/۳۱۳	۰/۷۸۴	۰/۶۱۵	۱/۱۴۶
تصادفی	۹	۰/۰۵۳	۰/۰۲۶	۰/۱۰۷	۷/۳۹۹	۰/۰۰۰								

بحث و نتیجه گیری

بررسی انجام شده در این تحقیق نشان داد در ۱۱ مطالعه، مردان ایرانی در جمعیت‌های عمومی اقدام به

مصرف مواد نیروزا در یک دامنه قابل توجه کرده اند. این مطالعات، مصرف کلی مواد نیروزا را در مردان مورد سنجش قرار داده اند و در مورد مصرف این مواد در مردان شرکت کننده نتایج به شکل تفکیک شده گزارش شده است. توجه به نتایج ارائه شده در این تحقیقات نشان می دهد شیوع مصرف مواد نیروزا در دانش آموزان پسر ایرانی در دامنه ای بین ۵/۷ تا ۱۵/۲ درصد و در دانشجویان پسر ایرانی بین ۵/۷ تا ۲۶/۳ درصد می باشد. تحلیل مطالعات انجام شده در این زمینه نشان داد که شیوع مصرف مواد نیروزا در این تحقیقات بسیار متنوع است و با توجه به جامعه آماری و حجم گروه نمونه تحقیقات مختلف تنوع زیادی در نتایج تحقیقی وجود دارد. نتایج فراتحلیل انجام شده در این زمینه نشان داد که برآورد نقطه ای از میزان شیوع مصرف مواد نیروزا بر اساس مدل تصادفی در مردان ایرانی ۱۲/۵ درصد و بر اساس مدل تصادفی برآورد دامنه ای بین ۹/۵ درصد تا ۱۶/۲ درصد می تواند متغیر باشد.

مصرف مواد نیروزا در مردان در بسیاری از تحقیقات در دو دسته داروها و مکمل ها مورد بررسی قرار گرفته است. شیوع مصرف داروهای نیروزا در بین دانش آموزان پسر در دامنه ای بین ۰/۱ تا ۵/۹ درصد و در بین دانشجویان پسر در دامنه ای بین ۱/۸ تا ۱۳/۷ درصد گزارش شده است. مصرف مکمل های نیروزا نیز در مردان ایرانی در دسته دانش آموزان در دامنه ای بین ۱/۴ تا ۱۵/۲ درصد و در بین دانشجویان در دامنه ای بین ۱/۴ تا ۲۵/۳ درصد قرار دارد.

نتایج مرور مطالعات انجام شده بر روی زنان ایرانی نشان داد، در ۹ مطالعه زنان ایرانی در جوامع غیرورزشکار مصرف مواد نیروزا را گزارش کرده اند که در تحلیل ها مد نظر قرار گرفتند. نرخ میزان شیوع گزارش شده در این تحقیقات، ۳/۱ تا ۲۹/۳ درصد در بین دانشجویان دختر و ۰/۸ تا ۴/۲۶ درصد در بین دانش آموزان دختر می باشد. اگر به شکل تفکیک شده داروها را از مکمل ها جداگانه تحلیل کنیم، نتایج نشان می دهد که شیوع مصرف داروهای نیروزا در زنان ایرانی در دسته دانش آموزان در حدود ۱/۱ درصد و در بین دانشجویان دختر بین ۲/۲ تا ۱۰/۶ درصد گزارش شده است. در مورد مصرف مکمل ها نیز نتایج نشان می دهد، شیوع مصرف مکمل های غذایی در بین زنان ایرانی در دسته دانش آموزان در دامنه ای بین ۱/۳ تا ۳/۸ درصد و در بین دانشجویان در دامنه ای بین ۰/۳ تا ۲۶/۴ درصد قرار دارد. نتایج فراتحلیل انجام شده در این بخش نشان می دهد که برآورد نقطه ای شیوع مصرف مواد نیروزا در زنان جوامع عادی و یا غیرورزشکار ایرانی برابر با ۵/۳ و در یک برآورد دامنه ای برابر با ۲/۶ تا ۱۰/۷ درصد بر اساس مدل تصادفی می باشد.

نتایج مطالعات مختلف اجرا شده در کشور بسیار متفاوت و دارای درصدهای مختلفی از شیوع است. این یک مشکل بزرگ در تحقیقات فراگیر شناسی مواد نیروزا در سطح دنیاست و دلیل این موضوع می تواند تنوع محصولات مورد استفاده در مناطق مختلف و تنوع جمعیت های مورد مطالعه باشد. در یکی از آخرین فراتحلیل های انجام شده در سال ۲۰۱۶، ناپیک و همکارانش بیان داشتند که در به دست آوردن شرح کاملی از شیوع مصرف مکمل غذایی در ورزشکاران، مطالعات از روش های جمع آوری داده های مختلفی - به عنوان مثال، بررسی رژیم غذایی از طریق نظرسنجی، مصاحبه و پرسشنامه - استفاده کرده اند و این موضوع باعث شده است تا نتایج متفاوتی گزارش شود. همچنین جمع آوری داده ها در مورد مکمل های مختلف غذایی و زمانبندی استفاده از این مواد دارای اختلاف های زیادی بین مطالعات انجام شده است. ناپیک و همکارانش (۲۰۱۶) اعلام کرده اند، کیفیت روش های تحقیقی از مطالعات پس از سال ۱۹۹۰ کمی بهبود یافته است. این محققان در فراتحلیل خود دریافتند هنگامی که مقایسه بین ورزشکاران نخبه و غیر نخبه انجام می شود نتایج نشان می دهد، ورزشکاران نخبه تمایل بیشتری به استفاده از مکمل های غذایی در مقایسه با ورزشکاران

غیرنخبه دارند. با این حال، محدوده شیوع مصرف این مواد در مطالعات هنوز هم بسیار متنوع است و نشان دهنده همگنی بسیار پایین در این مطالعات می باشد. علاوه بر این، این مقایسه با اختلاف در انواع ورزش هایی که ممکن است در دو گروه مشاهده گردد، بسیار پیچیده تر می شود. ورزشکاران درگیر در ورزش های مختلف از مکمل های متفاوت و به میزان شیوع متفاوتی استفاده می نمایند. با این حال، مقادیر شیوع هنوز به طور گسترده متفاوت و میزان شیوع گزارش شده در تحقیقات مختلف با این روش هم فاقد همگنی است.

نتایج فوق که ناپیک و همکاران به آن دست یافتند در تحقیقات داخلی هم به وضوح مشاهده شد و مرور تحقیقات انجام شده در داخل کشور نشان داد که محققان در بررسی جوامع مختلف به دلیل تنوع شرکت کنندگان در این تحقیقات میزان شیوع متفاوتی را شاهد بوده اند. کاشی و همکارانش در سال ۱۳۹۶ در یک مطالعه فراتحلیل بر روی تحقیقات بررسی کننده مصرف مواد نیروزا در ورزشکاران ایرانی این نتایج را کسب کردند: میزان شیوع در ورزشکاران عادی خانم حدود ۲۰ درصد، اما در ورزشکاران زن نخبه ایرانی ۷۵ درصد بود. در مردان هم این موضوع به خوبی و به وضوح دیده می شد. نتایج تحقیقاتی که بر روی ورزشکاران نخبه انجام شده بودند میزان شیوع بیشتری را گزارش دادند. حتی در تحقیقاتی که ورزشکاران با سطوح ورزشی مختلف را مورد بررسی قرار داده بودند، سطح قهرمانی و سابقه ورزشی یک متغیر مهم در مصرف مواد نیروزا شناخته می شد و ورزشکاران در سطوح بالاتر میزان مصرف بیشتری را گزارش کرده بودند (سرلک و همکاران، ۱۳۸۶، کاشی و همکاران، ۱۳۸۴ و ۱۳۸۵). ما نیز در این فراتحلیل شاهد نتایج میزان شیوع متنوعی بودیم. این تنوع بسیار زیاد بود و دامنه شیوع مصرف مواد گزارش شده در این تحقیقات ۳/۱ تا ۲۹/۳ درصد در بین دانشجویان دختر و ۸/۰ تا ۴/۲۶ درصد در بین دانش آموزان دختر بود. در مردان نیز این تنوع دیده می شد و این موضع نشان می دهد نمی توان به نتایج تحقیق خاصی اکتفا نمود و بهتر است همه این تحقیق ها یک تحلیل مجدد در قالب فراتحلیل شوند تا بتوان به نرخ شیوع جامع تری دست پیدا کرد- که در این تحقیق انجام شد. نکته بارز دیگر در این تحقیق، تفاوت شیوع مصرف مواد در مردان با زنان بود و به وضوح مشخص بود که شیوع این مواد در بین مردان بیشتر از زنان است. علاوه بر این، تنوع مواد مصرفی در مردان نیز با زنان متفاوت بود و البته این نتایج همراستا و هسمو با نتایج سایر تحقیقات انجام شده در این حوزه بودند. نتایج تحقیقات مختلف انجام شده در این حوزه نشان می دهد که شیوع مصرف این مواد بین زنان و مردان متفاوت می باشد. به عنوان مثال، به نظر می رسد نسبت بیشتری از زنان در مقایسه با مردان، از مکمل آهن استفاده می نمایند. بخش بسیار بزرگتری از زنان فعال دارای فقر آهن در مقایسه با مردان فعال می باشند (سینکلر^۱ و همکاران، ۲۰۰۵). مصرف پروتئین و کراتین نیز در میزان نسبت بیشتری از مردان نسبت به زنان گزارش شده است که احتمالاً این موضوع به دلیل تفاوت در دلایل منطقی استفاده از مکمل های غذایی بین مردان است، زیرا مردان بیشتر از زنان نیازمند افزایش قدرت و یا توده عضلانی هستند (کرونباخ^۲ و همکاران، ۱۹۹۹؛ فرویلند و همکاران، ۲۰۰۴؛ لون و همکاران، ۲۰۱۲) و نتایج تحقیقات مختلف نشان داده اند که پروتئین و مکمل کراتین هر دو برای افزایش قدرت و توده بدون چربی بدن بسیار اثربخش هستند (واندنبرگ^۳ و همکاران، ۱۹۹۷؛ کرمک و همکاران، ۲۰۱۲). نکته قابل توجه در این تحقیقات شیوع بالای مصرف داروها در مطالعات مختلف هم در بین پسر ها و هم دختر ها بود. مرور این تحقیقات نشان داد هم داروها و هم مکمل ها در کشور به میزان قابل توجهی توسط افراد در جوامع غیر ورزشی مصرف می شود که نگران کننده است.

1. Sinclair
2. Krumbach
3. Vandenbergh

حال چند مورد از نتایج انجام شده در تحقیقات خارج از کشور را نیز بهتر است مرور کنیم تا بهتر بتوانیم به تفاوت این میزان شیوع در داخل با خارج از کشور بپردازیم. جانسون و همکاران در سال ۱۹۸۹ شیوع استروئیدهای آنابولیک را در بین دانش آموزان دبیرستانی ۱۱ درصد گزارش کردند. بانکو و همکارانش در سال ۱۹۹۰ شیوع مصرف استروئیدهای آنابولیک را در بین دانش آموزان دبیرستانی ۴/۶ درصد گزارش نمودند. تنر و همکاران در سال ۱۹۹۵ شیوع استروئیدها را در دانش آموزان پسر ۴ درصد و در دانش آموزان دختر ۱/۳ درصد گزارش نمودند. اوری و همکاران نیز در سال ۱۹۹۸ شیوع استروئیدهای آنابولیک را تقریباً به همین میزان (۲/۷ درصد) گزارش نمودند. نیلسون و همکاران در سال ۲۰۰۱ شیوع استروئیدهای آنابولیک را در بین دانش آموزان دبیرستانی ۱۶ ساله ۳/۶ درصد و در بین ۱۷ ساله ها ۲/۸ درصد گزارش کردند. اروینگ و همکاران در سال ۲۰۰۲ شیوع مصرف استروئیدهای آنابولیک را در بین پسران دانش آموزان به میزان ۵/۴ درصد و در دختران دانش آموزان ۲/۹ درصد گزارش نمودند.

باید متذکر شویم که از یک یا دو دهه قبل مصرف داروها در ورزش در کشورهای توسعه یافته در برنامه های پیشگیری دولت ها قرار گرفت و سیاستمداران سعی نمودند تا برخی مکمل های با عوارض کمتر و یا سلامت تر را جایگزین مصرف داروها نمایند که این یک سیاست موثر در امر پیشگیری از مصرف داروهایی همچون استروئیدهای آنابولیک بود و در طی چند ساله اخیر شیوع مصرف این مواد روبه کاهش نهاده است. در سال های اخیر با توجه به برنامه های کنترل مصرف این مواد و پیشگیری از مصرف آنها در بین جوانان و نوجوانان شاهد کاهش مصرف این مواد هستیم. روند تحول گزارش مصرف داروها با بررسی شیوع مصرف مکمل ها دنبال می شود. آنا و همکاران شیوع مصرف داروهای دوپینگ را در سال ۱۹۹۸ در بین دانشجویان دبیرستانی پس برابر ۲/۷ درصد و در دختران ۰/۴ درصد گزارش نمودند. تایموسکی^۱ و همکارانش نیز در سال ۲۰۰۱ شیوع مواد نیروزا را در بین دانشجویان دبیرستانی به شرح زیر گزارش نمودند: در بین مردان کافئین ۲۰ درصد و در زنان ۱۷ درصد شیوع داشت. داروهای کاهش وزن در بین مردان ۱۷ درصد و در بین زنان ۱۵ درصد شیوع داشت. برایان و همکارانش در سال ۲۰۰۳ شیوع مکمل ها را در بین دانشجویان دبیرستانی ۲۰ درصد گزارش کردند و گفتند که ۱۰/۹ درصد از این دانشجویان از کراتین و ۴ درصد از آندروستندین استفاده می کنند. لاور و همکارانش در سال ۲۰۰۴ در تحقیقی بر روی ورزشکاران دبیرستانی دریافتند که ۴۱ درصد از این دانشجویان از مکمل های ویتامینی، ۴ درصد از کراتین و ۴ درصد هم از داروهای دوپینگ استفاده می کنند. چنانچه این نتایج را با یکدیگر مقایسه نماییم، متوجه می شویم که شیوع مکمل ها چندین برابر داروهاست. از این رو، پیشنهاد می شود تا این سیاست در ایران نیز دنبال شود و برای پرهیز از مصرف داروهای نیروزای مضرى همچون استروئیدهای آنابولیک، مکمل هایی را به ورزشکاران تجویز نماییم که همچون کراتین دارای عوارض جانبی ثابت شده ای نیستند.

یافته های تحقیقات انجام شده در این حوزه نشان داده است که بسیاری از دانشجویان - به ویژه دختران دانشجوی و دانش آموز - خواهان کاهش وزن و عده ای نیز - اغلب مردان در هر سه رده دانش آموز، دانشجو و ورزشکار - تمایل به افزایش وزن دارند (کاشی و همکاران، ۱۳۸۶، ۱۳۸۸، ۱۳۹۰؛ سرلک ۱۳۸۷، ۱۳۸۶، ۱۳۹۰). در بخش های دیگر این مطالعات تحلیل شده نیز همچون نگرش به سمت دوپینگ می بینیم که عده زیادی - بیش از چهل درصد در تحقیقات مختلف - از دانشجویان اظهار می کنند که در صورتی که دارو یا مکملی را بشناسند که مضر نباشد از آن استفاده می کنند (کاشی و همکاران، ۱۳۸۴، ۱۳۸۶، ۱۳۸۸، ۱۳۹۰؛ سرلک ۱۳۸۷، ۱۳۸۶، ۱۳۹۰). این نتایج نشان می دهد که این دانشجویان تا چه حد مستعد مصرف مواد نیروزا

می‌باشند و اگر دانش اشتباهی در این مورد پیدا کنند ممکن است دچار غفلت و اشتباه شوند و اقدام به مصرف این مواد نمایند.

گرچه شیوع مواد نیروزا ی مشاهده شده در بین دانش جویان و دانش آموزان در این مطالعه مروری، نسبت به نتایج ارائه شده در مورد ورزشکاران کشور (کاشی و همکاران، ۱۳۹۶)، بسیار کمتر بود، اما باید توجه نمود که این مواد عمدتاً توسط ورزشکاران مصرف شده و کاربرد آنها بهبود عملکرد ورزشی است و طبیعی است که باید شیوع این مواد در جامعه ای که نوعاً غیر ورزشی محسوب می‌شوند، کمتر باشد. اما در مقایسه با نتایج تحقیقات خارجی می‌بینیم که مصرف مواد نیروزا در دانشجویان و در دانش آموزان کشورمان در یک دامنه نسبتاً برابر و در برخی موارد حتی بیشتر از تحقیقات خارجی است - البته برخی محققان نیز همچون سرلک و همکارانش و کاشی و همکارانش، شیوع مواد نیروزا در ایران را بسیار بیشتر از سایر کشور های خارجی گزارش نمودند. بالا بودن نرخ شیوع مصرف این مواد در بین جامعه عادی و غیرورزشکار یک زنگ خطر بزرگ برای سلامتی نسل جوان و نوجوان است که نشان می‌دهد فرهنگ مصرف مواد مختلف نیروزا و داروها و مکمل‌های نیروزا در بین این افراد بسیار شایع شده است. در مقایسه نتایج این تحقیقات انجام شده در کشور با تحقیقات خارجی مشخص است که داروها در بین دانشجویان و دانش آموزان برابر یا کمی بیشتر از نتایج ارائه شده در تحقیقات خارجی است، ولی مکمل‌ها کمتر از سایر کشورها مصرف می‌شود. از جمله مهمترین دلایلی که باعث کاهش مصرف این مواد در کشور ما می‌باشد، گرانی قیمت انواع مختلف مکمل‌ها و وارداتی بودن آنها می‌باشد. عده ای هم دلیل عدم مصرف این مواد را کیفیت بسیار پایین این مواد توسط تولید کنندگان داخلی و تقلبی بودن نمونه‌های وارداتی مطرح می‌کنند که مشخص است سیاست‌های صحیحی در این مورد از سوی دولت اعمال نشده است. با توجه به اثبات قطعی و بی قید و شرط عوارض بسیار خطرناک داروها به ویژه دسته استروئیدهای آنابولیک، پیش سازهای هورمونی (آندروستندیون^۱ و DHEA^۲)، هورمون رشد و داروهای محرک بسیار معقوله به نظر می‌رسد که برنامه‌های پیشگیری از مصرف مواد نیروزا تأکید خود را بر روی کاهش مصرف این مواد قرار دهند. البته، گرچه مصرف برخی از مکمل‌ها همچون کراتین و مکمل‌های پروتئینی و اسید آمینه در تحقیقات مختلف بدون ضرر نشان داده شده است و بسیاری از سیاست‌های جهانی در مورد مصرف مواد نیروزا تأکید بر روی کاهش مصرف داروها و جایگزینی مکمل‌های بی ضرر دارند، اما باید توجه نمود که بسیاری محققان نشان داده اند که در این مکمل‌ها نیز به دلیل عدم کنترل کیفیت صحیح آنها از سوی مسئولان مربوطه و آزاد بودن صنعت ساخت و تولید مکمل‌ها در آمریکا، جهت افزایش میزان کارایی از مواد دارویی و عمدتاً استروئیدهای آنابولیک - آندروژنیک استفاده می‌شود. وجود استروئیدها در این مکمل‌ها علاوه بر ایجاد عوارض جانبی، گاهی اوقات باعث مثبت شدن آزمون دوپینگ ورزشکارانمان در مسابقات بین المللی می‌شود. با توجه به اینکه نمی‌توان جوانان و نوجوانان را از مصرف هرگونه مواد نیروزا منع کرد، معقوله به نظر می‌رسد که به جای مصرف مواد نیروزای زیان آوری همچون استروئیدهای آنابولیک، از مواد حداقل کم ضرر تری همچون برخی از مکمل‌ها استفاده نمود و خواسته‌های آنها را با تشویق مصرف این مواد جایگزین، ارضا کرد (کاشی و همکاران، ۱۳۸۶). البته اولین گام در این زمینه، دسترسی بهتر و آسانتر به مکمل‌های سالم و بدون ضرر و با قیمت مناسب برای آنها می‌باشد و مهم تر اینکه دولت باید کنترل مناسب تری را برای تولید و واردات محصولات با کیفیت داشته باشد تا سلامت قشر جوان را به شکل بهتری تضمین نماید و این عزم کلیه سازمان های درگیر در این موضوع را می‌طلبد.

1. Androstendion

2. Dehydro-epi-androsterone

چنانچه به آمار و میزان فروش مکمل ها در سطح دنیا توجه نماییم، شاهد رشد چند برابری فروش مکمل ها در دنیا هستیم. این موضوع نشان می دهد سیاست های جهانی بر توزیع بیشتر مکمل های بدون ضرر تر در مقابله با مصرف داروهای مضر و خطرناک است. مکمل های غذایی، محصولات تجاری در دسترسی هستند که علاوه بر رژیم غذایی معمول مصرف شده و شامل ویتامین، مواد معدنی، گیاهان (گیاهی)، اسیدهای آمینه و سایر محصولات دیگر می باشند (پژوهشگاه ملی سلامت^۱، ۲۰۱۳). ادعاهای بازاریابان این مواد برای برخی از این محصولات شامل بهبود وضعیت سلامت کلی، بهبود عملکرد شناختی یا جسمانی، افزایش انرژی، از دست دادن وزن اضافی، تسکین درد و دیگر اثرات مطلوب مورد نظر مصرف کنندگان می باشد. سازمان سلامت و آموزش مکمل های غذایی کشور آمریکا (DSHEA) از ۱۹۹۴ (سازمان داروی فدرال^۲، ۱۹۹۴) چارچوبی قانونی برای مکمل های غذایی در ایالات متحده ایجاد نموده است. از آنجا که این عمل به قانون تبدیل شد، فروش مکمل های غذایی در ایالات متحده از چهار بلیون دلار در سال ۱۹۹۴ به ۳۳ بلیون دلار در سال ۲۰۱۲ افزایش پیدا کرده است (سالدانها^۳، ۲۰۰۷؛ اینفوگرافیک^۴، ۲۰۱۳] که به معنای افزایش هشت برابری در طول مدت بیش از ۱۸ سال است. فروش جهانی مکمل های غذایی حدود ۹۶ بلیون دلار در سال ۲۰۱۲ و ۱۰۴ بلیون دلار در سال ۲۰۱۳ (مجله اقتصاد غذایی، گزارش جهانی صنایع غذایی و مکمل ها، ۲۰۱۴) برآورد شده است.

حالا پس از مشخص شدن شیوع بالای مصرف مواد نیروزا در بین جامعه ایرانی، امید می رود که مسئولان و صاحب نظران مربوطه با دیدی وسیع تر و به شکلی جدی تر به این مسئله بنگرند و قبل از بروز پشیمانی های بیشتر اقدام به تدوین برنامه های پیشگیری در این زمینه نمایند.

نتایج این تحقیق حاکی از شناخت و آگاهی بالای جامعه ایرانی نسبت به دوپینگ و مصرف مواد نیروزا می باشد. با توجه به شناخت برخی از عوامل موثر در مصرف مواد نیروزا، پیشنهاد می شود که برنامه هایی جامع و کامل با مشاوره متخصصان ورزشی و تربیت بدنی با تأکید بر کاهش عوامل خطرزا طراحی گردد تا با کاهش مصرف مواد نیروزا گام های اساسی در جهت کمک به سلامت جوانان و نوجوانان آینده ساز میهن عزیز اسلامی مان برداشته شود.

1. National Institute of Health
2. Federal Drug Administration
3. Saldanha
4. Infographics

منابع

- سازوار، ا؛ ناظم، ف؛ فرهپور، ن و خداویسی، ح. (۱۳۸۷). "شناسایی عوامل مرتبط با مصرف مواد نیروزا توسط دانش آموزان پسر دوره متوسطه و پیش دانشگاهی استان همدان و سنجش میزان آگاهی آنها از عوارض مصرف این مواد". حرکت. شماره ۳۸، ص ۱۳۹-۱۴۶.
- سرلک، ز و کاشی، ع. (۱۳۸۷). "شیوع مواد نیروزا و آگاهی جوانان ورزشکار استان لرستان از عوارض جانبی مصرف آنها". طرح تحقیقی به سفارش اداره کل تربیت بدنی استان لرستان، مصوب شورای تحقیقات معاونت پژوهشی استانداری لرستان.
- سرلک، ز و کاشی، ع. (۱۳۸۹). "بررسی میزان شیوع مصرف مواد نیروزا در دانشجویان دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان زنجان". طرح تحقیقی به سفارش دانشگاه آزاد اسلامی واحد خدابنده.
- سرلک، ز و کاشی، ع. (۱۳۹۰). "بررسی شیوع مصرف مواد مخدر و روان گردان در بین دانش آموزان و دانش جویان شهرستان خدابنده". طرح تحقیقی به سفارش دانشگاه آزاد اسلامی واحد خدابنده.
- سرلک، ز؛ کاشی، ع و کارگر فرد، م. (۱۳۸۶). "آگاهی پزشکان و دانشجویان گروه پزشکی از دوپینگ و مصرف مواد نیروزا در ورزش". حرکت. شماره، ص ۱۷۹ تا ۱۹۲.
- سرلک، ز؛ کاشی، ع و نظرعلی، پ. (۱۳۸۵). "رضایت از تیپ بدنی و رفتارهای کنترل وزن وزن در بین دختران دانشجو استان تهران". کتابچه چهارمین همایش علمی دانشجویی تربیت بدنی الزهرا. ۱۴-۱۶ آذرماه.
- سرلک، م؛ میناسیان، و؛ شجاعی، م. کاشی، ع. (۱۳۸۶). "شیوع مصرف مواد نیروزا در بین زنان ورزشکار نخبه ایرانی". پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته تربیت بدنی، دانشگاه دولتی اراک.
- شیخ، م و کاشی، ع. (۱۳۹۱). "بررسی میزان شیوع سوء مصرف مواد مخدر در بین دانش آموزان دبیرستانی و شناسایی عوامل همبسته با آن". طرح تحقیق به سفارش صندوق حمایت از پژوهشگران ریاست جمهوری.
- عابدی، ا؛ عریضی، ح ر و محمد زاده، ف. (۱۳۸۵). "درآمدی بر روش پژوهش فراتحلیل در تحقیقات آموزشی". روش شناسی علوم انسانی. دوره: ۱۲، شماره ۴۹، صفحه: ۱۲۲-۱۴۰.
- عسکری، ب. کاشی، ع. (۱۳۸۸). "شیوع مصرف مواد نیروزا و عوامل مؤثر بر مصرف آن در دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد قائمشهر". طرح تحقیقی به سفارش دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قائمشهر.
- عسکری، ع و کاشی، ع. (۱۳۸۷). "شیوع مصرف مواد نیروزا و عوامل مؤثر بر مصرف آن در دانشجویان دانشگاه آزاد گرگان". طرح تحقیقی به سفارش دانشگاه آزاد اسلامی، واحد گرگان.
- کاشی، ع. (۱۳۹۰). "میزان شیوع مصرف مواد روان گردان و علل گرایش به آنها در دانش جویان شهر قم". طرح تحقیقی به سفارش استانداری قم.
- کاشی، ع و کارگر فرد، م. (۱۳۸۴). "شیوع مصرف استروئیدهای آنابولیک- آندروژنیک و میزان آگاهی دانشجویان دانشگاه اصفهان درباره عوارض جانبی مصرف آنها". کتابچه سومین همایش علمی دانشجویی تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه های سراسر کشور. ۲۶-۲۷ آبان ۸۴، ص ۴۴.
- کاشی، ع و سرلک، ز. (۱۳۸۶). "بررسی میزان شیوع مصرف مواد نیروزا و عوامل مؤثر بر مصرف آن در دانش آموزان دوره متوسطه استان لرستان". به سفارش شورای تحقیقات وزارت آموزش و پرورش، پژوهشکده تعلیم و تربیت استان لرستان.

- مرور نظام مند و فراتحلیل پژوهش های انجام شده در حوزه سوء مصرف مواد نیروزا در جوامع غیرورزشکار نوجوانان و جوانان ایرانی
- کاشی، ع و سرلک، ز. (۱۳۸۸). "بررسی وضعیت مصرف مواد مخدر و روان گردان در بین جوانان و نوجوانان استان لرستان و تعیین برخی از عوامل موثر در مصرف این مواد". طرح تحقیقی به سفارش و تحت نظارت پلیس مبارزه با مواد مخدر کشور.
- کاشی، ع؛ کارگر فرد، م و سرلک، ز. (۱۳۸۶). "تصورات اشتباه پزشکان و دانشجویان گروه پزشکی در مورد داروها و مکمل های مورد استفاده در ورزش". کتابچه دومین همایش کشوری خطاهای پزشکی- خرم آباد.
- کاشی، ع؛ کارگر فرد، م و سرلک، ز. (۱۳۸۶). "عوامل خطرزای مصرف مواد نیروزا در ورزشکاران ایرانی". کتابچه اولین همایش تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه های جهان اسلام- تهران. ۱۰ و ۱۱ اردیبهشت ماه. ص ۴۲.
- کاشی، ع؛ کارگر فرد، م و مولوی، ح. (۱۳۸۴). "شیوع مصرف مواد نیروزا و آگاهی ورزشکاران رشته بدنسازی از عوارض جانبی آنها". پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ورزش، دانشگاه اصفهان.
- کاشی، ع؛ کارگر فرد، م؛ مولوی، ح و سرلک، ز. (۱۳۸۵). "مصرف مواد نیروزا در بین ورزشکاران رشته بدنسازی: شیوع، شناخت و آگاهی از عارضه های جانبی". المپیک. سال چهارم، شماره ۲ (پیاپی ۳۴). ص ۷۳.
- هاشمی شهرکی، ف و کاشی، ع. (۱۳۸۹). "مواد نیروزا در دانشجویان دانشگاه های آزاد استان خوزستان: شیوع مصرف، شناخت نام مواد نیروزا و آگاهی از دوپینگ". طرح تحقیقی به سفارش دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اهواز.
- هاشمی شهرکی، ف و شفیعی نیا، پ. (۱۳۸۶). "عوامل خطرزای مصرف استروئیدهای آنابولیک در ورزشکاران رشته پرورش اندام شهر اهواز". پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته تربیت بدنی، دانشگاه شهید چمران اهواز.
- هاشمیان فر، ع؛ هواسی، ع؛ اسمائیل زاده، ح و براتی، م. (۱۳۹۲). "بررسی علل گرایش به مصرف مواد نیروزا در بین دانش آموزان دوره متوسطه شهرستان خرم آباد در سال ۱۳۹۲". فصلنامه توسعه اجتماعی. دوره ۷، شماره ۲: ص ۷-۲۲.
- هومن، ح ع. (۱۳۸۵). راهنمای کاربردی تحقیقات علمی فراتحلیل. تهران: انتشارات سمت.
- Anna, M. S., Dag, G. L, Lars, B., Nyberg, F. (1998). "Doping among high school student in Uppsala, Sweden: A presentation of the attitudes, distribution, side effect, and extend of use." Scand Journal Society Medicine. 26 (1).
- Avery, P., Leonard, D., Pouglaas, E., Micheli, G., and Lyle, J. (1998). "Anabolic steroid use by male and female middle school student." Pediatrics. 101 (5): 6-16.
- Bailey RL, Gahche JJ, Miller PE, et al. (2013) "Why US adults use dietary supplements?". JAMA Int Med. ;173(3):355-361.
- Bianco, A, Mammina, C, Thomas E, et al. (2014). "Protein supplementation and dietary behaviors or resistance trained men and women attending commercial gyms: a comparison study between the city center and suburbs of Palermo, Italy". J Int Soc Sports Nutr; 11:30.

- Bouchard, L. B., Anna, R. and Jonathan, D. (2002). **“Informed Decision- Making on sympathomimetic use in sport.”** Clinical Journal of Sport Medicine. 12: 209-224.
- Brian, M., Betnga, B., Moor, J. A. and Kamga, J. (2003). **“Nutritional supplement use by high school student: A survey of tow high school in the united state.”** International Journal of Pediatrics. 18 (3).
- Cermak NM, Res PT, de Groot LCPGM, et al. (2012). **“Protein supplementation augments the adaptive response of skeletal muscle to resistance-type exercise training: a meta-analysis”.** Am J Clin Nutr. 96:1454-1464.
- Copeland, J., Peters, R., & Dillon, P. (2000). **“Anabolic androgenic steroid use disorders among a sample of Australian competitive and recreational users.”** Drug and Alcohol Dependence. 60(1): 91-96.
- Dascombe DJ, Karunaratna M, Cartoon J, et al. (2010). **“Nutritional supplementation habits and perceptions of elite athletes within a state-based sporting institute”.** J Med Sci Sports. 13:274-280.
- Dickinson A, Bonci L, Boyon N, et al. (2012). **Dietitians use and recommend dietary supplements: report of a survey.** Nutr J.11:14.
- Federal Drug Administration. (1994). Dietary Supplement Health and Education Act.
- Froiland K, Koszewski W, Hingst J, et al. (2004). **“Nutrition supplement use among college athletes and their sources of information”.** Int J Sports Nutr Exerc Metabol. 14:104-120.
- Goston JL, Correia MITD. (2010). **“Intake of nutritional supplements among people exercising in gyms and influencing factors”.** Nutrition. 26:604-611. doi: 10.1016/j.nut.2009.06.021.
- Irving, L. M., Wall, M., Neumark sztainer, D. and Story, M. (2002). **“Steroid use among adolescents.”** Journal of Adolescent Health. 30 (4): 243-252
- Jmaharaj, V. R., Dookie, T., Mohammed, S., Ince, S., Marsang, BL., Rambocas, N., et al. (2000). **“Knowledge, attitudes and practices of anabolic steroid usage among gym user in Trinidad.”** West Indian Medical Journal. 49 (1): 55-58.
- Johnson, L. C., Roundy, E. S., Allsen, P. E., Fisher, A. G., and Silvester, L. J. (1975). **“Effect of anabolic steroid treatment on endurance.”** Medicine Science Sports. 7:287-289.
- Juhn, M. S. (2003). **“Popular sport supplement and ergogenic aids.”** (review). Sport Medicine. 33 (12): 921-939.
- Kanayama, G., Cohane, G. H., Weiss, R. D. and Pope, G. H. (2003). **“Past anabolic-androgenic steroid use among men admitted for substance abuse treatment.”** Journal of Clinical psychiatry. 64 (2):156-160.

- Kanayama, G., Pope, H. G., Cohane, G. and Hudson, J. I. (2003). **“Risk factors for anabolic-androgenic steroid use among weightlifters: a case-control study.”** Drug and Alcohol Dependence. 71(1):77-86.
- Karila, T. (2003). **“Adverse effect of anabolic steroids on the cardiovascular, Metabolic and Reproductive System.”** University of Helsinki, drug research unit.
- Karila, T., Hovatta, O. and Seppala, T. (2004). **“Concomitant abuse of anabolic androgenic steroid and human chorionic gonadotrophin impairs spermatogenesis in power athletes.”** International Journal of Sport Medicine. 25 (4):257-263.
- Kennedy ET, Luo H, Houser RF. (2013). **“Dietary supplement use pattern of US adult population in the 2007–2008.”** National Health and Nutrition Survey (NHANES) Ecol Food Nutr. 52:76–84.
- Knapik JJ, Steelman RA, Hoedebecke SS, Farina EK, Austin KG, Lieberman HR. (2014). **“A systematic review and meta-analysis on the prevalence of dietary supplement use by military personnel”.** BMC Complementary and Alternative Medicine. 14:143.
- Krumbach CJ, Ellis DR, Driskell JA. (1999). **“A report on vitamin and mineral supplement use among university athletes in a division I institution”.** Int J Sport Nutr. 9:416–425.
- Laber, M. P. (2002). **“Adolescent boys and the muscular male body ideal.”** Journal of Adolescent Health. 30 (4). 233-242.
- Laure, P., Lecerf, T., Friser, A. and Binsinger, C. (2004). **“Drug recreational drug use and attitudes toward Doping of high school athletes.”** International Journal of sport Medicine. 25 (2):133-138
- Lun V, Erdman KA, Fung TS, et al. (2012). **“Dietary supplementation practices in Canadian high-performance athletes”.** Int J Sports Nutr Exerc Metabol. 22:31–37.
- Mark, S. and Juhn. (2003). **“Popular sport supplements and Ergogenic Aids.”** Sport medicine. 33(2): 921-939.
- Michele vorroken. (2000). **“Drug use and abuse in sport.”** Billiard’s Clinical Endocrinology and Metabolism. 14 (1): 1-23.
- Nilsson, S., Baigi, A ., Marklund, B. and Fridlund, B. (2001). **“The prevalence of androgenic-anabolic steroids by adolescent in county of Sweden.”** European Journal of Public Health. 11 (2):195-197.
- Niper, A. (2005). **“Nutritional supplement practices in UK junior national track and field athletes.”** British Journal of Sports Medicine. 39 (9): 645-649.
- Nutrition Business Journal Global Supplement and Nutrition Industry Report (2014). Nutr Bus J. 2014.
- Parssinen, M. and Seppala, T. (2002). **“Steroid use and long term health risk in former**

athletes.” Sport Medicine. 32(2): 44-83.

- Peters, M. A. and Phelps, L. (2001). **“Body image dissatisfaction and distortion, steroid use, and sex differences in college age body builders.”** Psychology in the schools. 38(3): 283-289.
- Pipe, A. and Christiane, A. (2002). **“Nutritional supplement and Doping.”** Clinical Journal of Sport Medicine. 12: 245-249.
- Radimer K, Bindewald B, Hughes J, et al. (2004). **“Dietary supplement use by US adults: data from the National Health and Nutrition Examination Survey, 1999–2000”.** Am J Epidemiol. 160(4):339–349.
- Randall, R., Wroble., Michael, G., Joseph, A. and Rodrigo. (2002). **Anabolic steroids and pre adolescent athletes: Prevalence, Knowledge and attitudes.** National youth sport research and development, Ohio University college of Osteopathic Medicine.
- Saldanha LG. (2007). **“The dietary supplement marketplace. Constantly evolving”.** Nutr Today. 42(2):52–54. doi: 10.1097/01.NT.0000267126.88640.3d
- Sinclair LM, Hinton PS. (2005). **“Prevalence of iron deficiency with and without anemia in recreationally active men and women”.** J Am Diet Assoc. 105:975–978.
- Taylor, W. N. (2002). **Anabolic steroid and the athlete second edition.** Jefferson NC: Mcfarland and company. Inc.
- Tymowski, G. and Somerville, C. (2001). **The use of performance-enhancing substances by New Brunswick students: pilot study report.** A collaborative venture between: Faculty of Kinesiology, university of New Brunswick and Royal Canadian mounted police.
- Van Eenoo, P. and Delbeke, F. T. (2003). **“The prevalence of doping in Flanders in comparison to the prevalence of doping in international sports.”** International Journal of sports medicine. 24(8): 565-570.
- Vandenberghe K, Goris M, VanHecke P, et al. (1997). **“Long-term creatine intake is beneficial to muscle performance during resistance exercise”.** J Appl Physiol. 83(6):2055–2063.
- Ziegler PJ, Nelson JA, Jonnalagadda SS. (2003). **“Use of dietary supplements by elite figure skaters”.** Int J Sports Nutr Exerc Metabol. 13:266–276.

تحلیل وضعیت رقابتی تولیدات پوشاک ورزشی بانوان در کشور ایران با استفاده از مدل رقابتی پورتر

مهدی نادری نسب^۱

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۹/۲

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۵/۱۱/۲۴

هدف پژوهش حاضر، تحلیل وضعیت رقابتی تولید پوشاک ورزشی بانوان با استفاده از مدل رقابتی پورتر می‌باشد. این پژوهش به لحاظ هدف، از نوع کاربردی و به لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها، از نوع توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه تولیدکنندگان اقلام ورزشی بانوان در کشور می‌باشد که پرسشنامه‌های پژوهش پس از تایید روایی و پایایی (۰/۷۸) در بین آن‌ها توزیع شد ($N = 203$). نمونه آماری با توجه به جدول مورگان محاسبه شد ($n = 127$). روش نمونه‌گیری تحقیق حاضر، تصادفی در دسترس می‌باشد. پرسشنامه مورد استفاده در این پژوهش، محقق ساخته بود که پنج بعد توان چانه‌زنی تأمین‌کنندگان، تهدید ورود تازه‌واردان، توان چانه‌زنی خریداران، تهدید ورود محصولات جایگزین و رقابت بین رقبای موجود در آن گنجانده شد. گویه‌های پرسشنامه، نتیجه مصاحبه‌هایی با مدیران و رؤسای شرکت‌های تولیدکننده اقلام ورزشی بانوان بود. در ابتدا از آزمون‌های توصیفی (میانگین، میانه و ...) و رسم جداول و نمودار و در قسمت استنباطی از آزمون تی تک نمونه، آزمون دو جمله‌ای و برای رتبه بندی عوامل از آزمون فریدمن در نرم افزار Spss نسخه ۲۲ استفاده شد. نتایج نشان داد که هر یک از پنج عامل مدل پورتر از عوامل تاثیرگذار بر وضعیت رقابتی صنعت تولیدی پوشاک ورزشی بانوان می‌باشند و ترتیب اهمیت آن‌ها به صورت زیر است: ۱- رقابت بین رقبای موجود شرکت‌های فعال؛ ۲- قدرت چانه زنی تأمین‌کنندگان مواد اولیه؛ ۳- تهدید ورود محصولات جایگزین به بازار؛ ۴- خطر ورود رقبای بالقوه (تهدید تازه‌واردان)؛ ۵- قدرت چانه‌زنی خریداران محصولات. **واژگان کلیدی:** وضعیت رقابتی، مدل پورتر، پوشاک ورزشی و بانوان

۱. استادیار، دکتری تخصصی تربیت بدنی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

E-mail: Mahdi_naderinasab@yahoo.com

مقدمه

فرآیند جهانی شدن و سرعت پیشرفت‌های فنی در گستره وسیع انواع صنایع مختلف به دلیل رشد رقابت، از یک سو و افزایش مطالبات مشتریان، از سوی دیگر باعث شده است سازمان‌ها در محیطی پویا، پرابهام و متغیر فعالیت کنند. موفقیت در بازارهای پر چالش آینده مستلزم آمادگی لازم برای واکنش آگاهانه و سریع است. واحدهایی از این آمادگی برخوردارند که شناخت همه جانبه‌ای از محیط رقابتی که در آن فعالیت می‌کنند، داشته باشند (یزدانی، ۱۳۸۵). موفقیت شرکت‌ها و مؤسسات امروزی در گرو شناخت هرچه بیشتر از مشتریان و رقبا و سایر عوامل تأثیرگذار بر بازار است. نیازها و خواسته‌های مشتریان همواره در حال تغییر هستند و تنها در صورت شناخت این تغییرات است که شرکت می‌تواند موفق شود. از طرفی، رقبا نیز به دنبال جذب مشتریان بیشتر برای خود هستند و در این راه از هیچ کوششی چشم پوشی نخواهند کرد. همچنین، تغییر شرایط بازار و قوانین حاکم بر آن مانند تغییرات تکنولوژیک، قوانین و... هم می‌تواند موفقیت مؤسسات را در یک بازار تحت تأثیر خود قرار دهد و شناخت و پیش بینی این عوامل و ارائه راهکار مناسب در برخورد با آنها نقش کلیدی در موفقیت مؤسسه در بازار هدف بازی خواهد کرد. از این رو، گرایش به بازار و نیازهای مشتریان، اولین ویژگی بازاریابی جدید است (انواری رستمی و سراجی، ۱۳۸۴). توسعه سطوح مختلف ورزش از جمله ورزش حرفه‌ای، قهرمانی، آموزشی و به ویژه ورزش همگانی در سطح دنیا و مشارکت ۷۰ درصدی مردم اروپا و آمریکا در ورزش و فعالیت جسمانی که سهم بانوان نیز کمتر از مردان نمی‌باشد باعث شده تا در کشورهای پیشرفته، تولید و تجارت لوازم ورزشی جزء لاینفک اقتصاد کشورها به شمار آید و از سوی دیگر، این امر به عنوان یکی از سیاست‌های سازمان‌های مرتبط با ورزش در کشورها شناخته می‌شود. طی ۳۰ سال گذشته، صنعت ورزش به شکل تصاعدی رشد کرده است. از بین مشاغل وابسته به ورزش، آنهایی که رشد زیادی داشته‌اند، عبارت‌اند از: شرکت‌های تولید پوشاک، تولیدکنندگان تجهیزات، شبکه‌های رسانه‌ای، میدان‌ها و ورزشگاه‌ها، شرکت‌های فروش کالا، تیم‌های ورزشی و لیگ‌های حرفه‌ای (حسینی، ۱۳۸۳). استانداردسازی و گسترش محصولات ورزشی همانند دیگر محصولات از اقداماتی است که توسط وزارت ورزش و دولت دنبال می‌شود، اما آنچه در این میان مهم به نظر می‌رسد و قابل کتمان نیست، سهم اندک کشورمان در تولیدات داخلی لوازم ورزشی از بازار کنونی این محصولات است. شرکت‌های تولیدات ورزشی، به ویژه تولید کنندگان پوشاک ورزشی در این صنعت به دلیل جهانی شدن اقتصاد، تولید انبوه و ظرفیت مازاد در اکثر بازارها، رقابت بر مبنای زمان، انبوه اطلاعات و کارایی ارتباطات و دانش، اطلاعات و قدرت روزافزون مشتری، در حال رقابت هستند و دارای استراتژی رقابتی آشکار و یا ضمنی‌اند. در چنین فضایی این سؤال قابل طرح است که راز موفقیت شرکت‌های تولیدات ورزشی در بازار فرارقابتی امروز چیست؟ پاسخ آن، داشتن استراتژی رقابتی مناسب است (وظیفه‌دوست و همکاران، ۱۳۹۲). به وسیله این تجزیه و تحلیل، با جمع‌آوری داده‌ها و بررسی آن در زمینه پیشرفت‌های فناورانه، توسعه و پیشرفت‌ها در ساختار اجتماعی، تغییرات در بازار انرژی و مواد خام، جایگاه و وجهه محصول در بازار، فرصت‌ها و تهدیدهای رودرو خود را مشخص می‌کند. بدین ترتیب، توسعه طرح‌های مربوط به سازگاری سازمان با محیط امکان‌پذیر می‌شود. از آنجا که مدیران رأس بر استراتژی و اهداف سازمان تأثیرگذارند، لازم است فرصت‌ها و تهدیدات رسیده از بیرون را به طور سیستماتیک بررسی کنند (احسانی، ۱۳۹۱). الگوی پورتر از این نظر حائز اهمیت است که در کشورهایی مانند ایران مطالعات انجام شده عموماً ناظر بر ارتباط راهبردی صنعت با توسعه به عنوان یک متولی ملی و فراگیر است؛ رویکردی که متأثر از دیدگاه اقتصاد کلان و برنامه‌ریزی متمرکز دولتی است تا نگاه به صنعت و تأکید بر جنبه‌های تجاری کسب و کارها در قالب الگوهای رقابتی و به علاوه الگوی مذکور در کشورهایی مانند ایران که از یک

جنبه اقتصاد دولتی برخوردار است مورد آزمون قرار گیرد (رنکو^۱ و همکاران، ۲۰۱۴). با توجه به مطالب ذکر شده و وضعیت حال حاضر تولید پوشاک ورزشی در کشور و احساس وجود پتانسیل لازم برای ارتقا و توسعه این صنعت به نظر می‌رسد که بررسی وضعیت رقابت بین رقبا در تولید و عرضه این محصولات مفید باشد. از سوی دیگر، با بیان این واقعیت که زنان نیمی از جمعیت کشور را تشکیل می‌دهند و به واسطه بهبود کیفیت زندگی و تغییر در افکار و فرهنگ، حضور پررنگ‌تری در جامعه دارند و همچنین سمت و سوی اوقات فراغت زنان که به سمت ورزش سوق پیدا کرده است، میزان مصرف اقلام و لوازم ورزشی در این قشر عظیم رو به فزونی است. به همین دلیل، بررسی وضعیت رقابتی شرکت‌ها و تولیدکنندگان پوشاک ورزشی بانوان حائز اهمیت می‌باشد. در زمینه تولیدات کالاهای ورزشی تحقیقاتی انجام شده است که راهگشای توسعه این صنعت می‌باشد.

زمانی دادانه و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان «بررسی آمیخته بازاریابی پوشاک ورزشی خارجی از دیدگاه مشتریان (مطالعه موردی آدیداس)» دریافتند که تمام عناصر آمیخته بازاریابی از دیدگاه مشتریان در خرید پوشاک ورزشی آدیداس اهمیت دارند. همچنین، اولویت‌بندی تأثیر عناصر آمیخته بازاریابی در خرید پوشاک ورزشی خارجی آدیداس از دیدگاه مشتریان به ترتیب عبارت‌اند از: ۱- محصول؛ ۲- قیمت؛ ۳- توزیع؛ ۴- ترویج. خوارزمی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهش خود با عنوان «تعیین عوامل اساسی وفاداری ورزشکاران تیم‌های ملی فدراسیون‌های ورزشی نسبت به پوشاک و برندهای ورزشی» دریافتند که بر اساس تعداد مارک‌های گزارش شده، اولویت اول شرکت‌کنندگان سه مارک آدیداس با ۵۴/۴ درصد، نایک با ۳۹/۱ درصد و مجید با ۶/۵ درصد بود که آدیداس بیشترین سهم را به خود اختصاص داده است. با توجه به نتایج به دست آمده، تمامی عوامل مورد بررسی بر میزان وفاداری ورزشکاران تیم‌های ملی نسبت به پوشاک و برندهای ورزشی تأثیر دارد. صادقی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «تعیین و مقایسه علل تمایل مشتریان به خرید کالاهای ورزشی خارجی از دیدگاه تولیدکنندگان، فروشندگان و مصرف‌کنندگان» دریافتند که بین مصرف‌کنندگان و فروشندگان و بین تولیدکنندگان و فروشندگان دلایل مصرف کالاهای ورزشی خارجی تفاوت معنی‌داری وجود داشت، ولی بین مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان تفاوت معنی‌داری وجود نداشت. از دیدگاه مصرف‌کنندگان، تطابق بیشتر کالاهای ورزشی خارجی با استانداردهای ورزشی، کیفیت و دوام بیشتر کالاهای ورزشی خارجی و اطلاع‌رسانی ضعیف تولیدکنندگان ورزشی داخلی در مورد ویژگی‌های پوشاک ورزشی خود در رسانه‌ها در مقابل اطلاع‌رسانی وسیع کالاهای ورزشی خارجی به ترتیب مهم‌ترین دلایل می‌باشد. از دیدگاه تولیدکنندگان، تطابق بیشتر کالاهای ورزشی خارجی با استانداردهای ورزشی، ضمانت بیشتر کالاهای ورزشی خارجی و تنوع بیشتر کالاهای ورزشی به ترتیب مهم‌ترین دلایل می‌باشد.

وظیفه‌دوست و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر پیاده‌سازی استراتژی‌های رقابتی پورتر در پاسخگویی به نیاز بازار محوری مشتریان شرکت پتروشیمی» که از طریق جمع‌آوری داده‌ها با استفاده از پرسشنامه و توزیع آن در بین ۷۰ نفر از مدیران پتروشیمی صورت گرفت، دریافتند که هر یک از استراتژی‌های پورتر در پاسخگویی به نیاز بازار محوری مشتریان محصولات پلی اتیلن تأثیر مثبت دارند و تأثیر استراتژی رهبری در هزینه از اولویت بالایی برخوردار است.

کشکروهمکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «رابطه رضایتمندی و وفاداری با ویژگی‌های پوشاک ورزشی داخلی و خارجی در زنان ورزشکار بدنساز» دریافتند که بیشتر بانوان (۸۰ درصد) پوشاک ورزشی خارجی را انتخاب کردند و دلایل این انتخاب را کیفیت، طرح و قیمت مناسب مطرح نمودند- بانوان در بین ویژگی‌های این محصول، برای قیمت پوشاک اهمیت بیشتری قائل بودند. نتایج آزمون همبستگی نیز نشان داد که بین

ویژگی‌های محصول (کیفیت، قیمت، طرح و زیبایی) و بومی بودن برند محصول با ۹۵ درصد اطمینان رابطه معنی‌داری وجود داشت. همچنین، نتایج نشان داد که بین رضایتمندی و وفاداری ورزشکاران به محصول و بومی بودن برند محصول نیز رابطه معنی‌داری است. علاوه بر این، از نتایج آزمون همبستگی چنین استنباط می‌شود که بین رضایت از محصول و وفاداری بانوان ورزشکار به محصول رابطه معنی‌داری وجود دارد.

افخمی و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان «مدلی برای بررسی رقابت‌پذیری صنایع با استفاده از مدل پورتر»، صنایع موجود در بازار ایران را فهرست و پس از انتخاب صناعی که رقابت‌پذیری بالایی دارند، با استفاده از چارچوب پورتر اقدام به اولویت‌بندی ۱۰ صنعت برتر کشور نمودند و به این نتیجه رسیدند که دولت با توجه به وضعیت صنایع مختلف می‌تواند منابع مالی خود را به نحو بهتری برای ارتقای صنایع ضعیف‌تر اختصاص دهد. علوی و رحیم‌نیا (۱۳۸۷) در تحقیق خود با عنوان «بررسی تأثیر نیروهای رقابتی بازار بر استراتژی‌های بسته‌بندی کالا با استفاده از مدل رقابتی پورتر» به این نتیجه رسید که بسته‌بندی با تأثیرپذیری از فشار رقابتی که خود نتیجه نحوه عملکرد نیروهای رقابتی موجود در بازار بسته‌بندی است و از طرفی تغییرات تکنولوژیکی صورت پذیرفته، دیدی استراتژیک را می‌طلبد که به واسطه تغییر در رقابت بازاری مورد ارزیابی مجدد قرار می‌گیرد.

اوکماک (۲۰۱۶) در تحقیق خود با عنوان «تأثیر شرایط رقابت در بازارهای جدید در صنعت هتل داری استانبول: آنالیز با استفاده از نیروهای پنج گانه پورتر» دریافت که صنعت اسکان استانبول، انگیزه سرمایه‌گذاری را برای طرح‌های جدید با توجه به متغیرهایی چون خریداران، کالاهای جایگزین و تأمین‌کنندگان فراهم آورده است. رنکو و همکاران (۲۰۱۴) در تحقیقی با عنوان «طراحی استراتژی بازاریابی با استفاده از نیروهای پنج گانه رقابتی پورتر - مطالعه نانویی‌های کوچک کرواسی» دریافتند که یک شرکت از محیط اطراف خود به ویژه محیطی از صنعت که به آن تعلق دارد، جدا نیست. بنابراین، توسعه استراتژی‌های بازاریابی مناسب شرکت باید بر اساس نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل ساختار محیطی که در آن فعالیت دارد، باشد. همچنین، پنج نیروی مدل پورتر به ترتیب زیر بر رقابت تأثیر دارند: رقابت بین رقبای موجود؛ ۲. تهدید تازه واردان؛ ۳. قدرت چانه زنی خریداران؛ ۴. قدرت چانه زنی تأمین‌کنندگان؛ ۵. تهدید محصولات جایگزین.

راجاسکار و الراعی^۱ (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان «تجزیه و تحلیل صنعت مخابرات عمان با استفاده از مدل رقابتی میشل پورتر» دریافتند که مهم‌ترین عامل رقابتی در این صنعت، رقابت بین رقبای و تهدیدات جایگزین می‌باشد. در حالی که خطر ورود و قدرت خریداران، تأثیر معنی‌داری دارند، تأثیر قدرت تأمین‌کنندگان بسیار محدود است. از این‌رو، پنج مدل رقابتی بر همه بازیگران در صنعت و بازار مخابرات، تأثیر می‌گذارند و پیامدهای استراتژیک مهمی برای آن‌ها دارد.

آولونیتیس و نیکولاس^۲ (۲۰۱۱) در نتایج تحقیق خود داشتن اطلاعات در زمینه نیازها و نظرات مصرف‌کنندگان و تطبیق پوشاک و تجهیزات ورزشی خود با نیازهای آنان را در بازاریابی محصولات ورزشی، امری اجتناب‌ناپذیر می‌دانند.

فیلو، فانک و هورنبی (۲۰۰۹) در تحقیقی نشان داده‌اند که طراحی مناسب و استفاده از تکنولوژی‌های ارتباطی به صورت مثبت و فزاینده بر انگیزه مصرف‌کنندگان پوشاک ورزشی بانوان و همچنین دیدگاه آن‌ها نسبت به این کالاها تأثیر دارد.

لوکمیدس (۲۰۰۷) بیان می‌کند که خریداران پوشاک و تجهیزات ورزشی یا به عبارتی طرفداران این محصولات، بسیار علاقمند به اطلاعات نو و جدید در مورد محصولات و خدمات ورزشی مورد علاقه خود هستند.

1. & Al Raee.

2. Avlonitis and Nikolas

راس^۱ (۲۰۰۶) از قول میلین و مک دونالد (۱۳۸۷) می‌گوید: ماهیت غیر قابل پیش بینی بودن خدمات ورزشی و عدم توانایی کنترل مدیران بر محصولات ورزشی موجب اهمیت فوق العاده عوامل اثرگذار بر محصول و ارزش برابری شان و لزوم توجه به این عوامل می‌شود؛ چرا که محققان معتقدند برخی از عوامل سازمانی از جمله آمیخته بازاریابی متغیرهایی هستند که می‌توان برای کنترل محصولات ورزشی مورد استفاده قرار داد. آلفونسو^۲ و همکارانش (۲۰۰۵) در ایتالیا به این نتیجه دست یافتند که ارتباط هزینه بازاریابی محصولات ورزشی با حجم فروش آن قدر مهم است که اعتبارات کافی برای بازاریابی سبب افزایش قابل توجه فروش محصولات در ایتالیا و اروپا شده است (به نقل از ایران زاده و نژادی، ۱۳۹۰).

براون (۲۰۰۳) در یک پژوهش که هدف آن بررسی استفاده از تکنولوژی اینترنت توسط شرکت‌های ورزشی برای فروش پوشاک و تجهیزات ورزشی خود بود، به بررسی ۷۵۰ سازمان ورزشی در ایالات متحده پرداخت و به این نتیجه رسید که بیشتر شرکت‌ها و سازمان‌های ورزشی جهت تبلیغات و اطلاع رسانی خود دو هدف عمده را دنبال می‌کنند: ایجاد اطلاعات راجع به سازمان یا به عبارتی شرکت و ایجاد آگاهی مثبت.

بدین ترتیب، هدف از انجام این پژوهش بررسی وضعیت بازار رقابتی صنعت پوشاک ورزشی بانوان و تحلیل آن با استفاده از مدل رقابتی پورتر می‌باشد تا در نهایت به کمک این گونه تحقیقات، شرکت‌هایی که در حال حاضر در این صنعت فعال هستند بتوانند موقعیتی که اکنون در آن قرار دارند را دریابند و در جهت توسعه فعالیت و رقابت با رقبای گام بردارند. همچنین، به افراد و شرکت‌هایی که قصد ورود و سرمایه‌گذاری در این صنعت را دارند کمک شود تا وضعیت این صنعت را دریابند و با برنامه‌ریزی مناسب در این مسیر قدم بگذارند. هر چند رقابت در این صنعت به دلیل حضور رقبای و غول‌های بزرگ صنعت پوشاک ورزشی در جهان از جمله: نایک، آدیداس و پوما بسیار سخت می‌باشد و توجه به برندهای مطرح از سوی مصرف‌کنندگان و افزایش برندگرایی، عرصه را بر تولیدکنندگان داخلی تنگ کرده است، ولی همچنان می‌توان با شناسایی وضعیت رقابتی رقبای در کشور، در این صنعت اقدام به تولید نمود.

این پژوهش درصدد پاسخگویی به این سؤال کلی است که وضعیت رقابتی تولید پوشاک ورزشی بانوان بر اساس مدل رقابتی پورتر چگونه است و برای پاسخ به این سوال، اهداف زیر را مورد توجه قرار داد:

۱. تعیین وضعیت رقابت بین رقبای حاضر در تولید پوشاک ورزشی بانوان؛
۲. تعیین وضعیت تهدید تازه‌واردان در تولید پوشاک ورزشی بانوان؛
۳. تعیین وضعیت قدرت چانه‌زنی عرضه‌کنندگان مواد اولیه در تولید پوشاک ورزشی بانوان؛
۴. تعیین وضعیت قدرت چانه‌زنی خریداران در تولید پوشاک ورزشی بانوان؛
۵. تعیین وضعیت تهدید محصولات جایگزین به بازار در تولید پوشاک ورزشی بانوان؛
۶. رتبه‌بندی پنج مولفه نیروهای رقابتی پورتر در تولید پوشاک ورزشی بانوان.

روش شناسی پژوهش

این تحقیق به لحاظ هدف، از نوع کاربردی و به لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها، از نوع توصیفی - تحلیلی می‌باشد، زیرا برای اثبات فرضیه‌های تحقیق از نظرسنجی با افراد درگیر مسئله استفاده شده است.

جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه تولیدکنندگان پوشاک ورزشی فعال در رشته‌های مختلف ورزشی (۲۰۳ مورد) بود که نمونه آماری ۱۲۷ نفر بر اساس جدول مورگان مشخص شدند - روش نمونه‌گیری به صورت نمونه

1. Ross

2. Alfonso

در دسترس بود. در این پژوهش برای گردآوری اطلاعات، از پرسشنامه محقق ساخته پس از تایید پایایی با ضریب $0/78$ (از طریق آزمون آلفای کرونباخ) و روایی (از طریق نظرسنجی از اساتید مدیریت ورزشی)، استفاده شد.

روش‌های آماری

برای تجزیه تحلیل داده‌ها علاوه بر آزمون‌های توصیفی (میانگین، میانه و ...) و رسم جداول، از آزمون‌های استنباطی T تک نمونه، آزمون دوجمله ای و آزمون فریدمن در محیط نرم افزار SPSS نسخه ۲۲ استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

در این بخش، ابتدا تعیین توزیع طبیعی داده‌ها و سپس آزمون فرضیات انجام می‌شود.

بررسی طبیعی بودن توزیع داده‌ها

جدول ۱: نتایج آزمون کلموگروف اسمیرنوف برای تعیین توزیع طبیعی داده‌ها

توزیع داده‌ها	Sig	Z	نوع پرسشنامه‌ها
غیرطبیعی	۰/۰۰۲	۱/۸۵۱	توان چانه‌زنی تأمین‌کنندگان
طبیعی	۰/۱۵۶	۱/۱۲۹	تهدید ورود تازه‌واردان
طبیعی	۰/۱۵۸	۱/۱۲۷	توان چانه‌زنی خریداران
غیرطبیعی	۰/۰۲۰	۱/۵۲۱	تهدید ورود محصولات جایگزین
غیرطبیعی	۰/۰۰۵	۱/۷۳۰	رقابت بین رقبای موجود

برای بررسی توزیع طبیعی داده‌ها، از آزمون کلموگروف اسمیرنوف استفاده شد. بر اساس این آزمون، توزیع داده‌هایی چون: توان چانه‌زنی تأمین‌کنندگان، تهدید ورود محصولات جایگزین و رقابت بین رقبای غیرطبیعی و برای مولفه‌هایی مثل تهدید ورود تازه‌واردان و توان چانه‌زنی خریداران، طبیعی بود.

آزمون فرضیه‌های پژوهش

- فرضیه اول: قدرت چانه زنی عرضه کنندگان بر شرکت‌های تولید پوشاک ورزشی تاثیر معنی داری دارد. برای آزمون فرضیه اول، از آزمون دوجمله ای استفاده شد که نتایج آن در جدول ۲ گزارش شده است.

جدول ۲: عوامل مرتبط با قدرت چانه‌زنی تأمین‌کنندگان مواد اولیه

گویه‌ها	گروه‌ها	تعداد	نسبت مشاهده شده	نسبت واقعی	معیار تصمیم‌گیری	نتیجه آزمون
قدرت چانه‌زنی تأمین‌کنندگان مواد اولیه	گروه ۱	≥ 3	۸	۰/۰۶	۰/۰۰۱	رابطه مثبت و معنادار (رد H_0)
	گروه ۲	< 3	۱۱۹	۰/۹۴		
	کل		۱۲۷	۱		

۱۸۵

یافته‌های مندرج در جدول ۲ نشان می‌دهد که میانگین عوامل قدرت چانه‌زنی تأمین‌کنندگان مواد اولیه از میانگین درجه‌های مورد وصف در پرسشنامه بیشتر است و این مقادیر معنی‌دار می‌باشد ($P \leq 0/05$). بنابراین، قدرت چانه‌زنی عرضه‌کنندگان بر شرکت‌های تولید پوشاک ورزشی تأثیر معنی‌داری دارد.

یافته‌ها نشان داد که قدرت چانه‌زنی عرضه‌کنندگان بر شرکت‌های تولید پوشاک ورزشی تأثیر معنی‌داری دارد. نتایج حاصل با نتایج تحقیقات وظیفه‌دوست و همکاران (۱۳۹۲)، علوی و رحیم‌نیا (۱۳۸۷)، راجاسکار و الراعی (۲۰۱۳)، اوکماک (۲۰۱۶) و رنکو و همکاران (۲۰۱۴) همخوان و همسوست و پژوهشی که نتایجش مغایر با نتایج پژوهش حاضر باشد، یافت نگردید. همان‌طور که از مبانی نظری پژوهش استنباط شد، تأمین‌کنندگان می‌توانند چانه‌زنی خود را بر شرکت‌های درون یک صنعت تحمیل نمایند. آن‌ها معمولاً این کار را از طریق تهدید به افزایش قیمت یا کاهش کیفیت کالای خریداری شده و خدمات انجام می‌دهند. تأمین‌کنندگان می‌توانند سودآوری صنعتی که قادر به جبران افزایش هزینه‌های ایجاد شده با قیمت کالاهای خود نیست را از میان ببرند (کوبین و همکاران، ۱۳۸۲)؛ شرایطی که به افزایش قدرت تأمین‌کنندگان کمک می‌کند، خود بازتابی از همان شرایطی است که بر توان خریداران می‌افزاید.

اگر محصول گروه تأمین‌کننده دارای تمایز و تنوع باشد و یا به ایجاد هزینه‌های جابجایی منجر شود، تمایز محصول یا هزینه‌های جابجایی که خریدار با آن روبروست سبب می‌شوند که او نتواند شرکت‌های تأمین‌کننده را علیه یکدیگر به بازی بگیرد. مطالعه شاخص‌های در نظر گرفته شده برای نیروی «قدرت چانه‌زنی تأمین‌کنندگان» نشان‌دهنده این مطلب است که با توجه به اینکه کیفیت محصولات عرضه شده توسط تأمین‌کنندگان بر کیفیت محصول تولیدی و به تبع آن بر فروش و سودآوری محصولات تأثیر می‌گذارد، لذا این شاخص به همراه شاخص‌هایی مانند اهمیت کم صنعت برای تأمین‌کنندگان و همچنین عدم امکان جایگزینی محصولات تأمین‌کنندگان با مواد جایگزین، باعث بالا رفتن قدرت چانه‌زنی تأمین‌کنندگان شده است. نتایج کلی نشان داد که قدرت چانه‌زنی تولیدکنندگان در صنعت پوشاک ورزشی بانوان بر وضعیت رقابتی این صنعت تأثیرگذار است.

- فرضیه دوم: قدرت چانه‌زنی خریداران بر شرکت‌های تولید پوشاک ورزشی بانوان تأثیر معنی‌داری دارد. برای آزمون این فرضیه، از آزمون تی تک‌گروهی استفاده شد که نتایج آن در جدول ۳ گزارش شده است.

یافته‌های این جدول نشان می‌دهد که میانگین عوامل مرتبط با قدرت چانه زنی خریداران محصولات از میانگین درجه‌های مورد وصف در پرسشنامه بیشتر است و این مقادیر معنی دار می‌باشد ($P \leq 0/05$). بنابراین، قدرت چانه زنی خریداران بر صنعت تولید پوشاک ورزشی بانوان تاثیر معنی داری دارد.

جدول ۳: عوامل مرتبط با عملکرد قدرت چانه‌زنی خریداران محصول

نام مولفه	رتبه	تفاوت استاندارد	درجه آزادی	T-Test	میزان P	نتیجه آزمون
قدرت چانه‌زنی خریداران محصولات	۳/۴۹	۰/۶۴۹	۱۲۶	۸/۵۶۲	۰/۰۰۱	رابطه مثبت و معنادار (H_0 رد)

یافته‌ها نشان داد که قدرت چانه‌زنی خریداران محصولات بر شرکت‌های تولید پوشاک ورزشی بانوان تاثیر معنی داری دارد. نتایج حاصل از این تحقیق با نتایج تحقیقات وظیفه‌دوست و همکاران (۱۳۹۲)، علوی و رحیم‌نیا (۱۳۸۷)، راجاسکار و الراعی (۲۰۱۳)، اوکماک (۲۰۱۶) و رنکو و همکاران (۲۰۱۴) همخوان و همسو می‌باشد و پژوهشی که نتایجش مغایر با نتایج پژوهش حاضر باشد، یافت نگردید. خریداران با تلاش جهت کاهش قیمت با صنعت رقابت می‌کنند و همواره سعی دارند محصولی که دریافت می‌کنند از کیفیت بهتر یا خدمات بیشتری برخوردار باشد. توان هر گروه از مشتریان مهم یک صنعت بستگی به ویژگی‌های موقعیتی آن مشتری در بازار و همین‌طور اهمیت نسبی خریدهای او از صنعت در مقایسه با کل فعالیت‌های آن دارد. اگر شرایط فراهم آید، گروه خریدار از توان بالایی برخوردار خواهد بود (پورتر، ۱۳۸۷). اگر خریدار اطلاعات کامل در مورد تقاضا، قیمت‌های واقعی بازار و حتی هزینه‌های تأمین‌کننده داشته باشد، باعث می‌شود که اهرم او برای چانه زنی به مراتب قوی‌تر از زمانی باشد که اطلاعات او اندک باشد. اگر خریدار اطلاعات کافی داشته باشد، مطمئن خواهد بود محصولی که خریداری می‌کند را به مناسب‌ترین قیمت تهیه می‌کند و می‌تواند در مقابل ادعای تأمین‌کننده مبنی بر مورد تهدید قرار گرفتن توسط آن‌ها بایستد. نتایج به صورت کلی نشان داد که قدرت چانه‌زنی خریداران در تولید پوشاک ورزشی بانوان بر وضعیت رقابتی این صنعت تأثیرگذار است. مواردی چون پایین بودن هزینه‌های انتقالی خریداران، دسترسی به اطلاعات با استفاده از تکنولوژی‌های امروزی، تنوع کالاهای تولیدی و شرکت‌های ورزشی و محدودیت در تعداد خریداران باعث شده که از دست دادن یک خریدار برای تولیدکننده ورزشی بانوان مهم باشد. این موضوع باعث افزایش توان چانه‌زنی خریداران در تعیین قیمت محصولات و کیفیت محصول تولیدی می‌شود.

- فرضیه سوم: تهدید تازه‌واردان در تولیدات پوشاک ورزشی بانوان تاثیر معنی داری دارد. برای آزمون این فرضیه، از آزمون تی تک گروهی استفاده شد که نتایج آن در جدول ۴ گزارش شده است.

جدول ۴، عوامل مرتبط باخطر ورود رقبای بالقوه (تهدید تازهواردان)

نام مولفه	رتبه	انحراف استاندارد	میانگین آراء	T-میان	P-میان	نتیجه آزمون
خطر ورود رقبای بالقوه (تهدید تازهواردان)	۳/۶۸	۰/۶۲۰	۱۲۶	۱۲/۴۲۳	۰/۰۰۱	رابطه مثبت و معنادار (H_0 رد)

یافته‌های جدول ۴ نشان می‌دهد که میانگین عوامل مرتبط با خطر ورود رقبای بالقوه (تهدید تازهواردان) از میانگین درجه‌های مورد وصف در پرسشنامه بیشتر و این مقادیر معنی‌دار می‌باشد ($P \leq ۰/۰۵$). بنابراین، تهدید تازه واردان در صنعت پوشاک ورزشی بانوان تاثیر معنی داری دارد.

یافته‌ها نشان می‌دهد که خطر ورود رقبای بالقوه (تهدید تازهواردان) در سطحی معنی دار و تاثیرگذار می‌باشد. نتایج حاصل با نتایج تحقیقات وظیفه‌دوست و همکاران (۱۳۹۲)، علوی و رحیم‌نیا (۱۳۸۷)، راجاسکار و الراعی (۲۰۱۳)، اوکماک (۲۰۱۶) و رنکو و همکاران (۲۰۱۴) همخوان و همسو می‌باشد و پژوهشی که نتایجش مغایر با نتایج پژوهش حاضر باشد، یافت نگردید. رقبای تازه وارد به یک صنعت با ظرفیت‌های جدید، تمایل به گرفتن سهم از بازار دارند و اغلب منابع جدیدی با خود می‌آورند. ممکن است قیمت‌ها کاهش یابند و یا هزینه‌های فعلی افزایش یابند و در نتیجه میزان سوددهی پایین بیاید. شرکت‌هایی که به دنبال تنوع بخشیدن به کسب و کار خود هستند و از بازارهای دیگر وارد یک صنعت می‌شوند، اغلب از منابع در اختیار خود جهت ایجاد تحول اساسی استفاده می‌کنند. تهدید ورود به یک صنعت بستگی به موانع حاضر بر سر راه ورود به آن و واکنش رقبای موجود در آن دارد که شرکت تازه وارد انتظار آن را می‌تواند داشته باشد. اگر موانع زیاد باشند و یا شرکت تازه وارد انتظار برخورد انتقام جویانه از طرف رقبای موجود را داشته باشد، خطر ورود پایین خواهد بود (پورتر، ۱۳۸۷). نتایج نشان داد که تهدید ورود تازه‌واردان به صنعت پوشاک ورزشی بانوان بر وضعیت رقابتی این صنعت تأثیرگذار است. عدم حمایت دولت از تولیدکننده‌های حاضر در صنعت پوشاک ورزشی و همچنین پایین بودن هزینه انتقالی خریداران، تمایل پایین تولیدکنندگان ورزشی به رهبری هزینه صنعت، پایین بودن سرمایه اولیه مورد نیاز برای ورود به این صنعت، ظهور و توسعه برندهای جدید از جمله: بیل سی، جیووا، لی نینگ، پیک و... از شاخص‌های مهم در افزایش تهدید ورود رقبای جدید می‌باشند. بنابراین توصیه می‌شود که دولتمردان و دست‌اندرکاران و تصمیم‌گیرندگان اصلی این صنعت شرایطی را با ایجاد حمایت‌های موثر برای بهبود شرایط مقابله با این تهدیدها فراهم آورند.

- فرضیه چهارم: تهدید محصولات جایگزین بر تولید پوشاک ورزشی بانوان تاثیر معنی داری دارد. برای آزمون از آزمون دوجمله‌ای استفاده شد که نتایج آن در جدول ۵ گزارش شده است.

جدول ۵: عوامل مرتبط با تهدید ورود محصولات جایگزین به بازار

گویه ها	گروه ها	تعداد	نسبت مشاهده شده	نسبت واقعی	معیار تصمیم گیری	نتیجه آزمون
تهدید ورود محصولات جایگزین به بازار	گروه ۱	$3 \geq$	۲۹	۰/۲۳	۰/۵۰	رابطه مثبت و معنادار (H_0 رد)
	گروه ۲	$3 <$	۹۸	۰/۷۷		
	کل		۱۲۷	۱		

یافته‌های مندرج در جدول ۵ نشان می‌دهد که میانگین بکارگیری تهدید ورود محصولات جایگزین به بازار از میانگین بیشتر است و این مقادیر معنی‌دار می‌باشد ($P \leq 0/05$). بنابراین، تهدید محصولات جایگزین بر صنعت پوشاک ورزشی بانوان تأثیر معنی‌داری دارد.

یافته‌ها نشان می‌دهد که تهدید ورود محصولات جایگزین بر صنعت پوشاک ورزشی بانوان تأثیر گذار می‌باشد. نتایج حاصل با نتایج تحقیقات وظیفه دوست و همکاران (۱۳۹۲)، علوی و رحیم‌نیا (۱۳۸۷)، راجاسکار و الراعی (۲۰۱۳)، اوکماک (۲۰۱۶) و رنکو و همکاران (۲۰۱۴) همخوان و همسو می‌باشد و پژوهشی که نتایجش مغایر با نتایج پژوهش حاضر باشد، یافت نگردید. تمامی شرکت‌های موجود در یک صنعت، در سطح گسترده‌ای با صناعی که محصولات جایگزین تولید می‌کنند، در رقابت هستند. محصولات جایگزین با ایجاد سقفی برای قیمت‌هایی که شرکت‌ها می‌توانند باهدف سودآوری برای محصولات خود بگذارند، بازدهی بالقوه صنعت را محدود می‌کنند. هرچه قیمت کالاهای جایگزین مناسب‌تر باشد، محدودیت‌های ایجادشده در سود صنعت پایدارتر خواهد بود. شناسایی محصولات جایگزین موضوعی است که نیازمند جستجو برای دیگر محصولاتی است که می‌توانند عملکردی مشابه عملکرد محصول صنعت داشته باشند. گاهی اوقات این جستجو و تحقیق مستلزم کار دقیق است. بنابراین با توجه به نتایج بررسی این فرضیه، مشخص شد که تهدید ورود محصولات جایگزین در زمره استراتژی‌های رقابتی در صنعت پوشاک ورزشی محسوب می‌شود و توجه به این استراتژی و هدفمندی برنامه‌های عملیاتی شرکت‌ها در تولید کالاهای متنوع و اشکال متفاوت، تکنولوژی‌های جدید، هماهنگی با نیازهای مشتریان و تمرکز بر کالای جدید^۱ منجر به اثرگذاری تهدید محصولات جایگزین شده است که میزان ورود کالاهای جایگزین، علاقه مشتریان به خرید محصولات جدید به میزان بیشتر و کیفیت و مطلوبیت پایین محصولات جدید بر این نیرو تأثیر گذار شده‌اند.

- فرضیه پنجم: وضعیت رقابتی بین رقبای حاضر در شرکت‌های پوشاک ورزشی تأثیر معنی‌داری دارد. برای آزمون این فرضیه، از آزمون دوجمله‌ای استفاده شد که نتایج آن در جدول ۶ گزارش شده است.

جدول ۶: عوامل مرتبط با رقابت بین رقبای موجود

گروه ها	تعداد	نسبت مشاهده شده	نسبت واقعی	معیار تصمیم گیری	نتیجه آزمون
گروه ۱	≥ 3	۸	۰/۰۶	۰/۵۰	رابطه مثبت و معنادار (H_0 رد)
گروه ۲	< 3	۱۱۹	۰/۹۴		
کل		۱۲۷	۱		

یافته‌های مندرج در جدول ۶ نشان می‌دهد که میانگین بکارگیری رقابت بین رقبای موجود از میانگین درجه‌های مورد وصف در پرسشنامه بیشتر است و این مقادیر معنی‌دار می‌باشد ($P \leq ۰/۰۵$). بنابراین، وضعیت رقابتی بین رقبای حاضر در شرکت‌های پوشاک ورزشی تأثیر معنی‌داری دارد.

یافته‌ها نشان می‌دهد که میانگین بکارگیری رقابت بین رقبای موجود از میانگین درجه‌های مورد وصف در پرسشنامه بیشتر و این مقادیر معنی‌دار می‌باشد ($P \leq ۰/۰۵$). بنابراین رقابت بین رقبای موجود در صنعت پوشاک ورزشی تأثیر گذار می‌باشد. نتایج حاصل با نتایج تحقیقات وظیفه دوست و همکاران (۱۳۹۲)، علوی و رحیم نیا (۱۳۸۷)، راجاسکار و الراعی (۲۰۱۳)، اوکماک (۲۰۱۶) و رنکو و همکاران (۲۰۱۴) همخوان و همسو می‌باشد و پژوهشی که نتایجش مغایر با نتایج پژوهش حاضر باشد، یافت نگردید. رقابت بین رقبای موجود شبیه تلاش برای به دست آوردن جایگاهی است که معمولاً از طریق استفاده از تاکتیک‌هایی نظیر رقابت بر سر قیمت، مبارزات تبلیغاتی، تلاش برای معرفی محصول و افزایش خدمات یا ضمانت برای مشتریان صورت می‌گیرد. دلیل رقابت این است که یک یا چند تا از رقابت‌کنندگان احساس نوعی فشار می‌نمایند و یا احساس می‌کنند فرصت‌هایی برای پیشرفت فراهم شده است. در بیشتر صنایع، اقدامات رقابتی از جانب یکی از رقبای تأثیر مهمی بر دیگر رقابت‌کنندگان دارد و بنابراین ممکن است تلاشی تلافی‌جویانه یا تلاش برای مبارزه را برانگیزد. این نشان می‌دهد که شرکت‌ها به طور متقابل به یکدیگر وابسته‌اند. برخی از اشکال رقابت به ویژه، رقابت بر سر قیمت تا حد زیادی فاقد ثبات هستند و احتمال دارد کل صنعت را از نظر سوددهی تضعیف کنند. کاهش در قیمت به سرعت و به آسانی توسط دیگر رقبای نیز انجام می‌پذیرد و هنگامی که این تطبیق انجام گیرد، منجر به کاهش درآمد همه شرکت‌ها می‌شود (پورتر، ۱۳۸۷). با بررسی یافته‌های مربوط به شاخص‌های در نظر گرفته شده برای نیروی «شدت رقابت بین رقبای» می‌توان نتیجه گرفت که هزینه‌های خروج از صنعت پوشاک ورزشی به دلایل مختلفی مانند نداشتن دارایی‌های تخصصی، رقابتی شدن قیمت‌ها، تحریم‌ها، حق گمرکی، موانع عاطفی، محدودیت‌های دولتی و اجتماعی و ... بالاست. این عامل در کنار بالا بودن تعداد رقبای فعال در این صنعت، ناچیز بودن هزینه‌های انتقالی مصرف‌کنندگان، مشکلات اشتغال در دیگر صنایع و استاندارد بودن محصولات تولیدی در این صنعت باعث افزایش نیروی رقابت بین رقبای در صنعت پوشاک

● تحلیل وضعیت رقابتی تولیدات پوشاک ورزشی بانوان در کشور ایران با استفاده از مدل رقابتی پورتر

ورزشی بانوان در کشور شده است. بنابراین با توجه به نتایج بررسی این فرضیه، مشخص شد که شدت رقابت بین رقبا در زمره استراتژی‌های رقابتی در صنعت پوشاک ورزشی در جذب و حفظ مشتریان محسوب می‌شود.

● فرضیه ششم: بین نیروهای پنجگانه وضعیت رقابتی پورتر در شرکت‌های پوشاک ورزشی بانوان اختلاف معنی داری وجود دارد.

برای آزمون این فرضیه، از آزمون فریدمن استفاده شد که نتایج آن در جدول ۷ و ۸ آمده است.

جدول ۷: آزمون فریدمن برای تعیین اختلاف نیروهای پنجگانه بین رقبای موجود

نمونه	Df	خی دو	P	نتیجه
۱۲۷	۴	۶۶/۱۹۵	۰/۰۰۱	بین اولویت‌بندی رقابت بین رقبای موجود تفاوت معنی داری وجود دارد.

جدول ۸: رتبه‌بندی نیروهای پنجگانه بین رقبای موجود

	عوامل	میانگین رتبه‌ها
۱	رقابت بین رقبای موجود شرکت‌های فعال	۳/۵۳
۲	قدرت چانه‌زنی تامین‌کنندگان مواد اولیه	۳/۳۱
۳	تهدید ورود محصولات جایگزین به بازار	۳/۳۱
۴	خطر ورود رقبای بالقوه (تهدید تازه‌واردان)	۲/۶۸
۵	قدرت چانه‌زنی خریداران محصولات	۲/۳۱۷

نتایج جداول ۷ و ۸ نشان می‌دهد که بین هریک از عوامل پنج‌گانه اختلاف معنی داری وجود دارد و رقابت بین رقبای موجود و فعال در این صنعت، رتبه اول را به لحاظ اهمیت به خود اختصاص داده است.

بحث و نتیجه‌گیری

به‌طور کلی، یافته‌های این پژوهش نشان داد که رتبه‌بندی عوامل در وضعیت رقابتی صنعت پوشاک ورزشی بانوان ایران به ترتیب زیر است و اختلاف معنی داری با هم دارند: ۱ - رقابت بین رقبای موجود شرکت‌های فعال؛ ۲ - قدرت چانه‌زنی تامین‌کنندگان مواد اولیه؛ ۳ - تهدید ورود محصولات جایگزین به بازار؛ ۴ - خطر ورود رقبای بالقوه (تهدید تازه‌واردان)؛ ۵ - قدرت چانه‌زنی خریداران محصولات. نتایج پژوهش حاضر در این فرضیه با نتایج پژوهش‌های راجاسکار و الراعی (۲۰۱۳)، رنکو و همکاران (۲۰۱۴)، هم راستا نمی‌باشد. هر چند در این دو پژوهش، رقابت بین رقبای موجود جز اولویت اول قرار داشت، ولی در رتبه‌بندی سایر عوامل تفاوت وجود داشت. راجاسکار و الراعی (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان «تجزیه و

تحلیل صنعت مخابرات عمان با استفاده از مدل رقابتی میشل پورتر» دریافتند که مهم‌ترین عامل رقابتی در این صنعت، رقابت بین رقبا و تهدیدات جایگزین می‌باشد. در حالی که خطر ورود و قدرت خریداران، تأثیر معنی‌داری دارند، تأثیر قدرت تأمین‌کنندگان بسیار محدود است. رنکو^۱ و همکاران (۲۰۱۴) در تحقیقی با عنوان «طراحی استراتژی بازاریابی با استفاده از نیروهای پنج‌گانه رقابتی پورتر در کرواسی» دریافتند که یک شرکت از محیط اطراف خود به خصوص محیطی از صنعت که به آن تعلق دارد، جدا نیست. بنابراین، توسعه استراتژی‌های بازاریابی مناسب شرکت باید بر اساس نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل ساختار محیطی که در آن فعالیت دارد باشد. همچنین پنج نیروی مدل پورتر به ترتیب بر رقابت تأثیر دارند: ۱. رقابت بین رقبای موجود: ۲. تهدید تازه واردان: ۳. قدرت چانه زنی خریداران: ۴. قدرت چانه زنی تأمین‌کنندگان: ۵. تهدید محصولات جایگزین. بنابراین به نظر می‌رسد تفاوت در جوامع آماری، مباحث اشتغال در یک کشور، تحریم‌ها و اثرات آن بر اقتصاد و ماهیت متفاوت تحقیقات می‌تواند عاملی در تفاوت در نتایج حاضر باشد. پس می‌توان نتیجه گرفت وضعیت رقابت بین رقبا بیش‌ترین تأثیر را بر وضعیت رقابتی صنعت داراست - دلیل رقابت این است که یک یا چند شرکت از شرکت‌های رقابت‌کننده گرایش بالایی به توسعه دارند یا احساس می‌کنند نوعی فرصت برای پیشرفت فراهم شده است. نکته حائز اهمیت این که بالا بودن شدت این نیرو در صنعت نشان دهنده موقعیت مناسب برای توسعه این صنعت می‌باشد. به عبارت دیگر، می‌توان گفت زمینه ارتقای صنعت پوشاک ورزشی بانوان در داخل کشور فراهم است و با برنامه ریزی مناسب و هوشمندانه می‌توان به توسعه داخلی این صنعت و کاهش وابستگی به واردات این گونه کالاها کمک شایانی کرد. مقادیر به دست آمده برای قدرت چانه زنی تأمین‌کنندگان به نسبت نیروی قبلی مدل مورد استفاده در این پژوهش دارای میانگین پایین‌تری است؛ این خود نشان دهنده در دسترس بودن مواد اولیه مورد نیاز برای تولید در این صنعت است که باز هم گویای موقعیت مناسب برای توسعه صنعت است، چرا که یکی از عوامل محدودکننده پیشرفت هر صنعت مشکل در تهیه مواد اولیه یا انحصاری بودن تأمین‌کنندگان مواد اولیه می‌باشد. تهدید ورود محصولات جایگزین در رتبه سوم قرار دارد. منظور از محصولات جایگزین، محصولاتی است که به منظور دیگری تولید می‌شوند، ولی می‌توانند جایگزین محصولات صنعتی غیر از صنعت خود شوند. پایین بودن این مقدار نشان دهنده احتمال کم ورود چنین محصولاتی به صنعت پوشاک ورزشی بانوان می‌باشد. خطر ورود رقبای بالقوه یا تهدید تازه واردان در جایگاه چهارم قرار گرفته است. قرار گرفتن نیروی تهدید ورود تازه واردان در رتبه چهارم این رده بندی نشان دهنده تمایل به نسبت پایین افراد و شرکت‌ها به ورود به این صنعت می‌باشد و خود نشان از سودآوری دیگر صنایع به خصوص دلایسم، نبود قوانین مربوط به کپی رایت و برندینگ و بیماری‌های اقتصادی کشور از جمله قاچاق چند میلیاردی پوشاک خارجی و حاشیه سود مناسب این فعالیت‌هاست که صنعت پوشاک ورزشی بانوان را مورد تهدید قرار داده است و پتانسیل کمی در جذب و سرمایه‌گذاری در بخش تولید را ایجاد کرده است. با وجود این، با رفع تهدیدهای فوق می‌توان زمینه را برای توسعه این صنعت فراهم می‌آورد. با توجه به مقادیر به دست آمده برای نیروی قدرت چانه زنی مشتریان، این نیرو دارای میانگین پایین‌تری نسبت به چهار عامل قبلی است، ولی همچنان از مقدار میانگین بالاتر است. از این موضوع می‌توان نتیجه گرفت تقریباً کیفیت محصولات موجود در بازار در یک سطح می‌باشد و با توجه به تنوع شرکت‌ها و محصولات آنها، مشتریان در انتخاب، خرید خود و کاهش قیمت خرید از قدرت مانور بالایی برخوردارند. در مجموع و با توجه به یافته‌های تحقیق حاضر و استفاده از ادبیات و پیشینه، می‌توان چنین

استنباط کرد که هر یک از پنج عامل رقابتی مدل پورتر (رقابت بین رقبای موجود شرکت‌های فعال، قدرت چانه زنی تأمین‌کنندگان مواد اولیه، خطر ورود رقبای بالقوه (تهدید تازه‌واردان)، تهدید ورود محصولات جایگزین به بازار و قدرت چانه‌زنی خریداران محصولات) از عوامل مؤثر بر وضعیت رقابتی صنعت تولیدی پوشاک ورزشی بانوان می‌باشند و پنج عامل رقابتی - ورود سرمایه‌گذاران جدید، تهدیدات جایگزین، قدرت چانه‌زنی خریداران، قدرت چانه‌زنی تأمین‌کنندگان و رقابت بین رقبای موجود - منعکس‌کننده این واقعیت‌اند که رقابت در یک صنعت به مراتب از سطح بازیگران جا افتاده در آن فراتر می‌رود و مشتریان، تأمین‌کنندگان، جایگزین‌ها و وارد شونده‌گان بالقوه همگی رقبایی برای بنگاه‌های موجود در یک صنعت محسوب می‌شوند که ممکن است بسته به شرایط خاص، از اهمیت بالاتر یا پایین‌تری برخوردار باشند و رقابت را در این حالت می‌توان رقابت گسترده نامید (صاحبی و طالبی، ۱۳۹۰). پنج عامل مذکور باهم، شدت رقابت در صنعت و سودآوری آن را تعیین می‌کنند و قوی‌ترین نیرو یا نیروها در تدوین استراتژی‌های مهم هستند. به عنوان مثال، حتی اگر یک شرکت از موقعیت عالی بازار یک صنعت برخوردار باشد و هیچ‌گونه تهدیدی از جانب رقبای بالقوه وجود نداشته باشد، در صورتی که با محصول یا جایگزین برتر و کم‌هزینه‌تر روبرو شود، بازدهی سرمایه‌پایینی خواهد داشت. حتی اگر هیچ جایگزینی وجود نداشته باشد و هیچ رقیب جدیدی وارد نشود، رقابت شدید بین رقبای موجود سود بالقوه را محدود می‌کند. به زعم اقتصاد دانان، نهایت رقابت در صنعت کاملاً رقابتی زمانی ممکن است که ورود سرمایه‌گذاران به آن آزاد است؛ بنگاه‌های موجود هیچ‌گونه توان چانه‌زنی در مقابل تأمین‌کنندگان و مشتریان ندارند و به واسطه وجود شرکت‌های متعدد شبیه به هم و محصولات مشابه رقابت غیرقابل کنترل است (صادقی و اردستانی، ۱۳۸۸).

منابع

- احسانی، محمد. (۱۳۹۱). مدیریت در سازمان‌های ورزشی. تهران: انتشارات حتمی
- افخمی، سعید؛ خدامرادی، علی؛ جمالی، عباس و ابراهیمی، عادل. (۱۳۹۰). "مدلی برای بررسی رقابت‌پذیری صنایع با استفاده از مدل پنج". فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی. ۶۰: ۱۳۴-۱۰۱.
- انواری رستمی، علی اصغر و حسن سراجی، بهار. (۱۳۸۴). "سنجش سرمایه فکری و بررسی رابطه میان سرمایه فکری و ارزش بازار سهام شرکت های بورس اوراق بهادار تهران". بررسی های حسابداری و - حسابرسی. سال دوازدهم، شماره ۳۹، صص ۴۹.
- پورتر، مایکل. (۱۳۸۷). استراتژی رقابتی، تکنیک های تحلیل صنعت و رقا. جهانگیر مجیدی. تهران: موسسه خدمات فرهنگی رسا
- حسینی، امیر. (۱۳۸۳). تبیین ورزش به عنوان صنعت جامع.
- خاندوزی، سید احسان. (۱۳۸۴). "انگاره پورتر در تجارت و مزیت رقابتی". راهبرد یاس. سال اول، شماره چهارم، صص ۸۳-۱۰۲.
- خوارزمی، شهیندخت. (۱۳۷۲). "نگاه پورتر به بنگاه و توسعه اقتصادی". تدبیر. شماره ۱۱، صص ۶۶-۷۲.
- خوارزمی، الهه؛ فرقانی اوزرودی، محمدباقر و امانی، حسن. (۱۳۹۳). "تعیین عوامل اساسی وفاداری ورزشکاران تیم‌های ملی فدراسیون‌های ورزشی نسبت به پوشاک و برندهای ورزشی". مطالعات مدیریت ورزشی. ۲۷: ۳۱-۴۶.
- زمانی دادانه، کیوان؛ الهی، علیرضا؛ امیرنژاد، سعید و الماسی، سمانه. (۱۳۹۴). "بررسی آمیخته بازاریابی پوشاک ورزشی خارجی از دیدگاه مشتریان (مطالعه موردی آدیداس)". پژوهش‌نامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. ۱۱(۲۲): ۱۹۰-۱۷۷.
- کاتلر، فیلیپ و آرمسترانگ، گری. (۱۳۸۷). اصول بازاریابی. علی اکبر پارسائیان. تهران: نشر ادبستان
- کشر، سارا؛ سلمان، زهرا و جباری، ژاله. (۱۳۹۲). "رابطه رضایتمندی و وفاداری با ویژگی‌های پوشاک ورزشی داخلی و خارجی در زنان ورزشکار بدنساز". مدیریت ورزشی. ۵(۳): ۱۳۶-۱۱۷.
- وظیفه‌دوست، حسین؛ حاجلو، محمدحسین و نظری‌پور، فریده. (۱۳۹۲). "بررسی تأثیر پیاده‌سازی استراتژی‌های رقابتی پورتر در پاسخگویی به نیاز بازار محوری مشتریان شرکت پتروشیمی". مدیریت فرهنگ سازمانی. ۱۱(۳): ۱۳۹-۱۲۱.
- Avlonitis, G.J., Panagopoulos, N.G. (2011). "Selling and sales management: An introduction to the special section and recommendations on advancing the sales research agenda." Original Research Article, Pages 1045-1048
- Hakan Katircı and Arif Yüce. (2015). "What A Football Spectator Wants: Male Perspective." bildirı.anadolu.edu.tr/papers/bildirimakale/10095_b281g25.
- Juan Carlos Hallak. (2006). "Product quality and the direction of trade." Journal of International Economics, Vol. 68.
- Nichol, W, Moynahan, P., Hall, A. & Taylor, J. (2002). "Media relations in sport." Public relation review, 5(33): 211-219.
- Rajasekar, J., Al Rae, M. (2013). "An analysis of the telecommunication

industry in the Sultanate of Oman using Michael Porter's competitive strategy model". Competitiveness Review: An International Business Journal, 23 (3), 234 – 259.

- Renko, N., Sustic, I., Butigan, R. (2010). **"Designing marketing strategy using the five competitive forces model by michaele. Portet- case of small bakery in Croatia."** International journal of management case, 44: 17-25.
- Renko, N., Sustic, I., Butigan, R. (2012). **"Designing marketing strategy using the competitive forces model by michale e. porter – case of small bakery incroatia."** International journal of management cases. 376-385.
- Ross, S.D. James, J.D, and Vargas P. (2006). **"Development of the scale to measure Team brand Associations in professional sport."** Journal of sport management, 20(2).
- Shurchuluu P (2014). **"National productivity and competitive strategies for the new millennium."** Integrated Manufacturing Systems, Vol. 13, No. 6, pp. 408-414.
- Stold, G.C, Dittmore, S.W & Branvold, S.E. (2006). **Sport Public Relations. Human Kinetic.**
- Tan, Donald. (2010). **Success Factors In Establishing Your Brand Franchising and Licensing Association.**
- Ucmak, F. (2012). **"The impact of competition conditions on new market entrants in, cansu arslanb."** Istanbul8: The international strategic management conference.
- William L. Berry, Martha C. Cooper. (2015). **"Manufacturing flexibility: methods for measuring the impact of product variety on performance in process Industries."** Journal of Operations Management, Vol.17.
- William, Anderson. (2016). **"Using public relations to win a war against amonopoly."** Public Relations Review; 32.
- Zhi- Jie Liu, Wei Chen, Hong- Zhong Huang, Bo Yang. (2014). **"A diagnostics design decision model for products under warranty."** International Journal of Production Economics, Vol.109.

شناسایی متغیرهای تبیین کننده آموزش و توانمندسازی کارکنان در هیئت های ورزشی استان گلستان

بهمن طیبی^۱
امین دهقان قهفرخی^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۴/۳۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۶/۲

هدف از این پژوهش، شناسایی متغیرهای تبیین کننده آموزش و توانمندسازی کارکنان در هیئت های ورزشی استان گلستان بود. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه کارکنان هیئت های ورزشی استان گلستان بود و حجم نمونه آماری با استفاده از روش تمام شمار ۲۱۵ نفر برآورد شد. برای گردآوری اطلاعات از پرسشنامه های استاندارد گوناریس (۲۰۰۸) و توانمندسازی میشرا (۲۰۱۰) استفاده گردید. جهت تجزیه و تحلیل داده ها، از آزمون t تک نمونه ای و تحلیل عاملی تاییدی استفاده شد. نتایج نشان داد در حال حاضر آموزش و توانمندسازی کارکنان در هیئت های ورزشی استان گلستان از شرایط نسبتاً مطلوبی برخوردار است. آموزش ضمن خدمت، قوی ترین تبیین کننده آموزش کارکنان و احساس شایستگی در شغل قوی ترین تبیین کننده توانمندسازی کارکنان در هیئت های ورزشی استان گلستان بود. در نهایت، هیئت های ورزشی استان گلستان با توجه به محیط متغیر و رقابتی ورزش باید دائماً آموزش و توانمندسازی کارکنان خود را جدی بگیرند.

واژگان کلیدی: آموزش، توانمندسازی، آموزش ضمن خدمت، احساس شایستگی شغلی و کارکنان هیئت های ورزشی استان گلستان

۱. استادیار، گروه تربیت بدنی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه گلستان، گرگان، گلستان (نویسنده مسئول)
E-mail: Bahmantayebi@yahoo.com

۲. استادیار، گروه مدیریت و برنامه ریزی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

مقدمه

از میان عوامل تولید، بی شک نیروی انسانی به عنوان اصلی ترین عامل نقش کلیدی در تولید کالا و خدمات دارد. نیروی انسانی را می توان مهم ترین سرمایه یک سازمان دانست. از این رو، هر فرایندی که موجب ارتقای توانمندی نیروی انسانی متناسب با نوع کار و فعالیت گردد، فرایندی سرمایه افزا می باشد که نتیجه آن به طور مستقیم در کیفیت و کمیت تولید ظاهر می شود (خصالی، ۱۳۸۵: ۴۸). هنگامی می توان در سازمان کار را به درستی انجام داد که در آن افراد توانمندی وجود داشته باشد و توانمندی افراد سازمانی در گرو دانش، نگرش و مهارت آنان است. دانش و نگرش به وسیله آموزش توسعه می یابد (خراسانی، ۱۳۹۵: ۳۲). امروزه، آموزش و توانمندسازی منابع انسانی یک استراتژی کلیدی جهت سازگاری مثبت با شرایط در حال تغییر و در ضمن به عنوان ابزاری برای اثربخشی سازمان و یک مزیت رقابتی قلمداد می شود (اسدی کرم، ۱۳۸۲: ۳۰). کارکنان به طور مداوم نیاز به یادگرفتن چیزهای جدید دارند و تقاضا برای آموزش به طور مستمر وجود دارد (وستلی^۱، ۲۰۰۵: ۲۰). سازمان ها برای سازگاری با محیط و تضمین بقای خود نیازمند تغییرات درونی اند و جهت اجرای هرگونه تغییری در سازمان، مدیریت باید به فکر آموزش و آگاه کردن کارکنان خود باشد. شکست اغلب سازمان ها ناشی از عدم آموزش و توسعه کارکنان است. آموزش در کارایی و اثربخشی سهم بسزایی دارد و هدف اصلی آموزش بهبود عملکرد فردی و سازمانی است. آموزش، تلاشی برنامه ریزی شده و سازمان یافته است که به کارکنان کمک می کند تا نگرش، دانش و مهارت های مربوط به شغل را بیاموزند (کینگسبوری^۲، ۲۰۱۱: ۲۵). اسپروس^۳ (۲۰۰۸)، آموزش کارکنان را شامل ۶ مولفه می داند: ارائه آموزش متناسب با نیاز کارکنان، ارائه آموزش ضمن خدمت، ارائه آموزش قبل از ایجاد تغییرات بزرگ در نحوه انجام کار، ارائه آموزش جهت کسب مهارت هایی در زمینه بهبود کیفیت، ارائه آموزش هنگام جابجایی کارکنان از واحدی به واحد دیگر توسط رؤسا و همچنین میزان شناخت مدیر از نیازهای آموزشی کارکنان (طیبی، ۱۳۹۳: ۷۲). از دیدگاه رابینز^۴، آموزش تجربه ای است مبتنی بر یادگیری و به منظور ایجاد تغییرات نسبتاً پایدار در فرد تا او را قادر به انجام کار و بهبود بخشی توانایی ها، تغییر مهارت ها، دانش و رفتار اجتماعی نماید (سیدجوادین، رایج، آقامیری و یزدانی، ۱۳۸۹: ۵۲). به منظور بهره مندی از این مزایا، آموزش نباید تنها به یادگیری منجر شود، بلکه باید کاربرد را نیز در برگیرد. کاربردی کردن آموزش زمانی اتفاق می افتد که کارآموزان، آموزش های ارائه شده را در مشاغل خود مورد استفاده قرار دهند (تریپ و بیشلمایر^۵، ۱۹۹۰). هر چند در برخی از موارد، سازمان ها به آموزش سازمانی توجه لازم را نیز دارند. به عنوان مثال، عدالتخواه و همکاران (۱۳۸۹: ۹۸) و همچنین سلیمان و همکاران^۶ (۲۰۱۳: ۶۲) در بررسی وضعیت آموزش ضمن خدمت جامعه مورد بررسی خود دریافتند که وضعیت آموزش از نگاه پاسخ دهنده ها بالاتر از سطح متوسط است، اما بسیاری از برنامه های آموزشی که در سازمان ها برای توانمندسازی کارکنان برپا می شود نه تنها موثر نیست، بلکه کاملاً نتیجه عکس دارد و منجر به توانمندسازی کارکنان نمی گردد (بستانی املشی، ۱۳۸۸: ۱۰۳). کیفیت و توانمندسازی نیروی انسانی، مهم ترین عامل بقا و حیات سازمان است. نیروی انسانی توانمند، سازمان توانمند را به وجود می آورد (عبداللهی و نوه ابراهیم، ۱۳۸۵: ۵۸). از این رو، داشتن نیروی انسانی توانا و کارآمد که بنیاد ثروت ملی و دارایی های حیاتی سازمان به حساب می آید، منافع بسیار زیادی برای سازمان ها، شرکت ها و بنگاه های اقتصادی به دنبال خواهد داشت (بزاز جزایری، ۱۳۸۴: ۸۳). به منظور غلبه

1. Westly
2. Kingsbury
3. Spiros
4. Robbins
5. Tripp & Bichelmeyer
6. Sulleman et.al

بر شرایط نامطمئن پیچیده و پویا، تنها راهی که پیش روی مدیران قرار دارد توانمندسازی سازمان و کارکنان است (ضیاء کاشانی، ۱۳۸۸: ۴۳). توانمندسازی کارکنان یکی از ابزارهای مؤثر افزایش بهره‌وری کارکنان و استفاده بهینه از ظرفیت‌ها و توانایی‌های فردی و گروهی آن‌ها در راستای اهداف سازمانی است (صالح‌نیا، ۱۳۹۱: ۶۹). اگرچه نظریه پردازان سازمانی مفهوم توانمندسازی را به شیوه‌های متفاوتی تعریف کرده‌اند، اما دو تعریف در ادبیات این بحث قابل شناسایی است: یکی دیدگاه مکانیکی که بر اساس آن، توانمندسازی و تفویض اختیار در تصمیم‌گیری در درون مرزهایی مشخص و واگذاری مسئولیت به افراد است که به ارزیابی کارهای خود بپردازند. بر اساس این دیدگاه، توانمندسازی به معنای تفویض اختیار و قدرت از بالا به پایین همراه با مرزها و محدودیت‌های روشن و پاسخگویی دقیق است که کنترل مدیریتی را افزایش می‌دهد. اسپریتزر^۱ این دیدگاه را «ویکرد ارتباطی» نیز می‌نامد (موغلی، حسن پور و حسن پور، ۱۳۸۸: ۷۷). این دیدگاه با تعریفی که از قدرتمندسازی ارائه شده است همخوانی دارد. دیگری، دیدگاه ارگانیکی است که بر اساس آن، توانمندسازی، همان توانایی ریسک‌پذیری، توسعه و تغییرات و درک نیاز کارمندان می‌باشد. ایجاد مدل رفتاری توانمندسازی کارکنان، ساخت تیم جهت تشویق انجام کارهای مشارکتی بین افراد و صحنه گذاشتن بر عملکرد افراد است. طبق این دیدگاه، افراد توانا دارای ویژگی‌های مشترکی هستند که در تحقیق حاضر با عنوان ابعاد توانمندسازی مورد سنجش قرار گرفته است. کانگر و کانگو^۲ (۱۹۹۸)، این دیدگاه را «ویکرد نگرشی» می‌نامند (کانگر و کانگو، ۱۹۹۸). این دیدگاه با تعریفی که از توانمندسازی ارائه شده است، همخوانی دارد. بر مبنای پژوهش میشر^۳ (۲۰۰۹) توانمندسازی دارای ۵ بعد احساس معناداری در شغل، احساس شایستگی در شغل، داشتن حق انتخاب، احساس موثر بودن و احساس مشارکت با دیگران می‌باشد و برای اینکه مدیران بتوانند دیگران را با موفقیت توانمند سازند باید این پنج ویژگی را در آنها ایجاد کنند (میشر^۴، ۲۰۱۰: ۱۸۵). در پژوهشی با عنوان «عوامل موثر بر توانمندسازی کارکنان ستادی دانشگاه علوم پزشکی شیراز» که توسط ناظمی (۱۳۸۹: ۸۹) صورت پذیرفت، عوامل روانشناختی توانمندسازی رتبه‌بندی شدند که بالاترین رتبه مربوط به مولفه احساس شایستگی در شغل بود و پس از آن به ترتیب مولفه‌های احساس معنی داری، احساس داشتن حق انتخاب، احساس موثر بودن قرار داشتند و در آخرین رتبه‌بندی نیز مولفه احساس مشارکت با دیگران بود (ناظمی، ۱۳۸۹). گورتانی^۵ بر آن بود تا جنبه‌های روان‌شناختی و عوامل مدیریتی را که به توانمندسازی منتهی می‌شود، دریابد. بر اساس داده‌های به دست آمده، مشخص گردید که احساس مشارکت با دیگران مهم‌ترین عامل توانمندسازی کارکنان می‌باشد (گورتانی، ۲۰۱۱: ۱۹۶۴). توانمندسازی یکی از نویدبخش‌ترین مفاهیم دنیای کار بوده که کمتر به آن توجه شده، ولی اکنون به موضوع روز بدل گشته است. علی‌رغم بحث‌های فراوان درباره فواید توانمندسازی، بهره‌برداری از آن اندک و ناچیز است و هر چند توانمندسازی به مدیران این امکان را می‌دهد که از دانش، مهارت و تجربه همه افراد سازمان استفاده کنند، اما متأسفانه تعداد مدیران و گروه‌هایی که راه و رسم ایجاد فرهنگ توانمندسازی را بدانند، اندک است (خراسانی، ۱۳۹۵: ۳۲).

با عنایت به مطالب فوق می‌توان دریافت که امروزه مزیت رقابتی در سازمان‌های خدماتی از جمله سازمان‌های ورزشی، مبتنی بر دارایی‌های نامشهودی همچون سرمایه‌های انسانی (کارکنان) می‌باشد و توجه به آموزش و توانمندسازی، از مهم‌ترین عوامل کیفی‌سازی آن‌هاست. در این میان، با توجه به موقعیت تاثیرگذار هیئت‌های ورزشی استان‌ها در ورزش کشور، ضرورت داشتن کارکنانی آماده و توانا جهت ارائه خدماتی کیفی‌تر به مخاطبین

1. Sprietzer
2. Conger & Kanugo
3. Mishra
4. Mishra
5. Gortani

و مشتریان به صورت جدی احساس می شود و استان گلستان نیز از استان های مستعد و قهرمان پرور کشور به شمار می آید. از این رو، تحقیق حاضر بر آن است تا به سوالات زیر پاسخ دهد:

- وضعیت هر یک از ابعاد آموزش و توانمندسازی در هیئت های ورزشی استان گلستان چگونه است؟
- متغیرهای تبیین کننده آموزش و توانمندسازی کارکنان در این هیئت ها کدام اند؟

روش شناسی پژوهش

روش تحقیق از بعد هدف، کاربردی و بر اساس نحوه گردآوری داده ها، از نوع توصیفی زمینه یابی (پیمایشی) می باشد. جامعه آماری شامل کلیه کارکنان (روسا، نواب روسا، دیران، خزانه داران و مسئولان دفاتر) هیئت های ورزشی استان گلستان می باشد که تعداد مجموع آنها ۲۱۵ نفر بوده است. برای انتخاب نمونه در این تحقیق از روش کل شمار استفاده شده است و تعداد نمونه آماری، همتر از با جامعه، ۲۱۵ نفر بوده اند که در نهایت از این تعداد ۱۹۷ پرسشنامه (نرخ پاسخگویی ۹۲ درصد) پس از پیگیری مستمر جمع آوری گردید. در مرحله اول از فرآیند جمع آوری اطلاعات (بررسی وضعیت آموزش و توانمندسازی در سازمان های ورزشی و غیرورزشی)، داده های مورد نظر با استفاده از روش های کتابخانه ای (بررسی اسناد و مدارک، گزارش های مالی، مقالات علمی معتبر و اطلاعات موجود در پایگاه های اینترنتی، کتب، مجلات و نشریات مختلف) گردآوری شد. در مرحله دوم، از دو پرسشنامه استاندارد آموزش گوناریس (۲۰۰۸) و توانمندسازی میشرا (۲۰۱۰) برای جمع آوری اطلاعات و داده های مورد نظر استفاده گردید. این پرسشنامه ها بر اساس مقیاس پنج گزینه ای لیکرت که از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق می باشد، طراحی شده اند. جهت بررسی روایی ابزار و همخوانی آن با فرهنگ سازمان های ورزشی کشور، پرسشنامه به ۱۱ نفر از صاحب نظران مدیریت ورزشی ارائه شد و نظرات آنان اعمال گردید. برای تعیین پایایی پرسشنامه، از روش آلفای کرونباخ^۱ استفاده شد. ضریب آلفای کرونباخ برای توانمندسازی کارکنان، ۰/۸۷ و برای آموزش کارکنان ۰/۷۹ به دست آمد. همانطور که ملاحظه می گردد مقدار آلفای کرونباخ برای تمام متغیرها، از حد قابل قبول برای مقاصد کاربردی که ۰/۷ است بیشتر می باشد. بنابراین می توان ادعا نمود که پرسشنامه مورد نظر دارای پایایی قابل قبول است. به منظور توصیف داده ها از روش های آماری توصیفی شامل جداول فراوانی، نمودارهای آماری و شاخص های تمایل مرکزی استفاده شد. برای تحلیل داده ها و تعمیم آنها به جامعه، ابتدا به منظور تعیین نرمال بودن داده های جمع آوری شده از آزمون کلموگرووف اسمیرنوف^۲ استفاده شد که داده ها نرمال بودند و در بررسی سوالات تحقیق، از آزمون t تک نمونه و تحلیل عاملی تاییدی^۳ بهره گیری گردید.

یافته های پژوهش

جدول ۱، ویژگی های جمعیت شناختی نمونه مورد بررسی را نمایش می دهد:

جدول ۱: ویژگی های جمعیت شناختی کارکنان هیئت های ورزشی استان گلستان

متغیر	سطوح متغیر	فراوانی	درصد
سن	زیر ۳۰ سال	۴۳	۲۲/۱
	۳۱ تا ۴۰ سال	۷۷	۳۸/۸
	۴۱ تا ۵۰ سال	۳۹	۱۹/۶
	۵۱ سال و بیشتر	۳۸	۱۹/۲

1. Cronbach's Alpha
2. Kolmogoroff Smirnoff
3. Confirmatory Factor Analysis

۲۵/۳	۵۰	زیر ۵ سال	سابقه همکاری با هیئت ورزشی
۴۶/۶	۹۲	۶ تا ۱۰ سال	
۱۶/۷	۳۳	۱۱ تا ۱۵ سال	
۱۱/۴	۲۲	۱۶ سال و بیشتر	
۵/۱	۱۰	دیپلم	تحصیلات
۲۵	۴۹	فوق دیپلم	
۴۰/۵	۸۰	لیسانس	
۱۷/۶	۳۴	فوق لیسانس	
۱۱/۸	۲۴	دکتری	

جدول ۲، نتایج آزمون t تک نمونه ای را در مورد متغیرهای آموزش و توانمندسازی کارکنان نشان می دهد:

جدول ۲: نتایج آزمون t تک نمونه ای

میانگین فرضی = ۳					متغیرها
مقدار P	Df	آماره t	انحراف معیار	میانگین	
۰/۰۰۰۱	۱۹۷	۵/۷۳	۰/۹۴	۳/۳۴	آموزش
۰/۰۰۰۱	۱۹۷	۴/۲۵	۰/۴۳	۳/۱۱	توانمندسازی

مقادیر ارائه شده در جدول ۲ نشان داد که در مولفه های «آموزش و توانمندسازی» میزان P کمتر از ۰/۰۵ بوده و در نتیجه وضعیت این مولفه ها از نظر شرکت کنندگان، در مقایسه با میانگین فرضی ۳، به طور معنی داری بالاتر از حد متوسط بوده است.

جدول ۳: متغیرهای تبیین کننده آموزش در هیئت های ورزشی استان گلستان

اولویت	نتیجه	ضریب R ²	بار عاملی	گویه های مولفه
ششم	معنی دار	۰/۲۰	۰/۴۵	ارائه آموزش متناسب با نیاز کارکنان
اول	معنی دار	۰/۹۳	۰/۹۶	ارائه آموزش ضمن خدمت
دوم	معنی دار	۰/۶۴	۰/۸۰	ارائه آموزش قبل از ایجاد تغییرات بزرگ در نحوه انجام کار
سوم	معنی دار	۰/۴۹	۰/۷۰	ارائه آموزش جهت کسب مهارت هایی در زمینه بهبود کیفیت
سوم	معنی دار	۰/۴۹	۰/۷۰	ارائه آموزش هنگام جابجایی کارکنان از واحدی به واحد دیگر
پنجم	معنی دار	۰/۴۲	۰/۶۵	میزان شناخت مدیر از نیازهای آموزشی کارکنان

با توجه به نتایج تحلیل عاملی تاییدی، «ارائه آموزش ضمن خدمت» با بار عاملی ۰/۹۶ قوی ترین و «ارائه آموزش متناسب با نیاز کارکنان» با بار عاملی ۰/۴۵ ضعیف ترین تبیین کننده آموزش در هیئت های ورزشی استان گلستان هستند.

جدول ۴: متغیرهای تبیین کننده توانمندسازی در هیئت های ورزشی استان گلستان

اولویت	نتیجه	ضریب R ²	بار عاملی	گویه های مولفه
دوم	معنی دار	۰/۷۱	۰/۸۴	احساس معنی داری در شغل
اول	معنی دار	۰/۸۷	۰/۹۳	احساس شایستگی در شغل
چهارم	معنی دار	۰/۴۴	۰/۶۶	داشتن حق انتخاب
سوم	معنی دار	۰/۴۷	۰/۶۸	احساس مؤثر بودن
پنجم	معنی دار	۰/۴۱	۰/۶۴	احساس مشارکت با دیگران

با توجه به نتایج تحلیل عاملی تاییدی، «احساس شایستگی در شغل» با بارعاملی ۰/۹۳ قوی ترین و «احساس مشارکت با دیگران» با بارعاملی ۰/۶۴ ضعیف ترین تبیین کننده توانمندسازی کارکنان در هیئت های ورزشی استان گلستان هستند.

بحث و نتیجه گیری

هدف از انجام پژوهش حاضر، تعیین متغیرهای تبیین کننده آموزش و توانمندسازی کارکنان در هیئت های ورزشی استان گلستان بود. پس از بررسی مشخص گردید که عامل آموزش در حال حاضر از شرایط نسبتاً مطلوبی برخوردار است و میانگین نمره آن بالاتر از سطح متوسط به دست آمد. با این نتیجه می توان گفت که در هیئت های ورزشی استان گلستان، مدیران با نیازهای آموزشی کارکنان آشنا هستند و متناسب با آن به ارائه آموزش می پردازند و کارکنان وقتی در سمت جدید خود قرار می گیرند، آموزش های ضمن خدمت برای آنها در نظر گرفته می شود. همچنین، جهت کسب مهارت های بهبود کیفیت، آموزش های لازم ارائه می گردد و وقتی کارکنان در سمت جدیدی قرار می گیرند، دغدغه ای از باب ناآشنایی با محیط جدید خود ندارند. البته ذکر این نکته ضروری است که اگرچه شرایط آموزش، مطلوب ارزیابی شد، ولی میانگین عدد به دست آمده در این بخش (۳/۳۴) گویای این مطلب است که شرایط خیلی هم ایده آل نیست و کمی کم توجهی می تواند شرایط نامطلوبی به بار آورد. برای جلوگیری از رخداد این شرایط، هیئت های ورزشی استان گلستان باید بر اساس میزان تأثیری که هر یک از متغیرها در تبیین آموزش در هیئت های ورزشی استان گلستان دارا هستند، به آنها توجه نماید؛ یعنی اینکه متغیری چون ارائه آموزش های ضمن خدمت که از نظر پاسخ دهندگان دارای بیشترین تأثیر در تبیین مولفه آموزش هیئت های ورزشی است، نیاز به توجه بیشتری دارد. کارکنان در حین انجام خدمت خود در هیئت ها باید در معرض آموزش های مختلف نیز قرار گیرند و ارائه آموزش های مختلف در حین کار و فعالیت صورت پذیرد. متغیر دوم در تبیین آموزش کارکنان، ارائه آموزش قبل از ایجاد تغییرات بزرگ در نحوه انجام کار بود. چنان چه هیئت های ورزشی استان گلستان قصد دارند سیستمی نو و جدید را در فرایند کاری روزانه خود ایجاد نمایند، ابتدا باید آموزش های لازم را جهت ایجاد آمادگی لازم کارکنان برای استفاده از این شرایط ارائه دهند. متغیرهای ارائه آموزش جهت کسب مهارت در زمینه بهبود کیفیت و ارائه آموزش هنگام جابجایی کارکنان با امتیازی برابر در رتبه بعدی تأثیر گذارترین متغیر تبیین کننده آموزش کارکنان قرار گرفتند. لذا چنانچه هیئت های ورزشی استان گلستان قصد دارند کاری کیفی تر از گذشته انجام دهند باید آن را مستلزم کسب مهارت هایی بدانند که باید در کارکنان ایجاد شود و سازمان متبوع شان باید زمینه کسب آن را فراهم نماید. همچنین، اگر قرار است کارمندی در سمت و جایگاهی جدید خدمت نماید، باید ابتدا شناخت و معرفت و همچنین مهارت لازم برای انجام کار جدید از طرف سازمان در او ایجاد گردد. در نهایت، میزان شناخت مدیر از نیازهای آموزشی کارکنان و ارائه آموزش متناسب با نیاز کارکنان آخرین عامل موثر تبیین آموزش کارکنان در هیئت های ورزشی استان گلستان بود. به هیئت های ورزشی استان گلستان پیشنهاد می گردد ابتدا نیازهای آموزشی پست های مختلف در هیئت را شناسایی نماید و سپس نیاز آموزشی افرادی را که قرار است در این جایگاه ها انجام وظیفه نمایند، احصا نماید و با تحلیل این نیازها، اقدامات آموزشی مورد نیاز در سازمان را برنامه ریزی و اجرا کند. این نتیجه با یافته های عدالتخواه (۱۳۸۹) و سلیمان و همکاران (۲۰۱۳) همخوانی دارد.

دومین عاملی که در این تحقیق مورد بررسی قرار گرفت، عامل توانمندسازی کارکنان بود. توانمندسازی یعنی قدرت بخشیدن به افراد به منظور کمک به آنها برای افزایش اعتماد به نفس و غلبه بر ناتوانی و ایجاد شور و شوق برای اجرای وظایفی که به آنها واگذار شده است (بانسال، ۲۰۰۱). با بررسی وضعیت توانمندسازی کارکنان در هیئت های ورزشی استان گلستان مشخص شد که این مولفه با میانگین امتیاز ۳/۱۱ شرایطی بالاتر از سطح متوسط

را داراست، اما با توجه به میانگین به دست آمده (۳/۱۱) مشخص است که شرایط حاکم، فاصله چندانی با حالت متوسط ندارد و کمی بی توجهی می‌تواند آن را به شرایط نامناسب در سازمان تبدیل نماید. از این رو ضروری است به عواملی که در این تحقیق به عنوان متغیرهای توانمندسازی کارکنان مورد بررسی قرار گرفته به تناسب اهمیت آن توجه گردد.

در مجموع، می‌توان گفت که بیشترین توجه در این حوزه باید بر تاثیرگذارترین مولفه توانمندسازی از نگاه جامعه آماری باشد که همان احساس شایستگی کارکنان در شغلی است که در آن قرار دارند. داشتن احساس شایستگی در شغل تعیین می‌کند که آیا افراد برای انجام دادن کاری دشوار خواهند کوشید و یا پشتکار خواهند داشت یا خیر. این احتمال وجود دارد که شدت ایمان افراد در مورد اثربخشی، بر اینکه آنان برای مقابله با موقعیت‌های خاص حتی تلاش خواهند کرد، اثر بگذارد. پس هیئت‌های ورزشی استان گلستان باید توجه داشته باشند که کارکنانشان در سازمان باید احساس خوداثربخشی داشته باشند و احساس کنند که قابلیت و تبحر لازم برای انجام دادن موفقیت آمیز یک کار را دارند و بدانند افراد توانمند شده نه تنها احساس شایستگی، بلکه احساس اطمینان می‌کنند که می‌توانند کار را با شایستگی انجام دهند.

دومین متغیر از نظر میزان تاثیر در تبیین توانمندسازی کارکنان، متغیر احساس معنی داری در شغل بوده است. احساس معنی داری در شغل، زمانی ایجاد می‌شود که آرمان‌ها و استانداردهای کارکنان با آنچه در حال انجام است متجانس باشد. به همین دلیل هیئت‌های ورزشی باید وظایفی را به کارکنان بسپارند که در نظام ارزشی شان مهم تلقی شود و آنچه را تولید بکنند که بدان اعتقاد دارند و کار آنها با مسائل انسانی همراه باشد. ذکر این نکته ضروری است که کسب سود مشخص در یک کاری، معنی دار بودن را تضمین نمی‌کند. به عنوان مثال، خدمت کردن به دیگران ممکن است هیچ پاداش مشخصی در پی نداشته باشد. با این وجود ممکن است بسیار معنی دار تر از کاری باشد که پرداختی هنگفت را باعث می‌شود.

سومین متغیر از نظر میزان اثر در تبیین توانمندسازی کارکنان، متغیر احساس موثر بودن است. احساس موثر بودن عبارت است از: اعتقادات فرد در یک مقطع مشخص از زمان در مورد توانایی اش برای ایجاد تغییر در جهت مطلوب. لذا برای بهبود وضعیت این متغیر در هیئت‌های ورزشی لازم است شرایط آنگونه باشد که کارکنان احساس کنند که می‌توانند با تحت تاثیر قرار دادن محیطی که در آن کار می‌کنند و یا نتایجی که حاصل می‌شود، تغییر ایجاد کنند. باتقویت این حس در کارکنان، آنها برخلاف احساس کنترل منفعل - که در آن خواسته‌های افراد یا تقاضاهای محیط همسو می‌شود - احساس کنترل فعال - که به آنان اجازه می‌دهد تا محیط را با خواسته‌های خود همسو کنند - دارند.

داشتن حق انتخاب، چهارمین متغیر موثر تبیین کننده توانمندسازی کارکنان در هیئت‌های ورزشی استان گلستان بود و برای توجه به این مهم باید شرایطی در سازمان فراهم آید که کارکنان احساس نکنند که فعالیت هایشان از پیش تعیین شده است و از بیرون کنترل می‌شود. آنها باید به این باور برسند که در اجرا، حق انتخاب دارند و فعالیت آنها در حقیقت پیامد آزادی و اقتدار شخصی است و در این صورت است که آنان خود را افرادی پیش‌تاز یا مبتکر و خود آغاز کننده می‌بینند و قادرند به میل خود اقدامات ابتکاری انجام دهند، تصمیمات مستقل بگیرند و افکار جدید را به آزمون بگذارند.

آخرین متغیری از نظر میزان تاثیر در تبیین توانمندسازی کارکنان، متغیر احساس مشارکت با دیگران بود. هر چند این متغیر در رتبه آخر اهمیت قرار گرفت، ولی این بدان معنا نیست که نیاز به توجه ندارد. لذا هیئت‌های ورزشی استان گلستان جهت بهبود وضعیت در این حوزه باید شرایطی را فراهم آورند تا کارکنان در تصمیم گیری‌های سازمان خود مشارکت کنند و به نظر و پیشنهاد آنان در مورد نحوه انجام وظایفشان توجه شود. این امر باعث می‌گردد که کارکنان در نحوه انجام کارها از استقلال فکری و عملی برخوردار باشند. نتایج این تحقیقات با یافته‌های سلیمان و همکاران (۲۰۱۳) و ناظمی (۱۳۸۹) همخوانی دارد.

منابع

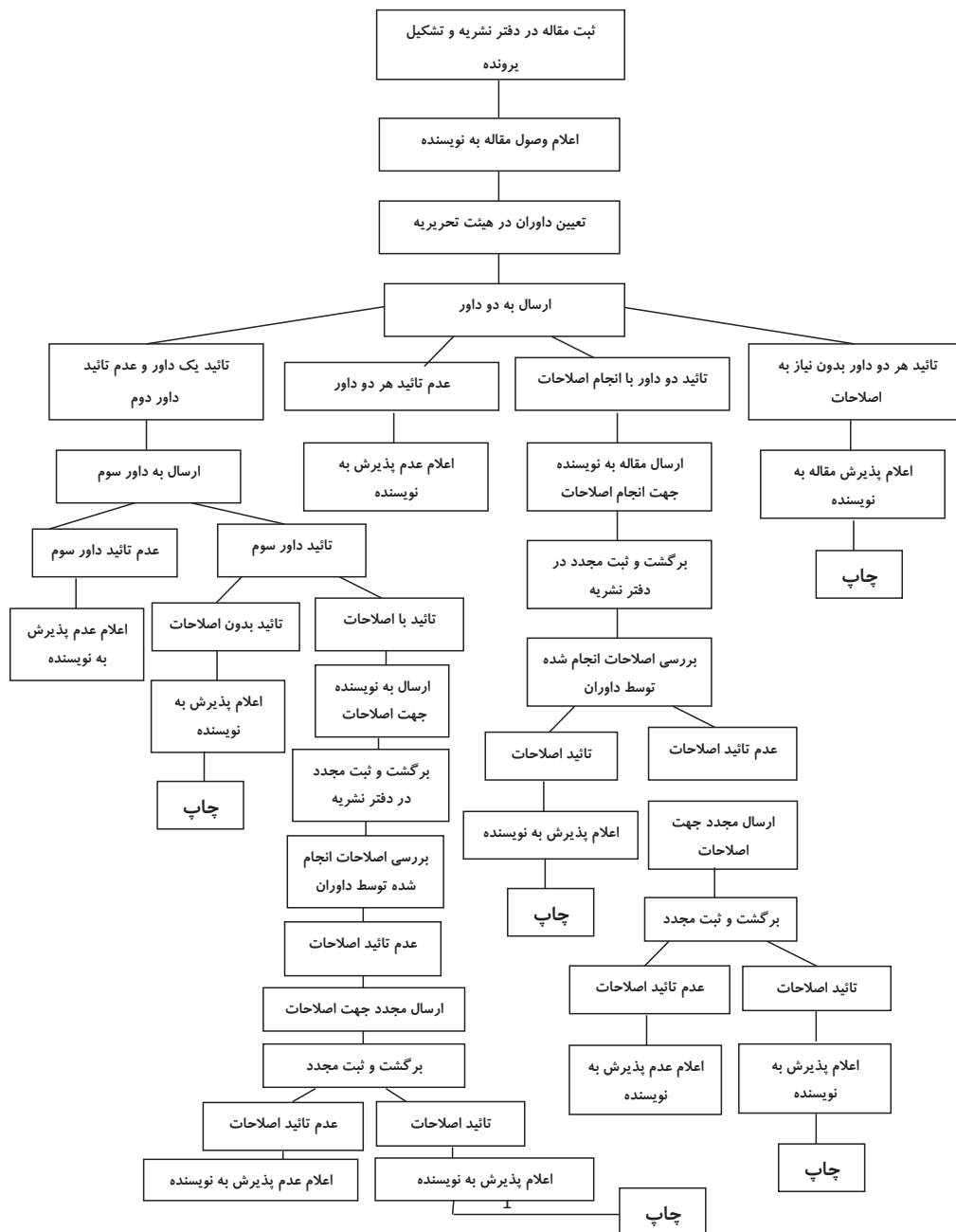
- اسدی کرم، علیرضا. (۱۳۸۲). "تاثیر آموزش های ضمن خدمت بر ابعاد توانمندسازی منابع انسانی". فصلنامه آموزش و توسعه منابع انسانی. (۱۹): ۳۸-۱۱.
- بستانی املشی، طهمورث. (۱۳۸۸). "توانمندسازی و روش های اجرای آن در سازمان". سومین همایش ملی توانمندسازی منابع انسانی. تهران: بنیاد توانمندسازی منابع انسانی. صص: ۴۸-۱۸.
- خراسانی، اباصلت. (۱۳۹۵). "بررسی تاثیر آموزش های ضمن خدمت بر ابعاد توانمندسازی منابع انسانی". فصلنامه آموزش و توسعه منابع انسانی. (۹): ۳۹-۲۰.
- خصالی، طاهره. (۱۳۸۵). "چگونگی برنامه ریزی آموزشی کارکنان در سازمان ها". فصلنامه مدیریت فردا. شماره ۱۵ و ۱۶، صص: ۶۰-۳۹.
- سید جوادین، سید رضا؛ رایج، حمزه؛ آقامیری، سیدعلی و یزدانی، حمیدرضا. (۱۳۸۹). "بازاریابی درونی گامی در جهت بهبود رفتارهای شهروندی سازمانی و کیفیت خدمات". پژوهش های مدیریت در ایران. (۲): ۶۹-۴۶.
- صالح نیا، منیره. (۱۳۹۱). "بررسی اثر توانمندسازی شناختی کارکنان بر بهره وری آنان". فصلنامه روانشناسی صنعتی/سازمانی. (۱۲): ۷۸-۵۱.
- ضیاء کاشانی، لعبت السادات. (۱۳۸۸). "نقش توانمندسازی منابع انسانی در اثربخشی سازمان ها". مجله صنعت لاستیک ایران. (۵۳): ۵۸-۳۲.
- طیبی، بهمن. (۱۳۹۳). "تعیین متغیرهای تبیین کننده بازاریابی داخلی در فدراسیون کشتی جمهوری اسلامی ایران". رساله دکتری، مدیریت ورزشی، دانشگاه تهران، ص ۱۵.
- عبداللهی، بیژن و نوه ابراهیم، عبدالرحیم. (۱۳۸۶). "توانمندسازی کارکنان کلید طلایی مدیریت منابع انسانی". تهران: نشر ویرایش
- عدالتخواه، سمیه و امیری، مجتبی. (۱۳۸۹). "بررسی رابطه بازاریابی داخلی با مشتری مداری در شعب سازمان تامین اجتماعی تهران". پایان نامه کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، ص ۲۰.
- موغلی، علی؛ حسن پور، احمد و حسن پور، محمد. (۱۳۸۸). "بررسی ارتباط بین توانمندسازی و تعهد سازمانی کارکنان در مناطق نوزده گانه سازمان آموزش و پرورش شهر تهران". نشریه مدیریت دولتی. (۱۴): ۸۴-۶۸.
- ناظمی، محبوبه (۱۳۸۹). "تعیین عوامل موثر بر توانمندسازی کارکنان ستادی". پایان نامه کارشناسی ارشد، مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، دانشگاه علوم پزشکی شیراز، ص ۲۵.
- Al-Hawary, S. I., Al-Qudah, A. K., Abutayeh, P. M., Abutayeh, M. S., & Al-Zyadat, D. Y. (2013). "The impact of internal marketing on employee's job satisfaction of commercial banks in Jordan". Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business, 4(9), 811-826.
- Bansal, H. Sharma, M. Mendelson, B. (2001). "The impact of internal marketing activities on external marketing outcome." Journal of quality management, (6):61-77.
- Cheng, M. I., Dainty, A & Moore, D. (2007). "Implementing a new performance

management System Within a project-based organization: A case Study."

International Journal of productivity and performance management, 56(1), 60-75.

- Conger, J. A & Kanugo, R. N. (1998). **"The Empowerment process: Integrating theory and practice."** Academy of Management Review, 13(3), 471-482.
- Goldstein, I. L. (1993). **Training in organizations: Needs assessment, development, and evaluation.** Thomson Brooks/Cole Publishing Co.
- Gortani, A. M. (2011). **"Study of some effective factors on empowerment of the experts in educational institutions."** Sciences, 29, 1960-1964.
- Gounaris, S. (2008). **"The notion of internal market orientation and employee job satisfaction: some preliminary evidence"**. The Journal of Services Marketing, 22(1): 68.
- Kingsbury, N. (2011). **"Program Evaluation: Experienced Agencies Follow a Similar Model for Prioritizing Research."** Report to the Subcommittee on Oversight of Government Management, the Federal Workforce, and the District of Columbia, Committee on Homeland Security and Governmental Affairs, US Senate. GAO-11-176. US Government Accountability Office.
- Mishra, S. (2010). **"Internal marketing: A tool to harness employees' power in service organizations in India"**. International Journal of Business and Management, 5(1), 185.
- Tripp, S. D., & Bichelmeyer, B. (1990). **"Rapid prototyping: An alternative instructional design strategy"**. Educational Technology Research and Development, 38(1), 31-44.
- Westley, C. R. (2005). **Exploring the effectiveness of leadership training on adult learners: an evaluation of the leadership and communications workshop for natural resource professionals.** University of Alaska Anchorage.

فرآیند چاپ مقاله در فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان



Determining Personnel Education and Empowerment Factors in Golestan Province Sport Boards

Bahman Tayebi

Ph.D., Assistant Professor, Physical Education Department, Faculty of Humanities and Social Sciences, Golestan University, Gorgan, Iran

Amin Dehghan Ghahfarrokhi

Ph.D., Assistant Professor, Management and planning Department, University of Tehran, Tehran, Iran

Received: 22 Jul. 2017

Accepted: 24 Aug. 2017

The study is to explain the variables determining education and empowerment at Sport Boards of Golestan Province. The research is Descriptive- Survey of executive opinion and applied on the basis of objective. The population is all employees of the Sport Boards of Golestan Province (President, vice president, secretaries, treasurers, office officials). The sample is considered equivalent to the population. Data collection was conducted through standard questionnaires of education and empowerment that was set based on the Five-item Likert scale. To determine the validity, the content and face validity were used. To determine the reliability, the cronbach's alpha calculated as per the education and empowerment and a total more than %70. To analyze the data, the one sample T-Test and confirmatory factor analysis techniques were used. The results showed that education and empowerment are relatively favorable conditions and their score is above average. Also, in-service training is the most effective staff training among the explanatory variables. The most effective empowerment in Sports Boards at Golestan province is that Employees feel they deserve workplace.

Key words: Education, Empowerment, In-service training, Competence and Sport Boards of Golestan Province

Analysis of Competitive Position in Women's Sport Apparel by Using Porter Model in IRAN

Mahdi Naderi Nasab

Ph.D., Assistant Professor in Physical Sciences, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran

Received: 22 Nov. 2016

Accepted: 12 Feb. 2017

18

The study is to analyze the competitive situation of women's sportswear industry with using Porter's competitive model. The method of the present in terms of aim is applicable and In terms of data collection is descriptive and analytical, because to prove the hypothesis of survey the polls of people involved were used. The population of this research included all manufacturers of women's sport apparel in the country and research questionnaires were distributed among them (N=203). Validity and reliability of Questionnaires was proved ($\alpha=0.78$). The statistical sample was calculated according to Morgan table ($n=127$). Sampling method the present study was randomized available. The questionnaire that used in this study was researchers made questionnaire which five bargaining power of suppliers, the threat of entry of newcomers, bargaining power of buyers, the threat of entry of substitute products and the competition between the competitors were included in it. Questionnaire items were as a result of interviews with managers and heads of companies producing goods of women's sports. First the descriptive analysis (mean, median, etc.) and of tables and charts, calculations were done, and in inferred section due to normality of two components one-sample t-test and because of not normality in the three components the binomial test was used and Friedman test was used to rank the the factors. And spss software version 22 was used for testing. The results showed that each of the five competitive of factors of porter model (Competition between companies operating existing competitors, bargaining power of suppliers of raw materials, the threat of potential of rival entry) (Threat of New Entrants), The threat of entry substitute products to market, and Bargaining Power of Buyers Products) are the factors that affecting the competitive situation sportswear industry of women and thus their importance is as follow: 1. The competition between the competitors companies operating; 2. The bargaining power of suppliers of raw materials; 3- Threat of entry of substitute products to market; 4- The risk of entry of potential competitors (Threat of New Entrants); 5- Bargaining Power of Buyers Products.

Key words: Competitive Position, Porter Model, Sportswear and Women

A Systematic Review and Meta-analysis of Researches on Prevalence of Ergogenic Substances in Non-athletes Community of Iranian Adolescent and Young Adults

Ali Kashi

Ph.D., Assistant Professor, Sport Science Research Institute, Tehran, Iran

Mohammad Reza Kordi

Ph.D., Associate Professor, University of Tehran, Tehran, Iran

Received: 28 Jun. 2017

Accepted: 20 Aug. 2017

Today, the abuse of Ergogenic Substances as a social issue has spread not only among athletes, but also among non-athletes. Although several studies evaluated the use of Ergogenic Substances use in various community, but no study has a review and meta-analysis on these studies. In this review and meta-analysis, 11 studies were eligible for entry into the study and the number 14291 participant in these 11 studies were investigated. From these studies, the 11 investigations conducted research on the men and women and 9 studies only done on women. After collecting and coding data in these 11 research, by using CMA software all data by using both fixed and random model was analyzed. The results of the meta-analysis conducted in this field showed that estimates point of taking Ergogenic Substances based on random model in Iranian male non-athletes population was 12.5% and in Iranian female non-athletes population was 5.3%. The results of this study showed that the use of Ergogenic Substances and doping is an indisputable fact and as a social problem is growing and expanding. The use of Ergogenic Substances from athletic community permeates to non-athletic community and from men to women. So, if the politicians do not pay attention, the damage every day will be more developed in young people of our country.

Key words: Meta-analysis, Doping, Ergogenic Substances, Prevalence, Iranian Adolescent and Young Adults

Identification and Prioritization of Factors Affecting the Development of Sports Tourism in Iran

Zahra Nateghi

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

Hossein Pour Soltani

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Karaj Branch, Payam-e-Noor University, Alborz, Iran

Received: 6 May 2017

Accepted: 21 Jul. 2017

The objective of this research is to identify the priorities of effective factors in the development of sport tourism in Iran. Regarding the research objective, the present research is applied. In terms of methodology, it is mixed method (qualitative-quantitative) which the qualitative method was followed by quantitative method. In qualitative phase, the statistical population included 15 sports management professors and experts. Also, in the quantitative phase, 84 individuals (employees, sport managers, sports tourism experts, university professors) were selected as sample. Due to the limited number of the statistical population, the total population sampling was used. In the qualitative phase, data was collected through semi-structured interviews with sports management professors and experts. After coding, the 14 items structured questionnaire was prepared. The content validity was confirmed and then the questionnaire was distributed among the sample. The reliability of the questionnaire was 0.89 through Cronbach's alpha coefficient. In this study, the NVivo10 software was used to analyze the qualitative data obtained from the interview. In the quantitative phase, one-sample t-test was used to analyze the statistical data. Also, Friedman test was used to rank the components, dimensions and indicators. The quantitative analysis was done using SPSS software at a significance level of $P \leq 0.05$. The results of the study showed that there was a significant difference between the factors of creating internet sites and the introducing local tourism attractions, advertising on television and satellite channels, establishing and introducing tourist tours, and developing the infrastructure in the development of sport tourism. The factor of creating internet sites and introducing local tourist attractions with an average of 5.99 was ranked as the first. Finally, introducing tourist tours with an average of 3.05 was ranked as the last.

Key words: Tourism Development, Tourism, Sports Tourism and Iran

Designing Development Model of Sport for All at the Sport Federations Who Work out at the Elite Sport

Loghman Keshavarz

Ph.D., Associate Professor, Sports Management Dept., Payam-e-Noor University,
Tehran, Iran

Received: 9 Jul. 2016

Accepted: 20 Dec. 2016

15

The research was to design development model of sport for all at the sport federations who work out at the elite sport. Statistical population of this study included all of the faculty members of college that were familiar with sport for all, and managers of sport federations (N=850). On the basis of Morgan table, 250 persons were randomly selected as research samples. To achieve the research goals, the sport for all made researcher questionnaire with 64 questions was used. Validity of questionnaire was confirmed by 17 experts, and its structural validity was confirmed by confirmatory factor analysis. Its reliability was studied in a pilot study with 30 subjects and calculated as 0.85. For data analysis, the descriptive statistics and inferential statistics methods, including Kolmogorov-Smirnov, t, KMO, Bartlett test, exploratory factor analysis with Varimax rotation and confirmed factor analysis by application of AMOS software and SPSS software were used. Research findings showed that there are 11 factors such as management, recreational, friends and family, educational, media, volunteer, social and cultural, evaluation, motivational, memorial and values, and festivals for the development model of sport for all at the sport federations. Also, the achievement model is goodness.

Key words: Sport Federation, Sport for All and Development

Identification of the Relationships between the Fields of Iran's Sports Industry

Malihe Sadat Aghaee Shahri

Master degree in Sport Management, Alzahra University, Tehran, Iran

Zhale Memari

Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Alzahra University, Tehran, Iran

Mahsa Saadati

Ph.D., Assistant Professor, National Population Studies and Comprehensive Management Institute, Tehran, Iran

Received:11 Dec. 2016

Accepted:19 Jun. 2017

Studies show that many researchers are studying on various sectors of the sports industry and suggesting the development of sports as an entertainment industry. Research results show that employment and economic development are the minimum achievements in this area. Accordingly, the purpose of this research was to identify the relations between the areas of sport industry in Iran which was conducted descriptively-survey. The research samples were based on the variance of society and in relation to the statistical society, 263 persons were identified among the four groups including faculty members, sports experts, coaches, and heroes. The validity of the Researcher made questionnaire(KMO = 0.84 and its reliability ($\alpha=0.953$) was confirmed ($P < 0.01$). LISREL software for modeling was used. The results showed that 6 exogenous factors and 12 endogenous factors in the model confirmed. On the one hand, the government's indirect influence on the sports economy has prevented the private sector from investing in the production of sports equipment. Also, media failed to succeed in its mission of influencing organizations, events, tourism, production of goods and equipment. However, community and recreational activities are well influenced by cultural activities related to sport, which indicates the relative success of activities in this area. Similarly, marketing in event has a significant effect, and does not have a significant effect on retail sales, which indicates that there is insufficient maturity in this section. Therefore, improving processes in this industry requires attention to the relationships between model factors.

Key words: Sport Industry, Iran, Government and Economic

A Study on Students' High-Risk Behaviors and Their Relationship with Adherence to Collective Values and Media Consumption (Case Study: Students of Azarbaijan Shahid Madani University)

Samad Rasoulzadeh Aghdam

Ph.D., Assistant professor of Faculty of Psychology and Educational Sciences, Azarbaijan Shahid Madani University, Tabriz, Iran

Hamed Akbarpour

Master Degree in General Psychology, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran

Received:29 Aug. 2017

Accepted:27 Oct. 2017

The aim of the present study is to investigate the relationship between adherence to collective values (family, religion, socio-cultural) and the use of mass media (TV, satellite, Internet, virtual social networks) with high-risk behaviors. The method employed in the study was survey research and the data were collected via a questionnaire. The statistical population of the study consisted of all students of Azarbaijan Shahid Madani University during the academic year of 2016-2017 as 7000 individuals. 370 students were selected as participants from the population via the stratified sampling technique. Findings indicate that there is a significant difference of variables of gender, marital status, and socio-economic status with high risk behaviors. There is also a significant correlation of the variables of media consumption and adherence to collective values with high risk behaviors. Generally speaking, independent variables (adherence to family, religious, and socio-cultural values and the degree of use of virtual social networks) in the research regression model could explain 32% of the variations in the students' high-risk behaviors.

Key Words: Adherence to Collective Values, High-Risk Behaviors, Media Consumption and Students

Investigating the Role of Virtual Social Networks in Social Interactions of Spouses (Case Study: Young Wives of Tehran)

Yasaman Farshadfar

Ph.D. Student in Sociology, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Ali Baseri

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

Nowrooz Hashem Zehi

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

Received: 26 Aug. 2017

Accepted: 12 Oct. 2017

Abstract

The virtual social networks are new generation of social relationship environment. Although they are not old established, they could make space in people's lives. These networks have some advantages beside their drawbacks in which the most important are undermining the family foundation, emotional divorce, fainting of spouse cordiality. Considering the importance of virtual social networks & social interactions of spouses, this research is to examine the relationship between virtual social networks and social interactions of spouses as the main objective using field study, survey research, and the questionnaire tool as well as SPSS and Smart PLS software. The population of this study is Tehrani spouses in which 600 were chosen as sample size.

The results indicate that there is a significant relationship between virtual social networks ($P = 0.34$) and social interactions and its dimensions, that is spouses' commitment ($P = -0.726$), spouses' satisfaction (-0.565), spouses trust (-0.590), spouses' indifference ($P = 0.157$), spouses' solidarity (-0.272), spouses' adaptability (-0.571), spouses' democratic relationship (-0.565), strict and tough relationship (0.243) and social compromise between spouses (-0.213). Thus, all hypotheses of the study are confirmed. Also, the results of structural equation (Smart PLS) showed that social network variable totally explains (-0.60) of the variance of social interaction variable. Considering the related values of index the determination coefficient of this value is estimated moderately (0.36).

Key Words: Virtual Social Networks, Social Interaction, Adaptation, Democratic Relationships, Social Tolerance

Role of Self-Compassion in Young Students' Risky Behaviors

Seyyd Mohsen Hojatkhah

Ph.D., Assistant professor of Counseling Department, Razi University, Kermanshah, Iran

Soleyman Ahmad Boukani

Master Degree in Rehabilitation Counseling, Counseling Department, University of Allameh, Tehran, Iran

Saeid Abbasi

Master Degree in Education and Psychology of Exceptional Children, Education of Exceptional Children Department, University of Social Welfare and Rehabilitation Sciences, Tehran, Iran

Mohammad Rostami

Ph.D. Student in Rehabilitation Counseling, Counseling Department, University of Social Welfare and Rehabilitation Sciences, Tehran, Iran

Received:18 Jun. 2017

Accepted:28 Sep. 2017

The aim of this study is to determine the role of self-compassion in students' risky behaviors. This research is a descriptive co-relational study. 273 students (170 females and 103 males) participated in the study by multi stage cluster sampling method and responded to self-compassion questionnaire (Neff, 2009) and risk behaviors questionnaire (National College Health Risk Behavior Survey, 2007). Data were analyzed using T Test, Pearson correlation and regression analysis

The results showed that the self-compassion has a significant and negative relation with risky behaviors ($p=0.00$) and judgment about self (As one of the three dimensions of self-compassion) has the highest regression coefficient in reducing risky behaviors. Generally Components of self-compassion explain 12/7 of the Variance in risk behaviors.

Based on results, we conclude that Consistent with other studies, student's self-compassion as one of the factors of increasing mental health leads to reducing in risky behaviors, so this can be important to prevent high-risk behaviors.

Key words: Self-Compassion, Risky Behaviors, Mental Health, Students and Youth

Social Factors Affecting Attitudes towards High-Risk Behaviors (Case Study: Youth in Sanandaj City)

Sattar Parvin

Ph.D., Assistant Professor in Social Working, University of Allameh, Tehran, Iran

Esmayil Abbasi Zaghe

Master Degree in Social Working, University of Allameh, Tehran, Iran

Received: 9 Aug. 2017

Accepted: 18 Oct. 2017

The purpose of this study was to examine the social factor affecting high-risk behaviors. For this purpose, a theoretical framework based on the ideas of Agniou general pressure, Sutherland Differential affiliation, Hirschi and Gadsferson Social inhibition has been used. the statistical population of this study is all young people aged 15-29 in Sanandaj. A sample of 383 of them was investigated by multi-stage cluster sampling method using the survey method and the results have been analyzed using descriptive and inferential statistics. The results of the hypothesis test and theoretical model of the research are based on Pearson correlation coefficient and path analysis and regression analysis there are meaningful relationships between all three independent variables of research, namely, social pressure, association with people with high risk behavior, and social deterrence and high risk behaviors. And these three variables, based on the regression analysis, explain 41% of the variance of the variable of the level of high-risk behaviors.

Key words: High Risk Behaviors, Youth, Social Pressure, Social Deterrence and Sanandaj City

Youth Ethnic and National Identity (Case Study: Youth in Alborz Province)

Borzoo Morovat

Ph.D. in Cultural Sociology, Assistant Professor, Farhangian University, Tehran, Iran

Received: 6 Aug. 2017

Accepted: 23 Sep. 2017

9

The most fundamental changes in human development occur during the period of adolescence and youth, during which a person has always been searching and searching for his own meaning and nature, and this search and exploration in the environment and community around him and in connection with others can be. The young person knows that this community-including the family, the clan, the people and the nation- has formed part of its existence and nature, and is socialized and identified through interaction with them.

The present study was conducted in a survey method and a questionnaire was used to collect data. The statistical population includes young people between 18 and 30 years of age belonging to 6 ethnic groups living in the city of Karaj, and 245 of them were selected using the Cochran formula. The results of the research indicate the similarities and similarities between ethnic and national identities. There is a significant difference between ethnicity and nationality in general ethnic groups. However, it is not indicative that the particular dimension of ethnic and national identity is weak in them. The results show that the variables of cultural capital, mass media and duration of residence in Karaj have a direct and increasing indirect effect on the tendency to dimensions General ethnic and national identity. The range of relationships alone has direct effect, and on the other hand, with the increasing sense of relative deprivation in youth, the tendency towards the general dimensions of ethnic and national identity is undermined. In total, the above 5 variables make up about 29% of the changes in the trend towards the general dimensions of ethnic and national identity among young people.

Key words: Ethnic and National Identity, Youth, Extent of Relationship, Feeling Deprived, Mass Media and Cultural Capital

A Need to Paradigm Changing in Policy Making for Youth: The Productive Employment

Farshad Momeni

Ph.D., Full Professor, Economic Planning and Development Department, Faculty of Economy, University of Allameh, Tehran, Iran

Received:14 Aug. 2017

Accepted:25 Oct. 2017

8

International reports are pointing out that the average youth employment in Iran (15 to 24) is among the lowest levels in the world (%22) and when compared to the world average (%41) it shows a meaningful distance.

In the current essay by using the descriptive-analytic method and by emphasizing on the new institutional theoretical framework, it has been shown that the mental construct of »shortsightedness”- the systematic preference of short term affairs to »the long term priorities”- is the main factor in policy orientations and specific resource allocation methods and it turns the opportunities that come along due to Iran’s relatively young population to undesirable threats.

The analytic findings of the current study show that Partial and one dimensional reform cannot offer a solution for situations like this and the national development system needs a paradigm shift and systemic reform of institutional structures in order to improve the national production ability.

In the final section the general outlines of systemic reform for the institutional structure are introduced.

Key words: Employment, Policy Making, Reform, Institutional Structure and Youth

A Systematic Review and Meta-analysis of Researches on Prevalence of Ergogenic Substances in Non-athletes Community of Iranian Adolescent and Young Adults

Ali Kashi / Ph.D., Assistant Professor, Sport Science Research Institute, Tehran, Iran

Mohammad Reza Kordi / Ph.D., Associate Professor, University of Tehran, Tehran, Iran **17**

Analysis of Competitive Position in Women's Sport Apparel by Using Porter Model in IRAN

Mahdi Naderi Nasab / Ph.D., Assistant Professor in Physical Sciences, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran **18**

Determining Personnel Education and Empowerment Factors in Golestan Province Sport Boards

Bahman Tayebi / Ph.D., Assistant Professor, Physical Education Department, Faculty of Humanities and Social Sciences, Golestan University, Gorgan, Iran

Amin Dehghan Ghahfarrokhi Ph.D., Assistant Professor, Management and planning Department, University of Tehran, Tehran, Iran **19**

Investigating the Role of Virtual Social Networks in Social Interactions of Spouses (Case Study: Young Wives of Tehran)

Yasaman Farshadfar / Ph.D. Student in Sociology, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Ali Baseri / Ph.D., Assistant Professor in Sociology, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Nowrooz Hashem Zehi / Ph.D., Assistant Professor in Sociology, Eastern Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran **12**

A Study on Students' High-Risk Behaviors and Their Relationship with Adherence to Collective Values and Media Consumption (Case Study: Students of Azarbaijan Shahid Madani University)

Samad Rasoulzadeh Aghdam / Ph.D., Assistant professor of Faculty of Psychology and Educational Sciences, Azarbaijan Shahid Madani University, Tabriz, Iran

Hamed Akbarpour / Master Degree in General Psychology, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran **13**

Identification of the Relationships between the Fields of Iran's Sports Industry

Malihe Sadat Aghaee Shahri / Master degree in Sport Management, Alzahra University, Tehran, Iran

Zhale Memari / Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Alzahra University, Tehran, Iran

Mahsa Saadati / Ph.D., Assistant Professor, National Population Studies and Comprehensive Management Institute, Tehran, Iran **14**

Designing Development Model of Sport for All at the Sport Federations Who Work out at the Elite Sport

Loghman Keshavarz / Ph.D., Associate Professor, Sports Management Dept., Payam-e-Noor University, Tehran, Iran **15**

Identification and Prioritization of Factors Affecting the Development of Sports Tourism in Iran

Zahra Nateghi / 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

Hossein Pour Soltani / Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Karaj Branch, Payam-e-Noor University, Alborz, Iran **16**

CONTENTS

A Need to Paradigm Changing in Policy Making for Youth: The Productive Employment

Farshad Momeni / Ph.D., Full Professor, Economic Planning and Development Department, Faculty of Economy, University of Allameh, Tehran, Iran **8**

Youth Ethnic and National Identity Case Study: Youth in Alborz Province)

Borzoo Morovat / Ph.D. in Cultural Sociology, Assistant Professor, Farhangian University, Tehran, Iran **9**

Social Factors Affecting Attitudes towards High-Risk Behaviors (Case Study: Youth in Sanandaj City)

Sattar Parvin / Ph.D., Assistant Professor in Social Working, University of Allameh, Tehran, Iran

Esmayil Abbasi Zaghe / Master Degree in Social Working, University of Allameh, Tehran, Iran **10**

Role of Self-Compassion in Young Students' Risky Behaviors

Seyyd Mohsen Hojatkah / Ph.D., Assistant professor of Counseling Department, Razi University, Kermanshah, Iran

Soleyman Ahmad Boukani / Master Degree in Rehabilitation Counseling, Counseling Department, University of Allameh , Tehran, Iran

Saeid Abbasi / Master Degree in Education and Psychology of Exceptional Children, Education of Exceptional Children Department, University of Social Welfare and Rehabilitation Sciences, Tehran, Iran

Mohammad Roštami / Ph.D. Student in Rehabilitation Counseling, Counseling Department, University of Social Welfare and Rehabilitation Sciences, Tehran, Iran **11**

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.37** ● **Autumn 2017** ●

● **Concessionaire:** Ministry Of Sports and Youth ●

● **Director:** Mohammad Reza Fazli ●

● **Editor-in-Chief:** Seyyed Nasrollah Sadjadi ●

● **Office Manager:** Zahra Kamalian ●

● **Typist:** Jafar Khodady ●

● **Publication:** Iranian Student Book Agency ●

**MINISTRY OF SPORTS AND YOUTH
STRATEGIC STUDIES AND RESEARCHES 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*