بسم الله الرحمن الرحیم

فصلنامه علمی - پژوهشی

مطالعات راهبردی ورزش و جوانان

شماره: ۳۸ زمستان ۱۳۹۶ شاپا: ۲۲۴x - ۱۷۳۵

صاحب امتیاز: **وزارت ورزش و جوانان**

مدیر مسئول: **محمدرضا فضلی**

سردبیر: **سید نصراله سجادی**

مدیرد اخلی و ویراستار: **زهرا کمالیان**

صفحه آرا: **جعفر خدادی**

چاپ و صحافی: **سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی**

مرکز مطالعات و پژوهش‌های 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 می‌شود.

هیئت تحریریه: (به ترتیب الفبا)

کیومرث اشتریان
دانشیار گروه علوم سیاسی دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران

محمد جوادی 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

محمدحسین 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
دانشیارگروه 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
دانشیاردانشکده 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 سیدبگلو، مهدی شکرانی، لقمان کشاورز، مهدی نادری نسب، محمد رسول خدادادی، فرزاد نوبخت، علی فهیمی نژاد، محمد هادی توکلی، مهدی سلیمی، نصراله محمدی، حسین اکبری یزدی، کیوان شعبانی مقدم، محمد علی نودهی، محمد مهدی شمسایی، ستار پروین، برزو مروت، محمد فتحی نیا، علی پاکیزه، ناهید طالبی، مرجان صفاری، فهیمه مومنی فر، طیبه زرگر، نسرین عزیزیان کهن، فهیمه میرزائی، مستوره صداقت، آذر رشتیانی، 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. بررســـی مسائل و چالش‌های فراروی جوانان و ورزش کشور با ارائه راهکارهای نوین و مفید در این زمینه‌ها
٤. انعکاس جدیدترین یافته‌های جوان پژوهی و ورزشـــی 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.
٤.مسئولیت مطالب، با نویسندگان است.

راهنمای تنظیم مقالات
فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان

۱. مقاله‌های قابل پذیرش در فصلنامه عبارت اند از گزارش‌های علمی از مطالعات تحقیقی که شامل چکیده فارسی و انگلیسی، مقدمه، روش، یافته‌ها، بحث و تفسیر، نتیجه گیری و منابع باشند.

۲. حجـم مقاله‌هـا باید بین ۱۵ تا ۲۵ صفحهA4 (هر صفحه حدود ۴۰۰ واژه) و در فرمت word 2007 به پایین با فونت Blotus 14 تایپ شده باشد.

۳. ساختار مقاله‌ها باید شامل اجزای زیر باشد:

- **صفحه عنوان:** ضروری اسـت که عنـوان کامل مقاله در کوتاه ترین و زیباترین شـکل، نام کامل نویسندگان، بالاترین مدرک، مقطع و رشته تحصیلی، دانشگاه یا سازمان متبوع و رتبه علمی یا پست سازمانی هر یک از نویسندگان (به فارسی و انگلیسی)، نشانی پستی، تلفن ثابت، تلفن همراه، نمابر و نشانی الکترونیکی نویسنده مسئول درج شود.
- **چکیده فارسـی و انگلیسـی:** لازم است که چکیده ای سازمان یافته حداکثر در ۲۵۰ واژه، به زبان فارسـی و انگلیسی در بر گیرنده بخش‌های هدف، روش، یافته‌ها و نتیجه گیری به صورت فشرده و منعکس کننده اهم مطالب مقاله به همراه ۳ تا ۶ کلمه به عنوان واژگان کلیدی (به گونه ای که مقاله بر مبنای آن نمایه سازی شود) ارائه گردد.
- **مقدمه:** شـامل طرح مسئله، پیشینه تحقیق، خلاصه ای از تعاریف، اصول، تئوری‌ها، مجهولات بجا مانده از تحقیقات قبلی چارچوب نظری، فرضیه‌ها یا پرسـش‌ها، و نتایج، بحث و و منابع به صورت کامل ارائه گردد.
- **روش:** شامل تبیین روش تحقیق، جامعه آماری، روش نمونه گیری و ابزارهای پژوهش است.
- **یافته ها:** یافته‌های حاصل از روش‌های آماری می‌تواند به صورت متن، جدول (شـماره 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.
- **بحـث و نتیجـه گیری:** ضمن مقایسـه یافته‌های حاصل از این تحقیق بـا 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 سـقم تمامی منابع برای اعضای هیئت تحریریه و داوران ممکن نیسـت، مسئولیت این امر بر عهده نویسـنده 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 باشـد: **(نام خانوادگی مولف، سال انتشـارمنبع: 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 فارسـی واژه‌های تخصصی، اسامی افراد یا مکان‌ها، کوته نوشت‌ها و سر واژه‌ها، 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. فهرسـت منابع (فارسـی یا غیر فارسی) در انتهای مقاله به ترتیب الفبایی نام خانوادگی مولف به شکل زیر تنظیم شود:

الف. کتاب: نام خانوادگی مولف، نام (سـال انتشار) **عنوان مقاله**. 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 مقاله**". 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 پژوهش‌های راهبردی

فهرست

طراحی مدل نقش مدیریتی وزارت ورزش و جوانان در خصوصی سازی ورزش ایران
حجت محمدی مغانی، سید محمد کاشف، حبیب هنری، حسن قره‌خانی ۹

ارتباط مدیریت دانش و سرمایه فکری با بهره‌وری نیروی انسانی در وزارت ورزش و جوانان
عباس نظریان مادوانی، جواد آزمون، پریسا نوراللهی ۲۵

نقش موانع پیش روی توسعه کارآفرینی از طریق ورزش در استان همدان و ارائه راهکارهای اجرایی
سیده فریده هادوی، وحید ساعت چیان، بهادر عزیزی، محمد محمدی ۳۷

تدوین الگوی عوامل بروز فساد در صنعت فوتبال ایران: نظریه ای برخاسته از داده‌ها
احمد محمودی، حبیب هنری، جلیل یونسی، جواد شهلائی باقری ۵۵

توصیف عوامل موثر بر گرایش و عدم گرایش شهروندان شهر آمل به ورزش
سید عماد حسینی، محمدهادی قاسمی، مسعود یمینی فیروز، مازیار کلاشی ۷۳

مطالعه منابع درآمدی و صنعت ورزش در استان مرکزی
عباس شعبانی، علیرضا بهرامی ۸۹

بررسی وضعیت گردشگری ورزشی شمال شهر تهران بر اساس تحلیل SWOT از دیدگاه کارشناسان
محمد سنایی، شیما شیخوند ۱۰۱

ارتباط مدیریت دانش با سلامت سازمانی در ادارات ورزش و جوانان استان کردستان
مهران تیشه گران، مظفر یکتایار، طیبه زرگر ۱۱۳

رابطه مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی و ترویج زبان پنهان در بین جوانان (مورد مطالعه: دانشجویان دانشکده رفاه)
طاهره جعفری، زهرا طالب لو ۱۲۵

رابطه بین ارزش‌های فرهنگی، شیوه‌های فرزندپروری، منابع کنترل و سبک‌های اسنادی با خودباوری جوانان استان بوشهر
سید موسی گلستانه ۱۴۹

رابطه بین سطح پایگاه اقتصادی- اجتماعی و سلامت اجتماعی جوانان شهر قروه
نسرین مروتی، منصور فتحی، نادر مروتی ۱۶۹

تحول تجربه زنانه عشق و ازدواج: مطالعه‌ای مردم‌نگارانه بر زنان تحصیل‌کرده و شاغل شهری در تهران
سهیلا علیرضانژاد ۱۸۵

نگرش نسبت به پیامدهای طلاق و تأثیر آن بر تمایل زوجین جوان به طلاق در شهر تهران
رسول صادقی ۲۰۵

نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در جامعه پذیری سیاسی جوانان شهر تهران با تاکید بر اعتماد رسانه ای
بابک احمدپور ترکمانی، مصطفی ازکیا، باقر ساروخانی ۲۲۳

۱

طراحی مدل نقش مدیریتی وزارت ورزش و جوانان در خصوصی‌سازی ورزش ایران

حجت محمدی مغانی[۱]
سید محمد کاشف[۲]
حبیب هنری[۳]
حسن قره‌خانی[٤]

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۱/۱۵
تاریخ پذیرش مقاله:۱۳۹۵/۲/۱۹

هدف این پژوهش، ارائهٔ مدلی به منظور اندازه‌گیری نقش مدیریتی وزارت ورزش و جوانان در خصوصی‌سازی ورزش ایران است. این مطالعه ترکیبی و از نوع طرح‌های آمیخته اکتشافی است. مرحلهٔ اول، کیفی و جامعه آماری شامل افراد خبره در زمینه مدیریت و خصوصی سازی ورزش بود که همگی آنها به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند. جهت تحقق این مرحله با مرور مبانی نظری و انجام مصاحبهٔ عمیق نیمه ساختار یافته، اطلاعات تکمیلی گردآوری، سپس داده‌های حاصل از ۲۰ مصاحبه به روش نظریه پردازی داده بنیاد در سه مرحله کدگذاری و تجزیه و تحلیل شد. مرحلهٔ دوم به صورت کمی و به روش مدلسازی معادلات ساختاری انجام شد. با توجه به تنوع و غیر قابل شمارش بودن جامعهٔ آماری، از نمونه‌گیری هدفمند و با کمک روش قضاوتی و خبرگی محقق تعداد نمونه ۲۲۲ نفر انتخاب شد. پرسشنامهٔ محقق ساخته برگرفته از مرحلهٔ کیفی تحقیق به عنوان ابزار تنظیم شد. روایی محتوایی پرسشنامه را ۱۵ نفر متخصص تأیید کردند که بین ۵۰ نفر توزیع شد. پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ ۰/۹۲٤ بدست آمد. به منظور محاسبهٔ اعتبار سازه و بررسی ساختار عاملی داده‌ها، از تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی استفاده شد. مقایسهٔ متغیرها نشان داد که

۱. دکترای مدیریت ورزشی، مدرس گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: H.mohammadi_m@yahoo.com

۲. استاد تمام، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران
۳. دانشیار، دانشکده تربیت بدنی تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران
٤. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران

تأثیر سه مؤلفهٔ (تصمیم‌گیری، نظارت و سازماندهی) بر خصوصی‌سازی ورزش در ایران معنی‌دار است، ولی مؤلفهٔ برنامه‌ریزی این چنین نیست. مؤلفهٔ سازماندهی با ضریب رگرسیونی ۰/۱۴۸ دارای بالاترین تأثیر و در مرتبه‌هـــای بعدی، مؤلفه‌های نظارت ۰/۰۹۲، تصمیم‌گیری ۰/۰۷۵ و برنامه‌ریزی ۰/۰۱۲ قرار دارند. با توجه به تأثیر معنی دار عوامل ذکر شده، توجه مدیران عالی ورزش به این عوامل در خصوصی شدن ورزش ایران نقش بسزایی خواهد داشت.

واژگان کلیدی: تحلیل عاملی، گرندد تئوری، خصوصی‌سازی ورزش، معادلات ساختاری و وزارت ورزش و جوانان

مقدمه

خصوصی‌سازی اولین بار در سال ۱۹۷۹ میلادی توسط مارگارت تاچر[1] معرفی شد. خصوصی‌سازی یکی از مهم‌ترین عناصر پدیدهٔ جهانی شدن[2] و استفادهٔ روزافزون از بازارها برای تخصیص منابع می‌باشد (مگینسون[3]، ۲۰۰۱ :۸۸-۲).

خصوصی‌سازی، ابزاری برای توسعه است و به عنوان یکی از عوامل برقراری مکانیزم بازار در اقتصادهای ملی و رهاسازی پتانسیل بخش خصوصی برای رشد، از مهم‌ترین عوامل توانمندی اقتصادی کشورهاست (شجاع الدین، ۱۳۹۰: ۳٤-۲۲) . یک برنامهٔ خصوصی‌سازی موفق باید در کانون توجه دولت قرار گیرد، از جانب بالاترین مقام‌های دولتی حمایت شود، اهداف آن به روشنی تعریف شده باشد، تجربه و شایستگی سازمانی را گسترش دهد و مشکلات مربوط به تعهدات را حل کند (دیک ولش[4] و الیویر فرموند[5]، ۱۳۸۹: ۹۳).

برخی از اهداف مترتب بر اجرای برنامه خصوصی‌سازی شامل مواردی از قبیل ارتقاd کارایی و بهره وری عوامل تولید در سطوح خرد و کلان اقتصادی، گسترش زمینهٔ رقابت در فعالیت‌های اقتصادی، نزدیک شدن به مرز تخصیص بهینهٔ منابع و منطقی کردن اندازه فعالیت‌های دولت در اقتصاد ملی می باشد. (اعزازی و همکاران، ۱۳۹۰: ۷۲-٤۹).

برای دستیابی به اهداف بالا در کشورهای مختلف روش‌های متفاوت دنبال شده است. از جمله عرضه عمومی سهام، سرمایه‌گذاری جدید بخش خصوصی در واحدهای دولتی، تجزیه واحدهای بزرگ دولتی به واحدهای کوچک تر و واگذاری آنها و ... که هر کدام آثار و پیامدهای اقتصادی، اجتماعی و سیاسی متفاوتی دارند(اسدی‌کرم، ۱۳۸۵ :۳٤٤). تجربه کشورهای مطالعه شده همچون انگلستان و فرانسه حاکی از آن است که اگر خصوصی‌سازی پس از مطالعات جامع و بر اساس برنامه‌ریزی دقیق انجام نشده، بسترهای لازم برای اجرای آن فراهم نشود و بر فرآیند آن در حین و پس از آن نظارت نگردد، اجرای آن افزایش بی عدالتی و بروز نارضایتی عمومی را در پی خواهد داشت (گروسکیف[6]،۲۰۰٤ : ۱۹-۱۸).

امروزه خصوصی‌سازی به عنوان یک ابزار سیاستی برای کاهش نقش دولت در ارائه خدمات در بخش‌های مختلف، مورد توجه قرار گرفته است (جعفری، ۱۳۸۹ : ۱۹). درکشور ایران نیز موضوع خصوصی‌سازی از سال ۱۳٦۸ در خط مشی‌ها و سیاست‌های برنامه اول توسعهٔ جمهوری اسلامی ایران مطرح گردیده است (علی‌اکبری،۱۳۸۲: ۵۲) که در تمام صنایع مورد توجه قرار گرفته و صنعت ورزش[7] نیز از این مقوله مستثنی نیست. در کشورهای پیشرفته، ارزش افزوده صنعت ورزش بخش قابل توجهی از محصول ناخالص داخلی را تشکیل می‌دهد و نقش مهمی در ایجاد درآمد، اشتغال و نیز تفریح و سرگرمی ایفا می‌نماید. خصوصی‌سازی صنعت ورزش باعث خواهد شد تا دولت با کاهش هزینه هایی که هم اکنون گریبان‌گیر آن است، منابع صرفه‌جویی شده را در بخش‌های زیر بنایی صنعت ورزش، سرمایه‌گذاری کند (الهی،۱۳۸۷: ٤۸).

نگاهی به تاریخ ورزش در ایران نشان می‌دهد که تربیت بدنی و ورزش در گذشته توسط خود مردم مدیریت می‌شد؛ یعنی برنامه‌ریزی، سازماندهی، هماهنگی‌ها، هدایت و رهبری، پشتیبانی و اجرای فعالیت‌های ورزشی

1. Margaret Thatcher
2. globalization
3. Megginson
4. Dick Welsch
5. Olivier Fermond
6. Gruskyf
7. Sport industry

توسط مردم، اقشار و گروه‌های اجتماعی مختلف صورت می گرفت، اما با شکل گیری «انجمن ملی تربیت بدنی و پیشاهنگی ایران» در سال ۱۳۱۳ که بعدها به «سازمان تندرستی جوانان و تربیت بدنی ایران» و سپس به «سازمان تربیت بدنی و تفریحات سالم» و در سال ۱۳۵۰به «سازمان تربیت بدنی ایران» تغییر نام داد و بعد از پیروزی انقلاب اسلامی به «سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران» (داورزنی،۱۳۷٤ :۸-۱) و سرانجام نام آن در ۸ دی ماه سال ۱۳۸۹ به» وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران» تغییر کرد، نقش وزارت ورزش و جوانان در این حوزه بسیار پررنگ شد. در نتیجهٔ پررنگ شدن این نقش و پدید آمدن انواع سازمان‌های ورزشی که بزرگترین و مهم‌ترین آنها نیز دولتی یا وابسته به دولت بودند، با گذشت زمان نقش مردم در عرصهٔ مدیریت ورزش یعنی سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی کاهش یافت و همین مسئله نیز به حاکمیت نگرش دولتی در عرصهٔ تربیت بدنی و ورزش انجامید (امیری،۱۳۹۲: ۱۰٦-۸۳).

نتیجهٔ طبیعی این امر، ضعف در اعمال نقش‌های حاکمیتی و گرفتار شدن دولت در پیچ و خم تصدی‌گری و اجرای نقش‌های اجرایی بود که خود به تداخل در کارکرد و وظایف با نهادهای عمومی غیردولتی مانند کمیتهٔ ملی المپیک و پارالمپیک، فدراسیون‌های ورزشی، شهرداری‌ها و حتی باشگاه‌های خصوصی منجر شد (سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸٤ :۵۷-۱٤).

در برنامه دوم توسعه، تبصره‌های٦٦، ٦٧ و٦٨ این برنامه مربوط به سازمان تربیت بدنی و ورزش کشور بوده است. اجرای این تبصره‌ها عامل تشویقی برای مراکز غیردولتی، تعاونی و خصوصی محسوب می‌شود (قانون برنامه دوم، ۱۳۷٤ :۱٤). در بند دوم ماده ۱۵۵ قانون سوم توسعه آمده است:

"دستگاه‌های اجرایی، امکانات، تأسیسات و فضاهای فرهنگی، هنری و ورزشی، طرح‌های نیمه تمام و اراضی متعلق را در مناطق شهری با اولویت شهرهای بزرگ به بخش‌های غیردولتی واگذار نماید". (قانون برنامه سوم ۱۳۷۹: ۵٦).

در مواد ۱۱۷، ۱۳۵، ۱۳٦ و ۱٤۵ قانون برنامه چهارم به منظور گسترش امر ورزش و کاهش تصدی‌گری بخش دولتی به شرح وظایف و مأموریت‌های بخش تربیت‌بدنی اشاره شده است (قانون برنامه چهارم، ۱۳۸٤ :۱۵۲-۷۹). در بند ب ماده ۱۳ برنامه پنجم دولت مکلف است اعتبار مورد نیاز برای پرداخت تسهیلات در قالب وجوه اداره شده، یارانه و یا کمک‌های بلاعوض به متقاضیان بخش خصوصی و تعاونی را در ردیف مستقل بودجه‌های سنواتی پیش‌بینی نمایند(قانون برنامه پنجم، ۱۳۹۰: ۳۰).

در ۱۲ تیرماه ۱۳۸۵، ابلاغ سیاست‌های اجرایی اصل ٤٤ قانون اساسی از سوی مقام معظم رهبری که از آن به عنوان تحول اساسی در عرصه‌های اجرایی و اقتصادی کشور یاد می‌شود نیز به عنوان یک الزام قانونی توجه همگان را به خصوصی‌سازی در حوزه ورزش کشور به خود مشغول داشته است. در کنار این موضوع تدوین "نظام جامع توسعهٔ تربیت‌بدنی و ورزش کشور" درسال ۱۳۸۳ نیز که با تقسیم کار ملی نقش بخش خصوصی را پررنگ‌تر دیده است، افق‌های روشن و مشخصی را فراروی مدیران اجرایی و دست اندرکاران توسعهٔ ورزش قرار داده است (امیری،۱۳۹۲: ۱۰٦-۸۳).

علی رغم وجود قوانین و سیاست‌های اجرایی مناسب در مورد خصوصی سازی، معضلاتی که ورزش ایران همچون دیگر عرصه‌ها با آن مواجه است، بزرگ بودن حجم دولت و گستردگی سطح دخالت و فعالیت آن در بسیاری از فعالیت‌های مرتبط با ورزش است. با توجه به گستردگی عرصه ورزش، تنوع آن، پراکندگی جغرافیایی کشور ایران، مخاطبان و علاقه مندان بسیار زیادی که ورزش دارد حضور بخش‌های خصوصی و تعاونی جهت برون رفت از این بحران و رشد و توسعه روزافزون آن ضروری است (رضوی،۱۳۸۳:۳۱-۱۹).

بحث خصوصی‌سازی ورزش بیش از یک دههٔ پیش در کشور مطرح شده و کارشناسان امر نسبت به

قیمت‌گذاری برخی از باشگاه‌های بزرگ نیز اقدام کرده‌اند. در سال ۱۳۹۳ نیز بحث خصوصی‌سازی ورزش باشگاه‌ها به جدیت دنبال شد و در پایان سال قیمت نهایی دو باشگاه بزرگ پایتخت نیز تعیین گردید. با این حال، طی چند مرحله فراخوان سازمان خصوصی‌سازی هیچ خریداری پیدا نشد و تاکنون نیز واگذاری دو باشگاه مذکور با شکست مواجه شده است. به نظر می‌رسد برخی مشکلات از جمله موازی‌کاری سازمان‌ها، تعدد در مراجع تصمیم گیر و بروکراسی شدید و قوانین دست و پا گیر اداری که همه این‌ها نشان از ضعف در مدیریت فرآیند خصوصی‌سازی دارد، می‌تواند منجر به عدم تحقق امر خصوصی‌سازی در ورزش باشد.

رضوی(۱۳۸۸: ۲۱-۱۱) در مقاله خود گزارش داد که ۸۷/۱ درصد مدیران ورزش کشور خصوصی‌سازی را موجب ایجاد توسعه و تحول در بخش‌های مدیریتی دانسته‌اند. توکلی(۱۳۸٦: ۲٤) ناهماهنگی بین ادارات و سازمان‌های مرتبط با خصوصی‌سازی و عدم آشنایی مدیران و کارکنان با مقولهٔ خصوصی‌سازی را مطرح کرده است. منصوری(۱۳۸۹: ۸۵-۷۸) در تحقیقی بیان می‌کند که در مجموع مدیران با ۹۳/٤۷ درصد با سیاست خصوصی‌سازی موافق اند و ۸۳ درصد مدیران خصوصی‌سازی را موجب افزایش بهره‌وری و بهینه‌سازی در ورزش دانسته و واگذاری خدمات و فعالیت‌های تحت پوشش بخش‌های دولتی به بخش غیر دولتی را یکی از راهکارها قلمداد کرده اند.

افسای (۱۳۹۱: ۸۹-۵۲) با بررسی موانع مدیریتی خصوصی‌سازی باشگاه‌های لیگ حرفه‌ای فوتبال کشور، وجود نگاه کوتاه‌مدت، نتیجه‌گرا و غیر تخصصی در مدیریت باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال کشور را مهم‌ترین مانع مدیریتی می‌داند.

یوهانگ[1] (۲۰۰٦: ۳۵۸-۳٤۹) مشارکت شرکت‌های خارجی جهت سرمایه‌گذاری در ساخت اماکن ورزشی در چین را مورد تأکید قرار داده است و به دولت پیشنهاد می‌کند برای تحقق این امر از مشوق‌های مالی و سرمایه‌ای استفاده کند. ژانگ و ژانگ[2](۲۰۰۹: ۲۹) خصوصی‌سازی را موجب بالا بردن رفاه اقتصادی و اجتماعی در تسهیلات ورزشی می‌دانند. تی سامنی[3] و همکارانش(۲۰۱۰: ٤٤۲-٤۲۸) معتقدند که خصوصی‌سازی موجب بهبود خدمات، افزایش رضایت مشتریان، بهبود آموزش کارکنان و کارایی تولید می‌شود. آمولاوان و ابراهیم[4](۲۰۰۵)، با نظرخواهی از ورزشکاران، مدیران ورزشی و خیرین ورزشی درباره خصوصی کردن ورزش دریافتند که اکثریت قابل ملاحظه شرکت‌کنندگان (۹۲ درصد) با خصوصی‌سازی ورزش موافق بودند. تومارو[5] (۲۰۰۷: ۲۳۲-۲۲٤) معتقد است که خصوصی‌سازی، کارایی تولید را کاهش، ولی رفاه اجتماعی را افزایش می‌دهد.

رحیمی (۲۰۱۳: ۸۵-۸۰) بیان می‌کند که از دیدگاه مدیران باشگاه‌ها، خصوصی‌سازی در افزایش بهره‌وری نیروی انسانی، تجهیزات و امکانات، مدیریت و سازماندهی، بهره‌وری منابع مالی و بهره‌وری کاربران نقش مهمی را بازی می‌کند.

ناصح (۲۰۱۳: ٦۳٦-٦۳۱) نیز در ارزیابی سیاست خصوصی‌سازی در ورزش ایران اظهار می‌دارد که مشکلات مدیریتی و دستورالعمل‌های آموزشی و مالی به اضافه نقض حقوق مشتریان تحت تأثیر اجرای غیرمؤثر خصوصی‌سازی واقع شده و نقاط قوت آن شامل کاهش هزینه‌های دولتی و پایه فعالیت‌های کارشناسان و بهبود بازدهی است.

با این حال، مروری بر وضعیت مالکیت و امور اجرایی ورزش ایران حاکی از آن است که علی رغم انجام

1. Yu Hang
2. Zhang & Zhang
3. Tesameni
4. Omolawon & Ibrahim
5. Tomaru

تحقیقات زیاد و وجود الزامات قانونی در زمینهٔ خصوصی‌سازی ورزش، با اتمام برنامهٔ چهارم توسعه و گذشت چندین سال از سند جامع ورزش و رسیدن به سال پایانی برنامهٔ پنجم توسعه، هیچ یک از اهداف تعیین شده اسناد مذکور تحقق نیافته و فاصله زیادی تا دست‌یابی به آن‌ها وجود دارد. از آنجایی‌که تصمیم‌گیری در امر خصوصی‌سازی در اختیار دولت و وزارت ورزش و جوانان است، بنابراین اهمیت و ضرورت انجام تحقیقاتی در این زمینه بیش از پیش آشکار می‌شود.

امید می‌رود تا با انجام تحقیق حاضر بتوان با ارتقای دانش علمی و بررسی نقادانه سیاست‌ها و برنامه‌های موجود، مشکلات و دلایل عدم تحقق اهداف از پیش تعیین شده در برنامه‌ها و سندهای مذکور را شناسایی کرد و راه کارهای عملی برای تحقق آن ارائه نمود.

در نهایت می‌توان گفت انتظار می‌رود یافته‌های این تحقیق به سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در حوزه خصوصی‌سازی ورزش کمک نماید و با بررسی مسائل و چالش‌های فراروی ورزش کشور و ارائه راهکارهای نوین و مفید در این زمینه راه‌گشای بخشی از مشکلات ورزشی کشور ایران در زمینه خصوصی‌سازی شد و باری از دوش وزارت ورزش و جوانان را برداشت. مسلم است که دسترسی به چنین اهدافی، اهمیت کار تحقیق حاضر را روشن می‌سازد. بنابراین، تحقیق حاضر با تمرکز بر موضوع خصوصی‌سازی ورزش ایران و با هدف طراحی مدل نقش مدیریتی وزارت ورزش و جوانان در این زمینه در پی پاسخگویی به سوال زیر می باشد:

مدل نقش مدیریتی وزارت ورزش و جوانان در خصوصی سازی ورزش کشور چگونه است؟

روش شناسی پژوهش

این پژوهش از حیث جهت‌گیری کاربردی[1] است و گردآوری داده‌ها در آن به صورت آمیخته[2] و در دو مرحلهٔ پیاپی صورت گرفته است. مرحلهٔ اول کیفی و اکتشافی[3] و مرحلهٔ دوم از نوع تبیینی است. پژوهش کیفی، هر نوع پژوهشی است که یافته‌هایی را به دست می‌دهد که با شیوه‌هایی غیر از روش‌های آماری یا هرگونه کمی کردن کسب شده‌اند (استراس[4]،۱۳۸۵: ۱۷). در مرحلهٔ اول از طریق انجام مصاحبهٔ عمیق[5] نیمه استاندارد یا نیمه ساختاریافته[6] با افراد خبره و صاحب‌نظر اطلاعات تکمیلی به‌منظور شناخت نقش دولت در فرآیند خصوصی‌سازی ورزش گردآوری، سپس داده‌های حاصل از ۲۰ مصاحبه به روش نظریه پردازی داده بنیاد در سه مرحله کدگذاری(باز، محوری و گزینشی) تجزیه و تحلیل گردید. برای انجام مصاحبه‌های عمیق از روش نمونه‌گیری هدفمند[7] و روش نمونه‌برداری ارجاعی زنجیره‌ای یا گلوله برفی[8] استفاده شد. در انتخاب نمونهٔ آماری جهت مصاحبه سعی گردیده هم از افراد دارای تحصیلات دانشگاهی و هم از افراد دارای تجربیات مدیریتی استفاده شود. مرحلهٔ دوم مطالعه، به صورت کمی و به روش مدلسازی معادلات ساختاری بود. بدین منظور از پرسشنامهٔ ۲۰ سؤالی برگرفته از مرحلهٔ کیفی مبتنی بر نقش دولت در خصوصی‌سازی ورزش ایران به عنوان ابزار تحقیق استفاده شد. پرسشنامهٔ اولیه متشکل از ۲۷ گویه در ٤ مؤلفه بود که ۱۵ نفر از استادان دانشگاه و متخصصان، مدیران و دست‌اندرکاران ورزش با ارائهٔ نظرات خود و انجام اصلاحاتی در مورد نگارش، تجانس سؤالات با اهداف تحقیق، تعداد سؤالات

1. Applied Orientation
2. Mixed method
3. Exploratory
4. Strauss
5. Depth interview
6. Semi - structured
7. Purposive
8. Snowball

و پیشنهادات اصلاحی خود، روایی محتوایی آن را بررسی و تأیید کردند.

برای تعیین روایی سازهٔ پرسشنامه از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد. نتایج این آزمون بر اساس روش چرخش واریماکس نشان‌دهندهٔ شناسایی گویه‌ها روی ٤ عامل بود که در مجموع ۷٦/۳۹۰ درصد واریانس داده‌ها را پوشش دادند و فقط ۲۳/٦۱ درصد داده‌ها شناسایی نشدند. از طریق تحلیل عاملی تأییدی نیز با استفاده از نرم افزار AMOS، صحت حیطه‌بندی مؤلفه‌های چهارگانه تحقیق تأیید شد. در نهایت گویه‌های این پرسشنامه به ۲۱ سؤال در٤ مؤلفهٔ (تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی، کنترل و نظارت، سازماندهی) و خصوصی‌سازی به ترتیب دارای (۳، ٤، ٤، ٥ و ٥ سؤال) کاهش یافت. به‌منظور محاسبهٔ پایایی ابزار تحقیق، ۵۰ پرسشنامه بین آزمودنی‌هایی که در تحقیق اصلی نیز شرکت داده نشده بودند، توزیع و جمع‌آوری شد که با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ میزان پایایی آن برابر α=۰/۹۲٤ بدست آمد. انتخاب نمونه‌ها با توجه به موضوع پژوهش از میان خبرگان و اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها در رشته مدیریت ورزش و اعضای کمیته خصوصی‌سازی در سازمان خصوصی‌سازی بودند. دلیل انتخاب این افراد به جهت ارتباط تنگاتنگ موضوع خصوصی‌سازی با مباحث مدیریت بود. از آنجا که حجم چنین جامعه‌ای قابل شمارش و تخمین نبود، از روش نمونه گیری هدفمند استفاده شد و با کمک روش قضاوتی[1]، پرسشنامه‌ها میان افراد جامعهٔ آماری توزیع شد. در نهایت جهت تجزیه تحلیل داده‌های بدست آمده از ۲۲۰ پرسشنامه، از تحلیل رگرسیون چند متغیره استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

مؤلفه‌های نقش مدیریتی دولت در عرصهٔ خصوصی‌سازی ورزش که از ۲۰ مصاحبهٔ عمیق با خبرگان به دست‌آمده، براساس تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها به روش تئوری سازی داده بنیاد در ٤ طبقه به شرح جدول ۱ دسته بندی شدند.

جدول ۱: نقش مدیریتی وزارت ورزش و جوانان در فرآیند خصوصی‌سازی ورزش برآمده از مصاحبه با خبرگان

تصمیم گیری	– اتخاذ تصمیم‌های درست در استفاده از درآمدهای حاصل از واگذاری‌ها در ورزش– عدم توجه بیش از حد به رشته‌های خاص و غفلت از خصوصی‌سازی سایر رشته‌های ورزشی– عدم لغو تصمیمات دولت‌های قبلی
برنامه‌ریزی	– تدوین و اجرای برنامه جامع و استفاده از روش‌های مناسب در خصوصی‌سازی ورزش و واگذاری به صورت تدریجی و مرحله‌ای– نگاه بلند مدت و تخصصی در مدیریت فرآیند خصوصی‌سازی ورزش کشور– اصلاح روش‌ها و الگوهای واگذاری با الگوگیری از کشورهای موفق در زمینه خصوصی‌سازی ورزش– برنامه ریزی جهت مهیا نمودن زیر ساخت‌ها و انجام الزامات ضروری قبل، حین و بعد از اجرای سیاست خصوصی‌سازی
کنترل و نظارت	–ایجاد نهادهای واحد، متخصص و بی‌طرف در امر نظارت– نظارت مستمر بر بازار صنعت ورزش برای حصول اطمینان از جریان رقابت– نظارت بر بازار صنعت ورزش برای حصول اطمینان از ارائه مناسب محصولات و خدمات توسط بخش خصوصی ورزش– تعهد دولت به اجرا و نظارت بر سیاست‌ها، دستورالعمل‌ها و قوانین تدوین شده در فرآیند خصوصی‌سازی ورزش
سازماندهی	– کاهش تأخیر و پیچیدگی و تشریفات زائد اداری در واگذاری‌ها– تعیین نقش‌ها، وظایف و حیطهٔ اختیارات مسئولان در امر خصوصی‌سازی ورزش– اصلاح ساختار موجود باشگاه‌های ورزش کشور– تأسیس اداره کل خصوصی‌سازی در وزارت ورزش و جوانان و کمیته خصوصی‌سازی در سازمان‌ها و نهادهای ورزشی– کاهش مراکز تصمیم‌گیری و کاهش دخالت موازی و همزمان (وزارت ورزش و جوانان و سایر نهادهای دولتی)

1. Judgmental

به منظور بررسی تناسب داده‌ها جهت اجرای تحلیل عاملی از آزمون بارتلت و شاخص KMO استفاده شد. درصورتی‌که آزمون بارتلت معنادار و شاخص KMO که مقدار آن بین صفر و یک در نوسان است، به یک نزدیک‌تر باشد (بیشتر از ۰/٦) بیانگر تناسب داده‌ها برای انجام تحلیل عاملی است. در مورد مقدار محاسبه شده برای آزمون بارتلت نیز به‌واسطهٔ سطح معناداری توزیع X2 (کای دو) قضاوت می‌شود (صادق‌پور،۱۳۹۲: ۲۵۰)؛ بدین صورت که اگر سطح معنا داری آزمون بارتلت کوچکتر از۰/۰۵ باشد، یعنی اینکه داده‌ها برای اجرای تحلیل عاملی مناسب هستند.

مطابق جدول۲ با عنایت به عدد معنی‌داری آزمون KMO (۰/۷٦۷ بزرگتر از۰/٦) و عدد معنی‌داری آزمون بارتلت (۰/۰۰۱ کوچکتر از۰/۰۵) می‌توان گفت که داده‌ها برای اجرای تحلیل عاملی مناسب است.

جدول۲: نتایج آزمون KMO و بارتلت نقش مدیریتی وزارت ورزش و جوانان در خصوصی‌سازی ورزش ایران

آزمون کفایت نمونه گیری KMO		۰/۸۰۰
آزمون کرویت بارتلت	**مقدار تقریبی کای دو**	۲۸۹۷/۷
	درجه آزادی	۱۲۰
	معنی‌داری	۰/۰۰۱

به منظور بررسی میزان تأثیرگذاری مؤلفه‌های نقش مدیریتی دولت بر خصوصی‌سازی ورزش ایران از رگرسیون چندگانه استفاده شد. همانگونه که در جدول۳ نشان داده شده است، با توجه به معنی‌داری مقدار آزمون F (F=۳/٦۷۵ ،p<۰/۰۰۱) می‌توان نتیجه گرفت که مدل رگرسیونی تحقیق مرکب از ٤ متغیر مستقل و متغیر وابستهٔ خصوصی‌سازی مدل خوبی است و متغیرهای مستقل قادراند تغییرات خصوصی‌سازی را تبیین کنند.

جدول ۳: نتایج آزمون F به منظور بررسی مدل رگرسیونی تحقیق

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	مربع میانگین	F	سطح معنی‌داری
رگرسیون	۰/۰۳۲	٤	۰/۲۳۸	۰/۹٤۳	۰/۰۲۳
باقیمانده	۸/٦۲۲	۲۱۷	۰/۱۹۸		
مجموع	۸/٦۵۵	۲۲۱			

با توجه به نتایج جدول٤، مقایسه متغیرها نشان می‌دهد که از دیدگاه افراد نمونه تأثیر سه مؤلفهٔ (تصمیم‌گیری، نظارت و سازماندهی) بر خصوصی‌سازی ورزش در ایران معنی‌دار است، اما مؤلفهٔ برنامه ریزی که مقدار معناداری آن (P= ۰/۷۸۳ >۰/۰۵) است، اثر معنی داری بر خصوصی سازی ورزش ایران ندارد. همچنین، مؤلفهٔ سازماندهی با ضریب رگرسیونی ۰/۱٤۸ دارای بالاترین تأثیر رگرسیونی بر روی متغیر وابسته خصوصی‌سازی ورزش در ایران می‌باشد. در مرتبهٔ دوم، نظارت با ضریب رگرسیونی ۰/۰۹۲ و در مرتبه سوم، تصمیم‌گیری با ضریب تأثیر ۰/۰۷۵ و در مرتبهٔ چهارم، مولفه برنامه‌ریزی با ضریب رگرسیونی ۰/۰۱۲ قرار دارند.

$$Y = a + (b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4)$$

$$Y = ۰/۵٦۷ + (۰/۰۷۵\ x_۱ + ۰/۰۱۲\ x_۲ + ۰/۰۹۲\ x_۳ + ۰/۱٤۸\ x_٤)$$

در فرمول بالا ضریب بتای استاندارد شدهٔ مؤلفهٔ تصمصیم‌گیری برابر با ۰/۰۷۵است که تغییر یک انحراف استاندارد

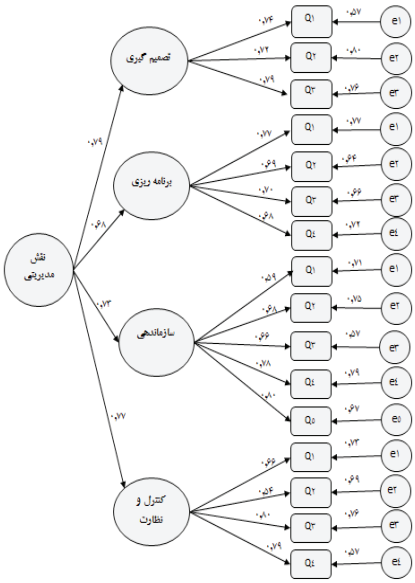
در متغیر ذکر شده باعث تغییر ۰/۰۷۵ انحراف استاندارد در خصوصی‌سازی ورزش خواهد ش؛ یعنی با افزایش یک انحراف استاندارد در متغیرهای ذکر شده، میزان خصوصی سازی به مقدار۰/۰۷۵ انحراف استاندارد افزایش می‌یابد. ضرایب استاندارد سایر مؤلفه‌ها و میزان اثرگذاری آنها بر متغیر وابسته در فرمول بالا نشان داده شده است.

جدول ٤: رگرسیون چند متغیره برای پیش بینی میزان تأثیرگذاری مؤلفه‌های نقش مدیریتی دولت بر خصوصی‌سازی ورزش ایران

متغیرهای مستقل	ضرایب استانداردشده		ضرایب استاندارد شده	T	سطح معناداری
	ضریب رگرسیونی	خطای معیار			
مقدار ثابت	۰/۵٦۷	۰/۰۸۸		٦/٤۲۳	۰/۰۰۱
تصمیم‌گیری	/۰٦۰	۰/۰۳۷	۰/۰۷۵	۰/۹۸۸	۰/۰۳۲
برنامه‌ریزی	۰/۰۰۵	۰/۰۲۳	۰/۰۱۲	۰/۰۰۹	۰/۷۸۳
نظارت	۰/۰۷٤	۰/۰۳۲	۰/۰۹۲	۱/۰۱۲	۰/۰۰۲
سازماندهی	۰/۱۱۵	۰/۰۳٤	۰/۱٤۸	۱/۷۷۹	۰/۰۰۱

مدل تحلیل عاملی تأییدی متغیر نقش اقتصادی دولت

سؤال اساسی مطرح شده این است که آیا این مدل اندازه‌گیری مناسب است؟ برای پاسخ به این پرسش بایستی آمارهX2 و سایر معیارهای مناسب بودن برازش مدل مورد بررسی قرار گیرد. لذا متغیر نقش اقتصادی دولت و ابعاد آن در استفاده از مدل تحلیل عاملی مورد سنجش قرار گرفته که مدل آن در نمودار۱ ارائه شده است.



RMSEA =۰/۰۱۰۰ , p-value =۰/۰۰۲۰۰ , df=۱/٤ , Chi-Square =۳/۰۰

نمودار۱: مدل تحلیل عاملی متغیر نقش مدیریتی وزارت ورزش و جوانان

نتایج مدل ۱ نشان می‌دهد که نشانگرها در کنار یکدیگر سازه‌های مربوط به خود را با توجه به ساختار مورد نظر محقق به درستی تأیید نمودند، زیرا که مدل حاضر با استفاده از روش تحلیل عاملی تأییدی به درستی اجرا شده است و تداخلی مشاهده نمی‌شود. با توجه به این که مقدار ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب RMSEA برای مدل اولیه کمتر از ۰/۰۸گزارش شده است، لذا مدل از برازش خوبی برخوردار است. همانطور که مشخصه‌های برازندگی جدول ۵ نشان می‌دهد داده‌های این پژوهش با ساختار عاملی و زیربنای نظری تحقیق برازش مناسبی دارد و این بیانگر همسو بودن سؤالات با سازه‌های نظری است.

جدول ۵: شاخص‌های برازش متغیر نقش مدیریتی وزارت ورزش و جوانان

شاخص	حد نرمال	مقدار مشاهده شده
میانگین مجذور پس‌ماندها RMR	نزدیک به صفر	۰/۰۵
میانگین مجذور پس‌ماندها استاندارد شده SRMR	نزدیک به صفر	۰/۰٤
df	بزرگتر از صفر	۱/٤
نسبت x^2 به df	کمتر از ۳	۱/۳
شاخص برازندگی GFI	۰/۹و بالاتر	۰/۹۷
شاخص هنجار شدهٔ برازندگی (NFI)	۰/۹و بالاتر	۰/۹۲
شاخص هنجار نشدهٔ برازندگی (NNFI)	۰/۹ و بالاتر	۰/۹٦
شاخص برازندگی فزاینده (IFI)	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۲
شاخص برازندگی تطبیقی (CFI)	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۰
ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب، RMSEA	کمتر از ۰/۰۸	۰/۰۱۰۰

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج به‌دست آمده از این پژوهش نشان می‌دهد که نقش مدیریتی وزارت ورزش و جوانان در فرآیند خصوصی‌سازی ورزش ایران را می‌توان به چهار مولفهٔ تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی، کنترل و نظارت وسازماندهی تقسیم کرد.

در پژوهش حاضر اثرگذارترین مؤلفه در نقش مدیریتی، سازماندهی بود. این یافته با نتایج تحقیقات رضوی(۱۳۸۳) و عارفیان (۱۳۸٤) که اصلاح ساختار موجود ورزش کشور را ضروری می‌دانند، همخوانی دارد. همچنین، با نتایج تحقیقات احمدی (۱۳۸۵)، قهفرخی(۱۳۸۹) و فراهانی(۱۳۹٤) که عدم هماهنگی واحدهای اجرایی و تعدد مراجع تصمیم‌گیری و زمان‌بر بودن آن را و تحقیقات رضوی (۱۳۸۳) و افسای(۱۳۹۱) که تأخیرها و پیچیدگی‌های بوروکراتیک را از موانع خصوصی‌سازی ورزش کشور شمرده‌اند، همخوانی دارد. شاید دلیل همسویی نتایج این باشد که ضرورت ایجاد سازماندهی مناسب در کارها برای تحقق خصوصی سازی امری واجب است و رفع موانع و مشکلات موجود در این زمینه از اصلی‌ترین الزامات و مقدمات تحقق این سیاست باشد. در توجیه این یافته می‌توان گفت که مقررات و بروکراسی اداری بسیار پیچیده و عدم هماهنگی لازم در بین مسئولان و مراجع تصمیم‌گیر در این زمینه منجر به طولانی شدن فرآیند خصوصی‌سازی در ورزش کشور شده است. با توجه به نتایج بدست آمده از تحقیق حاضر برای محقق شدن

امر خصوصی‌سازی در ورزش ایران و رسیدن به اهداف مورد نظر آن دولت باید حطیه وظایف و اختیارات مسئولان تصمیم‌ساز در این زمینه را به طور کامل و شفاف مشخص نماید تا هم از تعدد مراجع تصمیم گیرنده و هم از تأخیر و بروکراسی اداری جلوگیری کرده باشد،چرا که این دو عامل از عوامل اصلی محدویت در خصوصی‌سازی ورزش به شمار می‌روند. از طرفی، سازماندهی و اصلاح ساختار موجود باشگاه‌های ورزشی کشور که بیشتر در اختیار نهادها و شرکت‌های وابسته به دولت، سیاسیون و افراد غیر ورزشی است می‌تواند گامی مهم در نیل به اهداف مورد نظر باشد. تأسیس اداره خصوصی سازی در وزارت ورزش و جوانان نیز یکی از نتایج این تحقیق می‌باشد که می‌تواند در صورت عملیاتی شدن آن روند فرآیند خصوصی شدن ورزش ایران را سرعت بخشد.

مرتبه دوم از نظر اهمیت در این نقش کنترل و نظارت می‌باشد. با نگاهی به تحقیقات صورت گرفته روشن می‌شود که نتایج این تحقیقات همراستا با مطالعهٔ حاضر می‌باشد. رضوی (۱۳۸۳) در مطالعهٔ خود بیان می‌کند که مدیران به دخالت و نظارت سازمان تربیت بدنی (وزارت ورزش و جوانان) بر فعالیت سازمان‌های خصوصی تأکید دارند. عالی‌پور (۱۳۸۵) فقدان یک نهاد مستقل و متمرکز با مدیریت متخصص و کارآمد در ارتباط با اجرای سیاست خصوصی‌سازی، عسگریان و جعفری (۱۳۸۵) دخالت موازی و همزمان سازمان تربیت‌بدنی (وزارت ورزش و جوانان) و سایر نهادهای دولتی و قوانین سخت‌گیرانه نهادهای مختلف دولتی در اداره اماکن ورزشی خصوصی، پاداش (۱۳۸۸)عدم وجود قاطعیت و عزم راسخ نسبت به اجرای سیاست در میان مسؤلین ذیربط، قهفرخی (۱۳۸۹) کمبود قوانین نظارت و بازرسی جهت کنترل فرآیندهای اجرایی، عدم وجود نظارت و بازرسی دقیق در رسیدگی به مسائل مالی باشگاه‌های حرفه‌ای و فقدان نهادی تصمیم‌گیرنده در جهت حل و فصل مشکلات اجرایی را از اهم موانع خصوصی‌سازی می‌دانند. ناصح (۲۰۱۳) به وجود مشکلات مدیریتی و دستورالعمل‌های آموزشی و نظارتی اشاره می‌کند.

شاید دلیل همسویی این نتایج در ضرورت وجود نهادها و قوانین نظارتی خوب در جهت پیشبرد اهداف خصوصی‌سازی ورزش کشور باشد، چرا که نظارت و کنترل یکی از اجزای اصلی مدیریت محسوب می‌گردد؛ به طوری که بدون توجه به این جزء، سایر اجزای مدیریت مثل برنامه‌ریزی، سازماندهی و ... نیز ناقص هستند و تضمینی برای انجام درست آنها وجود ندارد.

بنابراین جهت خصوصی شدن ورزش کشور، بهبود و ادامه روند آن دولت باید ملزم به اجرا و نظارت بر سیاست‌های اتخاذ شده خصوصی‌سازی باشد. علاوه بر این، نهادهای واحد و متخصص در امر نظارت ایجاد شود تا نظارت مستمر بر بازار صنعت ورزش برای حصول اطمینان از جریان رقابت و ارائه مناسب محصولات و خدمات توسط بخش خصوصی ورزش صورت پذیرد.

مؤلفهٔ تصمیم‌گیری، مرتبه سوم این نقش را از نظر میزان تأثیرگذاری به خود اختصاص داده است. کمیجانی(۱۳۸۲) توزیع مناسب درآمدها را از مزایای خصوصی‌سازی دانسته و آمولاوان و ابراهیم[1](۲۰۰۵) بیان می‌کنند که اکثریت قابل ملاحظه ورزشکاران، مدیران ورزشی و خیرین ورزشی (۹۲ درصد) با خصوصی‌سازی ورزش موافق هستند. جلیلیان (۱۳۸۹) دخالت انحصار گرایانه دولت در کسب درآمد و تخصیص آن، قهفرخی (۱۳۸۹) عدم استفاده صحیح و درست از محیط ورزشگاه‌ها برای درآمدزایی را از موانع خصوصی‌سازی می‌شمارند. یافته‌های این تحقیق در این راستا عبارت اند از: اتخاذ تصمیم‌های درست در استفاده از درآمدهای حاصل از واگذاری‌ها در ورزش، عدم توجه بیش از حد به رشته‌های خاص و عدم لغو تصمیمات دولت‌های

1. Omolawon & Ibrahim

قبلی که با نتایج تحقیقات انجام شده همراستاست. در توجیه این نتایج می‌توان گفت از آنجایی‌که بخش مهمی از وقت مدیران صرف حل مشکل و تصمیم‌گیری می‌شود، لذا انجام خوب وظایف برنامه‌ریزی، سازماندهی، رهبری و کنترل که از نقش‌های اساسی یک مدیر می‌باشد، مستلزم تصمیم‌گیری درست است. بنابراین توجه به یافته‌های این تحقیق از سوی وزارات ورزش و جوانان و تصمیم گیرندگان امر خصوصی‌سازی می‌تواند راهکار عملی مناسبی در جهت حل مشکلات ذکر شده باشد و موجبات سرمایه‌گذاری و مشارکت بخش خصوصی در ورزش کشور را فراهم آورد.

در آخرین مرتبه از نظر میزان تأثیرگذاری در این نقش، مؤلفهٔ برنامه‌ریزی قراردارد؛ عالی‌پور (۱۳۸۵) فقدان توجه به کلیهٔ روش‌های واگذاری به ویژه روش‌های انتقال بدون مالکیت و انتخاب روش‌های نامتناسب با امکانات جامع برای خصوصی‌سازی، عدم استفاده از روش‌های مختلف واگذاری و خصوصی‌سازی، مهدوی(۱۳۸۳) خصوصی‌سازی بدون برنامه و مرحله‌ای نبودن آن، الهی(۱۳۸۷) فقدان نظام مشخص، بستر و حمایت‌های لازم، قهفرخی (۱۳۸۹)، نبود دستورالعمل اجرایی در فرآیند خصوصی‌سازی و واگذاری باشگاه‌های ورزشی و ظاهرسازی در برخی واگذاری‌ها و افسای(۱۳۹۱) وجود نگاه کوتاه مدت، محدود و نتیجه گرا را از مهم‌ترین موانع خصوصی سازی بیان کرده‌اند. عسکرزاده (۱۳۹۰) حوزهٔ زیرساخت‌های فیزیکی را مهم‌ترین عامل در جهت خصوصی‌سازی ورزش دانسته است که تأیید کننده نتایج مطالعه حاضر می‌باشند.

اساس برنامه‌ریزی بر آگاهی از فرصت‌ها و تهدیدهای آتی و چگونگی استفاده از فرصت‌ها و مبارزه با تهدیدها قرار دارد. بنابراین به دولت محترم و وزارت ورزش و جوانان توصیه می‌شود تا با بهره‌گیری از الگوهای کشورهای موفق در زمینهٔ خصوصی‌سازی ورزش همچون: انگلستان، فرانسه و ...، برای تدوین و اجرای برنامه جامع و استفاده از روش‌های مناسب در واگذاری‌ها نظیر روش تدریجی و مرحله‌ای و با نگاه بلند مدت و تخصصی در مدیریت فرآیند خصوصی‌سازی ورزش کشور در جهت مهیا نمودن زیر ساخت‌ها و انجام الزامات ضروری قبل، حین و بعد از اجرای سیاست خصوصی‌سازی برنامه‌ریزی نماید تا زمینهٔ اجرای موفق خصوصی‌سازی ورزش کشور با استفاده از موارد قانونی و روش‌های متداول اشاره شده هر چه سریعتر مهیا گردد.

همچنین، با توجه به یافته‌های تحقیق مبنی بر وجود چهار مولفهٔ مشخص در نقش مدیریتی وزارت ورزش و جوانان و اهمیت و اولویت بیشتر مولفهٔ تصمیم‌گیری پیشنهاد می‌شود دولت، مدیران وزارت ورزش و سازمان خصوصی‌سازی با عنایت به یافته‌های این تحقیق با اتخاذ تصمیمات درست، بسترهای لازم برای خصوصی‌سازی ورزش کشور در رشته‌های مختلف ورزشی را فراهم آورند. به علاوه، با ایجاد ساز و کارهای مناسب و تهیه شرایط و دستورالعمل‌های لازم با همکاری دستگاه‌های ملی همچون مجلس، سازمان خصوصی‌سازی و هیأت دولت در جهت کنترل و نظارت بر امر خصوصی سازی و مراحل بعد از آن اقدام شود و با سازماندهی مناسب کارها و برنامه‌ریزی درست و اصولی با توجه به شرایط سیاسی و اقتصادی کشور زمینه خصوصی شدن هر چه سریعتر ورزش کشور فراهم آید.

منابع

- احمدی، اژدر. (۱۳۸۵). **"موانع و مشکلات موجود خصوصی‌سازی حوزه ورزش از دیدگاه صاحبان باشگاه‌ها و مراکز خصوصی ورزشی شهرستان ارومیه "**. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه ارومیه، صص٦٨-٤٤.
- استراس، آنسلم و کوربین، جولیت. (۱۳۸۵). **"اصول روش تحقیق کیفی: نظریهٔ مبنایی، رویه‌ها و شیوه‌ها"**. بیوک محمودی. تهران: انتشارات پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
- اسدی‌کرم، علیرضا. (۱۳۸۵). **"مخاطرات و الزامات اجرای مناسب بند "ج» اصل ٤٤ از دید فعالان و کارشناسان بازار سرمایه"**. مجموعه مقالات همایش ملی سیاست‌های اصل ٤٤ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران. ص ٣٤٤.
- اعزازی، محمد اسماعیل؛ فرّخی استاد، مجتبی و فرّخی استاد، مصطفی. (۱۳۹۰). **"بررسی نقش واگذاری شرکت‌های دولتی در افزایش سودآوری و بازدهی آنها"**. پژوهش‌های مدیریت عمومی. سال چهارم، شماره سیزدهم، صص ۷۲-٤۹.
- افسای، علی. (۱۳۹۱). **"بررسی موانع مدیریتی خصوصی‌سازی باشگاه‌های لیگ حرفه‌ای فوتبال کشور"**. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکدهٔ تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مبارکه اصفهان، صص ۸۹-۵۲.
- الهی، علیرضا. (۱۳۸۷). **"موانع و راهکارهای توسعه اقتصادی صنعت فوتبال جمهوری اسلامی ایران"**. رسالهٔ دکتری، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران، ص ٤۸.
- امیری، مجتبی. (۱۳۹۲). **"تبیین و اولویت‌بندی موانع فراروی خصوصی‌سازی و مشارکت بخش خصوصی در توسعهٔ ورزش"**. مجلهٔ مدیریت ورزشی. دورهٔ ٥، شمارهٔ ٤ ، صص ۱۰٦-۸۳.
- پاداش، دنیا. (۱۳۸۸). **"اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر خصوصی‌سازی باشگاه‌های ورزشی با استفاده از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی"**. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکدهٔ تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه اصفهان، صص ۸۸-۵۷.
- توکلی، سعید و رضوی، محمد حسین. (۱۳۸٦). **" مقایسهٔ دیدگاه مدیران دولتی و غیر دولتی در زمینهٔ خصوصی‌سازی ورزش استان قم"**. اولین همایش تخصصی مدیریت ورزشی مازندران. صص ١٤-١٠.
- جعفری، پریوش. (۱۳۸۹). **مشارکت بخش خصوصی در آموزش و پرورش**. تهران: سازمان خصوصی‌سازی
- جلیلیان، یوسف. (۱۳۸۹). **"بررسی روند خصوصی‌سازی: موانع و مشکلات"**. مجلهٔ جستارهایی در مدیریت. دوره ۲، شماره ٦، ص ۲۳.
- داورزنی، محمدرضا. (۱۳۷٤). **"تأثیر خصوصی‌سازی بر کارایی و اثربخشی ورزش کشور"**. رسالهٔ دورهٔ دکتری، دانشکدهٔ مدیریت، دانشگاه تهران، صص ۸-۱.
- دیک، ولش و الیویر، فرموند. (۱۳۸۹). **خصوصی‌سازی مرحله به مرحله روش‌ها و نمونه‌ها**. مدیریت مطالعات و برنامه‌ریزی. تهران: انتشارات عترت
- رحیمی بروجردی، علیرضا. (۱۳۸۵). **خصوصی‌سازی**. چاپ اول، تهران: انتشارات دانشگاه تهران
- رضوی، محمدحسین. (۱۳۸۳). **"خصوصی‌سازی و اصلاح ساختار ورزش قهرمانی در کشور"**. نشریهٔ حرکت. شماره ۲۷، صص ۳۱-۱۹.
- رضوی، محمد حسین. (۱۳۸۳). **"خصوصی سازی و توسعه ورزش در اندیشه مدیران تربیت بدنی**

کشور". پژوهش نامه علوم ورزشی. سال دوم، شماره سوم، صص ۲۱-۱۱.
- سازمان تربیت‌بدنی جمهوری اسلامی ایران. (۱۳۸٤). **مطالعات تفصیلی توسعهٔ ورزش حرفه‌ای.** مرکز ملی مدیریت و توسعهٔ ورزش. تهران: انتشارات سیب سبز
- شجاع‌الدین، رقیه. (۱۳۹۰). **"نقش دولت در روند خصوصی‌سازی (مطالعه تطبیقی تجربه کشورهای آلمان، چین و ایران)"**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده اقتصاد، دانشگاه علامه طباطبایی تهران، صص ۳٤-۲۲.
- صادقپور، بهرام و مرادی، وهاب. (۱۳۹۲). **تحلیل آماری با نرم افزار Spss و Amos** . چاپ دوم، انتشارات دانشگاه مازندران
- عارفیان، یداله. (۱۳۸٤). **"بررسی سیاست خصوصی سازی و موانع و مشکلات آن در تربیت بدنی از دیدگاه مدیران ورزشی مازندران"**. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه مازندران.
- عالی‌پور، زهره. (۱۳۸۵). **"فعالیت‌های خصوصی‌سازی در ایران گذشته، حال و آینده(راهکارها)"**. مجموعه مقالات همایش ملی سیاست‌های اصل ٤٤ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران. صص ۲۸۳-۲٦۳.
- عسکرزاده، مریم و حیدری نژاد، صدیقه. (۱۳۹۰). **"بررسی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذاری در ورزش استان خوزستان"**. مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۱۲، صص ۷٤-٦۱.
- عسکریان، فریبا؛ فرجی‌دانا، احمد؛ گودرزی، محمود و جعفری، افشار. (۱۳۸۵). **"بررسی وضعیت اقتصادی صنعت ورزش ایران در سال‌های ۱۳۷۷ و ۱۳۸۰"** . نشریه حرکت. شماره ۲٤، صص ٤٤-۲۵.
- علی‌اکبر، مهدی. (۱۳۸۲). **"خصوصی‌سازی از برنامه اول توسعه تاکنون"**. تهران: انتشارات سازمان خصوصی‌سازی ایران
- فراهانی، ابوالفضل؛ علی‌دوست قهفرخی، ابراهیم و درخشنده قهفرخی، سیده طاهره. (۱۳۹٤). **"بررسی مشکلات و موانع باشگاه‌های ورزشی خصوصی شهرستان شهرکرد"**. نشریه مدیریت ورزشی. دوره ۷، شماره ۱، صص ٦۷-۵۳.
- **قانون برنامهٔ دوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران.** (۱۳۷۸-۱۳۷٤). ص۱٤.
- **قانون برنامهٔ سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران.** (۱۳۸۳-۱۳۷۹). ص٥٦.
- **قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران.** (۱۳۸۸-۱۳۸٤). صص۱۵۲-۷۹.
- **قانون برنامهٔ پنجم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران.** (۱۳۹٤-۱۳۹۰). ص۳۰.
- قهفرخی، ابراهیم. (۱۳۸۹). **"تحلیل موانع پیاده سازی سیاست‌های کلی اصل ٤٤ در ورزش حرفه ای جمهوری اسلامی ایران"**. رساله دکتری، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه تهران، صص ۸۸-۳۲.
- کمیجانی، اکبر. (۱۳۸۲). **ارزیابی عملکرد اقتصادی در ایران.** چاپ اول، تهران: انتشارات معاونت امور اقتصادی وزارت اموراقتصادی و دارایی
- مهدوی، عبدالحمید. (۱۳۸۳). **بررسی فرآیند خصوصی سازی در توسعه ورزش کشور و روش‌های تقویت آن.** تهران: انتشارات سازمان تربیت بدنی
- منصوری، فریده. (۱۳۸۹). **"بررسی آثار خصوصی‌سازی و بهره‌وری ورزش از دیدگاه مدیران ورزشی**

استان فارس". پایان نامهٔ کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور تهران، ص ۱۹.

- Gruskyf, S., Fiil-Flynn, M. (2004). **"Will the World Bank Back down? Water Privatization in a Climate of Global Protest".** Washington, D.C: Public Citizen.Vol15, No6, pp 18-19.
- Huang, Yu. (2006). **"An analysis of sport business in the great China region from a strategic perspective".** International journal of sport management and marketing,Vol 4, PP 349-358.
- Megginson, William. L., Jeffry, M. Netter. (2001). **"From State To Market: A Survey Of Empirical Studies On Privatization".** Forthcoming, Journal of Economic Literature, Pp2-88.
- Nasseh, Mahtab. (2013). **"Evaluation of privatization in sports with the approach of assessing the strengths and weaknesses".** European Journal of Experimental Biology, Vol. 3, No1, pp 631-636.
- Omolawon, K.O., Ibrahim, T.O. (2005). **"Opinion of athletes, sports administrators and sports philanthropists on privatizations of sports".** Journal of physical and Health Education, Vol.9, No.1.
- Rahimi, Ghasem., Marzieh, Shakerian., Alireza, Zamani. (2013). **"The Modern Views in Sport Facilities Development: the privatization Approach and the Role on Clubs Productivity".** Caspian Journal of Applied Sciences Research, Vol 2, No1, pp 80-85.
- Tomaru, Y. (2007). **"Privatization, productive efficiency and social welfare with a foreign competitor".** Research in Economics, Vol 61, pp 224-232.
- Tsameny, M., Onumah, J., tetteh-kumah, E. (2010). **"Post-Privatization performance and organization changes: Case study from Ghana".** Critical perspectives on accounting, Vol. 21, pp 428-442.
- Zhang, B., Zhang, L. (2009). **"Government Regulations of the Privatization of the Public Sports Facilities".** Sport Science Research, Vol2, No11, pp 29.

۲

ارتباط مدیریت دانش و سرمایه فکری با بهره‌وری نیروی انسانی در وزارت ورزش و جوانان

عباس نظریان مادوانی[۱]
جواد آزمون[۲]
پریسا نوراللهی[۳]

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹٤/۳/۱۹
تاریخ پذیرش مقاله:۱۳۹٤/۵/۲۷

سرمایه فکری و مدیریت دانش، یک موضوع جدید و بین رشته ای می‌باشد که می‌تواند تاثیر زیادی در بهبود بهره وری سازمان‌ها از جمله وزارت ورزش و جوانان داشته باشد. هدف از انجام این پژوهش، تعیین ارتباط بین مدیریت دانش و سرمایه‌فکری با بهره‌وری نیروی انسانی در وزارت ورزش و جوانان بود. روش پژوهش حاضر، همبستگی از نوع تحقیقات کاربردی بود و جامعه آماری آن کلیه کارکنان حوزه ستادی- به جهت قابلیت اجرایی بیشتر موضوع در حوزه ستادی- وزارت ورزش و جوانان(مشتمل بر ٦۰۰ نفر) بود که از میان آنها ۲۳٤ نفر به صورت تصادفی ساده و بر طبق جدول مورگان به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. به منظور گردآوری داده‌ها از سه پرسشنامه بهره‌وری منابع انسانی جاهد(۱۳۸۵) با اقتباس از مدل اچیو، مدیریت دانش صالحی(۱۳۸۹) با اقتباس از مدل نیومن و سرمایه فکری بنتیس(۱۹۹۸) با اقتباس از مدل بنتیس استفاده شد و روایی صوری و محتوایی آنها مورد تایید اساتید تربیت بدنی و علوم ورزشی قرار گرفت. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات جمع آوری شده، از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی از جمله کلموگروف- اسمیرنوف، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چند متغیره استفاده شد. نتایج نشان داد که ارتباط مثبت و معناداری بین سرمایه فکری و مدیریت دانش با بهره وری نیروی انسانی وجود دارد و همچنین این دو متغیر توان پیش‌بینی بهره‌وری نیروی انسانی حوزه ستادی وزارت ورزش و جوانان را دارند.

واژگان کلیدی: سرمایه فکری، مدیریت دانش، بهره وری و وزارت ورزش و جوانان

---

۱. استادیار، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی، تهران، ایران
۲. استادیار، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی، تهران، ایران
۳. کارشناس ارشد، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی، تهران، ایران (نویسنده مسئول) E-mail: Parisa.norolahi@yahoo.com

مقدمه

برخورداری از دانش و اطلاعات روزآمد و تشـــخیص، تحصیل، تســـهیم، توسعه، به کارگیری و نگهداری دانش برای ادامۀحیات ســـازمان‌ها به ویژه سازمان‌های ورزشی،ضروری است .مدیریت دانش، فرایندی است که به سازمان‌ها کمک می‌کند تا اطلاعات و مهارت‌های مهم را که به عنوان حافظه سازمانی محسوب می‌شوند و به طور معمول به صورت سازماندهی نشده وجود دارند، شناسایی، انتخاب، سازماندهی و منتشر نمایند. این امر مدیریت سازمان‌ها را برای حل مسائل یادگیری، برنامه‌ریزی راهبردی و تصمیم‌گیری‌های پویا به صورت کارا و موثر قادر می‌سازد .در همین راستا سازمان‌های امروزی نیاز دارند به منظور کسب و حفظ مزیت رقابتی، به طور مؤثر به سوی منابع دانش حرکت کنند(جوشی[1]:۳۲۲: ۲۰۰۷-۳۳۵). جهان‌گرایی و رقابت موجب شده است تا دانش به‌عنوان ارزشمندترین منبع راهبردی سازمان شناخته شود. توانایی سازمان به منظور کاربرد دانش برای استفاده از فرصت‌ها و حل مسئله یکی از مهم‌ترین توانایی‌های هر سازمانی محسوب می‌شود(محمدی ۱۳۸۵). دانش یکی از حیاتی‌ترین منابع رقابت‌های ســـازمانی اســـت و به نظر می‌رســـد دانش سازمانی از کل دارایی‌های سازمانی مهم‌تر باشد(پن و نیوول[2]، ۲۰۰۷: ۴۰-۴۱).

مدیریت دانش شـــامل به کار گیری دارایی‌های فکری با هدف بهبود عملکرد سازمان می‌باشد. مدیریت دانش، سیستم‌ها و فرایندهایی را ایجاد می‌نماید که از طریق آنها می‌توان دارایی‌های فکری را کسب و به اشتراک گذاشت. مدیریت دانش، تولید دانشـــی مفید عملی و معنی‌دار را افزایش می‌دهد و سطح یادگیری فردی وگروهی را بهبود می‌بخشدو افزون بر آن مدیریت دانش ارزش‌های فکری سازمان را در میان فعالیت‌ها و جایگاه‌های متفاوت به حد اکثر می‌رساند. مدیریت دانش بر این اعتقاد است که حرفه‌های تجاری موفق مجموعه‌ای از تولیدات نیستند، بلکه مبانی متمایز دانش مدار به شمار می‌آیند و به انباشت این سرمایه با هدف ایجاد شایستگی محوری(کلیدی) منحصر به فرد که در آخر به نتایج ویژه ای منجر می‌گردد، می‌پردازد(رمضان و حسنوی، ۱۳۹۰: ۲۰).

اسکیم[3](۲۰۰۳) بیان کرد که مدیریت دانش عبارت است از: مدیریت نظام مند و آشکار دانش که با فرایندهای خلق، جمع آوری، اشاعه و کاربرد دانش پیوند دارد. مدیریت دانش همچنین شیوۀ جدید تفکر در مورد سازمان و تسهیم منابع فکری و خلاقانۀ سازمان و شیوه‌ای برای بهره‌وری، بهبود عملکرد و کاهش هزینه‌ها و بهینه‌سازی دانش سازمانی برای افزایش عملکرد منابع انسانی از طریق روش‌های متفاوت است (وو و لی[4]، ۲۰۰۷: ۸۴۱-۸۴۲).

سرمایه فکری اصطلاحی مبهم و پیچیده است، اما زمانی‌که درک شود و مورد بهره‌برداری قرار گیرد می‌تواند یک پایگاه منابع جدید فراهم سازد که از طریق آن سازمان بتواند رقابت کند. سرمایه فکری تلاش برای استفاده مؤثر از دانش(محصول نهایی) در مقابل اطلاعات (ماده خام) است(فاتح و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۲۳).

بنابراین ســـرمایه فکری اصطلاحی اســـت برای توصیف دارایی‌های ناملموس. برخی از محققان معتقدند که ســـرمایه فکری اصطلاحی برای ترکیب دارایی ناملموس بازار، دارایی فکری، دارایی انســـانی و دارایی زیر ســـاختاری که ســـازمان را برای انجام ماموریت‌ها توانمندتر می‌سازند. بولن[5] و همکاران در مقاله ای با عنوان «ارتباط سرمایه‌های فکری و مالکیت معنوی با عملکرد سازمانی»، شاخص‌هایی را از منظر هفت محقق بزرگ سرمایه‌های فکری که نشان دهنده زیر سازه‌های سرمایه‌فکری هستند جمع آوری نمودند. در جمع بندی که از نظریات این محقق بر می‌آید سازه‌های سرمایه فکری به چهاردسته سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری، سرمایه

1. Joshi
2. Pan and Newell
3. skim
4. wu and le
5. Boln

مشتری و مالکیت معنوی تقسیم بندی می‌شود (مصطفایی، ۱۳۹۲: ۱٦٦).

بنتیس[1] به‌دنبال نظریه‌های قبلی خود، سرمایه‌های فکری را متشکل از سه جزء سرمایه مشتری، سرمایه ساختاری و سرمایه انسانی دانست. از منظر وی، بخش عمده سرمایه انسانی را دانش ضمنی افراد تشکیل می‌دهد. این دانش شامل مهارت‌ها و تجاربی هستند که به راحتی نمی‌توان آنها را به صورت بند به بند اذعان کرد. وی عقیده دارد که سرمایه انسانی دارای اهمیت بسیار زیادی است، چرا که منبع اصلی خلاقیت و نوآوری محسوب می‌شود. وی سرمایه ساختاری را شامل مکانیزم‌های ساختارهای سازمانی می‌داند که در رساندن کارکنان به مکانیزم عملکرد نقش پشتیبان دارند. بنتیس این اجرا را شامل فرهنگ سیستم‌های اطلاعاتی، فرایندهای امور اجرایی و کارایی هر یک از آنها می‌داند. سرمایه مشتری نیز از منظر بنتیس شامل شناخت کانال‌های بازاریابی و دانش ارتباط با مشتری است که هر یک از این دو نقش بسیار مهمی را در یک سازمان بر عهده دارند. علاوه بر این، وی جنبه‌های دیگری مانند ارتباط با رقبا و تأمین کنندگان را از اجزای مهم این سرمایه بر شمرده است(خاوندکار و متقی، ۱۳۹۲: ۱۲۱).

از جمله ویژگی‌های سرمایه فکری که باعث تمایز سرمایه فکری از دارایی‌هایی فیزیکی می‌شود این است که دارایی‌های فکری، دارایی‌هایی غیررقابتی هستند. برخلاف دارایی‌های فیزیکی که فقط می‌توانند برای انجام یک کار خاص در یک زمان خاص مورد استفاده قرار بگیرند، دارایی‌هایی فکری را می‌توان به‌طور همزمان برای چند امر خاص در یک زمان خاص مورد استفاده قرار داد. این توانایی یکی از مهم‌ترین معیارهای برتری دارایی‌های فکری بر دارایی‌هایی فکری فیزیکی است. سرمایه انسانی و سرمایه رابطه‌ای، قابلیت تبدیل شدن به مالکیت شخصی را ندارند، بلکه باید بین کارکنان مشترک باشند. بنابراین، رشد این قبیل دارایی‌ها نیاز به مراقبت و توجه بیشتری دارد(بروجردی و همکاران ۱۳۸۹: ۳۰-۳۲).

به عنوان مثال می‌توان گفت در سازمان‌ها کارکنان زیادی با توانایی‌ها و ظرفیت‌های فکری متفاوتی وجود دارند که هریک از آنان می‌توانند از این توانایی‌ها و ظرفیت‌ها همزمان در چند قسمت مختلف استفاده کنند، زیرا این توانایی‌ها غیر فیزیکی هستند. در مقابل، توانایی‌های فیزیکی که قابلیت محدودی دارند و دارای حد مشخصی هستند. همچنین می‌توان گفت سرمایه انسانی و سرمایه رابطه‌ای از جمله دارایی‌های سازمان می‌باشند و دارای قابلیت نامحدود بوده و ماندگاری پایداری در صحنه رقابت در جهت بهبود بهره‌وری را دارد. همین جهت در صورتی که قابلیت‌ها و توانایی‌های فکری آنها به عملکرد مطلوب تبدیل شود، سازمان شاداب، سودآور و برتر خواهد بود.

با توجه به موارد گفته شده می‌توان بیان داشت که مدیریت دانش و سرمایه فکری تقریبا تمامی زوایای مرتبط با فعالیت‌های سازمانی را در خود دارند. هر دوی آنها دامنه‌ای کلی از فعالیت‌های موجود در درون سازمان از خلق دانش گرفته تا استفاده از دانش را در بر می‌گیرند. سرمایه فکری بر روی استخراج و خلق دانش از دل دارایی‌های سازمان تمرکز دارد. به عبارت دیگر، هدف سرمایه فکری خلق و استفاده از دارایی‌های فکری و بهبود توانایی‌ها و قابلیت‌های خلق ارزش از منظر استراتژیک است، اما مدیریت دانش بر روی اجرای عملیاتی و تاکتیکی فعالیت‌های دانش‌گرا تمرکز دارد و با جزئیات فعالیت‌های دانش‌گرا مرتبط بوده است تا از این طریق خلق و ایجاد و تبدیل و استفاده از سرمایه‌فکری را تسهیل کنند- هر دوی این‌ها سنگ بناهایی برای مدیریت سازمان از جمله مدیریت سازمان‌های ورزشی در قرن حاضر هستند و باید به منظور افزایش دادن اثربخشی با یکدیگر یکپارچه شوند (مهرمنش و امینی، ۱۳۹۱: ۳۸).

تقویت سرمایه فکری و مدیریت دانش در سازمان موجب ایجاد و استحکام پیوندهای مرئی و نامرئی می‌شود.

1. Bontis

سرمایه فکری را اغلب با عنوان «دارایی‌های نامشهودی» توصیف می‌کنند که می‌توان به‌عنوان منبعی برای مزیّت رقابتی پایدار در سازمان همچنین سازمان‌های ورزشی به کارگرفت. اجزای سرمایه‌فکری دارای اثرات متقابلی هستند که ایجاد ارزش می‌کنند. در چنین شرایطی می‌توان گفت که سرمایه فکری می‌تواند عامل کلیدی ارتقای بهره‌وری سازمان‌ها به شمار رود. در دو قرن گذشته دانش عمومی بر این محور قرار گرفته بود که تنها دو عامل نیروی کار و سرمایه مالی در تولید محصول نقش دارند؛ در حالی که در عصر حاضر، دانش و سرمایه فکری به عنوان دارایی‌های تولید ثروت و ارزش اقتصادی شناخته شده اند. علاوه بر این، توسعه فناوری‌های جدید در قرن بیستم بخش وسیعی از فعالیت‌های فیزیکی ایجاد کننده ارزش را به ابعاد مبتنی بر دانش انتقال داده است. مطالعات انجام شده در این زمینه نشان می‌دهد که سرمایه فکری و مدیریت دانش اهمیت زیادی پیدا کرده و به یک کالای مهم در ایجاد ارزش در سازمان‌ها تبدیل شده است. اقدامات سازمان‌ها به شدت بر پایه دانش و فناوری قرار گرفته و در اغلب موارد با سرمایه فکری و دارایی‌های نامشهود مرتبط است. شرایط خاص حاکم بر سازمان‌های پویا از جمله وزارت ورزش و جوانان باعث گردیده تا مزیت رقابتی این سازمان ها دیگر بر پایه دارایی‌های مشهود آنها نباشد. آن چیزی که امروزه این سازمان‌ها را در صحنه مدیریت کنونی رقابت پذیر می‌نماید، دارایی‌های نامشهود و به عبارتی دانش و سرمایه‌های فکری آنهاست. این قبیل سازمان‌ها با برقراری ارتباطات مناسب با مشتریان و کسب تجربه لازم در این مسیر و با اتکا به دانش، تکنیک‌های سازمانی و مهارت‌های تخصصی و سرمایه فکری خود توانسته‌اند موجب افزایش بهره وری سازمان شوند(یوسفی، ۱۳۹۰: ۶۰-۶۲). عوامل زیادی در رشد و پیشرفت سازمان‌ها از جمله سازمان‌های ورزشی دخالت دارند و چنین برمی‌آید که بهره‌وری یکی از عمده‌ترین آن‌ها می‌باشد. از طرفی بقا و تداوم فعالیت‌ها در سازمان‌ها و همچنن سازمان‌های ورزشی به بهره‌وری بستگی دارد و کشورهای مختلف هم‌اکنون برای بالا بردن تراز بهره‌وری سازمانی خود تلاشی پیگیر دارند و می‌کوشند تا از راه سازوکارهای کارآمد مدیریتی، سازمان خود را در بالابردن تراز بهره‌وری قرار دهند. امروزه بهره‌وری ارزشمندترین جایگاه را نزد مدیران دارد و همه در جستجوی کارآیی بیشتر و اثربخشی فزون ترند و تلاش‌های آنها نیز در همین راستا شکل می‌گیرد تا ثبات سازمان را در دنیای پررقابت امروز تضمین کنند(الوانی، ۱۳۷۷: ۷۸). از طرف دیگر، مفهوم بهره‌وری برای بسیاری از مدیران روشن و مشخص نیست و اغلب آن را به دیدگاه‌های ذهنی خود محدود می کنند(محمدی، ۱۳۹۱: ۸۳). حاکم شدن فرهنگ بهره وری، موجب استفاده‌ی بهینه از کلیه امکانات مادی و معنوی سازمان‌ها می‌شود و دائما توان، استعداد و امکانات بالقوه سازمان‌ها را شکوفا می‌کند؛ به طوری که بدون اضافه کردن فناوری و نیروی انسانی جدید می‌توان از توان، امکانات و شرایط موجود در جهت تحقق اهداف سازمان حداکثر بهره را برد(هنری، ۱۳۹۰: ۸۷).

بهره وری را درجه استفاده موثر از هر یک از عوامل تولید تعریف کرده‌اند. برخی دیگر بهره‌وری را به‌صورت نسبت ستاده به داده معرفی کرده‌اند(رضاییان و قاسمی، ۱۳۸۹: ۱۱). اما به طور کلی بهره وری ترکیبی از کارآیی و اثربخشی است، زیرا اثربخشی با عملکرد مرتبط است و کارآیی با استفاده مفید از منابع ارتباط دارد. بهره وری عبارت است از: میزان کارایی یک سازمان در استفاده از منابع برای تولید نهایی بازده. طبق این تعریف، آنچه که شالوده بهره وری را تشکیل می‌دهد، کارایی است. (عابدین، ۱۳۸۹: ۷۵).

منابع انسانی به عنوان عامل اصلی نقش تعیین کننده‌ای در بهره وری دارد. از این رو، هر رویکردی در جهت بهبود بهره وری سازمانی باید امور پرسنلی را در برداشته باشد، زیرا انسان‌ها هستند که کارهای سازمان را انجام می دهند. اگرچه تأکید اولیه مطالعات مدیریت منابع انسانی یا امور پرسنلی به چگونگی ایجاد انگیزش جهت افزایش بهره وری، استفاده از ابزارهای ارزیابی عملکرد و پرداخت بر اساس شایسته سالاری بوده است، اما

امروزه، رویکرد استراتژیک در منابع انسانی و بهره وری اتخاذ شده است. برخی از صاحب نظران نقش استراتژیک مدیریت منابع انسانی در موفقیت سازمان را در سه امر مشارکت درارزش افزوده، مشارکت در ایجاد مزیت رقابتی و تأثیر مدیریت منابع انسانی بر عملکردسازمان مطرح کرده‌اند. از آنجا که منابع انسانی می‌تواند نقش استراتژیک و کلیدی در طراحی و اجرای استراتژی‌های تحول و انتقال سازمانی ایفا کند، بخش منابع انسانی می‌تواند به تجزیه و تحلیل و شناسایی مسائل مربوط به کارکنان کمک کند و آن دسته از مسائل مربوط به کارکنان را که نقشی قابل توجه در موفقیت استراتژی دارند، مشخص و برجسته سازد. بخش منابع انسانی می تواند در خصوص مسائلی چون جذب نیرو برنامه ریزی و اجرای آموزش‌های اساسی، پاداش ارتباطات و جلب تعهد کارکنان، توصیه‌های مناسب ارائه دهد. بخش منابع انسانی می‌تواند مشکلات کارکنان را پیش بینی کند و قبل از اینکه جدی بشوند به آنها بپردازد. اگر در برنامه مذکور، طراحی مجدد ساختار و کوچک سازی نیز پیش‌بینی شده است، بخش منابع انسانی می‌تواند سازمان را در زمینه نحوه انجام صحیح و انسانی این کارها، با حداقل آسیب به خانواده‌ها و زندگی کارکنان متأثر از این اقدامات، راهنمایی کند(آرمسترانگ۱۳۸٤[1]: ۲۰-۲٦).

هرسی وگلداسمیت[2] مدل اچیو[3] را برای عملکرد ارائه داده‌اند که براساس آن، عملکرد تابعی از عوامل توان(دانش، مهارت و تجربه لازم برای انجام کار)، تمایل(علاقه وانگیزش لازم برای کار) درک نقش(چه کاری، چه موقع و چگونه انجام شود)، پشتیبانی سازمانی(عواملی نظیر بودجه لازم، نیروی انسانی کافی، تسهیلات و تجهیزات مناسب و هرگونه کمک لازم از سوی سازمان)، بازخورد(بازخورد عملکرد یا هدایت حین کار به افراد)،اعتبار(مشروعیت و مقبولیت تصمیمات مربوط به نیروی انسانی)، محیط(انطباق با محیط و سایر عوامل محیطی مؤثر بر عملکرد نظیر رقابت، موقعیت بازار، قوانین مصوب و تأمین کنندگان) می‌باشد(هرسی و همکاران، ۱۹۹٦: ۲۰۳).

بیشتر تحقیقات گذشته این متغیرها را در سازمان‌های مالی سنجیده و در سازمان‌های ورزشی به این موضوع پرداخته نشده است (بنتیس، ۲۰۰۱: ۲۷۰، جهانگیرفرد، ۱۳۹۳: ٦۳۳-٦۳٤، چیانگ[4] ۲۰۱٤: ٤۱۸). لذا پژوهش حاضر می‌تواند نقاط تاریک زیادی را در این زمینه روشن کند. از طرفی امروزه توسعه منابع انسانی تنها با آموزش‌های تخصصی و فنی حاصل نمی‌شود. وزارت ورزش و جوانان دارای سرمایه عظیم انسانی در کشور است که نحوه فعالیت آنها نشان دهنده بخش عظیمی از میزان رشد و ترقی ورزش کشور می‌باشد. برای یک سازمان ورزشی پویا، شناخت ارتباط بین سرمایه فکری و مدیریت دانش، جهت افزایش بهره وری سازمانی لازم و ضروری می‌باشد، زیرا امروزه بهره‌وری یکی از شاخص‌های اصلی و اساسی ارزیابی و عملکرد و فعالیت‌های مختلف هر سازمانی می‌باشد و به طور پیوسته می‌تواند آنچه را که بوده و هست را بهبود بخشد. همچنین، با توجه به این که وزارت ورزش سهم بسزایی در ورزش جامعه دارد، طرح مسئله بهره‌وری وبررسی برخی از عوامل مرتبط با آن همچون مدیریت دانش و سرمایه فکری و برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری جهت دستیابی به این مهم موجب شناخت و بهبود سطح بهره‌وری آن سازمان می‌شود. لذا این پژوهش درپی آن است تا ارتباط سرمایه فکری و مدیریت دانش با بهره‌وری را در حوزه ستادی وزارت ورزش و جوانان بررسی کند و مشخص کند که آیا مدیریت دانش و سرمایه فکری تاثیری بر بهره‌وری در سازمان مذکور را دارد؟ آیا مدیریت دانش و سرمایه فکری قابلیت پیش‌بینی بهره‌وری منابع انسانی سازمان مذکور را دارد؟

1. Armstrang
2. Hersey and Goldsmith
3. A:Ability, C: clarify, H: Help, I: Incentive, E: Environment, V: Validity, E: Evaluation
4. chiang

بـا توجه به موارد گفته شـده می‌توان گفت این پژوهش شـاید بتواند یک نگرش جدیـد ایجاد کند، زیرا برخی از مسـئولان کشـور معتقدند راه توسعه اقتصادی، سیاسـی و فرهنگی، سرمایه گذاری اقتصادی است. پژوهش حاضر می‌تواند به مدیران سازمان‌های ورزشی در توجه آنها به این دارایی‌های نامشهود جهت افزایش بهره‌وری سازمانشـان کمک کند. مطالعات انجام شـده در سازمان‌های ورزشـی در مورد متغیرهای پژوهش حاضر، گسـتردگی چندانی ندارند و هیچ یک ارتباط هر سه متغیر سرمایه فکری، مدیریت دانش و بهره‌وری سازمانی را در سازمان‌های ورزشی از جمله وزارت ورزش و جوانان در نظر نگرفته‌اند. لذا یافته‌های پژوهش حاضر از این نظر نیز شاید بتواند کمک شایانی به این سازمان کند.

با توجه به تحقیقات ارائه شـد می‌توان پی برد که مفهوم بهره‌وری و عوامل مرتبط با آن به خوبی شناسایی نشـده و کامل نمی‌باشد. از طرفی تحقیقات انجام شده در سـازمان‌های ورزشی بسیار محدود بوده و ارتباط سرمایه فکری بر بهره‌وری در کمتر سازمان ورزشی در داخل کشور انجام شده است- طبق تحقیقات گذشته می‌توان گفت در بیشتر سازمان‌های مورد مطالعه میزان بهره‌وری در سطح متوسطی بوده که نیاز به توجه بیشتر و تدوین آیین نامه‌های جدید و روشن کردن این موضوعات در سطح سازمانی می‌باشد.

روش شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و از جهت شـیوه گردآوری داده‌ها، توصیفی از نوع همبستگی می‌باشد که در سـال ۱۳۹۳ صورت گرفت. جامعه آماری پژوهش شـامل کلیه کارکنان حوزه‌ی ستادی وزارت ورزش و جوانان(۶۰۰ نفر) می‌باشـد. نمونه گیری در حوزه سـتادی وزارت ورزش و جوانان به صورت تصادفی سـاده با اسـتفاده از جدول کرجسـی و مورگان بود که در نهایت ۲۳۴ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. به همین منظور تعداد ۲۷۰ پرسشنامه توزیع شد که ۲۰۰ پرسشنامه تکمیل و بازگشت داده شد. به‌منظور اندازه‌گیری سرمایه فکری از پرسشـنامه سرمایه فکری بنتیس (۱۹۹۸) استفاده شد. این پرسشنامه شامل ۵۳ گویه و بر اساس طیف لیکرت و مشـتمل بر سـه مؤلفه سرمایه انسانی، سرمایه مشتری، سرمایه ساختاری، طراحی شده است. به‌منظور سنجش مدیریت دانش از پرسشنامه مدیریت دانش صالحی (۱۳۸۹)که با اقتباس از مدل نیومن دارای ۲۵ گویه بود استفاده شد. این پرسشنامه شامل ابعاد مدیریت دانش یعنی خلق دانش، تسهیم دانش ، بکارگیری دانش و ذخیره سازی دانش در سازمان می‌باشد. به‌منظور سنجش بهره وری سازمانی منابع انسانی از پرسشنامه جاهد(۱۳۸۵) استفاده شد که با اقتباس از مدل هرسی وگلداسمیت، ابعاد توان، شناخت شغل، حمایت سازمانی، انگیزش، بازخورد عملکرد، اعتبارتصمیمات، سازگاری کارکنان را با عوامل طبیعی، مشارکت و آموزش بررسی می‌کند. در ادامه برای شناخت ارتباط بین متغیرها و آزمون فرضیه‌ها از ضریب همبستگی و برای پیش‌بینی ارتباط میان آنها از رگرسیون چندمتغیره استفاده شده است. برای تبیین روایی صوری، محتوای پرسشنامه‌ها در اختیار ۱۰ تن از اساتید حوزه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی قرار گرفت که پس از اعمال تغییرات و نظرات آنها پرسشنامه‌ها به صورت آزمایشی بین ۳۰ نفر توزیع و پایایی آنها به روش آلفای کرونباخ به ترتیب برای پرسشنامه مدیریت دانش(۰/۸۶)،سرمایه فکری(۰/۸۷) و بهره‌وری منابع انسانی(۰/۸۱)، به‌دست آمد وپس از آن پرسشنامه‌ها بین نمونه آماری پژوهش توزیع گردید.

یافته‌های پژوهش

از آزمون کولموگروف- اسـمیرنوف برای تعیین طبیعی بودن داده‌ها استفاده شد. با توجه به نتایج به دست آمده چون سـطح معناداری تمام مؤلفه‌ها بیشـتر از α=۰/۰۵ به دست آمد، توزیع کلیه داده‌ها در نمونه نرمال است. از این رو، برای بررسی فرضیه‌های آماری مربوط به آنها از آزمون‌های پارامتریک استفاده شد.

جدول۱: ارتباط بین سرمایه فکری و ابعاد آن با بهره وری منابع انسانی

بهره‌وری سازمانی	تعداد	r	Sig.
سرمایه فکری	**۲۰۰**	**۰/۵۳۷ (**)**	**۰/۰۰۱**
سرمایه ارتباطی	۲۰۰	۰/۵۲۱(**)	۰/۰۰۱
سرمایه ساختاری	۲۰۰	۰/۴۸۹(**)	۰/۰۰۱
سرمایه انسانی	۲۰۰	۰/ ۴۹۱ (**)	۰/۰۰۱

همانگونه که جدول ۱ نشـــان می‌دهد بین ســـرمایه فکری و کلیه ابعاد آن و بهره‌وری منابع انسانی در حوزه ستادی وزارت ورزش و جوانان در سطح p≤۰/۰۰۱ رابطه معناداری وجود دارد.

جدول۲: ارتباط مدیریت دانش و ابعاد آن با بهره وری منابع انسانی

بهره‌وری سازمانی	تعداد	r	Sig.
مدیریت دانش	۲۰۰	۰/۵۹۵(**)	۰/۰۰۱
خلق دانش	۲۰۰	۰/۴۱۸(**)	۰/۰۰۱
تسهیم دانش	۲۰۰	۰/۴۸۶(**)	۰/۰۰۱
بکارگیری دانش	۲۰۰	۰/۴۵۳(**)	۰/۰۰۱
ذخیره سازی دانش	۲۰۰	۰/۴۹۸(**)	۰/۰۰۱

همانگونه که جدول ۲ نشان می‌دهد بین مدیریت دانش و ابعاد آن با بهره‌وری منابع انسانی در حوزه ستادی وزارت ورزش نیز در سطح p≤۰/۰۰۱ رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۳: نتایج تحلیل رگرسیون بین مدیریت دانش و سرمایه فکری با بهره‌وری نیروی انسانی

	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای معیار	دوربین-واتسون
مدل ۱	۰/۷۷۵	۰/۶۰	۰/۵۹۱	۱۱/۲۵	۱/۹۷

با توجه به جدول ۳ می‌توان گفت ضریب همبستگی بین مدیریت دانش و سرمایه‌فکری با بهره‌وری نیروی انسانی ۰/۷۷۵ می‌باشد. بنابراین وجود رابطه بین آنها پذیرفته می‌شود. با توجه به مقدار ضریب تعیین می‌توان گفت که حدود ۶۰ درصد از واریانس متغیر بهره‌وری نیروی انسانی بوسیله مدیریت دانش و سرمایه فکری پیش‌بینی می‌شود. همچنین با توجه به مقدار آماره دوربین واتسون فرض استقلال خطاها تایید می‌شود.

جدول ٤: رگرسیون چندمتغیری جهت پیش بینی بهره وری منابع انسانی از طریق سرمایه فکری و مدیریت دانش

مدل	مجموع مجذورات	درجات آزادی	مجذور میانگین	F	Sig.
رگرسیون	۱۶۹۱۶/۴۸	۲	۸۴۵۸/۲۴	۶۶/۸	۰/۰۰۱
باقیمانده	۲۸۹۹۵/۴۸	۱۹۸	۱۲۶/۶۲		
کل	۴۵۹۱۱/۹۶	۲۰۰			

همانگونه که جدول ٤ نشان می‌دهد با توجه به جدول بالا و با تأکید بر میزان F بدست آمده، می‌توان مطرح نمود که ارتباط معنی‌داری بین سرمایه فکری، مدیریت دانش و بهره وری منابع انسانی در حوزه ستادی وزارت ورزش و جوانان در سطح p≤۰/۰۰۱ مشاهده می‌شود. به عبارت دیگر، توان پیش‌بینی "بهره وری منابع انسانی" از طریق "سرمایه فکری و مدیریت دانش" وجود دارد. از این رو، جهت شناسایی و تبیین ضرایب رگرسیون، ضروری است تا جدول ضرایب رگرسیون بیان شود.

جدول ۵: نتایج تحلیل ANOVA بین مدیریت دانش و سرمایه فکری با بهره‌وری نیروی انسانی

مدل	ضریب همبستگی استاندارد نشده		ضریب همبستگی استاندارد	t	Sig.
	B	خطای استاندارد	Beta		
مقدار ثابت	۷٦/۲۷	۸/۰۲		۹/۵	۰/۰۰۱
سرمایه فکری	۰/۱۵۹	۰/۰٦۹	۰/۱۹۱	۲/۲۹	۰/۰۰۱
مدیریت دانش	۰/۵۰٤	۰/۰۹٤	۰/٤٤۷	۵/۳۸	۰/۰۰۱

همانگونه که جدول ۵ نشان می‌دهد با توجه به جدول بالا و ضرایب رگرسیون چند متغیری با روش ورود همزمان و برای نشان دادن نقش متغیرهای مستقل در پیشگویی متغیرهای وابسته و همچنین ضرایب رگرسیون بدست آمده، می‌توان معادله رگرسیون را به شرح زیر ارائه کر:

(مدیریت دانش)۰/٤٤۷+ (سرمایه فکری) ۰/۱۹۱+۷٦/۲۷= بهره‌وری سازمانی

با توجه به جدول بالا و مقدار سطح معناداری(sig) نشان می‌دهد که اثرات متغیرهای سرمایه فکری و مدیریت دانش معنادار است و قابلیت پیشگویی متغیر وابسته(بهره‌وری نیروی انسانی) را دارند که متغیر مدیریت دانش سهم بیشتری در مقایسه با متغیر سرمایه فکری در پیش‌بینی بهره‌وری منابع انسانی را دارا می‌باشد.

بحث و نتیجه گیری

هدف از این پژوهش، تعیین ارتباط بین سرمایه فکری و مدیریت دانش با بهره‌وری منابع انسانی در وزارت ورزش و جوانان بود. یافته‌های پژوهش نشان داد که ارتباط مثبت و معناداری بین سرمایه فکری و بهره‌وری نیروی انسانی وجود دارد که این نتیجه با نتایج تحقیق بشیری و همکاران(۲۰۱۳)، رزم‌پور(۲۰۱۰)، عبادیانی وهمکاران(۲۰۰۷)، و بنتیس و سرینکو(۲۰۰٤) که ارتباط مثبت بین سرمایه فکری و بهره وری را تایید می‌کنند، همسو بوده است. اما با نتایج تحقیق بوسوکی[1] وهمکاران(۲۰۱۲) که به این نتیجه رسیدند بین مولفه‌های سرمایه‌فکری با بهره‌وری منابع انسانی شرکت‌های دارویی مالزی ارتباط معناداری مشاهده نشده است، همسو نمی‌باشدکه این مسئله ممکن است به این دلیل باشدکه تحقیق مذکور بیشتر به جنبه مالی توجه داشته و بهره وری آن را با سود آوری مالی سنجیده و سرمایه فکری کمتر مورد توجه بوده است. از این یافته‌ها می‌توان گفته‌های بنتیس را تایید کرد که بیان می‌کند سرمایه‌های فکری پایگاه جدیدی از قدرت رقابت را در هر سازمانی فراهم می‌کند. اهمیت این دارایی از آن جهت مورد توجه می‌باشد که چون دارایی غیر فیزیکی می‌باشد به طور همزمان می‌تواند برای چند امر خاص مورد استفاده قرار گیرد و با تقویت هر بعد از آن می‌توان به نوعی پیشرفت و افزایش بهره‌وری سازمان را تضمین کرد. همچنین افراد با دانش فنی و مهارت و قدرت

1. Bousuki

نوآوری بالا به همراه روابط مناسب با یکدیگر و مراجعان و سیستم‌ها و ابزارها که خود عامل پشتیبانی از سرمایه‌های انسانی می‌باشد، هر کدام به نوعی می‌توانند بهره‌وری در سازمان را بهبود بخشند. همچنین نتایج به وجود ارتباط مثبت و معنادار بین مدیریت دانش و بهره‌وری اشاره دارد که با نتایج تحقیق زاهدی(۱۳۸۵) همسوست که مشخص می‌کند بهره‌وری منابع انسانی و مدیریت دانش از مفاهیمی هستند که کاملا با هم در ارتباط بوده و همدیگر را تکمیل می‌کنند و موجب افزایش توانمندی منابع انسانی و قدرت رقابت سازمان‌ها می‌گردند. این موضوع با نتایج تحقیقات روحی و همکاران(۲۰۱٤)، کرامپ(۲۰۰٤) و محمدی و همکاران(۱۳۹۱) همسو می‌باشد. بهره‌وری منابع انسانی، مدیریت دانش و سرمایه فکری از مفاهیمی هستند که کاملا با هم در ارتباطند و همدیگر را تکمیل می‌کنند و خاصیت هم‌افزایی دارن؛ یعنی هر یک موجب افزایش دیگری می‌شود و مدیران نمی‌توانند بدون توجه به آنها به موفقیت برسند. پس باید مدیران از جمله مدیران سازمان‌های ورزشی اطلاعات خود را از این موارد بالا ببرند. همچنین سازمانی بهره ور محسوب می‌شود که به دانش و بینش قوی مجهز شده باشد. پس می‌توان بیان داشت که از اصول و سازوکارهای مدیریت دانش می‌توان در جهت بهبود بهره‌وری استفاده کرد. در سازمان‌ها از جمله سازمان‌های ورزشی کارکنان زیادی وجود دارند که با تقویت ابعاد مدیریت دانش و سرمایه فکری در بین افراد که از سرمایه‌های سازمان می‌باشند می‌توان به بهبود بهره‌وری کمک کرد. در سازمان‌های ورزشی از جمله وزارت ورزش و جوانان کارکنان زیادی وجود دارند که در صورتی که قابلیت‌ها، تفکر، ذهنیت و مجموعه توانمندی‌های کارکنان به عملکرد مطلوب تبدیل شود، سازمان شاداب، سودآور و بهره‌ور خواهد بود. بهره‌وری سازمان‌ها در گرو بهره‌وری کارکنان است؛ یعنی برای داشتن سازمان ورزشی بهره‌ور باید ابتدا کارکنان را بهره‌ور ساخت تا این کارکنان راه تعالی و پیشرفت سازمان را طی کنند. همان‌طور که پیش‌تر نیز گفته شد یکی از دلایلی که سازمان‌ها از مدیریت دانش و بهره‌وری استفاده می‌کنند بهبود بهره‌وری در آنها می‌باشد. همچنین از نتایج این پژوهش می‌توان چنین بیان داشت که دانش به عنوان منبعی ارزشمند و استراتژیک و دارایی اصلی مطرح است. بدون مدیریت و استفاده درست از آن سازمان‌ها از گردونه رقابت خارج می‌شوند. از طرفی ابعاد مختلف مدیریت دانش را می‌توان منطبق با ابعاد بهره‌وری از جمله دانش منطبق با توانستن، انگیزش منطبق با خواستن، ساختار منطبق با امکان دانست. پس انتظار می‌رود با افزایش درک مدیران و زمینه عملیاتی شدن، افزایش بهره‌وری تحقق یابد.

از جمله عواملی که بر افرایش بهره وری نیروی انسانی تاثیر دارد می‌توان به مدیریت دانش و سرمایه فکری اشاره کرد که با توجه به نتایج این تحقیق ارتباط مثبت و معناداری با بهره وری سازمانی نیروی انسانی دارند. همچنین توانایی پیش بینی این متغیر را نیز دارا می‌باشند؛ بدین معنا که هر چه مدیریت دانش و سرمایه فکری در سازمانی بیشتر باشد، بهره وری نیروی انسانی نیز به همان نسبت افزون‌تر خواهد بود.

پیشنهاد می‌شود، موانع موجود در برابر ابعاد مختلف مدیریت دانش و سرمایه‌فکری توسط مدیران و کارکنان بررسی و شناسایی گردد. استفاده از مدیریت مشارکتی و دخالت دادن کارکنان در تصمیم گیری‌ها، استفاده از نظام تشویقی و حمایتی از ایده‌های نو و دادن بازخورد به کارکنان توسط مدیران و آموزش رفتاری جهت برخورد با افراد موجب مدیریت دانش و سرمایه فکری منابع انسانی وزارت ورزش و جوانان گردد. همچنین ارائه مدل مفهومی با توجه به متغیرهای نامبرده در جهت افزایش بهره‌وری و بررسی نقش ساختار سازمانی با میزان مدیریت دانش و سرمایه فکری از جمله پیشنهادها برای پژوهش‌های آتی می‌باشد.

منابع

- آرمســترانگ، مایکل. (۱۳۸٤). **مدیریت استراتژیک منابع انسانی.** سید محمد اعرابی و داود ایزدی. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی
- الوانی، سید مهدی. (۱۳۷۷). **مدیریت عمومی.** چاپ یازدهم، تهران: نشر نی
- پورسعید، مسعود؛ غلامرضا، مرادی و شعبانی، اسماعیل. (۱۳۹۰) **"الگوی شایستگی‌های محوری دانشگاه علوم انتظامی با تاکید بر مدیریت دانش".** فصلنامه مطالعات مدیریت انتظامی. ۷(۲): ۹۷
- جوادی، مشرف. امیر احمد مظفری، ناهید طالبی (۱۳۸۲) **"عوامل موثر بر افزایش بهره وری سازمان تربیت بدنی از دیدگاه مدیران و کارشناسان و ارائه الگو".** نشریه علوم حرکتی و ورزش.۳(۱).
- خاوندکار، جلیل؛ خاوندکار، احسان و متقی، افشین. (۱۳۹۲). **"سرمایه فکری؛ مدیریت، توسعه و مدل‌های سنجش".** مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران. تهران: چاپ سوم.۱۱۲
- رضاییان، علی و قاســمی، محمد. (۱۳۸۹) **"بررسی رابطه بین مدیریت تنوع و بهره وری نیروی انسانی".** فصلنامه چشم انداز مدیریت دولتی.٤(۱):۲۲-۹.
- رمضان، مجید و حسنوی، رضا. (۱۳۹۰). **بهره وری دانش در سازمان‌های دانشی.** تهران: آتی نگر
- شــرکت مشــاوران توســعه آینده. (۱۳۸۵). **مدیریت دانش مفاهیم، تجربه‌ها و پیاده سازی.** :تهران: گروه مدیریت دانش
- عابدین، پویا. (۱۳۸۷). **"بررســی رابطه ســرمایه اجتماعی با میزان بهره وری در شبکه بانکی".** پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد سنندج.
- محمدی، رزگار؛ هنری، حبیب و کشــکر، سارا. (۱۳۹۱) **"بررسی رابطهٔ زیرسیستم‌های مدیریت دانش در سازمان یادگیرنده و بهره‌وری منابع انسانی در فدراسیون‌های ورزشی منتخب".** نشریه مدیریت ورزشی. ۱(٦).
- محمدی، کاوه.(۱۳۸۵). **"ســنجش آمادگی ســازمان بــرای مدیریت دانش از طریــق طراحی یک مدل مفهومی".** پایان نامه ی کارشناسی ارشد، دانشکدهٔ مدیریت دانشگاه تهران.
- محمــدی فاتح، اصغر؛ ســبحانی، محمدصادق و محمدی، داریــوش. (۱۳۸۷). **مدیریت دانش رویکردی جامع.** تهران: برایند پویش
- مصطفایــی، پرســتو. (۱۳۹۲). **"مروری بر مدل‌های کمی ســنجش ســرمایه فکــری".** فصلنامه پژوهش حسابداری. ۱۰ (۳): ۱۸۳-۱٦٦
- مهرمنش، حســن و امینی، محمد. (۱۳۹۱). **"مفاهیم اصلی مدیریــت دانش".** ماهنامه داخلی بانک اقتصاد نوین. ۳۹:۵۸-۳۰.
- نوری بروجردی، پیمان؛ محمودی، محمد و هارون کلایی، کاظم. (۱۳۸۹). **"سنجش مدل‌های کمی ارزیابی سرمایه فکری بااستفاده از متغیرهای مالی".** مجله حسابداری مدیریت. ۵(۳): ٤۳-۳۱.
- هنری، حبیب. (۱۳۹۰). **"طراحی مدل معادلات ســاختاری ســرمایه ی اجتماعــی و مدیریت دانش در سازمان‌های ورزشی".** پژوهش‌های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی. ۸۵(۱).
- یوســفی، گلاویژ. (۱۳۹۰). **"بررسی رابطه ســرمایه فکری با بازارگرایی درصنعت بیمه ایران".** پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد سنندج.
- Bontis, N. (2001) **"Managing organizational Knowledge by diagnosing intellec-**

tual capital". Framing and advancing the state of the field.

- Hersey, p., Blanchard K.H. and Johnson,D.E. (1996). **"Management of Organizational Behaviour utilizing Human Resources"**. Prentice- Hall International journal of technology management, 5(6).
- Joshi, K.D. Sarker, S., and Sarker. S. (2007). **"Knowledge transfer withinin iformation systems development teams: Examining the role of knowledge source attributes".** Decision Support Systems, 43(2).
- Pan, S.L., Newell,S, Huang, J. and Galliers, R.D. (2007). **"Overcoming knowledge management challenges during ERP implementation The need to integrate and share different type knowledge".** Journal of the American Society for information Science and Technology, 85(3).
- Jones, M.C., Cline, M. and Ryan, S. (2006). **"Exploring knowledge sharing in ERP implementation An Organizational culture framework".** Decision Support Systems, 41(2).
- Wu, W., and Lee Y. (2007). **"Selecting knowledge management strategies by suing analytic network process".** Journal of the Asian Society for information Science and Technology, 32(2).
- Rouhi, M., bazvand V. (2014). **"The influence of knowledge management on productivity".** Kuwait chapter of Arabian journal of business and management review, 6(3).
- jahangirfard, m. ,amiri, z. (2013). **"How the intellectual capital affects on rise of productivity of personnel in taxation affairs department".** World applied sciences journal, 32(5).
- FuChiang, Chen, Z., John Liuqian Long Kweh. (2014). **"Intellectual capital and productivity of Malaysian general insurers".** Economic Modelling journal, 36(2).
- chidiebere, M. (2013). **"Effect of intellectual capitals on employee productivity of banks in developing economies".** The Nigeria experience research journal of finance and accounting, 14(1).
- Busukki, k. (2012). **"Intellectual Capital, Financial Profitability, and Productivity: An Exploratory Study of the Indonesian Pharmaceutical Industry".** Asian Journal of Business and Accounting, 5(2).

۳

نقش موانع پیش روی توسعه کارآفرینی از طریق ورزش در استان همدان و ارائه راهکارهای اجرایی

سیده فریده هادوی[۱]
وحید ساعت چیان[۲]
بهادر عزیزی[۳]
محمد محمدی[٤]

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۱۰/۸
تاریخ پذیرش مقاله:۱۳۹٦/۳/۱۳

ورود ورزش به عرصه کارآفرینی و اشـتغال و سـایر فعالیت‌های ورزشی، ایجاب می نماید تا نظام جامع، راهبردی و مدونی بر آن حاکم باشد. بر این اساس، پژوهش حاضر بر مبنای روش تحقیق توصیفی– پیمایشی و جامعه آماری مدیران، ورزشکاران و کارآفرینان ورزشی و همچنین صاحبنظران حوزه گردشگری استان همدان انجام گرفت. برای جمع آوری داده‌ها، از پرسشنامه برگرفته شده از ادبیات پژوهش (رضایی، ۱۳۹۱ و صادقی، ۱۳۹۳) و منطبق با مدل سـه شـاخگی میرزائی اهرنجانی (۱۳۷٦) اسـتفاده گردید. بر اساس نتایج، مهمترین گویه‌های مربوط به هر یک از بسترهای توسعه کارآفرینی در حوزه تبلیغات، گویه "تبلیغات از طریق رسانه" با میانگین ۳/۸۸، در حوزه سـاخت و تولید وسـایل و تجهیزات ورزشی گویه "تاسیس باشگاه‌های رشته‌های مختلف ورزشـی" با میانگین ٤/۰۹، در حوزه مدیریت اماکن و برنامه ریزی ورزشـی گویه "مدیریت اماکن و تجهیزات ورزشـی" با میانگین ٤/۳، در حوزه امور آموزشـی و پژوهشی گویه "آموزش رشته‌های مختلف ورزشی" با میانگین ٤/۱۲، در حوزه امور فرهنگی ورزشی گویه "اعطای وام به جوانان دارای طرح‌های اشتغال

۱. استاد، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد اسلامشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
۲. استادیار، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail:Saatchian_65@yahoo.com
۳. کارشناس ارشد، مدیریت ورزشی، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع) ، مشهد، ایران
٤. مربی، رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه ملایر، ملایر، ایران

زایی ورزشی" با میانگین ٤/٣٣، در حوزه ورزش همگانی، قهرمانی و حرفه ای گویه "پرورش و تربیت مربیان ورزشـــی برای ورزش‌های حرفه ای و قهرمانی" با میانگین ٤/١٢، در حوزه خدمات ورزشـــی گویه"توریسم ورزشی و ایجاد اماکن توریستی ورزشی" با میانگین ٣/٩٨ و در حوزه تکنولوژی اطلاعات IT)) گویه "تاسیس سایت‌های اینترنتی ورزشی" با میانگین ٣/٨٨ از جمله مهمترین موارد محسوب می‌شوند.

در نهایت به مدیران امر پیشنهاد می‌شود تا با ایجاد برنامه هایی توسط نهادهای حامی به منظور حمایت مالی از ورزشـــکاران کارآفرین و ارتقای امنیت اجتماعی در میان صاحبان کســـب وکارهای ورزشی- نظیر پوشش بیمه، شکست کسب وکار و بیکاری- و با در نظر گرفتن مزایای مالی و ثبات مالیاتی در جهت مشارکت افراد ایده آفرین ورزشی در بخش خصوصی از طریق سازمان تأمین اجتماعی بتوان کمک مفیدی به این استان کرد.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، موانع کارآفرینی، ورزش و استان همدان

مقدمه

در دنیای امروز، جوامع شـاهد تغییرات و تحولات شـگرف در زمینه‌های مختلف بوده اند؛ به طوری که رقابت شدید در محیط با تلاطم و غیرقابل اطمینان حاکی از این تغییرات را دارد. سازمان‌ها در جهت کسب موفقیـت در میـدان رقابت باید از نوعی برنامه ریزی آینـده نگر و محیط گرا بهره گیرند؛ به طوری که ضمن شناسایی عوامل و تحولات محیطی در یک افق زمانی بلند مدت، تاثیر آن‌ها بر سازمان و نحوه تعامل سازمان با آن‌ها را مشـخص کند (اکبری،۱۳۹۲). ورزش نیز در کشـور ایران در حال تحول و رو به توسعه است و بر حسب ماهیت خاص آن بویژه در حوزه اقتصادی، می‌تواند زمینه‌های مناسبی جهت فعالیت‌های کارآفرینانه[1] را فراهم سازد. بنابراین از آنجایی که تربیت بدنی و ورزش به عنوان عرصه‌ای گسترده در جامعه، توانایی ایجاد فرصت‌های شـغلی بسـیاری را دارد، در صورت وجود شرایط مناسـب، زمینه‌های جدیدی را جهت فعالیت کارآفرینان نوآور و خلاق در سطح سازمان ارائه می‌نماید (فروغی پور، ۱۳۸۹).

در عصـر حاضر از کارآفرینی به عنوان متغیری با نقش کلیدی در اقتصاد یاد می‌شـود. تجربه‌های آموزش کارآفرینی در اکثر کشورها نشان می‌دهد با آموزش می‌توان کارآفرین تربیت کرد. توجه به این نکته ضروری است که به صرف گذراندن دوره‌های آموزش کارآفرینی، فرد کارآفرین نخواهد شد، بلکه باید نگرش مثبتی به کسب و کار نیز داشته باشد (سمیعی، آرین فر و خسروی زاده، ۱۳۹۶). از این رو، نقش دستگاه‌های فرهنگی در مرحله اول، شناخت شرایط و زیرساخت‌های لازم برای ورود ورزش به عرصه اشتغال زایی و کارآفرینی و سپس برنامه ریزی و هماهنگی با سایر بخش‌های جامعه برای فراهم آوردن این شرایط است. این امر نیازمند آن است تا کلیه چالش‌ها اعم از موانع، مشکلات و مزیت‌های راهبردی[2] (نقاط قوت و فرصت‌های احتمالی) موجود در کارآفرینی و اشـتغال در حوزه ورزش با رویکردی جامع مورد بررسـی قرار گیرد تا بتواند در کلیه ابعاد از جمله ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تغییر جهت دهد و همسـو با شـرایط محیطی، فعالیت‌های نوینی را آغاز نماید. بنابراین می‌توان با انجام اثربخش تر و کارآمدتر فعالیت‌های مرتبط با کارآفرینی در حوزه ورزش، به نتایج ارزشمندی دست یافت. کارآفرینی نیز همانند سایر واژه‌های مطرح در علوم انسانی هنگامی قابل تحلیل و تبیین می‌باشـد که بتوان تعریف یا تعاریف روشـن و مشـخصی از آن ارائه نمود. کوک[3] معتقد است واژه کارآفرین در بردارنده معنای «موفقیت» است، ولی از همه مهمتر کارآفرین به افراد با اراده‌ای اطلاق می‌شـود که اراده، خلاقیت، پایداری و موفقیت اجتناب ناپذیرشـان، آنها را به رهبران و قهرمانان روز تبدیل می‌کند (زالی و رضوی، ۱۳۸۷). کارآفرینی، فرآیندی اسـت که منجر به ایجاد رضایتمندی[4] یا ایجاد تقاضای جدید می‌شـود و می‌توان آن را فرآیند ایجاد ثروت دانسـت (شریفیان،۱۳۸۷). کارآفرینی، شیوه برانگیختن و سپس بهره‌گیری از افراد در درون یک سازمان می‌باشد؛ شیوه‌ای که افراد فکر می‌کنند قادرند کارها را به طریقی متفاوت و بهتر انجام دهند. از طریق توسعه روحیه کارآفرینی در درون سازمان‌ها می‌توان بر موانع موجود بر سـر راه انعطاف‌پذیری، رشد و نوآوری فائق آمد. لذا پرورش افراد کارآفرین در درون سازمان، مستلزم فراهم آوردن بستری مناسب و ترویج روحیه کارآفرینی است (زارع، ۱۳۸۵). جارشلوم[5] (۲۰۱۷) موضوع کارآفرینی اجتماعی را به عنوان جدیدترین نوآوری در خلق کارآفرینی معرفی می‌کند و از آن به عنوان یک شکل سازمانی

1. Entrepreneurship Activities
2. Strategic
3. Cook
4. Satisfaction
5. Bjärsholm

جدید یاد می‌کند که به دنبال انعکاس زمان تغییر اجتماعی یک سازمان است.

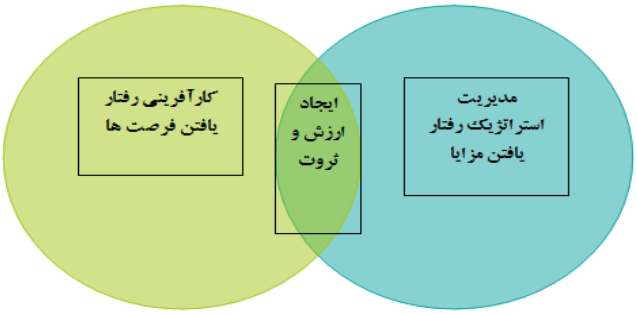
امروزه بسیاری از رشته‌ها و حوزه‌ها به لزوم کارآفرینی پی برده‌اند. این تغییر گرایش در استراتژی حوزه‌ها در پاسخ به سه نیازی است که بر سازمان‌ها تحمیل گردیده است: ۱) افزایش سریع رقبای جدید؛ ۲) ایجاد حس بی اعتمادی نسبت به شیوه‌های مدیریت سنتی در سازمان‌ها؛ ۳) خروج بهترین نیروهای کار از سازمان‌ها و اقدام آنها به کارآفرینی مستقل (کردنائیچ، ۱۳۹۳). تامپسون[1] (۲۰۰۰) کارآفرینی را فرآیندی می‌داند که در آن بتوان با استفاده از خلاقیت، عضو جدید را همراه با ارزش جدید با استفاده از زمان، منابع، ریسک و به کارگیری دیگر عوامل به وجود آورد (احمدپور داریانی، ۱۳۸۷).

از طرفی با توجه به ابعاد گسترده علوم ورزشی می‌توان آن را در زمره سریع ترین بخش‌های رشد و مرتبط با حوزه‌های اصلی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در جهان مطرح کرد. دستاوردها و فرصت‌های شغلی در بخش عظیمی از رویدادهای ورزشی وجود دارد. به عبارت دیگر، افزایش فرآیندهای کارآفرینی در ورزش و رویدادها، در حال ایجاد تنوعی از فرصت‌های شغلی جدید است (رضازاده و همکاران، ۱۳۸۹). ورزش از طریق ایجاد تقاضا برای خدمات و کالاهای ورزشی و ایجاد جذابیت برای اجتماعات، زمینه لازم را برای توسعه کارآفرینی فراهم می‌کند و کارآفرینی از طریق ایجاد کسب و کارهای ورزشی به توسعه ورزش کمک می‌نماید. پس برای توسعه کارآفرینی در بخش ورزش باید عوامل زمینه ای و ساختاری موثر در توسعه ورزش شناسایی شود و بر اساس هدف هایی که در ابعاد گوناگون کارآفرینی ورزشی وجود دارد، برای ایجاد ساختارها و زمینه‌های موثر در توسعه کارآفرینی ورزشی برنامه ریزی کرد (یدالهی فارسی،۱۳۹۰). برخی نیز به توسعه گردشگری ورزشی به عنوان یکی از زیربناهای ایجاد کارآفرینی اشاره داشته اند (احمدی، رمضانی نژاد و برومند؛ ۱۳۹۶). همچنین سمیعی، آرین فر و خسروی زاده (۱۳۹۶) در بررسی رتبه بندی مولفه‌های توسعه آموزش کارآفرینی و گرایش به کسب و کار الکترونیک در هنرجویان تربیت بدنی بیان داشتند که توسعه روش شناسی آموزش کارآفرینی، برنامه ریزی آموزش کارآفرینی، محتوای آموزش کارآفرینی، پژوهش درباره آموزش کارآفرینی، توسعه حرفه ای برای آموزش کارآفرینی، دست اندرکاران آموزش کارآفرینی، ترویج فرهنگ کارآفرینی و ظرفیت سازی و توسعه نهادی برای آموزش کارآفرینی و کسب و کار الکترونیک از عوامل تاثیر گزار بر گرایش به کسب و کار الکترونیک بود.

در این راستا نتایج تحقیقات انجام شده، توانسته کمک هرچند ناچیزی را در جهت شناسایی فرصت‌های توسعه و پیشرفت کارآفرینی فراهم کند؛ به طوری که هِم و همکاران[2] (۲۰۱۷) در بررسی توسعه ورزش از طریق کار آفرینی به این نتیجه دست یافتند که بیان فرآیندهای کارآفرینی، آموزش‌های راهبری، تعاملات کنترل شده و جنبه‌های اجتماعی، از جمله عوامل موثر بر توسعه ورزش از طریق ایجاد کارآفرینی هستند. فریریا، راتن و دانا[3] (۲۰۱۷) نیز در بررسی کارآفرینی استراتژیک مبتنی بر دانش در حوزه ورزش بیان داشتند که درک سازمان‌ها از موضوع کارآفرینی تفاوت هایی دارد. از این رو، اگر بتوان به مفهومی راهبردی مبتنی بر دانش، اطلاعاتی را به افراد منتقل کرد می‌توان زمینه خلق کارآفرینی را ایجاد کرد. همچنین، مهری شندی (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان «تبیین و تحلیل موانع موثر بر کار آفرینی در ورزش» به این نتیجه رسید که هفت مانع موثر بر توسعه کارآفرینی در ورزش به ترتیب اولویت عبارت اند از: موانع خانوادگی، موانع شخصیتی، موانع پرورشی،

1. Thompson
2. Hem et al
3. João J. Ferreira ،Vanessa Ratten & Léo-Paul Dana

موانع علمی – تخصصی، موانع مالی، موانع فرهنگی– اجتماعی و موانع قانونی. میزراسمیت و والز[1] (۲۰۱۴) نیز در پژوهش خود با عنوان «گرایش کار آفرینانه و عملکرد شرکت‌های جوان: نقش مدیریت منابع انسانی» نشان دادند که ارتباط معناداری بین گرایش کار آفرینانه و پیشرفت عملکرد شرکت وجود ندارد. در همین زمینه، عزیزی و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیقی با عنوان «الگوی عوامل فردی و اجتماعی موثر بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه» به این نتایج رسیدند که خلاقیت، خود کارآمدی، پیوندهای ضعیف اجتماعی و هوشیاری کارآفرینانه تاثیر مثبتی بر تشخیص فرصت دارند، اما تاثیر عواملی مانند دانش پیشین، پیوندهای قوی و کمک مربیان بر تشخیص فرصت تایید نشد. راتن[2] (۲۰۱۵) در تحقیقی با عنوان «ورزش مبنی بر کارآفرینی: به سوی نظریه جدید کارآفرینی و مدیریت ورزشی» که با هدف گسترش و پیشرفت مفهوم تئوری کارآفرینی در مدیریت ورزشی انجام شد، به بررسی ارتباط بین کارآفرینی و ورزش پرداخت و استدلال کرد که نیاز به ادغام بیشتری بین دو رشته مطالعاتی و تئوری کارآفرینی سنتی است. در انتها نیز کارآفرینی ورزشی را به عنوان وسیله ای برای رشد و پیشرفت سازمان‌های ورزشی پیشنهاد کرد و به این نتیجه رسید که انواع مختلف کارآفرینی مانند کارآفرینی اجتماعی و کارآفرینی بین المللی بر ورزش اثر گذار هستند. همچنین، برگ و همکاران[3] (۲۰۱۴) با بررسی نقش کارآفرینی ناگزیر و فرصت طلب بر پیشرفت اقتصادی، این گونه نتیجه گیری نمودند که کشورهای در حال توسعه نیاز به تقویت شرایط برای توسعه کیفیت محیط کارآفرینی برای شرکت‌های اصلی ایجاد شده، شامل قوانین و مقررات، انعطاف پذیری بازار کار، زیرساخت‌ها، کارآیی بازار مالی و مهارت‌های مدیریت، دارند. بیشتر این شرایط برای جذب سرمایه مستقیم خارجی که استخدام، انتقال تکنولوژی، صادرات و درآمدهای مالیاتی را فراهم می‌کنند، ضرورت دارد. کشورهای درحال توسعه نیز باید بر روی استحکام و پایداری بخش کارآفرینی متمرکز شوند که کاهش مسئولیت نظارت و وجود تعهد قوی به آموزش در دو سطح متوسطه و دانشگاهی در این کشورها نیز ضروری است. اقتصادهای کارآفرینانه هم نیاز به تقویت انتقال تکنولوژی، در دسترس قرار دادن بودجه اولیه، حمایت از فعالیت‌های کارآفرینانه در دولت، سطوح حقوقی و آموزشی مشترک به خصوص در دانشگاه دارند. در ادامه، به بیان یک چشم انداز کارآفرینی استراتژیک که در آن، ثروت و ارزش از طریق تلفیق اطلاعات این دو حوزه ایجاد می‌شود پرداخته می‌شود تا به نقش هرچه ملموس‌تر کارآفرینی متمرکز گردد.



شکل ۱: چشم انداز کارآفرینی استراتژیک (آنون[4]، ۲۰۰۶)

1. Missersmith & Valz
2. Rotten
3. Berg et all
4. Anon

بـا عنایت به توضیحات فـوق، کارآفرینی در ورزش را می‌توان فرآیند اسـتفاده از فرصت‌های موجود در ورزش دانسـت؛ فرصت هایی که در ظاهر ممکن اسـت تهدید یا کمبود به نظـر آیند یا مورد توجه خاصی نباشـند. لذا ایجاد شـغل‌های جدید، نوآوری در محصولات و خدمات ورزشی و تبدیل کمبودها به فرصت هایی برای اشتغال یا ایجاد بازار کار جدید مسائلی است که در کارآفرینی ورزشی[5] می‌توان به آنها پرداخت- هرچند ورزش پدیده ای شـناخته شـده اسـت و در صورت شناسـایی، می‌توان از آنها به عنوان راه هایی به منظور کارآفرینی در ورزش اسـتفاده کرد (فروغی پور، ۱۳۸۹). با این اوصاف، شناخت زمینه‌های کارآفرینی در ورزش کشـور می‌تواند فرصت‌های جدیدی را به کارآفرینان جامعه معرفی کند تا از آن برای پیشـرفت و توسعه اقتصادی- اجتماعی بهره گیرند. به عبارتی، کارآفرینی ورزشی با ایفای نقش موثر در توسعه کسب و کار، توسعه اشتغال و رفاه و توسعه سلامت روحی و جسمی می‌تواند نقش بسیار مهم و برجسته ای در توسعه کشـور داشـته باشد. با توجه به اهمیت موضوع، لزوم شناسـایی موانع پیش روی توسعه کارآفرینی از طریق ورزش باید بیشـتر مورد توجه قرار گیرد. آنچه که به واقعیت در ایران نزدیک می‌نماید این اسـت که به دلیل دولت مداری ورزش، حرکت‌های اقتصادی در ورزش کشـور وجود نداشته و یا تمایلی برای سرمایه گذاری در آن نیسـت و اگر حرکتی جدی شـکل گرفته، بر اساس اجبار و از سوی فدراسیون‌های بین المللی بوده و فدراسیون‌های ورزشی ایران برای ادامه فعالیت به آن شرایط تن در داده اند.

پژوهش حاضر به دنبال آن اسـت که این موانع را در اسـتان همدان که روزی زادگاه مشاهیر و محل رشد ورزشـکاران بنامی بوده و از حیث جایگاه ورزش هنوز نتوانسـته علیرغم پتانسـیل بالا در ورزش و توریسم ورزشـی، موقعیت مناسـبی را به دست آورد و از آنجا که دیدگاه مدیران و کارآفرینان ورزشی در تبیین موانع کارآفرینی ورزشی از اهمیت بالایی برخوردار می‌باشد، مورد شناسایی قرار گیرد. در این راستا ورود ورزش به عرصه کارآفرینی و اشتغال و سایر فعالیت‌های ورزشی استان همدان، ایجاب می نماید تا نظام جامع، راهبردی و مدونی بر آن حاکم باشـد. بر مبنای چنین برنامه جامع و اسـتراتژیک، ورزش استان خواهد توانست بدون تاثیرپذیری از شرایط محیطی حرکت توام با موفقیت خود را استمرار بخشد. بر این اساس، در این تحقیق با مطالعات دقیق و با رویکردی جامع و مبتنی بر متدولوژی‌های علمی، محقق به دنبال بررسی نقش ورزش در توسعه کارآفرینی و اشتغال استان همدان است.

روش شناسی پژوهش

روش پژوهـش به لحاظ هدف، کاربردی و از حیث گردآوری داده‌ها، توصیفی- پیمایشـی از نوع مقطعی بوده که در آن به تدوین الگوی سـاختاری توسعه کارآفرینی در ورزش استان همدان پرداخته شده است. این پژوهش بنا به مدل جامع کارآفرینی (میرزایی اهرنجانی، ۱۳۷۶) تمام مفاهیم، رویدادها و پدیده‌های سازمانی و اجتماعی (مانند کارآفرینی) را در قالب نظریه سه شاخگی ساختار، رفتار و محیط، مورد بررسی، مطالعه تجزیه و تحلیل قرار دادهاست. "مدل سه شاخگی"، مدلی نظام‌مند و جامع است که کلیه عوامل موثر در شکل‌گیری یک پدیده را تبیین می‌کند- این مدل، مدل مفهومی تحقیق حاضر را تشکیل می‌دهد. با توجه به ماهیت اجرایی کار، جامعه آماری تحقیق را کلیه مدیران، ورزشـکاران و کارآفرینان ورزشـی و همچنین صاحبنظران حوزه گردشـگری اسـتان همدان تشـکیل دادند. این افراد بنا به مراجعات حضوری (افرادی که به صورت فعال با حوزه‌های گردشـگری، دانشگاهی و کسب و کار ورزشی در ارتباط هستند) برآورد تقریبی شدند و نمونه‌ها

5. Sports Entrepreneurship

بر اساس تعیین حجم نمونه مورگان- که تعداد آنها ۹۹ نفر بود- به روش نمونه گیری تصادفی خوشه ای از تمامی حوزه‌های مذکور انتخاب شدند.

در ایـــن تحقیق، ، با توجه به جدید بودن و نبود پیشـــینه کافی در ارزیابی دیـــدگاه مدیران و کارآفرینان، از پرسشـــنامه برگرفته شـــده از منابع تحقیقات پیشین (رضایی، ۱۳۹۱و صادقی ۱۳۹۳) بهره گرفته شد که محقق بر اساس رویکرد دلفای و مطابق با مدل سه شاخگی میرزائی اهرنجانی به تدوین سوالات تحقیق پرداخت. در ادامه ضمن بررســـی روایی و پایایی پرسشـــنامه، تناقضات و اشکلات آن اصلاح شد و با استفاده از مطالعه مقدماتی در بین ۲۵ نمونه، پایایی پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ (۰/۸۹ α=) به دست آمد. در این تحقیق برای گردآوری اطلاعات مورد نیاز از روش‌های زیر استفاده گردید:

۱.بررسی اسناد و مدارک موجود مربوط به سوابق و فعالیت‌های گذشته و جاری ورزش، قوانین و مصوبات بالا دستی و سایر اطلاعات مورد نیاز؛

۲.بررســـی مطالعات و برنامه‌های تدوین شده سازمان‌های ورزشی که کل یا بخشی از برنامه‌های تدوین شده خود را بصورت کلی منتشر کرده بودند؛

۳.طرح یافته‌های استخراج شده از تحلیل محتوای اسناد و برنامه‌های کشورهای منتخب در شورای نخبگان و گروه کانونی؛

٤.نظر سنجی از نمونه آماری در زمینه کارآفرینی ورزش استان با استفاده از پرسشنامه‌ها و فرم‌های شناسایی و تعیین موضوعات مندرج.

روش تجزیه و تحلیل داده ها

در نهایت به منظور توصیف اطلاعات، از آمار توصیفی و به منظور اکتشاف عوامل مورد بررسی (موانع) از آزمون تحلیل عاملی اکتشـــافی و برای آزمون فرضیه هایی که توزیع آنها نرمال بوده اســـت، طبق نتایج آزمون کالموگروف اسمیرنوف از آزمون پارامتریک تی مستقل و برای آزمون فرضیه هایی که منحنی توزیع آنها نرمال نبوده اســـت، از آزمون غیرپارامتریک فریدمن جهت اولویت بندی مولفه‌ها استفاده شد. کفایت تعداد نمونه‌ها نیز بر حسب آزمون KMO[1] مشخص گردید.

یافته‌های پژوهش

بررسی مشخصات جمعیت‌شناختی آزمودنی‌های تحقیق، در جدول ۱ به تفکیک موارد مورد بررسی ارائه شده است.

1. Kaiser-Meyer-Olkin

جدول ۱: مشخصات جمعیت شناختی نمونه‌های پژوهش

متغیر	وضعیت	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	٪٦٩
	زن	٪٣١
سن	کمتر از ۳۰ سال	٪١٥
	۳۱ تا ٤٠ سال	٪٢٧
	٤١ تا ٥٠ سال	٪٣٣
	٥١ تا ٦٠ سال	٪٢٠
	٦٠ سال به بالا	٪٤
تحصیلات	دیپلم و فوق دیپلم	٪١٦
	کارشناسی	٪٤٧
	کارشناسی ارشد	٪ ٣٢
	دکتری	٪ ٤
سابقه فعالیت ورزشی و اجرایی	زیر ۱۰ سال	٪٣٤
	۱۰ الی ۲۰ سال	٪٣٩
	۳۰ سال به بالا	٪ ٢٦
گروه	مدیران	٪ ٤٤/٥
	کارآفرینان	٪ ٥٥/٥

به منظور بررسی نگرش آزمودنی‌ها نسبت به متغیرهای موانع توسعه کارآفرینی در ورزش متغیرهای اصلی در این بخش، در سه محور عمده و اصلی موانع محیطی توسعه کارآفرینی در ورزش، موانع رفتاری و موانع ساختاری متمرکز گردیده است.

هم‌چنین بر اساس یافته‌های تحقیق، در توصیف هر یک از متغیرهای فوق از دیدگاه آزمودنی‌ها، شاخص‌های آماری میانگین و انحراف استاندارد موانع محیطی توسعه کارآفرینی در ورزش نشان داد که از میان سوالات مربوط به خرده مقیاس موانع محیطی توسعه کارآفرینی در ورزش، سوال فعال نبودن شورای شهر و شهرداری‌ها در زمینه کارآفرینی و ایجاد کسب و کار ورزشی بیشترین (٤/٣١) و سوال امنیت سرمایه گذاری بخش خصوصی کمترین (٣/٣٦) مقدار میانگین را دارا هستند. در عامل دوم، موانع ساختاری توسعه کارآفرینی در ورزش، سوال عدم مشوق‌های لازم برای کارآفرینی دارای بیشترین (٤/١٣) و سوال نبود قوانین کافی در ورزش کشور برای مدیریت بخش خصوصی کمترین (٣/٠٨) مقدار میانگین را دارا بودند. در عامل موانع رفتاری توسعه کارآفرینی در ورزش، سوال تمایل افراد به دریافت حقوق ثابت و مستمر (یا کسب سودهای بزرگ و کوتاه) به جای ورود به فعالیت‌های تجاری (یا رشد سودهای کوچک مستمر) بیشترین (٤/١٧) و سوال مسئولیت پذیر نبودن و انجام کار واگذار شده بصورت غیر شخصی (گروهی) کمترین (٥١ /٣) مقدار میانگین را دارا بودند.

با توجه به یافته‌های تحقیق، به منظور اولویت بندی جایگاه هر کدام از عوامل کارآفرینی، نتایج آزمون فریدمن ارایه می‌شود (جدول ۲).

جدول ۲: نتایج آزمون فریدمن در زمینه اولویت‌بندی عوامل کارآفرینی

ردیف	عوامل	میانگین رتبه	تعداد	خی – دو	درجه آزادی	سطح معنی داری
۱	محیطی	۱/۹۷	۹۹	۷/۰۵۱	۲	۰/۰۰۱
۲	ساختاری	۲/۲				
۳	رفتاری	۱/۸۳				

P<۰/۰۵

همان طور که در جدول فوق مشـــاهده می‌شـــود، اولویت بندی مولفه‌های مورد بررسی در سطح P<۰/۰۵ معنادار است و بنا به اولویت‌بندی عوامل، پایین ترین میانگین رتبه به ترتیب مربوط به عامل رفتاری (۱/۸۳) و عامل محیطی (۱/۹۷) و بیشترین میانگین رتبه مربوط به عامل ساختاری (۲/۲) می باشد. در ادامه اولویت بندی شاخص‌های ارزیابی بسترهای توسعه کارآفرینی از دیدگاه آزمودنی‌ها ارائه می‌گردد.

جدول ۳: اولویت بندی گویه‌های بسترهای توسعه کارآفرینی

بسترهای مورد بررسی	ردیف	گویه	میانگین و انحراف معیار
حوزه تبلیغات	۱	تبلیغات از طریق رسانه (صدا و سیما، روزنامه و مجلات عمومی یا ورزشی)	۳/۸۸ ±۰/۹۸
	۲	استفاده از نام و مشخصات ورزشکاران معروف برای تبلیغ کالاها	۳/۵۶ ±۱/۰۱
	۳	تبلیغات از طریق بیلبوردها در سالن‌های ورزشی یا استادیوم‌های فوتبال	۳/۶۷ ±۱/۱۷
حوزه ساخت و تولید وسایل و تجهیزات ورزشی	٤	ساخت استخر مخصوص کودکان با نقاشی و منطقه شن بازی	۳/۸ ±۱/۳
	٥	تاسیس زمین‌های بازی کوچک در محله‌ها برای فعالیت	۳/٦ ±۱/٤٦
	٦	تاسیس باشگاه‌های رشته‌های مختلف ورزشی	٤/۰۹ ±۰/۷۸
	۷	ساخت کف پوش‌های جدید برای سالن‌های ورزشی و پیست‌های دو میدانی و چمن مصنوعی برای استادیوم‌های فوتبال	۳/۹۵ ±۰/۹
	۸	ساخت وسایل مخصوص رشته‌های ورزشی مثل اسکیت، سوارکاری و کوهنوردی	۳/۵٦ ±۱/۲۷
	۹	ساخت انواع توپ و تور و دروازه	۳/۱۷ ±۱/۰۹
	۱۰	ساخت وزنه، دمبل، هالتر، بازوبند و کمربند شن و انواع ماشین بدن سازی و دوچرخه ورزشی	۳/۲ ±۱/۱
	۱۱	تاسیس باشگاه کاردرمانی،کلینیک‌های حرکات اصلاحی و پایگاه سنجش استعداد ورزشی	۳/۳۲ ±۱/۱۷
	۱۲	احداث سالن‌های ورزشی (چند منظوره – چادری)	۳/۸۸ ±۱/۱
حوزه مدیریت اماکن و برنامه ریزی ورزشی	۱۳	مدیریت اماکن و تجهیزات ورزشی	٤/۳ ±۰/۷
	۱٤	برنامه ریزی برای فعالیت‌های ورزشی خوابگاه‌های دانشجویی و دانشجویان	۳/۲۹ ±۱/۰۷
	۱٥	مشاوره درباره ساخت تاسیسات و اماکن ورزشی	۲/۹ ±۱/۰۹
	۱٦	مدیریت باشگاه‌های ورزشی (خصوصی- دولتی و تربیت بدنی)	۳/۵٦ ±۱/۲۷
	۱۷	اداره اردوهای ورزشی	۳/۰٦ ±۱/٤
	۱۸	فعالیت‌های اقتصادی جنبی در کنار اماکن	۳/٤۱ ±۱/۱٤

آموزشی و پژوهشی	١٩	آموزش رشته‌های مختلف ورزشی	٤/١٢ ±٠/٨٧
	٢٠	چاپ کتب، نشریات و مقالات علمی- ورزشی	٣/٧٨ ±١/٠٦
	٢١	اجرای طرح‌های پژوهشی ورزشی	٣/٧٣ ±١/٠٩
	٢٢	تاسیس رشته مهندسی اماکن ورزشی	٣/٦٥ ±١/٢١
	٢٣	برگزاری سمینارها و همایش‌های ورزشی	٣/٥٦ ±١/٣٢
	٢٤	تهیه و فروش فیلم‌های رشته‌های ورزشی مختلف	٣/٤٩ ±١/١٥
	٢٥	تاسیس آموزشگاه آزاد علمی برای آماده سازی داوطلبان شرکت در آزمون‌های دوره‌های کارشناسی ارشد و دکتری و دوره‌های مقطعی آموزشی در ورزش	٣/٤٤ ±١/٢٧
	٢٦	آموزش داوری در رشته‌های پر مخاطب	٣/٣ ±١/١٨
	٢٧	تدوین برنامه‌های تغذیه ورزشی و فروش مواد غذایی و مکمل‌های مجاز برای متقاضیان	٣/٩٨ ±١/٠١
حوزه امور فرهنگی ورزشی	٢٨	برگزاری جلسات فرهنگی ورزشی و چاپ بولتن‌های فرهنگی ورزشی	٣/٧٧ ±١/١٣
	٢٩	معرفی پیشکسوتان ورزش با تاریخچه زندگی آنها و معرفی قهرمانان ملی ورزشی به صورت کتابچه	٣/٧٤ ±١/٣١
	٣٠	چاپ پوسترهای ورزشی	٣/٥٩ ±١/٤٤
	٣١	اعطای وام به جوانان دارای طرح‌های اشتغال‌زایی ورزشی	٤/٣٣ ±٠/٧٦
	٣٢	آموزش ویژه افراد خاص (معلولان)	٣/٤٧ ±١/٠٩
	٣٣	عکاسی ورزشی و روزنامه نگاری ورزشی	٣/٨٩ ±١/٠١
حوزه ورزش همگانی، قهرمانی و حرفه ای	٣٤	دریافت نگرش و نقطه نظرات مردم نسبت به ورزش و محصولات ورزشی	٣/٦٧ ±١/١٦
	٣٥	تاسیس ایستگاه‌های متنوع برای ورزش‌های همگانی و جاده‌های تندرستی	٣/٨٧ ±١/١٨
	٣٦	برگزاری مسابقات ورزشی قهرمانی	٤/٠١ ±١/١٢
	٣٧	پرورش و تربیت مربیان ورزشی برای ورزش‌های حرفه ای و قهرمانی	٤/١٤ ±١/٠١
	٣٨	پرورش و تربیت مربیان ورزشی برای ورزش‌های همگانی	٣/٥٦ ±١/٢٧
	٣٩	تربیت مربی بدن سازی، تمرین دهنده و روانشناس تیم	٣/٩٥ ±١/٠١
	٤٠	تهیه پوشاک ورزشی برای ورزشکاران رشته‌های مختلف ورزشی	٣/٧٧ ±١/٢٧
حوزه خدمات ورزشی	٤١	ارائه خدمات از طریق آزمایشگاه‌های فیزیولوژی ورزشی، بیومکانیک ورزشی و یادگیری حرکتی	٣/٢٦ ±١/٠٦
	٤٢	ایجاد بیمه‌های ورزشی	٣/٧٩ ±١/١٢
	٤٣	ایجاد واحدهای خدماتی و انجمن‌های علمی-خدماتی	٣/٢٤ ±١/٣٢
	٤٤	ورود بخش خصوصی در ورزش	٣/٨٩ ±٠/٩٨
	٤٥	توریسم ورزشی و ایجاد اماکن توریستی ورزشی	٣/٩٨ ±١/٠٣
	٤٦	تاسیس نمایندگی فروش تجهیزات و شبکه توزیع محصولات ورزشی	٣/٥٦ ±١/٢٧
در بخش IT	٤٧	شرکت در کلاس‌های آموزشی نرم افزارهای Office (مانند Word، Excel و ...)، یا آشنایی با چگونگی تدوین فیلم‌ها، لوح‌ها و کلیپ‌های آموزشی و آلبوم‌های عکس‌های ورزشی به وسیله نرم افزارهایی مثل MMB، Premier، Ulead و ...	٣/٦٥ ±١ /١٢
	٤٨	فراگیری مهارت‌های پایه کار با رایانه (نگهداری، نحوه راه اندازی و مهارت‌های کاربردی دیگر)	٣/٥٤ ±١/١٤
	٤٩	آموزش نحوه کار با نرم افزارهای آماری همانند Spss، یا نرم افزارهای گرافیکی همانند Photoshop برای تهیه و تنظیم عکس رشته‌ها و رویدادهای مختلف ورزشی و طراحی پوسترهای ورزشی	٣/٤٦ ±١/٢٧
	٥٠	شرکت در کارگاه‌های Search و آشنایی با پایگاه‌ها و سایت‌های علمی معتبر ورزشی	٣/٤ ±١/٤٧
	٥١	تاسیس سایت‌های اینترنتی ورزشی	٣/٨٨ ±١/٠١
	٥٢	تاسیس پایگاه اطلاعاتی جامع در ورزش استان	٣/٧٩ ±٠/٩٢

در جدول ۳، مهمترین گویه‌های مربوط به هر یک از بسترهای توسعه کارآفرینی ارائه شده است. در حوزه تبلیغات گویه تبلیغات از طریق رسانه (صدا و سیما، روزنامه و مجلات عمومی یا ورزشی) با میانگین ۳/۸۸، در حوزه ساخت و تولید وسایل و تجهیزات ورزشی گویه "تاسیس باشگاه‌های رشته‌های مختلف ورزشی" با میانگین ٤/۰۹، در حوزه مدیریت اماکن و برنامه ریزی ورزشی گویه "مدیریت اماکن و تجهیزات ورزشی" با میانگین ٤/۳، در حوزه امور آموزشی و پژوهشی گویه "آموزش رشته‌های مختلف ورزشی" با میانگین ٤/۱۲، در حوزه امور فرهنگی ورزشی گویه "اعطای وام به جوانان دارای طرح‌های اشتغال زایی ورزشی" با میانگین ٤/۳۳، در حوزه ورزش همگانی، قهرمانی و حرفه ای گویه "پرورش و تربیت مربیان ورزشی برای ورزش‌های حرفه ای و قهرمانی" با میانگین ٤/۱٤، در حوزه خدمات ورزشی گویه "توریسم ورزشی و ایجاد اماکن توریستی ورزشی" با میانگین ۳/۹۸ و در حوزه تکنولوژی اطلاعات IT)) گویه "تاسیس سایت‌های اینترنتی ورزشی" با میانگین ۳/۸۸ از جمله مهمترین موارد محسوب می‌شوند.

همچنین، در بررسی وضعیت مفهوم موانع توسعه کارآفرینی در ورزش، به تعیین اهمیت عامل با توجه به شاخص فرضی پرداخته می‌شود.

جدول ٤: وضعیت عوامل سه گانه مدل سه شاخگی کارآفرینی

ردیف	مفهوم	میانگین فرضی	میانگین و انحراف استاندارد مشاهده شده	آماره t	درجه آزادی	سطح معناداری
۱	عامل محیطی	۳	۳/۸٦±۰/٤۳	۱۹/۸٤	۹۸	۰/۰۰۱
۲	عامل ساختاری	۳	۳/۹٤±۰/٤٤	۲۰/۷۹	۹۸	۰/۰۰۱
۳	عامل رفتاری	۳	۳/۸±۰/٤۷	۱٦/۹۳	۹۸	۰/۰۰۱

P<0/005

با توجه به نتایج جدول ٤، مشخص گردید که تفاوت معنی داری بین میانگین‌های فرضی و مشاهده شده در عوامل سه گانه (P/۰۵>۰) وجود دارد. از این رو، با توجه به میانگین به دست آمده برای هر یک از موانع می‌توان بیان داشت که عوامل مورد بررسی از اهمیت نسبتا قابل قبولی برخوردار می‌باشند. در این راستا نتایج آزمون تی تک نمونه ای با توجه به موانع مورد بررسی حکایت از وضعیت ضعیف موانع دارد.

بحث و نتیجه گیری

ورود ورزش به عرصه کارآفرینی و اشتغال و سایر فعالیت‌های ورزشی استان همدان، ایجاب می نماید تا نظام جامع، راهبردی و مدونی بر آن حاکم باشد. بر مبنای چنین برنامه جامع و استراتژیک، ورزش استان خواهد توانست بدون تاثیرپذیری از شرایط محیطی، حرکت توام با موفقیت خود را استمرار بخشد. در این تحقیق سعی شد تا دیدگاه خبرگان حاضر در بخش کارآفرین و ورزش استان همدان در زمینه موانع توسعه کارآفرینی از طریق ورزش بررسی گردد و با مقایسه آن با نتایج سایر تحقیقات و اصول نظری کارآفرینی به راهکارهای اساسی و عملی دست یافت. همچنین، با شناسایی موانعی که بیشترین تاثیرات را بر فرآیند کارآفرینی دارند، نسبت به رفع آنان اقدام نمود تا با بررسی و تشخیص بسترهای توسعه کارآفرینی و نیز

مطابق اولویت آنها، کارآفرینی و کسب و کار ورزشی را در استان رونق داد. در تاکید این موضوع، مندعلی زاده (۱۳۹۶) در پژوهش خود بیان داشت که ارزش‌های حاکم بر جامعه نسبت به ورزش، قوانین و مقررات و عوامل شناختی نتوانسته است توسعه کسب و کارهای ورزشی را تحت تاثیر قرار می‌دهد. این ممکن است به دلیل وجود خلاء قانونی، عدم حمایت قانون از کسب و کارهای ورزشی مورد انتظار کارآفرینان ورزشی، ارزش‌های مادی حاکم بر جامعه و کارآمد نبودن عوامل شناختی باشد.

نتایج تحقیق حاضر نشان داد که معرفی زمینه مدیریت اماکن و برنامه ریزی ورزشی به عنوان یکی از بسترهای توسعه کارآفرینی به عنوان اولویت نخست از سوی دست اندرکاران ورزش استان نشان از اهمیت بالای آن دارد. سال‌ها مدیریت تربیت بدنی و ورزش کشور توسط افراد غیر متخصص اداره و رهبری شده است. در سال‌های اخیر، به تدریج حضور برخی متخصصان در این عرصه، امیدهایی را ایجاد کرده، اما تا رسیدن به حد مطلوب راه زیادی در پیش است. طبق نتایج به دست آمده از تحقیق، این حوزه قابلیت این را دارد که جایگاه رفیعی در توسعه استان داشته باشد و به لحاظ کارآفرینی و اشتغال زایی در ورزش نقش مهمی ایفا کند. نتایج پژوهش حاضر با نتایج تحقیقات فروغی پور (۱۳۸۹) و هم و همکاران (۲۰۱۷) و تحقیقات زیر مطابقت دارد. آلدریچ و همکاران (۲۰۱۱) در تحقیقی به بررسی کارآفرینی در زمینه رویدادهای بزرگ ورزشی پرداختند و دریافتند که ورزش به طور ذاتی کارآفرین است. غلامی (۱۳۸۷) در زمینه نحوه عملکرد مدیریت و اشتغال زایی پژوهشی انجام داد. او بیان کرد که سازمان‌های تولید و فروش در بنگاه اقتصادی عامل کارآفرینی و ایجاد اشتغال هستند که در زمره هدف‌های مدیران قرار دارند. یافته‌های تحقیق، رابطه ای خطی را بین این دو عامل نشان داد؛ بدین معنی که هرچه دانش مدیریت و متخصصان در آن بنگاه اقتصادی بیشتر بکار گرفته شوند، کارآفرینی و اشتغال زایی نیروی انسانی افزایش می یابد.

همچنین احمدی، رمضانی نژاد و برومند (۱۳۹۶) بیان داشتند که توجه به گردشگری می‌تواند به عنوان یکی از مولفه‌های تاثیر گذار بر توسعه کاترآفرینی مورد توجه قرار گیرد. صادقی و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیقی اعلام کردند که انتخاب صحیح مدیران و بهبود پرورش مدیریت‌های کارآفرین می تواند با خلق راه‌های جدید و ابتکار عمل اقدام به کارآفرینی کند و بر مشکلات اقتصادی و فرهنگی جامعه فائق آید. او اظهار داشت کارآفرینان می توانند فرصت‌های محیطی را شناسایی، منابع مورد نیاز را تعیین و کار را رهبری کنند. ورزش و سازمان‌های ورزشی نیاز روز افزونی به ارتقای سطح مدیریت و اجرای طرح‌های مدیریتی دارند. اعلام این اولویت برای کارآفرینان در ورزش نشان از آن دارد که به کارگیری طرح‌های مدیریتی در ارتقای سطح مدیریت سازمان‌ها و موسسات ورزشی کشور موثر است و همزمان سبب کارآفرینی و اشتغال زایی بیشتری در این عرصه می شود. یکی از مهم ترین موانع در زمینه مدیریت اماکن و تجهیزات ورزشی، کمبود استفاده مناسب و درست از افراد متخصص در این زمینه بوده که با توجه به ایجاد رشته مدیریت اماکن ورزشی در دانشگاه‌های کشور و در صورت آموزش مناسب این افراد چه در زمینه نظری و چه به لحاظ عملی و کاربردی می‌توان امیدوار بود که در آینده ای نزدیک کمتر شاهد وجود مشکلات در زمینه مدیریت اماکن ورزشی باشیم و این افراد بتوانند گام موثری در مسیر رفع مسائل و مشکلات موجود بردارند.

همچنین، نتایج این تحقیق نشان داد که مدیران و کارآفرینان بیان نمودند که در حوزه تبلیغات، بسترهایی برای توسعه کارآفرینی در ورزش استان همدان وجود ندارد. امروزه تبلیغات در محیط‌های ورزشی، بویژه تبلیغات بر روی پیراهن ورزشکاران و اطراف ورزشگاه‌های فوتبال به عنوان راهکارهایی مناسب برای درآمدزایی فرا روی باشگاه‌ها و ورزشکاران قرار دارد. این موضوع در پژوهش‌های بیلی (۲۰۱۲)، جین چن و همکاران

(۲۰۰۹) و فروغی پور (۱۳۸۹) مورد تائید قرار گرفته است، اما با نتایج این تحقیق در مورد اولویت زمینه‌های تبلیغاتی برای کارآفرینی در ورزش مطابقت ندارد. شـاید این به دلیل عدم وجود اسپانسـرهای قدرتمند در ورزش اسـتان باشـد که البته در مصاحبه ای که با چند تن از کارآفرینان ورزشی استان انجام شد، آنها وجود موانع بسـیار بر سر راه تبلیغات و تشـریفات اداری زیاد را عامل انصراف علاقه مندان به تبلیغات بیان نموده اند. همچنین، با توجه به این که یکی از مهم ترین دلایل عدم توجه حامیان مالی به ورزش، عدم اطمینان آنها به بازگشـت سرمایه می‌باشد، مسـئولان و متولیان امر ورزش در این استان می‌توانند با بکارگیری راهبردهای مناسب در زمینه حمایت مالی و جلب اعتماد سرمایه گذاران در مورد بازگشت سرمایه و سودآوری، موجب جذب این افراد به ورزش اسـتان شوند. همچنین، اسـتفاده از افراد جوان و فارغ التحصیلان دانشگاهی که با هزینه‌های پایین تری نسـبت به افراد و آژانس‌های حرفه ای در زمینه طراحی و تبلیغات، حاضر به همکاری هستند می‌توان فرصت مناسبی را در اختیار آنان قرار داد تا بتوانند کسب درآمد نمایند و در کنار آن به تجارب ارزشمندی نیز دست یابند.

به علاوه، نتایج تحقیق حاضر نشان داد که بسترهایی برای توسعه کارآفرینی در ورزش در این حوزه وجود دارد که ایجاد شبکه‌های IT حوزه اطلاع رسانی و فیلم مستند را زمینه مناسبی برای کارآفرینی می داند که با نتایـج تحقیقات مندعلیزاده و هنری (۱۳۹۰) و کرد نائیج (۱۳۹۳) مطابقت دارد. طاهری و همکاران (۱۳۹۲) فراهم کردن تسـهیلات را در بهره گیـری زنان کارآفرین از خدمات اینترنتی و تجارت الکترونیک پیشـنهاد کرده‌اند. مرصعی و تجاری (۱۳۸۵) بر نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در اشتغال زایی و کارآفرینی تاکید نموده‌اند که با نتایج این تحقیق در مورد تاسیس پایگاه‌های اینترنتی تخصصی همخوانی دارد.

با توجه به یافته‌های تحقیق مبنی بر وجود بسترهای توسعه کارآفرینی در بخش امور آموزشی و پژوهشی، نتایـج تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات تجاری و خدایاری (۱۳۸۵)، ارتقای کارآفرینی با آموزش، صمد آقایی (۱۳۸۳) آمـوزش ضمـن خدمت، رضازاده و همـکاران (۱۳۸۹) افزایش دانش و مهـارت، فراهانی (۱۳۸۵) آمـوزش تخصصی و برگزاری کارگاه‌ها، شـریفیان (۱۳۸۷) و دانایی فرد و همـکاران (۱۳۸٦) آموزش افراد، حیدری نژاد (۱۳۸۷) مربیگری و داوری، کرد نائیج و زالی (۱۳۹۳) آموزش و تربیت مربی، حمایت مشاوره‌ای آموزشـی و برگزاری جشـنواره، گلانتون (۲۰۰۱) و چاپ مقالات و انتشار مجلات علمی، خبری و ورزشی، راتن (۲۰۱۵) که حوزه آموزش رشته‌های مختلف ورزشی را زمینه ای برای توسعه و رشد کارآفرینی دانسته‌اند، همخوانی دارد.

در زمینه سـاخت و تولید تجهیزات ورزشـی، نتایج گویای اهمیت بستر ساخت و تولید تجهیزات ورزشی در سال‌های اخیر بود. گرانی دستگاه‌ها و لوازم بدنسازی یا وسایل آزمایشگاهی ورزشی خارجی، به انگیزه‌ای برای تولیدکنندگان داخلی جهت تولید دسـتگاه‌ها و وسـایل ورزشی بدل شده است. شرایط فعلی، وضعیت مناسبی برای اقدام به کارآفرینی در این حوزه است که نظر آزمودنی‌های این تحقیق نیز آن را نشان داده است. نتایج برخاسته از این تحقیق با نتایج تحقیقات فروغی پور (۱۳۸۹) در زمینه ساخت دستگاه‌های آزمایشگاهی و لوکاس و کلاین (۲۰۱۳) در بخش سـاخت چمن مصنوعی که آن را زمینه ای برای توسـعه کارآفرینی در ورزش دانسته اند، مطابقت دارد. یکی از نهادهایی که می‌تواند در این زمینه تاثیرگذار باشد و با ساخت وسایل و تجهیزات ورزشی و قرار دادن آنها در پارک‌ها و سایر اماکن ورزشی، افراد مختلف بویژه قشر ضعیف اجتماع (به لحاظ مالی) را به ورزش کردن علاقه مند سازد، سازمان شهرداری است. همچنین با توجه به پتانسیل بالای برخی از دانشـجویان و فارغ التحصیلان رشـته علوم ورزشی در طراحی و ساخت ابزار و تجهیزات ورزشی،

دادن بودجه مالی مناسب و فرصت کافی به این افراد می‌تواند موجب کارآفرینی و ایجاد اشتغال برای جوانان این استان گردد.

مطابق نتایج تحقیق حاضر در بخش امور فرهنگی ورزش، بسترهایی برای توسعه کارآفرینی در ورزش استان همدان وجود دارد که با نتایج تحقیقات فروغی پور (۱۳۸۹)، رضایی (۱۳۹۱) و جارشلوم (۲۰۱۷) که در ادامه به آن اشاره می‌شود، مطابقت دارد. جارشلوم (۲۰۱۷) کارآفرینی فرهنگی را نمادی از تعاملات بین مصرف کنندگان ورزش و مدیران سازمان‌های ورزشی معرفی می‌کند و معتقد است در صورت توجه به موضوعات فرهنگی ورزشی می‌توان زمینه‌های جدید از کارآفرینی را ایجاد کرد. راتن (۲۰۱٤) به بررسی زمینه‌های موجود در گستره امور فرهنگی ورزش پرداخت و پوشش ماهواره ای فعالیت‌های ورزشی را بررسی کرد. او اظهار داشت که این کار موجب رد و بدل شدن مقادیر زیادی پول می شود و موقعیت‌های زیادی را نیز برای کارآفرینی ایجاد می کند. گلانتون (۲۰۱۱) ضمن بررسی انتشار مجلات علمی، خبری ورزشی، این کار را اولویتی برای کارآفرینی برشمرد. پیت کولونیا (۲۰۰۸) عکس برداری و روزنامه نگاری ورزشی را که کاری فرهنگی است، به عنوان اولویتی برای کارآفرینی در ورزش معرفی کرد. یکی از مهم ترین موانع فرهنگی پیش روی توسعه کارآفرینی در ورزش استان همدان، نبود عادت و تمایل مردم برای صرف هزینه در ورزش می‌باشد که این عدم تمایل موجب از رونق افتادن و کاهش رغبت افراد برای کارآفرینی در ورزش و ایجاد کسب و کار ورزشی است. از آنجا که یکی از نهادهای متولی و تاثیرگذار در فرهنگ سازی در هر جامعه ای، صدا و سیماست که با استفاده از تبلیغ یا دیگر ترفندهای رسانه ای در قالب فیلم، مستند و....می تواند چیزی را به ارزش و یا ضد ارزش مبدل سازد، پیشنهاد می‌گردد که این سازمان با طرح ریزی و اجرای برنامه‌های مناسب گروه‌ها و قشرهای مختلف جامعه با اهداف متفاوت، آنها را به ورزش علاقه مند سازد و برای انجام فعالیت‌های بدنی و یا کارآفرینی در ورزش به سمت اماکن ورزشی سوق دهد.

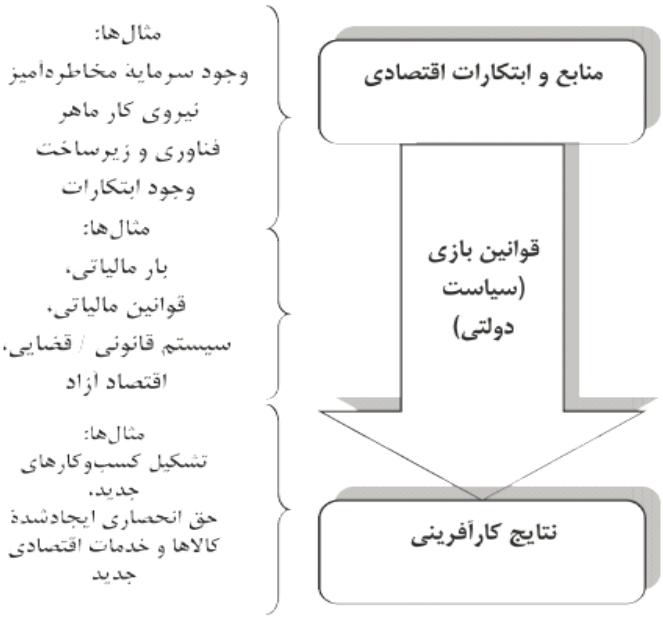
همچنین، طبق نتایج به دست آمده از تحقیق حاضر بسترهای توسعه کارآفرینی در بخش امور مربوط به ورزش همگانی، قهرمانی و حرفه ای، در ورزش وجود دارد که با نتایج تحقیقات فروغی پور (۱۳۸۹)و کرد نائیج (۱۳۹۳) که برگزاری مسابقات و راب سیچ و ترجنسن (۲۰۰۸) در بخش میزبانی جام جهانی که آن را زمینه ای برای توسعه کارآفرینی در ورزش می دانند و ترجنسن (۲۰۰۸) که به اوج رسیدن گسترش در کره را اعلام نمود، مطابقت دارد. با توجه به اهمیت این موضوع می‌توان اشاره داشت که تعداد افرادی که با هدف حفظ سلامت و نشاط روزمره و رفع کسالت‌های روحی و جسمی فعالیت‌های ورزش همگانی را بر می گزینند، هر روز در حال افزایش است. این موضوع در سطح جهان و کشور ما رواج داشته و در این استان نیز در حال یافتن جایگاه خود است. از این رو، این قابلیت را دارد که موقعیت هایی را برای پرداختن به ورزش‌های همگانی و تاسیس مکان هایی برای عرضه محصولات مورد نیاز ورزشکاران- ضمن رفع نیازهای افراد- و امکان کارآفرینی مهیا کند.

در نهایت ، نتایج تحقیق حاضر که مبتنی بر وجود بسترهای کارآفرینی در ورزش در بخش خدمات ورزشی می باشد، با نتایج تحقیقات فروغی پور (۱۳۸۹)، رضایی (۱۳۹۱) و هرینسون و استون (۲۰۰۸) با محوریت تجارت ورزشی، بختیاری و پاسبان (۱۳۸۳) با محوریت فراهم ساختن فرصت‌های سرمایه گذاری، فراهانی (۱۳۸۵) با موضوع ارائه تسهیلات و امکانات، دانایی فرد و همکاران (۱۳۸٦) با موضوع دادن یارانه و کرد نائیج (۱۳۹۳) که حمایت مالی را جزو زمینه و بسترهایی برای توسعه کارآفرینی به حساب آورده‌اند و همچنین هم و همکاران (۲۰۱۷) با رویکرد جامع در مطالعات کارآفرینی ورزشی مطابقت دارد. لذا برخی از زمینه‌های

زیرمجموعه این حوزه عبارت اند از: ارائه خدمات از طریق آزمایشگاه‌های ورزشی، تدوین برنامه‌های تغذیه‌ای و ... باید گفت که به تازگی جوانان به فعالیت‌های ورزشی آمادگی جسمانی و بدنسازی علاقه مندتر شده‌اند و برخی افراد سودجو بدون در نظر گرفتن سلامت جوانان، اقدام به تجویز برخی مواد مکمل با تاثیرهای نامعلوم و گاهی مضر می کنند. تحقیق حاضر نشان می دهد که تدوین برنامه‌های تغذیه ورزشی و فروش مواد مکمل و مجاز از نظر دست اندرکاران ورزش، هم ایجاد اشتغال می کند و هم پاسخگوی نیاز جوانان به گونه ای درست است. در آزمایشگاه‌های ورزشی می توان امکانات خدماتی متنوعی ارائه کرد. انجام آزمایش ورزشی، تعیین تناسب قد و وزن، تعیین سطح عملکرد قلب و عروق و سطح آمادگی جسمانی افراد از آن جمله است که می تواند موجبات کارآفرینی را در این زمینه فراهم آورد.

پیشنهادها

تعریف چشم انداز کارآفرینی، تصویر آینده نگرانه ای از کسب و کارهای جدید است که کارآفرینان و تمام ذی نفعان را در جهت رسیدن به آینده مطلوب و ممکن به حرکت وا می دارد. بعضی از محققان بیان کرده‌اند که کارآفرینی نیازی به چشم انداز ندارد یا اگر چشم اندازی وجود داشته باشد، رسمی نیست یا به طور شفاف بیان نشده؛ در حالی که در بیشتر ادبیات مربوط به کارآفرینی، به وجود و اهمیت چشم انداز در زمینه فعالیت مربوط به کارآفرینی تأکید گردیده است. با این حال، بر اساس نتایج تحقیق حاضر که برخاسته از نظرات متخصصان کارآفرینی استان همدان بود و مطابقت آن با نتایج تحقیقات گذشته، نتیجه گیری کلی در قالب ارایه پیشنهادهای کاربردی ارایه می‌شود.



عوامل زمینه ساز اجرای کارآفرینی (هال و سویل، ۲۰۰۶)

برای توسعهٔ کارآفرینی ورزشی در استان همدان پیشنهاد می‌گردد:

۱. ایجاد برنامه هایی توسط نهادهای حامی به منظور حمایت مالی از ورزشکاران کارآفرین؛
۲. سازماندهی برنامه‌های آموزشی در دانشکده‌های تربیت بدنی برای دانشجویان جهت تشویق آنان به کارآفرینی؛
۳. ارائهٔ دوره‌های آموزشی به منظور کمک به توسعهٔ فرهنگ و نگرش جامعه نسبت به فعالیت کارآفرینانهٔ ورزشی از طریق دولت در نظام تعلیم و تربیت)آموزش و پرورش، آموزش عالی(؛
٤. حمایت رسانه‌های گروهی از ورزشکاران کارآفرین و تشویق آنان به فعالیت و مشارکت در ورزش؛
۵. تشویق حامیان مالی به سرمایه گذاری در ورزش استان همدان از طریق دولت با ایجاد مشوق هایی برای حامیان مالی از سوی سازمان ورزش؛
٦. ارتقای امنیت اجتماعی در میان صاحبان کسب وکارهای ورزشی (پوشش بیمه، شکست کسب وکار و بیکاری) با در نظر گرفتن مزایای مالی و ثبات مالیاتی به منظور مشارکت افراد ایده آفرین ورزشی در بخش خصوصی از طریق سازمان تأمین اجتماعی؛
۷. ایجاد صنف یا اتحادیهٔ ورزشکاران کارآفرین در راستای حمایت از کسب وکار آنان و ایجاد ارتباط بین آنان با دیگر اصناف و نهادهای قانونی و دولتی با حمایت سازمان‌های دولتی و نیز غیرانتفاعی استان همدان؛
۸. ایجاد بستر و زمینه هایی برای حضور و مشارکت افراد کارآفرین در ورزش از طریق رایزنی با مراجع دینی و نهادهای مذهبی در راستای کاهش محدودیت‌های فرهنگی و اجتماعی.

منابع

- احمدی، فاطمه؛ رمضانی نژاد، رحیم و برومند، محمدرضا. (۱۳۹۶). **"صنعت EST و نوآوری در کارآفرینی ورزشی"**. خلاصه مقالات دهمین همایش بین المللی تربیت بدنی و علوم ورزشی، تهران.
- احمدپور داریانی، محمود. (۱۳۸۷). **کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها**. تهران: نشر پردیس
- اکبری، کرامت‌الله. (۱۳۹۲). **توسعه کارآفرینی، رویکرد آموزشی**. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی
- تجاری، فرشاد و خدایاری، عباس. (۱۳۸۵). **"مطالعهٔ آمادگی کارآفرینی در ورزش: تحلیل مقدماتی مقیاس اندازه‌گیری کارآفرینی در ورزش«ERI»"**. فصلنامهٔ پژوهش در علوم ورزشی. شمارهٔ دهم. صفحهٔ ۸۸-۷۳.
- رضایی، فهیمه. (۱۳۹۱). **"بررسی موانع ساختاری توسعه کارآفرینی در ورزش از دیدگاه مدیران و کارآفرینان ورزشی استان مازندران"**. اولین کنفرانس دانشجویی کارآفرینی کشور. تهران، دانشگاه تهران.
- رضازاده، حسین؛ ملازاده، ابراهیم و عیوضلو، رضا. (۱۳۸۹). **"کارآفرینی سازمانی، مدیریت مشارکتی و نظام پیشنهادات"**. چالش. سال سوم، شماره ششم.
- زارع، قاسم. (۱۳۸۵). **"ارتباط بین عوامل روانشناختی توانمندسازی کارشناسان و کارآفرینی سازمانی در سازمان تربیت بدنی کشور"**. پایان نامه، تهران، دانشگاه تهران.
- زالی، محمد رضا و رضوی، سیدمصطفی. (۱۳۸۷). **"پژوهشی در زمینه موانع توسعه کارآفرینی در ایران"**. تهران، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران.
- سمیعی، فرشته؛ آرین فر، حمیدرضا و خسروی زاده، اسفندیار. (۱۳۹۶). **"رتبه بندی مولفه‌های توسعه آموزش کارافرینی و گرایش به کسب و کار الکترونیک در هنرجویان تربیت بدنی هنرستان‌های فنی و حرفه ای با استفاده از Topsis فازی"**. خلاصه مقالات دهمین همایش بین المللی تربیت بدنی و علوم ورزشی، تهران.
- شریفیان، اسماعیل. (۱۳۸۷). **"طراحی الگوی فرایندی انگیزه کارآفرینی دانشجویان تربیت بدنی"**. رساله دکتری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس تهران.
- صادقی، حسین؛ هنری، حبیب و مندعلیزاده، زینب. (۱۳۹۳). **"بررسی عوامل رفتاری مؤثر بر توسعهٔ کارآفرینی در ورزش کشور"**. مدیریت ورزشی. دورهٔ ٦، شمارهٔ٤.
- صمد آقایی، جلیل. (۱۳۸۳). **سازمان‌های کارآفرینی**. تهران: نشر مرکز آموزش مدیریت دولتی
- طاهری, عصمت السادات؛ یحیی تبار، فاطمه و احمدپور، محسن. (۱۳۹۲). **"الگویی از فرصت‌های کارآفرینانه ورزش در استان مازندران"**. همایش ملی دانشگاه کارآفرین (صنعت دانش محور) بابلسر، دانشگاه مازندران.
- عزیزی، شهرام و مومنی، احمد. (۱۳۹۲). **"الگوی عوامل فردی و اجتماعی اثرگذار بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینی"**. نشریه توسعه کارآفرینی. دانشگاه تهران، شماره ۲، صص ۲۰۳-۲۰۷.
- غلامی، ناصر. (۱۳۸۷). **"مطالعه موانع کارآفرینی در ورزش کشور"**. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه تهران.
- فروغی پور، حمید. (۱۳۸۹). **"زمینه‌های کارآفرینی در ورزش از دیدگاه مدیران و متخصصان تربیت بدنی کشور و ارائه راهکار"**. رساله دکتری، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و پژوهش ها.
- کردنائیچ، اسدالله. (۱۳۹۳). **"بررسی موانع کارآفرینی سازمانی: مورد مطالعه شرکت صنعت چوب شمال"**. فصلنامه مدرس علوم انسانی. ویژه نامه مدیریت، دوره سوم، شماره ٤، صفحات ۳۷-٤٥.
- مندعلیزاده، زینب و هنری، حبیب. (۱۳۹۰). **"بررسی عوامل اثرگذار بر کارآفرینی در ورزش به عنوان حوزه ای میان رشته ای"**. فصلنامه مطالعات میان رشته ای در علوم انسانی. دوره دوم، شماره ۲.
- مندعلیزاده، زینب. (۱۳۹٦). **"نقش عوامل نهادی در توسعه کسب و کارهای ورزشی"**. خلاصه مقالات دهمین همایش بین المللی تربیت بدنی و علوم ورزشی، تهران.
- مرصعی، مهدیار و تجاری، فرشاد. (۱۳۸۵). **"بررسی شیوه‌های افزایش کارآفرینی در ورزش از دیدگاه**

دانشـــجویان تربیت‌بدنی". خلاصه مقالات چهارمین همایش علمی دانشـــجویی تربیت‌بدنی و علوم‌ورزشی دانشگاه‌های سراسر کشور. صفحهٔ ۱۷۱.

- مهری شـــندی، سعید. (۱۳۹۳). "**تبیین و تحلیل موانع موثر بر کارآفرینی در ورزش از دیدگاه دانشجویان کارشناسی ارشد تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه تهران**". پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور مرکز تهران جنوب.
- یدالهی فارسی، جهانگیر؛ غلامی، ناصر؛ حمیدی، مهرزاد و کنعانی، علی. (۱۳۹۰). "**مطالعه موانع کارآفرینی در ورزش کشور**". فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی. شماره ۱۲، صفحات ۱۳-۲۵.

- Aldrich, H., Jones, T., McEvoy, D. (2011). **Ethnic Advantage and Minority Business Development.** in Ward, R. (Eds), Ethnic Business, Cambridge University Press, Cambridge.
- Bailey, R. (2012). **The importance of entrepreneurship to hospitality, leisure, sport and tourism.** Higher Education Academy Network for Hospitality, Leisure, Sport and Tourism.
- Bjärsholm, D. (2017). **"Sport and social entrepreneurship: A review of a concept in progress".** Journal of Sport Management, 31(2), 191-206.
- Berg, S. A., Chyung, S. Y. (2014). **"Factors that influence informal learning in the workplace".** Journal of Workplace Learning, 20 (4), 229 – 244.
- Hemme, F., Morais, D, G., Bowers, M, T., Todd, J, S. (2017). **"Extending sport-based entrepreneurship theory through phenomenological inquiry".** Sport Management Review, pp 1-13.
- Ferreira, J. J., Ratten, V., & Dana, L. P. (2017). **"Knowledge spillover-based strategic entrepreneurship".** International Entrepreneurship and Management Journal, 13(1), 161-167.
- Jin Chen , Zhaohui Zhu and Wang Anquan.)2009.(**"A system model for corporate Entrepreneurship**." International Journal of Manpower, Vol. 26. N. 6.
- Lucas, C., T. Kline (2013). " **Understanding the Influence of Organization Culture and Group Dynamics on Organizational Change and Learning"**. The Learning Organization, VOL, 15, NO.3, pp.277-287.
- Messersmith, J., Wales, G., William, J. (2014). **"Entrepreneurial orientation and performance in young firms: the role of human resource management".** International Small Business Journal, 31 (2), 36-115.
- Rotten, V. (2015). **"Social e-entrepreneurship and technological innovations: The role of online communities, mobile communication and social networks".** International Journal of Social Entrepreneurship and Innovation, 2(5): 476-483.
- Rotten, V. (2014). **"Collaborative entrepreneurship and the fostering of entrepreneurialism in developing countries".** International Journal of Social Entrepreneurship and Innovation, 3(2): 137-149.

۴

تدوین الگوی عوامل بروز فساد در صنعت فوتبال ایران: نظریه ای برخاسته از داده‌ها

احمد محمودی[۱]
حبیب هنری[۲]
جلیل یونسی[۳]
جواد شهلائی باقری[٤]

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹٦/۵/۲۸
تاریخ پذیرش مقاله:۱۳۹٦/٦/۳۱

هدف پژوهش حاضر، تدوین الگوی عوامل بروز فساد در صنعت فوتبال به روش کیفی بود که با استفاده از الگوی نظریه‌پردازی برخاسته از داده‌های حاصل از پژوهش انجام پذیرفت. گردآوری داده‌ها از طریق بررسی اسناد و مصاحبه صورت گرفت. با انجام ۱۸مصاحبهٔ عمیق و نیمه‌ساختاریافته با متخصصان و صاحب‌نظران رشته فوتبال، اشباع نظری حاصل شد و مقوله‌های اصلی پس از تکمیل فرایند کدگذاری استخراج گردید و با تکمیل یافته‌ها، مدل زمینه‌ای بر اساس مدل سیستماتیک استراوس و کوربین[۵] (۱۹۹۸) طراحی گردید.

بر اساس یافته‌ها، مقوله‌های محوری رهاسازی اخلاقی، بی‌تعهدی و مسئولیت‌ناپذیری مدیران، فراهم نبودن محیط حقوقی و قانونی و عدم تعامل فرابخشی شناسایی و مقوله‌های اصلی بر مبنای مدل سیستماتیک طبقه‌بندی شدند.

بر همین اساس، ضعف اصول مدیریتی مدیران فوتبال از علل اصلی وقوع فساد، ضعف قوانین، انگیزه مالی،

۱. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران
۲. دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران(نویسنده مسئول)
Email: Honari_h@yahoo.com
۳. دانشیار، گروه سنجش و اندازه‌گیری، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران
٤. دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران
5. Strauss & Corbin

ناکارآمدی رسانه‌ها و فقدان معیارهای رفتاری از جمله عوامل زمینه‌ای و تداخل وظایف، عدم ارادهٔ فسادستیزی و عدم‌هماهنگی بین‌سازمانی از جمله عوامل مداخله‌گر در این پژوهش بود. فرهنگ‌سازی، تقویت محیط حقوقی و قانونی، کنترل و نظارت و استفاده از خِرد جمعی در تصمیمات از جمله راهبردهای این پژوهش بود که می‌تواند به بهبود و پاکی محیط فوتبال و در نتیجه توسعه و پیشرفت صنعت فوتبال کمک شایانی نماید.

واژگان کلیدی: ایران، صنعت فوتبال، فساد و نظریه داده بنیاد

مقدمه

از ابتدای شکل‌گیری نخستین گروه‌های انسانی تا به امروز که شاهد ایجاد انواع نظام‌های مدرن اجتماعی هستیم، مسئله شکل‌دهی و استمرار نظم و انضباط اجتماعی از مهمترین دغدغه‌های مسئولان اجرایی بوده است. با پیچیده‌تر شده نظام‌ها و سازمان‌های اجتماعی، شکل انحرافات و کج رفتاری‌های اجتماعی نیز دگرگون شده و همگام با تغییرات محیط بیرونی، شاهد بوجود آمدن انواع کج رفتاری‌های مدنی[1] نیز هستیم. امروزه با شکل‌گیری انواع سازمان‌ها و اداره‌ها جهت ارضای نیاز افراد، شاهد ناهنجاری‌های سازمانی و اصطلاحاً فساد اداری[2] به مثابه شکل جدیدی از انحرافات اجتماعی هستیم (گروس[3]، ۲۰۱۱؛ مویو[4]، ۲۰۱٤؛ سینزداک[5]، ۲۰۰۸؛ کمپل و گوریتز[6]، ۲۰۱٤).

از فساد تعاریف متعدد و متنوعی ارائه گردیده است. جان استون[7](۲۰۰۵) فساد را سوء استفاده از نقش عمومی یا خصوصی برای بهره‌برداری در جهت منافع شخصی می‌داند. کولینز و همکاران[8](۲۰۰۹)، فساد را اقدام به عملی ناسازگار که باعث تجاوز به حقوق دیگران شود، معرفی می‌کند. لانگ[9] (۲۰۰۸) اشاره دارد که پیگیری منافع فردی از طریق تخطی از قانون و انحراف منابع سازمانی جهت کسب سود شخصی است.

فساد، پدیده‌ای است که کم و بیش در کلیه کشورهای جهان وجود دارد، اما نوع، شکل، میزان و گستردگی آن در هر کشور متفاوت است؛ چرا که نتایج و پیامدهای آن نیز بنابر نوع سازمان، وضعیت سیاسی و اقتصادی و سطح توسعه یافتگی تفاوت دارد. فساد اداری، شکل‌های گوناگونی دارد و قانون شکنی‌های متعددی را در رابطه با فعالیت‌های مختلف دولت، شامل می‌شود. رایج‌ترین فساد اداری در قالب معضلات و ناهنجاری‌هایی همچون تبانی[10]، رانت‌جویی[11]، رشوه[12]، اختلاس[13]، پارتی‌بازی (تبعیض‌گرایی)[14]، اخاذی[15]، تقلب[16] و نظایر آن به صورت فردی، گروهی و سازمان یافته پدیدار می‌گردد که عوامل و زمینه‌های گوناگونی وجود دارند که می‌توانند موجب پیدایش و گسترش و ترویج فساد به صورت بالقوه و بالفعل شوند (مویو، ۲۰۱٤؛ گروس، ۲۰۱۱). فساد یک پدیده ناهنجار اجتماعی، سیاسی و اقتصادی است که امروزه گریبانگیر ورزش نیز شده است. اولین موارد ثبت شده فساد در ورزش به اولین دوره‌های المپیک[17] می‌رسد. همچنین در این دوران مواردی از فساد در مدیریت ورزش[18] و در بین برگزار کنندگان مسابقات ورزشی به ثبت رسیده است. با

1. Civil deviance
2. Administrative corruption
3. Gross
4. Moyo
5. Sinzdak
6. Campbell & Göritz
7. Johnston
8. Collins
9. Lange
10. Match-Fixing
11. Rent-Seeking
12. Bribery
13. Embezzlement
14. Favoritism
15. Extortion
16. Fraud
17. Olympic
18. Sport management

شـــکل‌گیری ســـازمان‌های ورزشی کوچک و بزرگ، در طی سال‌های اخیر و اهمیتی که این سازمان‌ها و منابع آن‌ها در سیاست‌های ورزشی دارند، فساد اداری در ورزش به عنوان یکی از شاخه‌های مهم فساد در ورزش، مانعی بزرگ است که سد راه کارایی و اثربخشی این سازمان‌ها می‌باشد و این خود دلیلی است که مدیران و تصمیم گیرندگان این سازمان‌ها را بر آن می‌دارد تا با این معضل مبارزه نمایند (ماینینگ[1]، ۲۰۰۵). جهانی شدن صنعت ورزش، منجر به یک فرایند تجاری بوســیله درآمدهای نهفته برای سهامداران، حامیان مالی، مسئولان دولتی (سیاسیون) و ورزشکاران شده است. این درآمد نهفته منجر به این شده است که بسیاری از ورزشکاران و مسئولان برای کسب سود و منفعت بیشتر، دچار ارتکاب فساد شوند (مسترز[2]، ۲۰۱۵).

در حال حاضر ورزش و تفریحات ســالم در کشــورهای توســعه یافته به عنوان یــک صنعت مهم و عامل اثرگذار در رشــد اقتصاد ملی مورد توجه اســت و یکــی از درآمدزاترین صنایع در قرن ۲۱ به شــمار می‌رود (الهــی و همکاران، ۱۳۸۸). داویر و همــکاران[3] (۲۰۰۰) نقل و انتقالات بازیکنان، صدور مربی، فروش بلیت، تبلیغات میادین ورزشــی، ایجاد امکانات و تأسیسات ورزشی، شرط‌بندی‌ها و جذب حامیان مالی را از جمله دستاوردهای صنعتی شدن ورزش عنوان می‌کند. همان طور که آشکار است سهم و ارزش صنعت ورزش در دنیا نشان دهنده آن است که کوچکترین غفلت از جمله فساد، بداخلاقی و ناهنجاری در این صنعت، صدمات جبران ناپذیری را به بار می‌آورد (گروس، ۲۰۱۱). گروس و چادویک[4] (۲۰۱۱) فســاد ورزشــی را هر عمل غیرقانونی و غیراخلاقی که در تلاش برای تحریف نتیجه یک مسابقه ورزشی باشد، تعریف می‌کنند. کوچان و گودییر[5] (۲۰۱۱) بیان داشــتند که وجود مبالغ هنگفت از ســرمایه در ورزش امروز جهت خرید و فروش بازیکنان، عقد قرارداد با حامیان مالی و خرید و فروش تیم و باشگاه‌های ورزشی و ساخت و ساز استادیوم‌ها نه تنها فرصت زیادی را برای کسب سودآوری فراهم می‌کند، بلکه بروز فساد را نیز اجتناب‌ناپذیر می‌کند.

هاگز و شانک[6] (۲۰۰۵) در تحلیل تأثیری که رسوایی در ورزش بر رفتار مصرف کننده‌ها می‌گذارد به این نتیجه رسیدند که رسوایی رخ داده توسط ورزشکاران آماتور تأثیر بیشتری نسبت به ورزشکاران حرفه‌ای بر عدم حضور مصرف کننده‌ها (ورزشکاران، حامیان مالی، تماشاگران و ...) در ورزش می‌گذارد. در زمینه پژوهش‌های صورت گرفته پیرامون فساد، زارع و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهش خود بیان نمودند که رسانه‌های جمعی ارتباط مستقیم و مثبتی با کنترل فســاد در ورزش فوتبال دارند و رســانه‌های جمعی با ارتقای شفافیّت فعالیت، در کاهش فساد نقش بسیار مؤثری ایفا می‌کنند- چرا که افزایش شفافیت رویه‌ها سبب افزایش مشارکت شهروندان و اطمینان از حقوقشــان در نحوه اداره سازمان‌های ورزشــی می‌گردد. همچنین، وجود مکانیسم‌های کنترل و نظارتی مناسب در درون باشــگاه‌ها جهت کنترل فســاد، برقراری سیستم کنترل مالی کارآمد برای ثبت قرارداد بازیکنان، توجه به آموزش‌های اخلاقی بازیکنان جوان، پرداخت به موقع حقوق بازیکنان را از جمله عوامل مؤثر در کنترل فساد در ورزش فوتبال عنوان نمود. قلی‌پور و همکاران (۱۳۸۵) در تحقیق خود به تشریح فساد، علل بروز و راه‌های کنترل آن می‌پردازند که مهم‌ترین عوامل داخلی بروز فساد اداری در سازمان‌های دولتی ایران را سطوح پرداخت‌ها و عدم شایسته سالاری و پر رنگ‌ترین عوامل خارجی فساد اداری را شفافیت و اثربخشی قوانین بر می‌شمارند. همچنین بیان می‌کنند که مهم‌ترین روش پیشگیری از فساد رسانه‌ها، آموزش و آگاهی بخش عمومی است. نجفی کلوری و

1. Maennig
2. Masters
3. Dwyer et al
4. Gorse & Chadwick
5. Kochan & Goodyear
6. Hughe & Shank

همکاران (۱۳۹۱) در پژوهش خود با عنوان "عوامل مؤثر بر بروز فساد در سازمان‌های ورزشی" به این نتیجه رسیدند که عوامل فرهنگی بیشترین نقش را در بروز و گسترش فساد اداری دارند و در بین روش‌های مختلف کنترل فساد اداری نیز خصوصی‌سازی، مهمترین روش کنترل شناخته می‌شود. رزاقی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی پیرامون فســاد اداری در فوتبال دریافتند که ویژگی‌های سازمانی (نبود امنیت شغلی کارکنان، وجود شبکه‌های غیررسمی وفقدان سازوکار کنترل مناسب)، عوامل اقتصادی (فقدان مزایای جنبی کارکنان، احساس نابرابری اقتصادی با سایر اقشار جامعه، نبود تناسب بین رشد تورم و نرخ رشد حقوق کارکنان)، عوامل فرهنگی (عدم پایبندی به موازین اخلاقی، قانون‌گریزی در فرهنگ جامعه کارکنان و خویشاوندسالاری)، ویژگی‌های فردی کارکنان (ریسک‌پذیری کارکنان، فقدان وجدان کاری و وجود روحیه فردگرایی) و قوانین و مقررات (پیچیدگی قوانین، ضعف کیفی قوانین و مقررات و بالا بودن کمیت قوانین و مقررات) به ترتیب بیشترین تأثیر را در بروز فساد در فوتبال داشتند. مسترز (۲۰۱۵) در پژوهش خود با عنوان "فساد در ورزش: از زمین بازی تا میدان سیاست"، به تشریح انواع فرایندهای فساد با استفاده از مدلTASP[1] پرداخت که شامل انواع روش‌های بروز فساد (رشوه‌خواری، تبانی، دوپینگ و ...) و انواع فعالیت‌های فســادانگیز مربوط به رفتارهای تماشــاچیان، پرسنل و داوران بود. همچنین، بخش‌های بروز فســاد (سطح بازی‌ها و نوع رشته ورزشــی) و مکان‌های بروز فساد (داخل زمین بازی و خارج از زمین بازی) را نیز مورد مطالعه قرار داده بود. وی، همچنین مهمترین مصادیق فساد در ورزش را تبانی در نتیجه بازی، دوپینگ، رشوه‌خواری جهت کسب میزبانی رویدادهای بزرگ و شرط‌بندی عنوان نمود. نصیف[2] (۲۰۱٤) در تحقیق خود با عنوان "فساد در ورزش" که به بررسی این معضل در ورزش لبنان پرداخت، به این نتیجه رسید که بحث فساد در ورزش این کشور به شدت تحت تأثیر نظام سیاسی این کشور است؛ بگونه‌ای که اگر در سایر بخش‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و ... فســاد وجود داشــته باشد، ورزش هم دچار این معضل می‌شود. زیت زویتز[3] (۲۰۱٤) در پژوهش خود با عنوان "آیا شــفافیت باعث کاهش پارتی بازی و فساد می‌شود: شواهدی از داوری اصلاحات در داوری اسکیت"، به این نتیجه رسید با توجه به تغییراتی که در قوانین داوری این رشته ایجاد شد، ولی باز هم فساد پارتی بازی (تعصب ملی گرایی) و خرید رأی داوران پس از این اصلاحات افزایش یافته است. تریسمن[4] (۲۰۰۰) در پژوهشی با عنوان "علل فساد: یک مطالعه ملّی" دریافت که پیچیدگی قوانین، عدم آشنایی با قوانین و کمبود قوانین از مهمترین عواملی است که با بروز فساد ارتباط دارد. سلدادیو و هان[5] (۲۰۰٦) در پژوهش خود با عنوان "عوامل مؤثر در بروز فساد: بررسی ادبیات و شواهد جدید" دریافت که ناکارآمدی کنترل و نظارت، فقدان امنیت شغلی، وجود روابط غیررسمی و پایین بودن پاداش از مهمترین عوامل سازمانی در ایجاد فساد در سازمان است. نوگارا[6] (۲۰۰۹) در پژوهش خود با عنوان "نقش رسانه در کنترل فساد؛ مطالعه موردی کشور اوگاندا" نشان داد که عدم پایبندی افراد جامعه به موازین اخلاقی، قانون‌گریزی و پارتی‌بازی مهمترین عوامل فرهنگی اثرگذار بر بروز فســاد هستند. امروزه، به گواه شواهد موجود، ورزش فوتبال پرطرفدارترین و محبوب‌ترین ورزش در عرصه بین المللی است تا جایی که بسیاری از کشورهای پنج قاره آن را در ردیف ورزش ملی خود محسوب می‌نمایند. لبریز بودن ورزشگاه‌ها و برخورداری رقابت‌ها از بینندگان چند صد میلیونی، فوتبال را به عنوان مردمی‌ترین ورزش جهان معرفی کرده است. همگام با افزایش تمایلات نسبت به این رشته ورزشی، تغییرات زیادی در فوتبال و امور مربوط

1.Type, Activity, Sector, Place
2. Nassif
3. Zitzewitz
4. Treisman
5. Seldadyo & Haan
6. Nogara

به آن بوجود آمده است تا جایی که فوتبال حرفه‌ای در بسیاری کشورها به صنعتی تمام عیار تبدیل شده است (الهی و همکاران، ۱۳۸۸). برایمو و همکاران[1] (۲۰۱۲) و دی رونکو و لاورگنا[2] (۲۰۱۵) اشاره داشتند که ورزش فوتبال به دلیل هیجان انگیز بودن و غیر قابل پیش‌بینی بودن، تجربه مستقیم همه افراد از این ورزش، فراگیربودن در همه اقشار و سطوح جامعه، وجود منابع مالی هنگفت و تبدیل شدن آن به صنعت و همچنین پوشش رسانه‌ای بی‌شمار نسبت به سایر ورزش‌ها از جایگاه ممتازی در بین مردم دنیا برخوردار است. لذا این ویژگی‌ها و تغییر ساختار فوتبال از یک ورزش و سرگرمی به یک صنعت پیچیده در ساختار اجتماعی باعث شده است که دست‌اندازی جهت بهره‌برداری از آن در بین مقامات و افراد سودجو منجر به ایجاد فساد و رسوایی در آن شود.

از اوایل دهه ۱۳۸۰ با سرازیر شدن حجم زیادی از منابع مالی به سوی ورزش- بخصوص در حوزه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای- کشور شاهد تغییراتی ساختاری، بویژه در صنعت فوتبال کشور بوده‌ایم. حضور پر شمار حامیان مالی جهت سرمایه‌گذاری در تیم‌ها و باشگاه‌های ورزشی، حضور پررنگ رسانه‌های ورزشی جهت پوشش اخبار ورزش و همچنین حضور تماشاچیان ورزشی وضعیت ویژه‌ای را در این حوزه رقم زده است. علیرغم جذابیت فوتبال برای تمامی اقشار مردم و حتی دولت‌مردان سیاسی، هم اکنون شاهد نارسایی‌ها و مشکلاتی از جمله وجود فساد در این رشته ورزشی بوده‌ایم. کاهش معیارها و موازین اخلاقی، کاهش منابع مالی سازمان‌های ورزشی (فدراسیون‌های ورزشی، تیم‌ها و باشگاه‌های ورزشی) به دلیل عدم شفافیت و نظارت بر منابع مالی، دخالت و حضورافراد سیاسی جهت بهره‌برداری از فوتبال در جهت منافع شخصی (حضور در انتخابات)، عدم تجربه و تخصص مدیران ورزش کشور، نقل و انتقال ورزشکار در تیم‌ها بدون اصل شایستگی (دلالی) و هرج و مرج در پرداخت هزینه‌ها، استفاده نامحدود و کنترل نشده از منابع مالی دولتی، عدم زیرساخت‌های لازم جهت اداره سیستماتیک ورزش کشور، انتصابی بودن مدیران فوتبال و عدم آشنایی و تخصص این افراد از فضای فوتبال و نحوه اداره آن و عدم امنیت در سرمایه‌گذاری در ورزش توسط حامیان و .... باعث ایجاد این معضل در ورزش کشور (فوتبال) شده است. البته برخوردهای قهر آمیزی با این فسادها صورت گرفته، اما گویا چندان جدی و کارساز نبوده و عزم و اراده جدی جهت برخورد با این معضلات وجود نداشته است (گزارش اصل نود، ۱۳۹٤).

این پژوهش بر آن است تا با اتکا بر آموزه‌های برگرفته از آرا و پیشینه پژوهش و با استفاده از نظرات صاحب‌نظران و مدیران حوزه ورزش کشور و فدراسیون فوتبال، عوامل بروز فساد در صنعت فوتبال کشور را روشن سازد. هدف اصلی این پژوهش، تدوین الگوی عوامل بروز فساد در صنعت فوتبال کشور با استفاده از نظریهٔ داده بنیاد بود.

روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر، کیفی[3] و از نوع نظریهٔزمینه‌یابی[4] (گرندد تئوری) بود. از پژوهش کیفی برای درک و تبیین پدیده‌های اجتماعی از طریق داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها، مستندات، مشاهده‌ها و... استفاده می‌شود. مرحله اول پژوهش به صورت مطالعات کتابخانه‌ای (مطالعه مقالات، کتب، اسناد، جراید و....) بود که به توصیف و تحلیل پژوهش‌های مرتبط با فساد در صنعت فوتبال اختصاص یافت. در مرحله دوم، از مصاحبه‌های[5] عمیق و

1. Buraimo et al
2. Di Ronco & Lavorgna
3. Qualitative Research
4. Grounded theory
5. Interviews

نیمه ساختارمند[1] با نخبگان و صاحب‌نظران آگاه برای یافتن و شناخت عوامل بروز فساد استفاده شد. پنج مرحله اساسی، ولی نه لزوماً متوالی که در مسیر پردازش یافته‌ها از آنها استفاده شد عبارت اند از: انتخاب نمونه‌ها، گردآوری داده‌ها، منظم سازی یافته‌ها، تجزیه و تحلیل یافته‌ها و ایجاد نظریه یا الگو (استراوس و کوربین، ۱۹۹۸).

جامعه آماری پژوهش را کلیه صاحب‌نظران سه حوزه علمی، اجرایی و ورزشی تشکیل می‌دادند که شامل کارشناسان و صاحب‌نظران رشته فوتبال (داوران، بازیکنان، اعضای هیئت علمی دانشگاه، مربیان و اصحاب رسانه) و مدیران باشگاه‌ها و فدراسیون فوتبال و وزارت ورزش بودند که بنا به پیشینه، تجارب و سوابق مدیریتی و اجرایی در حوزه ورزش و بخصوص فوتبال انتخاب شدند- این افراد به شرایط فوتبال کشور آگاهی و تسلّط کامل داشتند. در ادامه برای انتخاب نمونه از روش نمونه‌گیری هدفمند به صورت گلوله‌برفی[2] استفاده گردید که از طرح‌های نمونه‌گیری غیراحتمالی مورد استفاده در پژوهش‌های کیفی است.از آن جا که این روش انتخاب آگاهانه نمونه‌های خاص توسط پژوهشگر است، نمونه‌گیری تا جایی ادامه یافت که اطلاعات جدید، همان تکرار اطلاعات قبلی (اشباع نظری)بود و دیگر اطلاعات مفهومی جدیدی که نیاز به کد جدید یا گسترش کدهای موجود داشته باشد وجود نداشت. محقق در این پژوهش پس از انجام ۱۸ مصاحبه با ۱۷ نفر (با یکی از نمونه‌ها ۲ بار مصاحبه شد) به اشباع نظری رسید. مصاحبه شوندگان شامل ۵ نفر از مدیران وزارت ورزش و فدراسیون فوتبال، ۳ نفر از مربیان، ا نفر از مدیران عامل باشگاه،۲ نفر از داوران، ۲ نفر از بازیکنان که یکی از آنان بازنشسته بود، ۲ نفر از اصحاب رسانه و ۲ نفر از صاحب‌نظران حوزه فوتبال بودند.

نحوه بررسی روایی و پایایی پژوهش‌های کیفی با روش‌های پژوهش کمّی متفاوت است. محقق کیفی ضمن حضور در عرصه، داده‌های جمع‌آوری شده را از طرق مختلف با یکدیگر مقایسه می‌کند. بررسی و مقایسه مکرر داده‌ها، خود به تأیید و افزایش روایی آنها کمک می‌کند. احتمال کمی وجود دارد که دو نفر بتوانند به نظریه واحد برسند. با این حال عدم تکرارپذیری، انتقاد واردی به گراندتئوری نیست. به همین دلیل محققان کیفی بجای واژه اعتبار و روایی از واژه‌های «مقبولیّت»[3]، "انتقال‌پذیری"[4] و "تأییدپذیری"[5] استفاده می‌کنند که در این پژوهش تلاش گردید کلیه موارد رعایت گردد (پتینی و پارکر[6]، ۲۰۰۹).

تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی در قالب یک فرآیند کدگذاری سیستماتیک[7] شامل سه مرحله کدگذاری باز[8]، کدگذاری محوری[9] وکدگذاری گزینشی[10] منجر به ایجاد این الگو می‌شود. در کدگذاری باز، پژوهشگر با ذهنی باز به نام‌گذاری مفاهیم می‌پردازد. در مرحله بعد که "کدگذاری محوری" نامیده می‌شود، فرایند اختصاص کد به مفاهیم موجود در داده، از حالت کاملاً باز خارج می‌شود و شکلی گزیده به خود می‌گیرد. سومین مرحله، شامل کدگذاری انتخابی یا گزینشی است (استراوس و کوربین، ۱۹۹۰). در این مرحله، پژوهشگر به تکوین نظریه‌ای درباره رابطه میان مقوله‌های به دست آمده در الگوی کدگذاری محوری می‌پردازد. در حقیقت، این مرحله فرآیند یکپارچه‌سازی و بهبود نظریه است. در نهایت، با استفاده از تحلیل داده‌پردازی بنیادی داده‌ها، عمل تلخیص، دسته‌بندی و نتیجه‌گیری

1. Semi-structured
2. snowball sampling
3. Credibility
4. Transferability
5. Dependability
6. Pitney & Parker
7. Coding systematic
8. Open coding
9. Axial coding
10. Selective coding

از یافته‌ها انجام می‌شود. در این روش، تصمیمات خاص نمونه‌برداری در خلال پژوهش شکل می‌گیرد و مستلزم جمع‌آوری و تحلیل همزمان و زنجیروار داده‌هاســت. معیار قضاوت در مــورد زمان توقف نمونه‌برداری نظری، "کفایت نظری" مقوله‌ها یا نظریه‌هاست؛ بدین معنی که اطمینان حاصل می‌شود که هیچ چیز در یک مقوله باقی نمانده و به کفایت رسیده است (بازرگان، ۱۳۹۳). در این پژوهش، با انجام مصاحبه‌هایی نیمه ساختاریافته، ضمن معرفی الگوی مورد نظر به انجام مصاحبه با گروه‌های نمونه و سپس کدگذاری و استخراج نتایج پرداخته شد.

یافته‌های پژوهش

در جــدول ۱ توصیف مختصری از ویژگی‌های جمعیت‌شــناختی نمونه‌های بخش کیفی پژوهش در قالب جنسیّت، سن، سطح تحصیلات، رشته تحصیلی، سابقهٔ فعالیت و حوزه فعالیت آنان (داوران، بازیکنان، مربیان، مدیران عامل، اصحاب رسانه، صاحب‌نظران و مدیران ستادی وزارت ورزش و فدراسیون فوتبال) ارائه گردید:

جدول ۱: توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصاحبه شوندگان

کد مصاحبه شونده	جنسیّت	سن	سطح تحصیلات	رشته تحصیلی	سابقهٔ فعالیت	حوزه فعالیّت						
						مدیران وزارت ورزش و فدراسیون	صاحب نظران	اصحاب رسانه	مدیرعامل	مربیان	بازیکنان	داوران
P1	مرد	۴۲ سال	کارشناسی ارشد	مدیریت ورزشی	۲۵ سال	–	–	–	–	–	–	×
P2		۵۶ سال	دانشجوی دکتری	مدیریت ورزشی	۲۹ سال	×	–	–	–	–	–	–
P3		۴۱ سال	کارشناسی ارشد	مدیریت ورزشی	۱۷ سال	–	–	–	–	×	–	–
P4		۵۶ سال	دکتری	مدیریت سیاست دفاعی	۲۱ سال	×	–	–	–	–	–	–
P5		۷۲ سال	کارشناسی	ادبیات آلمانی	۴۴ سال	–	×		–	–	–	–
P6		۳۷ سال	دکتری	مدیریت ورزشی	۷ سال	–	×	–	–	–	–	–
P7		۴۰ سال	کارشناسی ارشد	مدیریت صنعتی	۱۸ سال	–	–	–	–	–	×	–
P8		۴۴ سال	کارشناسی ارشد	مدیریت ورزشی	۲۰ سال	–	–	–	×	–	–	–
P9		۳۲ سال	کارشناسی	عمران	۱۱ سال	–	–	×	–	–	–	–
P10		۶۰ سال	کاردانی	مدیریت ورزشی	۳۶ سال	–	–	–	–	×	–	–
P11		۵۱ سال	عالی حوزوی	حوزوی	۲۱ سال	×	–	–	–	–	–	–
P12		۶۸ سال	کارشناسی	ادبیات فارسی	۳۵ سال	–	–	–	–	×	–	–
P13		۵۵ سال	کارشناسی ارشد	مدیریت ورزشی	۳۰ سال	–	–	–	–	–	–	×
P14		۵۴ سال	کارشناسی ارشد	جامعه شناسی	۲۷ سال	×	–	–	–	–	–	–
P15		۵۱ سال	دکتری	حقوق بین‌الملل	۲۴ سال	×	–	–	–	–	–	–
P16		۳۸ سال	کارشناسی	مدیریت صنایع	۲۲ سال	–	–	–	–	–	×	–
P17		۳۷ سال	کارشناسی ارشد	مدیریت رسانه	۱۷ سال	–	–	×	–	–	–	–
P18		از P2 دو بار مصاحبه گرفته شد										

بر اساس رهیافت سیستماتیک استراوس و کوربین (۱۹۹۸)، کدگذاری باز، محوری و گزینشی انجام گرفت که در جدول ۲ این فرایند کدگذاری پیرامون عوامل بروز فساد در صنعت فوتبال ایران آورده شده است. پس از شروع فرایند کدگذاری، کدگذاری باز با تجزیه مجموعه گردآوری شده به کوچکترین جزء مفهومی انجام گرفت. در کدگذاری باز که متون مصاحبه به صورت تایپ شده بود، بارها و بارها خوانده و داده‌ها به نشان‌ها تبدیل شد- تعداد کدها در این مرحله ۸۵۶ کد بود. در مرحله بعد، نشان‌های (گویه‌ها) مشابه شناسایی و با عنوان یک مقولهٔ فرعی (مؤلفه‌ها) طبقه‌بندی شدند. در مرحلهٔ بعد، مقوله‌های فرعی به زیرمجموعه‌های انتزاعی‌تری به نام مقوله‌های کلی (مفاهیم) دسته‌بندی شدند که با برقراری پیوند میان آنها الگوی پژوهش ترسیم گردید. در جدول ۲ نشان‌ها (گویه‌ها)، مقوله‌های فرعی (مؤلفه‌ها) و مقوله‌های کلی (مفاهیم) حاصل از کدگذاری‌ها نشان داده شده است.

جدول۲: کدگذاری گزینشی، محوری و باز عوامل بروز فساد در صنعت فوتبال ایران

مدل زمینه‌ای	مقوله‌های کلی (مفاهیم)	مقوله‌های فرعی (مؤلفه‌ها)	ابعاد و ویژگی‌ها (گویه‌ها)
شرایط علّی	ضعف اصول مدیریتی	انتصابی بودن مدیران/ فقدان شایسته سالاری/ فقدان ثبات مدیران/ عدم شفافیت و پاسخگویی/ ناآشنایی/بی‌برنامگی/ عدم استانداردسازی/عدم تخصص‌گرایی/سبک مدیریتی/سوء تدبیر در تصمیمات/ابهامات مالی/عدم تسلّط‌پذیری/ مسئولیت‌گریزی	ابهام در انتصاب/ عدم ارتقا در سلسله مراتب شغلی/ خویشاوندپروری و نوچه‌گرایی در انتصاب/ عدم وجود معیارهای صلاحیت/ پارتی‌بازی/ وجود افراد فاقدصلاحیت/ عدم پاکی و صداقت مدیران/ تغییرات مداوم مدیران، تغییرات مداوم هیئت مدیره و هیئت رئیسه/ مدیران ثابت و چرخشی/ عدم پاسخگویی/ عدم شفافیت قوانین/ عدم شفافیت مالی و بودجه‌ای/ ناآشنایی با قوانین ورزشی/ ناآشنایی با روند جذب بازیکن/ عدم شناخت محیط فوتبال/ عدم ایجاد زیرساخت/ نتیجه‌گرایی/ عدم توجه به اساسنامه/ اتلاف سرمایه و منابع/ فقدان آینده‌نگری و نقشه راه/ پروژه‌ای اداره شدن باشگاه/ عدم ثبات برنامه‌ها/ عدم بخش‌بندی هزینه‌های فوتبال/ عدم رعایت باشگاه‌داری حرفه‌ای/ تداخل وظایف/ فرایند نادرست ورود بازیکنان/ مدیران غیر فوتبالی/ ضعف فنی بازیکنان و مربیان/ غیر دموکراتیک بودن انتخابات/ فقدان مدیریت مشارکتی در تصمیمات/ سبک مدیریت اقتدارگرا/ شلختگی تصمیم‌گیری/ تصمیمات عجولانه و غیرکارشناسی/ دخالت مدیران در انتصاب ارکان انضباطی/ فقدان درآمدزایی مشخص/ ساختار اقتصادی معیوب/ بی‌انضباطی مالی/ مکلف بودن مدیران به هزینه‌کرد/ عدم اقتدار و جرأت مدیران/ هیئت مدیره ضعیف و منفعل/ ناکارآمدی در سازماندهی/ ترس از برکناری و بدنامی مدیران/ تفویض اختیار خارج از مسئولیت/ کاهش آستانه تحمل مدیران/ عدم استقلال کاری/ بی‌تعهدی و عدم مسئولیت‌پذیری در انجام وظایف/ عدم تلاش و دغدغه برای درآمدزایی

شرایط زمینه‌ای	خلأ قوانین/ انگیزه مالی/ رسانه‌ها/ مجامع تصمیم‌گیری/ نقل و انتقالات/ معیارهای رفتاری/ شفافیت فرایندها	نقص قوانین درونی/ عدم جامعیت قوانین عمومی/ عدم پایبندی به قوانین بین‌المللی/ انتفاع سودجویانه از فوتبال/ فساد مالی/منفعت‌طلبی/فقدان فرایند استعدادیابی/ عدم تعهد شغلی/ درآمدزایی نامشروع/ عدم حمایت و پشتیبانی/ نحوه اداره/ عدم اطلاع رسانی/ عدم قانون‌گذاری/ فقدان نظارت و ارزیابی/ عدم کنترل صحیح/ واسطه‌گری/ عدم پایبندی/ عدم شناخت/ فقدان اخلاق‌مداری/ بی‌عدالتی/ نارسایی اقتصادی/ فقدان مدیریت اداری/موانع حقوقی/ فقدان آموزش و آگاهی/ عدم بازدارندگی قانونی	عدم روزآمدی قوانین/ تمرّد و خلأ قانونی/ قانون‌گریزی و سوء استفاده از قانون/ اجرای سلیقه‌ای قانون/ تغییرات مداوم قوانین/ فقدان نظام بانکی کارآمد/ فقدان نظام مالیاتی کارآمد/ عدم توجه به قوانین فیفا/ سندسازی جعلی مالی و تجاری/ بهره‌برداری سیاسی از ورزش/ رانت‌خواری از قدرت سیاسیون/ عدم تمایل به خصوصی‌سازی/ پول‌شویی/ اختلاس/ دلالی/ فقر مالی بازیکنان/ عقد قراردادهای زیان‌آور/ عدم توجه به معیشت داوران/ تبانی/ اخاذی/ رشوه/ غیر واقعی بودن قراردادها/ بهره‌برداری اقتصادی/ شهرت طلبی/ قدرت طلبی/ ایجاد پایگاه اجتماعی/ عدم تعصب بازیکنان به باشگاه/ مقام پرستی مدیران، ارتباط مربیان و بازیکنان به باندهای قدرت/ عدم استراتژی و خودرو بودن سیستم استعدادیابی/ فقدان قوانین استعدادپروری/ ارتباط عاطفی و جانبدارانه از تیم‌ها/ عدم توانایی مالی رسانه‌ها/ برخورد کلیشه‌ای با تخلفات/ وارونه نشان دادن تخلفات/ رانت‌جویی و سهم‌خواهی رسانه‌ها از فوتبال/ از بین رفتن نقش نظارتی/ فقدان انگیزه کمک/ کسب در آمد بیشتر/ جذب مخاطب بیشتر/ عدم حمایت قوه قضاییه/ عدم اهمیت رسانه توسط دولت‌مردان/ منزوی شدن رسانه‌ها/ از بین رفتن روحیه پرسشگری/ فقدان مالکین آشنا و متخصص به ورزش/ نتایج، ملاک ارزیابی مدیران/ کثرت اصحاب رسانه در فوتبال/ عدم انعکاس اخبار/ ترس از افشاسازی حقایق/ عدم تصویب به موقع بودجه و هزینه‌ها/ عدم وجود دبیرخانه مجمع عمومی/ فقدان کمیته وضعیت بازیکنان/ بی‌قاعده بودن دستمزد بازیکنان/ فقدان کمیته‌های تخصصی مجمع/ فقدان سیستم کارگزاری/ فقدان طرح جامع باشگاه‌داری/ نقش منفعلانه و تأثیرگذار هیئت رئیسه/ بی‌توجهی به پیامدهای تصمیمات در مدیران/ فرمالیته بودن مجمع و بی‌کفایتی اعضا/ عدم ارزیابی عملکرد/ عدم وجود مجمع باهوش و متخصص/ عدم وجود بازرس مستقل و قانونی/ عدم جامعیت مجمع/ ایجاد نشدن اتاق ممیّزی صلاحیت‌ها/ انتقالات تابع سیستم دلالی/ جولان بازیکنان بی‌کیفیت/ زیاد بودن زمان نقل و انتقالات/ تخریب ذهن مدیران در نقل و انتقالات/ قرارداد کوتاه مدت بازیکنان/ عدم احساس تعلق به باشگاه/ جابه جایی مداوم بازیکنان/ عدم دریافت کامل مطالبات بازیکنان/ ناآشنایی به فرایند جذب بازیکن/ عدم بررسی شرایط بازیکنان خارجی/ عدم رعایت بازی جوانمردانه مالی/ چاپلوسی ماهرانه و خلاقیت مخرب برای حفظ سمت/ کتمان تخلفات از افکار عمومی/ احساس تعلق مسئولان به برخی باشگاه‌ها/ عدم صداقت و پاکدستی مدیران/ سوء استفاده از ناآشنایی مدیران/ احساس امنیت متخلفان، انحصاری شدن نیمکت مربیگری/ مصلحت اندیشی در صدور احکام/ رانتی بودن انتصاب مدیران/ عدم تناسب جرم با مجازات/ عدم رشد متناسب دستمزد ارکان فوتبال/ ابهامات مالی و عدم حسابرسی صورت‌های مالی/ فقدان سیستم اسپانسرشیب/ فقدان منابع درآمدی پایدار/ قیمت بالای بازیکنان بی‌کیفیت/ دوشغله بودن/ عدم فرایند صحیح اداری/ عدم پویایی و خردورزی مدیران باشگاهی/ مشخص نبودن مالکیت باشگاه/ فقدان سیستم ارزیابی ونرخ گذاری بازیکنان، عدم توجه به عملکرد در عزل و نصب‌ها/ عدم تفکیک بازرس قانونی از حسابرس/ کمرنگ بودن نقش نهادهای صنفی؛ کانون مربیان، بازیکنان/ عدم تصویب آئین‌نامه نقل و انتقالات/ عدم پرداخت حق پخش فوتبال/ ضعف محیط حقوقی فوتبال/ عدم ظرفیت‌سازی مالی و فرهنگی بازیکنان/ عدم توجه به تجارب پیشکسوتان، عدول نهادهای فرهنگی/ عدم ضمانت اجرایی احکام/ کارآمد نبودن رکن قضایی/ آستانه تحمل بالا نسبت به تخلفات مدیران.
شرایط مداخله‌گر	تداخل وظایف/ عدم اراده فساد ستیزی/ عدم هماهنگی	تداخل وظایف درون سازمانی/ تداخل وظایف برون سازمانی/ عدم اراده فساد ستیزی فردی/ عدم ارادهٔ فسادستیزی سازمانی/ عدم هماهنگی بین سازمانی/ عدم هماهنگی درون سازمانی/ کمبود قوانین	دخالت ارکان ورزش در کار یکدیگر/ عدم نظارت مؤثر و کارکردی/ عدم تحقق سیاست‌های اصل ٤٤/ عدم پیروی از اسناد بالادستی/ اعمال نفوذ از سوی کانون‌های قدرت/ توانایی سیاسیون در جذب منابع مالی/ موقعیت‌سازی سیاسیون برای آینده/ عدم اعتقاد حاکمیت به فوتبال به عنوان خدمت اجتماعی/ فساد رسانه‌ها/ اخاذی از بازیکنان فاقدکیفیت/ عدم امنیت رسانه/ عدم جدیت قوه قضاییه/ اولویت نداشتن فوتبال/ عدم هم‌افزایی دستگاه‌های ذیربط/ عدم‌مسئولیت‌پذیری رسانه/ فقدان تجربه مثبت خصوصی‌سازی/ عدم تعامل مطلوب ارکان فوتبال/ عدم انسجام و وحدت رویه ارکان فوتبال/ عدم توجه مجلس به قانون‌گذاری/ عدم تصویب بودجه لازم/ سوء استفاده سایر سازمان‌ها از فوتبال

راهبردها	فرهنگ‌سازی/ حقوقی/ مالی/ سازماندهی/ خردجمعی	آموزش تخصصی/ آموزش عمومی/تدوین قوانین ارتقا/ ایجاد نظارت و ارزیابی/ برخورد قضایی با تخلّف/ مالی مدیریتی، مالی فردی/ ایجاد ساختار/ کاهش انحصار طلبی/ تصمیم‌گیری مشارکتی/ برنامه‌محوری	کسب مهارت‌های سه‌گانه مدیران (فنی، ادراکی، انسانی)/ شایسته سالاری در انتصابات/ بکارگیری متخصصان و پیشکسوتان/سازندگی جایگزین نتیجه‌گرایی/توجیه مسئولیت‌های آگاهانه و پاسخگویی مدیران/ ایجاد سیستم یکپارچه استعدادیابی / آزادی عمل رسانه‌ها در گردش اطلاعات/ حساس کردن افکار عمومی و جامعه/ ایجاد فرایندهای شفاف/ فرهنگ‌سازی از طریق توسعه رفتارهای مطلوب / تولید و روزآمدی قوانین/ تک‌شغله بودن/ احیای قدرت هیئت رئیسه/ استقلال ارکان انضباطی و قضایی فوتبال/ بازنگری اساسنامه/ تدویج شرح وظایف ارکان فوتبال/ تدوین آئین‌نامه جامع باشگاه‌داری/ قانون‌مداری/ کانال‌های قانونی جذب بازیکن/ گزینش ارکان قضایی در مجمع/ بالا بردن نظارت اجتماعی/ نظارت دقیق مجمع عمومی/ توجه به انتصاب رؤسای هیئت‌های استانی/ افزایش توجه به لیگ‌های پایین‌تر/ کنترل بر صدور احکام انضباطی/ سیستم جامع نظارتی در باشگاه و سازمان لیگ/ ایجاد پلیس فوتبال، هم‌افزایی فدراسیون با مراجع قضایی/ شرح وظایف نهادهای نظارتی و قضاوتی/ تفکیک تخلفات فوتبالی و عمومی / رعایت کپی رایت/ اخذ مالیات متناسب و نظامند/ اصلاح ساختار مالی/ ایجاد مکانیزم هزینه- فایده/ دید راهبردی به درآمدزایی / تامین مالی داوران فوتبال/ بیمه‌های ارکان فوتبال/ ایجاد کمیته وضع بازیکنان سازماندهی مدیران برنامه‌های مجوزدار/ احیای کانون مربیان و بازیکنان/ ایجاد سازمان کنترل مالی باشگاه‌ها/ تشکیل کمیته فنی/ استفاده از قدرت سیاسیون/ احراز شرایط حرفه‌ای مدیران و مربیان/ تجربه کاری مدیران/ تخصص‌گرایی/ تجاری‌سازی فوتبال/ تفکیک فرایندهای اداری داوران / نقش سیاست‌گذاری/ باورپذیری حاکمیت به خصوصی‌سازی/ مشارکت ذینفعان در تصمیم‌گیری/ هم‌افزایی دستگاه‌های ذیربط/ تدوین چشم انداز/ الگوبرداری از کشورهای پیشرو
پیامدها	توسعه و پیشرفت	جنبه فوتبالی و فنی/ جنبه اجتماعی	بدست آوردن کرسی‌های بین المللی/ افزایش حضور هواداران/ افزایش سرمایه اجتماعی/ کاهش هزینه و بدهی باشگاه‌داری/ افزایش ظهور نوابغ، افزایش سرمایه‌گذاری بخش خصوصی/ از بین رفتن بازیکن‌سالاری/ افزایش جذابیت و کیفیت بازی‌ها/ احیای باشگاه‌های سازنده/ توسعه زیرساخت‌ها/ کاهش تخلفات/ افزایش شایسته‌سالاری/ کاهش شکایات و محکومیت در مراجع ملی و بین‌المللی/ جلوگیری از اتلاف منابع و سرمایه/ واقعی بودن نتایج/ توسعه و پیشرفت صنعت فوتبال/ جلوگیری از افزایش حبابی قیمت بازیکنان/ بهبود وجه فوتبال در سطح ملی و بین المللی/ کاهش فرهنگ پول‌پرستی/ توسعه ورزش حرفه‌ای/ افزایش ارزش برند لیگ/ افزایش لژیونرهای فوتبال/ آرامش اجتماعی/ لذت از تماشای فوتبال/ افزایش انگیزه مشارکت عمومی/ افزایش اعتماد عموم

انجام مراحل کدگذاری، پژوهشگر را به مقولهٔ محوری این پژوهش که رهاسازی اخلاقی، بی‌تعهدی و مسئولیت‌گریزی، عدم تعامل و هم‌افزایی با بین‌سازمانی و فراهم نبودن محیط قانونی و حقوقی رسانید. سایر مقولات نیز ساماندهی شده و مدل پارادایمی حاصل گردید.

شکل ۱: عوامل شکل‌دهنده بروز فساد در صنعت فوتبال ایران

همانطور که در شکل ۱ مشاهده می‌شود، شرایط علّی بروز مقولهٔ محوری ضعف اصول مدیریتی مدیران فوتبال بود. شرایط مداخله‌گر (تأثیرگذار) نیز دربرگیرنده کوتاهی نهادهای فرهنگی و عدم تعامل آنان با دست‌اندرکاران فوتبال جهت مبارزه با فساد بود. همچنین، شرایط زمینه‌ای مربوط به عدم کارکرد مناسب ارکان فوتبال در زمینه ضعف قوانین، عدم شفافیّت فرایندهای اداری و ... در زمینه پیشگیری از بروز فساد بود. راهبردهای مؤثر نیز فرهنگ‌سازی، تقویت محیط قانونی و حقوقی و بکارگیری سبک‌مدیریتی مشارکتی بود که می‌تواند توسعه و پیشرفت فوتبال چه در حوزه فنی و چه در حوزه اجتماعی را به ارمغان آورد.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش حاضر نشان داد که مهمترین و اصلی‌ترین شرایط علّی اثرگذار بر وقوع فساد در صنعت فوتبال ایران ضعف اصول مدیریتی مدیران فوتبال بود؛ چرا که انتصابی بودن مدیران به جای انتخابی بودن آنان بدون در نظر گرفتن تخصص و شایستگی شغلی آنان، بی‌ثباتی مدیران و تغییرات مداوم، عدم آگاهی و شناخت محیط فوتبال و فقدان برنامه‌محوری مدیران که ریشه در جابه جایی و تغییرات مستمر آنان داشت و اتخاذ تصمیمات اشتباه و عدم احاطه کامل بر محیط تحت مدیریت خود که از عدم تخصص آنان نشات می‌گرفت، از جمله علل اصلی بروز فساد بود. باید توجه داشت که حوزه ورزش همانند سایر حوزه‌ها باید مدیرانی با تخصص و شایستگی مرتبط داشته باشد، زیرا فوتبال مُدرن امروزی در کلیه ابعاد بویژه در بُعد مدیریتی دچار تغییرات شگرفی شده که این امر در کشور ما مغفول مانده است. این یافته با نتایج نوگارا[1] (۲۰۰۹)، مسترز (۲۰۱۵)، سلدادیو[2] (۲۰۰۶)، زویتر[3] (۲۰۱٤)، تریسمن (۲۰۰۰)، رابل و کالمن[4] (۲۰۰۸) و پینتو

1. Nogara
2. Seldadyo
3. Zitzewitz
4. Rabl & Kühlmann

(۲۰۰۸) همخوانی داشت. بریور و همکاران[1] (۲۰۰۷) یکی از عوامل مهم فساد در کشورهای آسیایی را پایین بودن دموکراسی یافتند، چرا که اگر انتخاب‌ها بر اساس شایستگی و تخصص باشد می‌توان از بروز فساد از طریق انتصاب جلوگیری و پیشگیری نمود. پینتو و همکاران[2] (۲۰۰۸) بیان می‌کنند زمانی که در سازمان شرح وظایف و تفکیک فعالیت‌های افراد یا بخش‌ها وجود ندارد، زمینه برای بروز سوء استفاده در افراد سازمان ایجاد می‌شود. پاساک[3] و همکاران (۲۰۰۷) معتقد اند که بین میزان فساد و میزان وجود نهادهای غیردموکراتیک ارتباط وجود دارد و هر چه تعداد نهادهای غیردموکراتیک در جامعه بیشتر باشد، فساد در آن زمینه بروز و قابلیت رشد بیشتری پیدا می‌کند. به بیان دیگر، دموکراسی مستلزم پاسخگویی و مسئولیت‌پذیری است و نظام‌های دموکرات که سازوکارهای پاسخگویی و شفافیت را در سطوح مختلف پدید می‌آورند، تداوم شبکه فساد اداری را برای درازمدت با دشواری مواجه می‌سازند. بطور کلی نتایج این پژوهش کیفی بیانگر آن بود که سیاسیون، فوتبال را به عنوان یک سرگرمی و نه یک صنعت می‌پندارند. لذا پُست‌های مدیریتی تخصصی و کلیدی ورزش که عرصه تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی در سطح ملی و بین‌المللی می‌باشد را به افرادی واگذار می‌کنند که فاقد برخورداری از شایستگی‌های عملی، علمی، مدیریتی و ظرفیت‌های متناسب با مسئولیت‌های محوّله اند. شکی نیست که گرانیگاه و منشأ فساد از همین نقطه آغاز می‌گردد و به تعبیری می‌توان گفت که بخش عظیم و قابل توجهی از شیوع فساد در صنعت فوتبال ایران تابعی از عدم توانمندی مدیرانی است که احاطه به محیط فوتبال و حیطه کاری در مسئولیت محوله را ندارند. به نظر می‌رسد که گزینش‌های صرفاً اخلاقی، عقیدتی، عاطفی، قومی و رابطه محور، بنیان‌های سلامت اداری در صنعت فوتبال را در معرض خطر جدی قرار داده است که نیازمند توجه جدی حاکمیّت و سیاست‌گذاران است.

از جمله شرایط زمینه‌ای (بسترساز) بروز فساد، ضعف قوانین داخلی موجود در فوتبال بود که باعث اجرای سلیقه‌ای قانون، فقدان نظام مالیاتی کارآمد برای پرداخت مالیات و سندسازی جعلی مالی و تجاری برای کسب مجوّزهای بین‌المللی از سوی فیفا بود. فاصله گرفتن رسانه‌ها از رسالت اصلی خود و تبدیل نقش نظارتی آنان به نقش‌های اجرایی همچون دلالی، تخریب یا حمایت عامدانه از بازیکنان یا تیم‌های خاص و از بین رفتن نقش اثرگذار مجمع عمومی فدراسیون به عنوان مهمترین رکن نظارت و کنترل فوتبال، از جمله عوامل زمینه‌ساز بروز فساد بود. وضع قوانین جامع در فوتبال از قبیل قانون نقل و انتقالات که باعث بیشترین مصادیق فساد در این بخش از دیدگاه صاحب‌نظران بود و حمایت‌های نهادهای قانون‌گذار همچون مجلس شورای اسلامی در تصویب قوانین حمایتی از حقوق فوتبال نظیر دریافت حق پخش تلویزیونی و .. می‌تواند در سازماندهی و استقلال مالی فوتبال و کوتاه شدن دست سیاسیون و افراد غیرمتخصص در فوتبال راه گشا باشد. ورود بی‌ضابطه و بدون هدف‌گذاری مشخص برخی رسانه‌های ورزشی دارای مدیران با تحصیلات غیر مرتبط با حوزه ورزش و فرمایشی شدن نقش مجمع عمومی فدراسیون- به دلیل منصوب‌گونه بودن رؤسای هیئت‌های استانی که حائز بیشترین درصد اعضاء هستند و عدم جامعیت مجمع- سبب شده که آنها قادر به انجام صحیح وظایف خود در این نهاد تصمیم‌گیری نباشند. این یافته با نتایج بریور و همکاران[4] (۲۰۰۷) که سلیقه‌ای اجرا شدن قوانین، مسترز (۲۰۱۵) منفعت‌طلبی مالی، مایسون و همکاران[5] (۲۰۰۶)، رازقی و همکاران (۱۳۹۳) و تریسمن (۲۰۰۰) که پیچیدگی قوانین و عدم آشنایی با قوانین و کمبود قوانین را از عوامل بروز

1. Brewer et al
2. Pinto et al
3. Pathak et al
4. Brewer et al
5. Mason et al

فساد بیان نمودند، همخوانی داشت.

عــدم نظــارت مؤثر و کارکردی وزارت ورزش بر وضعیت فوتبال از طریق دخالت مســتقیم و نه از طریق بخش‌های تابعه خود همچون هیئت‌های اســتانی و عدم پیروی از قوانین بالادستی توسط فدراسیون به بهانه مستقل بودن اساسنامه، اعمال نفوذ سیاسیون و دولت‌مردان در تغییر آرا و احکام فدراسیون، توانایی سیاسیون در کسب منابع مالی برای فوتبال که زمینه را برای حضور آنان در فوتبال فراهم می‌آورد از جمله عوامل تأثیرگذار (مداخله‌گر) بود. همچنین، عدم ارادهٔ جدی برای مبارزه با فساد در فوتبال توسط رسانه‌های فعال در این حوزه و دخیل شــدن آنان به واســطهٔ سود مالی کلان و عدم توجه مالی و معنوی دولت به این حوزه و عدم جدّیت ارکان قضایی کشــور در برخورد با تخلّفات و بالا بودن آســتانهٔ تحمل آنان در برخورد با تخلّفات در ورزش از جمله دیگر عوامل اثرگذار بود. باید گفت که نهادهای فرهنگی جامعه از جمله: حوزه‌های علمیّه، آموزش و پرورش، وزارت علوم، شورای عالی انقلاب فرهنگی و ... نقش خود را در امر توجه و برنامه‌ریزی مناسب برای توسعه ورزش به خوبی انجام نمی‌دهند و نسبت به آن بی‌توجه هستند. علاوه بر این، عدم تعامل‌ورزی در بین ســازمان‌ها جهت برخورد و مبارزه با فســاد از جمله دستگاه‌های قضایی و رسانه‌ها و مسئولان فوتبال در پایین‌ترین حد ممکن اســت که این یافته‌ها با نتایج نصیف[1] (۲۰۱٤)، زارع و همکاران (۱۳۹۵) و ابزری و فغانی (۱۳۹۲) همخوانی داشــت. اســکات[2] (۲۰۱۳) بیان نمود که رســانه‌ها با آگاهی بخشی به جامعه، سطح دانش آنها را افزایش می‌دهد و این منجر به تغییر در نگرش افراد نسبت به فساد را در ورزش منجر می‌شود. لذا رســانه‌های ورزشــی اگر به صورت کارشناسی عمل کنند موجب جذب مشارکت و ارتقای سطح آگاهی و عملکرد مخاطبان در زمینه فســاد ورزشــی می‌گردند. ابزری و فغانی (۱۳۹۲) سیاست‌زدایی از نظام اداری، نظارت و بازرســی به موقع و بهبود و جلب حمایت‌های سیاســی و ملزم کردن دستگاه‌ها به پاسخگویی را از عوامل مقابله با فساد بیان نمودند. این طور به نظر می‌رسد که نوع نظارت و کنترل وزارت ورزش بر عملکرد فدراسیون فوتبال از طریق هیئت‌های استانی، تسهیل و ترغیب بخش خصوصی به حضور در سرمایه‌گذاری در این صنعت، منع حضور افراد غیرمتخصص و سیاسی در فوتبال و ایجاد انگیزه در متخصصان و پیشکسوتان و توجه ویژه و به موقع دستگاه‌های نظارتی و قضایی در برخورد با تخلفات و بی‌قانونی‌ها و حمایت از رسانه‌ها در افشاسازی حقایق و سازماندهی آنان از مواردی است که می‌تواند در جهت کمک به پیشگیری و بروز فساد در صنعت فوتبال مثمرثمر باشد.

از جملــه راهبردهــای لازم جهت از بین بردن فســاد در صنعت فوتبال فرهنگ‌ســازی از طریق بکارگیری مدیران متخصص و شایســته و توجیه مســئولیت‌های آنان، گردش آزاد اطلاعات توســط رسانه‌ها و افشای تخلفــات رخ داده در ورزش، رفــع نقص قوانین در فوتبال از طریق تولید قانون توســط نهادهای قانون‌گذار، افزایش نظارت اجتماعی، تشکیل پلیس فوتبال متشکل از قوه قضاییه، نیروهای امنیتی و ارکان قضایی فوتبال، اصلاح ســاختار مالی و ایجاد زمینه ورود بخش خصوصی و حمایت از این بخش، افزایش متناســب دستمزد ارکان فوتبال از قبیل داوران، اصلاح ســاختار فدراسیون فوتبال و ایجاد کمیته وضع بازیکنان جهت رسیدگی بــه وضعیت بازیکنــان و باورپذیری حاکمیّت و دولت‌مردان به حضور بخش خصوصی و بکارگیری ســبک تصمیم‌گیری مشــارکتی توسط مدیران با حضور کلیه ارکان فوتبال (هیئت‌های استانی، مربیان، بازیکنان و ...) در تصمیم‌سازی برای فوتبال و برنامه‌محور بودن مدیران با دارا بودن ثبات جایگاه شغلی بود. حسنی و شمس (۱۳۹۱) شــفافیت‌گرایی، ترویــج فرهنگ وظیفه‌گرایی و احیای حس مســئولیت‌پذیری را از عوامل مبارزه با

1. Nassif
2. Scott

فساد بیان کردند. دایک[1] (۲۰۰۸)، از جمله راهکارهای کنترل فساد را اعمال نظارت عمومی از طریق رسانه‌ها و مطبوعات می‌داند. گودرزی و همکاران (۱۳۹۰) تدوین قوانین و مقررات کارآمد، آشـــنایی ارباب رجوع با قوانین و مقررات را از عوامل کنترل فســـاد اداری در ســـازمان‌های ورزشـــی بیان نمودند. گورسه و چادویک[2] (۲۰۱۱) دریافتند که علیرغم قهرمانی تیم ملی ایتالیا در جام جهانی در ســـال ۲۰۰۶ به دلیل تبانی رخ داده در لیگ فوتبال این کشـــور تیم‌های فیورنتینا[3] و یوونتوس[4] به لیگ پایین‌تر ســـقوط کردند و از تعداد تیمی دیگر امتیاز کســـر گردید و قوانین بدون هیچ ملاحظه و مماشـــاتی درباره تیم‌های متخلف اعمال گردید که با نتایج پژوهش حاضر همخوانی داشت. اکرمن و پالیفکا[5] (۲۰۱۶) بیان نمود که هر قدر ساختار دموکراسی و فضای مشارکتی بیشتر و نهادینه‌تر باشد، از درجه فساد کاسته می‌شود. در نهایت از پیامدهای مبارزه با فساد، توسعه و پیشرفت فوتبال هم در بُعد فنی و هم در بُعد اجتماعی بود. در بُعد فنی، انگیزه و علاقه مشارکت سرمایه‌گذاران برای حضور در فوتبال، افزایش شایسته‌ســـالاری و کاهش پارتی‌بازی در انتخاب بازیکنان، کاهش شکایات و محکومیت‌های در مراجع قضایی بین‌المللی ورزش از سوی بازیکنان خارجی، توسعه زیرساخت‌های فوتبال، واقع‌گرایانه بودن قیمت بازیکنان و کوتاه شـــدن دســـت افراد سودجو از منافع فوتبال است. همچنین، افزایش انگیزه مشـــارکت عمومی برای حضور در اســـتادیوم جهت تماشای مسابقات به دلیل افزایش اعتماد سازی و کاهش بداخلاقی‌ها و افزایش ســـطح کیفی فوتبال کشور می‌باشد. یورنسکو[6] (۲۰۰۳) معتقد است که سرمایه اجتماعی و اعتماد بیشتر افراد جامعه مطابق با مجموعه هنجارهای معین اجتماعی منجر به کاهش فساد خواهد شـــد. همچنین، افزایش فســـاد، اعتماد و صداقت را در میان شهروندان جامعه کاهش می‌دهد؛ به طوری که به امری جبران ناپذیری تبدیل می‌شود. جونز[7] (۲۰۱۲) بیان نمود که مبارزه با فساد در ورزش می‌تواند به ایجاد اعتماد، واقعی بودن نتایج و افزایش سرمایه اجتماعی کمک نماید.

در نتیجه‌گیـــری کلی باید گفت که انتخاب مدیران متخصص و شایســـته به دور از هرگونه جناح سیاســـی و حزبی می‌تواند نقش محوری در مبارزه با فســـاد در فوتبال داشـــته باشد که کلیه مصاحبه‌شوندگان به آن به صراحت اذعان داشـــتند. چنانچه محیط حقوقی و قانونی فوتبال متناســـب با نیاز روز فوتبال تدوین و اجرایی شود و تعامل و هم‌افزایی مطلوبی بین سازمان‌های نظارتی و قضایی کشور با مسئولان فدراسیون فوتبال جهت برخورد با تخلفات صورت گیرد، می‌تواند پیامدهای مثبتی را برای این صنعت به همراه داشته باشد. همچنین تشکیل پلیس فوتبال، حمایت نهادهای قانون‌گذار از تولید قانون در صنعت فوتبال از قبیل دریافت حق پخش، درآمد روز مسابقه، بلیت‌فروشی و .... و برخورد قاطعانه ارکان قضایی با متخلّفان در این صنعت، ایجاد کمیته ممیّزی جهت بررسی صلاحیت‌های حرفه‌ای مدیران فوتبال و ایجاد کمیته وضع بازیکنان می‌تواند با توجه به نتایج پژوهش کمک شایانی به کاهش فساد نماید.

در پژوهش‌های آینده می‌توان مطالعه‌ای تطبیقی در مورد فساد در فوتبال را در مقایسه با کشورهای پیشرو و الگو مورد بررسی قرار داد. علاوه براین، بررسی و اولویت‌بندی فسادهای سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و .. را می‌توان در ابعاد وسیع‌تر و خاص در صنعت فوتبال کشور مورد مطالعه و تحلیل قرار داد.

1. Dike
2. Gorse & Chadwick
3. Fiorentina
4. Juventus
5. Ackerman & Palifka
6. Bjørnskov
7. Jones

منابع

- ابــزری، مهدی و فغانی فاطمه. (۱۳۹۲). **"کاربرد رویکرد AHP و TOPSIS جهت اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر بروز فساد اداری و راه کارهای مقابله با آن "**. شماره ۱. دوره ۱۰ (۳۶). صص: ۵۷-۴۳.
- الهی، علیرضا؛ ســجادی، نصرالله؛ خبیری، محمد و ابریشــمی، حمید. (۱۳۸۸)."**موانع موجود در توســعه جذب درآمد حاصل از حمایت مالی در صنعت فوتبال جمهوری اسلامی ایران"**. نشریه مدیریت ورزشی. شماره ۱. صص: ۲۰۲-۱۸۹.
- بــازرگان، عباس. (۱۳۹۳). **"مقدمه‌ای بر روش‌های تحقیق کیفــی و آمیخته؛ رویکردی متداول در علوم رفتاری"**. چاپ چهارم، تهران: نشر دیدار
- حســنی، علی و شــمس، عبدالحمید. (۱۳۹۱). **"راهکارهای مبارزه با فســاد اداری بر اساس ارزش‌های اسلامی"**. نشریه پژوهشی اسلام و پژوهش‌های مدیریتی. سال دوم، شماره اول، صص: ۱۰۴-۸۱.
- رازقی، محمد ابراهیم؛ رمضانی‌نژاد، رحیم و مهرابی، قاســم. (۱۳۹۳). **"بررســی ابعاد مؤثر فساد اداری در فوتبال"**. نشریه پژوهشی رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی. دوره دوم. شماره ۷. صص: ۵۲-۴۱.
- زارع، علیرضا؛ حیدری‌نژاد، صدیقه و شیرالی، رضوان. (۱۳۹۵). **"تأثیر رسانه‌های جمعی بر کنترل فساد در ورزش فوتبال"**. نشریه مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی. سال سوم. شماره پیاپی ۱۲. صص:۲۴-۱۱.
- قلی پور، رحمت الله و نیک‌رفتار، طیبه. (۱۳۸۵). **" فساد اداری و راهکارهای مناسب برای مبارزه با آن"**. مجله مجلس و راهبرد. شماره ۵۳. صص: ۵۴-۳۳.
- گودرزی، محمود؛ قربانی، محمدحسین؛ پورسلطانی زندی، حسین و صفری، حمیدرضا. (۱۳۹۰). **"مطالعهٔ عوامل مؤثر بر وقوع و رشــد فســاد اداری ادراک شــده و روش‌های کنترل آن در سازمان‌های ورزشی ایران"**. پژوهش در علوم ورزشی. شماره ۱۰. صص: ۵۶-۳۹.
- نجفی کلوری، مقصود؛ گودرزی، محمود؛ فراهانی، ابوالفضل و اسماعیلی بیدهندی، حسن. (۱۳۹۱). **"عوامل مؤثر در بروز فســاد در ســازمان‌های ورزشــی (مطالعه موردی: فســاد اداری در فدراسیون جمهوری اسلامی ایران) "**. نشریه مدیریت ورزشی. شماره ۱۴. صص: ۱۲۲-۱۰۹.

- Bjornskov, C. (2003). **Corruption and social capital.** Aarhus School of Business
- Brewer, G. A., Choi, Y., & Walker, R. M. (2007). **"Accountability, corruption and government effectiveness in Asia: an exploration of World Bank governance indicators".** International Public Management Review, 8(2), 204-225.
- Buraimo, B., Migali, G., & Simmons, R. (2012). **Corruption does not pay: An analysis of consumer response to Italy's Calciopoli scandal.** Manuscript submitted for publication.
- Campbell, J. L., & Göritz, A. S. (2014). **"Culture corrupts! A qualitative study of organizational culture in corrupt organizations".** Journal of business ethics, 120(3), 291-311.
- Collins, J. D., Uhlenbruck, K., & Rodriguez, P. (2009). **"Why firms engage in corruption: A top management perspective".** Journal of Business Ethics, 87(1), 89-108.

- Di Ronco, A., & Lavorgna, A. (2015). **"Fair play? Not so much: Corruption in the Italian football".** Trends in Organized Crime, 18(3), 176-195.
- Dike, V. E. (2005). **"Corruption in Nigeria: A new paradigm for effective control".** Africa economic analysis, 24(08), 1-22.
- Dwyer, L., Mellor, R., Mistilis, N., & Mules, T. (2000). **"A framework for assessing "tangible" and "intangible" impacts of events and conventions".** Event management, 6(3), 175-189.
- Gorse, S., & Chadwick, S. (2011). **"The prevalence of corruption in international sport: A statistical analysis. Report prepared for the Remote Gambling Association and their Partners".** The European Gaming and Betting Association and the European Sports Security Association. P: 1-41.
- Gross, M. (2011). **Organizations of corrupt individuals: a study of corruption in international cricket and the Catholic Church.**
- Hughes, S., & Shank, M. (2005). **"Defining scandal in sports: Media and corporate sponsor perspectives".** Sport Marketing Quarterly, 14(4), 207.
- Johnston, M. (2005). **Syndromes of corruption: wealth, power, and democracy.** Cambridge University Press. P: 1-92.
- Jones, K. L. (2012). **"Match-Fixing in Sport: A Mapping of Criminal Law Provisions in EU 27 (March 2012)".** The International Sports Law Journal, (1-2), 135.
- Kochan, N., & Goodyear, R. (2011). **Corruption: The new corporate challenge.** Palgrave Macmillan.P:1- 85.
- Lange, D. (2008). **"A multidimensional conceptualization of organizational corruption control".** Academy of Management Review, 33(3), 710-729.
- Meaning, W. (2005). **"Corruption in international sports and sport management: forms, tendencies, extent and countermeasures".** European Sport Management Quarterly, 5(2), 187-225.
- Mason, D. S., Thibault, L., & Misener, L. (2006). **"An agency theory perspective on corruption in sport: The case of the International Olympic Committee".** Journal of Sport Management, 20(1), 52-73.
- Masters, A. (2015). **"Corruption in sport: From the playing field to the field of policy".** Policy and Society, 34(2), 111-123.
- Moyo, S. (2014). **Corruption in Zimbabwe: an examination of the roles of the state and civil society in combating corruption.** Doctoral dissertation, University of Central Lancashire.P:60-61.
- Nassif, N. (2014). **"Corruption in Sport".** Middle East Law and Governance, 6(2), 123-140.

- Nogara, M. (2009). **"Role of Media in Curbing Corruption: The Case of Uganda under President Yoweri K. Museveni during the'No-Party'System".** Economic & Social Affairs. DESA Working Paper No. 72.PP:1-32.
- Pathak, R. D., Singh, G., Belwal, R., & Smith, R. F. I. (2007). **"E-governance and Corruption-developments and Issues in Ethiopia".** Public Organization Review, 7(3), 195-208.
- Pinto, J., Leana, C. R., & Pil, F. K. (2008). **"Corrupt organizations or organizations of corrupt individuals? Two types of organization-level corruption".** Academy of Management Review, 33(3), 685-709.
- Pitney, A., & Parker, J. (2009). **Qualitative research in physical activity and the health professions.** Canada: Human Kinetics. 56.
- Rabl, T., & Kühlmann, T. M. (2008). **"Understanding corruption in organizations–development and empirical assessment of an action model".** Journal of business ethics, 82(2), 477-495.
- Rose-Ackerman, S., & Palifka, B. J. (2016). **Corruption and government: Causes, consequences, and reform.** Cambridge university press.
- Scott, W. R. (2013). **Institutions and organizations: Ideas, interests, and identities.** Sage Publications.PP:1-22.
- Seldadyo, H., & de Haan, J. (2006). **"The determinants of corruption: A literature survey and new evidence".** Paper prepared for the 2006 EPCS Conference, Turku, Finland, 20–23 April 2006.
- Sinzdak, G. (2008). **"An analysis of current whistleblower laws: Defending a more flexible approach to reporting requirements".** California Law Review, 96(6), 1633-1668.
- Strauss, A. & Corbin, J. (1990). **Basics of qualitative research: Ground theory procedures and techniques.** New bury Park, CA: Sage
- Strauss, A. & Corbin, J. (1998). **Basics of Qualitative Research Techniques and Procedures Developing Grounded Theory.** 2nd edition, London, UK: Sage Publications
- Treisman, D. (2000). **"The causes of corruption: a cross-national study".** Journal of public economics, 76(3), 399-457.
- Zitzewitz, E. (2014). **"Does transparency reduce favoritism and corruption? Evidence from the reform of figure skating judging".** Journal of Sports Economics, 15(1), 3-30.

۵

توصیف عوامل موثر بر گرایش و عدم گرایش شهروندان شهر آمل به ورزش

سید عماد حسینی[۱]
محمدهادی قاسمی[۲]
مسعود یمینی فیروز[۳]
مازیار کلاشی[٤]

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۹/۲٤
تاریخ پذیرش مقاله:۱۳۹٦/۳/۱۳

هدف از پژوهش حاضر، توصیف عوامل موثر بر گرایش و عدم گرایش شهروندان شهر آمل به ورزش می‌باشد. روش انجام این پژوهش، توصیفی- پیمایشی و روش جمع‌آوری اطلاعات، میدانی بوده است. جهت گردآوری اطلاعات از دو پرسشنامه محقق ساخته برای افراد شرکت کننده در ورزش- با اقتباس از پرسشنامه شمسی(۱۳۹۲)- و افراد غیر شرکت کننده در ورزش- با اقتباس از پرسشنامه موتمنی و همکاران (۱۳۹۲)- استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون کلموگروف اسمیرنوف، آزمون فردیمن، آزمون کروسکال والیس، تحلیل واریانس چند متغیره و تحلیل تابع تشخیص در سطح معناداری $p\leq0/05$ استفاده شده است. نتایج نشان داد متغیر خانواده بیشترین نقش و متغیر مدرسه کمترین نقش را در گرایش شهروندان شهر آمل در زمینه مشارکت در ورزش و فعالیت‌بدنی دارا بوده است- مدرسه بیشترین نقش را در عدم گرایش افراد به ورزش و فعالیت‌بدنی دارا بوده است. نتایج نشان داد هرچه میزان درآمد افراد بالاتر باشد، فرهنگ ورزش نیز در بین آنان بالاتر است و هرچه فاصله تا اولین فضای ورزشی کمتر باشد، میزان فرهنگ ورزش افزایش

۱. استاد یار، مدیریت ورزشی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران
۲. استاد یار، مدیریت ورزشی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران
۳. کارشناس ارشد، مدیریت ورزشی، دانشگاه شمال، آمل، ایران (نویسنده مسئول) E-mail: Yamin_sport@yahoo.com
٤. کارشناس ارشد، مدیریت ورزشی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

می‌یابد. در مورد افراد ورزشـــکار نتایج نشان داد افراد با ساعات کاری بیشتر، فرهنگ ورزش بالاتری دارند و افرادی که هزینه و زمان زیادی را صرف فعالیت‌های جانبی می‌کنند، از فرهنگ ورزش پایین‌تری برخوردارند. در مورد افراد غیر ورزشکار نیز نتایج نشان داد هرچه میزان ساعات کاری افزایش می‌یابد، تاکید افراد بر موانع شـــغلی بیشتر می‌شود و کســـانی که زمان و هزینه‌های زیادی را صرف فعالیت‌های جانبی نموده‌اند، بیشتر بر موانع شخصی تاکید داشته‌اند.

واژگان کلیدی: خانواده، مدرسه، دوستان، رسانه‌های جمعی و فرهنگ ورزش

مقدمه

شـــاید نتوان بسادگی اثرات گسترده مشـــارکت در ورزش که به صورت فزاینده‌ای بر ابعاد مختلف فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاســـی جامعه تاثیرگذار اســـت را برشمرد. ایجاد اشـــتغال (جوهن چان[1]، ۲۰۱۰)، بهبود ســـلامت (کاهش هزینه‌های درمان) (لکســـونن[2] و همکاران، ۲۰۰۹)، افزایش بهره‌وری (کاوت‌سوس[3]، ۲۰۱۲)، افزایش به‌زیستی (کیفیت زندگی) (کش[4] و همکاران، ۲۰۱۳)، کاهش میزان جرم و جنایات و بزه‌کاری (کارسو، ۲۰۱۱)، کاهش مصرف مواد مخدر و سیگار (نادمین[5]، ۲۰۱۰)، افزایش امید به زندگی (لی[6] و همکاران، ۲۰۱۲)، رشد اقتصاد منطقه‌ای (برقچی[7]، ۲۰۰۹) و بهبود چهره کشورها در عرصه بین‌المللی و جهانی (نیکولاس کول[8]، ۲۰۰۹) از جمله تاثیراتی است که ورزش بر جامعه بر جای خواهد گذاشت. همان‌گونه که مشارکت در ورزش و فعالیت بدنی می‌تواند اثرات مثبت و مفیدی را برای جامعه در پی داشته باشد، عدم مشارکت و کاهش حضور افراد در ورزش نیز می‌تواند عواقب سوء اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی را به دنبال داشته باشد. بنابراین نیاز به تدوین مطالعات و پژوهش‌های هدفمند جهت برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری‌های مناسب بیش از پیش خود نمایی می‌کند. به بیان دیگر، امروزه پژوهش چنان با سیاســـت‌گذاری پیوند خورده اســـت که بدون انجام سلسله مطالعات و پژوهش‌ها و کنکاش در بحث‌های نظری نمی‌توان به موفقیت سیاست‌گذاری‌ها دل بست (مشبکی و خادمی، ۱۳۸۷). در سال‌های اخیر مطالعات و پژوهش‌های گسترده‌ای در جهت افزایش مشارکت افراد جامعه در ورزش و فعالیت‌بدنی صورت پذیرفته اســـت، اما از بیشتر این تحقیقات به موانع مشارکت و آن‌هم در زمینه ورزش بانوان پرداخته‌اند و حتی برخی از این پژوهش‌ها موانع پیش روی بانوان شرکت‌کننده در ورزش را مورد بررسی قرار داده‌اند، نه افرادی که هیچ گونه مشارکتی در ورزش و فعالیت‌های بدنی ندارند- زیرا هنوزهم درصد زیادی از جمعیت کشور یا به طور کلی و یا به طور منظم و مستمر در ورزش و فعالیت بدنی شرکت نمی‌کنند. کلاشـــی (۱۳۹۳) در پژوهش خود میزان مشـــارکت افراد در ورزش را برای ســـال ۱۳۹۱، ۳/۷ درصد جمعیت کشـــور و بیشـــترین میزان مشارکت مردم ایران در ورزش را برای سال ۱۳۸۸ در حدود ٤/۳ درصد گزارش کرده است. این اعداد و ارقام نشان از میزان مشارکت پایین افراد جامعه در ورزش و فعالیت‌بدنی دارد. مشارکت و یا عدم مشارکت در ورزش و فعالیت‌بدنی یک مشکل اجتماعی به حساب می‌آید و به طور کلی مشکل یا مسئله اجتماعی هرچه باشد، از منظرهای گوناگون می‌توان به آن نگریست. به بیان دیگر، هر پدیده‌ای وجوه و اشکال گوناگون دارد که می‌توان به آن نگاه کرد یا با آن مواجه شد. از این‌رو، برای مواجهه و چالش با یک مسئله خاص اجتماعی معمولا نهادها و سازمان‌هایی وجود دارند که هریک وظایف خاص خود را درباره پدیده ای واحد دنبال می‌کنند (مشبکی و خادمی، ۱۳۸۷). در زمینه ورزش نیز عوامل مختلف و بسیاری بر مشارکت و یا عدم مشارکت در ورزش تاثیرگذارند. اکثر روانشناسان ورزشی معتقدند که تنها یک علت یا انگیزه سبب بروز رفتار نیست، بلکه عوامل مختلفی باعث گرایش یا عدم گرایش افراد به امر ورزش می‌شوند. (معتمدین و همکاران، ۱۳۸۸) مشارکت در ورزش تحت تاثیر عوامل مختلفی از جمله وضعیت اقتصادی، حضور یک شـــریک ورزشی، آموزش، وقت

1. John Chan
2. Laaksonen
3. Kavetsos
4. Cash
5. Nademin
6. Lee
7. Barghchi
8. Nicholas Cull

آزاد، سن و وضعیت سلامتی قرارا دارد (براگارو[1] و همکاران، ۲۰۱۳). نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که وضعیت اقتصادی- اجتماعی نیز بر مشارکت در ورزش موثر است؛ به نوعی که در مناطق و نواحی دارای وضعیت اقتصادی- اجتماعی بهتر، توجه بیش‌تری نسبت به مناطق و نواحی پایین‌تر از لحاظ وضعیت اقتصادی- اجتماعی دیده می‌شود. در نتیجه فرصت‌های بیشتری برای مشارکت در ورزش وجود دارد (راشل[2] و همکاران، ۲۰۱۵). نتایج پژوهش عبدوی و اکرم‌زاده (۱۳۹۵) در زمینه نیازهای شهروندان به ورزش همگانی با توجه به فضاهای ورزشی نشان داد بین میانگین مولفه‌های تحقیق در میان شهروندان بر حسب درآمد، منطقه و تحصیلات تفاوت وجود دارد. همچنین، در جهت مشارکت در ورزش و فعالیت‌بدنی موانعی وجود دارد که شامل هزینه‌های بالا، دسترسی ضعیف به امکانات و محیط نا امن و شبکه‌های اجتماعی می‌باشند (آلندر[3] و همکاران، ۲۰۰۶). به طور کلی، مشارکت در ورزش متاثر از عوامل، محدودیت‌ها و موانع بسیاری قرار دارد. بنابراین شناخت موانع مشارکت در ورزش می‌تواند یک توضیح از نرخ مشارکت پایین در ورزش را ارئه دهد و توجیهی در جهت آن باشد (براگارو و همکاران، ۲۰۱۱؛ ریمر[4] و همکاران، ۲۰۱۰). علاوه بر این، شناسایی تسهیل‌کننده‌های مشارکت در ورزش نیز می‌تواند به توسعه استراتژی‌های بهتر با هدف افزایش مشارکت در ورزش منجر شود. باتوجه به وضعیت مشارکت در ورزش برای افراد جامعه، یک فرد یا در ورزش شرکت خواهد کرد (ورزشکار) و یا در ورزش شرکت نمی‌کند (غیر ورزشکار). به منظور دستیابی به یک نتیجه و دید کلی نسبت به موانع و تسهیل‌کننده‌های مشارکت افراد در ورزش باید ورزشکاران و غیر ورزشکاران را به طور مشترک و یکسان مورد مطالعه قرار داد. در این پژوهش، موانع مشارکت در ورزش توسط غیر ورزشکاران و تسهیل کننده‌ها توسط ورزشکاران سنجیده می‌شود. همچنین، پژوهشگران معتقدند در فرآیند مشارکت ورزشی افراد، علاوه بر توانایی‌های فردی، امکانات و دسترسی به فرصت‌ها، عوامل جامعه پذیری (پدر و مادر، خواهران و برادران، معلمان، همسالان، رسانه‌ها و برخی الگوها) نیز دخیل هستند (کواکلی[5]، ۲۰۱۰)؛ چنان که یافته‌های پژوهشی نشان داده‌اند که نقش و اهمیت عوامل جامعه پذیری، بالاتر و با اهمیت‌تر از دیگر عوامل از جمله استعداد و توسعهٔ مهارت‌های ورزشی افراد برای شرکت در ورزش می‌باشد (بیامون[6]، ۲۰۱۰). بنابراین عوامل جامعه‌پذیری نظیر خانواده، آموزش و پرورش، دوستان و همسالان نیز، هم به عنوان تسهیل‌کننده و هم به عنوان مانع مورد بررسی قرار خواهند گرفت و در نهایت با تلفیق موانع و تسهیل کننده‌ها، به یک نتیجه‌گیری استراتژیک و کاربردی خواهیم رسید.

با توجه به مطالب فوق، مشارکت در ورزش و فعالیت‌بدنی و شیوع آن در جامعه فواید و محسنات بی‌شماری را به دنبال خواهد داشت که این مسأله لزوم بررسی دلایل مشارکت و یا عدم مشارکت افراد جامعه در ورزش جهت آگاهی برنامه‌ریزان و متولیان ورزش جامعه، برای اتخاذ تدابیر و برنامه‌ریزی مناسب را می‌طلبد. از آنجایی که مشارکت و یا عدم مشارکت در ورزش و فعالیت‌بدنی یک مسئله اجتماعی و انسانی به شمار می‌رود، جهت نائل شدن به یک نتیجه مناسب و کاربردی باید به همه جوانب و محدودیت‌های موجود توجه نمود و با دیدی جامع و چندجانبه به موضوع مورد بحث پرداخت.

بدین ترتیب، پژوهش حاضر با هدف توصیف عوامل موثر بر گرایش و عدم گرایش شهروندان شهر آمل به ورزش صورت پذیرفته است.

1. Bragaru
2. Rochelle
3. Allender
4. Rimmer
5. Coakly
6. Beamon

روش شناسی پژوهش

روش انجام پژوهش حاضر، توصیفی- پیمایشی و به لحاظ هدف، کاربردی و روش جمع‌آوری اطلاعات آن، میدانی است. جامعه آماری این پژوهش کلیه شهروندان ۱۵ تا ٦٤ سال شهر آمل می‌باشد که به منظور گردآوری داده‌های مورد نیاز، از روش نمونه‌گیری چند مرحله‌ای استفاده شد. گفتنی است که این روش با توجه به محدودیت‌های مربوط به زمان و منابع مالی و مادی، روش مناسبی بود.

مرحلهٔ اول: پس از تعیین حجم نمونه، تعدادی از مناطق شهرداری شهر آمل انتخاب شدند (نمونه‌گیری خوشه‌ای)؛

مرحلهٔ دوم: به نسبت جمعیت ساکن در هر منطقه و با توجه به وضعیت اقتصادی اجتماعی هر یک از این مناطق، نمونه‌ها تخصیص یافتند (نمونه‌گیری طبقه‌ای)؛

مرحله سوم: انتخاب برخی اماکن ورزشی و پارک‌های تفریحی ورزشی در هر منطقه (شرکت‌کننده در ورزش) و همچنین انتخاب پارک‌ها و محل‌های کسب و کار (عدم مشارکت در ورزش) (نمونه‌گیری تصادفی ساده)؛

مرحلهٔ چهارم: از بین شهروندان حاضر در محل‌های مذکور و بعد از اطلاع یافتن از میزان فعالیت ورزشی آن‌ها، تعدادی به عنوان ورزشکار- افرادی که در یک سال گذشته حداقل یک ساعت در هفته در یک فعالیت ورزشی شرکت کرده بودند- و تعدادی به عنوان غیر ورزشکار به عنوان پاسخ دهنده به سؤالات پرسش‌نامه انتخاب شدند (هدفمند و در دسترس).

جهت برآورد میزان نمونه آماری از فرمول کوکران[1] استفاده شده است. بدین منظور ابتدا ۳۰ پرسشنامه مربوط به مشارکت در ورزش و فعالیت‌بدنی- با اقتباس از پرسشنامه شمسی، ۱۳۹۲- و ۳۰ پرسشنامه مربوط به عدم مشارکت در ورزش و فعالیت‌بدنی- با اقتباس از پرسشنامه موتمنی و همکاران، ۱۳۹۲- توزیع و واریانس اولیه آن برآورد و در فرمول مورد نظر وارد و مقدار نمونه محاسبه شده است. محققان جهت اطمینان و اینکه ممکن است مقداری از پرسشنامه‌ها برگشت داده نشوند و یا قابل استفاده نباشند، تعداد بیش از مقدار برآورد شده را توزیع نموده‌اند که مقادیر هر یک در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱: اطلاعات مربوط به نحوه برآورد نمونه و تعداد پرسشنامه‌ها

پرسشنامه	واریانس	برآورد نمونه	توزیع‌شده	برگشتی	قابل‌استفاده
مشارکت در ورزش و فعالیت‌بدنی	۰/۲٥٤	۱۹۹	۲۲۰	۲۱۳	۲۰۷
عدم مشارکت در ورزش و فعالیت‌بدنی	۰/۲۰۸	۱٦۳	۲۰۰	۱۸۲	۱۷٤

جهت اطمینان از روایی صوری پرسش نامه، از نظر ۷ نفر از اساتید مدیریت ورزشی استفاده شد. برای سنجش پایایی پرسشنامه از روش محاسبه آلفای کرونباخ استفاده شد. همان‌طور که از داده‌های جدول ۲ مشخص است میزان ضرایب آلفای کرونباخ محاسبه شده در تمامی موارد بزرگ‌تر از ۰/۷ است که از اعتبار بالای پرسشنامه حکایت دارد.

1. $n = \dfrac{Nt^2 pq}{Nd^2 + t^2 pq}$

جدول ۲: ضریب آلفای کرونباخ برای هر کدام از پرسشنامه‌ها و ابعاد آن

پرسشنامه	ابعاد	تعداد سوالات	ضریب آلفای کرونباخ
جامعه‌پذیری	فرهنگ ورزش	۱۳	۰/۷۷۲
	خانواده	۷	۰/۸۲۲
	دوستان	۵	۰/۸۵۲
	مدرسه	۷	۰/۸۷۰
	رسانه‌های جمعی	۷	۰/۸۵۳
	کل	۳۹	۰/۸۱۷
موانع مشارکت	خانواده	۳	۰/۸۸۵
	دوستان	۳	۰/۸۰۲
	مدرسه	۳	۰/۸۲۸
	رسانه‌های جمعی	۳	۰/۷۲۶
	موانع شغلی	۲	۰/۷۰۳
	موانع ساختاری	۲	۰/۷۸۱
	موانع اقتصادی	٤	۰/۷۲۰
	موانع شخصی	٤	۰/۷۳٦
	کل	۲٤	۰/۷٦٤

جهت بررسی وضعیت توزیع داده‌ها از آزمون کالموگراف – اسمیرنوف استفاده شده است. نتایج این آزمون نشان داد تمامی متغیرهای تحقیق دارای توزیعی غیر طبیعی می‌باشند. بنابراین از روش‌های آماری ناپارامتریک برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است. همچنین، کلیه مراحل آماری توسط نرم افزار SPSS ویرایش ۲۲ درسطح معناداری α=۰/۰۵ محاسبه شده است.

یافته‌های پژوهش

جهت بررسی ابعاد جامعه‌پذیری در گرایش و عدم گرایش به ورزش در فضاهای شهری با توجه به نتایج آزمون کلموگروف اسمیرنوف و غیرنرمال بودن داده‌ها از آزمون فریدمن استفاده شده است. نتایج مربوط به این آزمون در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳: نتایج آزمون فریدمن جهت رتبه‌بندی ابعاد جامعه‌پذیری در مشارکت و عدم مشارکت در ورزش

مشارکت در ورزش		عدم مشارکت در ورزش	
متغیر	میانگین	متغیر	میانگین
خانواده	۳/۳۱	مدرسه	۳/۲۸
دوستان	۲/۷۹	دوستان	۲/۶۰
رسانه	۲/۲۵	خانواده	۲/۲۳
مدرسه	۱/۶۵	رسانه	۱/۸۹
تعداد	۲۰۷	تعداد	۱۷٤
خی ۲	۱۹۳/۰۵۸	خی ۲	۱۲۵/٤۱٦
df	۳	df	۳
معناداری	۰/۰۰۱	معناداری	۰/۰۰۱

بر اساس نتایج جدول ۳، در سطح اطمینان ۹۵ درصد- چون سطح معناداری(sig=۰/۰۰۱) از خطای اندازه‌گیری (α=۰/۰۵) کوچکتر است- تفاوت معناداری بین متغیرهای تحقیق وجود دارد. بر اساس نتایج رتبه بندی آزمون فریدمن، متغیر خانواده با میانگین رتبه‌ای ۳/۳۱ در رتبه اول، متغیر دوستان با میانگین رتبه‌ای ۲/۷۹ در رتبه دوم، متغیر رسانه با میانگین رتبه‌ای ۲/۲۵ در رتبه سوم و متغیر مدرسه با میانگین رتبه‌ای ۱/٦۵ در رتبه چهارم از ابعاد جامعه‌پذیری در گرایش به ورزش قرار دارد. متغیر مدرسه با میانگین رتبه‌ای ۳/۲۸ در رتبه اول، متغیر دوستان با میانگین رتبه‌ای ۲/٦۰ در رتبه دوم، متغیر خانواده با میانگین رتبه‌ای ۲/۲۳ در رتبه سوم و متغیر رسانه با میانگین رتبه‌ای ۱/۸۹ در رتبه چهارم از ابعاد جامعه‌پذیری در عدم گرایش به ورزش قرار دارد.

جدول ٤: نتایج آزمون کروسکال والیس جهت بررسی فرهنگ ورزش و موانع اقتصادی براساس سطح درآمد خانواده

متغیر	فرهنگ ورزش			موانع اقتصادی		
سطح درآمد	تعداد	میانگین	رتبه	تعداد	میانگین	رتبه
کمتر از ۵۰۰ هزار تومان	٤۸	۹۷/۹۱	سوم	۳۳	۹۵/۵۲	اول
۵۰۰ تا ۱ میلیون تومان	٤٤	۸٤/٦۰	چهارم	٦۰	۷۷/۸۰	چهارم
۱ میلیون تا ۲ میلیون تومان	۷۷	۱۱۷/۳۷	اول	۵۱	۸۹/۱٤	سوم
بیشتر از ۲ میلیون تومان	۳۸	۱۰۷/۷	دوم	۳۰	۹۵/۳۰	دوم
	تعداد	۲۰۷		تعداد	۱۷٤	
شاخص‌های آماری	خی ۲	۹/۰۷۸		خی ۲	۳/۸۹۸	
	df	۳		df	۳	
	معناداری	۰/۰۲۸		معناداری	۰/۲۷۳	

نتایج آزمون کروسکال والیس با توجه به سطح معناداری (۰/۰۲۸) نشان داد از لحاظ سطح درآمد خانواده‌ها، تفـاوت معناداری در فرهنگ ورزش افراد شـرکت‌کننده در ورزش وجود دارد؛ بـه طوری که خانواده هایی با سـطح درآمد یک میلیون تا دو میلیون تومان از فرهنگ ورزش بالاتری نسـبت بـه دیگر گروه‌ها درآمدی برخوردارند. همچنین، نتایج نشان داد در بین افراد غیرشرکت‌کننده در ورزش تاکید بر موانع اقتصادی براساس سطح درآمد معنادار نمی‌باشد (sig =۰/۲۷۳).

جدول ۵: نتایج آزمون کروسکال والیس جهت بررسی فرهنگ ورزش و موانع ساختاری براساس مسافت تا فضاهای ورزشی

متغیر	فرهنگ ورزش			موانع ساختاری		
فاصله تا فضای ورزشی	تعداد	میانگین	رتبه	تعداد	میانگین	رتبه
کمتر از ۱۰۰۰ متر	۸۸	۱۱۹/۸۰	اول	۷۶	۸۹/۱۳	دوم
بین ۱ تا ۳ کیلومتر	۶۲	۹۵/۶۴	دوم	۵۸	۸۴/۲۰	سوم
بین ۳ تا ۵ کیلومتر	۲۹	۹۵/۵۰	سوم	۲۵	۱۰۵/۰۸	اول
بیشتر از ۵ کیلومتر	۲۸	۸۱/۶۶	چهارم	۱۵	۶۲/۷۳	چهارم
	تعداد		۲۰۷	تعداد		۱۷۴
شاخص‌های آماری	خی ۲		۱۱/۸۵۱	خی ۲		۷/۰۹۰
	df		۳	df		۳
	معناداری		۰/۰۰۸	معناداری		۰/۰۶۹

نتایج جدول ۵ با توجه به سطح معناداری (۰/۰۰۸) نشان داد براساس مسافت تا فضاهای ورزشی تفاوت معناداری در فرهنـگ ورزش افـراد شـرکت‌کننده در ورزش وجود دارد؛ به طوری که هرچه فاصله تا مکان‌های ورزشـی نزدیک‌تر می‌شود، سطح فرهنگ ورزش افراد بالاتر می‌باشد. همچنین، نتایج نشان داد در بین افراد غیرشرکت‌کننده در ورزش، تاکید بر موانع ساختاری براساس فاصله تا اولین فضای ورزشی معنادار نمی‌باشد (sig =۰/۰۶۹).

جدول ۶: نتایج آزمون کروسکال والیس جهت بررسی فرهنگ ورزش و موانع شغلی براساس میزان ساعت کاری

متغیر	فرهنگ ورزش			موانع شغلی		
مدت زمان کار	تعداد	میانگین	رتبه	تعداد	میانگین	رتبه
بیکار	۴۰	۸۷/۷۶	سوم	۴۰	۶۸/۶۶	چهارم
کمتر از ۳ ساعت	۴۹	۸۹/۴۲	چهارم	۵۲	۸۲/۳۲	سوم
۳ تا ۷ ساعت	۶۳	۱۱۸/۲۳	اول	۶۷	۸۹/۲۸	دوم
بیشتر ۷ ساعت	۵۵	۱۱۶/۰۶	دوم	۱۵	۱۴۷/۷۷	اول
	تعداد		۲۰۷	تعداد		۱۷۴
شاخص‌های آماری	خی ۲		۱۳/۴۸۷	خی ۲		۲۸/۲۴۵
	df		۳	df		۳
	معناداری		۰/۰۰۴	معناداری		۰/۰۰۱

نتایج آزمون کروسکال والیس با توجه به سطح معناداری (۰/۰۰٤) نشان داد براساس میزان ساعت کاری تفاوت معناداری در فرهنگ ورزش افراد شرکت‌کننده در ورزش وجود دارد؛ به طوری که هرچه میزان ساعت کاری افزایش می‌یابد فرهنگ ورزش افراد نیز بیشتر می‌باشد، اما مجددا با افزایش میزان ساعات کاری به بیش از ۷ ساعت فرهنگ ورزش کاهش می‌یابد. همچنین نتایج نشان داد در بین افراد غیرشرکت‌کننده در ورزش، تاکید بر موانع شغلی براساس میزان ساعت کاری معنادار می‌باشد. (sig=۰/۰۰۱) با توجه به این نتیجه، هرچه میزان ساعات کاری افزایش می‌یابد، تاکید افراد بیشتر بر موانع شغلی به عنوان یکی از بازدارندها جهت مشارکت در ورزش می‌باشد.

جدول ۷:نتایج آزمون کروسکال والیس جهت بررسی فرهنگ ورزش و موانع شخصی براساس فعالیت‌های جانبی

متغیر	فرهنگ ورزش			موانع شخصی		
میزان زمان و پول	تعداد	میانگین	رتبه	تعداد	میانگین	رتبه
خیلی کم	۲۵	۱۲۰/٦٦	اول	۹	۷٦/۲٤	پنجم
کم	۵۹	۱۱۵/۱۳	دوم	٤۵	۸۲/۳٦	سوم
متوسط	۸٦	۹۵/۹۷	چهارم	٤۳	۷۹/۱۷	چهارم
زیاد	۳٤	۱۰۲/۳۱	سوم	٦۷	۹۰/٤۷	دوم
خیلی زیاد	۳	٤۵/۵۰	پنجم	۱۰	۱٦٤/۵۰	اول
	تعداد		۲۰۷	تعداد		۱۷٤
شاخص‌های آماری	خی ۲		۷/۱۲٤	خی ۲		۲۷/۲۱۱
	df		٤	Df		٤
	معناداری		۰/۰۲۹	معناداری		۰/۰۰٦

نتایج جدول ۷ با توجه به سطح معناداری (۰/۰۲۹) نشان داد براساس سطوح فعالیت‌های جانبی تفاوت معناداری در فرهنگ ورزش افراد شرکت‌کننده در ورزش وجود دارد؛ به طوری که تقریبا- به جز در سطح فعالیت زیاد که پس از کاهش در سطوح قبلی افزایش یافته است- هرچه سطح فعالیت‌های جانبی افزایش می‌یابد، فرهنگ ورزش افراد کمتر است. همچنین، نتایج نشان داد در بین افراد غیرشرکت‌کننده در ورزش، تاکید بر موانع شخصی براساس فعالیت‌های جانبی معنادار می‌باشد (sig=۰/۰۰٦)؛ بدین صورت که هرچه افراد زمان و پول بیشتری را برای فعالیت‌های جانبی صرف می‌کنند، تاکید بیشتری بر موانع شخصی دارند.

جهت بررسی تفاوت میزان تمایل جهت مشارکت در ورزش، بین افراد مختلف از تحلیل واریانس چند متغیره (MANOVA) استفاده و نتایج حاصل از آن در جدول ۸ ارائه شده است.

جدول ۸: نتایج تحلیل MANOVA و Pillai›s Trace

اثر	مقدار	F	Df	معناداری
پیلایی	۰/۷۵۹	۹/۸۹۹	۱٦	۰/۰۰۱

نتایج جدول فوق نشان داد مانووا در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است. بنابراین تفاوت میانگین گروه‌ها در متغیر وابسته مرکب در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است.

جدول ۹: نتایج آزمون مانوا برای هر یک از متغیرهای تحقیق

متغیر مستقل	مجموع مربعات	Df	مربع حسابی	F	معناداری
موانع اقتصادی	۱٤/۹۰۷	٤	۳/۷۲۷	۷/۷۰۳	۰/۰۰۱
موانع ساختاری	۲۸/۷۷۵	٤	۷/۱۹٤	۱۱/۲۰۸	۰/۰۰۱
موانع شغلی	۳۵/۹۹۷	٤	۸/۹۹۹	۹/٤۱٤	۰/۰۰۱
موانع شخصی	۵۲/۳٤۳	٤	۱۳/۱۰۹	۳۰/۰٦۲	۰/۰۰۱

جدول ۹ معناداری هریک از آنوواها را نشان می‌دهد. چنان که دیده می‌شود هر چهار متغیر تحقیق، در زمینه تفاوت میزان تمایل جهت مشارکت در ورزش، معنادار هستند. بنابراین و با توجه به معناداری تحلیل مانوا جهت بررسی و شناسایی متغیرها که در تحلیل مانووا معنادار شده‌اند، از تحلیل تابع تشخیص استفاده خواهیم کرد.

جدول ۱۰: نتایج آمار توصیفی هر گروه در مورد متغیرها

گروه	متغیر	میانگین
تمایل به شرکت خیلی‌زیاد	موانع شغلی	۲/٦۳
	موانع اقتصادی	۲/۵۷
	موانع ساختاری	۲/۳٦
	موانع شخصی	۲/۲٤
تمایل به شرکت خیلی‌کم	موانع شغلی	۳/۹٤
	موانع ساختاری	۳/٤۷
	موانع اقتصادی	۳/۲۲
	موانع شخصی	۳/۲۰
کلی	موانع شغلی	۳/۱۸
	موانع اقتصادی	۲/۸۲
	موانع ساختاری	۲/٦٤
	موانع شخصی	۲/٦۰

نتایج جدول ۱۰ نشـــان داد به طور کلی میانگین موانع شـــغلی از ســـایر موانع بیشتر و میانگین موانع فردی کمترین میزان را در بین موانع مختلف به خود اختصاص داده است. در ادامه جهت بررسی یکسانی واریانس متغیرها از آزمون Box استفاده شده است که نتایج آن در جدول ۱۱ ارائه شده است.

جدول ۱۱: نتایج آزمون Box جهت بررسی یکسانی واریانس متغیرها

مقدار Box	۱۹/۷۵۱
مقدار F	۱/٤٥۲
df1	۳۰
df2	٦۳۷۲۳/۲۸۹
معناداری	۰/۱۷٤

نتایج جدول ۱۱ نشان داد یکسانی واریانس‌های متغیرهای مختلف معنادار نمی‌باشد. بنابراین می‌توان از نتایج تحلیل تابع تشخیص استفاده نمود.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از پژوهش حاضر، بررسی عوامل موثر بر گرایش و عدم گرایش شهروندان شهر آمل به ورزش بوده است. نتایج جهت بررسی ابعاد فرهنگ پذیری مردم در گرایش به ورزش در فضاهای شهری شهر آمل نشان داد متغیر خانواده بیشترین نقش و متغیر مدرسه کمترین نقش را در گرایش شهروندان شهر آمل در زمینه مشارکت در ورزش و فعالیت‌بدنی دارا بوده است. همچنین، در بخش بررسی ابعاد فرهنگ پذیری در عدم گرایش به ورزش (به عنوان یک مانع) در فضاهای شهری شهر آمل نتایج نشان دهنده آن است که مدرسه بیشترین نقش را در عدم گرایش افراد به ورزش و فعالیت‌بدنی را دارا بوده است و رسانه‌های جمعی کمترین نقش را داشته‌اند. نکته در خورد توجه در نتایج به دست آمده، نقش خانواده و مدرسه می‌باشد به نوعی که خانواده در گرایش به ورزش یک تسهیل کننده قوی و در عدم گرایش به ورزش به عنوان یک مانع، کمترین تاثیر را داشته است و این نشان دهنده آن است که در خانواده‌های آملی از نظر مشارکت افراد در ورزش و فعالیت‌بدنی محدودیتی وجود ندارد و حتی یک ترغیب کننده قوی جهت مشارکت می‌باشند. نتایج پژوهش شمسی و همکاران (۱۳۹٤) نیز نشان داد که خانواده قوی‌ترین تاثیر را در مشارکت ورزشی جوانان شهر اصفهان داشته است. همچنین، اشنادیر[1] (۱۹۸۳) در پژوهش خود دریافت که والدین علاقه به ورزش و تمرین را در فرد تقویت و آشکارا بر مشارکت فرد در ورزش تأثیر می‌گذارند. ایلر[2] و همکاران (۱۹۹۷) نیز اذعان داشتند که حمایت اعضای خانواده نقش مهمی در مشارکت ورزشی ایفا می‌نمایند. حمایت خانواده به طور ثابت، یک عامل تأثیرگذار بر میزان مشارکت افراد در فعالیت بدنی است (کنیون ومکفرسن[3]، ۱۹۷۳). نتایج پژوهش‌های فوق به نوعی همسو با تحقیق حاضر می‌باشند و تاکید زیادی بر خانواده به عنوان یک نهاد و عامل اصلی مهم در گرایش افراد به ورزش را دارند. اما نکته مهم‌تر نقش مدرسه می‌باشد که در گرایش افراد به ورزش و فعالیت‌بدنی کمترین نقش و در عدم گرایش به عنوان یک مانع، بیشترین نقش را داشته است. از آنجایی که افراد سال‌های زیادی را در مدرسه می‌گذرانند و این نهاد نقش به سزایی را در فرهنگ‌پذیری و تغییرات فرهنگی در جامعه درارا می‌باشد، با تغییر رویه و نگرش نسبت به ورزش می‌توانند کمک شایانی به مشارکت بیشتر افراد در ورزش و فعالیت‌های بدنی بنمایند و حضوری پررنگ‌تر در این زمینه داشته باشند.

1. Schneider
2. Eyler
3. Kenyon & Mcpherson

بـــه بیان دیگر، از آنجایی‌که عـــادت به فعالیت‌بدنی و ورزش در دوران کودکـــی و نوجوانی، اغلب در دوران بزرگسالی نیز ادامه می‌یابد (دوبینس[1] و همکارن، ۲۰۰۹)، توجه مدارس به برنامه‌های تربیت‌بدنی اهمیت خود را نشان می‌دهد (نایلور و مک‌کی[2]، ۲۰۰۹).

نتایج پژوهش حاضر در زمینه فرهنگ ورزش افراد شـــرکت کننده در ورزش بر اســـاس ســـطح درآمد آنان نشان‌دهنده آن است که هرچه میزان درآمد افراد بالاتر باشد، فرهنگ ورزش نیز در بین آنان بالاتر است. بنابراین در نگاه اول، ســـطح درآمد و وضعیت اقتصادی خانوار یک متغیر مهم جهت مشـــارکت در ورزش محسوب می‌گردد، اما با بررســـی‌های بیشتر، نتایج مهم‌تری به دســـت آمد. نتایج مربوط به افرادی که موانع اقتصادی و درآمدی را به عنوان مانع مشـــارکت انتخاب نموده‌اند، معنادار نبوده و از الگوی خاصی پیروی نکرده و نشـــان داد خانواده‌های با سطح درآمد بالا نیز علت عدم مشارکت در ورزش را مانع اقتصادی دانسته‌اند. این نتایج با نتیجه پژوهش قهرمانی و همکاران (۱۳۹۲) همسو بود و با نتایج پژوهش اسوریکا و مایر[3] (۲۰۱۲) همخوانی ندارد. دیویدســـون و لاوســـون[4] (۲۰۰۶) در پژوهش خود اذعان کردند که افراد کم درآمدی که به پارک‌ها (به عنوان یکی از فضاهای ورزشـــی) دسترســـی دارند فعال‌تر از کسانی هستند که دسترسی کمتری دارند. با این حال در بررســـی جامع که به وسیله تحلیل مانوا و تحلیل تابع تشخیص صورت پذیرفته است، مانع اقتصادی در مرتبه دوم اهمیت به عنوان یک عامل بازدارنده قرار داشـــته اســـت. همچنین، نتایج این پژوهش در زمینه فرهنگ ورزش براســـاس فاصله تا اولین فضای ورزشـــی نشان داد هرچه فاصله تا اولین فضای ورزشی کمتر باشـــد، میزان فرهنگ ورزش افراد افزایش می‌یابد. این نتیجه با نتیجه پژوهش فتحی (۱۳۸۸) همخوانی دارد. آصفی و همکاران (۱۳۹۳) نیز در پژوهش خود یکی از عوامل موثر بر نهادیه کردن ورزش را زیرساخت‌ها و امکانات ورزشـــی معرفی نمودند و الکساندریس و کارول[5] (۱۹۹۹) و مچنو و لی‌روکس[6] (۲۰۱۰) نیز یکی از مهم‌ترین عوامل و موانع محدود کننده فعالیت‌بدنی را اماکن و تجهیزات ورزشی و عدم دسترسی آسان به آن بیان کردند. اما نتایج مربوط به افرادی که در ورزش مشارکت ندارند بیانگر آن است که انتخاب مانع مسافت و دوری تا فضاهای ورزشـــی با فاصله آن‌ها تا اولین فضای ورزشـــی از الگوی منظمی پیروی نکرده، معنادار نمی‌باشـــد؛ این بدان معناســـت که حتی افراد با فاصله نزدیک به فضاهای ورزشی نیز مانع مسافت را به عنوان یک مانع انتخاب کرده‌اند و افراد با فاصله دورتر نسبت به اماکن ورزشی تاکیدی بر این مانع نداشته‌اند. بنابراین به نظر می‌رسد عامل یا عوامل دیگری در این امر دخیل می‌باشند که جهت بررسی آن در قسمت آخر به نتایج آزمون مانوا اشاره خواهد شد.

نتایج در مورد فرهنگ ورزش و میزان ســـاعات کاری افراد نشـــان داد هرچه میزان ســـاعت کاری افزایش می‌یابد، فرهنگ ورزش افراد نیز بیشتر می‌باشد؛ اما مجددا با افزایش میزان ساعات کاری به بیش از ۷ ساعت فرهنگ ورزش کاهش می‌یابد. نتایج پژوهش فتحی (۱۳۸۸) نیز نشان داد وضعیت اشتغال بر مشارکت ورزشی تاثیر دارد و نمره مشارکت ورزشی در میان شاغلان بیشتر است. شاغلان در مقایسه با افراد غیر شاغل مراودات اجتماعی بیشـــتری دارند و همین امر احســـاس نیاز و شناخت آن‌ها را نســـبت به ورزش و مشارکت ورزشی افزایش می‌بخشد. همچنین نتایج مربوط به موانع شغلی براساس میزان ساعت کاری نیز نشان داد هرچه میزان

1. Dobbins
2. Naylor & McKay
3. Asorika. & Mayer
4. Davidson & Lawson
5. Alexandris, & Carroll
6. Mchunu, & Le Roux

ساعات کاری افزایش می‌یابد، تاکید افراد بر موانع شغلی بیشتر می‌شود و نتایج بررسی جامع که به وسیله تحلیل مانوا و تحلیل تابع تشخیص صورت پذیرفته است نیز نشان داد موانع شغلی از نظر افراد غیرشرکت کننده در فعالیت‌های بدنی و ورزش در درجه اول اهمیت قرار دارد. معتمدین و همکاران (۱۳۸۸) در پژوهش خود دومین علت اساسی در عدم مشارکت در ورزش را وجود مشغلهٔ زیاد در زندگی افراد غیرشرکت کننده در ورزش همگانی بیان نمودند. همچنین، مرکز ورزش و سرگرمی نیوزلند[1] (۲۰۰۷) نیز کمبود زمان را به عنوان یکی از موانع و محدودیت‌های مشارکت در ورزش معرفی نمود. نتایج پژوهش حاضر در زمینه فرهنگ ورزش افراد شرکت کننده در ورزش براساس فعالیت‌های جانبی نشان داد افرادی که هزینه و زمان زیادی را صرف فعالیت‌های جانبی می‌کنند، از فرهنگ ورزش پایین‌تری برخوردارند و برعکس؛ یعنی کسانی که هزینه و زمان کمتری برای فعالیت‌های جانبی نظیر کار باکامپیوتر، موبایل (شبکه‌های اجتماعی) و سرگرمی‌های دیگر اختصاص می‌دهند، از فرهنگ ورزش بالاتری برخوردار هستند. از طرف دیگر، نتایج افرادی که در ورزش و فعالیت‌بدنی مشارکتی ندارند و مانع شخصی مانند تنبلی و بی حوصلگی، بی انگیزگی و علاقه کم به ورزش را مهم‌ترین مانع مشارکت در ورزش قلمداد نمودند، نشان داد کسانی که زمان و هزینه‌های زیادی را صرف فعالیت‌های جانبی نموده‌اند بیشتر از افرادی که به این میزان هزینه و زمان صرف فعالیت‌های جانبی ننموده‌اند بر موانع شخصی تاکید داشته‌اند. بنابراین به نظر می‌رسد که ارتباط نزدیکی بین انجام فعالیت‌های جانبی و مشارکت در ورزش وجود دارد که نیازمند بررسی بیشتر می‌باشد. از دیگر نتایج این پژوهش می‌توان به نتایج تحلیل واریانس چند متغیره و تحلیل تابع تشخیص اشاره نمود. نتایج این آزمون‌ها نشان داد هم افرادی که تمایل زیادی به مشارکت در ورزش دارند و هم افرادی که تمایل کمی به مشارکت دارند، موانع شغلی را به عنوان مهم‌ترین بازدارنده و موانع شخصی را به عنوان کم اهمیت‌ترین مانع جهت مشارکت در ورزش انتخاب نموده‌اند. بنابراین، این افراد از انگیزه و علاقه لازم جهت مشارکت در ورزش و فعالیت‌بدنی برخوردارند، اما به نظر می‌رسد مشغله زیاد شغلی- ناشی از وضعیت بد اقتصادی و مالی جامعه- مهم‌ترین مانع مشارکت این افراد در ورزش و فعالیت‌های بدنی به حساب می‌آید؛ به نوعی که افراد جهت امرار معاش و گذران زندگی خود مجبورند زمان بیشتری را به کار کردن و تامین مالی خود و خانواده‌شان اختصاص دهند. پس با بهبود وضعیت اقتصادی کشور می‌توان پیش‌بینی نمود که میزان مشارکت افراد در ورزش نیز افزایش یابد.

به طورکلی و با توجه به آنکه متغیر مدرسه کمترین تاثیر را بر فرهنگ ورزش داشته است و تاکید افراد غیرورزشکار بر مدرسه و برنامه‌های آن به عنوان یک عامل مهم که رسالت خود را در جهت ترغیب و تشویق افراد به مشارکت در ورزش، به درستی انجام نداده است و به نوعی به عنوان مهم‌ترین بازنداره انتخاب شده است، نیاز به یک تعامل چندجانبه بین شهرداری و اداره ورزش و جوانان و همچنین آموزش و پرورش شهر آمل دیده می‌شود؛ به نوعی که با برنامه‌ریزی مناسب و همچنین تاکید بر تاثیرات گسترده این نهاد (مدرسه) در زمینه فرهنگ‌سازی به طورکلی و فرهنگ ورزش به‌طور اختصاصی، حمایت دست‌اندرکاران و سیاست‌گذارن و مدیران بخش آموزش شهر آمل را به این سمت معطوف دارند تا نقشی پررنگتر در توسعه ورزش و فعالیت‌بدنی در گستره شهر آمل داشته باشند.

همچنین با توجه به تاکید افراد غیر ورزشکار بر موانع اقتصادی و امکاناتی به عنوان یکی از موانع مشارکت در ورزش، پیشنهاد می‌شود با تعامل با اداره ورزش و جوانان در جهت کاهش هزینه‌های مشارکت در کلاس‌های آموزشی زمینه را برای توسعه مشارکت در ورزش همگانی در شهر آمل را فراهم آورند.

---

1. Sport & recreation New Zealand institute

با توجه تاثیرات فاصله تا نزدیک‌ترین فضاهای ورزشی توسط افراد ورزشکار و از آنجایی که افراد ورزشکار با سطوح فرهنگ ورزش بالاتر تمایل بیشتری برای ترغیب و تشویق افراد دیگر جهت مشارکت در ورزش و فعالیت‌های بدنی دارند، پیشنهاد می‌شود ساخت و توزیع امکانات در سطح شهر آمل در آینده به صورت موزون صورت پذیرد و از دادن مجوز ساخت و تاسیس فضاهای ورزشی در مناطقی که چندین مجموعه و سالن ورزشی را دارا می‌باشند، خودداری شود. مناطق مناسب و مناطقی که از فضاهای ورزشی فاصله بیشتری دارند، بهترین مکان‌ها برای ساخت اماکن ورزشی می‌باشند.

پژوهش‌های و مطالعات بیشماری درباره مشارکت و یا عدم مشارکت افراد جامعه در ورزش و فعالیت‌های بدنی صورت پذیرفته است. مطالعه این پژوهش‌ها نشان دهنده آن است که اغلب آنان بر روی جامعه زنان انجام شده و یا تنها به موانع مشارکت پرداخته‌اند؛ اما پژوهش حاضر به صورت جامع و با ترکیبی از جامعه زنان و مردان و عوامل مشارکت و عدم مشارکت به بررسی فاکتورهای مورد بحث مباردرت ورزیده و به صورت کاربردی آنها را برای شهر آمل به رشته تحریر در آورده است.

منابع

- آصفی، احمدعلی؛ خبیری، محمد؛ اسدی دسجردی، حسن و گودرزی، محمود. (۱۳۹۳). **"بررسی عوامل سازمانی موثر در نهادینه کردن ورزش همگانی در ایران"**. پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. ۱۰(۲۰): ۷۶-۶۳.
- شمسی، عبدالحمید؛ حسینی، محمدسلطان و روحانی، میثم. (۱۳۹٤). **"تبیین نقش عوامل جامعه‌پذیری در توسعهٔ مشارکت ورزشی جوانان (مطالعهٔ موردی: شهر اصفهان)"**. مطالعات مدیریت ورزشی. ۲۸: ۸۸-۷۱.
- عبدوی، فاطمه و مهدی‌زاده، اکرم. (۱۳۹۵). **"تبیین وضعیت نیازهای شهروندان ارومیه‌ای به ورزش همگانی با توجه به فضاهای ورزشی"**. مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. ۱۵(۳۱): ۲۳۷-۲۱۹.
- فتحی، سروش. (۱۳۸۸). **"تبیین جامعه شناختی مشارکت ورزشی دانشجویان"**. پژوهش‌نامه علوم اجتماعی. ۳(٤): ۱۷۳-۱٤۵.
- قهرمانی، جعفر؛ محرم‌زاده، مهرداد و سعیدی، شیدا. (۱۳۹۲). **"بررسی عوامل بازدارنده موثر بر میزان شرکت معلمان زن مقاطع سه گانه تحصیلی در فعالیت‌های ورزشی شهر مرند"**. پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. ۲(٦): ٦٦-۵۷.
- کلاشی، مازیار. (۱۳۹۳). **"تحلیل نقش ورزش در رشد و توسعه اقتصادی جمهوری اسلامی ایران"**. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه شهید بهشتی: ۱۲۳
- مشبکی، اصغر و خادمی، علی اکبر. (۱۳۸۷). **"بررسی آسیب‌شناسانه سیاست‌ها و سیاست‌گذاری‌های فرهنگی ایران بعد از انقلاب اسلامی"**. نامه پژوهش فرهنگی. ۹(٤): ۱۷۸- ۱۳۳.
- معتمدین، مختار؛ مددی، بهمن و عسکریان، فریبا. (۱۳۸۸). **"توصیف عوامل گرایش یا عدم گرایش شهروندان تبریزی به ورزش همگانی"**. پژوهش در علوم ورزشی. ۲۳: ۹۷-٦۸.
- Alexandris, K. and Carroll, B. (1997). **"Demographic Differences in the Perception of Constraints on Recreational Sport Participation: Results from a Study in Greece".** Leisure Studies, 16(2): 107-125.
- Allender, S. Cowburn, C. Foster, C. (2006). **"Understanding participation in sport and physical activity among children and adults: a review of qualitative studies".** Health Education Research. 21(6): 826–835.
- Asorika, R., Mayer, N, (2012). **"Evaluation of gender equity program implementation in Limpopo provincial department of sport, Arts and culture".**
- Barghchi, M., Omar, D., & Aman, M. (2009). **"Cities, sports facilities developments, and hosting events".** European Journal of Social Sciences, 10(2): 185–195.
- Beamon, K. (2010). **"Are sports overemphasized in the socialization process of African American males? A qualitative analysis of former collegiate athletes' perception of sport socialization".** Journal of Black Studies.. 41 (2): 281-300.
- Bragaru, M., Dekker, R., Geertzen, J.H., Dijkstra, P.U. (2011). **"Amputees and sports: A systematic review**". Sports Med, 41: 721–740.
- Bragaru, M,, van Wilgen, C.P., Geertzen, J.H.B., Ruijs, S.G.J.B., Dijkstra, P.U., Dekker, P. (2013). **"Barriers and Facilitators of Participation in Sports: A Qualitative Study on Dutch Individuals with Lower Limb Amputation".** POLS ONE. 8(3): 1-9.
- Caruso, Raul. (2011). **"Crime and sport participation: Evidence from Italian regions over the period 1997–2003".** The Journal of Socio-Economics, 40: 455– 463.
- Cash, S.W., Duncan, G.E., Beresford, S. A., McTiernan, A., Patrick, D.L., (2013). **"Increases in physical activity may affect quality of life differently in men and women: the PACE proj-**

ect". Qual Life Res. 22:2381–2388.
- Coakly J. (2010) **"Sports in Society".** Issues and Controversies Paperback, November 13.
- Davidson, K.K. and Lawson, C. (2006). **"Do Attributes of the Physical Environment Influencechildren's Level of Physical Activity?".** International Journal of Behavioural Nutrition and PhysicalActivity, 3 (19): 1-17.
- Dobbins, M., K. De Corby, Robeson, P. Husson, H. and Tirilis, D. (2009). **"Schoolbased Physical Activity Programs for Promoting Physical Activity and Fitness in Children and Adolescents Aged 6-18".** Cochrane Database Systematic Reviews, 21(1), CD007651.
- Eyler, A. and et.al. (1997). **"Physical activity and woman in the United States: An overview of Health benefits prevalence and intervention opportunities".** Woman and Health 26: 27-50.
- John. Chan. (2010). **"Economic Value of Sport, Thesis for the Degree of Master Science (M.S) in Business Administration".** University of Pretoria.
- Kavetsos, G. (2012). **"National pride: War minus the shooting".** Social Indicators Research, 106: 173–185.
- Kenyon, G. S., Mcpherson, B. D. (1973). "**Becoming involved in physical activity and sport: A process of socialization. In Physical Activity: Human Growth and Development, ed. G.L".** Rarick. New York: Academic Press.
- Laaksonen, M., Piha, K., Martikainen, P., Rahkonen, O. et al. (2009). **"Healthrelated behaviours and sickness absence from work".** J Occup Environ Med; 66:840–847.
- Lee, I., Shiroma, E.J., Lobelo, F., Puska, P., Blair, S.N., Katzmarzyk, P.T. (2012). **"For the Lancet Physical Activity Serie Working Group. Effect of physical inactivity on major non-communicable diseases worldwide: An analysis of burden of disease and life expectancy".** The Lancet; 380(9838):219-229.
- Mchunu, s. Roux, K, Le. (2010). **"Non-participation in sport by black learners with special reference to gender, grades, family income and home. South African Journal for Research in Sport".** Physical Education and Recreation, 2010, 32(1):85-98.
- Nademin, M. E., Napolitano, M. A., Xanthopoulos, M. S., Fava, J. L., Richardson, E., & Marcus, B. (2010). **"Smoking cessation in college-aged women: A qualitative analysis of factors important to this population".** Addiction Research and Theory, 18(6), 649-666.
- Naylor, P. J. and McKay, H. A. (2009). **"Prevention in the First Place: Schools a Setting for Action on Physical Inactivity".** British Journal of Sports Medicine, 43(1): 10-3.
- Nicholas, J. Cull. (2009). **Public Diplomacy: Lessons from the Past.** Page 30- 38.
- Rimmer, J.H. Chen, M. Chen M.D., McCubbin J.A., et al. (2010). **"Exercise intervention research on persons with disabilities: What we know and where we need to go".** Am J Phys Med Rehabil 89: 249263–.
- Rochelle, Eime, M. Melanie, Charit, J. Jack, y. Harvey, T. Warren, Payne. R. (2015). **"Participation in sport and physical activity: associations with socio-economic status and geographical remoteness".** BMC Public Health, 15(434): 1-12.
- Sport & recreation New Zealand institute. (2007). **"it's all about children and young people".**

۶

مطالعه منابع درآمدی و صنعت ورزش در استان مرکزی

عباس شعبانی[۱]
علیرضا بهرامی[۲]

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۸/۱
تاریخ پذیرش مقاله:۱۳۹۵/۱۲/۱

هــدف از انجــام این پژوهش، مطالعه منابع درآمدی و صنعت ورزش در اســتان مرکزی می باشــد. روش پژوهــش این تحقیق از نوع توصیفی- پیمایشــی و از نظــر هدف، کاربردی بود. برای جمــع آوری داده‌ها، از پرسشــنامه محقق ساخت اســتفاده گردید. برای تعیین روایی محتوایی این پرسشــنامه از نظرات اساتید و متخصصان استفاده شد و پایایی آن با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ ۰/۹۰ گزارش گردید. جامعه مورد مطالعه در این پژوهش شامل کارکنان و مدیران اداره کل ورزش و جوانان و هیئت‌های ورزشی استان مرکزی، اعضای هیئت علمی تربیت بدنی دانشگاه‌های استان مرکزی و حامیان ورزشی استان بودند. در این پژوهش نمونه برابر جامعه تحقیق و به صورت تمام شــمار تعیین گردید که از مجموع ۱۶۵ نفر نمونه پژوهش، ۱۴۸ پرسشنامه به صــورت صحیح و کامل دریافت و مورد تجزیه و تحلیل قــرار گرفت. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها، از آمار توصیفی و آزمون‌های فریدمن و کروسکال والیس استفاده گردید. نتایج نشان داد مهمترین منبع تامین درآمد اســتان، حامیان ورزشی(اسپانســرها) می باشند که به علت نیاز به مطرح شدن برند و کسب اعتبار، در ورزش ســرمایه گذاری می کنند. همچنین، نتایج نشــان داد از عوامل مهم کاهش درآمد حاصل از تماشاگران عوامل تبلیغات و سطح پایین مسابقات می باشد و در نهایت رشد صنعت ورزش استان، نیاز به حضور افراد با تجربه عملی و علمی، تغییر فرهنگ جامعه و تغییر سیاست‌های مسئولان دارد.

واژگان کلیدی: منابع درآمدی، صنعت ورزش، عوامل رشد و حامیان ورزشی

---

۱. استادیار، مدیریت ورزشی، واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: Shabani1362@yahoo.com

۲. استادیار، روانشناسی ورزش، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه اراک، اراک، ایران

مقدمه

امروزه، رمز موفقیت یک سازمان و جامعه کسب درآمد برای بقا و ماندگاری خود می‌باشد. بدون درآمد مطمئن جامعه و سازمان‌های مختلف رو به انحلال و نابودی می‌روند و نمی توانند در محیط رقابتی دوام بیاورند. درآمد مطمئن و پایدار می‌تواند امکانات لازم را برای رویارویی با هزینه‌ها و مخارج سازمان‌ها به وجود بیاورد. درآمد و منابع مالی به عنوان موتور محرک سازمان‌های ورزشی، باشگاه‌ها و لیگ‌ها شناخته می‌شوند. درآمدزایی برای توسعه، برنامه ریزی موثر و حفظ استقلال این سازمان‌ها ضروری می‌باشد. در دهه‌های گذشته، صنعت ورزش به صورت تصاعدی رشد کرده است. ورزش در سطح جهانی هم به پای خود- به عنوان درصدی از بازار- و هم به دلیل ارتباطش با مشاغل دیگر در سایر حوزه‌ها، جایگاه شایسته ای در بازار اقتصاد به دست آورده است(احسانی، ۱۳۸۷). ژانگ[1] (۲۰۱٤) صنعت ورزش را موجب بهبود رفاه اقتصادی و اجتماعی در تسهیلات ورزشی می داند و ورزش را به عنوان یک صنعت درآمد زا و موفق در میان دیگر صنایع کشورهای پیشرفته معرفی می‌نماید. صنعت ورزش قابلیت افزایش قابل توجه درآمدهای ورزشی را دارد و این امر بیشتر در باشگاه‌ها و ورزش قهرمانی می باشد. درآمد عبارت است از: یک منبع مالی که به طرق مختلف به یک سازمان تزریق می‌شود و سازمان‌ها توسط این درآمدها به تولید کالا و خدمات می‌پردازند. براساس قوانین کلی فدراسیون‌ها، کنفدراسیون‌ها، انجمن‌ها و سازمان‌های ورزشی، راه‌های کسب در آمد یک باشگاه ورزشی باید در چارچوب ورزش و مسائل فرهنگی پیگیری شوند. این روش‌های تجاری به غیر از اینکه نباید قوانین کشورها و مناطق را زیر پا گذارند، همچنین نباید از محدوده فرهنگ و ورزش نیز خارج شوند(طرح جامع ورزش کشور، ۱۳۸۲). به عنوان نمونه، در سازمان‌های ورزشی تحت نظر جنبش المپیک، حمایت‌ها و مشارکت شرکت‌های مختلف در جهان بسیار بیشتر از صرف کمک‌های مالی است. این شرکت‌ها، طیف وسیعی از کمک‌های فنی، خدمات و کارکنان با بهترین فناوری را در اختیار سازمان‌های ورزشی می‌گذارند(توماس[2] و همکاران، ۲۰۱۱). در حوزه ورزش کشور نیز با مطرح شدن خصوصی سازی در برنامه اول توسعه، واگذاری ورزش و امور تصدی گری آن در برنامه سوم توسعه در دستور کار دولت قرار گرفت. با وجود این، به نظر می‌رسد موضوع خصوصی سازی در ورزش کشور با مشکلاتی مواجه باشد. گفته می‌شود که سهم ورزش در اقتصاد ملی، رابطه ای مستقیم با میزان سرمایه گذاری در ورزش دارد که در حال حاضر با توجه به محدودیت‌ها و تنگناهایی که بخش خصوصی برای مشارکت در توسعه ورزش کشور دارد، در مقایسه با کشورهای توسعه یافته بسیار پایین است(صداقتی و همکاران، ۱۳۸۹). بر این اساس، عقیده بر این است که خصوصی سازی و درآمدزایی هدفمند و هوشمند یک ضرورت اجتناب ناپذیر برای رشد و توسعه اقتصادی هر کشور است و باید سرلوحه برنامه‌های توسعه آن قرار گیرد (یوسفی،۱۳۸٤).

خسروی زاده (۱۳۹۳) در تحقیقی پیرامون درآمدزایی ورزش نشان داد که سرمایه گذاری و درآمدزایی خصوصی در ورزش به ترتیب با موانع اقتصادی، اطلاعاتی، مدیریتی، قانونی، فرهنگی و اجتماعی، حمایتی و تشویقی و سیاسی روبه روست- در حالی که ورود بخش خصوصی برای سرمایه گذاری و مشارکت در ورزش دارای مزایای بسیاری است. تی سامنی[3] و همکاران(۲۰۱٤) معتقدند که خصوصی سازی موجب بهبود خدمات، افزایش رضایت مشتریان، بهبود آموزش کارکنان و کارایی تولید می شود. نتایج تحقیق کشکر و همکاران(۱۳۹۱) نیز نشان داد که بین اجرای برنامه خصوصی سازی و توسعه ورزش‌های همگانی رابطه

1. Zhang
2. Thomas
3. Tsameny

معنی‌داری وجود دارد. بنابراین، خصوصی سازی در ورزش در راستای سیاست‌های برنامه‌های پنج ساله دولت، اگر به درستی صورت پذیرد می‌تواند ظرفیت‌ها و قابلیت‌های حوزه ورزش را افزایش دهد و زمینه تحول و بهره وری بهتر آن را فراهم سازد. نتایج تحقیق هودا[1](۲۰۱۳) حاکی از آن است که اصل انتظار سود حاصل از سرمایه گذاری، مهمترین عامل جذب سرمایه گذاری مالی در ورزش است و حامیان مالی اگر مطمئن شوند که بیش از سایر گزینه‌ها سود خواهند برد، آنگاه در ورزش سرمایه گذاری می‌کنند. در کل، صنعت ورزش به مجموعه فعالیت‌های مرتبط با تولید و بازاریابی کالاها و خدمات ورزشی گفته می‌شود که در ارتقای ارزش افزوده نقش داشته باشند. امروزه، رشد چشمگیر نقش حمایت مالی به عنوان یکی از ابزارهای تبلیغاتی شرکت‌ها و سازمان‌های دولتی و خصوصی پدید آمده است. یکی از مهم ترین هدف‌های حمایت مالی شرکت‌ها، تأثیری است که بر وفاداری افراد مرتبط با مورد حمایت شده می‌گذارند (هان[2]، ۲۰۱۵). حمایت مالی ورزشی به دلیل رشد پوشش رسانه ای در این حوزه و نیز تعداد بسیار زیاد افرادی که درگیر این مسابقات می‌شوند، یکی از محبوب ترین زمینه‌های حمایت مالی می‌باشد (چن[3]، ۲۰۱۶). دایر[4] و همکاران (۲۰۰۵) مهمترین نقش رویدادهای ورزشی را جذب گردشگر و پوشش رسانه‌ای معرفی می‌کنند. ولی علاوه بر آن، به نقل و انتقالات بازیکنان، صدور مربی، فروش بلیط، تبلیغات میادین ورزشی، ایجاد امکانات و تاسیسات ورزشی، شرط بندی‌ها و جذب حامیان مالی که از جمله دیگر دستاوردهای رویدادهای ورزشی به عنوان اصلی‌ترین محصول این صنعت است، نیز می‌توان اشاره کرد(به نقل از کارکن، ۱۳۹۰)

به طور کلی می‌توان گفت که امروزه ورزش حرفه ای و صنعت پیشرفته ورزش بدون درآمدزایی ورزش قادر به حیات نمی‌باشد. در کشور ما متاسفانه، ورزش متکی به درآمدهای دولتی می‌باشد و همین امر به توسعه ورزش در کشورمان آسیب جدی وارد کرده است. لذا با توجه به نتایج مطالعات قبلی و چالش‌های موجود، این پژوهش قصد دارد که با بررسی منابع جدید درآمدزایی در استان مرکزی این موضوع را بررسی و به سوالات زیر پاسخ دهد:

- منابع سرمایه گذاری و درآمدی در ورزش استان مرکزی کدام اند؟
- علل حضور حامیان ورزشی از رویدادها و مسابقات ورزشی چیست؟
- عوامل تاثیر گذار بر رشد صنعت ورزش استان مرکزی کدام اند؟
- عوامل کاهش در آمد حاصل از تماشاگران در رویدادهای ورزشی استان مرکزی چیست؟
- آیا درآمدزایی ورزشی بر سطح کمی و کیفی ورزش استان مرکزی تاثیری داشته است؟

روش شناسی پژوهش

روش پژوهش این تحقیق، از نوع توصیفی- پیمایشی و از نظر ماهیت و اهداف، از نوع کاربردی است. روش گردآوری اطلاعات در این پژوهش، مطالعات کتابخانه ای و میدانی بصورت پرسشنامه بسته با مجموع ٤٥ سوال در ٦ مولفه اصلی که با استفاده از طیف لیکرت ۵ بعدی طراحی گردید، می باشد. برای تعیین روایی محتوایی این پرسشنامه، از نظرات اساتید و متخصصان استفاده شد که پس از اعمال نظرات آنها، پرسشنامه مورد تایید قرار گرفت. به منظور اندازه گیری قابلیت پایایی، از روش آلفای کرونباخ در بخش کوچکی از

1. Huda
2. Han
3. Chen
4. Dayer

جامعه آماری (۱۸ نفر) ۰/۹۰ محاسبه گردید که نشان دهنده آن است که پرسشنامه مورد استفاده، از قابلیت اعتبار لازم برخوردار می‌باشد. جامعه مورد مطالعه در این پژوهش شامل کارکنان و مدیران اداره کل ورزش و جوانان و هیئت‌های ورزشی استان مرکزی، اعضای هیئت علمی تربیت بدنی دانشگاه‌های استان مرکزی و حامیان ورزشی استان بودند. در این پژوهش نمونه برابر جامعه تحقیق و به صورت تمام شمار تعیین گردید. پرسشنامه به صورت مقطعی بین نمونه‌های پژوهش توزیع گردید که از مجموع ۱۶۵ نفر نمونه پژوهش ۱۴۸ پرسشنامه به صورت صحیح و کامل دریافت و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل آماری داده‌ها از آمار توصیفی و استنباطی بهره گیری شد که در بخش آمار استنباطی از آزمون‌های فریدمن برای رتبه بندی کردن موارد و از آزمون کروسکال والیس برای مقایسه میانگین‌های گروه‌های مستقل استفاده گردید.

یافته‌های پژوهش

نتایج یافته‌های توصیفی نشان داد ۸۲ درصد نمونه پژوهش را مردان و ۱۸ درصد را زنان با میانگین سنی ۴۰ سال تشکیل می دهند. همچنین بیشتر نمونه‌های پژوهش دارای تحصیلات کارشناسی بودند و روسای هیئت‌ها و مدیران ورزشی بیشتر فراوانی را در بین نمونه‌های پژوهش داشته اند. در ادامه یافته‌های استنباطی پژوهش به صورت جداول ارائه گردیده است. در تمامی جداول زیر، معناداری آزمون فریدمن در سطح ۰/۰۰۱ به دست آمد که مشخص گردید مولفه‌های متغیرهای پژوهش با رتبه‌های متفاوت وجود دارد.

جدول ۱: نتایج آزمون فریدمن جهت تعیین سهم تامین منابع ورزشی استان مرکزی

ردیف	متغیرها (به ترتیب اهمیت و اثرگذاری)	میانگین رتبه‌ها (وزن دهی)
۱	حامیان ورزشی(اسپانسرهای ورزشی)	۷/۴۸
۲	دریافت ورودیه از باشگاه‌ها برای ورود به بازی ها	۶/۵۶
۳	حق تبلیغات در بازی ها	۶/۴۱
۴	فروش مواد غذایی در روز مسابقات و رویدادها	۵/۴۷
۵	حق بخش تلویزیونی مسابقات	۵/۴۶
۶	بلیط فروشی روز مسابقه	۵/۳۲
۷	درآمد حاصل از جرائم(کمیته انضباطی)	۵/۰۷
۸	تورهای گردشگری ورزشی	۴/۵۴
۹	امتیاز خرید و فروش کالاهای مربوط به بازی ها	۴/۵۱
۱۰	قرعه کشی و بخت آزمایی بلیط	۵/۰۷

با توجه به اطلاعات جدول ۱ ، حامیان ورزشی(اسپانسرهای ورزشی)، دریافت ورودیه از باشگاه‌ها برای ورود به بازی‌ها، حق تبلیغات در بازی‌ها و فروش مواد غذایی در روز مسابقات به ترتیب بیشترین سهم تامین منابع ورزشی در استان و تورهای گردشگری ورزشی، امتیاز خرید و فروش کالاهای مربوط به بازی‌ها و قرعه کشی و بخت آزمایی بلیط کمترین سهم تامین منابع ورزشی استان را بر عهده دارند.

جدول ۲: نتایج آزمون فریدمن جهت تعیین علل حضور حامیان ورزشی از رویدادها و مسابقات ورزشی

متغیرها (به ترتیب اهمیت و اثرگذاری)	میانگین رتبه‌ها (وزن دهی)
نیاز به مطرح شدن شرکت و برند تبلیغاتی	۵/۳۷
کسب اعتبار عمومی	٤/۸٦
تبلیغات برای کسب درآمد بیشتر برای نمانام(برند) حامی	٤/۳۸
تشویق به ورزش	۳/٤٦
تفریح	۳/٤۳
هزینه کردن پول مالیات در ورزش	۳/۳۸
حضور با هدف خیر خواهانه	۳/۱۲

همانطور که در جدول ۲ ملاحظه می گردد، نیاز به مطرح شدن شرکت و برند تبلیغاتی، کسب اعتبار عمومی و تبلیغات برای کسب درآمد بیشتر برای برند حامی به ترتیب از با اهمیت ترین علل حضور حامیان ورزشی از رویدادها و مسابقات ورزشی استان مرکزی می باشد.

جدول ۳: نتایج آزمون فریدمن جهت تعیین عوامل اثر گذار بر کاهش در آمد حاصل از تماشاگران در رویدادهای ورزشی

متغیرها (به ترتیب اهمیت و اثرگذاری)	میانگین رتبه‌ها (وزن دهی)
تبلیغات و اطلاع رسانی ضعیف رویدادهای ورزشی استان	٦/۳۸
پایین بودن سطح کیفیت عملکرد باشگاه‌های استان	٦/۲۱
پرداختن ضعیف رادیو و تلوزیون استان با نگاه کارشناسی به رویداهای ورزشی	٦/۱۷
عدم امکان حضور بانوان برای تماشای رویدادهای ورزشی	٦/۰۵
فقدان مدیریت و رویه‌های مناسب جذب، حفظ و توسعه هواداران	۵/۷٤
مدیریت نامناسب فرایند برگزاری رویدادهای ورزشی	۵/٦۲
کیفیت پایین امکانات فیزیکی و ویژگی‌های محل برگزاری مسابقات	۵/۳۷
تاثیر پایین بودن سرانه درآمد ملی در کشور	٤/۸٤
فقدان رویه‌های مناسب و منطقی قیمت گذاری بر روی محصولات ورزشی	٤/٤۱
حضور صرف از طیف‌های مشخصی از طبقات اجتماعی	٤/۲۱

با توجه به اطلاعات جدول ۳ ، عوامل تبلیغات و اطلاع رسانی ضعیف، پایین بودن سطح کیفیت عملکرد باشگاه‌های استان و ضعف رادیو و تلویزیون استان به ترتیب از با اهمیت ترین عوامل اثر گذار بر کاهش در آمد حاصل از تماشاگران در رویدادهای ورزشی استان می باشد.

جدول ٤: نتایج آزمون فریدمن جهت تعیین عوامل اثر گذار بر رشد صنعت ورزش استان مرکزی

متغیرها (به ترتیب اهمیت و اثرگذاری)	میانگین رتبه‌ها (وزن دهی)
حضور افراد با تجربه عملی و علمی در ورزش استان	۸/٤۳
تغییر فرهنگ جامعه	۸/۳۹
سیاستگزاری مسئولین بلند مرتبه کشور	۸/۲۷
رشد و توسعه اقتصاد جامعه	۷/٦۳
جهانی شدن ورزش	۷/۵۱
اثر گذاری رسانه‌ها و مطبوعات ورزشی	۷/۲۸
رشد کمی و کیفی تجهیزات و تسهیلات در ورزش	۷/۲۱
بالاتر رفتن کیفیت ورزش استان	٦/٦۲
ارتباط بیشتر ورزش با علم	٦/۵۵
تعدد مسابقات و رویدادهای ورزشی	٦/۵۱
رشد کمی تعداد ورزشکاران استان	۵/۵٦
رشد تعداد رشته‌های ورزشی در استان	۵/۵٦
رشد تماشاچیان ورزشی	۵/٤٦

در جدول ٤ ملاحظه می گردد، حضور افراد با تجربه عملی و علمی در ورزش استان، تغییر فرهنگ جامعه، سیاستگزاری مسئولین بلند مرتبه کشور و رشد و توسعه اقتصاد جامعه به ترتیب از با اهمیت ترین عوامل اثر گذار بر رشد صنعت ورزش استان از دید نمونه‌های پژوهش می باشد.

جدول ۵: نتایج آزمون فریدمن جهت تعیین ارتباط بین منابع درآمدی و رشد ورزش استان مرکزی

متغیرها (به ترتیب اهمیت و اثرگذاری)	میانگین رتبه‌ها (وزن دهی)
تاثیر جذب منابع درآمدی ورزش در رشد ورزش قهرمانی استان	۳/۹۲
تایر جذب منابع درآمدی در رشد کیفی ورزش استان	۳/۷٤
تاثیر جذب منابع درآمدی ورزش برشد ورزش همگانی استان	۳/٦۲
تاثیر جذب منابع درآمدی ورزش بر رشد کمی ورزش استان	۳/۳۵
تاثیر جذب منابع درآمدی ورزش بر رشد ورزش آموزشی استان	۳/۲۱
تاثیر جذب منابع درآمدی ورزش بر رشد ورزش در مدارس و دانشگاه‌های استان	۳/۱٦

با توجه به جدول ۵، تاثیر جذب منابع درآمدی ورزش بر رشد ورزش قهرمانی از دید نمونه‌های پژوهش بالاترین اثر را دارد و بعد از آن تاثیر آن بر رشـــد کیفی ورزش می باشـــد- تاثیر جذب منابع درآمدی بر رشد ورزش مدارس و دانشگاه‌ها از کمترین اثر نسبت به سایر عوامل برخوردار می باشد.

جدول ٦ : نتایج آزمون کروسکال والیس جهت مقایسه تاثیر منابع درآمدی بر عوامل رشد صنعت ورزش استان از دید نمونه‌های پژوهش

متغیر ها(شغل نمونه‌های پژوهش)	میانگین رتبه	میزان آزمون خی دو	درجه آزادی	سطح معنی داری
عضو هیئت علمی	۱۸/۹۲			
رئیس هیئت ورزشی	۳۰/۰۳			
مدیر ورزشی	۳۲/۵۹	۳/٦۰۱	٤	۰/٤٦۳
کارشناس ورزش	۲۷/۰۵			
اسپانسر ورزشی	۲۵/۰۰			

همانطور که در جدول ٦ مشـاهده می گردد سـطح معناداری ۰/٤٦۳ و معنی دار نشدن آزمون، نشانگر این اسـت که بین نظرات نمونه‌های پژوهش در مورد تاثیر منابع درآمدی بر عوامل رشـد صنعت ورزش اسـتان مرکزی تفاوت نظر معنی داری وجود ندارد.

بحث و نتیجه گیری

بررسی‌های کلی نتایج تحقیق نشان که به ترتیب: حامیان ورزشی(اسپانسرهای ورزشی)، دریافت ورودیه از باشـگاه‌ها برای ورود به بازی‌ها، حق تبلیغات در بازی‌ها و فروش مواد غذایی در روز مسـابقات، حق بخش تلویزیونی مسابقات، بلیط فروشی روز مسابقه، درآمد حاصل از جرائم(کمیته انضباطی)، تورهای گردشگری ورزشی، امتیاز خرید و فروش کالاهای مربوط به بازی‌ها و قرعه کشی و بخت آزمایی بلیط به ترتیب بیشترین سـهم تامین منابع ورزشـی در اسـتان داشـته اند. نتایج این پژوهش نشـان داد که مهمترین منبع تامین مالی باشگاه‌های استان حامیان مالی می باشد که با نتایج رضوی (۱۳۸۵) مبنی بر اینکه متداول‌ترین راه‌های کسب درآمد را پوشش دهی هزینه‌ها توسط باشگاه یا کلوپ‌های ورزشی، کسب حامی و اسپانسرهای مالی می‌داند همخوانی دارد. در واقع، حمایت حامیان مالی از ورزش ضمن سـود رسـانی به توسعه ورزش بخصوص در حیطه قهرمانی، برای خود شـرکت‌ها نیز سـود رسـان و مفید خواهد بود. برای نمونه استوتلار[1] (۲۰۱٦) طی پژوهشی در مورد حامیان مالی ورزشی به این نتیجه رسید که شرکت کردن و اهمیت دادن به ورزشی خاص، باعث می‌شود که مردم شناخت بیشتری از اسپانسرها پیدا کنند و این، باعث سود رسانی به کمپانی یا شرکت اسپانسـر می شـود. در می۱۹۹۳ هیئت ورزش شـانگهای اعلام کرد که در اولین دوره بازی‌های شرق آسیا، حمایت‌های مالی دولتی وجود نداشته و هزینه‌ها از ۵ شیوه و استراتژی تامین شده است که عبارت اند از: قرعه کشی و بخت آزمایی بیلط، تورهای گردشگری ورزشی، حق تبلیغات بازی‌ها، امتیاز خرید و فروش کالاهای مربوط به بازی‌ها و حامیان مالی بازی ها- که مشابه منابع مالی تامین شده باشگاه‌های استان البته با تفاوت در اولویت‌های تامین منابع می‌باشد(طرح جامع ورزش کشور، ۱۳۸۲). در طرح جامع ورزش کشور، منابع مالی عمده ورزش در ایران را حمایت‌های دولت، کمک‌های مردمی(مثل وقف و...)، معافیت‌های مالیاتی، حمایت شرکت‌ها و سازمان‌ها، حق عضویت باشگاه‌ها، فروش بلیط و حق پخش تلویزیونی(بازی‌های ملی) شناسایی نموده است که تقریبا مشابه منابع تامین مالی استان می باشد. نتایج پژوهش نشان داد که تامین منابع درآمدی اسـتان کمتر از منابع خصوصی و حق بخش تلویزیونی می باشد اما در کشورهای پیشرفته عمده منابع تامین

1. Stotlar

حق پخش تلویزیونی، فروش محصولات می باشد نتایج پژوهشی نشان می داد که مهمترین منابع مالی عمده ورزش و تفریحات کشور کانادا عبارت اند از: حمایت شرکت ها[1]، حق پخش تلویزیونی، فروش محصولات و خدمات ورزش، حق عضویت باشگاه‌های ورزشی، شرط بندی و کمک‌های دولتی. در ارتباط با اهمیت درآمد زایی از حق پخش تلویزیونی برای ورزش که در کشور ما بسیار کمرنگ می باشد دلویت[2] (۲۰۱۵) در پژوهش خود پیرامون منابع درآمدی باشگاه‌های فوتبال حرفه ای لیگ برتر انگلستان بیان نمود که بیشترین سهم در میان تمامی روش‌های تأمین مالی در درآمد زایی باشگاه‌های فوتبال حرفه ایی انگلستان، درآمد حاصل از حق پخش تلویزیونی می باشد.

نتایج تحقیق نشان داد که به ترتیب: نیاز به مطرح شدن شرکت و نمانام(برند) تبلیغاتی، کسب اعتبار عمومی، تبلیغات برای کسب درآمد بیشتر برای برند حامی، تشویق به ورزش، تفریح، هزینه کردن پول مالیات در ورزش و حضور با هدف خیر خواهانه از با اهمیت ترین علل حضور حامیان ورزشی در رویدادها و مسابقات ورزشی استان مرکزی می باشد. در ارتباط با انگیزه حمایت مالی شرکت‌ها جهت برند شدن شرکت‌ها، کو[3] (۲۰۱۵) در پژوهشی بیان داشته است که ارتباط میان تیم‌های ورزشی و هواداران آنها یکی از ابعاد و جنبه‌های بسیار مهم برند سازی در ورزش حرفه ای می‌باشد. پیوند هویت میان تیم‌های ورزشی به عنوان برندهای تجاری و طرفداران شان سبب میشود تیم‌های ورزشی محبوب آنها به بخشی قابل اتکا از هویت آنها تبدیل شود و در واقع، برای شناخت و تعریف خویش از هویت تیم محبوب خود بهره ببرند و این موضوع می تواند وفاداری طرفداران به محصولات و خدمات شرکت حامی را در پی داشته باشد. همچنین، نیاز به تبلیغات برای محصولات شرکت‌ها و سازمان‌ها یکی دیگر از انگیزه‌های حامیان مالی ورزش است که همسو با نتایج این پژوهش، رضوی(۱۳۸۵) در پژوهش خود اذعان کرد باشگاه‌ها با جذب حامی مالی، موقعیت‌های تبلیغاتی بوجود آمده توسط خود را به شرکت‌ها و تاجران بزرگ ارائه می‌دهند تا در عوض منبعی برای پوشش هزینه‌های خود فراهم سازند. نتایج تحقیقات گوناگون موید این قضیه است که معمولا شرکت‌ها با این هدف در ورزش ورود پیدا می کنند که به اهداف و غرائض مادی و معنوی خود برسند. همچنین در ایران طی سال‌های اخیر و پس از حرفه ای شدن لیگ‌ها و تورنمنت‌های ملی، خوشبختانه کمی جدی تر به این مسئله توجه شده است. امروزه اکثر باشگاه‌های حرفه ای و قوی در کشور – گرچه با وجود مشکلات – دارای حامیان مالی هستند. شرکت‌ها، تجار و صنایع بزرگ نیز به این تفهیم رسیده‌اند که با سرمایه گذاری در بخش ورزش می‌توانند هم به ورزش و سلامت کشور کمک کند و هم از موقعیت‌های تجاری بوجود آمده بهره گیرند(احسانی،۱۳۸۷). این نتایج با موارد به دست آمده از پژوهش که یکی از دلایل عمده سرمایه گذاری حامیان مالی در استان مرکزی را کسب درآمد، سلامت و تفریح جامعه و اهداف خیرخواهانه می داند همخوانی دارد. از دیگر نتایج به دست آمده پژوهش بررسی عوامل اثر گذار بر کاهش در آمد حاصل از تماشاگران در رویدادهای ورزشی استان از دید نمونه‌های پژوهش بود که نتایج نشان داد که به ترتیب: عوامل تبلیغات و اطلاع رسانی ضعیف، پایین بودن سطح کیفیت عملکرد باشگاه‌های استان، ضعف رادیو و تلویزیون استان، عدم امکان حضور بانوان برای تماشای رویدادهای ورزشی، فقدان مدیریت و رویه‌های مناسب جذب، حفظ و توسعه هواداران و مدیریت نامناسب فرایند برگزاری رویدادهای ورزشی از با اهمیت ترین عوامل کاهش درآمد حاصل از تماشاگران در رویدادهای ورزشی استان می باشد. با توجه به علاقه

1. Sponsorship
2. Deloitte
3. Koo

مردم ایران و ثبت رکوردهای زیاد در جذب تماشاگران، این بخش درآمدی برای باشگاه‌های کشورمان بسیار با اهمیت است. فلاحی (۱۳۸۸) بیان داشت که وجود تماشاگران علاوه بر جذاب و مهیج نمودن رویدادهای ورزشی، مهمترین بخش برای کسب درآمد اکثر لیگ‌ها و باشگاه‌های حرفه ای سراسر دنیا می‌باشد. تماشاگران علاوه براینکه با خرید بلیط مسابقات درآمدی رابه صورت مستقیم برای باشگاه و لیگ‌های حرفه ای به ارمغان می‌آورند، به صورت غیر مستقیم هم سهم عمده ای در درآمدزایی از طریق جذب حامیان مالی و فروش حق پخش تلویزیونی دارند. همچنین، نتایج پژوهش معصومی (۱۳۸۷) نشـــان داد باشـــگاه‌ها درسراسرجهان برای تأمین منابع خود از روش‌های مختلفی(جذب حامیان مالی، تبلیغ کالاهای تجاری، فروش بازیکن، فروش بلیط و محصولات ورزشـــی و ارائه خدمات جانبی) اســـتفاده می کنند. با افزایش تعداد تماشاگران در استادیوم‌ها، ورزش حرفه ای خواهد توانســـت تا باســـرعت کافی میزان درآمد خود را افزایش دهد و از عهده هزینه‌های روزافزون خود برآید. اما با کاهش تعداد تماشـــاگران بدیهی اســـت که میزان درآمد باشگاه‌ها از طریق فروش بلیط نیز کاهش می‌یابد و باشگاه‌ها نمی‌توانند از عهده هزینه‌های روز افزون خود برآیند و مسئولان هم ناچار به صرف هزینه بدون برگشت سرمایه خواهند بود. علاوه بر نتایج به دست آمده از این پژوهش مبنی علل کاهش حضور تماشـــاگران، کارکن(۱۳۹۰) عوامل دیگری مانند استادیوم‌های قدیمی، تجهیزات و امکانات فرسوده، دسترســـی مشکل به حمل و نقل، کاهش کیفیت بازی‌های لیگ برتر فوتبال، بدبین بودن خانواده‌ها نسبت به جو فرهنگی و اجتماعی ورزشگاه‌ها، نتیجه نگرفتن تیم ملی فوتبال درچندسال اخیر، نبود انگیزه کافی در بین بازیکنان فوتبال برای ارائه بازی‌های جذاب، گران شـــدن بلیط مسابقات، برگزار شدن بازی‌ها در ایام عادی و غیرتعطیل، نبود امکانات رفاهی در ورزشگاه‌ها و حتی پخش زنده بازی‌ها و استفاده از دوربین‌های جدید را از جمله دلایل کاهش تماشاگر در بازی‌های فوتبال ایران می داند.

نتایج پژوهش نشان داد که به ترتیب: حضور افراد با تجربه عملی و علمی در ورزش استان، تغییر فرهنگ جامعه، سیاستگزاری مسئولان بلند مرتبه کشور، رشد و توسعه اقتصاد جامعه، جهانی شدن ورزش، اثرگذاری رسانه‌ها و مطبوعات ورزشی و رشد کمی و کیفی تجهیزات و تسهیلات در ورزش از با اهمیت ترین عوامل اثر گذار بر رشد صنعت ورزش استان از دید نمونه‌های پژوهش می باشد. از این جهت این صنعت با اهمیت اســـت که رابطه مســـتقیمی با حرفه ای شدن ورزش و توســـعه ورزش قهرمانی دارد. از دهه ۱۹۶۰، اقتصاد و ورزش به مدد گســـترش رســـانه‌ها با یکدیگر به تعامل پرداختند و روند موسوم به تجاری شدن ورزش شکل نوینی به خود گرفت. این تعامل دارای ســـودمندی‌های متقابلی برای هر دو نهاد ورزش و اقتصاد بود. از یک سو، اقتصاد به کمک مخاطب پرشمار در عرصه ورزش توانست بازار مناسبی برای تبلیغ و ترویج فرآورده‌های خود دست و پا نماید و از سوی دیگر، ورزش نیز توانست با بهره‌گیری از سرمایه‌گذاری‌های اقتصادی، ضمن افزایش توانمندی در عرصه زیرســـاخت‌ها و رشد و گســـترش کمی و کیفی، وضعیت اقتصادی ورزشکاران را متحول کند و فضای جدیدی موســـوم به حرفه‌ای شـــدن را به وجود آورد. هر کدام از محصولات ورزشی می‌تواند به نوبه خود بر روی تولید ناخالص داخلی (GDP) و ارزش افزوده تاثیر بگذارد. سهم GDP[1] حاصل از صنعت ورزش برخی از کشـــورهای پیشرفته بیش از چهار درصد گزارش شده است و جایگاه این صنعت را بین دیگر صنایع ارتقا بخشـــیده اســـت. پیتز و استاتلر[2] (۲۰۰۹) طی پژوهشی نشان داد که تاثیر جذب منابع درآمدی ورزش بر رشـــد ورزش قهرمانی از دید نمونه‌های پژوهش بالاترین اثر را دارد و بعد از آن، تاثیر آن بر رشـــد کیفی ورزش و تاثیر جذب منابع درآمدی ورزش بر رشـــد ورزش همگانی استان قرار دارد. می‌توان

1. Gross Domestic product
2. Pitts & Stotlar

گفت امروزه ورزش حرفه‌ای و صنعت پیشرفته ورزش بدون درآمدزایی قادر به حیات نمی‌باشد. در کشور ما متاسفانه، ورزش بیشتر متکی بر منابع دولتی است و همین امر می تواند به توسعه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای در کشورمان آسیب جدی وارد نماید. رضوی(۱۳۸۵) اظهار می‌دارد که ورزش کشور بر اثر عدم تمایل بخش خصوصی به سرمایه گزاری در ورزش‌های پایه، فقدان قوانین حمایتی سرمایه گزاری خارجی، عدم شفافیت نحوه جذب کمک‌های مالی مردمی، عدم حمایت از توسعه صنعت ورزش کشور، ناکافی بودن منابع مالی و سرمایه ای به ویژه تسهیلات بانکی برای سرمایه گزاری در ورزش، ناچیز بودن هزینه‌های ورزشی سبد مصرف خانوار و اتلاف منابع مالی بر اثر فقدان مدیریت یکپارچه ورزش در کشور با تهدیدهای بزرگی روبروست.

بـــه طـــور کلی، با توجه به نتایج این پژوهش می توان گفت مهمترین منبع تامین منابع مالی اســـتان حامیان ورزشی(اسپانســـرها) می باشـــند که به علت نیاز به مطرح شدن برند و کسب اعتبار در ورزش سرمایه گذاری می‌کنند و این سرمایه گذاری‌ها به صورت مستقیم ابتدا بر توسعه ورزش قهرمانی و بعد از آن بر توسعه ورزش همگانی تاثیر مثبت خواهند داشـــت. مشـــاهده گردید که رشد صنعت ورزش در استان نیازمند حضور افراد با تجربه عملی و علمی، تغییر فرهنگ جامعه و تغییر سیاســـت‌های مســـئوان می باشد. همچنین، از عوامل مهم کاهش درآمد حاصل از تماشاگران، عوامل تبلیغات و سطح پایین مسابقات می باشد. امروزه برای توسعه ورزش، ارتقای صنعت ورزش و منابع مالی بســـیار با اهمیت اســـت و یکی از رکن‌های اصلی آن اصلاح و توسعه نحوه بازاریابی ورزشی و خصوصی سازی ورزش به خصوص در بخش حرفه ای و قهرمانی می باشد.

با توجه به یافته‌های این پژوهش پیشنهاد می گردد نظر به سهم زیاد حامیان مالی در کسب درآمد و تامین منابع ورزشی، حمایت‌های معنوی و مالیاتی موثرتری از طرف دولت از این قشر صورت گیرد. همچنین یکی از منابع مهم درآمد برای باشگاه‌های بزرگ دنیا، درآمد حاصل از حق پخش تلویزیونی می باشد که این مورد نیز در کشـــور به ســـود باشگاه‌ها اجرا نمی گردد که این موضوع نیز در صورت اصلاح، درآمدهای ورزشی را افزایش خواهد داد.

از طرفی پیشـــنهاد می گردد با توجه به اهمیت برند در تبلیغات ورزشـــی و حمایت از شـــرکت‌های حامی ورزش و برنـــد آنهـــا، قانون کپی رایت در کشـــور به طور جدی اجرا گردد. همچنیـــن، منابعی مانند تورهای گردشـــگری ورزش و امتیاز خرید و فروش کالاهای مربوط به بازی‌ها که یکی از موارد تامین منابع مالی در ورزش کشورهای پیشرفته می باشد، بیشتر مدنظر مسئولان ورزش کشور قرار گیرد. پیشنهاد می گردد موارد بازاریابی سنتی و کلاسیک در ورزش همراه با روش‌های نوین بازاریابی مثل برگزاری همایش‌ها و آموزش‌های علمی، مشاوره‌های ورزشی، استفاده از اینترنت و ... ترکیب گردد.

در نهایت پیشنهاد می گردد با توجه به رشد صنعت ورزش در دنیا و اقتصادی شدن ورزش به عنوان یک اقتصاد مســـتقل، در کشـــور و اســـتان با مبانی علمی به این مقوله پرداخته شود و زیر ساخت‌های آن از طرف دولت فراهم گردد تا مسیر رشد سنتی تامین منابع مالی در کشور به مسیر علمی و رشد و توسعه صنعت نوین ورزش منجر شود.

منابع

- احسانی، محمد. (۱۳۸۷). **"بررسی وضعیت ورزش حرفه ای کشور"**. چکیده مقالات همایش ملی مدیریت ورزشی با تاکید بر سند چشم انداز ۲۰ ساله کشور. کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران.
- خسروی زاده، اسفندیار؛ بهرامی، علیرضا و حقدادی، عابد. (۱۳۹۳). **"موانع سرمایه گذاری و مشارکت بخش خصوصی در ورزش استان مرکزی"**. مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۲٤، ص: ۲۲۲-۲۲۷.
- رضوی، سید محمد حسین. (۱۳۸۵). **"خصوصی سازی، تمرکززدایی و انتقال وظایف ورزش قهرمانی به کمیته ملی المپیک"**. مجله المپیک. شماره ۳۳.
- سازمان تربیت بدنی. (۱۳۸۲). **طرح جامع ورزش کشور: مطالعات تفصیلی توسعه منابع مالی.**
- صداقتی و همکاران. (۱۳۸۹). **"بررسی مزایا و معایب خصوصی سازی و جذب سرمایه در ورزش سه گانه ایران"**. مجموعه مقالات نخستین همایش ملی ورزش سه گانه.
- فلاحی، رضا؛ اسدی، حسن و خبیری، محمد. (۱۳۸۸). **"مقایسهٔ عوامل مؤثر بر حضور تماشاچیان گاهگاهی، منظم و متعصب در مسابقات لیگ برتر فوتبال"**. مجله حرکت. شماره ۲.
- کارکن، حجت الله. (۱۳۹۰). **"بررسی و اولویت بندی عوامل موثر بر حضور تماشاگران تیم‌های تبریزی درمسابقات لیگ برتر فوتبال ایران"**. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید چمران اهواز، ص: ۷۸.
- کشکر، سارا و سلیمانی، مجتبی. (۱۳۹۱). **"نقش برنامه خصوصی سازی بر توسعه ورزشهای همگانی از دیدگاه کارشناسان"**. پژوهش‌های کاربردی مدیریت و علوم زیستی در ورزش. شماره ۲، ص: ۱۲-۲٤.
- معصومی، سیاوش. (۱۳۸۷). **"بررسی انگیزه‌ها و عوامل مؤثر بر حضور تماشاگران در بازی فوتبال"**. پایان نامهٔ کارشناسی ارشد"، دانشگاه تربیت مدرس، ص: ۲۳.
- یوسفی، بهرام. (۱۳۸٤). **"توصیف اشتغالزایی باشگاه‌های ورزشی بخش خصوصی شهر کرمانشاه"**. اولین کنگره بین المللی مدیریت تربیت بدنی ایران، اصفهان، مجموعه مقالات.
- 26. Koo, J. (2015). **"Brand management strategy for Korean professional football teams: A model for understanding the relationships between team brand identity, fans' identification with football teams, and team brand loyalty" (Unpublished Doctoral Dissertation).** London: Brunel University.
- Chen, K., Zhang, J. (2016). **"Examining consumer attributes associated with collegiate athletic facility naming rights sponsorship: Development of a theoretical framework".** Sport Management Review, 14 (1): 103-116.
- Deloitte, T. (2015). **"Football money league, the reign in Spain".**
- Han, H., Back, K. (2015). **"Relationships among image congruence, consumption emotions, and customer loyalty in the lodging industry".** Journal of Hospitality and Tourism Research, 32(4): 467˚490
- Huda, H. (2013). **"Investor's opinions about sports marketing in Bahrain".** the sport journal, Vol. 4, No. 4.
- Pitts, BG., Stotlar, DK. (2009). **"Fundamentals of Sport Marketing".** Fitness Information Technology: USA
- Stotlar, D. (2016). **"Developing successful sport sponsorship plans, Moragntown".** WV 26504. USA, p. 19-27

- Thomas, M., Katherine, E., Lawrence, C. (2011). **"A Social Identities Perspective on the Effects of Corporate Sport Sponsorship on Employees".** Sport Marketing Quarterly, 14:3, pp. 148-157.
- Tsameny, M., Onumah, J., Tetteh, E. (2014). **"Post-privatization performance and organization changes: Case study from Ghana".** Critical Perspectives on Accounting, 21: 428-442.
- Zhang, B. (2014). **"Government regulations of the privatization of the public Sports facilities"**. Sport Science Research, 2(11): 44-82.

۷

بررسی وضعیت گردشگری ورزشی شمال شهر تهران بر اساس تحلیل SWOT از دیدگاه کارشناسان

محمد سنایی[۱]
شیما شیخوند[۲]

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۹/۱۶
تاریخ پذیرش مقاله:۱۳۹۶/۲/۲۸

پژوهش حاضر با هدف بررسی وضعیت گردشگری ورزشی شمال شهر تهران براساس تکنیک SWOT از دیدگاه کارشناسان انجام شده است. جامعه آماری پژوهش، کلیه صاحب نظران در زمینه گردشگری ورزشی در شهر تهران شامل اساتید دانشگاه، کارشناسان تربیت بدنی، کارشناسان گردشگری و مدیران شهری بود و از روش نمونه گیری تخمین شخصی جهت مشخص نمودن حجم نمونه استفاده گردید- که ۱۲۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. دراین پژوهش با استفاده ازمدل SWOT به بررسی وتحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدهای پیش روی و وزن دهی به عوامل موثر در جهت تعیین استراتژی مناسب در امرگردشگری ورزشی پرداخته و راهبردهایی برای توسعه گردشگری درشمال شهر تهران ارائه گردیده است. روایی پرسشنامه پژوهش توسط اساتید و کارشناسان تایید و میزان ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۶ محاسبه شده که نشان از همبستگی درونی بالای پرسشنامه می‌باشد. نتایج پژوهش نشان دهنده آن است که وجود پتانسیل‌های طبیعی و اقتصادی شمال شهر تهران مهمترین نقطه قوت، عدم وجود افراد متخصص در مسئولیت‌های مرتبط جهت رونق گردشگری ورزشی مهمترین نقطه ضعف، شرایط مناسب طبیعی و اقتصادی و جایگاه تهران به عنوان پایتخت، مهمترین فرصت و عدم وجود برنامه ریزی مناسب، جامع و منسجم جهت تقویت گردشگری ورزشی، مهمترین تهدید در زمینه گردشگری ورزشی در شمال شهر تهران از نظر کارشناسان شناسایی شد.

واژگان کلیدی: تکنیک سوات، شمال شهر تهران، گردشگری و گردشگری ورزشی

۱. استادیار، مدیریت ورزشی، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران (نویسنده مسئول) E-mail:Sanaie_ms@yahoo.com
۲. کارشناس ارشد، مدیریت ورزشی

مقدمه

گردشگری، این صنعت سفید بیشتر از هر زمان دیگر جایگاه خود را به عنوان پدیده ای چند بعدی درجوامع بشـــر پیدا کرده است. رشـــد چشـــمگیر این صنعت درنیم قرن اخیر گویای اهمیت اقتصادی و اجتماعی این پدیده اســـت. چرخه مالی عظیمی که به طور غیرمســـتقیم حول محور صنعت گردشگری می‌چرخد در قیاس با درآمدهای مســـتقیم این صنعت بر اقتصاد جهانی به مراتب تأثیرگذارتر اســـت. ورزش به حدی در جوامع امروزی رســـوخ کرده است که گفته می‌شود یکی از متداول ترین عوامل ایجاد انگیزه برای سفر و گردشگری است.(رنجبریان، ۱۳۸۹، ۲٤). همگام شدن ورزش با فرآیندی به نام جهانی شدن، آن را از حد محلی خارج و تبدیل به یک پدیده جهانی کرده است که نمادهای آن را می‌توان در مسابقات جهانی نظیر المپیک و بازی‌های جهانی دید. با این تفاسیر، امروزه پیوند بین گردشگری و ورزش نوع جدیدی از توریسم (توریسم ورزشی) را ایجاد نموده که بسیار مورد علاقه و استفاده مردم دنیا واقع شده است. توریسم ورزشی هم به شکل فعال و هم به شکل غیر فعال درگیر در فعالیت‌های ورزشی می‌باشد که به طور تصادفی و یا سازمان دهی شده برای اهداف ورزشی با دلایل تجاری یا غیر تجاری از خانه و محل کارشان سفر می‌کنند(سیمون هادسون[1]،۲۰۰۹، ۲٤).

بنابر نظر جردن، گردشـــگری ورزشـــی عبارت اســـت از: سفری نشـــاط آور که افراد را با انگیزه شرکت در فعالیت‌های فیزیکی، تماشای فعالیت فیزیکی و یا لذت از جاذبه‌های ورزشی، تشویق به سفر و دوری موقت از محل ســـکونت خود می‌کند. در کنار تأثیرات گردشـــگری ورزشی بر صنعت گردشگری، نکته دیگری که در این میان از اهمیت ویژه ای برخوردار اســـت، تأثیر ورزش و گردشگری بر اقتصاد کشورهاست.(جعفری، ۱۳۸۵، ۸۷). در صنعت گردشـــگری، فرهنگ به عنوان عامل جذب عمل می‌کند. برای گردشـــگرانی که ســـفر می‌کنند، فعالیت‌ها، رویدادها و محصولات فرهنگی، همچون نیرویی الهام بخش و جذاب بر آنان اثر می‌گذارد. جاذبه‌های فرهنگی شامل تمام تجلی‌ها و تبلورهای بیرونی و رسمی فرهنگ هر کشور است که می‌توان آنها را دیـــد، نمایـــش داد یا به نوعی عرضه کرد. به کلیه عناصر و پدیده‌های مصنوع دارای ارزش و حائز تعاریف معیار جذابیت، "جاذبه انسان ساخت" گفته می‌شود(قالیباف و شعبانی‌فرد، ۱۳۹۲، ۱۵۲).

در ایران به دلیل فقدان شـــناخت کافی ، عدم مدیریت و نبود راهبردهای مدون و مشـــخص تاکنون از مقوله گردشـــگری ورزشـــی غفلت شـــده و فرصت‌های منحصر به فرد در کشور از دست رفته است. فواید و آثار فراوان اقتصادی، اجتماعی، سیاســـی، فرهنگی و زیســـت محیطی گردشگری ورزشی و درک اهمیت داشتن جامعه ای سالم و با نشاط توسط مدیران ، برنامه ریزان و مسئولان و همچنین تمایل مردم به داشتن تعطیـــلات و تفریحات فعال و پویا لزوم توجه به مقوله گردشـــگری ورزشـــی در کشـــوررا اجتناب ناپذیر می‌نماید (حیدری چیانه،۱۳۸٤، ۲۱). در زمینه گردشـــگری ورزشـــی در شهرتهران تحقیقات کمی صورت گرفته است؛ به طوری که در زمینه ورزش این قضیه کاملاً مبرهن و آشکار می‌باشد و از آنجایی که ورزش می‌تواند به عنوان بخشـــی مهم درصنعت گردشـــگری برای دستیابی به اقتصاد پویاتر و جایگاهی در سطح بین المللی کمک کند، آگاهی افراد ازگردشـــگری، ورزش و همراه شـــدن این دو مقوله با هم (گردشـــگری ورزشـــی) می‌تواند از اهمیت ویژه ای برخوردار باشد. می‌توان با شناخت زیرساخت‌ها و جاذبه‌های طبیعی موثر به توســـعه گردشـــگری ورزشـــی، کمک به اقتصاد شـــهری و همچنین از طریق ایجاد انگیزه در افراد، آموزش و فرهنگ سازی نقشی مهم در سلامت روح و جسم شهروندان در هرده سنی داشته باشد. اکنون

1. Simon Hudson

می‌توانیم از گردشـگری به عنوان یک منبع جدید برای ایجاد شـغل و کسب درآمد، جذب ارز، تقویت و گسترش زیرساخت اجتماعی استفاده کنیم. گردشگری می‌تواند موجب رشد و توسعه سایر منابع هم باشد(فلاحی و همکاران ، ۱۳۹۲ ، ۳٦).

لذا سوالاتی که می‌توان مطرح کرد عبارت اند از:

- چگونه می‌توان با استفاده از نقاط قوت وضعیت گردشگری را بهبود بخشید ؟
- چگونه می‌توان با استفاده از فرصت‌های خارجی نقاط ضعف داخلی سازمان را کاهش داد؟
- چگونه می‌توان تهدیدهای خارجی را کاهش داد؟

با توجه به اهمیت مسـئله گردشـگری و فوایـد و نتایج عدیده ای که این صنعت بـه لحاظ اقتصادی، فرهنگی و سیاسـی داراسـت، مورد توجه بسیاری از پژوهشـگران قرار گرفته است(ضرغام، ۱۳۸۷، ٦٤). فواید و آثار فراوان اقتصادی، اجتماعی، سیاسـی، فرهنگی و زیسـت محیطی گردشـگری ورزشی و درک اهمیت داشـتن جامعه ای سـالم و با نشاط توسـط مدیران، برنامه ریزان و مسئولان و همچنین تمایل مردم به داشـتن تعطیلات و تفریحات فعال و پویا، لزوم توجه به مقوله گردشـگری ورزشی در کشور را اجتناب ناپذیر می‌نماید (زراعتی،۱۳۸٤، ۲۱).

تحلیل SWOT در نظر دارد قوت‌ها و فرصت‌ها را به حداکثر و تهدیدهای بیرونی را به حداقل برسـاند، ضعف‌ها را به قوت تبدیل کند و مزیت فرصت‌ها را به موازات به حداقل رسـاندن توامان ضعف‌های درونی و نهدیدهای بیرونی کسب کند. در این مدل سازمان می تواند به وسیله شناسایی قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها، راهبردهایی را بر اسـاس قوت‌ها، حذف ضعف‌ها و بهره برداری از فرصت‌ها یا اسـتفاده از آنها برای مقابله با تهدیدها طراحی و تدوین کند. قوت‌ها وضعف‌ها به وسیله ارزیابی محیط درونی و فرصت‌ها و تهدیدها به وسیله ارزیابی محیط بیرونی شناسایی می‌شوند . (Dincer, 2008, 64)

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر، پژوهشـی توصیفی – تحلیلی و شـیوه جمع آوری اطلاعات، پیمایشـی– کتابخانه ای می‌باشـد. در ایـن پژوهش برای گردآوری اطلاعات مورد نیاز از روش مطالعات اسـنادی– با اسـتفاده از مطالب کتاب‌ها، مقالات، پایان نامه‌ها و همچنین اینترنت– استفاده شده است. در مرحله بعد برای دستیابی به نظرات کارشناسان در مورد هدف پژوهش از روش پیمایشی (Survey) استفاده گردیده است. همچنین این پژوهش از جمله تحقیقات مقطعی به شمار می‌آید و با هدف بررسی وضعیت گردشگری ورزشی شمال شـهر تهران براسـاس تکنیک SWOT از دیدگاه کارشناسـان به انجام رسیده است. جامعه آماری پژوهش کلیه صاحب نظران در زمینه گردشـگری ورزشی در شهر تهران شـامل اساتید دانشگاه، کارشناسان تربیت بدنی، کارشناسـان گردشگری و مدیران شهری بود و از روش نمونه گیری تخمین شخصی– در این روش محقق با در نظر گرفتن عوامل شـخصی نسـبت به برآورد حجم نمونه یا تعیین درصد مشـخصی از جامعه اقدام می‌کند– و با استفاده از تجربه پژوهش‌های گذشته جهت مشخص نمودن حجم نمونه استفاده گردید که ۱۲۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شـدند. در تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار Spss و Excel اسـتفاده گردید. پس از بررسـی و تحلیل نقـاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدها، اقدام بـه ارائه راهبردهایی برای توسعه گردشگری در شمال شهر تهران شد.

یافته‌های پژوهش

جدول۱: وضعیت سازمان محل خدمت کارشناسان

سازمان محل خدمت	تعداد	درصد
سازمان تربیت بدنی تهران	۳٤	۲۸
سازمان گردشگری تهران	٤۷	۳۹
شهرداری تهران	۳۱	۲٦
اساتید دانشگاه	۸	۷
جمع	۱۲۰	۱۰۰

مرحله اول: ماتریس ارزیابی عوامل داخلی

جدول۲: ماتریس ارزیابی عوامل داخلی

ردیف	نقاط قوت	امتیاز		
		ضریب اهمیت (وزن)	درجه بندی(۱-٤)	نمره
S1	وجود ابنیه‌های تاریخی و باستانی جهت برگزاری مراسم و رقابت‌های ورزشی	۰/۰٦	۳	۰/۱۸
S2	تنوع اماکن ورزشی با کیفیت(پیست‌های اسکی، سالن‌های ورزشی، زمین‌های باکیفیت و ...)	۰/۰٦	٤	۰/۲٤
S3	جاذبه‌های طبیعی متنوع مانند وجود ارتفاعات و کوه‌ها جهت برگزاری تورها و رقابت‌های ورزشی مختلف	۰/۰۷	٤	۰/۲۸
S4	امنیت اجتماعی بالای این منطقه جهت برگزاری رقابت‌های ورزشی	۰/۰٦	۳	۰/۱۸
S5	آب و هوای متنوع در فصول مختلف سال جهت برگزاری رویدادهای ورزشی	۰/۰۵	٤	۰/۲۰
S6	توانمندی اقتصاد بومی جهت سرمایه گذاری در گردشگری این مناطق	۰/۰٦	٤	۰/۲٤
S7	کیفیت اسکان در هتل‌های این مناطق	۰/۰٤	۳	۰/۱۲
S8	وجود مواد غذایی و آشامیدنی متناسب با سلیقه‌های مختلف گردشگران (رستوران‌های ایرانی و خارجی و کافی شاپ و ....)	۰/۰۵	۳	۰/۱۵

S9	اعتقاد مسئولان ورزشی و شهری به اشتغال زایی از طریق صنعت گردشگری	۰/۰٤	۳	۰/۱۲
S10	وجود امکانات بهداشتی و پزشکی مناسب(کیفی و کمی) در مناطق شمال تهران	۰/۰۵	٤	۰/۲۰
	جمع	۰/۵٤		۱/۹۱
ردیف	**نقاط ضعف**	**ضریب اهمیت (وزن)**	**درجه بندی(۱-٤)**	**نمره**
W1	عدم انجام بازاریابی علمی با کمک متخصصان در زمینه گردشگری ورزشی	۰/۵	۳	۰/۱۵
W2	عدم استفاده از تکنولوژی روز دنیا در اطلاع رسانی و برگزاری مسابقات ورزشی	۰/٤	۳	۰/۱۲
W3	عدم وجود استانداردهای بین المللی در ورزشگاه‌ها و سالن‌های ورزشی	۰/۵	۳	۰/۱۵
W4	عدم وجود افراد متخصص در پست‌های مختلف جهت رونق گردشگری ورزشی	۰/۵	٤	۰/۲۰
W5	عدم اختصاص اردوگاه‌های ویژه به گردشگران ورزشی	۰/٤	٤	۰/۱٦
W6	اختصاص اعتبارمالی ضعیف به گردشگری ورزشی از سوی مدیران شهری، سازمان گردشگری و اداره تربیت بدنی	۰/۵	٤	۰/۲۰
W7	عدم وجود هماهنگی لازم بین ادارات و سازمان‌های مربوط به گردشگری ورزشی	۰/٤	٤	۰/۱٦
W8	عدم وجود خدمات حمل نقل مناسب به اماکن ورزشی(ریلی، اتوبوس و تاکسی)	۰/۵	۳	۰/۱۵
W9	عدم برگزاری سمینارهای علمی- تخصصی در زمینه گردشگری ورزشی جهت شناسایی نقاط ضعف و قوت گردشگری ورزشی در سطح این مناطق	۰/٤	۳	۰/۱۲
W10	بالا بودن سطح قیمت محصولات و هزینه ارائه خدمات در استفاده از اماکن ورزشی در مقایسه با سایر مناطق	۰/۵	۳	۰/۱۵
	جمع	۰/٤٦		۱/۵٦
	جمع کل	۱		۳/٤۷

طبق جدول ۲، جاذبه‌های طبیعی متنوع مانند وجود ارتفاعات و کوه‌ها جهت برگزاری تورها و رقابت‌های ورزشـــی مختلف(۰/۲۸) بالاترین نمره و عدم اســتفاده از تکنولوژی روز دنیا در اطلاع رســانی و برگزاری مســابقات ورزشی، اعتقاد مســئولان ورزشی و شهری به اشــتغال زایی از طریق صنعت گردشگری، کیفیت اســکان در هتل‌های این مناطق، عدم برگزاری ســمینارهای علمی- تخصصی در زمینه گردشــگری ورزشی جهت شناسایی نقاط ضعف و قوت گردشگری ورزشی در سطح این مناطق(۰/۱۲) کمترین نمره را از دیدگاه کارشناسان به خود اختصاص داده اند.

مرحله دوم: ماتریس ارزیابی عوامل خارجی

درماتریس ارزیابی عوامل خارجی اگرنمره نهایی از ۲/۵ (میانگین ۱ و ٤) بیشتر باشد، به ترتیب فرصت‌ها از تهدیدها بیشتر است و اگر جمع نمره‌های نهایی از ۲/۵ کمتر باشد، فرصت‌ها از تهدیدها کمتر است.

جدول ۳: ماتریس ارزیابی عوامل خارجی

ردیف	فرصت ها	امتیاز		
		ضریب اهمیت (وزن)	درجه بندی(۱-٤)	نمره
O1	استفاده از هوای پاک و سالم شمال شهر تهران	۰/۸	٤	۰/۳۲
O2	افزایش استقبال عمومی مردم از رویدادهای ورزشی در سال‌های اخیر	۰/۵	۳	۰/۱۵
O3	قرار گرفتن تهران به عنوان پایتخت کشور	۰/۷	٤	۰/۲۸
O4	شرایط خوب مالی مردم جهت استفاده از این امکانات	۰/٦	٤	۰/۲٤
O5	ترویج فرهنگ و سنت‌ها با حضور گردشگران ورزشی	۰/۵	۳	۰/۱۵
O6	امکان برپایی نمایشگاه‌های متنوع در زمینه‌های مختلف و افزایش توجه دولت به سرمایه گذاری در بخش گردشگری	۰/٦	۳	۰/۱۸
O7	جایگاه و موقعیت تهران در عرصه ورزش کشور	۰/۵	٤	۰/۲۰
O8	برخورداری مناطق شمال شهر تهران از پتانسیل و بستر لازم جهت تبدیل شدن به قطب گردشگری ورزشی تهران	۰/٦	۳	۰/۱۸
O9	گردشگری ورزشی، عامل تقویت و رونق بنیه‌های اقتصادی این مناطق	۰/۵	۳	۰/۱۵
O10	گردشگری ورزشی عامل اشتغال مستقیم و غیر مستقیم جوانان در سطح شهر	۰/۵	۳	۰/۱۵
	جمع	۰/۵۵		۲
ردیف	تهدید ها	ضریب اهمیت(وزن)	درجه بندی(۱-٤)	نمره
T1	عدم وجود حامیان مالی ورزشـــی و عدم فعایت‌های مسئولان مربوط جهت جذب حامیان بخش خصوصی	۰/٤	۳	۰/۱۲
T2	عدم جذب سرمایه‌های خارجی در زمینه گردشگری ورزشی	۰/٤	۳	۰/۱۲
T3	عدم وضوح در سیاست گذاری و قوانین اجرایی مقوله گردشگری ورزشی	۰/۵	٤	۰/۲۰

T4	فقدان تسهیلات ویژه برای افرادی که به صورت خودجوش از طرف مردم برای رونق این نوع گردشگری همکاری می‌کنند	۰/٤	۳	۰/۱۲
T5	افزایش آلودگی‌های هوا و صوتی در سطح شمال شهر تهران	۰/٤	٤	۰/۱٦
T6	عدم وجود وقت کافی ناشی از مشغله‌های شغلی شهروندان	۰/۳	۳	۰/۹
T7	عدم راه اندازی وتوسعه بانک جامع اطلاعات گردشگری و خدمات آموزشی و اطلاع رسانی بخصوص گردشگری ورزشی	۰/٤	٤	۰/۱٦
T8	ضعف در ناوگان حمل ونقل عمومی(ریلی و جاده ای)	۰/٦	۳	۰/۱۸
T9	نبود برنامه ریزی مناسب، جامع و منسجم جهت تقویت گردشگری ورزشی	۰/٦	٤	۰/۲٤
T10	عدم شناخت و اطلاعات ناکافی مردم در مورد گردشگری ورزشی	۰/۵	۳	۰/۱۵
	جمع	۰/٤۵		۱/۵٤
	جمع کل	۱		۳/۵٤

طبق جدول۳، براساس نظر کارشناسان استفاده از هوای پاک و سالم شمال شهر تهران(۰/۳۲) بالاترین نمره را به خود اختصاص داده و قرار گرفتن تهران به عنوان پایتخت کشور(۰/۲۸)، عدم وجود وقت کافی ناشی از مشغله‌های شغلی شهروندان (۰/۹) و فقدان تسهیلات ویژه برای افرادی که به صورت خودجوش از طرف مردم برای رونق این نوع گردشگری همکاری می‌کنند (۰/۱۲)، عدم وجود حامیان مالی ورزشی و عدم فعایت‌های مسئولان مربوط جهت جذب حامیان بخش خصوصی(۰/۱۲) و عدم جذب سرمایه‌های خارجی در زمینه گردشگری ورزشی(۰/۱۲) کمترین نمره را از دیدگاه کارشناسان به خود اختصاص داده اند.

مرحله سوم: ماتریس داخلی خارجی(IE)

شکل ۱: موقعیت گردشگری ورزشی شمال شهر تهران درماتریس داخلی- خارجی

باتوجه به نتایج به دست آمده در شکل ۱، وضعیت گردشگری ورزشی شمال شهرتهران درموقعیت تهاجمی- رقابتی قرار دارد. با توجه به وضعیت موجود شمال شهر تهران، لازم است از فرصت‌های پیش روی به بهترین شکل استفاده کنیم تا در امرمدیریت گردشگری ورزشی به رشد، شکوفایی وتوسعه پایدار دست یابیم.

مرحله چهارم: ترسیم ماتریس SWOT

جدول٤: ماتریس SWOT

نقاط قوت (s)	نقاط ضعف (w)
۱- جاذبه‌های طبیعی متنوع مانند وجود ارتفاعات و کوه‌ها جهت برگزاری تورها و رقابت‌های ورزشی مختلف ۲- آب و هوای متنوع در فصول مختلف سال جهت برگزاری رویدادهای ورزشی ۳- تنوع اماکن ورزشی با کیفیت (پیست‌های اسکی، سالن‌های ورزشی، زمین‌های باکیفیت و ..) ٤- توانمندی اقتصاد بومی جهت سرمایه گذاری در گردشگری در شمال شهر تهران ۵- وجود امکانات بهداشتی و پزشکی مناسب(کیفی و کمی) در مناطق شمال تهران ٦- وجود ابینه‌های تاریخی و باستانی جهت برگزاری مراسم و رقابت‌های ورزشی ۷- امنیت اجتماعی بالای این منطقه جهت برگزاری رقابت‌های ورزشی ۸- کیفیت اسکان مناسب در هتل‌های این مناطق ۹- وجود مواد غذایی و آشامیدنی متناسب با سلیقه‌های مختلف گردشگران(رستوران‌های ایرانی و خارجی و کافی شاپ و ..) ۱۰- اعتقاد مسئولان ورزشی و شهری به اشتغال زایی از طریق صنعت گردشگری	۱- عدم وجود افراد متخصص در پست‌های مختلف جهت رونق گردشگری ورزشی ۲- اختصاص اعتبارمالی ضعیف به گردشگری ورزشی از سوی مدیران شهری، سازمان گردشگری و اداره تربیت بدنی ۳- بالا بودن سطح قیمت محصولات و هزینه ارائه خدمات استفاده از اماکن ورزشی در مقایسه با سایر مناطق ٤- عدم وجود هماهنگی لازم بین ادارات و سازمان‌های مربوط به گردشگری ورزشی ۵- عدم اختصاص اردوگاه‌های ویژه به گردشگران ورزشی ٦- عدم انجام بازاریابی علمی با کمک متخصصان گردشگری ورزشی ۷- عدم وجود استانداردهای بین المللی در ورزشگاه‌ها و سالن‌های ورزشی ۸- عدم وجود خدمات حمل نقل مناسب به اماکن ورزشی(ریلی، اتوبوس و تاکسی) ۹- عدم استفاده از تکنولوژی روز دنیا در اطلاع رسانی و برگزاری مسابقات ورزشی ۱۰- عدم برگزاری سمینارهای علمی- تخصصی در زمینه گردشگری ورزشی جهت شناسایی نقاط ضعف و قوت گردشگری ورزشی در سطح این مناطق
فرصت (O)	**تهدید(T)**
۱- استفاده از هوای پاک و سالم این بخش از تهران ۲- قرار گرفتن تهران به عنوان پایتخت کشور ۳- شرایط خوب مالی مردم جهت استفاده از این امکانات ٤- جایگاه و موقعیت تهران در عرصه ورزش کشور ۵- امکان برپایی نمایشگاه‌های متنوع در زمینه‌های مختلف و افزایش توجه دولت به سرمایه گذاری در بخش گردشگری ٦- برخورداری مناطق شمال شهر تهران از پتانسیل و بستر لازم جهت تبدیل شدن به قطب گردشگری ورزشی تهران ۷- افزایش استقبال عمومی مردم از رویدادهای ورزشی در سال‌های اخیر ۸- ترویج فرهنگ و سنت‌های این مناطق با حضور گردشگران ورزشی ۹- گردشگری ورزشی عامل تقویت و رونق بنیه‌های اقتصادی این مناطق ۱۰- گردشگری ورزشی عامل اشتغال مستقیم و غیر مستقیم جوانان در سطح شهر	۱- نبود برنامه ریزی مناسب، جامع و منسجم جهت تقویت گردشگری ورزشی ۲- عدم وضوح در سیاست گذاری و قوانین اجرایی در زمینه گردشگری ورزشی ۳- ضعف در ناوگان حمل و نقل عمومی (ریلی و جاده ای) ٤- افزایش آلودگی‌های هوا و صوتی در سطح شمال شهر تهران ۵- عدم راه اندازی وتوسعه بانک جامع اطلاعات گردشگری و خدمات آموزشی و اطلاع رسانی بخصوص در زمینه گردشگری ورزشی ٦- عدم شناخت و اطلاعات ناکافی مردم در مورد گردشگری ورزشی ۷- عدم وجود حامیان مالی ورزشی و عدم فعایت‌های مسئولان مربوط جهت جذب حامیان بخش خصوصی ۸- عدم جذب سرمایه‌های خارجی در زمینه گردشگری ورزشی ۹- عدم وجود تسهیلات ویژه برای افرادی که به صورت خودجوش از طرف مردم برای رونق این نوع گردشگری همکاری می‌کنند. ۱۰- عدم وجود وقت کافی ناشی از مشغله‌های شغلی شهروندان

استراتژی(SO)	استراتژی(WO)
۱-استفاده از پتانسیل‌های طبیعی، فرهنگی، اقتصادی در زمینه گردشگری ورزشی در سطح شمال شهر تهران ۲-توسعه تأسیسات و تجهیزات گردشگری ورزشی و افزایش خدمات در این زمینه ۳- استفاده برنامه ریزی شده از پتانسیل‌ها و امکانات وزرشی موجود در سطح شمال تهران ٤-استفاده از شرایط اقتصادی مناسب موجود در شمال شهر تهران برای رونق گردشگری ورزشی ۵-استفاده از جایگاه تهران در عرصه ورزش کشور و استفاده از شرایط و امکانات پایتخت در توسعه گردشگری ورزشی ٦- استفاده از رونق گردشگری ورزشی برای ترویج و گسترش فرهنگ این مناطق ۷-استفاده از هتل‌ها و رستوران‌های با کیفیت این مناطق در جهت توسعه گردشگری ورزشی	۱-شناسایی ضعف‌ها و مشکلات در زمینه مدیریتی برای توسعه گردشگری ورزشی ۲- بازنگری به نحوه تعامل وبرخورد بین نهادها و سازمان‌های دولتی با شرکت‌های خصوصی و مردم در جهت افزایش و ارتقای همکاری ۳-تدوین قانون مدیریت جامع گردشگری و الزام دستگاه‌های ذیربط به خصوص امر گردشگری ورزشی ٤-انجام بازاریابی علمی و تخصصی و برگزاری همایش‌ها و کنفرانس‌ها در جهت شناسایی توانایی‌ها و ضعف‌های گردشگری ورزشی ۵-حمایت مالی و معنوی از سازمان‌ها یا افراد فعال در زمینه گردشگری ورزشی ٦- طراحی یک بانک اطلاعاتی گردشگری، وبلاگ‌ها و استفاده از دنیای مجازی جهت شناخت بیشتر گردشگری ورزشی
استراتژی (ST)	**استراتژی (WT)**
۱- برنامه ریزی درست در جهت بکارگیری امکانات و توانایی‌های بالقوه موجود در شمال شهر تهران در زمینه گردشگری ورزشی ۲- تلاش برای ترغیب مسئولان برای توسعه امکانات و تجهیز اماکن در جهت توسعه گردشگری ورزشی ۳-تلاش برای جذب حمایت‌های مالی بخش خصوصی ٤-جلوگیری از تخریب مواهب طبیعی و آلودگی‌های زیستی در جهت توسعه گردشگری ورزشی ۵- تقویت ناوگان حمل نقل (ریلی، خطی و ...) در جهت توسعه گردشگری ورزشی و همچنین تسهیل در استفاده اشخاص با توان اقتصادی پایین سایر مناطق و بخش‌های تهران از این امکانات و توانایی‌های گردشگری ورزشی	۱-تلاش برای بکارگیری افراد متخصص در پست‌های مدیریتی و گردشگری ورزشی در کنار استفاده از مشاوره علمی و تخصصی در برنامه‌های توسعه ای ۲-ایجاد زمینه و فرصت بیشتر جهت استفاده از پتانسیل‌های بخش خصوصی در اجرای امور(تورهای گردشگری و...) ۳-تدوین قوانین لازم و الزام به رعایت آنان درجهت حفظ آثار و ابنیه تاریخی فرهنگی طبیعی ٤-تدوین سند چشم انداز توسعه گردشگری بلندمدت برای شهر ۵-تلاش برای شناساندن گردشگری ورزشی و جلب توجه مسئولان و مردم به مزایای توسعه گردشگری ورزشی با استفاده مؤثر از ابزار تبلیغات

بحث و نتیجه گیری

تجربه نشان داده است هر جا گردشگری به طور اتفاقی و بدون برنامه ریزی توسعه یابد، مشکلات زیست محیطی و اجتماعی ظهور پیدا می‌کند و در دراز مدت نیز مشکلات ناشی از توسعه گردشگری بیشتر از فواید آن خواهد شد، زیرا توسعه غیر قابل کنترل و بدون مدیریت گردشگری می‌تواند جاذبه‌های یک مقصد گردشگری را کاهش دهد- به طوری که دیگر گردشگران علاقه ای به رفتن به آنجا نداشته باشند- و همین امر سبب بروز مشکلات جدی اقتصادی و اجتماعی برای جامعه می‌شود. متاسفانه، تاکنون تحقیقات گسترده‌ای در زمینه تاثیر گردشگری ورزشی بر توسعه ابعاد شهری در کشور صورت نگرفته است.

در این پژوهش سعی شده ابتدا به اهمیت و ضرورت گردشگری ورزشی و نیز به سابقه و نظریه‌های گردشگری ورزشی پرداخته شود. سپس با بهره گیری از تکنیک SWOT به تحلیل داده‌های به دست آمده از نظر کارشناسان مبادرت گردد تا کلیه ظرفیت‌ها و محدودیت‌های گردشگری ورزشی شمال شهر تهران شناسایی و پاسخ‌های علمی و راهکارهای لازم برای توسعه گردشگری آن ارائه گردد. در مجموع، می‌توان گفت شمال شهر تهران از نظر کارشناسان در جذب و توسعه گردشگران ورزشی از توان بسیار بالایی برخوردار است. تردیدی نیست که با شناسایی قابلیت‌ها و نقاط قوت گردشگری ورزشی و تکیه بر این پتانسیل‌ها می‌توان به توسعه گردشگری ورزشی امیدوار بود. در شناسایی نقاط ضعف در بخش شمال شهر تهران، این تحقیق نشان داد که درصد بالایی از نقاط ضعف شناسایی شده، مرتبط با مسئولان و تصمیمات آنها در توسعه گردشگری ورزشی بوده که امید است با تغییر در نگرش و حمایت‌های مسئولان در آینده شاهد استفاده از پتانسیل‌ها و توسعه گردشگری ورزشی باشیم.

قیامی راد و محرم زاده(۱۳۸٦) درتحقیقی به بررسی تطبیقی نقش عوامل موثر برتوسعه توریسم ورزشی از دیدگاه مدیران و دست اندرکاران ورزشی کشور ایران و استرالیا پرداختند و به این نتیجه رسیدند که یکی از مهمترین دلایل موفقیت کشور استرالیا در جلب گردشگران ورزشی جهت شرکت در رویدادهای ورزشی برگزار شده در این کشور، همکاری دقیق و برنامه ریزی شده سازمان‌های متولی گردشگری و سازمان‌های متولی این کشور بوده است.

کلبادی نژاد(۱۳۸۹) به بررسی نقش جاذبه‌های طبیعی ورزشی در انتخاب مقصد گردشگران استان‌های مازندران و گلستان از دیدگاه گردشگران و کارشناسان گردشگری وورزشی این دو استان، تعیین مشکلات موجود در بخش گردشگری دو استان با توجه به جاذبه‌های طبیعی آنها و مقایسه دیدگاه گردشگران و کارشناسان در زمینه‌های جاذبه‌های طبیعی ورزشی و مشکلات موجود در بخش گردشگری این دو استان پرداخت و دریافت که کارشناسان، جاذبه‌های طبیعی بیشتری را نسبت به گردشگران مطرح کردند. همچنین کارشناسان، مشکلات گردشگری ورزشی بیشتری را نسبت به گردشگران بیان کردند، ولی درمورد مولفه مشکلات مربوط به زیرساخت‌ها هردوگروه موافق بودند. از طرفی، زنان گردشگر بیشتر از مردان گردشگر اعتقاد داشتند که جاذبه‌های طبیعی ورزشی بر انتخاب مقصد موردنظر موثر است و مشکلات مطرح شده بر انتخاب مقصد مورد نظر اثر منفی دارد.

یافته‌های تحقیق کوزه چیان,خطیب زاده,هنرور (۱۳۹۰)نشان داد در ایران جاذبه هایی که کمتر تحت تاثیر پدیده فصلی بودن قرار می گیرند و در نتیجه فصل گردشگری طولانی تری دارند و فعالیت‌های متنوع تری نیز در آنها انجام می گیرد، اهمیت بیشتری در توسعه گردشگری ورزشی کشور دارند.

پژوهش قیامی راد ، محرم زاده و حسین پور (۱۳۹۱) نشان داد بین دیدگاه مدیران و دست اندرکاران

ورزش و مدیران گردشگری در زمینه عوامل سوق دهنده و جلب کننده رابطه معناداری وجود دارد، در حالی که در مورد عوامل بازدارنده رابطه معناداری مشاهده نشد. همچنین، بین دیدگاه مدیران و دست اندرکاران ورزش و مدیران گردشگری که حداقل در یک رویداد ورزشی خارجی شرکت کرده بودند با مدیران و دست‌اندرکاران ورزش و مدیران گردشگری که در هیچ رویداد ورزشی خارجی شرکت نکرده بودند از نظر عوامل سوق دهنده، جلب کننده و بازدارنده رابطه معناداری وجود داشت.

مستر و دیگران (۲۰۰۸) در پژوهش خود تأکیدکرده‌اند که برای توسعه گردشگری ورزشی، هم دولت و هم بخش خصوصی کارآفرین باید وارد عرصه عمل شوند. دولت‌های ملی و منطقه ای باید زیرساخت‌های ورزش را توسعه دهند و برنامه‌های ورزشی بیشتری را برای جوانان فراهم نمایند. همچنین با توجه به اینکه گردشگری ورزشی ظرفیت اقتصادی زیادی دارد، شایسته است که بخش خصوصی درمقاصد ورزشی سرمایه‌گذاری نماید و آژانس‌های گردشگری به تهیه بسته‌های گردشگری ورزشی اقدام نمایند.

نتیجه پژوهش سنابولورز و همکاران(۲۰۱۱) نشان داد ورزش، بخشی از ارائه گردشگری سلامت است. سلامت، تفریح، ورزش، تناسب اندام، زیبایی و زمان تفریح عناصر کیفیت زندگی هستند.

نتیجه پژوهش‌های ژان و همکاران (۲۰۱۲) نشان داد سرمایه گذاری در صنعت ورزش چین باید سعی نماید تا نقاط ضعف خود را به قوت تبدیل و فرصت‌ها را جذب نماید.

نتیجه پژوهش گوژیفن و همکاران (۲۰۱۲) نشان داد که بازار گردشگری یونان در بهره برداری از نقاط قوت، تبدیل نقاط ضعف به قوت، جذب فرصت‌ها و نیز رویارویی با چالش‌ها، عملکرد خوبی دارد.

مقایسه نتایج پژوهش حاضر با پژوهش‌های گذشته نشان دهنده آن است که گردشگری ورزشی در دنیا یک علم و صنعت در حال توسعه است که توجه به آن در کشور ما در ده اخیر انجام شده و بیشتر به صورت آکادمیک می‌باشد و هنوز اقدام عملی در جهت توسعه گردشگردی ورزشی در کشور صورت نگرفته است.

در بیشتر پژوهش‌های گذشته، برگزاری رویدادهای ورزشی به عنوان نقطه قوت اما در این پژوهش عدم برگزاری رویدادهای ورزشی، یکی از مهمترین نقاط ضعف شمال شهر تهران شناسایی گردید. در بیشتر موارد نتایج تقریبا شبیه به هم بودند که نشان از وجود ضعف‌های مشترک و عدم شناخت و آگاهی در زمینه گردشگر ورزشی می‌باشد که نیاز به همت مسئولان و برنامه ریزی جامعه و منسجم برای توسعه و گسترش گردشگری ورزشی دارد.

منابع

- آریان پورکاشانی، منوچهر. (۱۳۸۷). **فرهنگ پیشرو آریانپور**. تهران: انتشارات جهان رایانه
- پاپلی یزدی، محمد حسین و سقایی، مهدی. (۱۳۸۵). **گردشگری(ماهیت و مفاهیم)**. سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها، تهران: انتشارات سمت.
- جعفری، جعفر. (۱۳۷۹). **راهبرد علمی توسعه فرهنگی**. محمد فاضل. تهران: انتشارات تبیان
- حیدری چیانه، رحیم. (۱۳۸۳). **"ارزیابی برنامه ریزی صنعت توریسم در ایران"**. رساله دکتری، دانشگاه تبریز.
- زنگی آبادی، علی؛ محمدی، جمال و زیرک باش، دیبا. (۱۳۸۵). **"تحلیل بازار گردشگری داخلی شهر اصفهان"**. مجله جغرافیا و توسعه. شماره ٤.
- سیف‌الدینی، فرانک و همکاران. (۱۳۸۹). **"سنجش کیفیت و ظرفیت گردشگری شهری بر اساس الگوی رفتاری گردشگران و جامعه میزبان (مطالعه موردی: شهر اصفهان)"**. مجله پژوهش‌های جغرافیای انسانی. شماره ۷۱
- ضرغام، حمید. (۱۳۸۱). **"برنامه ریزی توسعه جهانگردی"**. جزوه درسی دانشگاه علامه طباطبایی.
- قالیباف، محمدباقر و شعبانی‌فرد، محمد. (۱۳۹۰). **"ارزیابی و اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری برای توسعه - گردشگری شهری بر اساس مدل‌های تصمیم‌گیری چند متغیره(مطالعه موردی: شهر سنندج)"**. فصلنامه تحقیقات جغرافیایی. شماره ٢٦.
- قربانی، محمدحسین. (۱۳۸٦). **"گردشگری و اوقات فراغت در چین"**. مجله نشاط و ورزش. سال چهارم, شماره هفتم
- محبوب‌فر، محمدرضا؛ شفقی، سیروس و زنگی‌آبادی، علی.(۱۳۹۰). **"توان‌سنجی و برنامه‌ریزی گردشگری شهر کاشان"**. مجله برنامه‌ریزی فضایی. سال اول، شماره دوم
- Dincer, O. (2008). **Strategy management and organization policy.** Beta Publication, Istanbul
- Goeldner C, Brent Ritchie, J.R. (2006). **Tourism Principles practices philosophies.** Published by John wiley& Sons, Inc, Hoboken, New Jersey
- Gujifen. (2012). **Tourism planning & development: to consider in tourism plan making.** APA Proceeding
- Hadson, S. (2009). **Effects of Tourism: Planning and Management**. Roozbeh mirzaee & Pooneh Torabian. Tehran:Termeh publication.
- Master H.L. (2012). **Tourism.**
- Tribe, J. (2009). **Philosophical issues in Tourism.** Channel view publications.
- UNWTO. (2010). **"Tourism Highlights".** World Tourism Organization, pp.1-12.
- Zhan, C.M. (2012). **Urban Tourism Attraction Visitors to large cities.** Mansell, Publishing Limited, London

۸

ارتباط مدیریت دانش با سلامت سازمانی در ادارات ورزش و جوانان استان کردستان

مهران تیشه گران[۱]
مظفر یکتایار[۲]
طیبه زرگر[۳]

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۳/۷/۱۵
تاریخ پذیرش مقاله:۱۳۹۳/۱۱/٤

هدف از پژوهش حاضر، بررسی ارتباط مدیریت دانش با سلامت سازمانی در بین کارشناسان ادارات ورزش و جوانان استان کردستان بود. روش پژوهش، کاربردی و شیوه جمع آوری داده‌ها، توصیفی– همبستگی می‌باشد. برای گردآوری داده‌ها، از پرسشنامه مدیریت دانش گولد و همکاران(۲۰۰۱) و پرسش‌نامه لاندن و کلینگل(۲۰۰۲) استفاده گردید. به منظور تحلیل استنباطی داده‌های حاصله، از روش‌های آماری ضریب رگرسیون، ضریب همبستگی و تحلیل واریانس چند متغییره استفاده شد. نتایج نشان داد که ارتباط معناداری بین مدیریت دانش و سلامت سازمانی در ادارات ورزش و جوانان استان کردستان با ضریب همبستگی ۰r/٤۲=، ۰p/۰۵> وجود دارد. تحلیل رگرسیون نشان می‌دهد کاربرد دانش(t=۱۱/۷٦، p=۰/۰۰۱) و اکتساب دانش (t=۱۵/٤۲، p=۰/۰۰۱) وخلق دانش (t=۱۱/۸۸، p=۰/۰۰۱) و حفظ دانش(t=۱۰/۷۸، p=۰/۰۰۱) قدرت پیش‌بینی سلامت سازمانی را دارند. بنابراین در عصر دانش که یکی از اهداف سازمان‌ها توسعه مدیریت دانش و دانایی در محیط سازمان می‌باشد، هماهنگی با جو سازمان و محیط سازمان یک الزام می‌باشد.

واژگان کلیدی: مدیریت دانش، سلامت سازمانی و اداره کل ورزش و جوانان

مقدمه

۱. کارشناس ارشد، تربیت بدنی، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران
۲. استادیار، مدیریت ورزشی، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران (نویسنده مسئول) E-mail: Myektayar@iausdj.ac.ir
۳. استادیار، مدیریت ورزشی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

در محیط پویا و پیچیده امروزی، سازمان‌ها باید برای اثربخشی بیشتر دانش جدید را به طور مداوم در محصولات و خدمات خود به کار گیرند. با بررسی و تحلیل دانش و اهمیت ویژگی‌های آن در حیطه عملکرد سازمان‌ها، می‌توان دریافت که برخورداری از دانش و اطلاعات روزآمد برای ادامه حیات سازمان‌ها ضرورتی انکارناپذیر است (رجبی‌پور میبدی، ۱۳۸۷؛ ص، ۵). مدیریت دانش، فرآیندی است که به سازمان‌ها کمک می‌کند تا اطلاعات مهم را بیابند، گزینش، سازماندهی و منتشر کنند و تخصصی منحصر به فرد که برای فعالیت‌هایی چون حل مشکلات، یادگیری پویا و تصمیم‌گیری به کار گرفته می‌شود(حسینی، ۱۳۸۵). بکمن[1] (۱۹۹۸) مدیریت دانش را فرآیند توزیع و پخش دانسته‌های فردی و سازمانی در کل سازمان می‌داند که به افزایش بازده و عملکرد کل سازمان منجر می‌شود.

مدیریت سازمان باید با تکیه بر دانش، امکان اتخاذ تصمیمات معقول در موضوعات مهم و بهبود عملکردهای مبتنی بر دانش را پیدا کند. از این رو، مدیریت دانش مقوله‌ای مهم‌تر از خود دانش است و در سازمان‌ها به دنبال آن است تا چگونگی تبدیل اطلاعات و دانسته‌های فردی و سازمانی را به دانش و مهارت‌های فردی و گروهی مشخص کند (پائولن[2]، ۲۰۰۲). سازمان‌ها باید محیطی برای اشتراک، انتقال و تقابل دانش در میان اعضا به وجود آورند و افراد را در راستای مفهوم کردن تعاملاتشان، آموزش دهند (نوناکا[3]، ۱۹۹۸). مدیریت دانش، فرآیندی است که متشکل از خلق و اکتساب، تسهیم، ساماندهی و کاربرد دانش است (خامدا، ۱۳۸۸). درست است که مدیریت دانش می‌تواند عملکرد سازمانی را بهبود بخشد، اما مدیریت دانش برای قابل استفاده بودن، نیازمند سازمانی سالم می‌باشد.

سلامت سازمانی یکی از نشانه‌های کامیابی مدیریت در عمل به وظایف اصلی اش شناخته می شود. مایلز می گوید: سلامت سازمانی به وضعی فراتر از اثر بخشی کوتاه مدت سازمان دلالت دارد، بلکه اشارهٔ آن بر مجموع‌های از خصایص سازمانی به نسبت پردوام است؛ بدین معنا که یک سازمان سالم ضمن پایداری و بقا در محیط در درازمدت به قدر کافی با آن سازگار شده، توانایی لازم را برای حفظ و بقای خود در محیط ایجاد کرده، گسترش می دهد(دف، ۱۳۷٤). پولانی(۱۳۸٦) به نقل از کیت دیویس، سازمان سالم را چنین تعریف می‌کند: "سازمانی که درآن کارکنان احساس کنند کاری سودمند و مفید انجام می‌دهند و به احساس رشد و پرورش شخصی دست می‌یابند". همچنین، پولانی ادعا می‌کند که لایدن و کلینگل معتقدند سلامت سازمانی مفهوم تقریباً تازه ای است و تنها شامل توانایی سازمان برای انجام وظایف به طور مؤثر نیست، بلکه شامل توانایی سازمان برای رشد و بهبود نیز می‌گردد. ناظران در سازمان‌های سالم کارکنانی متعهد و وظیفه شناس و دارای روحیه بالا، کانال‌های ارتباطی باز و موفقیت بالا می‌یابند. بر اساس نتایج تحقیقات اخیر که در ارتباط با کار و سلامتی انجام شده اند، ازجمله مشخصه محیط‌های کاری سالم عبارت اند از: وضوح نقش و قابلیت دسترسی، به آن، الزامات کاری معقول، کنترل شغل و حدود اختیارات در تصمیم گیری، حمایت اجتماعی محیط کار، پاداش‌های عادلانه و رفتار منصفانه، دستمزد کافی، ساعات کاری رضایت بخش، امنیت شغلی، جوسازمانی امن و شرایط استخدامی سالم.

اصطلاح "سلامت سازمانی" نخستین بار در سال ۱۹۹٦ توسط مایلز در مطالعه جو سازمانی مدارس به کار برده شد(کرکاماز[4]، ۲۰۰۷). وی یک سازمان سالم را به عنوان سازمانی تعریف می‌کند که نه تنها در محیط

1. Beckman
2. Paulen
3. Nonaka
4. korkmaz

خود دوام می‌آورد، بلکه در یک برهه زمانی طولانی نیز به طور کافی سازش می‌کند و توانایی‌های بقا و سازش خود را به گونه ای مداوم توسعه و گسترش می‌دهد. نکته مبرهن در این تعریف، آن است که سازمان سالم با نیروهای بازدارنده بیرونی به گونه ای اثربخش در راستای اهداف و مقاصد اصلی سازمان هدایت می‌کند. از دیدگاه هوی و میسکل[1](۲۰۰۸) سلامت سازمانی دارای ابعاد هفت گانه ای شامل یگانگی نهادی[2]، نفوذ مدیریت[3]، ملاحظه گری[4]، ساخت دهی[5]، پشتیبانی منابع[6]، روحیه[7] و تاکید علمی [8]می باشد(هوی و میسکل[9]، ۲۰۰۷).

تاکنون تحقیقات زیادی در حوزه متغییرهای مورد بررسی این پژوهش چه در نشریات داخلی و خارج کشور انجام شده است، اما پژوهشی که با هدف بررسی روابط مستقیم بین آنها انجام شده باشد کمتر دیده می‌شود. در این جا به نمونه هایی از آنها اشاره می‌شود. جلال الدین و همکارانش(۲۰۰۹) در پژوهشی یک مدل مفهومی را از طریق یکپارچه نمودن فرایندهای مدیریت دانش ارائه نمودند. چانگ و وانگ [10](۲۰۰۹) یک چارچوب پیش بینی مبتنی بر رویکرد تصمیم گیری چند معیاره فازی را به منظور کمک به سازمان‌ها در آگاهی فاکتورهای موثر حیاتی در موفقیت پیاده سازی مدیریت دانش و همچنین شناسایی اقدامات ضروری مقدم بر شروع مدیریت دانش توسعه دادند. سلطان حسینی و همکاران (۱۳۹۱) نشان دادند که بین مدیریت دانش و سلامت سازمانی اداره تربیت بدنی شهر اصفهان رابطه معناداری وجود دارد. آهنچیان و ظهور پرونده (۱۳۸۸) در تحقیقی نشان دادند که بین دانش مدیریتی با سلامت سازمانی و اثربخشی رابطه معناداری وجود ندارد. بنابراین سازمان‌ها با به کارگیری صحیح مدیریت دانش و استفاده از امکانات آن در امر تسریع و تسهیل دستیابی به اطلاعات قادر خواهند بود قابلیت‌های دانش خود را افزایش دهند و به مزیت رقابتی در مقایسه با سازمان‌ها دست یابند. از طرفی، سلامت سازمانی بر توانایی سازمان در سازگاری با محیط خود و یگانگی، انسجام و تمامیت برنامه‌های سازمانی تاکید دارد. با توجه به اهمیت برخورداری از مدیریت دانش در ارتقای سلامت سازمانی، لازم است که اداره تربیت بدنی و هیات‌های ورزشی عنایت و توجه بیشتری را به این مبحث داشته باشند و جهت ارتقای توانمندی مدیران و کارشناسان و به دنبال آن سلامت سازمانی، استفاده از مدیریت دانش بسیار مهم و تاثیرگذار است. اما اینکه در اداره تربیت بدنی استان سنندج این رابطه چگونه و میزان تاثیر آن چه قدر است، از اهداف این پژوهش می‌باشد.

سنجری و همکاران (۱۳۹۳) با بررسی مدیریت دانش و سلامت سازمانی در سازمان‌های صنعتی- تجاری نشان دادند که بین مدیریت دانش و خرده مقیاس‌های آن (ایجاد دانش، کسب دانش، سازماندهی دانش، حفظ دانش و تسهیم دانش) رابطهٔ مستقیم وجود دارد، اما بین کاربرد دانش و سلامت سازمانی رابطهٔ معناداری وجود نداشت. از طرفی، سلامت سازمانی بر توانایی سازمان در سازگاری با محیط خود و یگانگی، انسجام و تمامیت برنامه‌های سازمانی تاکید دارد. با توجه به اهمیت برخورداری از مدیریت دانش در ارتقای سلامت سازمانی،

1. Hoy &Mescle
2. Institutional Integration
3. Principal influnce
4. consideration
5. Initiating Structure
6. Resource support
7. Morale
8. Academic Emphasis
9. Hoy
10. Chang & e al

لازم است که اداره تربیت بدنی و هیات‌های ورزشی عنایت و توجه بیشتری را به این مبحث داشته باشند و جهت ارتقای توانمندی مدیران و کارشناسان و به دنبال آن سلامت سازمانی، استفاده از مدیریت دانش بسیار مهم و تاثیرگذار است.

روش شناسی پژوهش

روش پژوهش از حیث هدف، کاربردی از نظر شیوه جمع آوری داده‌ها، توصیفی– همبستگی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش کلیهٔ کارشناسان و مدیران ادارات ورزش و جوانان استان کردستان هستند که تعداد آن‌ها ۱۰۸ نفر است. حجم نمونه آماری با جامعه آماری برابر است. در این تحقیق از روش نمونه‌گیری در دسترس استفاده شد که در نهایت از ۱۰۸ پرسشنامه توزیع شده، اطلاعات ۹۹ پرسشنامه قابل استفاده بود. بنابراین نرخ پاسخگویی به پرسشنامه‌ها ۹۲ درصد بود که قابل قبول است. برای گردآوری داده‌ها از سه پرسشنامه استفاده شد:

۱. پرسشنامه اطلاعات جمعیت شناختی که موارد زیر را در بر داشت: جنسیت، سن، سطح تحصیلات و سابقه خدمت؛

۲. پرسشنامه مدیریت دانش: در تحقیق حاضر از پرسش‌نامه گولد و همکاران(۲۰۰۱) استفاده شد. این پرسش‌نامه شامل ۲۵ سوال با مقیاس هفت امتیازی لیکرت از کاملاً موافق تا کاملاً مخالف می‌باشد. پایایی این پرسش‌نامه توسط گولد و همکاران ۰/۸۳ و تحقیق اسمیت(۲۰۰۶) ۰/۸۰۳ و آندرسون ۰/۸۹گزارش شده است؛

۳. پرسشنامه سلامت سازمانی: از پرسش نامهلاندن و کلینگل ۲۰۰۲ که دارای ۳۱ گویه و ۸ بعد روحیه، نوآوری، مشارکت در تصمیم گیری، تعهد و استقلال، مسیر هدف، رهبری، یگانگی نهاد و توسعه است، استفاده گردید. پرسشنامه مذکور دارای مقیاس ۵ درجه ای لیکرت است و بدین ترتیب نمره گذاری می‌شود: خیلی زیاد نمره ۵، زیاد نمره٤، متوسط نمره ۳، کم نمره۲، بسیارکم نمره ۱ .

پایایی پرسشنامه از طریق محاسبهٔ ضریب آلفای کرونباخ برای مدیریت دانش ۰/۸۹ و برای پرسشنامه سلامت سازمانی ۰/۹۲ به دست آمد. به منظور تحلیل استنباطی داده‌های حاصله، از روش‌های آماری ضریب رگرسیون، ضریب همبستگی و تحلیل واریانس چند متغییره و نرم افزار SPSS نسخهٔ ۲۱ استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

نتایج نشان داد که بیشتر آزمودنی‌ها (٤٨/٤٨ درصد) در رده سنی ۳۱ تا ٤٠ سال قرار دارند، ٢٦/٢٧ درصد بیشتر از ٤١ سال و ٢٥/٢٥ درصد کمتر از ۳۰ سال سن دارند. به لحاظ جنسیت، ۷۸ درصد آزمودنی‌ها مرد و ٢٤ درصد زن بودند. به لحاظ سطح تحصیلات، بیشتر افراد (٥٦ درصد) مدرک کارشناسی، حدود ۳ درصد مدرک کارشناسی ارشد و بالاتر و حدود ٤٠ درصد مدرک کاردانی و پایین‌تر داشتند. به لحاظ رشته تحصیلی، ٤٢/٢ درصد از آزمودنی‌ها تحصیلات تربیت بدنی و ٥٧/٦ درصد تحصیلات غیر تربیت بدنی داشتند. به لحاظ سابقه خدمت، بیشتر افراد یعنی ۳۲/۳ درصد بین ۱۱ تا ۱۵ سال سابقه خدمت داشتند و افرادی که بیش از ۲۰ سال سابقه خدمت داشتند، کمترین سهم (۱۵ درصد) را در این بخش داشتند.

جدول :۱ توصیف سلامت سازمانی و مولفه‌های آن

شاخص آماری متغیر تحقیق	میانگین	انحراف استاندارد	کجی	کشیدگی
روحیه	۷۲/۶۸	۱۳/۶۹	-۰/۵۰۶	۰/۶۶۹
نوآوری	۲۵/۰۴	۵/۳۲	-۰/۵۱۲	۰/۶۳۴
مشارکت در تصمیم گیری	۱۰/۷۵	۳/۵۱	۰/۱۶۸	-۰/۱۸۹
تعهد و استقلال	۲۰/۲۰	۵/۱۷	۰/۱۰۰	۰/۲۰۷
مسیر هدف	۱۶/۶۷	۴/۵۰	۰/۲۶	۰/۲۱۰
رهبری	۱۰/۷۵	۳/۵۱	۰/۱۶۸	-۰/۱۸۹
یگانگی نهاد	۲۰/۲۰	۵/۱۷	۰/۱۰۰	۰/۲۰۷
توسعه	۱۵/۷۰	۸/۶	۰/۱۰۰	۰/۰۰۶
سلامت سازمانی	۱۶/۶۷	۴/۵۰	۰/۲۶	۰/۲۱۰

براساس جدول ۱، میانگین و انحراف استاندارد نمره سلامت سازمانی برابر با ۱۶/۶۷ ± ۴/۵، روحیه ۷۲/۶۸ ± ۱۳/۶۹، نوآوری ۵/۳۲ ± ۲۵/۰۴، مشارکت در تصمیم گیری ۳/۵۱ ± ۱۰/۷۵، تعهد و استقلال ۵/۱۷ ± ۲۰/۲۰، مسیر هدف ۴/۵۰ ± ۱۶/۶۷، رهبری ۱۰/۷۵ ± ۴/۵، یگانگی نهاد ۲۰/۲۰ ± ۵/۱۷ و توسعه ۱۵/۷۰ ± ۸/۶ می باشد.

توصیف مدیریت دانش و مولفه‌های آن

جدول ۲: توصیف مدیریت دانش و مولفه‌های آن

شاخص آماری متغیر تحقیق	میانگین	انحراف استاندارد	کجی	کشیدگی
اکتساب دانش	۴/۰۵	۰/۸۶۹	-۰/۱۵۷	-۰/۳۳۹
تبدیل دانش	۳/۴۶	۰/۸۰۸	-۰/۱۷۴	-۰/۷۵
کاربرد دانش	۴/۲۶	۱/۰۴۲	-۰/۴۴۵	۰/۶۵۳
حفظ دانش	۱۱/۷۸	۱/۹۸۲	-۰/۴۷۴	۰/۵۷۱
مدیریت دانش	۹/۵۸	۱/۸۲	۰/۱۵۴	۰/۶۵

با توجه به نتایج جدول ۲، میانگین و انحراف استاندارد مدیریت دانش ۱/۸۲±۹/۵۸، کاربرد دانش ۱/۰۴۲ ± ۴/۲۶، تبدیل دانش ۰/۸۰۸ ± ۳/۴۶، اکتساب دانش ۰/۸۶۹±۴/۰۵ و حفظ دانش ۱/۹۸ ± ۷۸/۱۱ می‌باشد.

جدول ۳: آزمون ضریب همبستگی پیرسون در خصوص رابطه بین مدیریت دانش و سلامت سازمانی وخرده مقیاس‌های آنها

متغیر		مدیریت دانش					
	خرده مقیاس	شاخص	اکتساب دانش	کاربرد دانش	حفظ	تبدیل دانش	مدیریت دانش کل
سلامت سازمانی	روحیه نوآوری مشارکت در تصمیم گیری	n	۹۹	۹۹	۹۹	۹۹	۹۹
		r	۰/۴۶	۰/۲۸	۰/۴۸	۰/۳۷	۰/۳۴
		P	۰/۰۰۱*	۰/۰۵**	۰/۰۰۱*	۰/۰۰۱*	۰/۰۰۱*
	تعهد و استقلال مسیر هدف رهبری	n	۹۹	۹۹	۹۹	۹۹	۹۹
		r	۰/۴۰	۰/۴۴	۰/۲۷	۰/۴۸	۰/۴۵
		P	۰/۰۰۱*	۰/۰۰۱*	۰/۰۵**	۰/۰۰۱*	۰/۰۰۱*
	یگانگی نهاد روحیه	n	۹۹	۹۹	۹۹	۹۹	۹۹
		r	۰/۵۳	۰/۲۷	۰/۵۳	۰/۶۸	۰/۶۱
		P	۰/۰۰۱*	۰/۰۵**	۰/۰۰۱*	۰/۰۰۱*	۰/۰۰۱*
	نوآوری مشارکت در تصمیم گیری تعهد و استقلال	n	۹۹	۹۹	۹۹	۹۹	۹۹
		r	۰/۵۴	۰/۵۰	۰/۵۲	۰/۴۸	۰/۵۱
		P	۰/۰۰۱*	۰/۰۰۱*	۰/۰۰۱*	۰/۰۰۱*	۰/۰۰۱*
	مسیر هدف رهبری یگانگی نهاد	n	۹۹	۹۹	۹۹	۹۹	۹۹
		r	۰/۷۱	۰/۲۸	۰/۵۴	۰/۶۳	۰/۶۶
		P	۰/۰۰۱*	۰/۰۵**	۰/۰۰۱*	۰/۰۰۱*	۰/۰۰۱*
	توسعه روحیه نوآوری	n	۹۹	۹۹	۹۹	۹۹	۹۹
		r	۰/۳۶	۰/۴۴	۰/۵۰	۰/۴۳	۰/۴۰
		P	۰/۰۰۱*	۰/۰۰۱*	۰/۰۰۱*	۰/۰۰۱*	۰/۰۰۱*
	مشارکت در تصمیم گیری تعهد و استقلال مسیر هدف	n	۹۹	۹۹	۹۹	۹۹	۹۹
		r	۰/۳۲	۰/۲۶	۰/۲۷	۰/۳۰	۰/۳۰
		P	۰/۰۵**	۰/۰۵**	۰/۰۵**	۰/۰۵**	۰/۰۵**
	رهبری یگانگی نهاد	n	۹۹	۹۹	۹۹	۹۹	۹۹
		r	۰/۴۲	۰/۳۸	۰/۴۸	۰/۳۹	۰/۴۱
		P	۰/۰۰۱*	۰/۰۰۱*	۰/۰۰۱*	۰/۰۰۱*	۰/۰۰۱*
	روحیه نوآوری مشارکت در تصمیم گیری	n	۹۹	۹۹	۹۹	۹۹	۹۹
		r	۰/۵۷	۰/۳۸	۰/۴۸	۰/۴۷	۰/۵۰
		P	۰/۰۰۱*	۰/۰۰۱*	۰/۰۰۱*	۰/۰۰۱*	۰/۰۰۱*
	تعهد و استقلال	n	۹۹	۹۹	۹۹	۹۹	۹۹
		r	۰/۴۱	۰/۳۸	۰/۴۸	۰/۳۸	۰/۳۹
		P	۰/۰۰۱*	۰/۰۰۱*	۰/۰۰۱*	۰/۰۰۱*	۰/۰۰۱*
	سلامت سازمانی کل	n	۹۹	۹۹	۹۹	۹۹	۹۹
		r	۰/۵۳	۰/۶۵	۰/۵۵	۰/۶۲	۰/۴۲
		P	۰/۰۰۱*	۰/۰۰۱*	۰/۰۰۱*	۰/۰۰۱*	۰/۰۰۱*

جدول ۳ نشـــان می‌دهد بین کلیه خرده مقیاس‌های سلامت سازمانی و مدیریت دانش و خرده مقیاس‌های آنها رابطه وجود دارد.

مدیریت دانش پیش‌بینی کننده سلامت سازمانی کارشناسان و مدیران نیستند.

جدول ٤: نتیجهٔ آزمون دوربین واتسون جهت عدم وابستگی خطاها

مدل	مجذور R	مجذور R تنظیم شده	خطای معیار	F	سطح معناداری	دوربین واتسون
۱	۰/۸۸۳	۰/۸۸۲	٤/۷۰۵	۹٦٤/۰٤	۰/۰۰۱	۲/۰۲

با توجه به نتایج جدول ٤، مقدار آزمون دوربین واتسون ۲/۰۲ به دست آمد که انجام آزمون با رگرسیون را تأیید می‌کند.

جدول ٥: آزمون معناداری معادلهٔ رگرسیون

		مجموع مجذورات	درجهٔ آزادی	میانگین مجذورات	F	سطح معناداری
۱	رگرسیون	۱۱۳/۸۸۰	۱	۱۱۳/۸۸	۹٦٤/۰٤	۰/۰۰۱
	باقیمانده	۱۵/۱۲۰	۱۲۸	۰/۱۱۸		
	کل	۱۲۹	۱۲۹	.....		

با توجه به نتایج جدول ٥، تحلیل رگرسیون نشان می‌دهد که مؤلفه‌های کاربرد دانش(t=۱۱/۷٦، p=۰/۰۰۱) و اکتساب دانش(t=۱۵/٤۲، p=۰/۰۰۱)وخلق دانش (t=۱۱/۸۸، p=۰/۰۰۱) و حفظ دانش(t=۱۰/۷۸، p=۰/۰۰۱) در معادله رگرسیون قدرت پیش‌بینی سلامت سازمانی را دارند.

جدول ٦: تحلیل رگرسیون

	ضرایب غیر استاندارد		ضریب استاندارد	t	سطح معناداری
	B	خطای استاندارد	بتا		
مقدار ثابت	۱/۳۸۱	۰/۰۳۰	.....	۰/۰۰۱	0/۰۰۱
کاربرد دانش	۰/۳۸۵	۰/۰۳۳	۰/۳۸۵	۱۱/۷٦٤	۰/۰۰۱
اکتساب دانش	۰/۵۳۳	۰/۰۳۵	۰/۵۳۳	۱۵/٤۲۳	۰/۰۰۱
خلق دانش	۰/۳٤۰	۰/۰۲۹	۰/۳٤۰	۱۱/۸۸٤	۰/۰۰۱
حفظ دانش	۰/٤٤۰	۰/۰۳۹	۰/٤۵۰	۱۰/۷۸	۰/۰۰۱

بنابراین با توجه به مقادیر t و سطح معناداری، فرض تساوی ضرایب و مقدار ثابت با صفر رد می‌شود و باید ضرایب B مذکور را در معادلهٔ رگرسیون حفظ کرد. لذا معادله رگرسیون به صورت زیر است:

حفظ دانش (۰/٤٤)+خلق دانش (۰/۳٤۰)+اکتساب د انش (۰/۵۳۳)+کاربرد دانش (۰/۳۸۵)+۱/۳۸۱= y

بحث و نتیجه گیری

دراکر[1] با به کارگیری واژگانی همچون: کار دانشی، دانشگر و سازمان دانش، خبر از ایجاد نوع جدیدی از سازمان‌ها می‌دهد که در آن‌ها به جای قدرت بازو، قدرت ذهن حاکمیت دارد. بر اساس این نظریه، در آینده جوامعی انتظار توسعه و پیشرفت خواهند داشت که سهم بیشتری از دانش را به خود اختصاص دهند، نه سهم بیشتری از منابع طبیعی. دانش، منبع بالقوه ای است که کشف کننده منابع دیگر است و درون داده های هر سازمان را ابدی ولا یزال می سازد(الوانی و دانایی فر، ۲۰۰۹). از طرفی، سلامت سازمانی منجر به مواجهه موفقیت آمیز سازمان با نیروهای مانع بیرونی شده، استعدادهای اعضا شناسایی می گردد تا با استفاده از آن‌ها، اهداف سازمانی به شکل مطلوبی تحقق پیدا کند (کاترین[2]، ۲۰۰۷). نتایج این تحقیق نشان داد که حفظ دانش دارای بالاترین میانگین و تبدیل دانش دارای کمترین میانگین میباشد و مولفه حفظ دانش در بین مولفه‌ها مدیریت دانش از وضعیت بهتری برخوردار است. حفظ دانش به محافظت از دانش در برابر استفاده نادرست از آن اشاره می‌کند. مولفه‌های کاربرد دانش، کسب و تبدیل دانش به ترتیب از وضعیت خوبی در سازمان برخوردارند. نتایج پژوهش حاضر با نتایج محققانی چون گولد و همکاران(۲۰۰۱)، اسمیت(۲۰۰۷) و آندرسون(۲۰۰۷) همخوانی دارد.

امروزه شرایط و فضای رقابتی سازمان‌ها بیش از پیش پیچیده گردیده و به سرعت در حال تغییر است؛ به گونه‌ای که سرعت تغییر در سازمان‌ها به مراتب بیشتر از سرعت و توان پاسخگویی و تطبیق با آنهاست. تغییرات مستمر دانش، وضعیت عدم تعادل جدیدی را برای سازمان‌ها به ارمغان آورده است که در این میان تنها سازمان‌هایی می‌توانند به بقای خود ادامه دهند که نه تنها دانش روز را کسب و ایجاد کنند، بلکه در انتقال و کاربرد و حفظ و آن نیز کوشا باشند. همانگونه که نتایج این تحقیق نشان داد در کسب و کاربرد و انتقال و حفظ دانش خوب می‌باشد. به اعتقاد محققان، مزیت رقابتی متعلق به سازمان‌هایی که بهترین دانش را دارند، نیست، بلکه متعلق به سازمان‌هایی است که از دانش خود در عمل به بهترین صورت استفاده می‌کنند(بحرینی،۱۳۸۸). خوشبختانه، بر اساس نتایج به دست آمده، اداره کل ورزش و جوانان از وضعیت خوبی برخوردار است و این امر می‌تواند به مدیران در برنامه‌ریزی، سازماندهی، رهبری، حل بسیاری از مسائل و مشکلات جاری در سازمان و محیط پیرامون و در نهایت به ارزیابی بهتر کمک کند. مدیران از دانش موجود می‌توانند در برنامه‌ریزی‌های استراتژیک و راهبردی بهره ببرند.

نتایج نشان داد که بعد روحیه، بالاترین میانگین و رهبری پایین ترین میانگین را دارد. جعفری و همکارانش(۱۳۹۰) نشان دادند که در میان ابعاد سلامت سازمانی بعد روحیه دارای بیشترین میانگین و بعد حمایت از منابع دارای کمترین میانگین است. نتایج با تحقیق قنبری(۱۳۷۹) که بیان کرد که بعد حمایت سازمانی کمترین میانگین را در بین سایر ابعاد در مدارس غیر انتفاعی دارد، همخوانی دارد. همچنین، با نتایج تحقیق سویی و همکاران(۱۹۹٤)، سویی و چنگ(۱۹۹۹) وزکی(۱۳۸۰) همخوان است و با تحقیق شعبانی و همکاران(۱۳۸۹) که کوچکترین میانگین مربوط به رعایت می‌باشد، ناهمسوست.

ارتباط معناداری بین سلامت سازمانی و مدیریت دانش و خرده مقیاس‌های آنها در ادارات ورزش و جوانان استان کردستان به دست آمد. تحقیق حاضر با تحقیق سلطان حسینی و همکاران (۱۳۹۱) که بین مدیریت دانش و سلامت سازمانی اداره تربیت بدنی شهر اصفهان رابطه معناداری نشان دادند، همخوانی دارد. همچنین، یافته‌های سالارزهی و همکاران (۱۳۹۲) در مولفه‌های مشترک متغیر مدیریت دانش با پژوهش حاضر، با نشان دادن رابطهٔ

1. Draker
2. Kathrine

مثبت معنادار بین این مولفه‌ها با سلامت سازمانی همخوانی دارد. علاوه بر این، بهرامی و همکاران (۱۳۹۲) نیز نشان دادند که بین سلامت سازمانی و ایجاد دانش، به کارگیری و انتقال دانش رابطهٔ مثبت و معناداری وجود دارد که این نتیجه با یافته‌های پژوهش حاضر هم‌خوان است. اما یافته‌های سنجری و همکاران (۱۳۹۳) در بخش خرده مقیاس کاربرد دانش با یافته‌های پژوهش حاضر ناهمخوان است، چرا که سنجری و همکاران (۱۳۹۳) بین کاربرد دانش با سلامت سازمانی رابطهٔ معناداری گزارش نکردند، در حالی که در پژوهش حاضر رابطهٔ مثبت معناداری بین کاربرد دانش با سلامت سازمانی به دست آمد. از دلایل احتمالی این ناهمخوانی می‌توان به تفاوت جامعهٔ آماری و جو حاکم بر سازمان‌های ورزشی با سایر سازمان‌ها اشاره کرد. این متغیرها بنابراین سلامت سازمانی می‌تواند تاثیر مثبت وبسیار مطلوبی بر سازمان و مدیریت دانش آن داشته باشد و در این سیستم کارکنان با تمام وجود و توان خود در جهت رسیدن به اهداف تلاش می‌کنند و برای رسیدن به موفقیت همواره درصدد دستیابی به دانش و اطلاعات جدید هستند. دیر و نبوکا (۲۰۰۰) نیز نشان دادند که ایجاد شبکه‌های تسهیم دانش در گرو وضوح و شفافیت مقررات و هنجارها و پیوندهای قوی میان اعضاست. کابوت درایو[1] (۲۰۰٤) اصول استقرار سلامت سازمانی را ایجاد عدالت اجتماعی می‌داند که این عدالت به تسهیم اطلاعات اشاره دارد.

تحلیل رگرسیون نشان می‌دهد که مؤلفه‌های کاربرد دانش(t=۱۱/۷٦، p=۰/۰۰۱) و اکتساب دانش (t=۱۵/٤۲، p=۰/۰۰۱) وخلق دانش (t=۱۱/۸۸، p=۰/۰۰۱) و حفظ دانش(t=۱۰/۷۸، p=۰/۰۰۱) در معادله رگرسیون قدرت پیش‌بینی اثربخشی را دارند. با توجه به مقادیر t و سطح معناداری، فرض تساوی ضرایب و مقدار ثابت با صفر رد می‌شود و باید ضرایب B مذکور را در معادلهٔ رگرسیون حفظ کرد. لذا معادله رگرسیون به صورت زیر است:

حفظ دانش (۰/٤٤)+خلق دانش (۰/۳٤۰)+اکتساب د انش (۰/۵۳۳)+کاربرد دانش (۰/۳۸۵)+۱/۳۸۱= y

هال[2](۲۰۰٤) اشاره می‌کند که مدیریت مبتنی بر دانش، یعنی افزایش توانایی ودانش کاری و این راهی است برای بهبود امور شغلی و پویایی سازمان و کارکنان برای موفقیت خود و سازمان‌ها نیازمند مدیریت دانش محور هستند تا بدین ترتیب سلامت سازمانی نیز حفظ گردد. عصر حاضر، عصر تحولات و تغییرات شگرف درفناوری هاست؛ عصری که ساختار فکری آن آکنده از عمق بخشیدن به اطلاعات و توجه به مشارکت نیروی انسانی خلاق و دانش گرا به جای نیروی انسانی عملکردی است. از این رو، مدیریت هوشیار بر آن است تا هرچه بیشتر و بهتر درجهت استفاده از ابزاری به نام دانش برای رویارویی و مقابله با عوامل عدم اطمینان، حفظ موقعیت و ایجاد خلاقیت و نوآوری جهت گسترش عرصه رقابتی خود برآید. این امر مستلزم این است که سازمان با ارج نهادن به مدیریت دانش و حفظ دانش کسب شده آن را به عنوان یک نیاز استراتژیک و ضروری جهت پیشگامی در عرصه رقابت پذیری، در زمره برنامه‌های اولویت دارخود قرار دهد. با وجود این، سازمان‌ها با کنار گذاشتن مأموریت‌های جهانی افراد به سود شبکه‌های‌ارتباطات و فناوری پیشرفته، با دورنمای واقعی مدیریت و انتقال ناکارآمد دانش و در نتیجه توسعه و حفظ ناکارآمد مهارت روبه‌رو هستند. اهمیت راهبردی و حیاتی حفظ و نگه داری افراد آگاه وکارشناس در سازمان آشکار می‌شود. این افراد دانش خود را که اغلب اختصاصی شرکت، فناوری، صنعت یا حتی یک ناحیه خاص است، در بلند مدت به دست می‌آورند. معمولا تعیین‌جانشین آنها پر هزینه و وقت گیر است. بنابراین، حفظ دانش با سازگار کردن افراد در سازمان به گونه ای که اعتماد و انسجام بین افراد بیشتر شود و دانش کسب شده حفظ و به خارج سازمان نرود، از اهمیت بالایی برخوردار است. شاید به همین دلیل است که مدیریت دانش با سلامت سازمانی ارتباط دارد.

1. Cabot Drive
2. hall

منابع

- پولانی، مایکل. (۱۳۸٦). **اقداماتی درجهت سلامت سازمانی**. محمدرضا علی پور. تهران: موسسه پژوهش و آموزش همکاران سیستم
- جعفری، حسن؛ محمدیان، مهدی و حسین پور، داود. (۱۳۹۱). **"رابطه سلامت سازمانی و تعهد سازمانی در کارکنان بیمارستان‌های آموزشی منتخب دانشگاه علوم پزشکی جند ی شاپور اهواز"**. علوم بهداشتی جندی شاپور. (۱). ٤۱-٤۸.
- حسینی، یعقوب. (۱۳۸۵). **"بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و استقرار مدیریت دانایی در دانشگاه تربیت مدرس"**. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس.
- خامدا، زهرا. (۱۳۸۸). **"بررسی رابطه میان مدیریت آموزش و توسعه منابع انسانی با مدیریت دانش"**. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران.
- زکی، م.ع. (۱۳۸۰). **"بررسی سلامت سازمانی مدارس شهرض"**. فصلنامه مصباح. ۱۰(۳۸)،۷۱-۸۸.
- سلطان حسینی، محمد و موسوی، زهره. (۱۳۹۱). **"تعیین سهم نسبی مدیریت دانش بر سلامت سازمانی در اداره کل تربیت بدنی و هیات‌های ورزشی شهر اصفهان"**. پژوهش‌های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی. ۲(۳). ۵۱-٦۳.
- شعبانی بهار، غلامرضا؛ صفایی، ایمان وعرفانی، نصرالله. (۱۳۸۹). **"تعیین میزان رابطه سلامت سازمانی با بهره وری حوزه ستادی سازمان تربیت بدنی کشور از دیدگاه کارشناسان"**. پژوهش در علوم ورزشی. شماره ۲۹، زمستان ۸۹، ص ٦۹-۸۲.
- قنبری، ف. (۱۳۷۷). **"بررسی وضعیت سلامت سازمانی سازما نهای متوسطه دولتی و غیرانتفاعی شهرستان شیراز از دیدگاه معلمان"**. پایان نامه فوق لیسانس، دانشگاه شیراز.
- Alvani, S. M., &Danayifard, H. (2009). **Discourses in the philosophy of government organization theories.** Eshraghi-Safar publication, seventh inpress, Tehran (in Persian).
- Anderson, Kimberly, K. (2009). **"Organization capability predictors of effective knowledge management an empirical examination".** Dissertation of doctor of business administration. Nova southeastern university.
- Bahrami, Mohammad Amin., Matboui, Samira., Montazeralfaraj, Razieh., DehghaniTafti, Arefeh. (2013). **"Organizational Health and Knowledge Management:A Questionnaire Study of an Iranian Medical University".** World Applied Sciences Journal, 25 (6): 892-898.
- Beckman, Thomas. (1998). **"The current state of knowledge management in knowledge management handbook".** Springer, Chap 1.
- Bordin, C. and Bartram, T. (2007). **"The antecedents and consequences of psychologicalempowerment among Singaporean IT employees".** Management Research News, Vol.30 No.1, 34-46.
- Bridle, B. J. (2008). **"The effects of perceived co-worker involvement and super-**

visorsupport on service provider role stress, performance and job satisfaction". Journal ofRetailing, Vol. 72 No.1, 5775.

- Chang, Tsung –Han, Wang, Tien- Chain. (2009). **"Using the fuzzy multicriteria decision making approach for measuring the possibility of successful knowledge management".** Journal of Information Sciences, No.179, p.p 355.
- Chang, Tsung –Han, Wang, Tien- Chain. (2009). **"Using the fuzzy multi criteria decision making approach for measuring the possibility of successful knowledge management".** Journal of Information Sciences, No.179, p.p
- Drive. Cabot. (2004). **"Trinity Health: Organizational Integrity program".**
- Dyer, J. H and k. Nobeoka. (2000). **"Creating and managing a high performance knowledge-sharing network: The Toyota case".** Strategic management journal, 21 (3), 345-367.
- Gold, A., Malhotra, A., &Segars, A. (2001). **"Knowledge management: An organizational capabilities perspective".** Journal of Management Information Systems, 18(1), 185–214.
- Hall, R.M. (2004). **"Organizational Health of nonsupervisory employees working in full service".**
- Hayolston, L. (2009). **"Levels of organizational Health in individualist versus. Collectivist Societies: A Seven– Nation study".** Organization Science.Vol. 14. No.1.
- Hoy VK, Mescle C. (2008). **Theory, research and practice in educational administration.** Translated to Persian by: Abaszadeh S. Urmia: Urmia University pub; 2008: 88-46.
- Jalaldeen, razi, karim, ohamed. (2009). **"Organizational readiness and its contributing factor to adopt km processes: A conceptual model".** communications of the IBIMA, 8, pp.128-136.
- Korkmaz, Mehmet. (2007). **"The Effect of Leadership Style on Organizational Health".** Educational Research Quarterly, 3, 22-54.
- Meyerson, L.S. and Kline. T.B. (2008). **"Psychological and environmental empowerment: antecedents and consequences".** Leadership and Organization Development Journal, Vol. 29 No.5, 444-460.
- Nonaka, Ikujiro et al. (1998). **"The knowledge creating: How Japanese companies create the Dynamics of innovation".** Harvard Business Review.
- Paulen ,D .& Mason ,D. (2002). "**Newzealand knowledge management Barriers and Drivers of knowledge management vptak".** Journal of Knowledge management, Vol. 8, No5, 22, 3-16.
- Reibre, D. (2005). **"Knowledge management and employee performance on man-**

agers empowering". Leadership and Organization Development Journal, 27 (3), 217-234.

- Sanjari, SH., Mohammadi, M., Mohseni, M., Sanjari, A., Motamedi, F., Sanjari, SH., Khosravi, S. (2014). **"Study the Relationship between Knowledge Management and Organizational Health in Kerman Industry, Mining and Trade Organization".** Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review Vol. 3, No.10.p: 89-95.
- Smith. T. A. (2007). **"Knowledge management and its capabilities linked to the business strategy for organizational effectiveness".** Journal of Sport Science, Vol.12, No.2, 120-134.
- Tsui K, T. & Cheng, Y.C. (1999). **"School organizational health and teacher commitment: A contingency study with multi-level analyses".** Educational Research and Education, 3, 429-268.
- Tsui K., T., Leung, T.W., Cheung, Y.S., Mok, H.T. & Ho, W.S. (1994). **"The relationship of teachers' organizational commitment to their perceived organizational health and personal characteristics in primary schools".** Journal of a Primary Education, 4, 27-41.

۹

رابطه مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی و ترویج زبان پنهان در بین جوانان (مورد مطالعه: دانشجویان دانشکده رفاه)

طاهره جعفری[۱]
زهرا طالب لو[۲]

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۷/۲۶
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۱۰/۲۰

شبکه‌های اجتماعی، گروهی از مهم‌ترین ابزارهای فرهنگ‌ساز در دنیای معاصر محسوب می‌شوند که نقش و تاثیر مهمی در تشکیل باورها، نگرش‌ها، انگیزه‌ها و رفتارهای افراد دارند. این شبکه‌ها برای حفظ روابط اجتماعی موجود، پیدا کردن دوستان جدید، زمینه عضویت، فعالیت و مشارکت هدفمند کاربران را فراهم می‌آورند. زبان پنهان، یکی از گونه‌های اجتماعی زبان است که دارای سابقه‌ای با ویژگی‌های خاص خود است. زبان پنهان، از مجموعه لغاتی تشکیل شده که صرفاً ابداعی هستند و هیچ پیشینه طبقاتی، نژادی، دینی و .... ندارند و به شدت تحت تاثیر شبکه‌های اجتماعی تولید می‌شوند. پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی و ترویج زبان پنهان در بین جوانان صورت گرفته است. دانشجویان دانشکده رفاه، جامعه آماری مطالعه حاضر بوده‌اند که محقق مصاحبه‌هایی را با ۱۶ نفر از آنان انجام داده است. نتایج به دست آمده از مصاحبه عمیق با این دانشجویان حاکی از این است که بیشترین تغییرات زبانی در سطح واژگان (مانند کوتاه‌سازی یا حذف و ...) اتفاق افتاده است. سایر نتایج به دست آمده شامل حیطه‌های آگاهی به زبان پنهان، کاربری استفاده از شبکه‌های اجتماعی، مصرف شبکه‌های اجتماعی، نوع ارتباط مخاطبان در شبکه‌های اجتماعی، احساس مخاطب نسبت به واژه جدید، زبان تصویری، نوع نوشتار، محل کاربری شبکه‌های اجتماعی، کاربرد واژه و نحوه واژه‌سازی می‌باشد.

واژگان کلیدی: شبکه‌های اجتماعی، جوانان، زبان پنهان و دانشکده رفاه

---

۱. دکترای جامعه شناسی، گروه مطالعات فرهنگی، دانشکده غیر انتفاعی رفاه، تهران، ایران (نویسنده مسئول) E-mali: Jafari.749@gmail.com
۲. دانشجوی کارشناسی ارشد، مطالعات فرهنگی، دانشکده غیرانتفاعی رفاه، تهران، ایران

مقدمه

به دنبال پیدایش و گسترش وسایل ارتباط جمعی که مرهون توسعه سریع فناوری است، رسانه‌های اجتماعی به بطن جوامع انسانی نفوذ کرده‌اند؛ به گونه‌ای که انسان‌ها بخش قابل توجهی از اوقاتشان را با وسایل ارتباط جمعی پر می‌کنند. در عصر ارتباطات، کمتر مکانی را در روی زمین می‌توان یافت که وسایل ارتباط جمعی به آن‌جا راه نیفتاده باشد. همین امر سبب شده که نه تنها اهمیت وسایل ارتباط جمعی پررنگ شود، بلکه ایجاد و شکل گیری روابط جدید را در جوامع پدید آورد که تغییرات اساسی آن در زندگی انسان‌ها از جمله تغییرات زبانی را به وجود می‌آورد. زبان، یک رفتار اجتماعی تثبیت یافته و مدون است که هنجارها، قواعد و نشانه‌های موضوعه خاص خود را دارد؛ ضوابطی که گویشگران عضو یک جامعه زبانی، ملزم به رعایت و به کار بستن آن اند. گروه‌های اجتماعی هر جامعه نیز تابع آن جامعه هستند، اما چون هنجارهای گروهی خاص خود را نیز دارند در زبان جامعه تغییراتی متناسب با هنجارهای گروهی خود می‌دهند و از این طریق موجب پدید آمدن گونه‌های زبانی می‌گردند. (حسینی ،۱۳۹۰، ٦٣)

"زبان پنهان"(Argot) اصطلاح وسوسه‌کننده‌ای است؛ زبانی پر رمز و راز که غیرخودی‌ها نباید از آن سر در بیاورند. این اصطلاح را نخستین بار مهدی سمایی، زبان‌شناس و عضو گروه واژه‌گزینی فرهنگستان در چاپ کتاب "فرهنگ لغات زبان پنهان" به کار برد. این کتاب اگرچه تنها مدت کوتاهی منتشر شد، اما زبان پنهان همچنان در لایه‌های گوناگون جامعه رواج دارد و اصطلاح آن میان پژوهشگران این عرصه به خوبی پذیرفته شده است. زبان پنهان، در اصل یک زبان مستقل نیست و یکی از شکل‌ها و گونه‌های زبان معیار است. زبان پنهان، عمدتا در حوزه واژگان و تا حدی اصطلاحات و عبارت‌های فعلی ابداع و زایده هر زبان می‌شود. بخشی از این واژه‌ها به سبب کثرت استعمال به زبان مردم کوچه و بازار راه پیدا می‌کند و جزئی از زبان معیار می‌شود. در برخی شرایط، ارتباط کلامی در جامعه، تحت تاثیر ناهنجاری‌های اجتماعی مقوله جدیدی به نام زبان پنهان را به وجود می‌آورد. بررسی این لغات، حوزه‌های معنایی کاربران را مشخص می‌سازد. (سمائی،۱۳۸٤، ٢٤)

این گونه‌های زبانی که با تبدیل جوامع ساده ابتدایی به جامعه‌های پیچیده و مدرن امروزی افزونی نیز یافته است، ناشی از تفاوت‌هایی است که در بافت‌ها و لایه‌های جامعه زبانی از نظر مخاطب، موضوع، رسانه و نیز موقعیت وجود دارد. با این همه درباره این مسئله که از یک دیدگاه "نوعی آسیب اجتماعی است که در بستر زبان نمود یافته" و نیز علل و عوامل پیدایش، شیوع و پیامدهای زبانی، فرهنگی و اجتماعی آن کار علمی خاصی صورت نگرفته است. از سوی دیگر، برخی از نویسندگان رسانه بدون در نظر گرفتن تبعات خاص بکارگیری این گونه‌زبانی، منفعلانه و نا آگاه به مصرف کنندگان صرف این گونه زبانی تبدیل شده و به تبلیغ و اشاعه آن پرداخته اند. (سارلی، ۱۳۸۹، ٦٤-٦٥)

نتایج نظرسنجی ژانویه سال ۲۰۰٤ شبکه بی بی سی بیانگر این مطلب بود که شبکه‌های اجتماعی تاثیرات وسیعی را در سبک زندگی افراد داشته‌اند. این شبکه در آن سال یک موضوع را برای بحث در تارنمای خود انتشار داد. عنوان بحث این بود که فناوری‌های جدید چگونه سبب تغییر سبک زندگی شما شده است؟ بیشتر شرکت کنندگان در بحث، داستان زندگی خود را با توجه به عصر دیجیتال مطرح کرده و به این موضوع پرداختند که اینترنت چگونه موجب تغییر زندگی آنها شده است؟ ۲۰۰ زن و ۲۰۰ مرد به طور تصادفی از میان کسانی که به این پرسش پاسخ داده بودند، انتخاب شدند تا نظرات آنها تحلیل محتوا شود. یافته‌ها نشانگر این بود که بیشتر افراد معتقد بودند اینترنت در مسیر زندگی آنها نقش مهمی دارد و از لحاظ دوست‌یابی و مسائل

استخدامی و شغلی می‌توانند به آن تکیه کنند. همین امر سبب ایجاد تغییراتی در شیوه و سبک زندگی آنها شده است. (هیلبرمن،۲۰۰۹، ۲۳)

همچنین نتایج نظر سنجی مشهور به "نظرسنجی ۲۰۰۰" که توسط انجمن ملی جغرافیا انجام شد و از سپتامبر تا نوامبر ۱۹۹۸ برای اعضای سایت اینترنتی این انجمن که خود نوعی شبکه اجتماعی را تشکیل می‌دادند، قابل دسترسی بود نشان داد افرادی که مدت طولانی‌تری در شبکه‌های اجتماعی عضویت داشته‌اند، به انواع بیشتری از فعالیت‌های اینترنتی پرداخته و رفته رفته میزان حضور ایشان در فضای وب بیشتر شده و فعالیت‌های آنها در اجتماع غیرمجازی کمتر گردیده است. در حقیقت شبکه‌های اجتماعی به موضوعی محوری در ساخت و بازسازی سبک زندگی و اجتماع کاربران تبدیل می‌شود. (ولمن و کوان هاس، ۱۳۸۵، ٦۹).

از آنجا که جامعه کنونی ما جامعه جوانی است، بخش وسیعی از برنامه‌های رسانه نیز به این نوع خاص مخاطب اختصاص یافته است. شناخت درست مخاطب، نیازها و مسائل خاص زبانی وی، جدا از اینکه باعث تولید برنامه‌های موثر تر می‌گردد، جذب و جلب مخاطبان بیشتر را نیز به همراه دارد. از سوی دیگر، دستیابی به شناخت واقعی نیازها و مسائل زبانی این گروه از مخاطبان به مدیران و سیاستگذاران رسانه این امکان را می‌دهد تا پس از رایزنی با صاحب‌نظران به طور غیر مستقیم به برنامه‌ریزی زبانی اقدام ورزند. (حسینی،۱۳۹۰، ٤۷) در واقع، مسئله اصلی در این مقاله بررسی جایگاه مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترویج زبان پنهان در بین دانشجویان دانشکده رفاه می‌باشد.

اهداف پژوهش

هدف اصلی

بررسی جایگاه مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترویج زبان پنهان در بین دانشجویان دانشکده رفاه است.

اهداف فرعی

۱. میزان و نحوه استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی؛
۲. بررسی میزان رواج زبان پنهان در میان دانشجویان دختر شبکه‌های اجتماعی مجازی دانشجویان دانشکده رفاه؛
۳. شناسایی بیشترین تغییرات زبان پنهان در سطح واژگان (مانند کوتاه‌سازی یا حذف و ...) در شبکه‌های اجتماعی از نظر دانشجویان دختر دانشگاه رفاه.

سوالات پژوهش

۱. دختران دانشجو تا چه حد و چگونه از فضای مجازی استفاده می‌کنند؟
۲. زبان پنهان تا چه میزانی در میان دانشجویان دختر شبکه‌های اجتماعی رواج دارد؟
۳. مهمترین تغییرات انجام شده در سطح واژگان زبان در شبکه‌های اجتماعی چیست؟

تعریف مفاهیم

شبکه‌های اجتماعی

به طور کلی در تعریف شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌توان گفت، سایت‌هایی هستند که از یک سایت ساده

مانند موتور جستجوگر با اضافه شدن امکاناتی مانند چت، ایمیل و امکانات دیگر خاصیت اشتراک‌گذاری را به کاربران خود ارائه می‌دهند. شبکه‌های اجتماعی، محل گردهمایی صدها میلیون کاربر اینترنت است که بدون توجه به مرز، زبان، جنس و فرهنگ، به تعامل و تبادل اطلاعات می‌پردازند. (سلطانی‌فر، ۱۳۸۹، ۵۳)

شبکه‌های اجتماعی به مثابه یک رسانه جدید، بستر مناسبی برای ظهور و تجلی هر یک از آنهاست. افراد می‌توانند از طریق شبکه‌های اجتماعی به گفتگو و تعامل پیرامون مسائل و موضوعات مورد علاقه خود بپردازند و از این طریق افکار عمومی به عنوان صدای مردم شکل بگیرد و هر یک می‌توانند در مخالفت با یک مسئله و موضوعی اجتماعی و سیاسی دست به کنش بزنند (مهدی زاده، ۱۳۸۳، ۱۲۱).

زبان پنهان

زبان پنهان یکی از گونه‌های اجتماعی زبان است که دارای سابقه‌ای با ویژگی‌های خاص خود است. نخستین مدارکی که از این گونه زبان به دست آمده، مربوط به سارقان و راهزن‌ها بوده و از زندان رواج یافته است. این جماعت که خلاف قانون رفتار می‌کرده‌اند، برای ارتباط با یکدیگر، به زبانی نیاز داشتند که اسرارشان را پوشیده نگه دارد. این گونه زبان احتمالاً همیشه در کنار زبان معیار بسیاری از جوامع، جهت پنهان کردن اسرار و پوشاندن افکار وجود داشته است. برخی از تعاریفی که از زبان پنهان وجود دارد عبارت اند از:

الف) زبانی که فقط طبقه خاصی، به خصوص دزدان به آن تکلم می‌کنند و آن را می‌فهمند (CF.Longman,1981).

ب) مجموعه لغات و عباراتی که گروهی خاص آن را به کار می‌برند و فهمش برای دیگران مشکل است. (CF.oxford advanced learners dictionary,1996)

ج) واژگان خاص برخی گروه‌های اجتماعی یا صاحبان حرف. (CF.petit Larousse illustre,1986)

در این مقاله، مقصود ما از زبان پنهان با تعریف دوم همخوانی دارد. در این معنا، زبان پنهان از مجموعه لغاتی تشکیل شده که یا صرفاً ابداعی هستند و هیچ پیشینه طبقاتی، نژادی، دینی و .... ندارند- که این حالت مبدع این لغات گمنام بوده و برای کاربران هیچ اهمیتی ندارد- یا لغت مزبور، در جریان مراودات فرهنگی با افراد جوامع دیگر، طبقات مختلف اجتماعی در یک جامعه و ... از نظر کاربران و طی استفاده‌های مکرر افراد و به مرور زمان از بار معنایی اولیه خود تهی گشته و معنا یا معانی جدیدی یافته است. نکته حائز اهمیت آن که علی‌رغم پنهان بودن بار معنایی لغات مزبور برای عموم، لزوماً این لغات دارای بار معنایی منفی نمی‌باشند و حتی در مواقعی دارای مترادفات معمول یا ارزشمند در زبان معیار نیز هستند. به عنوان مثال، "نوربالازدن" به معنای بسیار مذهبی بود و رعایت مستحبات است که موجب نورانی شدن فرد می‌شود یا "تسبیح دستتم" به معنای اظهار ارادت مخلصانه است. در برخی مواقع نیز لغات ابداعی در زبان پنهان بیانگر تحولات ایجاد شده در حوزه اقتصادی، سیاست، فرهنگ و مسائل اجتماعی است. به عنوان مثال، نقل قول "پژو حسرتی" که به ماشین آردی گفته می‌شود، برخاسته از تحولات صنعتی چندان مناسب در حوزه خودرو سازی و گرایش مردم به تفاخر و ... است که تمایل دارند ماشین پیکانی را که ظاهری شبیه پژو دارد، بخرند. (اکرامی، ۱۳۸٤، ۳۰۳)

زبان معیار[1]

هر زبان به مقتضای شرایطی چون تعلق اهل آن به منطقه جغرافیایی و طبقه اجتماعی معین و جنسیت و قومیت و سن و تحصیلات سخن‌گویان دارای گونه‌های متعدّد است که از میان آنها یک - و احیانًا چند- گونه

1. Standard language

از اعتبار بیشتری برخوردارند و به عنوان زبان مشترک پذیرفته شده اند. کسانی که این گونه‌های خاص را به کار می برند، از منزلت ممتازی برخوردار می‌گردند. از این رو، سخن‌گویان سایر گونه‌ها به تقلید از زبان آنها گرایش پیدا می‌کنند. این گونه خاص زبان معیار نامیده می‌شود. تعریف زبان معیار همچون تعریف زبان و جامعه شناسی زبان دارای پیچیدگی‌ها و دشواری‌های خاصّ خود است. (والی رضایی،۱۳۹٤، ۲۰)

زبان محاوره‌ای[1]

زبان معیار در فارسی دو گونه نوشتاری و گفتاری دارد. مرز میان گونه نوشتاری و زبان محاوره نمایان‌تر است. زبان گفتاری با زبان محاوره یکی است و این دو اصطلاح، مفهوم واحد دارند. اما زبان عامیانه، هرچند گفتاری و محاوره‌ای است، مفهوم متفاوتی دارد. زبان عامیانه گونه‌ای است که در میان قشرهای بی‌سواد و کم‌سواد و دارای مشاغل کم اعتبار رواج دارد. مثلاً تلفظ واژه‌های "عُذْر، نسخه و عکس" به صورت "عُرذ، نُخسه و عسک" و یا تلفظ کلمات "گَردْ، سبد، کلید" به صورت گَرتْ ،سَبت و کلیت از ویژگی‌های گونه عامیانه است. (والی رضایی،۱۳۹٤، ۲۷).

روش شناسی پژوهش

در این مقاله از روش کیفی، با تکنیک مصاحبه عمیق و با تکیه بر روش تحلیل مضمونی، استفاده شده است. مصاحبه عمیق، گفتگوی هدفدار دو جانبه‌ای بین یک مصاحبه کننده آموزش یافته مجرب و یک مصاحبه شونده با هدف استنباط عمیق جزئیات غنی و مواد مهمی است که بتوان از آنها در تجزیه و تحلیل استفاده کرد. در انجام مصاحبه‌ها سعی بر آن بود تا سوال‌ها صریح و شفاف بیان گردد و ساده و روشن باشد تا مشارکت کننده در محیطی راحت و آزاد بتواند پاسخگوی سوالات باشد. جامعه آماری پژوهش را ۱٦ نفر از دانشجویان دانشکده رفاه پوشش داده‌اند. روش نمونه‌گیری پژوهش، استفاده از مصاحبه عمیق بود و چون داده‌های دریافتی از سوی دانشجویان به حد اشباع رسیده، دیگر نیاز به مصاحبه با تمامی دانشجویان نبوده است. همچنین، روش جمع‌آوری داده‌ها، از طریق مصاحبه و ابزار آن ضبط صوت می‌باشد. در طول مصاحبه هیچ دخل و تصرفی از سوی مصاحبه کننده انجام نشد تا مشارکت کننده بتواند به صورت آسوده خط فکری خود را بازگو کند. همچنین، از روش مثلث‌سازی برای تعیین سنجش اعتبار و روایی پژوهش استفاده شده است. اطلاعاتی که از مصاحبه شوندگان کسب شده، پس از پیاده‌سازی با آنان مطرح شده تا نظرشان را نسبت به صحت و سقم برداشت‌های پژوهشگر ارائه دهند. در این فرآیند اعتبار و روایی یافته‌های پژوهش از آنجایی که دسترسی به دانشجویان راحت بود، مطرح و مورد موافقت ۱٦ نفر از مصاحبه‌شوندگان قرار گرفت و به تایید نهایی رسید.

بررسی مباحث نظری

آسیب‌های فناوری اینترنتی در لایه‌های زبانی

آسیب‌های ناشی از فناوری‌های اینترنتی در لایه‌های مختلف زبانی می‌تواند زبان فارسی را تهدید کند. با اینکه بعضی از این موارد فرآیندهای زبانی تلقی می‌شوند، سرعت زیاد این فرآیندها در بستر اینترنت نگران کننده است. در زیر به مواردی از این آسیب‌ها در سطح واژگان می‌پردازیم.

الف. املا

– پدیده فینگلیش و تغییر در خط؛ مثال: 2a، .mer30

1. Informal language

– تغییر املای کلمات فارسی(غلط نویسی تعمدی)؛ مثال : عاره(آره) ، عایا (آیا)

ب. ساخت واژه

– استفاده مفرط از کلمات بیگانه؛ مثال: لایک، دانلود، آپلود، میس، مسیج.

– ساخت واژه‌های جدید بدون قواعد ساخت واژی زبان فارسی؛ مثال: خنگول، غرنومتر.

پ. کاردبرد شناسی

انتقال شـــیوه نگارش نیمه‌رســـمی به فضای رسمی زبان فارسی؛ در بیشتر فناوری‌های اینترنتی در نوشتار از زبان محاوره‌ای استفاده می‌شود. کثرت استفاده از این شیوه می‌تواند در نگارش‌های غیراینترنتی مانند مجلات، روزنامه‌ها و کتاب‌ها نیز عمومیت پیدا کند. این پدیده ذاتاً آســیب نمی‌باشد، اما گسترش آن موجب آسیب به تنوع شیوه‌های نگارش خواهد شد. (علی‌رضا قلی فامیان، ۱۳۹۲، ۱۹۰–۱۹۲)

سید مهدی سمائی ۱۳۸۸در کتاب "زبان و رسانه" در بخش زبان پنهان و کاربرد آن در رسانه نوشته توضیح داده اســـت که زبان، رفتاری اجتماعی اســـت و افراد هر جامعه ملزم به رعایت قواعد این رفتارند. گروه‌های اجتماعی هر جامعه نیز تابع قواعد کلی زبان آن جامعه‌اند، اما چون هنجارهای گروهی خاص خود را دارند، در زبان خود تغییراتی متناسب با هنجارهای گروهی‌اشان می‌دهند. این یکی از علل به وجود آمدن گونه‌های اجتماعی زبان است. در دوران معاصر، مبدعان و به کار برندگان زبان پنهان دو گروه‌اند:

•.....قانون گریزان

•.....کسانی که برخلاف هنجارهای جامعه رفتار می‌کنند.

زبان عامیانه بیشترین شباهت را به زبان پنهان دارد. کاربرد الفاظ و اصطلاحات زبان پنهان در رسانه باعث قوت ارتباط با مخاطب می‌شود. شرط لازم برای کاربرد الفاظ زبان پنهان در رسانه آن است که این الفاظ جزو تابوها نباشد و به زبان عامیانه راه یافته باشد. (سمائی، ۱۳۸۸، ٤۲)

گونه‌های زبانی

گونه به آن شـــکل از زبان اطلاق می‌شـــود که افراد یک جامعه زبانی بر حسب عوامل مختلفی چون: سن، جنس،گروه‌هـــای نژادی و قومی، بافت و طبقه اجتماعی، شـــغل و بافت موقعیت (مخاطبان هدف و موضوع گفتگو و غیره) از آن استفاده می‌کنند.

ناصر قلی ســـارلی (۱۳۸۹) در کتاب "نحوه به کارگیری گونه‌های مختلف زبان در برنامه‌های صداوســـیما" به انواع گونه‌های زبانی پرداخته است که تنوعات زبانی درون جامعه زبانی را می‌توان از دیدگاه‌های مختلف نگریست. گروهی با تفکیک عامل اجتماعی و جغرافیایی، سه نوع تنوع و گونه زبانی را بر می‌شمارند:

–گونه‌های اجتماعی

– گونه‌های منطقه ای یا گویش‌های محلی

– گونه‌های کارکردی یا کاربردی (سارلی، ۱۳۸۹، ۱٦)

افزایش گســـتره کاربرد، زبان را در صورت و ســـاخت و نیز نقش و کارکرد دستخوش تغییراتی کرده است. با کاربرد زبان در رسانه‌های جدیدی چون رادیو، تلویزیون، روزنامه‌ها، تلفن و اخیراً اینترنت، تغییرات ساختاری شگرفی در زبان پدید آمده است و زبان، واجد جنبه‌هایی شده که قبلاً فاقد آن بوده است. رسانه‌های جدید زبان، هر یک ویژگی‌هایی دارند که تغییرات و تنوعاتی در زبان به وجود می‌آوردند. زبان برخی رسانه‌های دیداری و شـــنیداری، به ســـبب موقعیت کاربرد و ساختارهای زبانی جدیدی که از این رهگذر می‌یابند، در میانه گفتار و نوشتار قرار می‌گیرد. برخی ویژگی‌های گفتار و بعضی خصوصیت نوشتار را دارد. از این رو، برخی آن را گونه

خاصی از زبان می‌شمارند. برای مثال، بخش‌های خبری رادیو و تلویزیون شامل متون خبری، "نوشتاری" است که برای مخاطبان خوانده می‌شود و از این رو برای آنان " گفتاری" به حساب می‌آید. (سارلی، ۱۳۸۹، ٤٧-٤٨)

زبان پنهان

در هر گونه زبانی، واژه‌ها و اصطلاحات خاصی شکل می‌گیرند و جوانان نیز که قشر مهم جامعه را تشکیل می‌دهند، از واژه‌ها و زبان گفتار خاصی در درون گروه‌های خود استفاده می‌کنند تا افکار و مقاصد خود را از دیگران پنهان نمایند. این زبان گفتار خاص را "زبان پنهان" نامیده‌اند که در اصل یک زبان مستقل نیست، بلکه یکی از شکل‌ها و گونه‌های زبان معیار است و می‌توان آن را نظام واژگانی دانست که همراه هر زبان معیار وجود دارد. این زبان، خاص همه جوامع پیشرفته است و به مرور زمان، بخشی از واژه‌های آن به سبب کثرت استعمال به زبان کوچه و بازار راه پیدا می‌کنند و جزئی از زبان معیار می‌شوند و این می‌تواند یکی از راه‌های افزایش واژگان هر زبان باشد. (آل صاحب فصول،۱۳۹۱، ١٤)

اهمیت زبان پنهان

از آنجا که وظیفه اصلی زبان، انتقال معنا و پیام می‌باشد، قطعاً زبان پنهان حامل و محمل پیام‌های پنهان و سری استفاده‌کنندگان از آن زبان است. از این رو:

الف) شناسایی زبان پنهان به معنای شناسایی حوزه‌های پنهان و مورد استفاده و مهم افراد استفاده کننده از آن زبان است.

ب) چون بسیاری از این واژگان بیانگر تجربیات و حاصل و محصول زندگی جمعی و مشترک اعضای گروه استفاده کننده است، شناخت این زبان عملاً به معنای شناخت تجربیات تلخ و شیرین و پیدا و پنهان کاربران آن است.

ج) ازآنجا که زبان پنهان مفاهیم و احساسات مشترک گروه را منتقل می‌کند، استفاده از آن باعث تقویت انسجام گروهی می‌شود و بررسی و شناخت آن به معنای شناخت میزان و نوع همبستگی گروهی است. ضمن این که بیانگر این نکته نیز می‌باشد که گروه در چه حوزه‌هایی احساس دارد. (اعتضادی، علمدار، ۱۳۸۷، ۱۵)

زبان و جنسیت

بر مبنای پژوهش‌های زبان شناسی، گفتار زنان و مردان در بسیاری از جوامع متفاوت است. در برخی از موارد، این تفاوت‌ها کاملاً مختصر و جزئی است و معمولاً کسی متوجه آنها نمی‌گردد، نظیر اشارات و حرکات مختلف صورت که توجهی بدان‌ها نمی‌شود. به عنوان مثال، در یک زبان سرخپوستی، زنان و مردان واژه نان را به دو گونه متفاوت بیان می‌کنند. (اعتضادی، علمدار ، ۱۳۸۷، ١٦)

به طور کلی می‌توان این تفکیک جنسیتی در حوزه گفتار را در زمینه اجتماعی گسترده‌تری مورد توجه قرار داد. در این راستا، جامعه شناسی جنسیت به بررسی نقش‌ها، روابط و هویت‌های اجتماعی مردان و زنان می‌پردازد که با تاکید فمینیسم بر روی زنان، تا اندازه‌ای متفاوت است. در این معنا، جامعه شناسی جنسیت، عامل جنسیت را تنها به عنوان یکی از متغیرهای موجود در روابط و ساختارهای اجتماعی در نظر می‌گیرد. با این همه برخی از جامعه‌شناسانی که کارشان را از دیدگاه جامعه‌شناسی جنسیت آغاز کرده‌اند، آثاری از خود به جا گذاشته‌اند که برای نظریه فمینیستی اهمیت بسیار دارد(ریتزر، ۱۳۸۲، ٤٦٩).

زنان و زبان پنهان

بر مبنای نتایج پژوهش‌های انجام شده، مراکز یا کانون‌های اشاعه اصطلاحات و واژگان زبان پنهان معمولاً

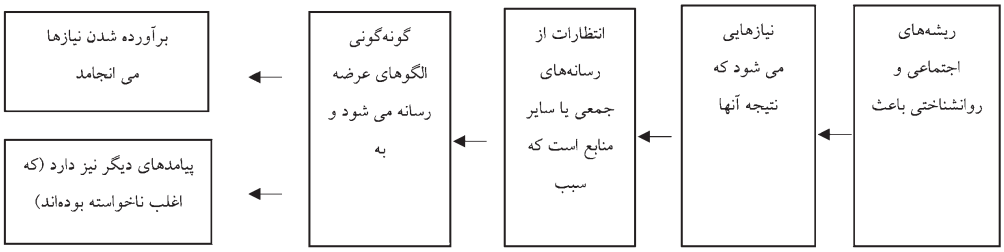
مراکز شبانه روزی و خانوارهای جمعی می‌باشد. مراکزی عمومی نظیر زندان، پادگان، خوابگاه‌های دانشجویی و ... که محمل حضور مداوم افراد با زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی، قومیتی، دینی و .... متفاوت در یک مکان خاص می‌باشند، عامل موثری در شکل‌گیری زبان پنهان هستند. از طرف دیگر، از آنجایی که زنان و دختران در چنیـــن مراکزی حضوری کمرنگ‌تر دارند، می‌توان نتیجـــه گرفت که اغلب، جنس مذکر مبدع واژگان این زبان بوده و جنس مونث کاربر آن می‌باشـــد. نتیجه دیگری که از مطلب فوق اخذ می‌شـــود این است که ابداع این مفاهیم توسط مردان به خودی خود به لغات مذبور بار معنایی مردانه می‌دهد و در نتیجه استفاده از اغلب این لغات توســـط زنـــان و دختران به لحاظ اجتماعی و فرهنگی قابل قبول نبـــوده و صورت زیبایی ندارد. به عنوان مثال، در فیلم‌های تلویزیون یا ســـینما اســـتفاده از چنین لغاتی توســـط هر قشری از مردان، به خصوص مردان جوان، اعم از افراد مذهبی یا غیر مذهبی و تحصیل کرده یا غیر تحصیل کرده و ... معمول بوده و حتی پسندیده است، در حالی که در اغلب فیلم‌ها زنان قشر پایین اجتماع که به جهت درگیری در انواع مشکلات و ناملایمات زندگی و حضور در عرصه‌های مردانه، شـــیوه گفتار متین و موقر زنانه خود را از دســـت داده‌اند کاربران زبان پنهان معرفی می‌شـــوند و از ســـوی دیگر، کاربرد چنین زبانی توســـط شخصیت زن طبقه بالای جامعه، مورد سوال، نهی و پرسش قرار می‌گیرد. در هر حال بدیهی است انکار مطلق وجود لغات پنهان زنانه نیز خالی از اشکال نمی‌باشد، هرچند شرایط ابداع و استعمال این لغات توسط آنها متفاوت‌تر از مردان بوده و نوع لغات ابداعی و مورد استفاده آنها نیز با معیارهای مطرح شده در رابطه با گفتار زنان متناسب است. کاربران دختر زبان پنهان، بیشتر از مفاهیم تابوی ناقص یا تابوی ناقص خاص بهره می‌برند. در استفاده از لغات تابوی ناقص خاص، معمولاً حفظ ادب یا احترام مدنظر است. همان‌طور که گفته شد، زنان به دلیل آگاهی بیشتر به مقام و منزلت اجتماعی خویش به نسبت مردان و همچنین حفظ وجهه اجتماعی خود، از کاربرد برخی مفاهیم یا لغاتی که تداعی کننده ســـطح پایین فرهنگی باشـــد اجتناب می‌ورزند. نکته دیگر اینکه لغات ابداعی توسط دختران و زنان نسبت به لغات مردانه از خشنی و سختی کمتری برخوردار بوده و اغلب در قالب طنز مطرح می‌شود، زیرا حفظ ارتباط برای زنان بسیار مهم می‌باشد. (اعتضادی، علمدار ، ۱۳۸۷، ۱۹-۲۰)

چهارچوب مفهومی پژوهش

دیدگاه اســـتفاده و رضایت‌مندی یا همان دیدگاه استفاده و خشنودی یکی از مهم‌ترین نظریه‌هایی است که تصور وجود مخاطبان رســـانه‌ای منفعل را به چالش کشیده است. این نظریه می‌گوید که مخاطبان از محتوای رسانه‌ای استفاده می‌کنند تا رضایت‌مندی خاصی را که به آن نیاز دارند، به دست بیاورند. برای تامین این نیاز، رســـانه‌های مختلف به رقابت با یکدیگر می‌پردازند. بنابراین، به عنوان مثال، اگر در زمانی خاص مخاطبان به اطلاعات نیاز داشته باشند، بیش‌تر برنامه‌های خبری را مشاهده می‌کنند- در حالی که ممکن است فرد دیگری ســـریال تلویزیونی خود را از نوعی انتخاب کند که خشـــن باشد زیرا با نیاز او به قدرتمند بودن سازگار است. نیازها نه فقط به انتخاب انواع رسانه و محتوایی خاص منجر می‌شود، بلکه به تفسیر محتوای رسانه‌ای نیز شکل و رنگ می‌بخشند. (نوربخش، مولایی،طالبیان،۱۳۹۲، ۲). نظریه استفاده و رضایت‌مندی از نظر روش شناسی بر پایه فردگرایی[1] تاکید می‌کند که پیوند نزدیکی با روانشناسی‌گرایی[2] دارد. روان‌شناسی‌گرایی در روش‌شناسی علم عبارت اســـت از اینکه "انســـان جامعه را به منزله یک موجود بزرگ یا فردی بزرگ تلقی می‌کند، یعنی جامعه را به منزله یک انسان تصور می‌کند؛ منتها انسانی که غرایز او بزرگ و فربه شده و به صورت جامعه در

1. Methodlogical individual
2. Methodlogica Psychologism

آمده است- یعنی در مقام شناخت جامعه چنین تصور شود که قواعد روانشناسی برای جامعه شناسی تحلیل می‌شـــود". البته این به معنای تحلیل از بین برنده جامعه‌شناسی نیست، بلکه این نگاه در روش‌شناسی نزدیک به نوع شناسی می‌شود. به عبارت دیگر، در نوع آرمانی ماکس وبر[1] نیز یک نظام اجتماعی را به منزله فرد فربه گرفته است و احتمالاً به همین معنا نظریه استفاده و رضایت‌مندی در تلاش برای ناشناسی دلایل مخاطبان در استفاده از رسانه‌هاست. (سپاسگرشهری، ۱۳۹۰، ۲۸) مک کوئیل[2] دانشمند برجسته حوزه ارتباطات، به تنوع سنخ‌شناسی دلایل استفاده از تلویزیون توسط مردم اشاره می‌کند. از این رو، نظریه مزبور را به عبارت دقیق‌تر باید نظریه فهم دلایل استفاده مخاطبان از رسانه دانست. همچنین این نظریه بر این فرض بنیادین استوار است که هر گونه اســتفاده مخاطبان از رســانه موید جلب رضایت و برقراری رابطه‌ای ســود انگارانه برای طرفین مخاطب- رسانه است. در همین رابطه سون و یندال، فرض اصلی الگوی استفاده و رضایت‌مندی را این گونه تعریف کرده‌اند: «افراد مخاطب کم و بیش به صورت فعال به دنبال محتوایی هستند که بیشترین خشنودی را برایشان فراهم کند. درجه این خشنودی به نیازها و علایق فرد بستگی دارد. افراد هر قدر بیشتر احساس کنند که محتوایی نیاز آنان را برآورده کند، احتمال اینکه آن محتوا را انتخاب کنند بیشتر است» همچنین بلامر و کاتز (۱۹۷٤) مطلب یاد شده را به صورت نمودار زیر ارائه کرده اند: (سپاسگرشهری، ۱۳۹۰، ۳۲)



رویکرد اســتفاده و رضایت‌مندی، مخاطبان را فعال فرض می‌کند. آن‌ها به شــکلی ســاده مصرف کننده هر چیزی نیســتند که در اختیارشــان قرار می‌گیرد. آن‌ها از میان محتوایی دســت به انتخاب می‌زنند که از سوی سازمان‌های رسانه‌ای پیشنهاد می‌شود. آنها از میان همه برنامه‌ها، روزنامه‌ها و موسیقی‌ها، چیزهایی را انتخاب می‌کنند که متناسب با نیازهای آنها باشد. به همین دلیل است که نقش فعالی در ساختن معنای متون نیز دارند و تصمیم می‌گیرند که کدام پیام ممکن است چه تفسیری داشته باشد. این نظریه بیش‌تر به دنبال این موضوع اســت که مردم با رســانه‌ها چه می‌کنند، در حالی که نســل‌های قبل تر نظریه‌های رسانه به دنبال پاسخ به این پرسش بود که رسانه‌ها با مردم چه می‌کنند؟ علاوه بر تصور مخاطب فعال، یکی دیگر از رئوس کلیدی نظریه استفاده و رضایت‌مندی، فرض رقابت میان رسانه‌ها به منظور تامین نیازها و اهداف مخاطبان است. (نوربخش، مولایی،طالبیان،۱۳۹۲، ۲).

مک کوئیل (۱۳۸۷) فرضیه‌های اساسی رویکرد استفاده و رضایتمندی را چنین جمع بندی کرده است:

۱.انتخاب رســانه و محتوا عمدتاً فعالیتی عقلانی و معطوف به اهداف و رضایت‌مندی‌های خاص است. پس مخاطبان فعال هستند و شکل‌گیری آن‌ها را می‌توان منطقاً تبیین کرد؛

۲.یکایک مخاطبان نسبت به نیازهای رسانه‌ای که از شرایط فردی و اجتماعی ریشه می‌گیرند، آگاهی دارند و می‌توانند این نیازها را در قالب انگیزش‌های مختلف بیان کنند؛

1. Max Weber
2. Mac Quayle

۳. کاربری شخصی رسانه‌ها، به بیان کلی، بیش‌تر از اصول زیبایی شناختی یا فرهنگی در شکل‌گیری مخاطبان نقش و اهمیت دارد؛
٤. تمام یا اغلب عوامل تاثیرگذار بر شکل‌گیری مخاطبان (انگیزه‌ها، رضایت مورد انتظار و به دست آمده، گزینش‌های رسانه‌ای متغیرهای پس زمینه‌ای) را می‌توان به لحاظ نظری تعیین کرد. (نوربخش، مولایی،طالبیان،۱۳۹۲، ۲۲۷)

براساس این رویکرد نظری، فعال بودنِ مخاطب قبل از هر چیز، به انگیزه روشن و مصرانه او در انتخاب محتوا و برنامه‌های مورد نظر بستگی دارد. هرچند این انتخاب می‌تواند تحت تاثیر موضوعات دیگری چون بازتاب آگاهانه شخص از تجربیاتی باشد که در مورد رسانه‌ها حاصل می‌کند و هم چنین فوایدی باشد که او از رسانه‌ها به دست می‌آورد و برای اهداف دیگری در زندگی مورد استفاده قرار می‌دهد. فرضیه کلیدی این رویکرد آن است که مخاطب، انتخابی را که از میان رسانه‌ها و محتواهای مختلف به عمل می‌آورد، آگاهانه و براساس انگیزه است. در واقع، دیدگاه استفاده و خشنودی، فعالیت مخاطب را مسلم فرض می‌کند و معتقد است مخاطبان از آن چه که انجام می‌دهند و این که چرا انجام می‌دهند، آگاه هستند و لذا می‌توانند گزارش‌های قابل اعتباری از خشنودی‌های رسانه‌ای خود ارائه کند.

یافته‌های پژوهش

پس از پیاده کردن مصاحبه‌ها، به تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از آنها پرداخته شد. در مرحله بعد، اقدام به استخراج حیطه‌ها، مضامین و مقوله‌ها گردید. ابتدا به ارائه تعریفی از مضامین، جدول‌ها و نمودارهای کیفی منتج از داده‌ها پرداخته و سپس بخشی از صحبت‌های مشارکت‌کنندگان به عنوان مصداق در پایان جداول به تفکیک بیان شد. این روش فرایندی است که ورودی آن مقوله‌های منتج شده از مصاحبه‌های مشارکت‌کنندگان و خروجی آن حیطه‌ها می‌باشد- در واقع، از جزء به کل می‌رسیم. در جدول زیر فهرست تمامی مشارکت‌کننده‌ها با مشخصات بیان شده است.

جدول ۱: مشخصات مشارکت‌کننده‌ها

مشارکت کننده‌ها	مقطع تحصیلی	رشته تحصیلی	سن
مشارکت کننده۱	کارشناسی	روانشناسی	۲۱
مشارکت کننده۲	کارشناسی	روانشناسی	۲۱
مشارکت کننده۳	کارشناسی	روانشناسی	۱۸
مشارکت کننده٤	کارشناسی	روانشناسی	۲۵
مشارکت کننده۵	کارشناسی	مهندسی کامپیوتر	۱۸
مشارکت کننده٦	کارشناسی	فقه و حقوق	۲۰
مشارکت کننده۷	کارشناسی ارشد	مشاوره خانواده	۲۲
مشارکت کننده۸	کارشناسی	مهندسی کامپیوتر	۱۸

مشارکت کننده۹	کارشناسی	فقه و حقوق	۲۲
مشارکت کننده۱۰	کارشناسی	فقه و حقوق	۲۱
مشارکت کننده۱۱	کارشناسی	روانشناسی	۲۷
مشارکت کننده۱۲	کارشناسی	مدیریت فرهنگی	۳۲
مشارکت کننده۱۳	کارشناسی	روانشناسی	۳۰
مشارکت کننده۱٤	کارشناسی	فقه و حقوق	۲۷
مشارکت کننده۱۵	کارشناسی ارشد	مطالعات فرهنگی	۳۲
مشارکت کننده۱٦	کارشناسی	فقه و حقوق	۱۹

حیطه‌ها، مضامین و مقوله‌های منتج از مصاحبه‌ها

در ابتدا به شرح جداول و نمودارها و توضیحات مشارکت‌کنندگان پرداخته شده که نام آنها در بالای جداول مشخص گردیده است:

حیطه آگاهی به زبان پنهان

یکی از مهم‌ترین حیطه‌های استخراج شده از مصاحبه با مشارکت‌کنندگان حیطه تعریف، شناخت و آگاهی مشارکت‌کننده‌ها از زبان پنهان بوده است که دارای دو مضمون است: تعریف علمی یا آگاهی مشارکت‌کننده‌ها از زبان پنهان و تعریف عامیانه یا نا آگاهی از زبان پنهان که هر کدام از این مضامین دارای مقوله‌های متفاوتی هستند.

جدول ۲: جدول آگاهی به زبان پنهان

حیطه	مضمون	مقوله
	تعریف علمی	تغییرات کلمه‌ای
	یا	زبان کلامی
	آگاهی	زبان بدن
		زبان محاوره‌ای
		زبان ثانویه
		واژه‌سازی جدید
آگاهی به زبان پنهان		زبان رمزگان
	تعریف عامیانه	کلمات روزمره
	یا	کلمات نامشخص
	ناآگاهی	انگلیسی در فارسی
		زبان عامیانه
		زبان گروه‌های خاص
		زبان ایما و اشاره
		زبان پر رمز و راز
		زبان شاد و خنده‌دار

۱) آگاهی داشتن

این دسته از مشارکت‌کنندگان نسبت به زبان پنهان کاملاً آشنایی داشتند و توانستند حداقل یک تعریف علمی از آن ارائه بدهند که از مقوله‌های منتج شـــده از آن می‌توان به تغییرات کلمه‌ای، زبان کلامی، زبان بدن، زبان محاوره‌ای، زبان ثانویه، واژه‌سازی جدید و زبان رمزگان اشاره کرد.

- مشـــارکت کننده: "زبان پنهان به مجموعه از تغییرات کلمه‌ای که الان زیاد اســـتفاده می‌کنم می‌گن. مثل به جای حل کردن، میگم حلیدم، زنگ بزنم، میگم زنگیدم. از این جور کلمه‌ها که به اون میگیم زبان پنهان و نسل‌های قبلی براشون این حرفها عجیبه".
- مشارکت کننده : "بستگی داره. به نظرم زبان پنهان دو حالت داره:حالت اول اگه بخواهیم از لحاظ بدنی بگیم (غیرکلامی) میشـــه بادی لنگویج که با حرکات بدن و چشـــم می‌تونیم منظورمون به طرف مقابل برسونیم؛ حالـــت دوم اگه بخواهیم از لحاظ کلامی بگیم مثل رمزی صحبت کردن که همه افراد متوجه اون حرف ما نشوند. این به نظر من میشه زبان پنهان".

۲) ناآگاهی

این دســـته از مشارکت‌کنندگان نســـبت به زبان پنهان کاملاً ناآگاه هستند و نتوانستند تعریف علمی از زبان پنهان داشـــته باشند که از مقوله‌های منتج شده از آن می‌توان به کلمات روزمره، کلمات نامشخص، بودن زبان انگلیســـی در زبان فارســـی، زبان عامیانه، زبان گروه‌های خاص ، زبان ایما و اشـــاره، زبان پر رمز و راز و زبان شاد و خنده‌دار اشاره کرد.

- مشارکت کننده : "به نظر من، زبان پنهان همون کلماتی هست که ما هم تو زبان فارسی ازش استفاده می‌کنیم هم انگلیسی. در واقع همون زبان انگلیسی که توی فارسی ازشون استفاده می‌کنیم، مثل: چت، حس شوت".
- مشارکت کننده : "زبانی پنهان یعنی زبان ایما و اشاره".

حیطه کارکرد استفاده از شبکه‌های اجتماعی

یکی از مهمترین حیطه‌های استخراج شده از مصاحبه با مشارکت‌کنندگان حیطه کارکرد استفاده مشارکت‌کننده‌ها از شـــبکه‌های اجتماعی می‌باشـــد که دارای چهار مضمون است: اقتصادی، آموزشـــی، اطلاع رسانی و رفاهی-اجتماعی. هر کدام از این مضامین دارای مقوله‌های متفاوتی هستند که شرح آن در جدول زیر آمده است.

جدول ۳: کارکرد استفاده از شبکه‌های اجتماعی

حیطه	مضمون	مقوله
		جابه‌جایی پول و تراکنش‌های مالی
		ارائه گزارش
	اقتصادی	کاهش هزینه ها
		برنامه ریزی
		علمی
کارکرد	آموزشی	هنری
		فرهنگی

		پیگیری اخبار
	اطلاع رسانی	تبادل اطلاعات و ارتباطات
		دسترسی آسان و سرعت بالا
		تفریح و بازی
		اشتراک گذاری عکس و فیلم
	رفاهی اجتماعی	مدگرایی
		دانلود فیلم و عکس
		درد و دل کردن

۱) اقتصادی

مضمون اقتصادی، یکی از مضامین کارکرد استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌باشد که مشارکت‌کنندگان در گفتگوهای خود به این مضمون اشـــاره کرده‌اند و دارای مقوله‌هایی از قبیل ارائه گزارش، تراکنش‌های مالی و جابه‌جایی پول، کاهش هزینه‌ها و برنامه‌ریزی می‌باشد.

- مشارکت کننده: "کاربرد داره، الان خیلی‌ها فقط از این طریق خرید می‌کنن".
- مشـــارکت کننده: "بله خیلی زیاده، تقریباً همه چی، مثلا توی محل کار به جای گرفتن داخلی از کانال‌ها و گروه‌های تلگرام استفاده می‌کنیم، برای اشتراک‌گذاری عکس‌ها، استفاده از ایمیل، خرید اینترنتی، جابه جایی پول و ....".

۲)آموزشی

مضمون آموزشی، یکی از مضامین کارکرد استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌باشد که مشارکت‌کنندگان در گفتگوهای خود به این مضمون اشاره کردند و دارای مقوله‌هایی از قبیل علمی، هنری و فرهنگی می‌باشد.

- مشـــارکت کننده: "کاربرد که زیاد داره. مثلاً برای یادگیری خیلی خوبه، مثل جملات آموزنده برای کســـب مهارت‌ها و تجارب".
- مشـــارکت کننده: "به نظر من شبکه‌های اجتماعی میتونه کاربرد داشـــته باشه، چون ما واقعاً تفریح دیگه‌ای نداریم جز شـــبکه‌های مجازیو خیلی زیاد کاربرد داره. من خودم وقتی تو تلگرام هســـتم، ســـعی می‌کنم از کانال‌های مفید و آموزنده‌اش استفاده کنم".

۳)اطلاع رسانی

مضمون اطلاع رسانی، یکی از مضامین کارکرد استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌باشد که مشارکت‌کنندگان در گفتگوهای خود به این مضمون اشاره کردند و دارای مقوله‌هایی از قبیل پیگیری اخبار، تبادل ارتباطات و اطلاعات و دسترسی آسان و سرعت بالا می‌باشد.

- مشارکت کننده: "خیلی کم برام کاربرد داره، اخبارش شاید".
- مشارکت کننده: "کاربرد که زیاد داره. سرعت ارتباطات با شبکه‌های اجتماعی خیلی سریع‌تر است".

٤)رفاهی- اجتماعی

مضمون رفاهی-اجتماعی، یکی از مضامین کارکرد استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌باشد که مشارکت‌کنندگان در گفتگوهای خود به آن اشاره کردند و دارای مقوله‌هایی از قبیل تفریح و بازی، اشتراک‌گذاری عکس و فیلم،

درد و دل کردن، مدگرایی و دانلود فیلم و عکس می‌باشد.

- مشـــارکت کننده: "به نظر من، شـــبکه‌های اجتماعی میتونه کاربرد داشته باشه، چون ما واقعاً تفریح دیگه‌ای نداریم جز شبکه‌های مجازی".
- مشارکت کننده: "خیلی، تمامی ارتباطات کاری و فامیلیم در این راستا انجام میشه و ....".

حیطه مصرف شبکه‌های اجتماعی

یکی از مهمترین حیطه‌های اســتخراج شــده از مصاحبه با مشــارکت‌کنندگان حیطه مصرف شبکه‌های اجتماعی می‌باشد که استفاده مشارکت‌کننده‌ها از شبکه‌های اجتماعی به دو مضمون کم مصرف و پر مصرف تقسیم بندی شده است. از انواع شبکه‌های اجتماعی موجود می‌توان به تلگرام (موبوگرام، پلاس)، اینستاگرام، وایبر، وی‌چت، وات‌ساپ، تانگو، توئیتر، لاین، فیس بوک، لینکداین، پینترست، گوگل پلاس، یوتیوب، اسنپ چت، کلوب و ... اشاره کرد.

جدول ٤: جدول مصرف شبکه‌های اجتماعی

حیطه	مضمون	مقوله
		اینستاگرام
	پر مصرف	تلگرام
مصرف شبکه‌های اجتماعی		
		وایبر
	کم مصرف	وات ساپ

۱) پرمصرف

مشارکت‌کننده‌ها از بین انواع شبکه‌های اجتماعی موجود به ترتیب پرطرفدارترین و محبوب‌ترین شبکه‌های اجتماعی را اینستاگرام و تلگرام معرفی کردند.

- مشارکت کننده: "من تو شبکه‌های اجتماعی بیشتر از تلگرام استفاده می‌کنم".
- مشارکت کننده: "من تو شبکه‌های مجازی بیشتر با اینستاگرام کار می‌کنم و شبکه اجتماعی محبوبم اینستاگرام هست".

۲)مضمون کم مصرف

مشـــارکت‌کننده‌ها از بین انواع شـــبکه‌های اجتماعی موجود به ترتیب کم مصرف‌ترین شبکه‌های اجتماعی را وایبر و وات ســـاپ معرفی کردند. دلیل عدم اســـتفاده و کم‌تر استفاده شدن از این نوع شبکه‌های اجتماعی، قدیمی شدن آنها می‌باشد.

- مشارکت کننده: "پیشتر وایبر بود، ولی الان از بین شبکه‌های اجتماعی بیشتر از تلگرام استفاده میکنم".
- مشارکت کننده: "من بیشتر از وات ساپ استفاده می‌کنم، ولی تلگرام و اینستاگرام هم دارم".

حیطه‌ی زبان تصویری

یکی از مهمترین حیطه‌های اســتخراج شده از مصاحبه با مشـــارکت‌کنندگان، حیطه زبان تصویری (کاربرد استیکر) به جای متن بیان شده است که حیطه کاربرد استیکر و زبان تصویری به سه مضمون: کاربرد به تنهایی، کاربرد با واژه و عدم کاربرد استیکر تقسیم‌بندی کرده‌ایم که هر کدام از این مضامین مقوله‌هایی را در بردارند.

جدول ۵: جدول زبان تصویری

حیطه	مضمون	مقوله
		حس بهتر
	کاربرد به تنهایی	عدم نوشتن راحت تره خنده دارتره بیان حالت چهره
زبان تصویری	کاربرد با واژه	با صفات شخصی
		با بیان حس با کلمه مخفف
		ابهام
	عدم کاربرد	سوء برداشت
		سیمبل به جای استیکر نا مطمئن

۱) کاربرد به تنهایی

یکی از مضامینی که در حیطه زبان تصویری بروز کرد، «کاربرد به تنهایی» بود که خود را در چند مقوله نشان داد. مقوله‌های استخراج شده در این مضمون از قبیل حس بهتر، عدم نوشتن، راحت‌تره، خنده‌دار تره و بیان حالت چهره می‌باشد. نوع استفاده از استیکر برای اشخاص متفاوت است. عده‌ای به جای نوشتن و چت کردن ترجیح می‌دهند فقط از استیکر برای بیان حرف و احساسشان استفاده کنند و این نوع استفاده را راحت‌تر، آسوده‌تر می‌باشد.

- مشارکت کننده: "خیلی من عاشق استیکرها هستم و معمولاً هیچی نمی‌نویسم و منظورم و با استیکر به طرفم میرسونم".
- مشارکت کننده: "بیشتر اوقات از استیکر استفاده می‌کنم، چون احساسم رو راحتتر با استیکر بیان می‌کنم تا متن".

۲)کاربرد با واژه

یکی از مضامینی که در حیطه زبان تصویری بروز کرد، «کاربرد با واژه» بود که خود را در چند مقوله نشان داد. مقوله‌های استخراج شده در این مضمون از قبیل با صفات شخصی، با بیان حس و با کلمه مخفف می‌باشد. اشخاص نوع استفاده از استیکر برایشان متفاوت است. عده‌ای ترجیح می‌دهند فقط از استیکر آنهم با داشتن متن برای بیان حرف و احساسشان استفاده کنند و این به دلیل تنوع زیاد دنیای استیکرها می‌تواند باشد. از انواع استیکر با واژه می‌توان از شبکه‌های مجازی که استیکر با نام اشخاص می‌سازد و یا استفاده از بازیگرهای انواع سریال‌ها و فیلم‌های محبوب و کارتن‌های امروزی اشاره کرد و .....

- مشارکت کننده : "به نظر من، کاربرد استیکر خیلی میتونه لازم و حیاتی باشه، چون آدم احساسش رو هم توی لحظه می‌تونه بیان کنه البته با متن که سوءتفاهم پیش نیاد".
- مشارکت کننده: "به صورت صد در صد نه، ولی پنجاه پنجاه از استیکر با متن استفاده می‌کنم".

۳)عدم کاربرد

یکی از مضامینی که در حیطه زبان تصویری بروز کرد، «عدم کاربرد استیکر» بود که خود را در چند مقوله

نشـــان داد. مقوله‌های استخراج شـــده در این مضمون از قبیل ایهام، سوءبرداشـــت، سیمبل به جای استیکر و نامطمئن می‌باشد.

- مشارکت کننده : "نه، معمولاً چون روابطم دوستانه نیست، در این فضاها از استیکر استفاده نمی‌کنم؛ چون فکر می‌کنم طرف مقابلم دچار ایهام یا سوء برداشت می‌شود".
- مشارکت کننده: "استفاده نمی‌کنم از استیکر، ولی بعضی‌ها رو می‌بینم سریع تا یه استیکر میاد، اون و دانلود می‌کنن. اکثر مفهوم حرف‌هایم را می‌نویسیم و به ندرت از استیکرها استفاده می‌کنم".

حیطه مکان کاربری

یکی از مهمترین حیطه‌های اســـتخراج شـــده از مصاحبه با مشارکت‌کنندگان، حیطه مکان استفاده کابران از شـــبکه‌های اجتماعی است که دارای دو مضمون رسمی و غیر رسمی می‌باشد که هر کدام مقوله‌های مختلفی را در بر دارند که می‌توان به منزل، منزل آشنایان و یا دوستان، کافی شاپ، وسایل نقلیه عمومی (مترو،BRT، مینی بوس، تاکسی)، اماکن تفریحی، اماکن عمومی، دانشگاه و محل‌کار اشاره کرد.

جدول٦: محل کاربری شبکه‌های اجتماعی

حیطه	مضمون	مقوله
	رسمی	محل کار
مکان کاربری		دانشگاه اماکن عمومی
		منزل
		منزل آشنایان یا دوستان
	غیررسمی	رستوران و کافی شاپ
		وسیله نقلیه
		اماکن تفریحی

۱) رسمی

در این جدول، نوع حیطه مکان کاربری اســـتفاده مشـــارکت‌کننده‌ها از شـــبکه‌های اجتماعی آمده که به دو مضمون رســـمی و غیر رســـمی طبقه‌بندی شده است. در مضمون رســـمی، منظور از فضاهای مکان کاربری دانشـــجویان، فضاهایی اســـت که به صورت رسمی مثل دانشـــگاه، محل کار و اماکن عمومی می‌باشد. برخی اشخاص اشاره کرده‌اند که بنا به ضرورت، برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی محیط خاصی مد نظر نیست و همه در همه جا می‌توانند از شبکه‌های اجتماعی استفاده کنند.

- مشارکت کننده: "فضای استفاده غیر رسمی، محل کارمه".
- مشارکت کننده: "هم رسمی و هم غیر رسمی. فضای استفاده من همه جا هست و نمی‌تونم بگم جای ثابتی استفاده میکنم؛ خونه و بیرون، کار، دانشگاه ".

۲)غیر رسمی

در مضمون غیر رســـمی منظور از فضاهای مکان کاربری دانشـــجویان، فضاهایی اســـت که به صورت غیر رسمی می‌باشد؛ مثل منزل، منزل آشنایان و دوستان، اماکن تفریحی، کافی شاپ و رستوران.

- مشارکت کننده : "هم رسمی و هم غیر رسمی، در همه جا، ولی بیشتر در خونه".
- مشـــارکت کننده: "فقط داخل خونه (یه بار بیرون گوشیم دستم بود، دزد زد. دیگه جرات نمی‌کنم بیرون از خونه در بیارم گوشیمو)".
- مشارکت کننده: "الان چون اینترنت همه جا در در دسترسه هم تو خونه و توی تاکسی، توی مسیر استفاده می‌کنم".

حیطه نحوه واژه‌سازی

یکی از مهمترین حیطه‌های استخراج شده از مصاحبه با مشارکت‌کنندگان، حیطه واژه‌سازی می‌باشد که به مضامین مختلفی از قبیل ترکیب واژه، شکســـت واژه، تغییر واژه و نو واژه تقســـیم می‌شود که هر کدام دارای مقوله‌های متفاوتی منتج از مصاحبه مشارکت‌کنندگان است.

جدول۷: واژه‌سازی

حیطه	مضمون	مقوله
	ترکیب واژه	واژه‌های معنا دار
		واژه‌های بی‌معنا
	شکت واژه	واژه‌ی کامل
واژه سازی		واژه‌ی ناقص
	تغییر واژه	واژه‌ی معنا دار
		واژه بی‌معنا
	نوواژه	واژه با معنا
		واژه بی‌معنا

۱) ترکیب واژه

مضمون ترکیب واژه، یکی از مضامین نحوه واژه‌ســـازی می‌باشـــد که مشارکت‌کنندگان در گفتگوهای خود به این مضمون اشـــاره کردند و دارای مقوله‌هایی از قبیل ترکیب واژه‌های معنادار و ترکیب واژه‌های بی‌معنی می‌باشد. از هر یک از مشارکت‌کنندگان پرسیده شده که نحوه واژه‌سازی در شبکه‌های اجتماعی به چه صورت بوده اســـت؟ مشـــارکت‌کنندگان نحوه ترکیب واژه را با چسباندن دو کلمه جدا از هم که هرکدام معنی خاصی دارد و یا ترکیب یک واژه معنی‌دار با یک حرف اضافه یا حتی واژه بی‌معنی دیگری، یا حتی ترکیب دو واژه حرف اضافه و دو واژه بی‌معنی را بیان کرده‌اند. در زیر بخشی از صحبت‌های مشارکت‌کنندگان در این مضمون بیان شده و در انتهای توضیح تک تک مضامین به صورت جدول کلی آمده است.

- مشارکت کننده: "از کلمات طنز مهران مدیری زیاد استفاده می‌کنم، مثلاً میگم نازنین من، سنبل من و ... و یا کلمه گلم، کلمه خاصه منه. در واقع همون گل من مشهور هست که با دوستام زیاد ازش استفاده می‌کنم".
- مشارکت کننده: "از کلماتی مثل بزنگم، بچت، خ خخخخخخ".

۲)شکست واژه

مضمون شکســـت واژه یکی از مضامین نحوه واژه‌سازی می‌باشد که مشارکت‌کنندگان در گفتگوهای خود به این

مضمون اشـــاره کردند و دارای مقوله‌هایی از قبیل شکســـت واژهای کامل و شکســـت واژه‌های ناقص می‌باشد. از هر یک از مشـــارکت‌کنندگان پرســـیده شده که نحوه واژه سازی در شـــبکه‌های اجتماعی به چه صورت بوده است؟ مشارکت‌کنندگان نحوه شکست واژه را با شکستن یک کلمه به صورت جدا از هم که هرکدام معنی خاصی دارد و یا ندارد بیان کرده‌اند و یا از شکست واژه مخفف و خلاصه کردن کلمات استفاده شده است. به عنوان مثال، بجای نوشتن سلام فقط سین نوشته می‌شود که هم در کلمات فارسی مشاهده می‌شود و هم انگلیسی مثل دعا کردن2a می‌شود.

- مشارکت کننده: "موقع صحبت کردنم ممکنه واژه‌ها رو تغییر بدم، ولی همیشگی نیست. مثلا به جای سلام فقط س می‌نویسم تا واژه‌ی کامل رو".
- مشارکت کننده: "من تو قسمت شکسته شدن واژه‌ها میتونم بگم زبان شکسته، چون وقت کمتر می‌بره. مثل کلمه ســـلام میشـــه س، خوبی میشه خ، چطوری میشه چ در کل می‌نویسم س خ چ یا ب ب که میشه بریم بیرون، دیگه الان همه می‌فهمن".

۳)تغییر واژه

مضمون تغییر واژه، یکی از مضامین نحوه واژه‌ســـازی می‌باشد که مشارکت‌کنندگان در گفتگوهای خود به این مضمون اشاره کردند و دارای مقوله‌هایی از قبیل تغییر واژهای معنی‌دار و تغییر واژه‌های بی‌معنی می‌باشد. از هر یک از مشـــارکت‌کنندگان پرسیده شده که نحوه واژه سازی در شبکه‌های اجتماعی به چه صورت بوده است؟ مشارکت‌کنندگان نحوه تغییر واژه را با تغییر دادن یک کلمه یا جمله به صورت جدا و یا ترکیبی از هم بیان کرده‌اند و از تغییر واژه به تغییر ساختاری کلمات و جملات اشاره شده است. به عنوان مثال، عزیزم امروز به صورت عامیانه عجیجم گفته می‌شود.

- مشـــارکت کننـــده: "از کلمات جدید می‌تونـــم بگم که به جای اینکه تو احوالپرســـی بگم چطوری؟ میگم چطورمطوری؟ و از کلماتی مثل عایا استفاده می‌کنم".
- مشـــارکت کننده: "تو چت هامم به جای خنده، خ خ خخخخخ می‌نویســـم، و یه عادتی هم که دارم تو هر کلمه‌ای الف داشته باشه رو یکی نمی‌زنم ۱۰ بار میزنم مثلاً کلمه بلاااااااا به دور".

٤)نو واژه

مضمون نو واژه، یکی از مضامین نحوه واژه‌سازی می‌باشد که مشارکت‌کنندگان در گفتگوهای خود به این مضمون اشـــاره کردند و دارای مقوله‌هایی از قبیل نوواژهای معنی‌دار و نوواژه‌های بی‌معنی می‌باشـــد. از هر یک از مشارکت‌کنندگان پرسیده شده که نحوه واژه سازی در شبکه‌های اجتماعی به چه صورت بوده است؟ مشارکت‌کنندگان نحوه ابداع و استفاده نو واژه را با تغییر دادن یک کلمه یا جمله به صورت جدا و یا ترکیبی از هم بیان کرده‌اند و یا اختراع واژه‌های غیرفارسی و یا واژه‌های اساساً بی معنی بیان کرده‌اند. به عنوان مثال به آدم فضول، «آنتن» می‌گویند.

- مشـــارکت کننده: "من معمولاً ســـعی می‌کنم از کلمات جدید استفاده کنم. کلمه "هانا" (برای من این کلمه به معنی چیزیه که خیلی دوســـتش دارم)، کلمه "ت شده" (یعنی چی شده)، کلمه "ت بمورم" (یعنی چی بخورم)، کلمه "دونده" (یعنی گنده) و کلمه جینگول (یعنی خوشگل). من حتی توی اختراع کلمه هم فعال هستم و دائم از دایره واژگان خودم استفاده می‌کنم به حدی که خیلی‌ها ازم میپرسن یعنی چی؟".
- مشارکت کننده: "مثلاً کلمه "خر زدن" واژه تغییر کرده "خرخونه" یا کلمه دیگه ای که زیاد استفاده می‌کنم، بیا بپیچونیم و یا هال و هول زیاد می‌گیم وقتی می‌خواییم بریم تفریح، "آنتن" معمولا کسی فوضولی کنه تو کارمـــون و چیزی رو لو بـــده، "افه اومدن" یا همون "فیس" اومدن، طرف "گیج بزنه" میگیم "تعطیله"، "خر

زدن" طرف خیلی درس بخونه و یا کلمه‌ی "آس" و ....".

- مشارکت کننده: "کلمه یا اصطلاح " ی دمن و فسن د مرسی فول "یعنی خیلی خیلی دوست دارم".

بحث و تفسیر

بدنبال پیدایش و گسترش وسایل ارتباط جمعی که مرهون توسعه سریع فناوری است، رسانه‌های اجتماعی به بطن جوامع انسانی نفوذ کرده‌اند؛ به گونه‌ای که انسان‌ها بخش قابل توجهی از اوقاتشان را با وسایل ارتباط جمعی پر می‌کنند. در عصر ارتباطات، کمتر مکانی را در روی زمین می‌توان یافت که وسایل ارتباط جمعی بدانجا راه نیفتاده باشد. همین امر سبب شده که نه تنها اهمیت وسایل ارتباط جمعی پررنگ شود، بلکه شکل‌گیری روابط جدید را در جوامع پدید آورد. یکی از تاثیرگذارترین سرویس‌های ارائه شده در دنیای فناوری امروز، شبکه‌های اجتماعی مجازی است. می‌توان گفت شبکه‌های اجتماعی، گروهی از مهمترین ابزارهای فرهنگ‌ساز در دنیای معاصر محسوب می‌شوند که نقش و تاثیر مهمی در تشکیل باورها ،نگرش‌ها، انگیزه‌ها و رفتارهای افراد دارند. مهمترین موضوعات در شبکه‌های اجتماعی، تفریحات، سرگرمی‌ها، مسائل روز و پیغام‌های دوستانه است. در این شبکه‌ها کاربران تمایل زیادی به انتشار کلمات جدید دارند. برخی از این کلمات کاملاً غیر فارسی هستند و تعداد آن‌ها نیز زیاد است. بنابراین لازم است با توجه به ذائقه این دسته از کاربران از ظرفیت‌های زبان فارسی در واژه سازی استفاده بیشتری شود.

در این جا، نتایج حاصل از مصاحبه با دانشجویان دختر با توجه به سوالات پژوهش جمع بندی می‌شود.

- **دختران دانشجو تا چه حد و چگونه از فضای مجازی استفاده می‌کنند؟**

در پاسخ به این سوال، باید گفت شبکه‌های اجتماعی مجازی به عنوان یکی از جدیدترین فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، ارائه دهندگان فضای جهانی در حوزه‌های متعدد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی هستند که به کاربران برای حفظ روابط اجتماعی موجود، پیدا کردن دوستان جدید، تغییر و تکامل سایت‌ها و سهیم شدن در تجربه‌ها کمک می‌کنند و زمینه عضویت، فعالیت و مشارکت هدفمند کاربران را فراهم می‌آورند . این شبکه‌های اجتماعی مجازی با کارکردهای مختلف، سازماندهی خدمات و تلفیق ابزارهای اطلاعاتی و ارتباطی فعل و انفعال‌های غیر خطی را ترویج می‌دهند، کاربردها و محتوای وب را برای کاربران ساده می‌نمایند و با جذب میلیون‌ها نفر از سراسر دنیا با انگیزه‌های متنوع، جامعه مجازی را پیش از پیش متصور می‌سازند. نتایج حاکی از این است که مشارکت کنندگان اغلب نیمی از وقتشان را در شبکه‌های اجتماعی به سر می‌برند و معمولاً بیشترین زمان استفاده آنها شب‌ها تعیین شده است. در مورد چگونگی استفاده آنها از فضای مجازی مشخص گردید که مشارکت کنندگان در فضاهای مختلف اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی نیازهایشان را برآورده می‌کنند.

- **زبان پنهان تا چه میزانی در میان کاربران دختر شبکه‌های اجتماعی رواج دارد؟**

در پاسخ به این سوال، نتایج حاکی از آن است که اغلب مشارکت کنندگان از زبان پنهان استفاده می‌کنند و نحوه استفاده آنها می‌تواند هم آگاهانه باشد هم ناآگاهانه؛ بدین صورت که زبان پنهان بخشی از زبان محاوره مشارکت کنندگان شده و حتی بخشی از مشارکت‌کنندگان که از زبان پنهان استفاده می‌کنند نمی‌دانند که این نوع صحبت کردن و ادبیات جزو زبان پنهان می‌باشد. در دنیای چت شبکه‌های اجتماعی، رواج این نوع زبان فقط در بین دختران نبوده، بلکه پسران هم از آن استفاده می‌کنند و جنسیت تاثیری بر رواج زبان پنهان نداشته است.

- **مهمترین تغییرات انجام شده در سطح واژگان زبان در شبکه‌های اجتماعی چیست؟**

در پاسخ به این سوال، نتایج حاکی از آن است که تغییرات حاصل از واژگان خود به چند بخش مختلف

تقسیم‌بندی می‌شود که تولید واژه و یا عبارت می‌کند:
– ترکیب واژه، یکی از این تغییرات است که هم می‌تواند ترکیب واژه بی معنی با واژه با معنی باشد و یا برعکس؛
– شکســت واژه (فرآیند حذف) یکی دیگر از تغییرات اســت که با شکسته شدن واژه شروع می‌شود، خواه با معنی باشد یا بی معنی، خواه ناقص باشد یا کامل؛
– تغییر واژه یکی دیگر از تغییرات است. معمولاً واژه‌ها دچار تغییر کامل واژه و یا تغییر بخشی از واژه می‌شوند؛
– نو واژه، یکی دیگر از تغییرات است که معمولاً خلق و ابداع می‌شود خواه با معنی باشد یا بی معنی.

نتیجه گیری

نتایج داده‌های اصلی پژوهش

در تحلیل یافته‌های پژوهش به دو بخش داده‌های اصلی و داده‌های فرعی می‌رسیم. از میان داده‌های اصلی که از دل مصاحبه‌ها بیرون آمد و بررسی شد، ۱۰ حیطه مختلف به دست آمد:

۱. نتایج حاکی از آن این اســت که نیمی از مشــارکت کننده‌ها نسبت به شــناخت این حیطه آگاهی داشتند و توانســتند تعریف علمی از آن ارائه دهند و نیمی دیگر نســبت به شناخت این حیطه ناآگاهی داشتند و نتوانستند تعریف علمی ارائه بدهند و تعاریفشان چیزی جز آن نبود که از ذهنشان می‌گذشت و زبان پنهان را برای خودشان آنگونه که نیست تعریف کرده بودند.
۲. نتایج حاکی از آن اســت که عمده کاربری بخشــی از مشــارکت کننده‌ها در شــبکه‌های اجتماعی صرفاً اقتصادی بوده مثل جابجایی پول و ...، عمده کاربری بخشی دیگر از مشارکت کننده‌ها صرفاً آموزشی بوده مثل آموزش‌های مختلف هنری، درسی و ...، عمده کاربری بخشی دیگر از مشارکت کننده‌ها صرفاً اطلاع رســانی بوده مثل تبادل اطلاعات و پیگیری اخبار و .... و عمده کاربری بخشی دیگر از مشارکت کننده‌ها صرفاً رفاهی– اجتماعی بوده مثل انواع اشتراک‌گذاری عکس و فیلم و دانلودها و بازی و ...
۳. نتایج حاکی از آن اســت بخشــی اندک از مشارکت کننده‌ها از شــبکه‌های اجتماعی کم مصرف استفاده می‌کنند که امروزه کمتر کســی از این برنامه‌ها اســتفاده می‌کند و بخش بیشــتری از مشارکت کننده‌ها از شبکه‌های اجتماعی پرمصرف استفاده می‌کنند که اغلب آنها را در گوشی تلفن همراه خود دارند.
٤. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که مشارکت کننده‌ها با توجه به میزان صمیمیتشان با افرادی که در شبکه‌های اجتماعی با آنها در اراتباط هستند، نوع ارتباطشان متفاوت خواهد بود. این تغییر ارتباط می‌تواند رسمی باشد یا غیر رسمی .
۵. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که مشارکت کنندگان بنابر احساسشان نسبت به کلمه جدید حس خوب یا بد یا هیچ احساسی در درونشان ایجاد می‌شود.
٦. نتایج به دســت آمده حاکی از آن اســت که بخشی از مشــارکت کننده‌ها به هیچ عنوان از استیکر و زبان تصویری در ارتباطاتشان استفاده نکرده‌اند و بخشی دیگر از مشارکت کننده‌ها خیلی هم علاقه‌مند و مشتاق، استفاده کننده زبان تصویری بوده‌اند و همیشه در ارتباطاتشان از استیکر و زبان تصویری استفاده کرده‌اند. افراد اخیر شــامل دو دسته می‌شدند: ۱) مشــارکت کننده‌هایی که فقط از سیمبل و استیکرهای تصویری بدون متن اســتفاده می‌کردند؛ ۲) مشارکت کننده‌هایی که از استیکرهای با نوشته و متن استفاده می‌کردند. حتی خیلی از مشــارکت کننده‌ها در مصاحبه‌هایشــان مطرح کردند که تمایل داشــتند که با عکس و اسم خودشان استیکر بسازند و در چت‌هایشان از آن استفاده کنند.

۷. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که مشارکت کننده‌ها در نوع نوشتن خود در چت‌هایشان به ابداع و خلق ایده و خلاقیت برای واژه‌ها دست زده‌اند و یا بدون فکر، هر متنی را دیده کپی کرده‌اند که مقوله‌های متفاوتی از آن به دست آمده است.

۸. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که محل یا مکان استفاده کاربران می‌تواند فضاهای مختلفی را در برگیرد که آنها را به دو فضای رسمی و غیر رسمی تقسیم بندی کردیم. هر کدام مقوله‌های مختلفی را در بر دارند که می‌توان به منزل، منزل آشنایان و یا دوستان، کافی شاپ، وسایل نقلیه عمومی (مترو،BRT، مینی بوس، تاکسی)، اماکن تفریحی، اماکن عمومی، دانشگاه و محل‌کار اشاره کرد.

۹. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که هر یک از این مضامین دارای مقوله‌های متفاوتی هستند. برای برخی از مشارکت‌کنندگان، نحوه کاربرد واژه‌ها با اشخاص متفاوت است و برای برخی دیگر، نحوه کاربرد واژه‌ها با اشخاص متفاوت نمی‌باشد- شایان ذکر است که در مواردی هم که نوع کاربرد واژه‌ها تفاوتی ندارد، بیشتر در بین دوستان نزدیک و خویشاوندان درجه یک و همسر بوده است.

۱۰. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که در حیطه واژه‌سازی مضامین مختلفی از قبیل ترکیب واژه، شکست واژه، تغییر واژه و نو واژه مطرح می‌باشد. بخشی از مشارکت کننده‌ها، واژه‌ها را با هم ادغام و ترکیب کرده و به خلق واژه‌ی جدیدی رسیده‌اند. برخی دیگر از مشارکت‌کننده‌ها واژه‌ها را شکسته یا مخفف کرده‌اند و از گفتن کل واژه امتناع می‌ورزند. بعضی دیگر از مشارکت‌کننده‌ها واژه‌ها را تغییر داده اند. برخی دیگر از مشارکت‌کننده‌ها واژه‌هایی را خلق و یا ابداع کرده‌اند و از واژه جدید زیاد استفاده می‌کنند تا دهان به دهان بچرخد و از تکرار آن واژه عامی شود و در اذهان جا بیفتد.

نتایج داده‌های فرعی پژوهش

در اینجا داده‌های فرعی را که از دل مصاحبه‌ها بیرون آمد مطرح و بررسی می‌گردد:

۱. تعداد کانال‌های تلگرام

از تک تک مشارکت‌کنندگان پرسیده شد که آیا تمایل به ایجاد کانال‌های ارتباطی دارند یا خیر و چه تعداد از این کانال‌ها غیررسمی و چه تعداد از این کانال‌ها رسمی می‌باشند؟ برای حیطه تعداد کانال‌های تلگرام دو مضمون کانال‌های رسمی و کانال‌های غیر رسمی انتخاب کردیم که نتایج در جدول زیر بیان شده است:

مشارکت کنندگان	تعداد کانال‌های رسمی	تعداد کانال‌های غیررسمی	مجموع کانال ها
مشارکت کننده۱	۲	۷	۹
مشارکت کننده۲	۱	۱	۲
مشارکت کننده۳	۰	۵	۵
مشارکت کننده٤	۰	۱۰	۱۰
مشارکت کننده۵	۷	۷	۱٤
مشارکت کننده٦	۰	۵۰	۵۰
مشارکت کننده۷	۱۲	۱۳	۲۵
مشارکت کننده۸			۳۰
مشارکت کننده۹	۵	۱۰	۱۵
مشارکت کننده۱۰	۰	۵	۵

مشارکت کننده۱۱	٤	٤	۸
مشارکت کننده۱۲	۰	۰	۰
مشارکت کننده۱٤	۰	٤	٤
مشارکت کننده۱۵	٦	۱۲	۱۸
مشارکت کننده۱٦	۳	۹	۱۲

۲. استفاده از واژه‌های جدید براساس جنسیت

در پاسخ به این سوال که آیا پسرها و یا دخترها بیشتر از کلمات و واژه‌های جدید در شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند؟ مشارکت کننده‌ها پاسخ داده‌اند که اغلب دخترها استفاده می‌کنند و تعداد کمی تاکید داشتند فقط پســرها اســتفاده می‌کنند و تعداد محدودی هم عقیده داشتند که از سوی هر دو جنس استفاده می‌شود و مختص به جنسیت خاصی نیست.

۳. واژگان استفاده شده مشارکت‌کنندگان

در پاسخ به این سوال که آیا مشارکت‌کننده‌ها از این واژه‌ها در صحبت‌های محاوره‌ای استفاده کرده‌اند؟ در جدول زیر خلاصه واژه‌های جدیدی که وارد ادبیات فارسی شده و مشارکت کننده‌ها از این کلمات در چت‌ها و گفتگوهای کلامی‌اشان از آن استفاده کرده‌اند، آمده است:

واژه	معنی	واژه	معنی
آب شنگولی	مشروبات الکی	آبکی	مشروبات الکی
آدامس	مزاحم	آس	بسیار عالی
اسب	نفهم، کودن	اسکول کردن	سرکار گذاشتن
اشتب	اشتباه	افه اومدن	پز دادن
ایول	ایوا ا...	ایکی ثانیه	فوری، سریع
بزغاله	گوسفند، اسب	تابلو	مشخصه
تر زدن	خراب کاری کردن	تیریپ خفن	نا مساعد
تعطیل	مرخص	تلپ شدن	مهمان ناخوانده شدن
توپ	عالی، خوب	تخس	آدم زرنگ
تو کف ماندن	تو خماری ماندن	تیغ زدن	از کسی پولی دزدیدن
تیغیدن	تیغ زدن	جفتک	چرت و پرت، پرت و پلا
جیک ثانیه	خیلی سریع	جواد	ساده، غیرمتمدن
جمشید	جواد	چیپ	کار بسیار ساده
حال و هول	حال کردن	حلیدن	حل شدن
خاک انداز	فضول	خز	زشت و بدترکیب
خرخون	کسی که زیاد مطالعه می‌کنه	خرزدن	زیاد درس خواندن
خر کیف شدن	لذت فراوان بردن	به خر تی تاب دادن	حال دادن
خرمگس	مزاحم	خفن	عالی، بی نقص

خف کردن	نرسیدن	خفت کردن	اخاذی کردن
دونبش	ساده، هالو	زاغارت	بدشکل
سه شدن	ضایع شدن	سیم ثانیه	بلافاصله،فوری
شرو ور	چرت و پرت	شوت	کودن،خنگ
شلغم	هالو	شیمبل	کسی که ش میزنه، بی ارزش
ضدحال زدن	حال گرفتن	عبداله	شوت
فول	پر، کامل	فاز دادن	حرکاتی برای جذب جنس مخالف
فاز دادن	نخ دادن	فک زدن	پرحرفی کردن
کاردرس	کاربیست	کتلت	بی ریخت
کیلید	پیله	کلنگ	دهاتی
کنتاک داشتن	درگیری داشتن	کولاک	شدید
مخ کسی رابه کار گرفتن	مخ زدن	نخ دادن	مراقب کسی بودن
هلو	دختر زیبا	هفت سیلندر	شدید
هواردتا	خیلی زیاد	یالقوز	تنها و بی کس و گوشه گیر
یبس	داراری خلق و خوی خشک	یک	بیست

٤. انگیزه استفاده مشارکت کنندگان

در پاسخ به این سوال که انگیزه اصلی مشارکت کننده‌ها از استفاده از کلمات و واژه‌های ابداعی جدید که وارد زبان محاوره‌ای شده است چیست؟ نتایج حاکی از این است که اغلب مشارکت‌کننده‌ها انگیزه‌ی اصلی استفاده از واژه‌های جدید را هم سطح و هم طبقه شدن با افرادی دانسته‌اند که در گروه‌ها و شبکه‌های اجتماعی با آنها در تعامل و ارتباط هستند.

۵. بیشترین زمان استفاده مشارکت‌کننده‌ها در طول شبانه روز

در پاسخ به این سوال که در چه ساعتی از شبانه روز بیشتر از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند؟ نتایج حاکی از این است که بیشترین زمان استفاده اغلب مشارکت کننده‌ها از شبکه‌های اجتماعی در شب‌ها قبل از خواب می‌باشد (میانگین زمانی بین ساعات ۲۲- ٢٤) و تعداد محدودی به اول صبح بعد از بیدار شدن هم اشاره کرده‌اند.

داده‌های فرعی یاد شده از مداقه در متن مصاحبه‌ها و یافته‌های پژوهش به دست آمد. گرچه بررسی این داده‌ها جزو اهداف اصلی این پژوهش نبوده است، ولی برای شناسایی هرچه بهتر مسئله راهگشا خواهد بود.

پیشنهادهای پژوهش

۱.بررسی زبان پنهان به تفکیک جنسیت، سن، تحصیلات، طبقه اجتماعی و شناسایی کارکردهای اجتماعی حاصل از تغییرات زبان پنهان؛

۲.بررسی آسیب‌های اجتماعی حاصل از شبکه‌های اجتماعی.

منابع

- اعتضادی، شـیدا و علمدار، فاطمه سـادات. (۱۳۸۷). **تحلیل جامعه شـناختی زبـان پنهان در بین دختر ان**.
- اکرامی، محمود. (۱۳۸٤). **مردم شناسی اصطلاحات خودمانی**. مشهد: نشر ایران
- حسینی، سید محسن. (۱۳۹۰). **شناخت ویژگی‌های زبان جوانان و راهبرهای تعامل مطلوب با آن**. مرکز پژوهش‌های صدا و سیمای جمهوری اسلامی
- رضایی، والی. (۱۳۸۳). **"زبان معیار چیسـت و چه ویژگی‌هایی دارد؟"**. نامه فرهنگسـتان. دوره ٦. شماره پیاپی ۲۳ص۳۵-۲۰.
- ریتزر، جرج. (۱۳۸۲). **نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر**. محسن ثلاثی. تهران: انتشارات علمی
- سارلی، ناصر قلی. (۱۳۸۹). **نحوه بکارگیری گونه‌های مختلف زبان در برنامه‌های صدا و سیما**. مرکز
- پژوهش‌های صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران
- سمائی، مهدی. (۱۳۸۲). **فرهنگ لغات زبان پنهان با مقدمه‌ای درباره جامعه شناسی**. تهران. نشرمرکز
- قلی فامیان، علی رضا. (۱۳۹۲). **"مجموعه مقالات نخسـتین هم اندیشی زبان فارسی و اینترنت"**. تهران: انجمن زبان شناسی ایران با همکاری پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- آل صاحب، محجوبه و فصول، صدیقه. (۱۳۹۱). **"تاثیر زبان پنهان دختران و پسـران ۱۵ تا ۲۵ سـال بر گفتار والدین در خانواده‌های ساکن شهر تهران با توجه به متغیر تحصیلات"**. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهرا.
- مهدی زاده، شـراره و عنبرین، زینب. (۱۳۸۸). **"بررسـی رابطه میزان و نحوه استفاده از اینترنت و هویت فرهنگی جوانان"**. فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات. شماره ۱۷: ۲-۲۸.
- نوربخـش، یونـس؛ مولایی، محمدمهـدی و طالبیان، حامد. (۱۳۹۲). **"مقایسـه اسـتفاده و رضایتمندی دانشجویان از تلویزیون، ماهواره و اینترنت"**. مطالعات جامعه شناختی (علمی-پژوهشی). دوره ۲۰. شماره اول،۲٤۷-۲۲۳.
- ولمن، ب. و کوان هاس، آ. (۱۳۸۵). **"شبکه‌های اجتماعی، مشارکت و تعهد اجتماعی"**. شیرزاد فلاح آزاد. نشریه فرهنگ و فناوری. شماره۳۲
- هومـن، حیدرعلـی. (۱۳۹٤). **راهنمای عملی پژوهش کیفی**. تهران: سـازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی
- دانشگاه‌ها (سمت).
- یزد خواسـتی، بهجت؛ عدلی‌پور، صمد و سـپهری، آسیه. (۱۳۹۲). **"تحلیل محتوای صفحات و گروه‌های شبکه اجتماعی فیس بوک با نظریه حوزه عمومی هابرماس"**. مقاله٤. دوره۲. شماره۱. ۸۷-۱۱۰
- Hilberman, J. (2009). **Young People are Social Networking in Droves**.
- Boyd, D.M., Ellison , N.B. (2007). **"social network sites: definition, history, and scholarship"**. Journal of computer mediat, Commun13(1), article 11.

رابطه بین ارزش های فرهنگی، شیوه های فرزندپروری، منابع کنترل و سبک‌های اسنادی با خودباوری جوانان استان بوشهر

سید موسی گلستانه[۱]

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹٦/٥/٤
تاریخ پذیرش مقاله:۱۳۹٦/۹/۲

خودباوری، یکی از خصوصیات مهم و اساسی شخصیت هر فرد را تشکیل می‌دهد و بر روی سایر جنبه‌های شخصی انسان اثر می‌گذارد و کمبود یا فقدان آن باعث عدم رشد سایر جنبه‌های شخصیت خواهد شد. هدف پژوهش حاضر، تعیین رابطه بین ارزش‌های فرهنگی، شیوه‌های فرزندپروری، منابع کنترل و سبک‌های اسنادی با خودباوری جوانان استان بوشهر بود. روش تحقیق حاضر، توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری شـــامل تمامی جوانان استان بوشـــهر بود که از بین شهرستان‌های مختلف استان بوشهر، به روش نمونه گیری خوشـــه ای چند مرحله ای تعداد ۳۰۰۰ نفر انتخاب گردیدند. ابزارهای پژوهش حاضر شـــامل پرسشنامه‌های سبک‌های اسنادی سلیگمن، منبع کنترل لوینسون، مقیاس خودباوری روزنبرگ و ارزش‌های فرهنگی هافستد بود. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها ازضریب همبســـتگی پیرسون و تحلیل رگرسیون استفاده شد. نتایج تحلیل داده‌ها نشـــان داد که فرهنگ مردسالاری- زن ســـالاری و فرهنگ توزیع قدرت با خودباوری رابطه معکوس معنی داری دارد. بین شیوه فرزند پروری منطقی و شیوه فرزندپروری استبدادی با خودباوری رابطه معنی داری به دســـت آمد. بین منبع کنترل درونی و بیرونی با خودباوری رابطه معنی داری وجود داشـــت. از طرف دیگر، سبک‌های اسنادی خوشبینانه و بدبینانه رابطه معنی داری با خودباوری داشتند. بنابراین، بر اساس نتایج تحقیق می‌توان گفت که منبع کنترل درونی و ســـبک‌های اسنادی خوشبینانه به خوبی می‌توانند خودباوری جوانان را پیش بینی نمایند.

واژگان کلیدی: خودباوری، ارزش فرهنگی، فرزند پروری، منبع کنترل، سبک اسنادی و جوانان

---

۱. استادیار، روانشناسی تربیتی، دانشگاه خلیج فارس، بوشهر، ایران
Email: Mgolestaneh@yahoo.com

مقدمه

جوانی، دوره حساسی است و از یک نظر فرصتی طلایی برای به فعل در آوردن بخشش‌های خداوندی از طریق کسب تجربه‌های متعدد و متنوع می‌باشد. از طرف دیگر، سال‌های جوانی مرحله مهم و برجسته رشد و تکامل اجتماعی و روانی فرد به شـــمار می‌رود. کمک به جوانان در جهت رشد مهارت‌های اجتماعی، ایجاد یا افزایش خودباوری در برخورد با مشکلات و همچنین کمک به آنها در جهت سازگاری موفق با محیط اجتماعی و زندگی مؤثر و سازنده در جامعه ضروری به نظر می‌رسند (شعاری نژاد، ۱۳۹۰).

خودباوری یک مفهوم ابداعی توســط بندورا (۱۹۷۷) روان‌شــناس معروف است و به ارزیابی شناختی فرد در مورد توانایی‌ها و قابلیت‌های خود برای انجام موفقیت‌آمیز تکالیف یا امور اشاره دارد. خودباوری به عنوان ظرفیت و توانایی تعبیر و تفســیر رویدادها به گونه‌ای که احســاس خود ارزشی را در فرد افزایش دهد و حفظ کند، تعریف شده اســت (کرنیس[1]، ۲۰۰۶). مفهوم خودباوری در مرکز نظریه شناختی– اجتماعی بندورا قرار دارد که به باورها یا قضاوت‌های فرد به توانایی‌های خود در انجام وظایف و مســئولیت‌ها اشاره دارد. به بیان دیگر، برداشــت‌ها و احساسات افراد نسبت به خودشــان "خودباوری" نامیده می‌شود. علاوه بر احساسات و برداشت‌های افراد نسبت به خودشان، توانایی آنها در مبارزه جویی با زندگی، امیدواری و کنترل رویدادهایی که برای آنها اتفاق می‌افتد نیز از جمله مولفه‌هایی هستند که اثر آنها بر سلامت انسان به نحوه گسترده‌ای در ادبیات روان‌شناسی مورد تائید قرار گرفته است (موتلو، بالبگ و کمرک[2]، ۲۰۱۰). کارکردهای خودباوری سالم به طور فعال در ابعاد مختلف زندگی از جمله موفقیت، پیشرفت خشنودی و نیروی لازم برای مقابله با بیماری‌هایی از قبیل ســرطان و ناراحتی‌های قلبی منعکس می‌شــود. برعکس، خودباوری ضعیف، نقش قاطعی در رشــد مجموعه‌ای از اختلالات روانی و مشکلات اجتماعی از قبیل افسردگی، بی‌اشتهایی، خشونت، اضطراب، جوع و رفتارهای مخاطره آمیز دارد (دانلی، یانگ، پیرسون، پنهولو و هرناندز[3]، ۲۰۰۸).

بندورا (۲۰۰۶) بر این باور بود که خودباوری یکی از مهمترین عوامل تنظیم رفتار انسان است. قضاوت‌های ناکارآمدی فرد در یک موقعیت، بیشتر از کیفیت و ویژگی‌های خود موقعیت فشارآور است. افراد با خودباوری کــم، تفکرات بدبینانــه ای درباره توانایی‌های خود دارند. بنابراین، این افراد در هر موقعیتی که بر اســاس نظر آنها از توانایی‌هایشان فراتر باشد، دوری می‌کنند. در مقابل افراد با خودباوری بالا، تکالیف سخت را به عنوان چالش هایی که می‌توانند بر آنها مسلط شوند، در نظر می‌گیرند. آنها تکالیف چالش برانگیز را انتخاب می‌کنند، سریعتر حس خودباوری آنها بهبود می‌یابد و در صورت وجود مشکلات، تلاششان حفظ می‌شود (کارادیماس و کالانتزی[4]، ۲۰۰۴). خودباوری به انســان‌ها انرژی می‌دهد و مجهزشان می‌کند و مانند تسهیل‌گر برای کار و فعالیــت عمل می‌کند. خودباوری از طریق تجارب موفقیت‌آمیز زندگی افزایش می‌یابد و به واســطهٔ تجارب شکست تقلیل می‌یابد (یو، فرلنگ، فیلیکس، شارکی و تانیگوا[5]، ۲۰۰۸). امروزه، به خودباوری به عنوان یکی از مؤلفه‌های اصلی در سلامتی افراد توجه شده، اما هنوز ارزش کاربردی و پیش‌بینی کنندگی خودباوری مبهم باقی مانده است (شرانک و استانگلینی[6]، ۲۰۰۸).

---

1. Kernis
2. Mutlu, Balbag and Cemrek
3. Donnelly, Young, Pearson, Penhollow and Hernandez
4. Kruglanski and Higgins
5. You, Furlong, Felix, Sharkey and Tanigawa
6. Schrank and Stanghellini

خودباوری، یکی از خصوصیات مهم و اساسی شخصیت هر فرد را تشکیل می‌دهد و به طور حتم روی سایر جنبه‌های شخصی انسان اثر می‌گذارد و کمبود یا فقدان آن باعث عدم رشد سایر جنبه‌های شخصیت یا ناموزونی آنها خواهد شد و حتی ممکن است پایه‌گذار بیماری‌های روانی گوناگون مانند افسردگی، کمرویی، افت تحصیلی، ترس و ... شود (بیابانگرد، ۱۳۹۰). خودباوری، پدیده‌ای روانشناختی است که تأثیر قاطعی بر ابعاد عاطفی و شناختی انسان دارد (کروکر[1]، ۲۰۰۲). خودباوری به معنی برداشت شخص درباره ارزش و اهمیت خویش است. ارزشی که فرد درباره خود قائل است، عموماً نشات گرفته از اهمیتی است که والدین به او می‌دهند (لطف آبادی، ۱۳۸۰). بتازگی پژوهش‌ها آشکار ساخته‌اند که سلامت و بهزیستی با خودباوری رابطه دارند و خودباوری از واریانس مشترک معناداری هر دو مؤلفه بهزیستی و شادکامی برخوردار است (زیمرمن[2]، ۲۰۰۰).

در سال‌های اخیر، روان‌شناسان از این واقعیت که خودباوری فرد و نگرش و ادراک وی از خودش، رابطه بسیار نزدیکی با چگونگی یادگیری و رفتار او دارد، به خوبی آگاه شده‌اند (تلا[3]، ۲۰۱۱). گرین، میلر، کروسن و آکی[4] (۲۰۰۴؛ به نقل از بختیارپور، حافظی و بهزادی، ۱۳۸۹) خودباوری را عاملی مهم در پیش بینی موفقیت در حوزه‌های تخصصی قلمداد کردند. خودباوری به عنوان یک عامل انگیزشی، فعال کننده و جهت دهنده و فشار آنان به سوی اهداف مورد نظر می‌باشد (جین و داوسون[5]، ۲۰۰۹)، اما بیشتر به عنوان مؤلفه‌های اصلی رفتاری به خصوص تغییر رفتار توصیف می‌شود (سانگ، والک، براک و تاندر[6]، ۲۰۱۰). انسان‌ها در طی زندگی، باورهایی را درباره خود و پدیده‌های پیرامونی کسب می‌کنند. خودباوری از جمله باورهایی است که نقش بنیادین در کیفیت زندگی و ایجاد تعادل و توازن بین ابعاد مختلف زندگی انسان دارد. خودباوری به معنای باور فرد در مورد توانایی مقابله او در موقعیت‌های ویژه است که بر الگوهای فکری، رفتاری و هیجانی انسان در سطوح مختلف تجربه انسانی تأثیرگذار است و تعیین کننده این است که آیا رفتاری شروع خواهد شد یا خیر و اگر شروع شد، فرد تا چه اندازه برای انجام آن تلاش خواهد کرد و در رویارویی با مشکل چه مقدار استقامت از خود نشان خواهد داد (بندورا، ۲۰۰۶). تلاش، کوشش، استقامت و یادگیری ما بوسیله خودباوری پایین محدود می‌شود و به وسیله خودباوری بالا افزایش می‌یابد (بندورا و شانک[7]، ۲۰۰۵). بنابراین بررسی پیشایندهای مهم خودباوری جوانان بسیار حائز اهمیت است.

یکی از پیشایندهای مهم خودباوری جوانان، فرهنگ است. در فرهنگ‌هایی که خود جمعی بر خود فردی غلبه دارد، معمولا شیوه‌های تربیتی بر روش‌های تنبیهی بنا شده و از پذیرش حمایت و خود مختاری فرزندان، خبری نیست (کاراگوزوغلو، کهوه و ادمیسوغلو[8]، ۲۰۰۸). در این فرهنگ‌ها، کودکی که در مورد مرجع قدرت تردید کند، در مدرسه تنبیه می‌شود و بزرگسالان دیگر، او را سرزنش می‌کنند (اسکات، شانن و کارولین[9]، ۲۰۰۴) و ممکن است برونداد فرآیند اجتماعی فوق، شهروندی باشد که عزت نفس پایین دارد، خودباوری وی ضعیف است و بطور کلی از لحاظ پایین بودن سلامت روانشناختی، رنج می‌برد (هارجی و دیکسون[10]، ۲۰۰۴).

1. Crocker
2. Zimmerman
3. Tella
4. Greene, Miller, Crowson and Akey
5. Jain and Dowson
6. Sang, Valcke, Braak and Tondeur
7. Schunk
8. Karagozoglu, Kahve and Adamisoglu
9. Scott, Shannon and Corolin
10. Hargie and Dickson

پیشایند دیگر خودباوری، سبک‌های اسنادی است. سبک‌های اسنادی، عبارت است از نحوه تفسیر شکست‌ها و موفقیت‌ها و نسبت دادن علل آنها به عوامل مختلف. به طور کلی سه سبک اسناد مطرح شده است:

- اسناد درونی- بیرونی: نسبت دادن علل پیامدها به عواملی که از خود شخص ناشی می شود، در برابر نسبت دادن علل آنها به عوامل خارج از شخص- محیطی یا موقعیتی؛
- اسناد کلی- اختصاصی: نسبت دادن علل پیامدها به تمامی موقعیت‌ها در برابر نسبت دادن آن به یک موقعیت خاص؛
- اسناد پایدار- ناپایدار: تعمیم علل پیامدها به مدت زمان طولانی و همیشگی در برابر نسبت دادن علل پیامدها به زمان حال و مدت کوتاه (بیگدلی و مددی، ۱۳۹۲).

در بررسی روند فعالیت‌های معطوف به موفقیت و پیشرفت، هایدر عوامل چهارگانه توانایی، کوشش، شانس و دشـــواری تکلیف را موثر می دانـــد. عوامل چهارگانه علّی هایدر را می توان بر اســـاس منبع کنترل متغیرها طبقه‌بندی نمود. منظور از منبع کنترل این است که منبع کنترل متغیرها در کجا قرار دارد، یعنی درونی است یا بیرونی. عاملی درونی است که کنترل آن در اختیار فرد باشد و برعکس، عاملی بیرونی است که فرد نتواند آن را کنترل کند (بیگدلی و مددی، ۱۳۹۲). انجام پژوهشـــی در مورد سبک‌های اسنادی، منبع کنترل و ارزش‌های فرهنگی با خودباوری جوانان که از نیروهای ســـازنده و فعال کشـــور هستند، حائز اهمیت می‌باشد و جوانان خودباور می‌توانند نقش اساسی در آینده کشور ایفا کنند.

پژوهشگران متعددی چهار شیوه فرزندپروری اساسی مبتنی بر دو شاخص اصلی یعنی محبت والدین (پاسخ دهی والدینی) و کنترل والدین (ســـخت گیری والدینی) را طرح ریزی کرده‌اند (شـــفر، ۲۰۰۳). در فرزندپروری مســـتبدانه، والدین سطوح بالایی از کنترل و ســـطح پایینی از پاسخ دهی را اعمال می‌کنند. آن‌ها از فرزندان خود انتظار اطاعت دارند و اغلب برای پیشگیری از نافرمانی، فرزندان خود را تنبیه می‌کنند. در فرزندپروری سهل گیرانه، والدین برخلاف والدین سخت گیر بسیار پاسخ دهنده هستند و اجازه خودگردانی زیادی به کودکان می‌دهند و آن‌ها را ملزم به انجام رفتار رشـــد یافته نمی‌کنند. در فرزندپروری غفلت ورزانه، والدین در پاســـخ دهی و سخت گیری در سطح پایینی قرار دارند و طرد کننده یا مسامحه کننده اند. در شیوه فرزندپروری مقتدرانه، والدین دارای ســـطح بالایی از کنترل و پاســـخ دهی هستند و فرزندان آنان اجتماعی و به طور مؤثری با کفایت اند و مشکلات رفتاری اندکی را نشان می‌دهند. فرزند پروری آزادمنشانه به جوانان کمک می‌کند تا مفهوم پایداری از عزت نفس را به دســـت آورند (توزنده جانی و همکاران، ۱۳۹۰). سبک فرزندپروری همراه با مراقبت افراطی و سطح پایین پذیرش، با عزت نفس ارتباط منفی دارد. چنین به نظر می‌رسد که سبک‌های فرزندپروری با خودباوری افراد نیز نقش داشته باشند (بندورا، ۲۰۰۰). نتایج مطالعه ای نشان می‌دهد که خودباوری پایین با عزت نفس پایین و روان نژندخویی نیز در ارتباط می‌باشد. اگرچه تحقیقات آشکاری در مورد رابطه شیوه‌های فرزندپروری والدین و خودباوری وجود ندارد، اما شواهد قابل ملاحظه ای وجود دارد مبنی بر این که خودباوری بالا به کیفیت بالای تعاملات مادر-کودک، حساســـیت، گرمی و پاسخدهی مادرانه مربوط است. این ویژگی‌های والدینی می‌تواند با سبک‌های فرزندپروری مختلفی در ارتباط باشد و عوامل محافظتی مهمی برای فرد باشد و منجر به ارتقای عزت نفس و کفایت اجتماعی شـــود (تامســـون، هولیس و ریچاردز، ۲۰۰۳). ترنر، جاندلر و هفر (۲۰۰۹) در پژوهشی با هدف تعیین رابطه سبک فرزندپروری مقتدرانه با خودباوری و انگیزش درونی بر روی دانشجویان، مشخص ساختند که فرزندپروری مقتدرانه بر انگیزش درونی و خودباوری تأثیر دارد.

بنابراین با توجه به مطالب گفته شده، بررسی این موضوع در جامعه ایرانی حائز اهمیت است. از طرف دیگر، از میان پیشایندهای مهم خودباوری جوانان به سبک‌های اسنادی، شیوه‌های فرزندپروری، ارزش‌های فرهنگی

و منبع کنترل می‌توان اشـــاره کرد که این تحقیق به بررســـی نقش این پیشایندهای مهم در خودباوری جوانان می‌پردازد. بنابراین فرضیه اصلی تحقیق حاضر این است که بین ارزش‌های فرهنگی، شیوه‌های فرزندپروری، منابع کنترل و سبک‌های اسنادی با خودباوری جوانان رابطه چندگانه معنی داری وجود دارد.

روش شناسی پژوهش

طرح تحقیق حاضر توصیفی از نوع همبستگی است که به صورت میدانی اجرا گردید. خودباوری جوانان، متغیر ملاک تحقیق اســـت و سبک‌های اســـنادی، نگرش‌های فرزند پروری، ارزش‌های فرهنگی و منبع کنترل به عنوان متغیرهای پیش بین بودند. با اســـتفاده از ضریب همبســـتگی پیرسون و تحلیل رگرسیون، رابطه بین متغیرهای پیش بین با ملاک مورد بررســـی قرار گرفت. جامعه آماری کلیه جوانان ســـنین ۱۵تا ۲۹ ساله استان بوشهر می‌باشند که بنا بر آمار اخذ شده از ثبت احوال استان تعداد این افراد برابر با ۳۵۲۵۳٤ نفر می‌باشد. جهت تعیین حجم نمونه از جدول مورگان کرجســـی و فرمول کوکران اســـتفاده شد که در هر دو روش حجم نمونه ۳۸۰ نفر در نظر گرفته شد. از آنجا که تحقیق در سطح کل استان بود و ۹ شهرستان داشتیم، یک نمونه ۳۰۰۰ نفری در نظر گرفته شد و به نسبت جمعیت شهرستان، این ۳۰۰۰ نفر در شهرستان‌های مختلف توزیع شدند (جدول ۱). (جمعیت هر شهر n/N*) به عنوان مثال، برای محاسبه تعداد نمونه در شهر بوشهر این گونه عمل شد: ۳۰۰۰ تقسیم بر ۳۵۲۵۳٤ ضرب در ۸۸۸۰۷ که مقدار حاصل ۷۵۵ نفر می‌شود که برابر با نمونه شهر بوشهر است. روش نمونه‌گیری در این تحقیق به صورت خوشه ای چندمرحله ای بود. ابتدا به روش صورت تصادفی از یک شـــهر چند محله (بین ۲ تا ٤ محله) انتخاب شـــد، ســـپس از هر ۹ شهر بزرگ استان (بوشهر، برازجان، گنگان، گناوه، خورموج، دیر، اهرم، دیلم و جم) چند محله (بین ۲ تا ٤ محله) به طور تصادفی انتخاب شد و فرایند نمونه گیری انجام گردید. لازم به ذکر است که حجم نمونه به نسبت جمعیت هر شهر صورت گرفت. جمعیت هر شهر و نمونه انتخاب شده برای آن در جدول زیر ارائه آمده است:

جدول۱: نسبت جمعیت به نمونه در هر شهر استان بوشهر

شهر	بوشهر	برازجان	کنگان	گناوه	خورموج	دیر	اهرم	دیلم	جم
جمعیت	۸۸۸۰۷	۷٤۵۷۲	٦٦۸۸٦	۲۸۱۵۹	۲٦۱٤۳	۱۸۲۰۳	۲۲۹۰۲	۹۹٦۵	۱٦۸۹۷
نمونه	۷۵۵	٦۳٤	۵۷۰	۲٤۰	۲۲۳	۱۵۵	۱۹۵	۸۵	۱٤۳
کل نمونه	۳۰۰۰								

در تحقیق حاضر از پرسشنامه‌های زیر استفاده شد:

- **پرسشنامه خودباوری روزنبرگ (RES)**

ابزار اندازه‌گیری در این پژوهش، مقیاس خودباوری روزنبرگ می‌باشـــد (روزنبرگ، ۱۹٦۵) که شـــامل ۱۰ ماده خود گزارشـــی اســـت و برای اندازه گیری احســـاس پذیرش یا ارزش خود کلی نوجوانان تدوین شـــده اســـت. مقیاس خودباوری روزنبرگ نســـبت به مقیاس عزت نفس کوپر اسمیت، یک ابزار ساده و کوتاه واجد قابلیت اعتماد (همسانی درونی و بازآزمایی) و اعتبار (همگرا و واگرا) مناسب است و برای هر گروه سنی با میزان تحصیلات حتی در ســـطح پنجم ابتدایی قابل اجرا می‌باشد. به بیان دیگر، مقیاس خودباوری روزنبرگ پرمصرف‌ترین ابزار استفاده شده برای درک خودباوری کلی به عنوان ارزیابی کلی شخص از ارزشمندی او به عنوان یک انسان محسوب می‌گردد (محمدی، ۱۳۸٤).

- **پرسشنامه ارزش‌های فرهنگی هافستد**

هدف از تدوین این پرسشـــنامه، شناســـایی فرهنگ ملی خود با اســـتفاده از ابعاد فرهنگ ملی که به وسیله هافسد ایجاد شده است، می‌باشد. این پرسشنامه ٤ بعد را با ۲۵ سوال مورد سنجش قرار می‌دهد: بعد اول، فرهنگ مردسالاری در مقابل زن سالاری؛ بعد دوم، فرهنگ فردگرایی در مقابل جمع گرایی؛ بعد سوم، فرهنگ اجتناب از عدم اطمینان و بعد چهارم، فرهنگ فاصله قدرت. این آزمون در کشورهای مختلف مورد استفاده قرار گرفته و اعتبار و پایایی آن مناسب گزارش شده است. نتایج مطالعه وو (۲۰۰٦) پایایی ابزار را به روش آلفای کرونباخ در ابعاد مختلف بین ۰/۸۰ تا ۰/۹۰ گزارش داد و اعتبار پرسشنامه را مطلوب ذکر کرد. در ایران نیز (منصوری، مطیعی، شکرریز و نجاتی، ۱۳۹۲) برای اعتبار ابزار از روش تحلیل عاملی استفاده شد که با توجه به معناداری مجذور کای آزمون بارتلت، مفروضه کرویت داده‌ها تایید شـــد و از این رو با اســـتفاده از روش تحلیل مؤلفه‌های اصلی، مورد تحلیل قرار گرفت. این تحلیل ٤ عامل عمده دارای ارزش ویژه بالای ۱ به دست داد که روی هم رفته ۵۳ درصد از واریانس داده‌ها را تبیین می کرد. پایایی پرسشنامه نیز با روش آلفای کرونباخ ۰/۷۳ به دست آمد.

- **پرسشنامه شیوه‌های فرزند پروری (بامریند)**

فرم اولیه این پرسشـــنامه دارای ۳۰ گویه اســـت که توســـط بامریند طراحی و ســـاخته شد. این پرسشنامه، شـــیوه‌های فرزند پروری ادراک شـــده والدین را در ســـه عامل اندازه گیری می‌کند: شـــیوه سهل گیرانه، شیوه اســـتبدادی و شیوه قاطع واطمینان بخش. روایی و پایایی این پرسشنامه تایید شده است. بورای (۱۹۹۱) برای بررســـی اعتبار و روایی این پرسشـــنامه از روش افتراقی استفاده نمود و مشاهده کرد که شیوه استبدادی رابطه منفی با ســـهل‌گیری ۰/۳۸- و اقتدار منطقی ۰/٤۸- دارد، ولی شـــیوه ســـهل گیری رابطه معنی داری با شـــیوه اقتدارمنطقی ۰/۰۷ ندارد. بورای (۱۹۹۱) برای محاسبه پایایی از روش باز آزمایی استفاده کرد که بیش از ۰/۸۰ گزارش گردید.

- **پرسشنامه سبک‌های اسنادی سلیگمن**

این پرسشنامه توسط سلیگمن و همکاران در سال ۱۹۷۹ ساخته شده است. این پرسشنامه دارای ۱۰ سؤال یا موقعیت است که هر سؤال خود شامل ۳ سؤال می‌باشد. بنابراین، جمعا ۳٦ سؤال است. پرسشنامه حاضر از ٦ موقعیت اسنادهای علی در مورد پیامدهای مثبت (موفقیت) و ٦ موقعیت اسنادهای علی در مورد پیامدهای منفی (شکست) تشکیل شده اســـت. از آزمودنی خواســـته می‌شود تا تصور کند هر یک از موقعیت‌ها برای آن‌ها واقعا روی داده است و سپس علل مربوط به هر رویداد را برای اندازه‌گیری اســـناد از جهت ابعاد درونی، پایدار و کلی درجه‌بندی و ثبت نماید. ضریب پایایی آزمون اصلی به روش باز آزمون انجام گرفته اســـت. نتایج باز آزمون برای پیامدهای خوب و بد ابعاد درونی، پایدار، کلی در یک دوره ۵ هفته‌ای بین ۰/۷۰ تا ۰/۷۵ گزارش گردیده است (پیترسون، ۱۹۸۲ به نقل از واضحی آشتیانی ۱۳۸۲). اعتبار آزمون نیز به شـــرح زیر به دســـت آمد: پیامد بد درونی ۰/٤٤ پیامد خوب درونی ۰/۳۰ ، پیامد بد پایدار، ۰/٦٤، پیامد خوب پایدار ۰/٥٤، پیامد بد کلی ۰/٦٤، پیامد خوب کلی ۰/٥۸ . در ایران نیز اسلامی شهر بابکی (۱۳٦۹) تعداد۱۰ موقعیت فرضی را از آزمون سلیگمن اقتباس کرده که پایایی ضریب آلفا عبارت است از: پیامد بد درونی ۰/۷۵ ، پیامد خوب درونی ۰/۷٤، پیامد با ثبات ۰/٤۳، پیامد خوب با ثبات ۰/٥٦، پیامد بد کلی ۰/۷۳، پیامد خوب کلی ۰/۷٦.

- **پرسشنامه منبع کنترل لونسون**

این پرسشنامه توسط لونسون در سال ۱۹۷۳ ساخته شده است. این پرسشنامه دارای ۲٤ سؤال می‌باشد.. پرسشنامه حاضر از ۳ زیر مقیاس کنترل درونی، کنترل بیرونی- اعتقاد به شانس و کنترل بیرونی- اعتقاد به افراد قدرتمند تشکیل شده است. از آزمودنی خواسته می‌شود تا تصور کند هر یک از موقعیت‌ها برای آن‌ها واقعا روی داده است و سپس علل

مربوط به هر رویداد را برای اندازه‌گیری کنترل از جهت بعد درونی و بیرونی درجه‌بندی و ثبت نماید. ضریب پایایی آزمون اصلی از طریق دو نیمه سازی در هر کدام از عامل‌های کنترل درونی، کنترل بیرونی- شانس و کنترل بیرونی- اثر افراد قدرتمند به ترتیب ۰/۳۱ ، ۰/۷۳ و ۰/٦۷ به دست آمد (قاسم زاده، ۱۳۸٦). اعتبار آزمون نیز به شرح زیر به دست آمد: کنترل درونی ۰/۵۱، کنترل بیرونی- شانس ۰/۳٦ و کنترل بیرونی- اثر افراد قدرتمند ۰/٤۲ (قاسم زاده، ۱۳۸٦).

یافته‌های پژوهش

اطلاعات به دو صورت توصیفی و استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. از شاخص‌های آمار توصیفی مانند فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار استفاده شد. برای بررسی فرضیه‌های تحقیق از آزمون ضریب همبستگی پیرسون، تحلیل رگرسیون و آزمون تحلیل واریانس چند متغیری استفاده گردید. همچنین، داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS نسخه ۱۸ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. سطح معنی داری برای آزمون فرضیه $p < ۰/۰۵$ در نظر گرفته شـــد. در این تحقیق ۱۳۷۸ نفر دختر و ۱٦۲۲ نفر پســـر بودند. در جدول ۲ میانگین و انحراف معیار متغیرهای تحقیق ارائه شده است:

جدول ۲: میانگین و انحراف معیار متغیرهای خودباوری، شیوه‌های فرزندپروری و منبع کنترل و سبک‌های اسنادی و ارزش‌های فرهنگی

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	حداقل نمره	حداکثر نمره
خودباوری	۸۱/۰۷	۱۱/۸٤	۲۷	۱۲۰
شیوه فرزندپروری آزادگذاری	۹۹/۵٤	۱٤/۱۷	۵۲	۱۳۷
شیوه فرزندپروری استبدادی	٤۲/۹۲	۷/۱۸	۲۵	۷۱
شیوه فرزندپروری منطقی	۵٤/۱٦	۹/۸۰	۲٤	۷۲
کنترل درونی	۱۰۵/۷٦	۱۸/۲۵	٤۳	۱۷۸
کنترل بیرونی- شانس	۲٦/۱٦	٦/٤۱	٦	۳٦
کنترل بیرونی- اثرافرادقدرتمند	۱۳/۵۵	٤/۳۷	۵	٦٤
سبک اسنادی بدبینانه درونی- بیرونی	۱۵/۰٦	۳/۵۲	۵	۲۵
سبک اسنادی بدبینانه پایدار- ناپایدار	۱۰/۷۸	۲/۸۵	۵	۲۰
سبک اسنادی بدبینانه کلی- جزئی	۱۳/۸۸	٤/۰۸	۵	۵٦
سبک اسنادی خوشبینانه درونی- بیرونی	۱۱/۵۰	۲/۹۱	۵	۳۱
سبک اسنادی خوشبینانه پایدار- ناپایدار	۱۱/۰٤	۲/٦۸	۵	۲۰
سبک اسنادی خوشبینانه کلی- جزئی	۱۲/٤۱	۲/۷٦	۵	۲۳
سن	۲۳/٦۸	۳/۷٤	۱۵	۳۸
فرهنگ مرد سالاری در مقابل زن سالاری	۳/۳۸	۰/۷۰	۱	۷
فرهنگ فردگرایی در مقابل جمع گرایی	٤/۰٤	۰/۷۵	۲	۱۲
فرهنگ اجتناب از عدم اطمینان	٤/۰۷	۰/۵۸	۲	۵
فرهنگ توزیع قدرت	۳/۲۳	۰/۷۰	۱	۸

در ادامه به بررسی فرضیه‌های تحقیق پرداخته شد.

- **بین انواع ارزش‌های فرهنگی با خودباوری جوانان رابطه ساده و چندگانه معنی داری وجود دارد.**

جهت پاسخ به یافته‌های مربوط به فرضیه‌های تحقیق، از ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون چندگانه استفاده شد. ضریب همبستگی بین فرهنگ مردسالاری- زن سالاری با خودباوری جوانان r= -۰/۱۲ است که این رابطه در سطح p<۰/۰۱ معنی دار است. بنابراین فرضیه اول تحقیق مورد تایید واقع گردید؛ این بدان معناست که هر چه حالت فرهنگی از حالت تعادل فرهنگی به سمت فرهنگ زن سالاری پیش برود با خودباوری جوانان رابطه معنی داری وجود دارد. بنابراین فرهنگ مرد سالاری با خودباوری رابطه معکوسی دارد. همچنین، ضریب همبستگی بین فرهنگ توزیع قدرت با خودباوری جوانان r= -۰/۱۲ است که در سطح p<۰/۰۵ معنی دار است. بنابراین این فرضیه مورد تایید واقع گردید. این بیانگر آن است که هر چه توزیع قدرت درجامعه عادلانه باشد، با خودباوری جوانان رابطه معنی داری وجود دارد. بنابراین، یافته به دست آمده حاکی از آن است که هر چه توزیع قدرت درجامعه ناعادلانه باشد با خودباوری جوانان رابطه معکوس معنی داری دارد. اما ضریب همبستگی بین فرهنگ فردگرایی- جمع گرایی با خودباوری جوانان r=۰/۰۰۵ و ضریب همبستگی بین فرهنگ اجتناب از عدم اطمینان با خودباوری جوانان r=۰/۰۳ است که در سطح p <۰/۰۵ معنی دار نبودند. جهت بررسی رابطه چندگانه ارزش‌های فرهنگی (فرهنگ مردسالاری- زن سالاری، فردگرایی- جمع گرایی، اجتناب از عدم اطمینان و توزیع قدرت) با خودباوری جوانان از تحلیل رگرسیون چندگانه استفاده شد. جدول ۳ نتایج تحلیل رگرسیون را نشان می دهد.

جدول ۳: نتایج تحلیل رگرسیون خودباوری از طریق ارزش‌های فرهنگی

متغیر ملاک	متغیرهای پیش بین	MR	RS	F (p)	ضرایب رگرسیون
					مردسالاری-زن سالاری
خود باوری	مردسالاری-زن سالاری	۰/۱۲	۰/۰۲	٦/۹۵ (۰/۰۰۱)	β= -۰/۱۲ t= -۲/٦۳ P<۰/۰۰۱

همان طور که مشاهده می کنید رابطه چندگانه ارزش‌های فرهنگی با خودباوری جوانان MR = ۰/۱۲، RS =۰/۰۲ و با توجه به مقدار F = ٦/۹۵ این رابطه در سطح P >۰/۰۰۱ معنی دار است. بنابراین این فرضیه مورد تایید واقع گردید. از بین متغیرهای پیش بین (انواع ارزش‌های فرهنگی) بهترین پیش بین کننده ارزش فرهنگی مردسالاری- زن سالاری بوده است.

فرضیه دیگر تحقیق این بود که بین انواع شیوه فرزندپروری با خودباوری جوانان رابطه ساده و چندگانه معنی داری وجود دارد. ضریب همبستگی بین شیوه فرزندپروری آزادگذاری با خودباوری جوانان r= -۰/۰٦ است که در سطح p<۰/۰۵ معنی دار نیست. بین شیوه فرزندپروری استبدادی با خودباوری جوانان r= -۰/۱۲ و بین شیوه فرزندپروری منطقی با خودباوری جوانان r=۰/۱۷ است که این ضرایب همبستگی در سطح p<۰/۰۵ معنی دار است. جهت بررسی رابطه چندگانه بین انواع شیوه‌های فرزند پروری با خودباوری جوانان از تحلیل رگرسیون استفاده شد. جدول ٤ نتایج تحلیل رگرسیون را نشان می دهد.

جدول ٤: نتایج تحلیل رگرسیون خودباوری از طریق متغیرهای شیوه‌های فرزندپروری

متغیر ملاک	متغیرهای پیش‌بین	MR	RS	F (p)	ضرایب رگرسیون	
					منطقی	استبدادی
خود باوری	منطقی	۰/۱۸	۰/۰۳	۱٦/۱۰ (۰/۰۰۱)	β=۰/۱۸ t=٤/۰۱ P<۰/۰۰۱	
	استبدادی	۰/۲۱	۰/۰٤	۱۰/۷۰ (۰/۰۰۱)	β=۰/۱۷ t=۳/۷۷ P<۰/۰۰۱	β= −۰/۱۰ t= −۲/۲۷ P<۰/۰۵

همان طور که مشـــاهده می کنید رابطه چندگانه شـــیوه‌های فرزندپروری با خودباوری جوانان MR=۰/۲۱، RS =۰/۰٤ و با توجه به مقدار F = ۱۰/۷۰ این رابطه در سطح P <۰/۰۰۱ معنی دار است. بنابراین این فرضیه مورد تایید واقع گردید. از بین متغیرهای پیش بین (انواع شـــیوه‌های فرزندپروری) بهترین پیش بین کننده به ترتیب شیوه فرزند پروری منطقی و استبدادی بوده است.

- **بین منبع کنترل درونی با خودباوری جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.**

ضریب همبستگی بین منبع کنترل درونی با خودباوری جوانان r= ۰/۰۹، ضریب همبستگی بین منبع کنترل بیرونی شانس با خودباوری جوانان r= −۰/۲۵ و ضریب همبستگی بین منبع کنترل بیرونی قدرت با خودباوری جوانان r= −۰/۳۱ است که در سطح p <۰/۰۱ معنی دار است.

- **بین منابع کنترل درونی، بیرونی شانس و بیرونی اثر افراد قدرتمند با خودباوری جوانان رابطه چندگانه معنی داری وجود دارد.**

جدول ۵ نتایج تحلیل رگرسیون را نشان می دهد.

جدول ۵: نتایج تحلیل رگرسیون خودباوری از طریق منابع کنترل

متغیر ملاک	متغیرهای پیش بین	MR	RS	F (p)	ضرایب رگرسیون	
					کنترل بیرونی	کنترل درونی
خود باوری	کنترل بیرونی قدرت	۰/۳۱	۰/۰۹	٤۸/۷۲ (۰/۰۰۱)	β= −۰/۳۱ t= −٦/۹۸ P<۰/۰۰۱	
	کنترل درونی	۰/۳٦	۰/۱۳	۳٤/۹۵ (۰/۰۰۱)	β= −۰/۳۷ t=۸ /۱۰ P<۰/۰۰۱	β=۰ /۲۰ t= −٤/۳۹ P<۰/۰۵

همان طور که مشاهده می کنید رابطه چندگانه منابع کنترل با خودباوری جوانان MR = ۰/۳۶، RS =۰/۱۳ و با توجه به مقدار F = ۳٤/۹۵ در سطح P <۰/۰۰۱ معنی دار است. بنابراین این فرضیه مورد تایید واقع گردید. از بین متغیرهای پیش بین (کنترل بیرونی اثر افراد قدرتمند، کنترل درونی و کنترل بیرونی شانس) بهترین پیش بین کننده به ترتیب کنترل بیرونی اثر افراد قدرتمند و کنترل درونی بوده است.

- **بین سبک اسنادی بدبینانه درونی- بیرونی با خودباوری جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.**

ضریب همبستگی بین سبک اسنادی بدبینانه درونی- بیرونی با خودباوری جوانان r= - ۰/۱٦، بین سبک اسنادی بدبینانه پایدار- ناپایدار با خودباوری جوانان r= - ۰/۱٦، بین سبک اسنادی خوشبینانه پایدار-ناپایدار با خودباوری جوانان r= ۰/۱۷ و بین سبک اسنادی خوشبینانه کلی- جزئی با خودباوری جوانان r= ۰/۱۰ است که همگی در سطح p<۰/۰۵ معنی دار است. ضریب همبستگی بین سبک اسنادی بدبینانه کلی- جزئی با خودباوری جوانان r= ۰/۰۳ و بین سبک اسنادی خوشبینانه درونی- بیرونی با خودباوری جوانان r= ۰/۰۷ است که در سطح p<۰/۰۵ معنی دار نیست.

- **بین انواع سبک‌های اسنادی خوشبینانه و بدبینانه با خودباوری جوانان رابطه چندگانه معنی داری وجود دارد.**

جدول ٦ نتایج تحلیل رگرسیون را نشان می دهد.

جدول ٦: نتایج تحلیل رگرسیون خودباوری از طریق سبک‌های اسنادی

متغیر ملاک	متغیرهای پیش بین	MR	RS	F (p)	ضرایب رگرسیون			
					خوشبینانه پایدار- ناپایدار	خوشبینانه کلی-جزئی	بدبینانه درونی- بیرونی	بدبینانه پایدار- ناپایدار
خودباوری	خوشبینانه پایدار- ناپایدار	۰/۱۷	۰/۰۳	۱٤/۲۹ (۰/۰۰۱)	β=-۰/۱۷ t=-۳/۷۸ P<۰/۰۰۱			
	خوشبینانه کلی- جزئی	۰/۲٦	۰/۰۷	۱۷/۱۰ (۰/۰۰۱)	β=-۰/۲۷ t=-٥/٤۲ P<۰/۰۰۱	β=۰/۲۲ t=٤/۳۹ P<۰/۰۰۱		
	بدبینانه درونی- بیرونی	۰/۳۰	۰/۰۸	۱٥/۳٥ (۰/۰۰۱)	β=-۰/۲۷ t=-٥/٤۷ P<۰/۰۰۱	β=۰/۱۹ t=۳/۹٤ P<۰/۰۰۱	β=۰/۱٥ t=۳/۳۷ P<۰/۰۰۱	
	بدبینانه پایدار- ناپایدار	۰/۳۱	۰/۰۹	۱۲/۷۲ (۰/۰۰۱)	β=-۰/۲۱ t=-۳/۷۲ P<۰/۰۰۱	β=۰/۲۱ t=٤/۲۲ P<۰/۰۰۱	β=۰/۱٤ t=۳/۱٦ P<۰/۰۰۱	β=-۰/۱۱ t=-۲/۱۱ P<۰/۰٥

همان طور که مشاهده می کنید رابطه چندگانه سبک‌های اسنادی با خودباوری MR = ۰/۳۱، RS =۰/۰۹ و با توجه به مقدار F = ۱۲/۷۲ در سطح P <۰/۰۰۱ معنی دار است. بنابراین این فرضیه مورد تایید واقع گردید. از بین متغیرهای پیش بین (انواع سبک‌های اسنادی) بهترین پیش بین کننده به ترتیب سبک اسنادی خوشبینانه پایدار- ناپایدار، خوشبینانه کلی- جزئی، بدبینانه درونی- بیرونی و بدبینانه پایدار- ناپایدار بوده است.

- **بین انواع ارزش‌های فرهنگی، انواع شیوه‌های فرزندپروری، منابع مختلف کنترل و سبک‌های اسنادی با خودباوری جوانان رابطه چندگانه معنی داری وجود دارد.**

جدول ۷ نتایج تحلیل رگرسیون را نشان می دهد.

جدول ۷: نتایج تحلیل رگرسیون خودباوری از طریق متغیرهای پیش بین

متغیر ملاک	متغیرهای پیش بین	MR	RS	F (p)	ضرایب رگرسیون				
					کنترل بیرونی قدرت	کنترل درونی	خوشبینانه پایدار- ناپایدار	خوشبینانه کلی- جزئی	فرزندپروری منطقی
خود باوری	کنترل بیرونی قدرت	۰/۳۱	۰/۰۹	۴۸/۶۲ (۰/۰۰۱)	β=-۰/۳۱ t=-۶/۹۷ P<۰/۰۰۱				
	کنترل درونی	۰/۳۶	۰/۱۳	۳۴/۸۷ (۰/۰۰۱)	β=-۰/۳۶ t=-۸/۰۹ P<۰/۰۰۱	β=۰/۲۰ t=۴/۳۸ P<۰/۰۰۱			
	خوشبینانه پایدار- ناپایدار	۰/۳۹	۰/۱۵	۲۷/۴۹ (۰/۰۰۱)	β=-۰/۳۵ t=-۷/۹۶ P<۰/۰۰۱	β=۰/۱۸ t=۴/۰۱ P<۰/۰۰۱	β=-۰/۱۴ t=-۳/۳۴ P<۰/۰۰۱		
	خوشبینانه کلی- جزئی	۰/۴۲	۰/۱۷	۲۴/۳۹ (۰/۰۰۱)	β=-۰/۳۳ t=-۷/۴۰ P<۰/۰۰۱	β=۰/۱۸ t=۴/۲۰ P<۰/۰۰۱	β=-۰/۲۲ t=-۴/۶۵ P<۰/۰۰۱	β=۰/۱۷ t=۳/۶۰ P<۰/۰۰۱	
	فرزندپروری منطقی	۰/۴۳	۰/۱۸	۲۰/۶۰ (۰/۰۰۱)	β=-۰/۳۱ t=-۶/۷۴ P<۰/۰۰۱	β=۰/۱۷ t=۳/۷۵ P<۰/۰۰۱	β=-۰/۲۱ t=-۴/۵۱ P<۰/۰۰۱	β=۰/۱۸ t=۳/۷۵ P<۰/۰۰۱	β=۰/۰۹ t=۲/۱۶ P<۰/۰۵

همان طور که مشـــاهده می کنید رابطه چندگانه منبع کنترل بیرونی اثر افراد قدرتمند، منبع کنترل درونی، ســـبک اسنادی خوشبینانه پایدار- ناپایدار، سبک اسنادی خوشبینانه کلی- جزئی و شیوه فرزندپروری منطقی با خودباوری جوانان MR = ۰/۴۳، RS =۰/۱۸ و با توجه به مقدار F = ۲۰/۶۰ در ســـطح P<۰/۰۰۱ معنی دار است. بنابراین این فرضیه مورد تایید واقع گردید. از بین متغیرهای پیش بین (انواع ارزش‌های فرهنگی، انواع شیوه‌های فرزندپروری، منابع مختلف کنترل و سبک‌های اسنادی) بهترین پیش بین کننده به ترتیب منبع کنترل

بیرونی اثر افراد قدرتمند، منبع کنترل درونی، سبک اسنادی خوشبینانه پایدار- ناپایدار، سبک اسنادی خوشبینانه کلی- جزئی و شیوه فرزندپروری منطقی بوده است.

بحث و نتیجه گیری

هدف این پژوهش، تعیین رابطه بین متغیرهای شیوه‌های فرزندپروری، ارزش‌های فرهنگی، منبع کنترل و سبک‌های اسنادی با خودباوری جوانان استان بوشهر بود. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که شیوه‌های فرزندپروری، ارزش‌های فرهنگی، منبع کنترل و سبک‌های اسنادی با خودباوری جوانان رابطه ساده و چندگانه معنی داری داشتند. این یافته‌ها بسیار نوید بخش و نشان دهنده ارزش بالقوه رویکردهای مبتنی بر روان‌شناسی مثبت بر خودباوری جوانان بودند. با طرح فرضیه‌های پژوهش و مولفه‌های آن به بحث درباره فرضیه‌های و تبیین یافته‌های مربوط به آنها بر اساس شواهد پژوهشی می‌پردازیم.

رابطه بین فرهنگ مردسالاری-زن سالاری با خودباوری جوانان معنی دار بود. این بیانگر آن است که هر چه توزیع قدرت درجامعه عادلانه باشد، با خودباوری جوانان رابطه مستقیم معنی داری وجود دارد. بنابراین، هر چه توزیع قدرت درجامعه ناعادلانه باشد، با خودباوری جوانان رابطه معکوس معنی داری وجود دارد. همچنین، رابطه چندگانه نگرش‌های فرهنگی با خودباوری جوانان معنی دار بود. از بین متغیرهای پیش بین (انواع ارزش‌های فرهنگی) بهترین پیش بین کننده ارزش فرهنگی مردسالاری- زن سالاری بوده است. نتایج این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های منصوری و همکاران (۱۳۹۲)؛ چیونز و همکاران (۲۰۰۵)؛ تیلور و مونتگومری (۲۰۰۷) و هیون و همکاران (۲۰۱۰) همسو و هماهنگ است. در تبیین این یافته‌ها می‌توان گفت امروزه اکثر افراد بر این باور هستند که مهارت‌ها و توانایی‌های افراد ملاک و معیار توانمندی آنها است- صرف نظر از این که مرد یا زن باشند. امروزه خانواده‌ها بر این باور هستند که دختران مانند پسران در دروس ریاضی توانمند هستند و در بیشتر دانشگاه‌ها دختران پا به پای پسران پیشرفت می‌کنند. در گذشته، دختران کمتر در دبیرستان به رشته‌های ریاضی علاقمند بودند و به ادامه تحصیل در شته‌های مهندسی کمتر تمایل داشتند. اما امروزه شاهد آنیم که نسبت قبولی دختران و پسران تقریبا برابر است و گرایش زیادی به رشته‌های فنی- مهندسی در دختران مشاهده می‌شود. بنابراین، با ایجاد و گسترش چنین تجربه‌هایی، نگرش‌های فرهنگی نیز تغییر می‌یابد و افراد می‌پذیرند که زنان مانند مردان می‌توانند موثر واقع شوند، پیشرفت کنند، مسائل را به گونه‌ای منطقی حل کنند و در رشته تحصیلی، شغل و پست سازمانی خود به موفقیت دست یابند. خودباوری زمانی بیشتر است که فرهنگ متعادل باشد، نه مردسالار و نه زن سالار. در این تحقیق نیز این یافته مورد تایید واقع شد. همچنین، فرهنگ جمع گرایی یا فرد گرایی با خودباوری جوانان ارتباطی نشان نداد، اما این که جوانان احساس کنند در جامعه تبعیض و بی عدالتی و پارتی بازی وجود دارد این احساس و ارزش فرهنگی موجب می‌شود که خودباوری جوانان را تضعیف نماید و باور آنها را نسبت به توانمندی خودشان را خدشه پذیر کند. اگر جوانان احساس کنند که در تصمیم گیری‌ها نقش و مشارکت دارند، بی شک آنها باور مثبتی نسبت به خود پیدا می‌کنند و خودباوری شان ارتقا می‌یابد. در این تحقیق نیز این یافته مورد تایید قرار گرفت.

رابطه بین شیوه فرزندپروری آزادگذاری با خودباوری جوانان معنی دار نبود، اما رابطه بین شیوه فرزندپروری استبدادی و منطقی با خودباوری جوانان معنی دار بود. نتایج این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های تاک و همکاران (۲۰۱۰) و آرسال (۲۰۱۰) همسو و هماهنگ است. در تبیین این یافته می‌توان گفت که در شیوه فرزند پروری استبدادی، والدینی که الگوی مستبدانه دارند در حالی که از رفتاری بی تفاوت و سرد برخوردارند برای اطاعت بدون چون و چرایی فرزندان ارزش قائلند و از کودکان انتظار مسئولیت دارند. این والدین ممکن است بگویند سؤال نکن فقط

کاری را که گفتم انجام بده. ویژگی شخصیتی کودکان و والدین مستبد این است که به سادگی مضطرب می‌شوند، نوسان خلق و پرخاشگری نشان می‌دهند و معمولاً مهارت‌های ارتباطی ضعیفی دارند. بنابراین، منطقی است که شیوه فرزند پروری استبدادی رابطه منفی با خودباوری داشته باشد. در این تحقیق نیز همین یافته به دست آمد. والدین سهل گیر، محدودیتی را اعمال نمی‌کنند؛ بی توجه و بی علاقه هستند و زمینه هیچ گونه فعالیت هیجانی را فراهم نمی‌کنند. آنها انتظار اندکی از کودکان دارند و کنترل‌های ناچیزی را اعمال می‌کنند. این کودکان از مهارت‌های اجتماعی ضعیفی برخوردارند، اغلب نمی‌آموزند که به دیگران احترام بگذارند و ناپخته و خارج از کنترل هستند. بنابراین، بین این شیوه با خودباوری جوانان رابطه ای به دست نیامد. اما والدین مقتدر، نسبت به کودکان خود نگران و حساس اند. علاوه بر اینکه افزایش مسئولیت را تشویق می‌کنند، محدودیت‌های قاطعی را تدارک می‌بینند و آنها را اعمال می‌کنند. همانطوری که ممکن است انتظار داشته باشید، کودکان به بهترین وجهی زیر نظر والدین مقتدر پرورش می‌یابند. آنها متکی به خود و مستقل هستند و از پیشرفت بالایی برخوردارند. آنها در ارتباط با دیگران خوشنود، صمیمی، اجتماعی و شایسته هستند. در این تحقیق، بین شیوه فرزندپروری مقتدرانه با خودباوری جوانان رابطه معنی داری به دست آمد.

رابطه بین منبع کنترل درونی با خودباوری جوانان معنی دار بود. نتایج این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های جانسون و همکاران (۲۰۰۰) همسو و هماهنگ است. در تبیین این یافته می‌توان گفت که افرادی که دارای منبع کنترل درونی هستند، بر وقایع و رویدادهای زندگی شان کنترل دارند و مسلط هستند. آنها مسائل و مشکلات را علت یابی می‌کنند و سعی می‌کنند مسائل و مشکلات پیش آمده را مدیریت کنند و مشکلات را به طور منطقی حل نمایند. آنها مجدانه تلاش می‌کنند و موفقیت‌ها و شکست‌های خود را به شانس، بدبیاری و تقدیرات و مقدرات نسبت نمی‌دهند. به همین دلیل است که منبع کنترل درونی با خودباوری جوانان رابطه معنی داری دارد. افرادی که کنترل بیرونی دارند بر این باور هستند که پیامد کارهایشان تحت تاثیر عواملی بیرون از خودشان است. به طور واضح تر این که اگر موفقیتی کسب کردند، آن را به شانس و آسانی تکلیف و یا کمک معلم نسبت می‌دهند و اگر شکست بخورند، آن را به ویژگی‌های خودشان مثل اینکه استعداد کافی ندارم و یا توانایی من در همین حد است، نسبت می‌دهند. بنابراین افرادی که کنترل بیرونی از نوع شانس دارند، موفقیت‌ها و شکست‌های خود را به شانس نسبت می‌دهند. به همین دلیل است که این نوع کنترل بیرونی یا با خودباوری رابطه ندارد و یا رابطه معکوسی دارد. در این تحقیق نیز بین منبع بیرونی کنترل از نوع شانس با خودباوری جوانان رابطه معکوسی وجود دارد. افرادی که کنترل بیرونی از نوع قدرت دارند براین باور هستند که پیامدهای رفتارشان تحت تاثیر افراد بیرونی قدرتمند می‌باشد- مثلا معلم بر روی موفقیت من نقش دارد، مدیر مدرسه باعث پیشرفت من شده است، پیشرفت من در کارخانه به علت ویژگیهای مثبت مدیر است. در این تحقیق نیز بین منبع کنترل بیرونی قدرت با خودباوری جوانان رابطه معکوس معنی داری وجود دارد.

رابطه بین سبک‌های اسنادی بدبینانه درونی- بیرونی و بدبینانه پایدار و ناپایدار با خودباوری جوانان معنی دار بود. ضریب همبستگی بین سبک اسنادی خوشبینانه پایدار- ناپایدار و خوشبینانه کلی- جزئی با خودباوری جوانان معنی دار به دست آمد. نتایج این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های سلیگمن (۲۰۰۲)، جانسون و همکاران (۲۰۰۰) و اشنایدر و همکاران (۲۰۰۶) همسو و هماهنگ است. در تبیین این یافته می‌توان گفت که در اسناد هدف ما این است که برای توجیه رفتارهای خود از قواعدی استفاده کنیم. قابل ذکر است که انسان‌ها همیشه برای توجیه پیامد رفتارهای خود به تحلیل روابط علت و معلولی نمی‌پردازند. در واقع، بسیاری از رویدادها که قابل پیش بینی هستند معمولاً نیازی به اسناد ندارند، زیرا موفقیت و شکست مورد انتظار، پیامدهایی پیش بینی شده هستند، اما ناهمخوانی پیامدهای مورد انتظار با پیامدهای واقعی موجب حالت ناخوش آیند تردید و دودلی می‌شود که مردم به کمک مکانیزم اسناد برای رفع آن تلاش می‌کند. طبق مطالعات، افراد در تبیین علمی از رویدادهای زندگی همسان عمل نمی‌کنند، زیرا برخی از

آنها به اقتضای سبک تبیین خوش بینانه حاکم بر رفتار خویش، حوادث مثبت را به عوامل درونی، پایدار و کلی نسبت می‌دهند، در حالی که حوادث منفی را به عوامل بیرونی، ناپایدار، و اختصاصی مربوط می‌سازند. اما برخی دیگر به اقتضای سبک تبیین بدبینانه حاکم بر رفتار خویش، حوادث مثبت را به عوامل بیرونی، ناپایدار، و اختصاصی نسبت می‌دهند، در حالی که حوادث منفی را به عوامل درونی، پایدار و کلی مربوط می‌کنند. بدیهی است این ناهمسانی ضمن آنکه در عوامل مختلفی ریشه دارد، با پیامدهای متفاوتی نیز همراه است. طبق نظر پیترسون و سلیگمن (۱۹۸٤) کسانی که رویدادهای منفی را با توجه به عوامل درونی، پایدار و کلی تبیین می‌نمایند، آمادگی بیشتری برای درماندگی و در نتیجه افسردگی دارند، در حالی که سبک تبیین خوش بینانه از احساس درماندگی و ابتلا به افسردگی پیش گیری می‌کند. وقتی شاگردان خود را توانا می‌بینند و شکست‌های خود را به عوامل قابل کنترل (مثل فقدان کوشش یا ناکافی بودن دانش و اطلاعات خود) نسبت می‌دهند، احتمالاً بر راهبردهایی متمرکز می‌شوند که موفقیت آنها را در آینده تضمین کنند، اما مشکلات انگیزشی آنها وقتی ظاهر می‌شود که شکست‌های خود را به علل پایدار و غیرقابل کنترل نسبت دهند، زیرا در چنین شرایطی انگیزه آنان برای تلاش کاهش می‌یابد و انتظار شکست بیشتری را در آینده خواهند داشت. یک بار شکست خوردن، دانش آموزان را نگران نمی‌کند، اما شکست‌های مکرر حتی مصمم ترین شاگردان را درباره توانایی‌های خود دچار تردید می‌نماید. به همین دلیل ضمن هشدار نسبت به عدم تضعیف توانایی‌های دانش آموزان، پیشنهاد می‌گردد تمهیداتی فراهم شود تا دانش آموزان موفقیت و شکست خود را به تلاش خویش (نه توانایی) اسناد دهند تا از تضعیف فرآیندهای انگیزشی آنها جلوگیری شود.

بنابراین، با توجه به ارتباط بین اسناد با سلامت روانی نوجوانان و تاثیر آن در عملکرد بعدی آنها، به مربیان توصیه می‌شود تا نسبت به چگونگی تبیین شاگردان از عملکردهای خویش توجه ویژه نشان دهند؛ یعنی به آنها بیاموزند تا شکست‌های خود را به عدم تلاش و کوشش کافی خود (عامل ناپایدار) نسبت دهند، نه به ضعف توانایی خویش که عاملی پایدار است تا ضمن تسهیل عملکردهای تحصیلی، سلامت روانی آنها نیز تقویت گردد. اسنادها در برخی موارد می‌توانند واکنش‌های هیجانی انسان را تعدیل کنند. نسبت دادن موفقیت‌ها به عوامل درونی موجب افزایش خودباوری می‌شود و به هیجان غرور می‌انجامد، اما نسبت دادن موفقیت‌ها به عوامل بیرونی، به احساس سپاسگزاری و قدردانی منتهی می‌گردد. همچنین، نسبت دادن موفقیت‌ها به عوامل پایدار (اعم از درونی و بیرونی) به هیجان امید می‌انجامد که به موجب آن انتظار تکرار موفقیت‌ها نیز افزایش می‌یابد. از طرف دیگر، چنانچه شکست‌ها ناشی از قصور فرد و قابل پیشگیری ارزیابی شوند به احساس گناه منجر می‌گردند، اما احساس شرم وقتی حاصل می‌شود که شکست‌ها کنترل ناپذیر و ناشی از قصور فرد ارزیابی نشوند. همین طور احساس خشم وقتی پدیدار می‌شود که شکست‌ها ناشی از شرایط خارجی و کنترل پذیر ارزیابی شده باشند، امّا احساس تأسف وقتی حادث می‌شود که شکست‌ها ناشی از دخالت شرایط خارجی و کنترل ناپذیر توجیه شوند. اسناد رویدادهای منفی به عوامل درونی موجب کاهش خودباوری می‌شود، اما با اسناد آن به عوامل بیرونی می‌توان از پیامدهای نامطلوب خودباوری جلوگیری کرد. در این تحقیق نیز بین اسناد بدبینانه درونی- بیرونی با خودباوری و اسناد بدبینانه پایدار- ناپایدار با خودباوری رابطه منفی معنی داری به دست آمد.

جوانان و نوجوانان پس از رویدادهای منفی و شکست بر مداخله علل خارجی تأکید می‌کنند، اما پس از رویدادهای موفقیت آمیز بر اهمیت عوامل درونی تأکید بیشتری دارند. نوع اسناد موفقیت و شکست دانشجویان متاثر از خودباوری آنهاست؛ یعنی موفقیت خود را به عوامل درونی نسبت می‌دهند تا خودباوری خویش را افزایش دهند، اما شکست‌ها را به عوامل خارجی نسبت می‌دهند و با انکار مسئولیت عملکرد خود، از کاهش خودباوری خویش اجتناب می‌کنند. از طرف دیگر، چنانچه عملکرد جوانان با انتظارات آنها هماهنگ باشد، عملکرد خود را به عوامل درونی و پایدار

(مثل استعداد) نسبت می‌دهند، در غیر این صورت این رویدادها را به عوامل ناپایدار (مانند شانس) ربط خواهند داد. اما واقعیت این است که چون جوانان مایل اند خود را به عنوان عامل عملکردهای مثبت نشان دهند، هنگام موفقیت‌ها اسناد درونی و پایدار دارند، اما هنگام شکست اسناد بیرونی و ناپایدار نشان می‌دهند. در مطالعه کدیور (۱۳۷۵) نیز معلوم شد دانش آموزانی که در کلاس‌های ضعیف طبقه بندی شده بودند از سبک اسناد منفی استفاده می‌کردند، زیرا با طبقه بندی و جایگزینی آنها در کلاس‌های ضعیف، خودباوری آنها آسیب می‌بیند و احساس ضعف و خود کم بینی خواهند داشت. به عبارت دیگر، اگر چه تفاوت در سطح خودباوری موجب تفاوت در پاسخ به حوادث منفی است، پاسخ به حوادث مثبت، هیچ تفاوتی را در خودباوری افراد برنمی انگیزد. به طور کلی، نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهند هر اندازه افراد در علت یابی رویدادهای مثبت و منفی، موفقیت‌های خود را بیشتر به عوامل پایدار و درونی نسبت دهند، از خودباوری بالاتری برخوردار خواهند بود؛ اما در صورت اسناد شکست‌های خود به عوامل درونی و پایدار خودباوری بیشتری را از دست خواهند داد، ضمن آن که با نسبت دادن شکست‌ها به عوامل بیرونی، خودباوری فرد کمتر خدشه دار می‌شود. در مجموع، می‌توان گفت که دو متغیر سبک اسناد و خودباوری با یکدیگر ارتباط عمیقی دارند، در این تحقیق نیز این یافته مورد تاکید قرار گرفت که اسنادهای خوشبینانه پایدار- ناپایدار و کلی- جزئی با خودباوری جوانان رابطه معنی داری دارد.

رابطه چندگانه منبع کنترل بیرونی اثر افراد قدرتمند، منبع کنترل درونی، سبک اسنادی خوشبینانه پایدار-ناپایدار، سبک اسنادی خوشبینانه کلی- جزئی و شیوه فرزندپروری منطقی با خودباوری جوانان معنی دار بود. از بین متغیرهای پیش بین بهترین پیش بین کننده به ترتیب منبع کنترل بیرونی اثر افراد قدرتمند، منبع کنترل درونی، سبک اسنادی خوشبینانه پایدار-ناپایدار، سبک اسنادی خوشبینانه کلی- جزئی و شیوه فرزندپروری منطقی بوده است. نتایج این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های جانسون و همکاران (۲۰۰۰) همسو و هماهنگ است. در تبیین این یافته می‌توان گفت که افرادی که کنترل بیرونی دارند بر این باور هستند که پیامد کارهایشان تحت تاثیر عواملی بیرون از خودشان است؛ یعنی اگر موفقیتی کسب کردند آن را به افراد صاحب قدرت مثل معلم، مدیر، والدین و غیره نسبت می‌دهند و اگر شکست بخورند، آن را به خودشان نسبت می‌دهند. گناه‌های آنها می‌تواند اینگونه باشد: معلمم موجب موفقیت من شده است، مدیر مدرسه باعث پیشرفت من شده است، پیشرفت من در کارخانه به علت ویژگی‌های مثبت مدیر بوده است. البته رابطه چندگانه بین این نوع سبک اسنادی با خودباوری معکوس است. افرادی که دارای منبع کنترل درونی هستند، بر وقایع و رویدادهای زندگی شان کنترل دارند و مسلط هستند. آنها مسائل و مشکلات را علت یابی می‌کنند و سعی می‌کنند مسائل و مشکلات پیش آمده را مدیریت و مشکلات را به طور منطقی حل نمایند. آنها مجدانه تلاش می‌کنند و موفقیت‌ها و شکست‌های خود را به شانس، بدبیاری و تقدیرات و مقدرات نسبت نمی‌دهند. به همین دلیل است که منبع کنترل درونی با خودباوری جوانان رابطه چندگانه معنی داری دارد.

طبق مطالعات افراد در تبیین علمی از رویدادهای زندگی همسان عمل نمی‌کنند، زیرا برخی از آنها به اقتضای سبک تبیین خوش بینانه حاکم بر رفتار خویش، حوادث مثبت را به عوامل درونی، پایدار و کلی نسبت می‌دهند، در حالی که حوادث منفی را به عوامل بیرونی، ناپایدار، و اختصاصی مربوط می‌سازند. اما برخی دیگر به اقتضای سبک تبیین بدبینانه حاکم بر رفتار خویش، حوادث مثبت را به عوامل بیرونی، ناپایدار، و اختصاصی نسبت می‌دهند، در حالی که حوادث منفی را به عوامل درونی، پایدار و کلی مربوط می‌کنند. بدیهی است این ناهمسانی ضمن آنکه در عوامل مختلفی ریشه دارد، با پیامدهای متفاوتی نیز همراه است. سبک تبیین خوش بینانه از احساس درماندگی و ابتلا به افسردگی پیش گیری می‌کند. وقتی شاگردان خود را توانا می‌بینند و شکست‌های خود را به عوامل قابل کنترل (مثل فقدان کوشش یا ناکافی بودن دانش و اطلاعات خود) نسبت می‌دهند، احتمالاً بر راهبردهایی متمرکز می‌شوند که

موفقیت آنها را در آینده تضمین کنند. اما مشکلات انگیزشی آنها وقتی ظاهر می‌شود که شاگردان شکست‌های خود را به علل پایدار و غیرقابل کنترل نسبت دهند، زیرا در چنین شرایطی انگیزه آنان برای تلاش کاهش می‌یابد و انتظار شکست بیشتری را در آینده خواهند داشت. اگر عملکرد جوانان با انتظارات آنها هماهنگ باشد، عملکرد خود را به عوامل درونی و پایدار (مثل استعداد) نسبت می‌دهند، در غیر این صورت این رویدادها را به عوامل ناپایدار (مانند شانس) ربط خواهند داد. اما واقعیت این است که چون جوانان مایل اند خود را به عنوان عامل عملکردهای مثبت نشان دهند، هنگام موفقیت‌ها اسناد درونی و پایدار دارند و هنگام شکست، اسناد بیرونی و ناپایدار نشان می‌دهند. سبک اسناد و خودباوری با یکدیگر ارتباط عمیقی دارند. در این تحققی نیز این یافته مورد تاکید قرار گرفت که اسنادهای خوشبینانه پایدار- ناپایدار و کلی- جزئی با خودباوری جوانان رابطه چندگانه معنی داری دارد. در شیوه فرزندپروری منطقی، والدین نسبت به کودکان خود نگران و حساس اند. آنها همچنین علاوه بر اینکه افزایش مسئولیت را تشویق می‌کنند، محدودیت‌های قاطعی را تدارک می‌بینند و آنها را اعمال می‌کنند. همان طوری که انتظار می‌رود کودکان به بهترین وجهی زیر نظر والدین مقتدر پرورش می‌یابند. آنها متکی به خود و مستقل هستند و از پیشرفت بالایی برخوردارند. آنها در ارتباط با دیگران خوشنود، صمیمی، اجتماعی و شایسته هستند. در این تحقیق بین شیوه فرزندپروری مقتدرانه با خودباوری جوانان رابطه چندگانه معنی داری به دست آمد.

در اجرای این پژوهش با محدودیت هایی رو به رو شدیم. تحقیق حاضر توصیفی بود، در نتیجه روابط به دست آمده علی- معلولی نیست. جامعه تحقیق بسیار گسترده بود، تعمیم نتایج باید با ملاحظه و احتیاط بسیار زیادی صورت بگیرد. تحقیق حاضر یک طرح مقطعی بود. برای بررسی دقیقتر نیاز به تحقیق طولی است. جامعه تحقیق شامل گروه سنی ۱۵تا ۲۹ ساله بود. لذا جامعه بسیار گسترده ای است. عدم کنترل برخی از متغیرهای تحقیق مثل سطح تحصیلات والدین، وضعیت اقتصادی اجتماعی خانواده‌ها، هوش افراد، انگیزش آنها و ... از محدودیت‌های دیگر تحقیق حاضر می‌باشد.

در این پژوهش همانند اکثر پژوهش‌های دیگر، از ابزار خودگزارشی برای اندازه گیری سازه‌های مورد نظر استفاده شد. نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد که بین فرهنگ مردسالاری- زن سالاری و فرهنگ توزیع قدرت با خودباوری جوانان رابطه معنی داری وجود دارد. لذا پیشنهاد می‌شود با برگزاری دوره‌های آموزشی موثر، فرهنگ متعادل را ترویج دهند نه فرهنگ مرد سالاری و یا فرهنگ زن سالاری.

پیشنهاد می‌شود با برگزاری جلسات مختلف هم اندیشی با جوانان به آنها نشان دهند که توزیع قدرت باید عادلانه می‌باشد تا از این طریق بتوان خودباوری جوانان را افزایش داد. از بین متغیرهای پیش بین انواع شیوه‌های فرزندپروری، بهترین پیش بین کننده خودباوری جوانان، شیوه فرزند پروری منطقی بوده است. پیشنهاد می‌شود که با استفاده از متخصصان دوره‌های تربیتی، شیوه‌های فرزند پروری کارآمد را به زوجین جوان یا خانواده‌ها آموزش داد.

نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد که بین منابع مختلف کنترل بیرونی و منبع کنترل درونی با خودباوری جوانان رابطه معنی داری وجود دارد. بنابراین پیشنهاد می‌شود که سازمان‌های متولی، جوانان را به این باور برسانند که تلاش و کوشش رمز موفقیت آنان است، نه شانس و یا چیزهای دیگر.

از بین متغیرهای پیش بین انواع سبک‌های اسنادی بهترین پیش بین کننده خودباوری جوانان به ترتیب سبک اسنادی خوشبینانه پایدار- ناپایدار و خوشبینانه کلی- جزئی بوده است. بنابراین، پیشنهاد می‌شود که سازمان‌های متولی امور جوانان مثل تربیت بدنی، فرهنگ و ارشاد و صدا و سیما برنامه‌ها و طرح هایی اجرایی کنند که در جامعه نشاط و شادابی پایداری ایجاد شود تا جوانان لذت ببرند و خلاقیت و خودباوری آنها شکوفا شود.

منابع

- بختیارپور، سعید؛ حافظی، فریبا و بهزادی شینی، فاطمه. (۱۳۸۹). **"رابطه بین جایگاه مهار، کمال گرایی و خودکارآمدی با اضطراب امتحان و عملکرد تحصیلی در دانشجویان"**. مجله یافته‌های نو در روان‌شناسی. ۳: ۳۵-۲۵.
- بیابانگرد، اسماعیل. (۱۳۹۰). **روش‌های افزایش عزت نفس در کودکان و نوجوانان**. تهران: انتشارات انجمن اولیا و مربیان جمهوری اسلامی ایران
- بیگدلی، حسین و مددی، سمیه. (۱۳۹۲). **"بررسی روابط خودکارآمدی و سبک‌های اسنادی در دانشجویان"**. فصلنامه روانشناسی تربیتی. ۲۹، ۹، ٦۷-٤۷.
- توزنده جانی، حسن؛ توکلی زاده، جهانشیر و لگزیان، زهرا. (۱۳۹۰). **"اثربخشی شیوه‌های فرزندپروری بر خودکارآمدی و سلامت روانی دانشجویان علوم انسانی دانشگاه پیام نور و آزاد نیشابور"**. فصلنامه افق دانش. دوره ۱۷، شماره ۲، ٦٤-٥٦.
- شعاری‌نژاد، علی‌اکبر. (۱۳۹۰). **نقش فعالیت‌های فوق برنامه در تربیت نوجوانان**. تهران: انتشارات اطلاعات
- لطف آبادی، حسین. (۱۳۸۰). **عواطف و هویت نوجوانان و جوانان**. تهران: سازمان ملی جوانان
- محمدی، نوراله. (۱۳۸٤). **"بررسی مقدماتی اعتبار و قابلیت اعتماد مقیاس حرمت خود روزنبرگ"**. فصلنامه روان‌شناسان ایرانی. سال اول شماره ٤، ص ۳۲۰-۳۱۳.
- منصوری، روح الله؛ مطیعی، حورا؛ شکرریز؛ جواد و نجاتی، وحید. (۱۳۹۲). **"بررسی ساختار عاملی و پایایی پرسشنامه ارزش‌های فرهنگی سازمان. فصلنامه مشاوره شغلی و سازمانی"**. دوره پنجم، شماره ۱۵، ۵۷-۷۱.
- کدیور، پروین. (۱۳۷۵). **"بررسی رشد قضاوت‌های اخلاقی دانش آموزان در رابطه با جو سازمانی مدرسه و نحوه تعامل معلم با دانش آموزان"**. فصلنامه تعلیم و تربیت. ۱۲، ٤،
- اسلامی شهر بابکی، حیدر. (۱۳٦۹)."**بررسی رابطه بین سبک تبیین و افسردگی در بیماران افسرده ی تک قطبی و دوقطبی و مقایسه آن با افراد بهنجار"**. پایان نامه کارشناسی ارشد، روانشناسی بالینی، انستیتو روانپزشکی تهران.
- واضحی آشتیانی، ع . (۱۳۸۲). **"بررسی تاثیر بازآموزی اسنادی بر سبک اسنادی، عزت نفس، عملکرد و پشتکار در درس ریاضیات دانش آموزان"**. پایان نامه کارشناسی ارشد، روانشناسی بالینی، انستیتو روانپزشکی تهران، دانشگاه علوم پزشکی ایران.

- Arsal, Z. (2010). **"The effects of diaries on self-regulation strategies of pre-service science teacher's".** International Journal of Environmental & Science Education, 5(1): 85-103.
- Bandura, A. (1977). **"Self-efficiency: Toward a unifying theory of behavioral change".** Psychiatry Review, 84, 191-215.
- Bandura, A. (2000). **Cultivate self-efficacy for personal and organizational effectiveness.** Handbook of principles of organization behavior. Oxford: Blackwell; 120-139.
- Bandura, A. (2006). **"Guide for constructing self-efficacy scales".** *In F. Pajares & T. Urdan (Eds.), Self-efficacy beliefs of adolescents (Vol. 5, pp. 307-337).* Greenwich, CT: Information Age Publishing.

- Bandura, A., & Schuk, D. H. (2005). **"Contriving competence, self-efficacy and intrinsic interest through proximal self-motivation".** J Perls & Physiology, 41(3), 586- 598.
- Cheavens, J. S., Feldman, D. B., Gum, A., Michael, S. T. & Schneider, C. R. (2005). **"Hope therapy in a community sample: A pilot investigation".** Social Indicators Research, 77.
- Buri, J. R. (1991). **"Parental authority questionnaire".** Journal of Personality Assessment, 57, 110–119.
- Crocker, J. (2002). **"Contingencies of self-worth: Implications for self-regulation and psychological vulnerability".** Self and Identity, 1, 143–149.
- Donnelly, J., Young, M., Pearson, R., Penhollow, T. M. & Hernandez, A. (2008). **"Specific self-esteem, values, and adolescent substance use".** Journal of Drug Education. V, 38(4):389-403.
- Hargie, O., & Dickson, D. (2004). **Skilled interpersonal Communication: Research, theory and practice.** Hove, England: Rout ledge.
- Hyun, M. S., Cho Chung, H. I., & Lee, Y. J. (2010). **"The effect of cognitive-behavioral group therapy on the self-esteem, depression, and self- efficacy of runaway adolescents in a shelter in South Korea".** Applied Nursing Research, 8(3), 160-166.
- Jain, S., & Dowson, M. (2009). **"Mathematics anxiety as a function of multidimensional self-regulation and self-efficacy".** Contemporary Educational Psychology, Vol 34, Issue 3:240-249.
- Johnson, J.G., Metalsky, G.I., Rabkin, J.G., Williams, J., Remien, R (2000). **"Attributional Style, Self-Esteem, and Human Immunodeficiency Virus: A Test of the Hopelessness and Self-Esteem Theories of Depression".** Journal of Psychopathology and Behavioral Assessment. 22 (1), 23-46.
- Karademas, E. & Kalantzi, A. (2004). **"The stress process, self-efficacy expectations, and psychological health".** Personality and Individual Differences, 37, 1033-1043.
- Karagözoğlu, L., Kahve, E., & Adamişoğlu, D. (2008). "**Self-esteem and assertiveness of final year Turkish university students".** Nurse Education Today, 28 (5), 641-649.
- Kernis, M. H. (2006). **Self-esteem: Issues and Answers. A Source Book of Current.** Perspectives. Psychology Press.
- Mutlu, T., Balbag, Z. & Cemrek, F. (2010). **"The role of self-esteem, locus of control and big five personality traits in predicting hopelessness".** Procedia Soc. Behave. Sci. 2010; 9: 1788-1792.
- Peterson, C., & Seligman, M. E. P. (1984). **"Causal explanations as a risk factor for depression: Theory and evidence".** Psychological Review, 91, 347-374.
- Rosenberg, M. (1965). **Society and the adolescent self-image.** Princeton, NJ: Princeton University Press
- Sang, G., Valcke, M., Braak, J. &Tondeur, J. (2010). **Student teachers' thinking processes and ICT integration: Predictors of prospective teaching behaviors with educational**

technology. Computers and Education.

- Schneider, C. R., Ritschel. L. A., Ravid. L. K. & Berg. C. J. (2006). **"Balancing Psychological Assessments: Including Strengths and Hope in Client Reports".** Journal of Clinical Psychology, 62(1), 33-46.
- Schrank, B., & Stanghellini, G. (2008). **"Hope in psychiatry: a review of the literature".** Journal of American psychiatry. 11(2): 421-433.
- Scott, H., Shannon, L., & Caroline, L. (2004). **"Life satisfaction in children and youth empirical foundation and implications for school Psychologist".** Psychology in the Schools, 41(1), 81-130.
- Seligman, M. E. P. (2002). **Authentic Happiness: Using the new positive psychology to realize your potential for lasting full filament.** New York: Free press.
- Seligman, M. E. P., Abramson, L. Y., Semmel, A., & Von Baeyer, C. (1979). **"Depressive attributional style".** Journal of Abnormal Psychology, 88, 242–247.
- Scheafer, E. S. A. (2003). **"Circumflex model for maternal behavior".** Journal of Abnormal and Social Psychology, 59(2), 226-235.
- Taylor, T. L. & Montgomery, P. (2007). **"Can Cognitive-behavioral therapy increase self-esteem among depressed adolescent? A systematic review".** Journal of children are Youth services review, 29,823-839.
- Tella, A. (2011). **"An assessment of mathematics self - efficacy of secondary school students In Osun state, Nigeria".** IFE Psychology, 19 (1), 430-440.
- Thompson, A., Hollis, C., Richards, D. (2003). **"Authoritarian parenting attitudes as a risk for conduct problems: results from a British national cohort study".** Eur Child Adol Psychiatry, 12, 84-91.
- Tok, H., Ozgan, H., & Dos, B. (2010). **"Assessing metacognitive awareness and learning strategies as positive predictors for success in distance learning class".** Mustafa Kemal University Journal of social sciences institute, 7(14): 123-134.
- Turner, A., Chandler, M., Heffer, W. (2009). **"The influence of parenting styles achievement motivation and self-efficacy on academic performance in college students".** J College Student Development, 50 (3), 337-346.
- Wu, M. (2006). **"Hofstede's cultural dimensions 30 years later: A study of Taiwan and the United States".** J. Int. Stud, 15 (1): 33-42.
- You, S., Furlong, M. J. Felix, E., Sharkey, J. D., & Tanigawa, D. (2008). **"Relations among school connectedness, hope, life satisfaction, and bully victimization".** Psychology in the schools, Vol. 45.
- Zimmerman, B. (2000). **"Self-efficacy: An essential motive to learn".** Contemporary Educational Psychology, 25, pp. 82-91.

۱۱

رابطه بین سطح پایگاه اقتصادی- اجتماعی و سلامت اجتماعی جوانان شهر قروه

نسرین مروتی[۱]
منصور فتحی[۲]
نادر مروتی[۳]

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۷/۲۹
تاریخ پذیرش مقاله:۱۳۹۶/۱۰/۱۶

این مقاله در پی بررسی رابطه بین سطح پایگاه اقتصادی- اجتماعی و سلامت اجتماعی جوانان است. هدف دست یابی به وضعیت و میزان سلامت اجتماعی، شناسایی میزان و چگونگی تأثیر پایگاه اقتصادی- اجتماعی بر سلامت اجتماعی و در نهایت، ارائه راهکارهای کاربردی در راستای ارتقای میزان سلامت اجتماعی در جامعه مورد مطالعه است. در پژوهش حاضر از نظریه کییز برای تبیین سلامت اجتماعی و نظریه وبر برای تبیین پایگاه اقتصادی- اجتماعی به عنوان چارچوب نظری بهره گرفته شده است. روش پژوهش حاضر، پیمایش و جامعهٔ آماری آن، جوانان ۱۸ تا ۲۹ ساله شهر قروه است. روش نمونه‌گیری از نوع تصادفی ساده است. برای گردآوری اطلاعات، از پرسش‌نامهٔ استاندارد اندازه‌گیری سلامت اجتماعی کییز استفاده شده است. اطلاعات به‌دست‌آمده با استفاده از نرم افزار spssو انجام آزمون‌های تحلیل واریانس و ضریب همبستگی پیرسون مورد تجزیه وتحلیل قرار گرفته است.

بر اساس یافته‌ها، بین سطح پایگاه اقتصادی- اجتماعی و بعد شکوفایی اجتماعی سلامت اجتماعی جوانان رابطه معکوس وجود دارد؛ بدین معنی که هر چقدر پایگاه اقتصادی- اجتماعی بالاتر باشد، میزان شکوفایی اجتماعی کاهش می‌یابد و برعکس، اما بین پایگاه اقتصادی و اجتماعی جوانان با سایر ابعاد سلامت اجتماعی- همبستگی اجتماعی، پذیرش اجتماعی، مشارکت اجتماعی و انسجام اجتماعی- رابطه مستقیم وجود دارد؛ بدین معنا که هرچه پایگاه اقتصادی - اجتماعی بالاتر باشد، این مولفه‌ها نیز افزایش می‌یابد و برعکس.

واژگان کلیدی: سلامت اجتماعی، پایگاه اقتصادی- اجتماعی، جوانان و شهر قروه

---

۱. کارشناس ارشد، مددکاری اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران
۲. استادیار، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (نویسنده مسئول) E-mail: Fathi.mansour@gmail.com
۳. دانشجوی دکتری، رفاه اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

مقدمه

موضوع سلامت از بدو پیدایش بشر و در قرون و اعصار متمادی مطرح بوده است، اما هرگاه از آن سخنی به میان آمده عموما بعد جسمی آن مد نظر قرار گرفته و کمتر به سایر ابعاد سلامت به خصوص بعد اجتماعی آن توجه شده است. از دیدگاه سازمان بهداشت جهانی، سلامت یکی از حقوق عمده انسانی است و درنتیجه، همهٔ انسان‌ها باید به منابع اساسی برای تأمین سلامت دسترسی داشته باشند. درک و شناخت همه‌جانبهٔ سلامت ایجاب می‌کند همهٔ نظام‌ها و ساختارهایی که وضعیت اجتماعی- اقتصادی و محیط فیزیکی را در کنترل و تسلط خود دارند، مضامین فعالیت‌های خود را در مورد آثاری که بر سلامت و رفاه فرد و جامعه دارند، درنظر بگیرند (سجادی و صدرالسادات، ۱۳۸٤). در واقع، سازمان جهانی بهداشت ضمن توجه‌دادن کشورها درجهت تأمین سلامت جسمانی، روانی و اجتماعی اعضای جامعه، بر این نکته تأکید می‌کند که هیچ یک از ابعاد سلامتی بر دیگری برتری ندارد. همچنین، رشد و تعالی جامعه در گرو تندرستی آن جامعه در ابعاد جسمی، روانی و اجتماعی است و شناسایی عوامل تعیین‌کننده و مرتبط با آن درجهت سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در سطوح خرد و کلان جامعه از مسائل اساسی هر کشوری محسوب می‌شود.

به طور کلی، سه تلقی از مفهوم سلامت اجتماعی وجود دارد:

۱- سلامت اجتماعی به مثابه "بعد اجتماعی سلامت فرد" که در کنار دو بعد جسمی و روانی، سلامت فرد به رابطه او با جامعه نظر دارد؛

۲- جامعه سالم به مثابه "شرایط اجتماعی سلامت بخش"؛

۳- سلامت اجتماعی به مثابه "وضعیت اجتماعی بهتر".

به طور کلی بسته به اوضاع فعلی هر جامعه، مصادیق و معانی عینی متفاوتی می‌یابد (رفیعی، ۱۳۸۸: ۷ و ٦).

امروزه سلامت اجتماعی، به‌عنوان یکی از ابعاد سلامت، در کنار سلامت جسمی و روانی و معنوی نقش و اهمیت گسترده‌ای یافته است؛ به‌گونه‌ای‌که دیگر، سلامتی فقط عاری‌بودن از بیماری‌های جسمی و روانی نیست، بلکه چگونگی عملکرد انسان در روابط اجتماعی و چگونگی تفکر وی از اجتماع نیز به‌عنوان معیارهای ارزیابی سلامت فرد در سطح کلان جامعه به‌شمار می‌رود (سام‌آرام، ۱۳۸۸).

اهمیت سلامت اجتماعی در حدی است که اشخاص برخوردار از سلامت اجتماعی، با موفقیت بیشتری می‌توانند با مشکلات ناشی از ایفای نقش‌های اصلی اجتماعی کنار بیایند. آنان در خانواده‌هایی زندگی می‌کنند که ثبات و انسجام بیشتری دارند و احتمالا می‌توانند در فعالیت‌های جمعی بیشتر مشارکت کنند و باید انتظار داشت تطابق آنان با هنجارهای اجتماعی بیشتر باشد. این وضعیت می‌تواند نقش مهمی در پیشگیری از انحراف که ابعادی فراتر از قلمرو رفتارهای فردی دارد، داشته باشد. در اجتماعاتی که حمایت کننده‌اند و خطر و آسیب پذیری را کاهش می‌دهند، فرصت‌های زیادی برای مشارکت و سهیم شدن در زندگی مدنی و اخلاقی اجتماع وجود دارد و می‌توان نقش شهروندان بالغ را برعهده گرفت (گلیکن[1]، ۲۰۱۱: ٤۹۲). بدون شک تقویت و توسعه شاخص‌های سلامت اجتماعی، در هر جامعه ای کاهش بار مسائل اجتماعی را به دنبال خواهد داشت و ساختارها و منابع اجتماعی، فرصت‌ها و توانایی‌های افراد را در هنگام مواجهه با چالش‌های زندگی بهتر تحت تاثیر قرار می‌دهند. فرد سالم از نظر اجتماعی زمانی عملکرد خوبی دارد که اجتماع را به صورت یک مجموعه معنادار، قابل فهم و دارای نیروهای بالقوه برای رشد و شکوفایی بداند، احساس کند که متعلق به گروه‌های اجتماعی است و خود را در اجتماع و پیشرفت آن شریک بداند (کییز، ۲۰۰٤). افرادی که از سلامت اجتماعی برخوردارند، می‌توانند

1. Glicken

با چالش‌های زندگی اجتماعی روبه رو شوند و با آن‌ها مقابله نمایند و عملکرد بهتری در جامعه داشته باشند.

وبر سه عنصر بنیادی قدرت، ثروت و حیثیت را مبنای پایگاه اقتصادی – اجتماعی می‌داند و معتقد است این عناصر عامل تعین کننده میزان برخورداری افراد از مواهب و امکانات جامعه است (گیدنز، ۱۳۹۳). بررسی‌های مختلف نیز نشان می‌دهد که بین پایگاه اجتماعی و اقتصادی افراد و بهره مندی‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی آنان پیوند عمیقی وجود دارد. هر چه افراد بیشتر بتوانند از فرصت‌های زندگی استفاده کنند، از موقعیت و پایگاه بالاتری برخوردار می‌شـــوند. بنابراین تفاوت‌های اجتماعی– اقتصادی، علاوه بر پدید آوردن طبقات مختلف در جامعه، ایجاد یک نوع سلســـله مراتب اجتماعی نیز می‌نمایند. بنابراین افرادی که از لحاظ اقتصادی و اجتماعی در شرایط بهتری قراردارند، به دلیل توانایی و دسترسی بهتر در وضعیت مطلوب تری قرار می‌گیرند و در مقابل، افرادی که به طبقات پایین جامعه تعلق دارند از کم ترین فرصت‌های زندگی برخوردارند.

در کشـــور ما با وجود کاســـتی‌های موجود به‌خصوص در مناطق محروم، برای سلامت جسمی افراد گام‌های مناســـبی برداشـــته شده است؛ اما آن چه نبود آن در تمام عرصه‌های کشـــور محسوس است، بی‌توجهی به ابعاد روانی و اجتماعی ســـلامت اســـت. این بی‌توجهی به جنبهٔ اجتماعی سلامت در عصر ارتباطات و جهانی‌سازی، موجب افزایش آســـیب‌پذیری افراد در ابعاد روانی و آســـیب‌های اجتماعی می‌شود. هر چند مسایل ذکر شده در کشـــور پررنگ اســـت، اما نمی‌توان حکم کلی در مورد مولفه‌های رفاه، سلامت و ... برای تمامی استان‌ها صادر کرد– بلکه حتی بین استان‌ها و مناطق مختلف نیز تفاوت فاحش وجود دارد. بر اساس پژوهش محقق کمال و همکاران (۲۰۱۵)، شاخص‌های رفاه اجتماعی استان‌های مرزی ایران از جمله کردستان (با نمره ۱۳/۵۲ درصد رفاه اجتماعی قبل از سیستان آخرین استان ایران بوده است) نسبت به سایر استان‌ها پایین است. معیارهای سنجش رفاه اجتماعی بر اساس ویژگی‌های کیفیت زندگی چون: بهداشت، آموزش، اقتصاد، امنیت اجتماعی، مسکن و اشتغال بوده است.

شهر قروه، یکی از شهرهای مهم استان کردستان است که از تنوع مذهبی (تشیع و تسنن) و زبانی (فارس، ترک و کرد) برخوردار اســـت. نرخ بالای بیکاری جوانان در اســـتان کردستان و از جمله شهر قروه حاکی از وضعیت نامطلوب اشـــتغال جوانان در این شهر است (مرکز آمار، ۱۳۹۶). گسترش فن آوری‌های اطلاعاتی و شبکه‌های ماهواره ای، ایجاد مراکز دانشگاهی، گسترش راه‌های ارتباطی، کافی نت‌ها و رشد شهرنشینی از تحولات اخیر در شهر قروه هستند. به نظر می‌رسد این تحولات تغییرات عمده ای را در هویت، شیوه‌های زندگی و نگرش جوانان ایجاد کرده است. حال با توجه به اهمیت نقش جوانان در تعیین سرنوشت جامعه و نیز سلامت اجتماعی که عامل مهمی در پذیرش هنجارهای اجتماعی است و فرد را قادر به تعادل مثبت و اجتناب از پاسخ‌های نامطلوب می‌کند، این پژوهش در پی پاســـخ به این ســـئوال است که آیا بین سطح پایگاه اقتصادی– اجتماعی و سلامت اجتماعی جوانان شهر قروه رابطه وجود دارد؟

پیشینه پژوهش

نتایج پژوهش گاریدو و آزپیازو نشان می‌دهد که وضعیت سلامت عمومی زنان از لحاظ سطح تحصیلات و وضعیت اقتصادی– اجتماعی پایین‌تر از مردان است (گاریدو و آزپیازو[1]، ۲۰۰۲: ۳۳۹).

براساس یافته‌های پژوهش کییز و شاپیرو (۲۰۰٤) وضعیت شغلی برای سلامت اجتماعی زنان مهم‌تر از مردان است. زنانی که وضعیت شغلی پایین‌تری داشتند، سلامت اجتماعی کمتری را درمقایسه با مردان با همان جایگاه

1. Garrido & Azpiazo

شغلی گزارش کرده‌اند (کییز و شاپیرو[1]، ۲۰۰٤: ۲۹).

درآمد، شـغل، تحصیلات و سن با سـلامت اجتماعی ارتباط دارد. براساس نظریهٔ آدلر و همکاران (۱۹۹٤) و اندرسـون و آستار (۱۹۹٦) افراد طبقهٔ پایین، سلامت اجتماعی کمتری دارند و هیچ‌گاه درجهٔ سلامتی اجتماعی کارگر معدن به‌اندازهٔ دکتر و استاد دانشگاه نیست (کرایب، ۱۳۸۳: ۲۷۸).

مک آرتور در سال ۱۹۹۵، مطالعه‌ای را برای بررسی اپیدمولوژی سلامت اجتماعی در ایالات متحده انجام داد. هدف این مطالعه دستیابی به میزان شیوع سلامت اجتماعی سطح بالا و پایین و چگونگی توزیع سلامت اجتماعی در جمعیت باتوجه‌به متغیرهای سن، جنس، وضعیت تأهل و وضعیت شغلی بود. نتایج نشان داد که تقریباً ٤۰ درصد افراد بزرگسـال، در سـن ۲۵ تا ٤۷ سال، در سـه مقیاس سلامت اجتماعی دارای نمرهٔ بالا بودند، اما ٦۰ درصد افراد بزرگ‌سال در هیچ‌یک از مقیاس‌های سلامت اجتماعی نمرهٔ بالا کسب نکردند (سام‌آرام، ۱۳۸۸: ۱٤).

اشتغال ثابت، نقش عمده‌ای در کسب مهارت‌های اجتماعی و تجارب و شبکهٔ اجتماعی و درنتیجه، سلامت اجتماعی افراد دارد. اشتغال در مناصب بالا و درنتیجه، درآمد بیشتر نیز نقش مهمی در شکل‌گیری هویت سالم و عزت نفس بیشتر دارد. هلمن (۱۹۹٤) معتقد است سطح پایین تحصیلات با سلامت اجتماعی ضعیف مرتبط است و فقر، توزیع نادرست درآمد، میزان زیاد بیکاری، نبود تأمین اجتماعی و سطح پایین سواد ازجملهٔ عوامل مؤثر بر سلامت اجتماعی هستند (ویلکینسون[2]، ۱۹۹٦: ٦۷).

پل در سـال ۲۰۰۷، پژوهشـی را به‌منظور بررسی رابطهٔ بین عملکردهای ارتباطی، سلامت اجتماعی، معنوی و کیفیت زندگی افراد ۳۵ تا ۸۰ سـال مبتلا به سـرطان انجام داد. نتایج این پژوهش نشان داد که سلامت معنوی، عمده‌ترین عامل تأثیرگذار در کیفیت زندگی این افراد بوده اسـت و سـلامت اجتماعی در رتبهٔ دوم قرار داشت (نجف‌آبادی، ۱۳۸۹).

یافته‌های عبدالله‌تبار و دیگران (۱۳۸٦) در مورد سـلامت اجتماعی دانشـجویان دانشـگاه علوم بهزیسـتی و توانبخشی تهران نشان می‌دهد بین متغیرهای وضعیت تأهل، مقطع تحصیلی، جنسیت، عضویت در انجمن‌ها و وضعیت اشتغال دانشجویان و سلامت اجتماعی آن‌ها رابطهٔ معناداری وجود دارد (عبدالله‌تبار و دیگران، ۱۳۸٦).

یافته‌های پژوهشی فتحی و دیگران (۱۳۹۱) در باره برخی عوامل مرتبط با سلامت اجتماعی معلمان شهر مراغه نشان می‌دهد که بین سلامت اجتماعی معلمان و میزان رضایت از شغل و سطح طبقهٔ اجتماعی و سن رابطه وجود دارد. افرادی که از شغل خود راضی بودند، وضع سلامت اجتماعی آن‌ها در حد بالایی بود. همچنین، بین میزان سلامت اجتماعی و طبقهٔ اجتماعی معلمان رابطهٔ مستقیم وجود داشت. جنسیت افراد در میزان سلامت اجتماعی آن‌ها تأثیرگذار نبود.

بر اساس پژوهش زکی و دیگران (۱۳۹۲) بین سطح طبقه اقتصادی– اجتماعی و سلامت اجتماعی رابطه مثبت وجود دارد؛ بدین معنا که با افزایش سطح طبقه اجتماعی، میزان سلامت اجتماعی نیز افزایش می‌یابد و برعکس.

نتایج فرا تحلیلی بر مطالعات مربوط به سلامت اجتماعی که توسط زاهدی اصل و پیله وری انجام گرفته، نشان می‌دهد که از میان مولفه‌های پایگاه اقتصادی– اجتماعی، تحصیلات بیشترین رابطه را با ابعاد سلامت اجتماعی داشته است؛ بدین معنا که که با افزایش آن، میزان سلامت اجتماعی افراد نیز افزایش یافته است. همچنین، سطح درآمد و پایگاه اقتصادی نیز با سلامت اجتماعی رابطه مثبتی داشته است (زاهدی اصل و پیله وری، ۱۳۹۳).

بررسی پژوهش‌های انجام گرفته در مورد رابطه یا تاثیر پایگاه اقتصادی– اجتماعی بر سلامت اجتماعی نشان می‌دهد که در اغلب پژوهش‌ها، شـاخص‌های پایگاه اقتصادی– اجتماعی به طور مشـخص تعریف نشده و یا

1. Keyes & Shapiro
2. Wilkinson

تعاریف عملیاتی تعدادی از آن‌ها با یکدیگر متفاوت است. این امر مقایسه پژوهش‌ها را با مشکل جدی مواجه نموده است.

مبانی و چارچوب نظری

بلوک و برسلو برای نخستین‌بار در سال ۱۹۷۲، در پژوهشی به مفهوم سلامت اجتماعی پرداختند. آن‌ها مفهوم سلامت اجتماعی را با میزان عملکرد اعضای جامعه مترادف دانستند و شاخص سلامت اجتماعی را طراحی کردند. همچنین، تلاش کردند با طرح پرسش‌های گوناگون در ابعاد جسمی، روانی و اجتماعی سلامت فردی، به میزان فعالیت و عملکرد فرد در جامعه برسند (باولینگ[1]، ۱۹۹۸: ۸-۵). این مفهوم را چند سال بعد، دونالد و همکارانش در سال ۱۹۷۸ مطرح کردند. استدلال آن‌ها این بود که سلامت، موضوعی فراتر از گزارش علائم بیماری و میزان بیماری‌ها و توانایی‌های کارکردی فرد است. آن‌ها معتقد بودند که رفاه و آسایش فردی موضوعی متمایز از سلامت جسمی و روانی است. براساس برداشت آنان، سلامت اجتماعی درحقیقت، هم بخشی از ارکان وضع سلامت محسوب می‌شود و هم می‌تواند تابعی از آن باشد (فروم، ۱۳۸۵: ۲۴۲).

سازمان جهانی بهداشت، سلامت اجتماعی را به عنوان یکی از مؤلفه‌های کلیدی سلامت و بهداشت معرفی کرده است، اما به دلیل فقدان ابزارهای معتبر، این مفهوم به صورت یک مناظره سیاسی و اجتماعی در سطوحی فراتر از سطح فردی باقی مانده است(لارسن[2]، ۱۹۹۶: ۱۸۳). گروهی از کارشناسان کوشیده‌اند ازطریق عملیاتی‌کردن مفهوم ارتقای سلامت، اهداف کلی شعار «بهداشت برای همه» را با زمینه‌های اجتماعی سلامت در مفهوم عام پیوند بزنند. آنان معتقدند که «ارتقای سلامت» درحقیقت دربرگیرندهٔ زمینه‌های اقدام اجتماعی برای توسعهٔ سطح سلامت است (لِپلگ[3]، ۱۹۹۹: ۱۳-٤). براین اساس، ارتقای سطح سلامت از دو طریق امکان‌پذیر است: یکی از این روش‌ها، توسعه شیوه‌های سالم زندگی و اقدام اجتماعی برای سلامت است. دیگری نیز ایجاد موقعیتی است که زیستن در حیاتی سالم را امکان‌پذیر سازد. موضوع اول، دربرگیرنده توانمندسازی انسان‌ها ازطریق آگاهی‌ها و مهارت‌های ضروری برای زندگی سالم است. موضوع دوم، تأثیرگذاری بر سیاست‌گذاران به‌گونه‌ای است که سیاست‌های عمومی و برنامه‌های حامی سلامت عمومی را در سطح جامعه پی گیری کنند که پیشگیری از انحرافات اجتماعی از گسترده‌ترین ارکان این بخش است.

کییز[4] یک مدل پنج بعدی قابل سنجش از سلامت اجتماعی ارائه داد. طبق این ابعاد، فرد سالم از نظر اجتماعی زمانی عملکرد خوبی دارد که اجتماع را به صورت یک مجموعه معنادار، قابل فهم و دارای بالقوه‌هایی برای رشد و شکوفایی بداند، احساس کند که متعلق به خود است و خود را در اجتماع و پیشرفت آن شریک بداند. محتوای مقیاس سلامت اجتماعی وی طیف مثبتی از ارزیابی فرد از تجانس در جامعه است. این مقیاس جدید با مقیاس‌های سلامت اجتماعی در سطح بین فردی (مثل پرخاشگری) و سطح اجتماعی (مثل فقر و جایگاه اجتماعی) تفاوت دارد. کییز در مطالعه خود بر روی سلامت اجتماعی در آمریکا نشان داد که حلقه مفقوده در تاریخچه مطالعات مربوط به سلامت، پاسخ به این سؤال است که آیا ممکن است افراد کیفیت و عملکرد زندگی خود را بدون توجه به معیارهای اجتماعی ارزیابی کنند؟ او معتقد است که سلامت اجتماعی در اصطلاح کلی برخلاف سلامت روانی که به طور عمیق‌تر روی انسان و چالش‌های مربوط در زندگی تمرکز می‌کند، بر رضایت از زندگی و شادی تأکید دارد (کییز، ۲۰۰٤: ۲۸ به نقل از ارفعی، ۱۳۸۸).

1. Bowling
2. Larson
3. Leplege
4. keyes

ابعاد پنج گانه سلامت اجتماعی از نظر کییز عبارت اند از:

۱- شکوفایی اجتماعی

شکوفایی اجتماعی به معنای دانستن و اعتقاد داشتن به این است که جامعه به شکل مثبتی در حال رشد است. فکرکردن به این که جامعه پتانسیل رشد به شکل مثبت را دارد و می‌تواند این پتانسیل را به شکل بالفعل درآورد. به عبارت دیگر، باور به این که اجتماع سرنوشت خود را در دست دارد و به مدد توان بالقوه‌اش مسیر تکاملی خود را کنترل می‌کند. فردی که از رشد شخصی برخوردار است، باور دارد که خود سازنده سرنوشت خویش است. خود را در حال تحول مستمر و دارای نیروهای بالقوه می‌داند که تلاش می‌کند تا این نیروها را شکوفا کند (کییز، ۲۰۰٤: ۱۰). افراد واجد سطوح مطلوب این بعد سلامت اجتماعی نسبت به وضعیت کنونی و آینده جامعه امیدوارترند و معتقدند جهان به مکانی بهتر برای همه افراد تبدیل خواهد شد(فارسی‌نژاد، ۱۳۸۳: ۸۸).

۲- همبستگی(انطباق) اجتماعی

انطباق اجتماعی یعنی اعتقاد به اینکه اجتماع قابل فهم، منطقی و قابل پیش‌بینی است. همبستگی اجتماعی در مقابل با بی‌معنایی در زندگی قابل مقایسه است و شامل ارزیابی فرد از اجتماع به صورت قابل فهم، قابل پیش‌بینی و مخصوص می‌شود- در حقیقت درکی که فرد نسبت به کیفیت سازماندهی و اداره دنیای اجتماعی اطراف خود دارد. افراد سالم، علاقه‌مند به طرح‌های اجتماعی اند و احساس می‌کنند قادر به فهم وقایع اطرافشان هستند. خود را با تصور این که در حال زندگی در یک دنیای متکامل و عالی هستند، فریب نمی‌دهند و خواسته‌ها و آرزوهایشان را از جهت فهم و درک زندگی ارتقا می‌بخشند. انطباق اجتماعی معادل اجتماعی مفهوم تسلط بر محیط در مقیاس روان است؛ تسلط یعنی احساس صلاحیت و توانمندی برای مدیریت محیط پیچیده و انتخاب یا خلق زمینه‌های مناسب شخصی. انطباق اجتماعی متضاد پوچی و بی‌معنایی و در مجموع دنیا را به صورت منطقی، هوشمند، قابل درک و قابل پیش‌بینی دیدن است(کییز، ۱۹۹۸: ۱۸).

۳- پذیرش اجتماعی

داشتن گرایش‌های مثبت نسبت به افراد و به طور کلی پذیرش افراد علی‌رغم برخی رفتارهای سردرگم‌کننده و پیچیده آن‌ها، پذیرش اجتماعی مصداق اجتماعی از پذیرش خود است. در پذیرش خود، فرد نگرش مثبت و احساس خوبی در مورد خود و زندگی گذشته دارد و با وجود ضعف‌ها و ناتوانایی‌هایی که دارد، همه جنبه‌های خود را می‌پذیرد. در پذیرش اجتماعی، فرد اجتماع و مردم آن را با همه نقص‌ها و جنبه‌های مثبت و منفی باور دارد و می‌پذیرد. افرادی که از این بعد سلامت برخوردارند، اجتماع را به صورت یک مجموعه کلی و عمومی که از افراد مختلف تشکیل شده، درک می‌کنند و به دیگران به عنوان افراد با ظرفیت و مهربان، اعتماد و اطمینان دارند. افراد باور دارند که مردم می‌توانند ساعی و مؤثر باشند. این افراد دیدگاه مطلوبی نسبت به ماهیت انسان دارند و با دیگران احساس راحتی می‌کنند(کییز و شاپیرو، ۲۰۰٤: ۲۲).

٤- مشارکت اجتماعی

مشارکت اجتماعی، باوری است که طبق آن فرد خود را عضو حیاتی اجتماع می‌داند و فکر می‌کند چیز ارزشمندی برای عرضه به دنیا و اجتماع خود دارد. این افراد تلاش می‌کنند که احساس دوست داشته‌شدن کنند و در دنیایی که صرفاً به دلیل انسان بودن برای آنها ارزش قائل است، سهیم باشند. مشارکت اجتماعی موازی با بعد هدف در زندگی از مقیاس سلامت روان است (حسینی ۱۳۸۷: ۳٤). مشارکت اجتماعی همچنین شبیه به مفاهیم

مسئولیت‌پذیری و خودکارآمدی است. فرد خودکارآمد می‌تواند رفتارهای معینی را انجام دهد و مقاصد خاصی را به اتمام برساند. مسئولیت اجتماعی یعنی ایجاد تعهدات مشخص در ارتباط با اجتماع. مشارکت اجتماعی بطور کلی یعنی اینکه آیا و به چه میزان فرد احساس می‌کند که آن چه که در دنیا انجام می‌دهد، به وسیله اجتماع ارزشمند تلقی می‌شود و در رفاه عمومی مؤثر است(کییز و شاپیرو، ۲۰۰٤: ۱۰).

۵- انسجام اجتماعی

انسجام یا همان یکپارچگی اجتماعی به معنای احساس بخشی از جامعه بودن، فکر کردن به این که فرد به جامعه تعلق دارد، احساس حمایت شدن از طریق جامعه و سهم داشتن در آن می‌باشد. بنابراین انسجام اجتماعی، آن درجه‌ای است که در آن مردم احساس می‌کنند که چیز مشترکی بین آنها و کسانی که واقعیت اجتماعی آنها را می‌سازند وجود دارد مثل همسایه‌هایشان(سام آرام، ۱۳۸۷: ۷).

نظرات جامعه شناسان درباره پایگاه اقتصادی و اجتماعی متفاوت است. به عنوان مثال، مارکس با دیدی اقتصادی به جامعه می‌نگرد و واقعیت اساسی جامعه را مالکیت می‌داند و آن را در زیربنا قرار می‌دهد و سایر نهادهای اجتماعی و فرهنگی (ایدئولوژی، خانواده، مذهب و ...)را در روبنا قرار می‌دهد و بر این اساس افراد جامعه را به دو دسته مالکان وسایل تولید و فاقدان وسایل تولید دسته بندی می‌کند. اما وبر معتقد است که فقط بعد اقتصادی (مالکیت) مهم نیست. وی دو بعد قدرت و حیثیت را نیز به آن اضافه می‌کند. از نظر وبر مالکیت، قدرت و حیثیت با وجود وابستگی متقابلشان سه بنیان متمایزند که بر روی آنها نظام قشربندی در هر جامعه ای سامان می‌یابد. تفاوت در مالکیت اموال، منشا طبقه بندی اجتماعی است. تقسیم نابرابر قدرت به تشکیل احزاب سیاسی می‌انجامد و درجات حیثیت گوناگون، منشا پیدایش قشرهای اجتماعی است که از دارندگان پایگاه اجتماعی مشابه تشکیل شده اند، اما در نهایت وی معتقد است که این سه بعد رابطه تنگاتنگی با هم دارند (تامین، ۱۳۸۸ : ۱۲).

لنسکی نیز همچون وبر، نظری کثرت گرا در مورد قدرت و نابرابری دارد. قدرت ناشی از ترکیبی از توانایی اعمال زور و دسترسی به حقوقی است که به لحاظ قانونی یا عرضی تایید شده است. در نتیجه بر حسب اینکه کدام دسته از افراد اجتماع به چنین حقوقی دست پیدا می‌کنند یا از آن محروم می‌شوند، نابرابری‌های متعددی ایجاد می‌شود. به نظر لنسکی، معیارهای بسیاری برای رتبه بندی گروه‌ها و افراد بر حسب میزان قدرت و امتیازات مادی و حیثیت وجود دارد، ولی به طور معمول بر اساس عواملی همچون: مالکیت دارایی، شغل، تحصیلات، دین، قومیت، نژاد، جنسیت و سن می‌باشد (گرپ، ۱۳۷۳ : ۱٦٦-۱٦٥)

ایرادی که به لنسکی گرفته می‌شود این است که به جای اینکه طبقه را یکی از ابعاد چندگانه نابرابری بداند، تمام این ابعاد (دارایی، شغل و ...) را به عنوان نظام طبقاتی مختلف قلمداد می‌کند. به عبارت دیگر، وی مدعی است که طبقات تحصیلی، طبقات قومی و .... کل نظام طبقاتی را تشکیل می‌دهند.

معیار قضاوت درباره پایگاه اجتماعی افراد در جامعه، دوری یا نزدیکی افراد مورد نظر نسبت به ارزش‌های حاکم در آن جامعه است. میزان تحصیلات، اصل و نسب و موقعیت شغلی، گاه مبنایی برای ارزیابی پایگاه اجتماعی افراد به کار می‌رود. به عقیده لنین نیز پایگاه اجتماعی عبارت از وضعی است که یک فرد در زمانی معین و نظامی خاص احراز می‌کند. به نظر او، پایگاه مجموع حقوق و وظایف است و پایگاه اقتصادی که با میزان ثروت سنجیده می‌شود، تنها یک بعد از پایگاه اجتماعی را می‌رساند و عوامل دیگری چون نژاد، نسب، مذهب و فرهنگ که هر یک بر حسب جامعه اعتباری خاص به افراد می‌بخشند، در سنجش پایگاه اجتماعی مطرح می‌شوند. پایگاه اجتماعی، وضعی است که یک شخص یا گروه در یک نظام اجتماعی در برابر دیگران می‌یابد. پایگاه اجتماعی تعیین کننده حقوق و وظایف انسان‌ها و گروه‌های اجتماعی است- همان طور که روابط افراد و

گروه‌ها را با یکدیگر مشخص می‌دارد. پایگاه را پایه‌هایی همچون: آموزش، ثروت، درآمد، خانواده و .... تشکیل می‌دهد. امروزه جامعه جدید با تعدد وظایف و نقش‌ها، موجبات تعدد پایگاه‌ها را فراهم می‌کند و جامعه شناسان جدید سخن از تنوع و گاه تعارض پایگاه‌ها را به میان می‌آورند (ساروخانی،۱۳۸۰: ۷۹۱).

همچنین، پایگاه اجتماعی افراد می‌تواند در بروز احساسات آنها نیز تاثیر بگذارد؛ به طوری که ریچ وی و جانسون معتقدند هر چه پایگاه انسان در یک گروه اجتماعی بالاتر باشد، میزان ابراز احساسات منفی در پی نارضایتی و عدم موافقت با رویدادهای درون گروه کاهش می‌یابد. به عبارت دیگر، هر چه مقام و مسئولیت یک فرد در یک نظام اجتماعی بالاتر باشد، او با این که از وضعیت موجود احساس نارضایتی می‌کند، اما این احساس نارضایتی را کمتر ابراز (کمتر انتقاد) می‌نماید- گاه به منظور حفظ همبستگی گروهی و گاه برای حفظ موقعیت خود. در صورتی که در مورد احساسات مثبت این طور نیست؛ یعنی اگر فردی در یک گروه اجتماعی، در پایگاه بالایی باشد، احساس مثبت خود را از وقایعی که موجبات رضایت او می‌شود ابراز (تمجید) می‌کند و در آنجا دیگر خود را سانسور نمی‌نماید (رفیع پور، ۱۳۷۵ : ۲۰).

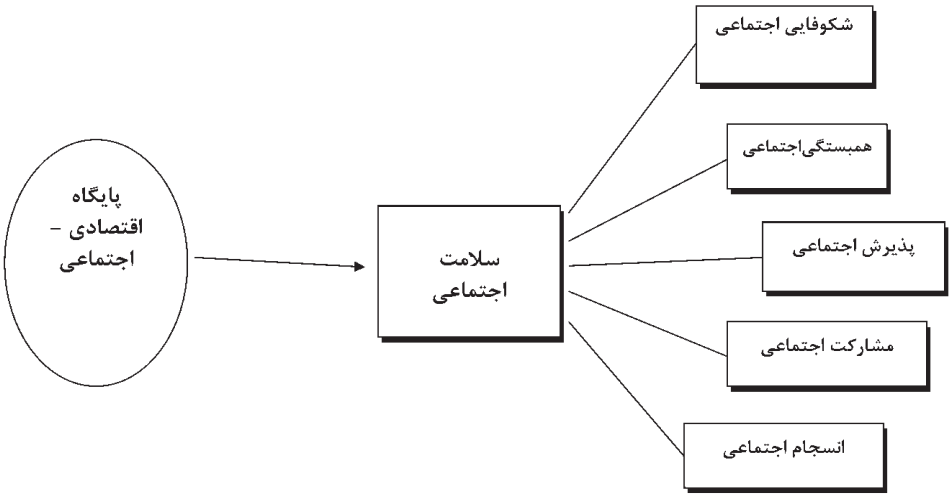
دلبرت میلر[1] برای بررسی پایگاه اقتصادی- اجتماعی سه شیوه عینی، ذهنی و اعتباری را پیشنهاد می‌کند. شاخص‌های عینی صرف نظر از خواست و ارزش گذاری افراد خاص در نظر گرفته می‌شوند، شاخص‌های ذهنی با توجه به ارزش گذاری پاسخگویان در نظر گرفته می‌شوند و شاخص‌های اعتباری، ارزش گذاری دیگران در مورد پاسخگویان را در بر می‌گیرد (میلر، ۱۳۸۰: ۳۸۸).

از دیدگاه گراهام[2] سلامتی فرد نتیجه شرایط اقتصادی و اجتماعی است و عواملی که باعث می‌شوند تغییر در وضعیت اقتصادی اجتماعی افراد بر سلامتی (جسمی، روانی، اجتماعی) تأثیر بگذارد، در سه مقوله مادی، رفتاری و روانی اجتماعی قرار می‌گیرند (گراهام، ۲۰۰٤، به نقل از هزارجریبی و صفری شالی،۱۳۹۱). افرادی که از لحاظ اقتصادی و اجتماعی در شرایط بهتری قراردارند، به دلیل توانایی و دسترسی بهتر در وضعیت مطلوب تری قرار می‌گیرند و در مقابل افرادی که به طبقات پایین جامعه تعلق دارند از سلامتی نامطلوب رنج می‌برند (استرینگرینی[3] و همکاران، ۲۰۱۱ به نقل از شهریاری پور و مرادی، ۱۳۹۵).

با توجه به اینکه نظریه واحدی که به صورت منسجم به رابطه دو متغیر پایگاه اقتصادی- اجتماعی و سلامت اجتماعی بپردازد، وجود ندارد، لذا چارچوب نظری این تحقیق، تلفیقی از نظریه‌های مختلف است. نظریه کیز، سلامت اجتماعی را تبیین می‌کند. بر اساس این نظریه، افراد ممکن است کیفیت زندگی و کارکردهای شخصی خود را در برابر ملاک‌های اجتماعی ارزیابی کنند و همچنین سلامت اجتماعی شامل عناصر متعددی است که این عناصر در کنار یکدیگر نشان می‌دهند که چگونه و در چه درجه ای، افراد در زندگی اجتماعی خود، خوب عمل می‌کنند. از نظریه وبر برای تبیین پایگاه اقتصادی و اجتماعی افراد بهره گرفته شده است. وبر معتقد است که فقط بعد اقتصادی (مالکیت) مهم نیست؛ وی دو بعد قدرت و حیثیت را نیز به آن اضافه می‌کند. از نظر وبر مالکیت، قدرت و حیثیت با وجود وابستگی متقابلشان سه بنیان متمایزند که بر روی آنها نظام قشربندی در هر جامعه ای سامان می‌یابد. تفاوت در مالکیت اموال، منشا طبقه بندی اجتماعی است، تقسیم نابرابر قدرت به تشکیل احزاب سیاسی می‌انجامد و درجات حیثیت گوناگون منشا پیدایش قشرهای اجتماعی است که از دارندگان پایگاه اجتماعی مشابه تشکیل شده اند، اما در نهایت وی معتقد است که این سه بعد رابطه تنگاتنگی با هم دارند. با استناد به نظریه وبر می‌توان استنباط نمود که وضعیت سلامتی افراد از جمله سلامت اجتماعی، متاثر از پایگاه اقتصادی و اجتماعی آنان است.

1. Miller, D, C
2. Graham
3. Stringhini

مدل نظری پژوهش



فرضیه‌های پژوهش

الف) فرضیه اصلی

بین سطح پایگاه اقتصادی- اجتماعی جوانان و میزان سلامت اجتماعی آنان رابطه معناداری وجود دارد.

ب) فرضیه‌های فرعی

- بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی جوانان و میزان شکوفایی اجتماعی آنان، رابطه معناداری وجود دارد.
- بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی جوانان و میزان همبستگی اجتماعی آنان، رابطه معناداری وجود دارد.
- بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی جوانان و میزان پذیرش اجتماعی آنان، رابطه معناداری وجود دارد.
- بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی جوانان و میزان مشارکت اجتماعی آنان، رابطه معناداری وجود دارد.
- بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی جوانان و میزان انسجام اجتماعی آنان، رابطه معناداری وجود دارد.

روش شناسی پژوهش

مطالعهٔ حاضر از نوع پیمایشی[1] است. برای گردآوری اطلاعات، از پرسش‌نامهٔ استاندارد پنج‌بعدی سلامت اجتماعی کییز استفاده شد. در ایران، جوشن‌لو در سال ۱۳۸۵ در مطالعه‌ای با عنوان «بررسی ساختار عاملی مقیاس سلامت جامع»، روایی و اعتبار پرسش‌نامهٔ سلامت جامع کییز مشتمل‌بر سلامت اجتماعی و سلامت روانی و سلامت عاطفی را با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی تحلیل‌های هم‌بستگی و تحلیل عامل تأییدی استاندارد کرد (جوشن‌لو و دیگران، ۱۳۸۵: ۳۵). همچنین، فارسی‌نژاد در سال ۱۳۸٤، پرسش‌نامهٔ مذکور را هنجاریابی نمود. وی با استفاده از تحلیل عامل، مقدار آلفای کرونباخ زیرمقیاس‌های سلامت اجتماعی را ۷۸ درصد نشان داد که این مدل بهترین برازش از تبیین داده‌های حاضر است. ضمن این که در پژوهش حاضر، روایی صوری پرسشنامه مذکور توسط چند تن از اساتید مورد تایید قرار گرفت و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۹۲ به‌دست آمد.

1. survey

جامعهٔ آماری و روش نمونه

جامعهٔ آماری پژوهش حاضر، جوانان ۱۸ تا ۲۹ ساله شهر قروه بود. برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده گردید. حجم نمونه ۳۷۹ نفر به‌دست آمد. برای انتخاب افراد نمونه، ابتدا به روش نمونه‌گیری خوشه ای، سه منطقه انتخاب شد. سپس از هر منطقه، به روش تصادفی، چند خیابان و بعد با بهره‌گیری از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، نمونه‌های مورد نیاز انتخاب و پرسشنامه‌ها تکمیل گردید. باتوجه به ریزش احتمالی نمونه‌ها یا مخدوش و ناقص‌بودن پرسش‌نامه‌ها، تعداد ٤٠٠ نفر به عنوان نمونه این پژوهش انتخاب گردیدند. سپس پژوهشگران با مراجعه به نمونه‌های انتخابی، ضمن جلب اعتماد آن‌ها و ارائهٔ توضیحات لازم، پرسش‌نامه‌ها را در اختیارشان قرار دادند. پس از گردآوری داده‌ها، با استفاده از نرم‌افزار SPSS، داده‌ها پردازش گردید و اطلاعات به‌دست‌آمده با استفاده از آزمون‌های تحلیل واریانس و ضریب همبستگی پیرسون مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. همچنین، برای توصیف جامعه مورد مطالعه از آمارهای توصیفی مثل میانگین و... استفاده شد.

تعاریف نظری و عملیاتی متغیرها

سلامت اجتماعی (متغیر وابسته)

سلامت اجتماعی ارزیابی و شناخت فرد از چگونگی عملکردش در اجتماع و کیفیت روابطش با افراد دیگر، نزدیکان و گروه‌های اجتماعی است که وی عضو آنهاست (کییز، ۱۹۹۸ : ۱۲۲).

در پژوهش حاضر جهت اندازه گیری سلامت اجتماعی و مؤلفه‌های آن (انسجام، پذیرش، شکوفایی، مشارکت و انطباق اجتماعی) از مقیاس ۳۳ ماده‌ای که توسط کییز (۱۹۹۸) ساخته شده، استفاده گردیده است که مولفه‌های آن در جدول زیر آمده است:

جدول ۱: مولفه‌های سلامت اجتماعی بر اساس نظریه کییز

مولفه‌های سلامت اجتماعی				
انسجام اجتماعی	پذیرش اجتماعی	مشارکت اجتماعی	شکوفایی اجتماعی	انطباق اجتماعی
ارزیابی فرد از کیفیت روابطش در جامعه و گروه‌های اجتماعی	ادراک و پذیرش دیگران به عنوان افرادی مهربان و قابل اعتماد	میزان احساس فرد از ارزشمندی و موثر بودن از آن چه برای اجتماع و رفاه عمومی انجام می‌دهد	ارزیابی توان بالقوه و سیر تکامل اجتماع و باور به این که اجتماع در حال یک تکامل تدریجی است و توانمندی‌های بالقوه برای تحول مثبت دارد	درک کیفیت سازماندهی و عملکرد دنیای اجتماعی فرد

پایگاه اقتصادی- اجتماعی (متغیر مستقل)

پایگاه اقتصادی- اجتماعی، مجموعه پیچیده ای از عوامل مانند درآمد، نوع مسکن، سال‌های تحصیل و گاهی از اوقات محل اقامت می‌باشد (رابرتسون، ۱۳۷۷ : ٤٢٢).

در این پژوهش، از معیارهای عینی نظیر میزان تحصیلات فرد، پدر و مادر، منزلت شغلی سرپرست خانوار، میزان درآمد و نوع مسکن خانوار و همچنین معیارهای ذهنی- از پاسخگویان خواسته شد تا خود و خانواده خود را در یکی از طبقات اجتماعی بالا، متوسط و پایین قرار دهند- جهت تعیین پایگاه اقتصادی و اجتماعی افراد بهره گرفته شد.

یافته‌های پژوهش

ابتدا اطلاعات جمعیت شناختی و یافته‌های توصیفی متغیرهای اصلی پژوهش بیان شده و سپس در بخش آمار استنباطی، تجزیه و تحلیل یافته‌های مربوط به فرضیه‌های اصلی پژوهش ارائه گردیده است.

۵٤/۵ درصد از افراد مورد مطالعه را مردان تشکیل می‌دهند. بیشترین افراد مطالعه‌شده را گروه سنی ۲۲ تا۲۵ سال با ۳٦/۲ درصد به خود اختصاص داده‌اند. گروه سنی ۲٦تا۲۹ سال با۳٤/۲ درصد و گروه سنی ۱۸ تا۲۱ سال نیز با ۲۹/۵ درصد به‌ترتیب، در رده‌های دوم وسوم قرار دارند.

بیشـــترین درصد ســـطح تحصیلات جامعهٔ مورد مطالعه را مدرک کاردانی و کارشناسی با ٤۱ درصد به خود اختصاص داده است. مدرک دیپلم با ۳٤/۸ درصد و زیر دیپلم با ۲۱/۲ درصد به‌ترتیب، در رتبه‌های دوم و سوم قرار گرفته اســـت. در مورد ســـطح تحصیلات پدر، بیشترین درصد با ٤۳ درصد مربوط به مدرک دیپلم است و مدرک کاردانی و کارشناسی با ۳۳/۸ درصد و زیر دیپلم با ۱۸ درصد رتبه‌های دوم و سوم را به خود اختصاص داده است. بیشترین میزان سطح تحصیلات مادر با ٦۰/۲ درصد، مربوط به زیر دیپلم است و مدرک دیپلم با ۲۷/۸ درصد و مدرک کاردانی و کارشناســـی با ۱۰/۵ درصد در رتبه‌های بعدی قرار گرفته اســـت. ۷۱/۸ درصد از افراد مورد مطالعه در مســـکن شـــخصی، ۲٤/۸ درصد در استیجاری و مابقی (۳/٤ درصد) در منزل سازمانی سکونت داشتند.

در مورد میزان درآمد سرپرست افراد مورد مطالعه، ۷٦/٦ درصد زیر ٦۰۰ هزار تومان، ۱۵/۸ درصد بین ٦۰۰ تا ۹۰۰ هزار تومان و بقیه بیش از ۹۰۰ هزار تومان درآمد داشتند.

جدول ۲: توزیع فراوانی افراد مورد مطالعه برحسب پایگاه اقتصادی- اجتماعی

پایگاه اقتصادی- اجتماعی	فراوانی	درصد
پایین	۲٤۳	٦۰/۷
متوسط	۸۳	۲۰/۸
بالا	۷٤	۱۸/۵
جمع	٤۰۰	۱۰۰

داده‌های جدول فوق نشان می‌دهد از کل جوانان بررسی‌شده، ٦۰/۷ درصد از سطح پایگاه اقتصادی اجتماعی پایینی برخوردار بوده‌اند، درحالی‌که تنها ۱۸/۵ درصد در حدبالایی قرار گرفته‌اند. همچنین، ۲۰/۸ درصد نیز از نظر سطح پایگاه اقتصادی اجتماعی در طبقهٔ متوسط جای می‌گیرند.

جدول ۳: بررسی افراد با پایگاه اقتصادی- اجتماعی متفاوت ازنظر سلامت اجتماعی

متغیروابسته	پایگاه اقتصادی- اجتماعی	تعداد	میانگین	انحراف معیار	مقدارf	مقدار p	R
سلامت اجتماعی	پایین	۲٤۳	۵۵/۷	۱۷/۸	۵/۳۹	۰/۰۲۱	۰/۱٦۹
	متوسط	۸۳	۵۹/۸	۱۸/۲			
	بالا	۷٤	٦٦/۵	۱٦/٦			

از نظر میزان سلامت اجتماعی، افراد دارای پایگاه اقتصادی- اجتماعی بالا، با میانگین ٦٦/٥ بیشترین میانگین را دارند. بعد از این افراد نیز به‌ترتیب، افراد دارای پایگاه اقتصادی- اجتماعی متوسط با میانگین ٥٩/٨ و افراد دارای پایگاه اقتصادی- اجتماعی پایین با میانگین ٥٥/٧ قرار می‌گیرند. داده‌های جدول نشان می‌دهد باتوجه‌به مقدار f که با p ۰/۰۲۱ برابر با ٥/٣٩ است، تفاوت موجود بین افراد با پایگاه اقتصادی- اجتماعی متفاوت از نظر سلامت اجتماعی معنادار است و افراد دارای پایگاه اقتصادی- اجتماعی بالا به‌طور معناداری بیش از سایرین از سلامت اجتماعی برخوردار هستند. مقدار ضریب همبستگی نیز برابر با ۰/١٦٩ است. بنابراین فرضیهٔ اصلی پژوهش، مبنی‌بر رابطه بین سطح پایگاه اقتصادی- اجتماعی جوانان و سلامت اجتماعی آن‌ها مورد تایید قرار گرفت.

جدول ٤ : ضرایب همبستگی پایگاه اقتصادی – اجتماعی و مولفه‌های سلامت اجتماعی

متغیر مستقل	مولفه‌های سلامت اجتماعی	*R*	سطح معنی داری
پایگاه اقتصادی- اجتماعی	شکوفایی اجتماعی	-۰/١٤١	۰/۰۰٥
	همبستگی‌اجتماعی	۰/۰۹۹	۰/۰٤۹
	پذیرش اجتماعی	۰/١٤٣	۰/۰۰٤
	مشارکت اجتماعی	۰/١۰٢	۰/۰٤٣
	انسجام اجتماعی	۰/١۰٦	۰/۰٣٤
	سلامت اجتماعی	۰/١١٧	۰/۰٢١

جدول فوق به بررسی رابطه بین سطح پایگاه اقتصادی –اجتماعی جوانان و هر یک از مولفه‌های سلامت اجتماعی آنان پرداخته است. بین پایگاه اقتصادی–اجتماعی و شکوفایی اجتماعی (با ضریب همبستگی ۰/١٤١) رابطه منفی معناداری وجود دارد؛ بدین معنا که هرچه پایگاه اقتصادی- اجتماعی بالاتر باشد، شکوفایی اجتماعی تضعیف (کاهش) می‌یابد، اما بین پایگاه اقتصادی–اجتماعی و مولفه همبستگی اجتماعی (با ضریب همبستگی ۰/۰۹۹) رابطه مثبت معناداری به دست آمد؛ بدین معنا که هرچه پایگاه اقتصادی – اجتماعی بالاتر باشد، همبستگی اجتماعی نیز افزایش می‌یابد. همچنین، بین پایگاه اقتصادی – اجتماعی (با ضریب همبستگی۰/١٤٣) و پذیرش اجتماعی نیز رابطه مثبت معناداری وجود دارد؛ بدین معنا که هرچه پایگاه اقتصادی – اجتماعی بالاتر باشد، پذیرش اجتماعی نیز افزایش می‌یابد. بین پایگاه اقتصادی– اجتماعی (با ضریب همبستگی۰/١۰٢) و مشارکت اجتماعی رابطه مثبت معناداری به دست آمد؛ بدین معنا که هرچه پایگاه اقتصادی- اجتماعی بالاتر باشد، مشارکت اجتماعی نیز افزایش می‌یابد. همچنین، بین پایگاه اقتصادی– اجتماعی (با ضریب همبستگی۰/١۰٦) و انسجام اجتماعی رابطه مثبت معناداری وجود دارد؛ بدین معنا که هرچه پایگاه اقتصادی- اجتماعی بالاتر باشد، انسجام اجتماعی نیز افزایش می‌یابد. درمجموع، بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی جوانان به جز مولفه شکوفایی اجتماعی با سلامت اجتماعی آنان رابطه مثبت معناداری وجود دارد؛ بدین معنا که هرچه سطح پایگاه اقتصادی–اجتماعی جوانان بالاتر باشد، میزان سلامت اجتماعی نیز افزایش می‌یابد و این تاثیر با توجه به مقدار Pجدول (سطح معناداری کمتر از۰/۰٥) برای تمام مولفه‌های

سلامت اجتماعی به لحاظ آماری معنادار است. بنابراین همه فرضیه‌های فرعی پژوهش مبنی بر رابطه بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی و مولفه‌های سلامت اجتماعی مورد تایید قرار گرفت.

بحث و نتیجه گیری

هدف اصلی تحقیق حاضر، بررسی رابطه بین سطح پایگاه اقتصادی- اجتماعی جوانان و سلامت اجتماعی آنان است. دست یابی به وضعیت و میزان سلامت اجتماعی، شناسایی میزان و چگونگی تأثیر پایگاه اقتصادی- اجتماعی بر هر یک از ابعاد سلامت اجتماعی در جامعه مورد بررسی از اهداف دیگر پژوهش می‌باشد. یافته‌های مطالعه حاضر نشان داد که حدود ۸۰ درصد از جوانان شهر قروه از پایگاه اقتصادی- اجتماعی در حد پایین و متوسط برخوردارند. همچنین، رابطه بین سطح پایگاه اقتصادی- اجتماعی جوانان و مولفه‌های سلامت اجتماعی از لحاظ آماری مورد تایید قرار گرفت. البته این رابطه با مولفه شکوفایی اجتماعی به صورت معکوس است؛ بدین معنا که هرچه پایگاه اقتصادی- اجتماعی بالاتر باشد، شکوفایی اجتماعی تضعیف (کاهش) می‌یابد، اما رابطه سطح پایگاه اقتصادی-اجتماعی با سایر مولفه‌های سلامت اجتماعی نظیر همبستگی اجتماعی، پذیرش اجتماعی، مشارکت اجتماعی و انسجام اجتماعی به صورت مستقیم است؛ بدین معنا که هرچه پایگاه اقتصادی- اجتماعی بالاتر باشد، این مولفه‌ها نیز افزایش می‌یابد. بنابراین همه فرضیه‌های فرعی پژوهش مبنی بر رابطه بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی جوانان و مولفه‌های سلامت اجتماعی آنان مورد تایید قرار گرفت. در مجموع نیز بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی جوانان و سلامت اجتماعی آن‌ها رابطه معناداری به دست آمد و فرضیهٔ اصلی پژوهش مبنی بر رابطه بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی جوانان و میزان سلامت اجتماعی آن‌ها مورد تایید قرار گرفت. بی شک، وضعیت پایین سطح پایگاه اقتصادی و اجتماعی اغلب جوانان شهر قروه و در کنار آن رابطه معناداری با میزان سلامت اجتماعی، قابل تامل و در خور توجه ویژه است، چرا که با توجه به نتیجه این پژوهش می‌توان استنباط نمود که بیش از نیمی از جوانان شهر قروه، علاوه بر این که احساس تعلق پایین به جامعه دارند، در امور مربوط به جامعه کم تر مشارکت می‌نمایند و نقش چندانی برای خود در پیشرفت جامعه قائل نیستند. این امر ضرورت توجه ویژه به مناطق کم تر برخوردار و اقشار پایین جامعه را از سوی سیاستگذاران و متولیان امر بیش از پیش نشان می‌دهد. به اعتقاد کییز، فرد سالم از نظر اجتماعی زمانی عملکرد خوبی دارد که اجتماع را به صورت یک مجموعه معنادار، قابل فهم و دارای بالقوه‌هایی برای رشد و شکوفایی بداند، احساس کند که متعلق به خود است و خود را در اجتماع و پیشرفت آن شریک بداند. او معتقد است که سلامت اجتماعی در اصطلاح کلی برخلاف سلامت روانی که به طور عمیق‌تر روی انسان و چالش‌های مربوط در زندگی تمرکز می‌کند، بر رضایت از زندگی و شادی تأکید دارد. این بررسی با نتایج پژوهش باباپور خیرالدین و دیگران (۱۳۸۸) که بر اساس آن وضعیت اقتصادی- اجتماعی دانشجویان مورد مطالعه، تاثیری بر میزان سلامت اجتماعی آن‌ها نداشت، همخوانی ندارد، اما با یافته‌های آدلر و همکاران (۱۹۹٤)، ویلکینسون (۱۹۹٦)، اندرسون و آستار (۱۹۹٦)، فتحی و دیگران (۱۳۹۱) و زکی و دیگران (۱۳۹۲) مطابقت دارد. طبق نتایج پژوهش آن‌ها، افراد طبقهٔ پایین، سلامت اجتماعی کمتری دارند و فقر، توزیع نادرست درآمد، میزان فراوان بیکاری، نبود تأمین اجتماعی و میزان سواد پایین ازجمله عوامل مؤثر بر کاهش سلامت اجتماعی‌اند. هر چه پایگاه افراد در یک جامعه افزایش یابد، امکان دست یابی آنها به امکانات و خدمات آموزشی، بهداشتی، رفاهی و غیره نیز افزایش می‌یابد و در نتیجه احساس تعلق و خشنودی بیشتری نسبت به جامعه پیدا می‌کند و دلبستگی میان آنها تقویت خواهد شد. برعکس، اگر احساس تعلق افراد جامعه با احساس رضایت از زندگی در جامعه توام نشود، به تدریج همبستگی نیز نقصان می‌یابد.

همچنین، نتیجهٔ این بررسی با نظرات پاری (۱۹۸۷) و ریچ وی، جانسون، گراهام (۲۰۰٤) و استرینگلی و همکاران (۲۰۱۱) همخوانی دارد. پاری معتقد است که داشتن پایگاه اقتصادی–اجتماعی پایین سبب می‌شود که افراد درگیر رفع نیازهای بیولوژیکی خود باشند و فرصت لازم برای دست یابی به نیازهای سطح بالاتر چه فردی وچه جمعی را نداشته باشند (پاری، ۱۹۸۷). ریچ وی و جانسون معتقدند هر چه پایگاه انسان در یک گروه اجتماعی بالاتر باشد، میزان ابراز احساسات منفی در پی نارضایتی و عدم موافقت با رویدادهای درون گروه کاهش می‌یابد و همچنین اگر فردی در یک گروه اجتماعی، در پایگاه بالایی باشد، احساس مثبت خود را از وقایعی که موجبات رضایت او می‌شود ابراز (تمجید) می‌کند. از دیدگاه گراهام، سلامتی فرد نتیجه شرایط اقتصادی و اجتماعی است و عواملی که باعث می‌شوند تغییر در وضعیت اقتصادی اجتماعی افراد بر سلامتی (جسمی، روانی، اجتماعی) تأثیر بگذارد، در سه مقوله مادی، رفتاری و روانی اجتماعی قرار می‌گیرند. استرینگرینی و همکاران نیز معتقدند افرادی که از لحاظ اقتصادی و اجتماعی در شرایط بهتری قراردارند، به دلیل توانایی و دسترسی بهتر در وضعیت مطلوبتری قرار می‌گیرند و در مقابل افرادی که به طبقات پایین جامعه تعلق دارند، زندگی آنان در تمام زمینه‌ها از جمله سلامت اجتماعی به خطر می‌افتد.

پیشنهادها

- مناطق کمتر برخوردار و اقشار پایین جامعه در سیاست گذاری‌ها و برنامه ریزی‌های کلان کشور مورد توجه ویژه قرار گیرد و در مورد اشتغال، ازدواج، ارتقای وضعیت سلامتی، معیشتی و رفاهی جوانان تمهیدات لازم صورت گیرد.
- با عنایت به این که اغلب جوانان شهر قروه از سلامت اجتماعی پایینی برخوردارند، اقدامات لازم در خصوص جلب مشارکت جوانان در امور جامعه و تقویت مسئولیت و همبستگی اجتماعی آن‌ها از طریق برگزاری کارگاه‌های آموزشی پیرامون توانمندسازی اجتماعی، ارتقای مهارت‌های اجتماعی و ارتباطی، راه اندازی سرای محله، مراکز تفریحی، فرهنگی، ورزشی و غیره فراهم گردد.
- نشست‌ها و گردهمایی‌های آموزشی و تخصصی با حضور مسئولان و کارشناسان با هدف آموزش و آگاه سازی جامعه از مولفه‌ها و شاخص‌های سلامت اجتماعی برگزار شود.
- برنامه‌های رشد و توسعه محلی با هدف توانمند سازی جوانان و سایر اقشار جامعه، از طریق ایجاد اعتماد پایدار در جامعه، بسیج امکانات و به کارگیری ظرفیت‌های محلی، جلب مشارکت افراد خیر و ترغیب افراد به مشارکت در امور مربوطه جامعه توسط متنفذان و رهبران بومی طراحی و اجرا گردد.

منابع

- باباپور خیرالدین، جلیل؛ طوسی، فهیمه و حکمتی، عیس. (۱۳۸۸). **"بررسی عوامل تعیین کننده در سلامت دانشجویان دانشگاه تبریز"**. فصلنامه علمی- پژوهشی روانشناسی دانشگاه تبریز. سال چهارم، شماره ۱۶.
- تامین، ملوین. (۱۳۸۸). **جامعه شناسی قشربندی و نابرابری‌های اجتماعی**. عبدالحسین نیک گهر. تهران: انتشارات توتیا
- جوشن لو، محسن؛ رستمی، رضا و نصرت آبادی، مسعود. (۱۳۸۵). **"بررسی ساختار عاملی مقیاس بهزیستی جامع"**. فصلنامهٔ روان‌شناسان ایرانی. سال ۳ (۹).
- رابرتسون، یان. (۱۳۷۷). **درآمدی بر جامعه**. حسین بهروان. مشهد: انتشارات آستان قدس رضوی
- رفیع پور، فرامرز. (۱۳۸٤). **کندو کاوها و پنداشته ها**. تهران: انتشارات مرکز سهامی
- رفیع پور، فرامرز. (۱۳۷۵). **وسایل ارتباط جمعی و تغییر ارزش‌های اجتماعی**. تهران : کتاب فرا
- رفیعی، حسن. (۱۳۸۸). **"تدوین شاخص ترکیبی سلامت اجتماعی در ایران"**. دانشگاه علوم بهزیستی و توانبخشی، تهران، طرح تحقیقاتی.
- زاهدی اصل، محمد و پیله وری، اعظم. (۱۳۹۳). **"فراتحلیلی بر مطالعات مربوط به سلامت اجتماعی"**. فصلنامه برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعیو دوره ٦، شماره ۱۹.
- زکی، محمد علی و خشوعی، مریم السادات. (۱۳۹۲). **"سلامت اجتماعی و عوامل موثر بر آن در بین شهروندان شهر اصفهان"**. فصلنامه مطالعات جامعه شناسی شهری. شماره هشتم، پاییز ۱۳۹۲.
- گرب، ادواردج. (۱۳۷۳). **نابرابری اجتماعی (دیدگاه‌های نظریه پردازان کلاسیک و معاصر)**. محمدرضا سیاهپوش و احمدرضا غروی نژاد. تهران : نشر معاصر
- سام آرام، عزت اله. (۱۳۸۸). **"بررسی رابطه سلامت اجتماعی و امنیت اجتماعی با تاکید بر رهیافت پلیس جامعه محور"**. فصلنامه علمی‌پژوهشی انتظام اجتماعی. سال ۱ (۱).
- ساروخانی، باقر. (۱۳۸۰). **روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی**. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
- سجادی، حمیرا و صدرالسادات، جلال. (۱۳۸٤). **"شاخص‌های سلامت اجتماعی"**. مجلهٔ علمی‌آموزشی اقتصادی‌اجتماعی اطلاعات. ش۲۰۷.
- شهریاری پور، رضا و مرادی، فرشاد. (۱۳۹۵). **"مروری بر عوامل مؤثر بر سلامت اجتماعی در دانشجویان"**. فصلنامه سلامت اجتماعی و اعتیاد. سال ۳، شماره ۲۱، صفحات ۱۰۲-۷۳.
- عبدالله تبار، هادی؛ کلدی، علیرضا؛ محققی کمال، سید حسین؛ ستاره فروزان، آمنه و صالحی، مسعود. (۱۳۸۷). **"بررسی سلامت اجتماعی دانشجویان"**. فصلنامهٔ رفاه اجتماعی. سال ۸ (۳۰و۳۱).
- فروم، اریک. (۱۳۸۵). **جامعهٔ سالم**. اکبر تبریزی. چاپ٤، تهران: بهجت
- فتحی، منصور؛ عجم نژاد، رضا و خاک رنگین، مریم. (۱۳۹۱). **"عوامل مرتبط با سلامت اجتماعی معلمان مراغه"**. فصلنامهٔ رفاه اجتماعی. سال ۱۲، شماره ٤۷.
- فارسی نژاد، م. (۱۳۸۳). **"بررسی رابطه سبک‌های هویت با سلامت اجتماعی و خودکارآمدی تحصیلی در دانش آموزان دختر و پسر پایه دوم دبیرستان‌های شهر تهران"**. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
- کرایب، یان. (۱۳۸۳). **نظریهٔ اجتماعی مدرن از پارسونز تا هابرماس**. عباس مخبر. تهران: آگاه

- گیدنز، آنتونی. (۱۳۹۳). **جامعه شناسی**. حسن چاوشیان. تهران: نشر نی
- میلر، سی دلبرت. (۱۳۸٤). **راهنمای سنجش و تحقیقات اجتماعی**. هوشنگ نایبی. تهران: نشرنی
- هزارجریبی، جعفر و صفری شـــالی. (۱۳۹۱). **آناتومی رفاه اجتماعی**. چاپ اول، موسسه انتشاراتی جامعه و فرهنگ
- Bowling, A. (1998). **Measuring Health**. Philadelphia: Open University Press.
- Garrido, M. and Azpiazo. (2002).**Using the SF-36 With Older Adults: Across- Sectional, Community- based Survey, Age & Aging.** British Geriatrics Society.
- Glicken, M. D. (2011). **Social Work in the 21st Century: An Introduction to Social Welfare, Social Issues, and the Profession.** 2 Edition, Sage Publication Inc.
- Leplege, A. (1999). **Les Measures de la Qualite de vie.** Paris: P.U.F.
- Keyes, C.M. and Shapiro, A. (2004). **"Social Well-being IN The U.S.: A Descriptive Epidemiology".** Orville Brim: Carol D. Ryff & Ronald C. Kessler (Eds), *Healthing Are You? A National Study OF Well-being Of Midlife*. University Of Chicago Press
- keyes,C.M. shmotkin,D.Ryyf, D.D.(2004). **"optimizing well- being: the Emprical Encunter of two traditities".** Journal of personality and social phchology
- keyes, C.M. shmotkin,D.Ryyf, D.D. (2004). **"optimizing well- behng: the Emprical Encunter of two traditities".** Journal of personality and social psychology.
- Larson, J.S. (1996). **"The World Organization Definition Of Health: Social Versus Spiritual Health".** Social Indicator Research, 38.
- Mohaqeqi Kamala.& at. (2015). **"Territorial analysis of social welfare in Iran".** Journal of International and Comparative Social Policy.
- Stringhini, S., Dugravot, A., Shipley, M., Goldberg, M., Zins, M., & Kivimäki, M. (2011). **"Health behaviors, socioeconomic status, and mortality: further analyses of the British Whitehall II and the French GAZEL prospective cohorts".** PLoS Medicine, 8 (2), e1000419, Doi: 10.1371/journal.pmed.1000419
- Wilkinson, R.G. (1996). **Unhealthy Societies: from Inequality to well-being.** Routledge, London.

۱۲

تحول تجربه زنانه عشق و ازدواج: مطالعه‌ای مردم‌نگارانه بر زنان تحصیل‌کرده و شاغل شهری در تهران

سهیلا علیرضانژاد[۱]

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۸/۹
تاریخ پذیرش مقاله:۱۳۹۶/۱۱/۲

این مقاله در پی شناخت تاثیر عاطفه عاشقانه بر شکل‌بندی ازدواج است. روش پژوهش، روند پژوهی مردم‌نگارانه بود و داده‌ها در خلال یازده سال (۱۳۸٤ تا ۱۳۹۵) از طریق مصاحبه‌های عمیق و مشاهده گردآوری شد. نمونه‌گیری در این پژوهش، هدفمند بود و افراد عمدتا بر حسب تحصیلات، شغل و سن انتخاب شدند. این مقاله براساس یافته‌های حاصل از مشارکت داوطلبانه ٤٦ تن از زنان شاغل و دارای تحصیلات دانشگاهی ساکن تهران فراهم شد. یافته‌ها نشان می‌دهد که در نسل‌های جوان‌تر زنان، عشق تبدیل به امری ضروری در ازدواج شده است، در حالی‌که در بین زنان مسن‌تر عشق چندان مهم نبود و ازدواج از اهمیت زیادی برخوردار بود. همچنین، در خلال زمان ضرورت ازدواج به مثابه نابود کننده عشق، به چالش کشیده شد. با توجه به وجود یا عدم وجود عشق، سه نوع ازدواج سنتی، ازدواج انتخابی عاقلانه و ازدواج عاشقانه شناسایی شده است. چالش‌های ازدواج عاشقانه از دوگانه‌های مهم حاصل از تجربه عاشقانه شامل عشق سنتی/رابطه مدرن، زن معشوق/عاشق، مرد عاشق/شوهر و زن معشوق/همسر ناشی می‌شود. در ازدواج سنتی و ازدواج انتخابی لزوما عشق پس از ازدواج دیده نشد.

واژگان کلیدی: عشق، ازدواج، عشق رمانتیک، معشوق، همسر، عاشق و شوهر

---

۱. دانشیار، جامعه‌شناسی، دانشکده علوم انسانی، واحد گرمسار، دانشگاه آزاد اسلامی، گرمسار، ایران E-mail: Soal802001@gmail.com

مقدمه

در جهان مدرن، رابطه مبتنی بر عاطفه عاشقانه بیش از همیشه مورد توجه و درخواست افراد، به ویژه زنان است. نهاد ازدواج به طور سنتی در ارتباط با عشق نبود، اما در دوره مدرن و با رشد فردگرایی، ازدواج هر چه بیشتر با عشق مرتبط شده و عشق به مثابه عنصر ضروری زندگی مدرن شناخته شد (Giddense, 1992). به‌طور سنتی عشق در زندگی زن ایرانی امری مغفول بود (علیرضانژاد و سرایی، ۱۳۸۶؛ بروگش، ۱۳۶۷؛ سرنا، ۱۳۶۲). تحصیلات دانشگاهی و اشتغال علاوه بر فراهم کردن فرصت‌های شغلی و فعالیت‌های اجتماعی، عرصه انتخاب همسر را در زندگی زنان شاغل و فعال اجتماعی گسترش داده و امکان نیل به تجربه عاشقانه را افزایش بخشیده است (علیرضانژاد و سرایی، ۱۳۸۶).

ازدواج در سنت‌های جامعه ایرانی از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. به طور معمول در جوامع سنتی بین عشق و ازدواج ارتباط چندانی وجود ندارد. در جامعه سنتی ازدواج برای تشکیل خانواده، حفظ منافع خانواده نخستین، شبکه خویشاوندی و کسب امتیازات مادی از اهمیت بسیار زیادی برخوردار بود، اما در جامعه مدرن ازدواج هر چه بیشتر با عشق مرتبط شد (سگالن، ۱۳۸۸: ۱۲۶). شاید برای بسیاری از زنان، هدف از ورود به رابطه عاشقانه ازدواج باشد، اما پذیرفتنی است که تمایل به تجربه عاشقانه رو به فزونی است.

در فرهنگ ایرانی، زن به مثابه سمبل و محمل عشق شناخته می‌شود و ادبیات فارسی مشحون از مفاهیمی در این باره است. اما در واقع از یک‌سو، زن به‌مثابه معشوق مطرح است و از دیگر سو، انتظار می‌رود که به عنوان همسر، عاشقانه فراز و فرودهای زندگی را بر دوش کشد و در رساندن آن به سرمنزل مقصود نقشی شایسته ایفا کند. به نظر می‌رسد که ظرفیت‌های متفاوت عشق ورزیدن، در کنار انتظارات از عشق و ازدواج؛ توجه به چالش‌های ناشی از عشق را در خانواده ضروری می‌سازد. براین اساس، در این تجربه علمی که بیش از یک دهه از عمر پژوهشگر را به خود اختصاص داد، تلاش شده است تا به این پرسش پاسخ گفته شود که برای زنان تحصیل‌کرده که به عناصر مدرن اشتغال و تحصیلات دسترسی دارند و احتمالا به دلیل حضور در اجتماع، عاقلانه می‌اندیشند و امکان تجربه عشق را دارند، رابطه بین عشق و ازدواج چگونه است و عاطفه عاشقانه چگونه بر ازدواج تاثیر می‌گذارد؟

پیشینه پژوهش

اگر چه به ویژه در دهه اخیر، توجه به عشق و ربط آن به ازدواج در نزد جامعه‌شناسان فزونی یافته است، اما از جمله پژوهش‌های پیشین که به تجربه این پژوهش نزدیک است می‌توان به تجربه امیلی هنکوک[1] که به مطالعه داستان زندگی بیست و پنج زن آمریکایی از طبقات و گروه‌های مختلف سنی پرداخت، اشاره کرد[2]. او در اواخر دهه ۱۹۸۰ پژوهش خود را بر روی زنانی که در سنین سی تا هفتاد و پنج سال بودند، اجرا کرد (Giddense, 1992: 53).

روش شناسی پژوهش

انجام پژوهشی که به فهم عاطفه عاشقانه، از یک‌سو و ظهور ازدواج از سوی دیگر، مربوط است، ارتباط ویژه‌ای بین پژوهشگر و مشارکت‌کنندگان در پژوهش را می‌طلبد. این پژوهش با استقرا و رجوع به واقعیت آغاز شد و به‌تدریج با شکل گرفتن اولین مفاهیم، رجوع به نظریات نیز به روند اجرای آن افزوده شد. بدین ترتیب چارچوب نظری در این پژوهش وجود نداشت، اما حساسیت نظری در خلال پژوهش همواره پژوهشگر را در ساختن مفاهیم

1. Emily Hancock

۲. تجربه عاشقانه و تحول آن از مفاهیم محوری در این پژوهش است، اما به دلیل اجتناب از اطناب کلام، در جای دیگری به طور خاص به آن خواهیم پرداخت.

یاری رسانده است. با توجه به نحوه گردآوری اطلاعات و نیز منطقی که بر اجرای پژوهش حاکم است، روش انجام این پژوهش مردم‌نگاری بود. ابزار گردآوری اطلاعات، مصاحبه عمیق، گفتگوهای مداوم و مشـــاهده در شرایط و موقعیت‌های مختلف بود. مشارکت‌کنندگان در زمان‌های مختلف به پژوهشگر دسترسی داشتند. در آغاز دسترسی به ایمیل و پس از آن شبکه‌های اجتماعی از قبیل وایبر، تلگرام و ایمو، این ارتباط را تسهیل کرد. پژوهشگر نیز در فاصله‌های زمانی با مشـــارکت‌کنندگان در پژوهش تماس گرفته و در صورت تمایل آنان، بحث و گفتگو در باره آخرین شرایط و تجربه‌های آنان انجام می‌شد. نمونه‌گیری در این پژوهش عمدتا نمونه‌گیری هدفمند بود. سن، تاهل یا تجرد زنان در کنار تحصیلات و وجود یا عدم وجود تجربه عاشقانه از جمله صفاتی بود که برای انتخاب نمونه مورد استفاده قرار گرفت. در این باره تمایل فرد برای مشارکت در این پژوهش نیز مهم بود. چهل و شش زن دارای تحصیلات دانشگاهی و شاغل (متولدان دهه ۱۳۲۰ تا پایان دهه ۱۳۶۰) در خلال ۱۱ سال آگاهانه و داوطلبانه تصمیم گرفتند تا در این پژوهش مشارکت نمایند. این افراد به تدریج به پژوهش پیوستند و به استثنای یک نفر که به خارج از کشور سفر کرد و تا مدتی در ارتباط بود، بقیه مشارکت‌کنندگان در پژوهش باقی ماندند. شایان توجه است که با توجه به کدگذاری داده‌ها، مجموعه مفاهیمی شناسایی شد که در صفحات آتی برخی از آن مفاهیم مطرح می‌گردد و رابطه بین آنان شکل دهنده ادراک تئوریک پژوهشگر از واقعیت است.

یافته‌های پژوهش

با توجه به پرســـش آغازین، حساسیت نظری و روش مردم‌نگاری، در رفت و برگشت بین واقعیت و نظریات، یافته‌های این پژوهش در ارتباط با مفاهیم مطروحه زیر و نیز رابطه بین خود آنان قابل طرح است.

۱.مفهوم عشق

عشق، عاطفه‌ای اجتماعی[1] و پدیده‌ای چند بعدی و چند پهلوست که هم‌زمان سطوح متفاوتی از شدت و ضعف، بارهای معنایی متفاوت و گاه متضادی را حمل می‌کند (Brody, 2001: 15). عشـــق در نزد برخی صاحب‌نظران به مثابه عاطفه، در نزد برخی دیگر به منزله رابطه و حتی نیاز تعریف می‌شود. فردریکسون آن را پدیده‌ای در حد فاصل نیاز و رابطه می‌داند (Fredrickson, 2013) عاطفه عاشـــقانه معمولا سلامتی و خوشی افراد را تحت تاثیر قرار می‌دهد (Harrison, 1986). جکسون برخلاف گیدنز (۱۹۹۲) معتقد است که عاطفه عاشقانه منجر به ظهور شـــکل خاصی از رابطه اجتماعی می‌شـــود (Jackson, 1993: 202)، اما به زعم گیدنز، افراد در جستجوی رابطه خاص می‌توانند این رابطه را بارها تکرار کنند (Giddense, Ibid). براون می‌گوید عاطفه عاشقانه موجب می‌شود تا شخصی به دلیل پاره‌ای از خصوصیات که در او تجسم یافته است، عزیز داشته شود. به‌زعم او، این عاطفه در برابر گذر زمان نیز مقاوم باقی می‌ماند (هلم، ۱۳۹٤: ٥٦-٥٥). با درک دو سویه (همان: ۵۹) از رابطه عاشقانه، همدلی در این عاطفه بسیار مهم اســـت (Kleinman & Good, 1985: 77-84; Koveces, 1990: 54-62) پیس و پیس[2] (۲۰۰۹) همه‌گیر و جهانی بودن عشق را ناشی از منشاء زیست‌شناختی آن می‌دانند. در زندگی بشر اشکال متفاوتی از عشق مشاهده می‌شود (نوسباوم و همکاران، ۱۳۹۰: ۷). نکته مهم آن است که با متبلور شدن عشق، رابطه‌ای شکل می‌گیرد. در اولین مراحل تجربه عاشقانه، فردیت عاشق و معشوق در هم می‌آمیزد، اما با آغاز رابطه هر یک از دو فرد به خودهای فردی‌شان بازمی‌گردند (کاروتینوتو، ۱۳۹٤: ۸۵). به‌طور سنتی، عشق جستجوی فردی خاص است که برای من و فقط من آفریده شده است، اما گیدنز این سنت را به چالش می‌کشد (Giddense, 1992). به چالش کشیده شدن این باور سنتی در باره عشق، مهم‌ترین تغییر در تجربه عاشقانه است که در نزد مشارکت‌کنندگان در

1. Social emotion
2. Peace and Peace

این پژوهش نیز دیده شد؛ بدین معنا که در حالی که زنان مسن‌تر از این ایده که عشق تنها یک بار رخ می‌دهد دفاع می‌کردند، زنان جوان‌تر از تجربیات متعدد عاشقانه خود سخن گفتند.

برشلید و هاتفیلد[1] دو نوع عشق سودایی و پرحرارت[2] و عشق دوستانه و توام با همراهی[3] را معرفی می‌کنند (Feher&Broughton, 2001: 116-117; Dion&Dion, 1993: 2). مشارکت‌کنندگان در این پژوهش معمولا دو ایده کلی عشـــق و دوست‌داشـــتن را برای بیان تجربه خود به کار گرفته‌اند که تقریبا با مفاهیم عشق سودایی و عشق دوستانه همخوانی دارد. این دو نوع متفاوت از احساس صمیمیت منجر به شکل‌گیری انواع متفاوتی از ازدواج می‌شود. شایان توجه است که عشق در زمان‌ها و مکان‌های مختلف پدیده‌ای ثابت و یکسان نیست.

الف.عشق به مثابه پدیده‌ای زمانمند

به‌طور سنتی انتظار می‌رود که عشق پایدار و بی‌پایان باشد. به همین دلیل امکان پیوند عشق و ازدواج ممکن است (آرمســـترانگ، ۱۳۹۳: ١٤)، اما گیدنز و فردریکســـون عشق را کوتاه مدت و زمانمند معرفی می‌کنند (Giddense, 1992: 40-41; Fredrickson, 2013: 6). از نظر گیدنز، عشق رمانتیک این احساس را در فرد ایجاد می‌کند که آشنا و همزاد روحی خود را یافته است. از این‌رو، این فرض می‌تواند در ذهن عشاق ایجاد شود که آنان خواهند توانست رابطه‌ای بلند مدت، پایدار و توام با شادی داشته باشند (Giddens, 1992: 58). از منظر تاریخی حداقل سه نوع عشق شخصی در بین بزرگسالان گزارش شد که عبارت اند از:

۱. عشق رمانتیک سنتی که معمولا مخفی و محدود به روابط پراکنده و گه‌گاه، بین عشاق است. این نوع عشق فاقد رابطه جنسی و شامل نوعی حس حسرت[4] است (Ratner, 2000: 12). در این نوع از عشق، عاشقی یک عمل اخلاقی است (Capellanus, 1954 , Ratner, 2000: 12) که عمدتا در دوران فئودالیته مشاهده می‌شد.

۲. عشق مبتنی بر دوستی عقلانی که نوعی عشق تدریجی- عقلایی است که به تدریج با شناخت ویژگی‌ها و اعمال یک فرد ارتقا می‌یابد و معمولا بادوام‌تر از عشق رمانتیک است (Rather, 1991: 81-80; Illouz, 1997: 4-6). این عشق در دوران انقلاب صنعتی و پس از آن ظاهر شد.

۳. نوع ســـوم عشـــق رمانتیک جدید است. این عشـــق نوعی احساس ســـودایی مبتنی بر لذت جسمانی، غریزی، خودبخودی و غیرقابل مقاومت است (Illouz, 1997: 29-32). این عشق عمدتا در دوران مدرن مشاهده شده و به لحاظ تاریخی پس از عشق مبتنی بر دوستی عقلانی ظاهر گردیده است.

زمانمند بودن تجربه عاشقانه در نزد اغلب مشارکت‌کنندگان در این پژوهش مشاهده شد. در نزد بسیاری از این زنان، حتی آنانی که ازدواج پایداری داشتند، عشق تجربه‌ای کوتاه مدت بود- اما در عین حال اغلب آرزوی دستیابی به عشـــقی پایدار و توام با آرامش با آنان همراه بود. تجربه زنان متاهل در این پژوهش نشـــان می‌داد که با توجه به کوتاه مدت بودن احســـاس عاشـــقانه، احتمالا ازدواجی که با نوعی از عاطفه عاشقانه آغاز می‌شود با همان شرایط تداوم نمی‌یابد. در این پژوهش زنان جوان‌تر، به ویژه متولدان پایان دهه شصت، نوعی کاهش توجه به روابط بلند مدت را به نمایش می‌گذاشتند.

تجربه عشق در بین زنان مشارکت‌کننده در این پژوهش، در دوره‌های مختلف سنی، متفاوت بود؛ به عبارت دیگر، کیفیت رابطه در دوره‌های مختلف ســـنی متفاوت اســـت- همچنان که در تجربه مغرب زمین دیده شد که عشق از نوع رمانتیک سنتی به مدرن تحول یافت. زنان مسن‌تر مشارکت‌کننده در این پژوهش عمدتا به دنبال عشق دوستانه

1. Berscheil and Hotfirld
2. passionate love
3. companionate
4. yearning

بودند که از آن با عنوان "دوســت داشــتن" یاد می‌کردند، در حالی که زنان جوان‌تر عمدتا به دنبال عشق رمانتیک مدرن بودند. زمانمند بودن عشق عملا کیفیت رابطه عاشقانه را دگرگون می‌کند. ویژگی زمانمندی علاوه بر تعلق به دوره‌های تاریخی، از خلال زندگی فردی هم قابل مشــاهده اســت. در خلال زندگی یک فرد نشانه‌ها، شکل و علائم عشق دگرگون می‌شود. این تحول در بین زنان مشارکت‌کننده در این پژوهش نیز مشاهده شد. انسی (متاهل[1] و متولد دهه ۱۳۲۰) می‌گوید:

"من فکر می‌کنم تو هر سنی یک جور عاشق می‌شوی. هر عشقی یک حادثه منحصر به فرد است... ".

ارغوان (مجرد و متولد اواخر دهه ۱۳۶۰) که حدود چهل ســال با انســی فاصله سنی دارد، نیز این تفاوت را در تجربه زیسته خود گزارش کرد. ارغوان می‌گوید:

"... فکر می‌کنم با توجه به میزان بلوغم ... آدم نگرشش به همه چیز با جزئیات فرق می‌کنه... الان احساس می‌کنم فرق می‌کنه... خیلی معقول‌ترم یعنی...".

براین اساس به نظر می‌رسد که یک زن در سنین مختلف، اشکال مختلفی از عشق پرحرارت تا عشق دوستانه و بالغانه[2] را تجربه می‌کند.

ب. مفهوم عشق و امید رابطه برابر

گیدنز معتقد اســت که در عشــق رمانتیک افراد در جستجوی شریک زندگی کامل[3] هستند اما با عشق توامان[4]، فرد در جســتجوی رابطه کامل[5] اســت و اگر یک فرد این شرایط را برای زن یا مرد فراهم نمی‌کند، او همچنان به پیش می‌رود تا بالاخره آن رابطه را بیابد (Smart, 1997: 307). عشق رمانتیک ظاهرا ضامن یک ارتباط بلندمدت و وفادارانه است؛ عشق توامان با این فرض همراه است که برابری در داد و ستد عاطفی وجود دارد (Giddense, 1992: 62) و لزوما تعهد زمانی بلند مدت بر آن مترتب نیست (Ibid). اما عشق رمانتیک به‌طور معمول این انتظار را در بانوان ایجاد می‌کند که نوعی ازدواج مبتنی بر برابری در پیش رو دارند. به نظر می‌رسد که اندیشه این برابری از احترام دوجانبه و احساس عاشقانه (Knandewal, 2009: 596)، ناشی می‌شود.

اندیشــه برابری ناشی از عشق در ذهن بســیاری از مشارکت‌کنندگان در این رابطه مطرح بود. انسی بیش از هر مشــارکت‌کننده دیگری در اندیشه برابری در رابطه عاشقانه بود. ازدواج او در ۱۶ سالگی با همسر ۲۳ ساله‌اش که دانشــجوی دانشــگاه تهران بود، نمی‌توانست نشانگر این برابری باشد. او می‌گوید که همیشه متعجب بود که چرا همسرش به جای ازدواج با او با یکی از دختران دانشجو ازدواج نکرده است. انسی در شانزده سالگی مردی صاحب مردانگی هژمونیک مدرن را برای زندگی انتخاب کرد. انسی ضمن آن که عشق را در رابطه برابر می‌دید، اما عملا وقوع آن را محتمل نمی‌دانست.

مصاحبه‌ها و مشــاهدات انجام شــده در خلال این پژوهش نیز نشــان می‌دهد که بسیاری از زنان شرکت‌کننده در پژوهش عشــق ســودایی را معادل عشق می‌دانند. آنان دو نوع عشق سودایی (ترکیبی از عشق شهوانی و عشق رمانتیک) و عشق دوستانه را با عنوان "عشق و دوست داشتن" به مثابه دو نوع اصلی عشق، مطرح کردند. از نظر شیرین (مجرد و متولد اواخر دهه ۶۰) عشق چیزی است که به واسطه آن، زن خود را می‌بینند. در نظر او نکته مهم این نیست که دیگران زن را می‌بینند، بلکه نکته مهم این است که همراه با توجه "آن دیگری" به زن، از طریق عاطفه

---

۱. با توجه به زمان طولانی پژوهش، شایان توجه است که ویژگی وضعیت تاهل با توجه به آخرین وضعیت مشارکت‌کننده در پژوهش معرفی شده است. ممکن است فردی که هم اکنون با وضعیت مطلقه، متاهل یا متارکه معرفی می‌شود در آغاز پژوهش شرایطی کاملا متفاوت داشته است.

۲. این اصطلاح توسط آرمسترانگ (۱۳۹۳: ۱۵) مطرح شده است.

3. perfect partner

4. confluent love

5. perfect relationship

عاشقانه، زن هم خود را می‌بیند. این نکته که زن خود را به مثابه نگریسته، می‌بیند در تجربه ستاره (مطلقه و متولد اواخر دهه پنجاه) قابل مشاهده است. ستاره بعد از جدایی از همسرش خود را عاری از زنانگی می‌دانست. بدون وجود یک عاشق او قادر به تشخیص خود به مثابه یک زن نبود. این‌طور به نظر می‌رسد که ستاره برای دیدن خود به یک نگرنده نیاز داشت. در این جا رابطه سلطه مشاهده می‌شود و نمی‌توان این روابط را مولد برابری دانست، زیرا همسر او حداقل با توجه به مکالمات بین او وستاره، خود را در چنین شرایطی نمی‌دید.

۲.دوگانه‌های مرتبط با عشق و ازدواج

برای شناخت رابطه بین مفاهیم عشق و ازدواج، می‌توان مجموعه‌ای از دوگانه‌ها را به شرح زیر شناسایی کرد:

الف.عشق سنتی، رابطه مدرن

فرانسیسکا کانکیان[1] نشان داد که تا پیش از اواخر قرن ۱۸ منظور از عشق، ازدواج بود. در این شرایط عشق ناشی از همدمی[2] در پیوند با مسئولیت دوگانه شوهر و زن برای اداره خانواده و مزرعه، ایجاد می‌شد و خانواده با نظم شکل می‌گرفت. بنجامین وادزورث[3] می‌گوید در نزد زوج ازدواج کرده، وظیفه عشق دوسویه بود و هر یک باید آن را نسبت به دیگری اجرا می‌کرد، اما با تقسیم سپهرها، پرورش عشق عمدتا وظیفه‌ای زنانه شد. شرایط ویژه مردان در بهره‌مندی از روابطی بیرون از خانواده، نوعی استاندارد دوگانه را فراهم می‌آورد که عشق معزز[4] را تبدیل به امری عمدتا زنانه می‌کرد (Giddense, 1992: 43).

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که تجربه عاشقانه عرصه‌ای می‌آفریند که زن در آن از حقوق ویژه‌ای برخوردار است یا این انتظار می‌رفت که از این حقوق برخوردار شود. زنان به طور معمول از مرد عاشق انتظار دارند تا از آنان مراقبت و به آنان توجه کند. قدرت مرد به او اجازه مراقبت از زن را می‌دهد. ازدواج مبتنی بر عشق به زن این اجازه را می‌دهد که تحت حمایت شوهر/عاشق از حمایتی همیشگی برخوردار شود. ازدواج عاشقانه در دوران مدرن زن را با دوگانه شوهر/عاشق[5] مواجه می‌کند که در شرایط پیشین مطرح نبود. در تجربه این زنان، انتظارات و وظایف دو نقش عاشق و شوهر یکسان نیست، اما عملا در ذهن زن این دو به یک موجود تبدیل می‌شود. از خلال مصاحبه‌ها مشاهده شد که یکی از مهم‌ترین درخواست‌های رفتاری زنان از مردان آن است که با آنان سخن بگویند و به سخنانشان گوش فرادهند. همچنین آنان انتظار دارند که مرد عاشق به آنان اجازه دهد تا در قدرت او شریک شده و از حمایت بی‌قید و شرط او بهره‌مند شوند. ظاهرا به درخواست اول که وظیفه عاشق است، توجه کافی مبذول نمی‌شود و زنان لزوما شریک قدرت شوهر نیستند حتی اگر از حمایت او برخوردار باشند.

در تجربه اغلب زنان مشارکت‌کننده در این پژوهش و همچنین مردانی که در بحث‌های گروهی شرکت کردند و به گفتگو با پژوهشگر پرداختند، عاشقی به طور سنتی- حداقل در آغاز رابطه- وظیفه‌ای مردانه است. در رویکردی متفاوت، وایتهد (۲۰۰۳) معتقد است که در احساس دوست داشتن و دوست داشته شدن، زن و مرد کاملا یکسان هستند. وایتهد همچنین متذکر می‌شود که رابطه زنان و مردان هیچ‌گاه، به اندازه امروز پیچیده نبود. علت این پیچیدگی به این ایده مربوط است که زن امروزی، گزینه‌هایی بسیار بیش‌تر از هر زمان دیگری، در اختیار دارد (۲-۱). زنان مشارکت‌کننده در این پژوهش نیز به دلیل دسترسی به اشتغال و تحصیلات از فرصت انتخاب‌های بسیاری در مقایسه با زنان فاقد این مشخصات برخوردارند. وایتهد، جمله‌ای را از یکی از زنان مشارکت‌کننده در پژوهش خود مطرح

1. Francesca Cancian
2. companionate love
3. Benjamin Wadsworth
4. respectable love

۵. این مفهوم که در خلال پژوهش ساخته شد، در سطور آتی مورد بحث قرار می‌گیرد.

می‌کند: "زنان ممکن است که عشق سنتی[1] را بخواهند، اما آن‌ها روابط سنتی[2] را نمی‌خواهند» (2003: 3) این جمله بخش بزرگی از واقعیت زندگی عاشقانه زنان مشارکت‌کننده در این پژوهش را به نمایش می‌گذارد. دوگانه احساس عاشـــقانه و رابطه عاشقانه که اولین بار توسط آرمسترانگ به آن اشـــاره شد (۱۳۹۳: ٤٠) در اغلب زنانی که در این پژوهش شرکت کردند، مشاهده شد. اغلب آنان در جستجوی رابطه عاشقانه بودند تا به خوشبختی نایل شوند. اما نحوه بیان عاطفه[3] عاشقانه در بین آنان متفاوت بود. حداقل تا یک دوره سنی، بخش بزرگی از احساس خوشبختی زنان به ازدواج و رابطه باثبات مربوط بود. زنان مشارکت‌کننده در این پژوهش از قبیل هانیه (متاهل و متولد اواخر دهه ٤٠)، شـــهرزاد (متاهل و متولد نیمه دهه ٤٠)، شـــیوا (مطلقه و متولد اواخر دهه ٤٠)، آرامش (مطلقه و ازدواج مجدد متولد اواخر دهه ٥٠)، پری (مجرد و متولد اواخر دهه ٥٠) و ستاره (مطلقه و متولد اواخر دهه٥٠)، رعنا (مطلقه و متولد آغاز دهه ٦٠) و ارغوان (مجرد و متولد اواخر دهه ٦٠) از عاطفه عاشـــقانه، احترام، توجه، و مورد حمایت قرار گرفتن را انتظار داشتند. این زنان علی‌رغم تمایل به آزادی عمل و برابری، مصرانه مایل به دریافت حمایت‌های سنتی مردان عاشق هستند. ارغوان انتظار داشت «از این‌که... وقتی را که می‌توانیم با هم بگذارنیم، به کارهای خودم بپردازم... ناراحت نشود و اعتراض نکند". او در عین حال انتظار داشت که وقتی بیمار است، این مرد برای نگهداری و مراقبت از او، بقیه امور را کنار بگذارد و به سوی ارغوان بشتابد. دوگانه عشق سنتی/ رابطه مدرن در خواسته‌های اعظم (مطلقه و متولد نیمه دهه ٦٠)، مهدیه (مطلقه و متولد نیمه دهه ٥٠) و رعنا دیده می‌شود. ستاره نیز مایل بود، برای سرویس‌های دوره‌ای خودرو شخصی‌اش از حمایت همسرش برخوردار باشد. او تعهد و وفاداری را در کنار آزادی برای یک زندگی مســـتقل می‌طلبید. یلدا (متارکه و متولد اواخر دهه ۳۰) نیز وظیفه نان‌آوری، عاشـــق‌بودن و حمایت‌کنندگی مالی همسرش را در کنار آزادی عمل و استقلال برای خود، درخواست می‌کرد. برای محقق شدن این خواسته، آنان شوهرانی همیشه عاشق می‌خواهند که وظیفه عاشقی را هم‌زمان با اجرای وظیفه یک شوهر اجرا کنند.

ب. دوگانه عاشق/شوهر

کانـــل[4] معتقد اســـت که زنانگی موکـــد ازدواج را به مثابه یکی از منابع قدرت مدنظـــر دارد. مردانگی هژمونیک که دارای قدرت، صلابت جســـمانی و منابع مالی اســـت، منشاء این قدرت اســـت (گیدنز، ۱۳۸۹: ۱۷۵). از این‌رو، احتمالا می‌توان پیش‌بینی نمود که زنان هر چه بیشتری به دنبال جلب عاطفه عاشقانه مردانی با ویژگی‌های مردانگی هژمونیک برآیند. به‌زعم بسیاری از زنان، عشق عنصری است که موجب می‌شود تا مرد قدرتمند قدرت خود را با زن شریک شود یا در مقابل او از قدرت خود استفاده نکند. عشق به‌زعم بسیاری از زنان همان عاطفه‌ای است که مرد عاشق را ضعیف می‌کند. جکسون در رویکردی مشابه در این باره می‌گوید عشق می‌تواند به مثابه دامی تلقی شـــود که در آن عاشـــق به طور مطلق به دیگری وابسته است. به زعم جکسون نگاه به عشق به مثابه نوعی قدرت، احتمالا بخشی از جذبه بسیار قدرتمند عشق برای زنان است (Jackson, 1993: 212). امید به جاذبه عشق به مثابه عامل بی‌قدرتی مرد در برابر زن معشوق، فاطمه (متولد نیمه دهه ٤٠) را به سوی ازدواج سوق داد. او می‌گوید: "... یک دفعه خواستگاری کرد.... روی این آدم هیچ سرمایه‌گذاری عاطفی نکرده بودم.... دلم برایش سوخت... یعنی به نظرم خیلی آدم مظلوم و ... به قول خواهرم ... مثل این کفتر چاهی‌ها ... {بود}...".

فاطمه و خانواده‌اش این مرد عاشق را در مقابل فاطمه بی‌قدرت و ازاین‌رو مناسب برای ازدواج می‌دیدند. هانیه نیز عاشق بودن مرد را به مثابه عاملی برای پیشرفت زندگی به سمت دلخواه خود تلقی می‌کرد. برای رعنا و آرامش،

1. traditional love
2. traditional Relationships
۳. عاطفه اجتماعی (social emotion) عاشقانه از ترکیب پیچیده ای از نشانه‌های جسمی و فرهنگی در ذهن فرد برخوردار است و تا زمانی که ابراز نشود، عملا وجود ندارد. این عاطفه پس از ابراز، رابطه اجتماعی (social relationship) ویژه‌ای را بین طرفین عاطفه عاشقانه شکل می‌دهد.
4. Connell

مرد عاشق مردی بود که در برابر همه عالم قدرتمند باشد و در برابر آنان فروتن؛ این فروتنی به زعم آن‌ها از عشق مرد به زن ناشی می‌شود. نکته آن است که مرد عاشق پس از ازدواج تبدیل به شوهر می‌شود و با توجه به زمانمند بودن عاطفه عاشقانه پس از مدتی احتمالا برای همیشه از قالب عاشق به شوهر تغیر موقعیت می‌دهد. چنان‌که پیش از این تذکر داده شد، این دو مفهوم یکسان نیست و مردان در قالب آن رفتارهای متفاوتی دارند و مناسبات یکسانی را هم با زن سامان نمی‌دهند. بدین ترتیب یک دوگانه بسیار مهم دوگانه "مرد عاشق" در برابر "مرد شوهر" است. شوهر مانند عاشق در برابر زن بی‌قدرت نیست و امکان استفاده از منابع قدرت خود را در اختیار دارد، این در حالی است که شوهر همان مردی است که انتظار می‌رود تا رابطه بلند مدت عاشقانه را با زن پس از ازدواج ادامه دهد.

ج. دوگانه زن معشوق/ زن عاشق

زمانمندی و ناپایداری رابطه عاشقانه نکته مهم تاثیرگذار بر ازدواج است. وقتی به دقت به ماجرای شیرین، ستاره، مریم (متولد میانه دهه ٤٠) یا پری (مجرد و متولد اواخر دهه ٥٠) بنگریم، عدم پایداری شرایط عاشق و معشوق را مشاهده می‌کنیم. به عبارت دیگر، "زن معشوق" پس از گذشت زمان و به تدریج به "زن عاشق" تبدیل می‌شود. او معمولا در خلال رابطه عاشقانه و به تدریج ناگزیر از پاسخ‌گویی به توجهی است که دریافت می‌کند. به عنوان یک زن که وارد یک رابطه مبتنی بر عشق- احتمالا عشق رمانتیک- شده است، ناگزیر است که به خود پاسخ دهند که آیا وابســتگی به این فرد خاص تا بدان حد عمیق هســت که بخواهند این رابطه را ادامه دهند؟ پاسخ این پرسش، زن را از معشوق به عاشق مبدل می‌سازد. "زن معشوق" مورد توجه و در معرض احساسات لطیف است، اما "زن عاشق" باید بتواند وفادار، سازگار و متحمل باشد و ناملایمات را تاب آورد. حماسه (متاهل و متولد نیمه دوم دهه ٥٠) حاضر به ایفای نقش عاشق نشد. او می‌گوید: "... هنوز هم خوشحالم که محکم از آن جا بیرون آمدم. پشت سرم را نگاه نکردم... نامزدی به هم خورد ...".

نگار (متاهل و متولد اواخر دهه ٤٠) می‌گوید: "... تو زندگی ... نباید از طبیعت دور شد. این طبیعی است که زن معشوق باشد... ".

سیمین (مجرد و متولد اوایل دهه ٦٠) می‌گوید: "من عاشق نمی‌شوم... رسمش این است که مرد بیاید پیشنهاد دهد .... راحت هم می‌توان ترکشان کرد.... "- برای سیمین مفهوم زن عاشق کاملا بی‌معنا است.

خدیجه (متاهل و متولد میانه دهه ٤٠) و مهدیه نیز عاشقی را نقشی مردانه می‌دانند. مهدیه می‌گوید: "... مرد باید برای تو رنج بکشد... زن باید معشوق باشد".

موقعیت زن به مثابه معشوق، او را در موقعیت ویژه‌ای برای دستیابی به منابع قدرت مرد قرار می‌دهد. پیس و پیس معتقدند که یک مرد عاشق کسی است که "منابع در اختیار خود را با زن شریک می‌شود" (Peace & Peace, 50 :). در بین زنان مشارکت‌کننده در این پژوهش، شوهر همان مردی است که منابع خود را با آنان شریک می‌شود، اما ناپایداری رابطه عاشقانه، مانع از حفظ موقعیت معشوق برای زن در بلند مدت می‌شود.

در شناخت رابطه عشق و ازدواج، توجه به دو تیپ زن عاشق و زن معشوق مهم است. زن معشوق، عشق نمی‌ورزد، اما می‌پذیرد که او را دوست بدارند. در این پژوهش، ثریا (مطلقه و متولد اوایل دهه ٤٠)، حماسه و یلدا ظرفیت عشق‌ورزی چندانی به همسران خود ارائه نکردند. ثریا و حسنا (متاهل و متولد اواخر دهه ٣٠) تقریبا ظرفیت عشق‌ورزی نشان ندادند. گروه دیگری مثل خدیجه می‌توانستند رابطه عاشقانه‌ای با همسرشان برقرار کنند، اما هرگز در عشق پیشقدم نبودند. این تیپ را می‌توان "زن همسر" نامید. این تیپ به قول خدیجه "ظرفیت‌های عشق‌ورزی خود را برای شوهر آزاد می‌کند".

بدین ترتیب، "زن عاشق" در مقایسه با "زن معشوق" ظرفیت بیشتری برای عشق‌ورزی دارد. صحرا به مثابه یک زن معشوق درباره همسرش می‌گفت: "من احساس می‌کنم که شوهرم عاشقم است.... یعنی احساس می‌کنم که هر کاری بکنم او همچنان کنارم می‌ماند... "- زن معشوق آماده دریافت حمایت بی‌پایان است.

د. دوگانه همسر /معشوق

دوگانه دیگری در روایت‌های زنان مشارکت‌کننده در این پژوهش مشاهده می‌شود و آن دوگانه همسر/معشوق است. گیدنز می‌گوید: زن به مثابه موجودی که "عشق می‌ورزد و توجه می‌کند" و از "من"، "ما" می‌سازد، درک می‌شود (Giddense, 1992: 53). این رویکرد که در نزد بسیاری از زنان مشارکت‌کننده در این پژوهش دیده می‌شود، در کنار استقلال‌طلبی آنان ترکیبی از احساس سنتی و رابطه مدرن را به نمایش می‌گذارد. به عبارت دیگر، آنان در عین تمایل به معشوق بودن و مورد حمایت واقع شدن، به مثابه یک همسر قرار است عشق بورزند، توجه کنند و یک ما بسازند. این دوگانه، زن را با تناقض ویژه‌ای در زندگی خانوادگی مواجه می‌کند. یافته‌های این پژوهش نشان داد که موقعیت‌های همسر و معشوق برای زنان مشارکت‌کننده به مثابه دو موقعیت رقیب مطرح است. در حالت اول، زنی که در موقعیت معشوق قرار دارد، با پیشنهاد ازدواج و ارتقا به موقعیت همسر مواجه می‌شود- مهمترین نکته در این جا ثبات موقعیت همسر و بی‌ثباتی و غیرقابل اعتماد بودن موقعیت معشوق است؛ اما زن در مقام همسر خیلی زود خود را درگیر ثبات و روزمرگی زندگی خانوادگی دیده و نگران از دست دادن عشق مرد است. ترس از دست دادن عشق و احتمال وجود زنان دیگری که دچار این روزمرگی نیستند، معمولا نگرانی بزرگ زن به مثابه همسر است. صحرا که علی‌رغم سنگین‌ترین مشکلات در کنار همسرش باقی ماند، وقتی که با جمله "... تو همسر و او معشوق من است... کسی جای تو را نمی‌گیرد..." مواجه شد، برای همیشه همسرش را ترک کرد. زن در موقعیت همسر حتی ممکن است با خود پیشین خود (در موقعیت معشوق) نیز در رقابت قرار گیرد. ترس از دست دادن موقعیت معشوق در طیبه(متاهل و متولد نیمه دهه ۴۰)، از این نوع است. او با گذشت سالیان احساس می‌کند که عشق همسرش را از دست داده است. همین نگرانی در هانیه نیز به چشم می‌خورد. موقعیت‌های همسر و معشوق هر یک برخی از خصوصیاتی را در اختیار دارند که زن مدرن آن را به طور توامان می‌خواهد.

۳.عشق و ازدواج

سرزبی[1] ازدواج را ساده‌ترین الگو برای رام شدن رازوری عشق، می‌بیند (۱۹۸۳: ٦-۵). از سوی دیگر، ازدواج به مثابه یک نهاد اجتماعی، بسیار بیش از تامین نیاز روحی افراد برای یافتن یک همدم است؛ اما امروزه عشق و ازدواج بیش از هر زمانی شخصی شده است (گیدنز، ۱۳۸۵: ۳۰). با شخصی‌تر شدن ازدواج، می‌توان انتظار داشت که نقش عشق در آن فزونی یابد. مطالعات انجام شده نشان می‌دهد که در ایران هم اکنون عشق به مثابه امری ضروری در ازدواج که موجب رضایت‌مندی است، شناخته می‌شود (حفاظی طرقبه و همکاران، ۱۳۸۵).

کونتز متذکر می‌شود که ازدواج مبتنی بر عشق در پی ساختن نهادی استوارتر و تشویق زوجین به وفاداری است (Concian, 1986 ؛Coontz, 2005: 149-55). براین اساس می‌توان نتیجه گرفت که وجود عشق، خانواده‌ای پایدار و متعهد را می‌سازد. در دوره‌های اخیر این اندیشه که عشق اگر نگوییم مهم‌ترین عامل، حداقل یکی از عوامل مهم در ازدواج است، در اندیشه اغلب صاحب‌نظران دیده می‌شود (Jackson, 1993: 203; Luhmann, 1986). جکسون متذکر می‌شود که لومان به نوعی مناسبت و همراهی بین عشق رمانتیک و جامعه مدرن معتقد است. گیدنز می‌گوید که عشق رمانتیک طلیعه شکل گرفتن ازدواج برمبنای گرایش دو سویه است، در حالی که پیش از آن گرایش دوسویه زوجین مطرح نبود. گیدنز نهایتا ازدواج بر اساس عشق ناب را معرفی می‌کند که رابطه، به دلیل نفس رابطه شکل گرفته و تحت تاثیر شرایط اجتماعی و اقتصادی زندگی بیرونی نیست. در این حالت، رضایت عاطفی دو طرف نکته مهم و موثر است (Giddense. 1992 ؛ جلایی پور و گرامیان نیک، ۱۳۹۱: ۱۱).

به نظر می‌رسد که برای بسیاری از زنان مشارکت‌کننده در این پژوهش، عشق برای ازدواج مطرح است، اما مجموعه انتظاراتی پیرامون آن مطرح است که احتمال وجود رابطه ناب را ضعیف می‌کند. برخی از زنان مشارکت‌کننده در این

1. Sersby

پژوهش، ازدواج را به مثابه نافی عشق تلقی می‌کردند، در حالی که عده‌ای دیگر عشق را برای ازدواج امری ضروری می‌دانستند. شهرزاد و انسی معتقد بودند که با ازدواج، عشق می‌میرد. حنا (مجرد و متولد نیمه دهه ٦٠) نیز بین عشق و ازدواج ناهمگونی می‌بیند. او می‌گوید: "عشق به نرسیدن است. در زندگی زناشویی عشق می‌میرد...". حنا براین باور است که عادت و روزمرگی حاکم بر ازدواج، عشق و شور و شوق حاکم بر آن را از بین می‌برد. هانیه در باره تغییر روابط پس از ازدواج می‌گوید: "... من با شوهرم ازدواج کردم، چون فکر می‌کردم دوستم دارد. عین یک چیزی که فکر کنی بهش تکیه کنی ... یک نحوه قدرت...". اما به زعم هانیه بعد از ازدواج همه چیز عوض شد و احساس قدرتی که این علاقه به او داده بود از بین رفت. هانیه گمان برد که دیگر خواستنی نیست و موقعیت خود را به مثابه یک معشوق از دست داده است. انتظارات ویژه هانیه از مرد عاشق، عملا در مقام شوهر اجرا نشد.

در نظر عده‌ای دیگر از مشارکت‌کنندگان در این پژوهش، ازدواج رخدادی بود که ربط چندانی به عشق نداشت. یلدا در انتخاب نهایی برای ازدواج، با کسی که عاطفه عاشقانه‌ای نسبت به او نداشت، ازدواج کرد؛ زیرا معتقد بود که این ازدواج به او استقلال می‌بخشد. ستاره نیز به عمل مشابهی دست یازید. ثریا نیز در هنگام ازدواج ربطی بین عشق و ازدواج نمی‌دید.

۳،۱. عشق و تیپ‌بندی ازدواج

استفانی کونتز[1] اشاره می‌کند که از دوران کهن، نخبگان ازدواج مدیریت شده[2] را به منظور حفظ یا به دست آوردن امتیازات سیاسی و اقتصادی، پذیرفته و به اجرا درآوردند. همچنین، مردم طبقات پایین‌تربرای بقا ازدواج می‌کردند. ازاین‌رو، ازدواج در هر دو گروه برای ملاحظات عمل‌گرایانه و نه رضایت شخصی از عشق، صورت می‌گرفت (Knandewal, 2009: 586 به نقل از Coontz, 2005: 65-66). بدین ترتیب ازدواج به مثابه یک ضرورت مطرح و از نوع مدیریت شده، بود. در اوایل دوران مدرن دو نوع ازدواج سنتی و ازدواج مبتنی بر عشق گزارش شد. ازدواج سنتی برای مدتی طولانی ادامه یافت (Ibid, 2009: 587). با رشد ازدواج برای عشق، ازدواج به تدریج به مثابه یک قرارداد خصوصی و عرفی بین دو فرد مستقل ظاهر شده (Grossberg, 1985: 108) و از نقش والدین و منافع خانوادگی در تعیین آن کاسته شد. وایتهد می‌گوید که ازدواج سنتی برای زندگی است، اما در ازدواج مدرن، آن‌ها می‌اندیشند که زندگی بسیار طولانی است؛ ازدواج برای عشق است (Withehead, 2003: 69). ایده "ازدواج برای عشق" در بین بسیاری از زنان مشارکت‌کننده در این پژوهش مشاهده شد. کندوال در باره تفاوت بین زنان و مردان برای ازدواج مبتنی بر عشق به تداوم نیاز زنان به ازدواج برای کسب حمایت مادی[3] تذکر می‌دهد (Knandewal, 2009: 588 به نقل از Coontz, 2005: 148-149). در ایران لازم است فشارهای اجتماعی بر زنان ازدواج نکرده را به این ویژگی افزود.

از بین مشارکت‌کنندگان در این پژوهش، آرامش تاکید می‌کند که عشق برای ازدواج است و اگر رابطه عاشقانه به ازدواج نیانجامد، بی‌هدف و بیهوده است. او معتقد است که عشق زندگی خانوادگی بهتری را برای زنان فراهم می‌کند. گیسو(متاهل و متولد نیمه دوم دهه ٤٠) نیز مانند آرامش معتقد است که رابطه عاشقانه باید به ازدواج بیانجامد. فریماه (مجرد و متولد نیمه دهه ٦٠) در ۱۹ سالگی عاشق شد و می‌گوید: "... قصدمان ازدواج بود...". او می‌گوید: "... بزرگترها نگذاشتند...".

مادر فریماه مایل بود تا دخترش ازدواج سنتی داشته باشد. این مادر معتقد بود که رابطه عاشقانه موقعیت دخترش را در خانواده‌ای که قصد تشکیل آن را دارد، ضعیف می‌کند.

---

1. Stephanie Coontz
2. manipulated marriage
3. material support

یلدا می‌گوید: "{در خانواده ما}... ازدواج به عنوان تشکیل خانواده دادن و بچه‌دار شدن ... جایگاهی داشت، اما عشق توی خانه ما یک چیز ممنوعی بود... ".

در خانواده یلدا عشق به مثابه نوعی خطر و ازدواج به عنوان یک هدف پذیرفته شده در زندگی مطرح بود و دختران برای ازدواج بدون عشق آماده می‌شدند. در این خانواده دو دختر به شیوه انتخابی اما بدون عشق، ازدواج کردند، سومین دختر به شیوه سنتی ازدواج کرد و یک دختر نه عاشق شد و نه ازدواج کرد.

شهرزاد براین باور است که پس از ازدواج، عشق می‌میرد. او پایداری نهاد ازدواج و به تبع آن خانواده را در ارتباط با قرارداد اجتماعی ارزیابی می‌کند: "تو خانواده این‌قدر به زندگی بیرونت پرداختی که به درونت اصلا نمی‌توانی فکر کنی ... زن و شوهرها عاشق هم نیستند. همدیگر را دوست دارند... ".

شهرزاد در باره دلیل ادامه زندگی خانوادگی می‌گوید: "این حق شوهرم است که من با او زندگی کنم... حس اخلاقی و تعهد دارم... ".

اعظم معتقد بود: "... فکر می‌کردم که ازدواج ثبات است". او برای نیل به ثبات، در نقش یک عاشق به ازدواج دست یازید. از نظر آرامش نیز ازدواج پیامد طبیعی رابطه عاشقانه و موجب ثبات در ازدواج می‌شود. در حالی‌که آرامش ازدواج را به مثابه هدف رابطه عاشقانه می‌بیند، برای شیرین ازدواج یک قرارداد است که تغییر آدم‌ها در آن لحاظ نمی‌شود. شیرین می‌گوید: "من در طول سال‌های عمرم تغییر کرده‌ام و این رابطه مرا با دیگران تغییر می‌دهد. او براین باور است که ازدواج احتمالا تنهایی را از فرد می‌گیرد و فرد وارد رابطه‌ای می‌شود که انتظار هست در آن بماند بدون آن که بداند در آینده آن را می‌خواهد".

از سوی دیگر، الهه معتقد است که ازدواج براساس نوعی علاقه ضابطه‌مند و اندیشیده شده صورت می‌گیرد. او متذکر می‌شود که افراد برای آینده با اتکای به گرایش‌های جنسی تصمیم نمی‌گیرند.

سیمین بین عشق و ازدواج، گزینه ازدواج را برمی‌گزیند. او عشق را امری ذهنی و به مثابه مانعی برای یک زندگی شاد می‌بیند. سیمین می‌گوید: "... به نظرم برای ازدواج نیازی به عشق نیست....من دوست دارم یک زندگی اجتماعی کامل داشته باشم و به نظرم ... باید ازدواج کرد ....". به گمان او ازدواج و فرزندآوری، بخشی از زندگی طبیعی است و در این میان، عشق اهمیتی ندارد. نظریات دو نوع ازدواج تنظیم شده و عاشقانه را شناسایی می‌کند، اما با رجوع به واقعیت زیسته می‌توان مشاهده کرد که گزینه سومی توسط زنان مشارکت‌کننده در این پژوهش، خلق شده است.

الف.ازدواج تنظیم شده

ثریا در ۲۱ سالگی ازدواج کرد و دو فرزند دارد. او می‌گوید: " من با خواستگاری ازدواج کردم و بسیار سریع. ... مامان من ... به شدت اصرار داشت که من هر چه زودتر ازدواج کنم. قرار گذاشتند ... همدیگر را ببینیم. ما هم رفتیم ... من خیلی بدم اومد .. خوشم نیامد... مامانم پسندید داماد را به‌طور کامل ... مادر شوهرم که اومد بلافاصله هفته بعد ما را دعوت کرد برای بازدید... مادرم ... دعوت را پذیرفت. اون موقع خانه‌شان .. خیلی بزرگ بود. این باعث شد که مامانم به شدت راغب‌تر شود. تو همون جلسه مامانم قرار خرید حلقه را گذاشت. بابام هیچ چیز نمی‌گفت... گفتم مامان تو حتی از من نپرسیدی نظرت چیه؟ ... گفت نه؛ تو چی می‌خواهی؟ ... منو هل دادند که باهاش ازدواج کنم... عین یک ماشینی که همین‌طور جلو می‌رفت من جلو رفتم.... من اصلا احساسات خاصی یادم نمی‌آید.... ". ثریا می‌گوید: "... زمانی که ازدواج کردم ... انگار یک وظیفه‌ای بوده ... به خودم گفتم این جا هم فقط باید بچه خوبه باشم و فقط رضایت بدهم...". نکته بسیار مهم در ازدواج ثریا نوع خاص عقلانیت او در اداره زندگی است. شاید بتوان آن را "عقلانیت سنتی" نامید. او می‌گوید: "... من همیشه به وظایفم بیشتر از احساسم توجه کردم...". فداکاری برای انجام وظایف در قبال خانواده و فرزندان و به عبارت دیگر گزینش احساس تعهد و عشق خانوادگی در مقابل شادی

و رضایت شخصی، معمولا در زنان طبقات فرودست دیده می‌شود (برنارد، ۱۳۸٤: ٦۳)، اما ثریا و یلدا علی‌رغم تعلق به طبقات فرادســت، در زندگی خود این گزینه را انتخاب و به آن وفادار ماندند. فردیت برای ثریا معنای چندانی نداشت[۱]. او وفاداری به خانواده را همواره حفظ کرده است. حسنا نیز از نظر شیوه عمل به ثریا و یلدا شبیه است. او می‌گوید که تا زمان ازدواج هیچگاه عشــق را تجربه نکرد. حسنا همیشه در زندگی، چارچوب‌هایی را که برای خود تعریف کرده بود، اجرا می‌کرد. حسنا در زمان ازدواج ۲۱ ساله و همسرش ۳۷ ساله بود. او می‌گوید: «من فکر می‌کردم ... مرد خوبی است... همه خیلی ازش تعریف می‌کردند... اینو تو حیاط می‌دیدمش، خوشم نمی‌اومد ازش... هیچ تصوری راجع به ازدواج نداشتم... همه برنامه‌های ازدواج ما ۱۵ روز طول کشید...". حسنا نیز به سرعت و به طور سنتی ازدواج کرد. او نیز به دقت نمای زندگی کامل را شکل داده بود. حسنا می‌گوید: «... زندگی من الگو بود... « الگوی زندگی حسنا، ثریا و یلدا[۲] بسیار شبیه به هم بود. هر سه این زنان در فاصله ۱۹ تا ۲۱ سالگی ازدواج کردند. آنان زنانی از خانواده‌های طبقه متوسط و بالاتر و به خوبی برای اداره خانواده تربیت شده بودند. هر سه زن با توجه به اســتانداردهای موجود، بسیار زیبا بودند. هر سه این زن‌ها ظاهرا بسیار خوشبخت و موفق بودند و مهمانی‌های خوب در خانه خود برپا کرده و بچه‌های خوبی تربیت نموده اند. هر سه زن به خانواده نخستین بسیار متعهد بوده و به دلیل عشق به فرزند و والدین، خانواده خود را متعهدانه مدیریت کردند.

مهدیه نیز ازدواج از پیش هماهنگ شده، داشت، اما الگوی زندگی او با حسنا و ثریا متفاوت است. مهدیه می‌گوید: «... مادرشوهرم به مادرم زنگ زد و گفت که ما می‌خواهیم برای خواستگاری دختر شما بیاییم ... ما از نظر وضعیت مالی و موقعیت خانوادگی، بالاتر از همسرم بودیم... مثلا به پسرش گفت اگر دنبال یک دختر پلوخورده می‌گردی بگذار این را برایت بگیرم ...به این نمی‌شود بگویی عشق... «. مهدیه وارد یک زندگی بدون احساس شد، اما برخلاف موارد پیشین، چند سال بعد با وجود یک فرزند از همسرش جدا شد. همه زنانی که به شیوه مدیریت شده و سنتی ازدواج کردند عملا طلاق نگرفتند، اما حداقل زنانی که در این پژوهش مشارکت داشتند، با بزرگ شدن فرزندان از همسرشان بیش از پیش فاصله گرفتند.

ب.ازدواج شبه مدرن یا ازدواج انتخابی[۳]

در این نوع ازدواج، زن ازدواج با فرد خاصی را برمی‌گزیند، ولی انتخاب او لزوما نه برمبنای عشق، بلکه متکی به عقل است. الهه از جمله این افراد است. او به صراحت می‌گوید که عشق راهی در ازدواج او نداشت. همسر الهه از طریق دوستان به او معرفی شد. الهه چند بار به ملاقات همسرش رفت و در باره مسایل مختلف با او گفتگو کرد و نهایتا با در نظر داشتن اختلافات فرهنگی خانوادگی و حتی موقعیت طبقاتی، به نظرش رسید که خواهد توانست زندگی خانوادگی مناسبی داشته باشد و هر دو در باره انجام این ازدواج با هم به توافق رسیدند. نقش خانواده در این نوع ازدواج ناچیز است. الهه می‌گوید: "... پدرم گفت حداقل اجازه بده من در باره‌اش تحقیق کنم ... گفتم نیازی نیســت من تحقیق کرده‌ام...". الهه مطلقا اعتقادی به عشــق نداشت و به دنبال آن نیز نبود. او ازدواجی می‌خواست که در آن با آســایش و احترام، خواســته‌های خود را دنبال کند. عشــق در این ازدواج، هدف یا حتی مساله اساسی نیست- اگر چه ممکن است در برهه‌ای از زندگی مشترک رخ دهد یا اصلا رخ ندهد[٤]. الهه توانست عشق دوستانه را در زندگی خانوادگی تجربه کند.

طیبه می‌گوید که از اولین بار که همسرش را دید به فکر او بود. طیبه خواب دید که تگرگ باریده است و عکس

۱. او هم اکنون نیز تنها در اندیشه نوه کوچک خود است و هیچ آرزو و خواسته‌ای برای خود ندارد.
۲. اگر چه یلدا به شیوه متفاوتی ازدواج کرد، اما عملا به شیوه دو زن دیگر به زندگی خود ادامه داد.
۳. ازدواج انتخابی در این پژوهش با مبانی نظری متفاوت است. در مبانی نظری ازدواج انتخابی به ازدواج توام با عشق گفته می‌شود.
٤. در مواردی عشق بعد از ازدواج گزارش شده است.

او را داخل تگرگ دید، اما در عین حال او پیش از ازدواج رابطه خاصی با همسرش نداشت. همسر طیبه عاشق او شـــد و پیشـــنهاد ازدواج داد و طیبه ازدواج با «مرد عاشق» را پذیرفت. طیبه عشق را نمی‌پذیرد، اما به دوست‌داشتن اعتقاد دارد. او می‌گوید: «... عشق آدم را نابود می‌کند... من انتظار نداشتم که خودش را برای من بکشد ... انتظارم این بود که مرد کامل برای خانواده‌اش باشـــد... احترام بگذارد.... کمکش می‌کند... مثلا انتظار نداشته باشد که اینی که افتاده زمین تو بیایی برداری. خودش بردارد. .. توی این خانه همدلی هست... می‌فهمد که آشفته هستی و یا این که خوشـــحالی... وقتی که بچه‌ها می‌آیند .... بیشـــتر احساس می‌کنی که تنهایی نمی‌توانی... و... ذهنت نسبت به او پاک است اگر با هر زنی صحبت کرد....". طیبه بدون عشق رمانتیک آتشین با صمیمیتی دوستانه و توام با اعتماد، به انتخاب خود یک زندگی خانوادگی را شروع کرد. طیبه نیز مانند الهه در این خانواده به تحصیلات خود ادامه داد. از نظر شغلی پیش رفت و دارای فرزندانی شد و آن‌ها را با آرامش بزرگ کرد. این هر دو زن به زندگی خانوادگی خود بسیار علاقمندند و به‌زعم خود رابطه بسیار خوب و توام با احترام با همسران خود دارند. الهه می‌گوید: «آدم می‌تواند با هم زندگی کند و یک حوزه‌های شخصی داشته باشد.» احتمالا در این نوع از تجربه ازدواج، حوزه‌های شخصی به رسمیت شناخته می‌شود. همچنین، احتمالا در ازدواج عاشقانه با ضعیف شدن عشق رومانتیک و ظهور حوزه‌های شخصی، زن و شوهر از هم فاصله می‌گیرند- احتمال این رخداد در ازدواج انتخابی بسیار کمتر است. الهه می‌گوید که اگر شوهرش خدای نکرده مریض شود و نیاز به کلیه داشته باشد، او بی‌شک کلیه‌اش را برای او خواهد داد، اما در عین حال هیچ‌گاه به خاطر او احساس نکرده که قلبش فرو ریخته است.

می‌توان ازدواج یلدا را هم در این گروه دسته‌بندی کرد. او عاشق همسرش نبود، اما در رویای یک زندگی خاص، برخلاف نظر خانواده تصمیم گرفت که با همسرش ازدواج کند. او پس از ازدواج تا مدتی از خانواده طرد شد. یلدا هرگز اجازه جدایی از مردی را که علی‌رغم میل پدر با او ازدواج کرده بود، نیافت. حماسه تصمیم به ازدواج با مردی گرفت که از اولین ملاقات نسبت به او احساس بدی داشت. او بنا به خواست خانواده، مردی را که به او علاقمند بود، ترک کرد، اما علی‌رغم میل خانواده با مردی که به او احساس خوشایندی نداشت ازدواج کرد. حماسه راجع به همسرش می‌گوید: «... بابام به من گفت که این پسره به درد تو نمی‌خورد ... ولی من مقاومت کردم و در برابرشون وایستادم...". همسرش را یک دوست خانوادگی به او معرفی کرده بود. او در باره اولین ملاقات با همسرش می‌گوید: «... اولین لحظه که با او رفتم بیرون، با خودم گفتم که دیگه نفرت‌انگیزتر از این توی دنیا نمی‌تواند وجود داشـــته باشد... ازش خوشم نیومد ... از تیپش، از مدل حرف زدنش، از صداش... خیلی بداخلاق... اخمو... به من گفت که هر جوابی که خواستید بدهید، به خودم بگویید...". حماسه اضافه می‌کند: «... جرات نمی‌کردم که بگویم که از تو خوشم نمی‌آید...". یلدا و حماسه هر دو انتخاب کردند که با مردانی که به آن‌ها علاقمند بودند، ازدواج نکنند. حماسه می‌گوید: «... من نمی‌توانم قواعد بازی را عوض کنم... «. در خانواده حماسه و یلدا، عاشق نشدن یک ارزش بود. بدین ترتیب، هر دو آن‌ها انتخاب کردند که با مردی که عاشقش نبودند، ازدواج کنند.

شهرزاد معتقد است: «ازدواج به من در اجتماع قدرت داد، چون یک خانواده در اجتماع یک وزن خاصی دارد تا یک فرد ... منو به حساب آوردند ... فقط تو خانواده نبود. توی جامعه هم بود". او تاکید می‌کند: «بین عشق و زندگی خانوادگی رابطه‌ای نیست..... تو زندگی مشترک، عاشقی تمام می‌شود... « شهرزاد نیز به ازدواج انتخابی بدون عشق دست یازید. او می‌گوید: «... من از سر تنهایی، شرایط خاص... {ازدواج کردم}... همسرم ایده‌آل‌های منو نداشت... «. او به ازدواج انتخابی دست زد و علی‌رغم فراز و فرودهای زندگی در این زندگی باقی ماند.

رابطه خدیجه و همسرش زیر نظر و حمایت مادر به تدریج رشد کرد. خدیجه می‌گوید: «او عاشق شده بود، اما من عاشـــق نشـــده بودم...» خدیجه می‌گوید: «همسرم برایم نامه می‌داد و من نامه را به خواهرم نشان دادم. خواهرم

گفت .... او را برای ته کیسه نگه‌دار. شاید یک روزی خواستی به عنوان خواستگار بهش فکر کنی... ما جواب نامه‌اش را دادیم...". خدیجه اضافه می‌کند: «... او به من خیلی علاقمند بود، ولی من نه... موقع عقد بهش علاقمند شـــدم .....". خدیجه به ازدواج انتخابی و عشق بعد از ازدواج اعتقاد دارد و همین الگو را برای دخترانش تجویز می‌کند.

ج.ازدواج عاشقانه

گروهی از زنان مشـــارکت‌کننده در این پژوهش، عشـــق را به مثابه امری ضـــروری در ازدواج می‌دانند و براین باورند که لزوما باید این احساس از پیش از ازدواج آغاز شده باشد. در رویکردی متفاوت، گروه دیگری عشق را برای ازدواج بسیار مضر تلقی می‌کنند. صحرا ازدواج خود را به مثابه یک ازدواج انتخابی عاقلانه ارزیابی می‌کرد، اما نگاهی به مســـیر زندگی او حکایت از وجود عشـــق رومانتیک در این ازدواج دارد. صحرا می‌گوید: "... قبل از ازدواجم، من به خاطر خانواده‌ام احســـاس قدرت می‌کردم... هم از نظر شـــغل پدرم ... هم از نظر اقتصادی... یک خانواده سرشناسی بودیم... من به خاطر خانواده پدری‌ام و کلا به خاطر خانواده‌ام یک حس قدرت و برتری داشتم... من همیشه تو مدرسه تیزهوشان بودم... احساس می‌کردم که از همه بچه‌ها برترم...". صحرا به‌زعم خود با قدرت و عقل تصمیم به ازدواج گرفت، اما نکته کلیدی در زمانی ظاهر شد که او علی‌رغم تصادف همسرش که موجب از بین رفتن توان جنسی او شد، تصمیم به ماندن در کنار او گرفت. صحرا گفت: "... من به خاطر اون شاخص‌هایش انتخابش کردم... خوب اون شاخص‌هایش هنوز هم درش هست... نیاز جنسی یک جزئی از زندگی است... می‌شود کنترلش کرد". در این رابطه، نشانه‌های بسیاری از عشق رمانتیک سنتی وجود دارد. داستان صحرا نشان می‌دهد که در خلال سال‌های ازدواج، هیچ‌گاه عواطف صحرا نسبت به همسرش کم‌رنگ نشد. از بزرگ‌ترین مشخصات این نوع عشق، کم‌رنگ بودن رابطه جنسی در آن است. عجیب نیست که علی‌رغم ناتوانی جنسی همسر، صحرا تصمیم به ادامه زندگی گرفت. او در باره این دوره شـــش ســـاله از زندگی‌اش می‌گوید: "... خودم انتخاب کردم ... خیلی از زن‌هایی را می‌شناسم که شاید همسرشان مشکل جسمانی نداشته باشد و رابطه سکس با هم ندارند...". او همچنین می‌گوید: "... {او} مثل بقیه مردها طرف مقابلش را نفی نکرد... بعد از این مساله توجهش به من حتی بیشتر شد... توی بیان احساساتش... توی توجهش به نیازهای من... به زندگی‌مون... از طرف عاطفی من رو پر کرد... ". صحرا گفت: "با همان شـــور و شـــوق سال‌های اول عصرها منتظر برگشت او به خانه هستم". وزن اندک رابطه جنسی و اهمیت یافتن رابطه عاطفی در این ازدواج، از مشخصه‌های عشق رمانتیک سنتی است. صحرا در بیان نحوه آشنایی نیز نکاتی را مطرح می‌کند که ظهور یک پیوند عاشـــقانه را به ذهن متبادر می‌کند:"... دوتامون خیلی از هم بدمون می‌آمد ... ولی بعد از همدیگر خوشـــمان اومد... بعدها که ما بیشـــتر با هم صحبت کردیم، اون یک خورده از من تعریف کرد ... گفت من کلا از شـــخصیت شما خیلی خوشـــم می‌آید و این جور چیزها... ". صحرا ادامه می‌دهد: "... بعدش ... با هم کار کردیم ... اون موقع دیگه غد بازی‌ها دیگه تمام شد ... یک حس صمیمانه‌تری پیش اومد... سه روز با همدیگر کار می‌کردیم ... من گفتم که نه باید بیشتر همدیگر را بشناسیم... اون موقع من اصلا به ازدواج فکر نمی‌کردم... ولی ۱۹ سالگی ازدواج کردم...". صحرا می‌گوید: "... برای من خوشآیند بود. از نظر تحصیلاتی... از نظر خانوادگی... از نظر نوع بیانش... در حرف زدن احساساتی نبود ... محکم است... ". همسر صحرا مهم‌ترین خصوصیات مربوط به مردانگی هژمونیک را در اختیار داشت. او می‌گوید: "محکم هستش یعنی این که خیلی مرد است و تو می‌توانی توی خیلی از مشکلات زندگی بهش تکیه کنی... ". داستان طبق سنت بر اساس پیگیری مرد برای تداوم رابطه، ادامه یافت: "... نمی‌دانم از کجا متوجه شد ... روز تولد من بهم زنگ زد و ... تبریک گفت... خیلی هم خوشـــحال شـــدم از این که یادش هست... پسر باشعوری است... من شهرستان بودم... باز تماس گرفت و من گفتم که تهرانم...من زنگ نزدم... البته برای کار و مواردی که احتیاج بود بهش زنگ می‌زدم، ولی این که زنگ بزنم و بگویم اومدم تهران... ضرورتی نمی‌دانستم برای تماس گرفتن ... اولین قدم را باید اونها بردارند...".

صحرا مطمئن بود که برای همسرش یگانه است و بی‌هیچ تردیدی همسرش هم برای او یکتا بود. در اختلاف نظرها معمولا صحرا قانع می‌شد که حق با همسرش است. او می‌گوید: "یک سال بعد از ازدواجمان {دخترم} به دنیا آمد... هیچ وقت به اجبار نبود ... من قانع شدم به این که ما بچه‌دار بشویم....". نکته مهم در باره تشخیص عشق رمانتیک در این ازدواج آن اســت که روزی صحرا مطلع می‌شود که زن دیگری همسرش را در مسافرت‌هایش به خارج از کشور برای معالجه، همراهی می‌کند. همسرش وجود رابطه دیگری را در زندگیش رد نکرد، اما به صحرا گفت: "تو همسر من هستی و او معشوق من است. او جای تو را نمی‌گیرد". صحرا با از دست دادن موقعیت معشوق و ظهور خیانت درعشق، همسرش را برای همیشه ترک و به همراه فرزندش مهاجرت کرد. عشق رمانتیک بدون رابطه جنسی ادامه می‌یابد، اما رقیب یا شریک را نمی‌پذیرد. زن به مثابه معشوق باید یگانه و یکتا باشد. با از دست رفتن موقعیت یگانه، صحرا همسرش را ترک کرد، در حالی که او کماکان دارای ویژگی‌های مردانگی هژمونیک بود. این در حالی است که ثریا که به شکل سنتی ازدواج کرده بود، علی‌رغم روابط متعدد همسرش با زنان دیگر، تا زمان مستقل شدن فرزندان و مرگ پدر، او را ترک نکرد.

هانیه در ۱۷ سالگی تصمیم به ازدواج گرفت. او مطمئن بود که مرد زندگی خود را یافته است. هانیه می‌گوید: "... من سال‌های اول با شوهرم عاشقانه زندگی کردم... او محجوب بود... کم کم بهش علاقمند شدم ... بعد من ول نمی‌کردم. می‌گفتم ... این حتما کس ایده‌آلی است که این جوری به حرفش پابند است.... ". نکته آن است که روابط عاطفی بین آن‌ها پس از ازدواج کم‌رنگ شد: "... هیچ مشکلی هم نداشتیم، ولی بعد که شوهرم آمد منو گرفت و .... خیالش راحت شد که منو داره ،بعد {ساز} دوست داشت رفت کلاس {ساز}... ساعت‌ها، روزها، تا دیروقت من تنها بودم خونه، این می‌رفت دنبال کار خودش ... یعنی جوونی شو در واقع از بعد از من شروع کرد." با آمدن فرزند، فشــار و تنهایی هانیه حتی شــدیدتر شد. سال‌ها بعد و با بزرگ شدن فرزندان و تلاش هانیه برای یافتن عشق‌های دیگر، همسرش سعی کرد که تنهایی‌های هانیه را جبران کند.

زیور (متاهل و متولد اوایل دهه ٦٠) که ثروت افســانه‌ای پدر را در راه ازدواج با همســرش برجای گذاشــت، می‌گفت: "... می‌خواســتم ازدواج کنم، اما می‌خواستم شــوهرم کسی باشد که من انتخابش کرده باشم ....". رابطه عاشــقانه زیور و همســرش ابعادی از خشونت دارد. زیور می‌خواهد همان‌گونه که خود از والدین و ثروت پدری گذشته است، همسرش نیز از والدینش بگذرد. او می‌خواهد برای شوهرش یگانه باشد. شکیبا می‌گوید: "... خیلی زود به مردی دل دادم و در واقع با اولین مردی که مواجه شدم، ازدواج کردم... نیومدم موارد مختلف را سبک سنگین کنم و بشناسم. فکر کردم که عشق یک بار که ایجاد شد، آدم باید همان یک‌بار ازدواج کند....". او مانند اغلب همگنان خود عشــق را پدیده‌ای می‌دانست که تنها یک بار رخ می‌دهد. شکیبا سال‌های طولانی خشونت و تحقیر را برای بزرگ شدن فرزندان و امید به بهبود رابطه با همسرش پشت سر گذاشت و نهایتا در سال‌های اخیر از او جدا شد.

ســتاره دو بار ازدواج کرد. او در ازدواج اول به یک ازدواج انتخابی دســت یازید تا از خانه پدری و ســلطه مادر خارج و مستقل شود. ستاره در ازدواج دوم، درگیر یک عشق رمانتیک شد که حداقل در آغاز در موقعیت معشوق قرارداشت. در خلال چهار سال، موقعیت او از "زن معشوق" به "زن عاشق" تغییر کرد. به نظر می‌رسد که ستاره به درستی نمی‌دانست که این اتفاق رخ داده است. هنگامی که همسر او تصمیم به پایان زندگی گرفت، ستاره مبهوت، دردمند و تنها برجای ماند. کوتاه مدت بودن روابط، به ویژه درباره ستاره، سنبل (مطلقه و متولد نیمه اول دهه ٦٠) و اعظم قابل مشاهده است. زندگی خانوادگی سنبل و اعظم نیز خیلی زود به خشونت انجامید. اغلب این زنان عشق را امری ضروری برای ازدواج تلقی می‌کردند، اما پس از ازدواج، عشق به زودی به پایان رسید. بدین ترتیب، در بین زنان مشارکت‌کننده در این پژوهش، با ورود عشق، شکل و ماهیت روابط در ازداوج تغییر کرد. به عبارت دیگر، رابطه همدلانه بین زوجین به رابطه عاشقانه تبدیل شد. جدایی در رابطه عاشقانه دشوارتر، اما محتمل‌تر است و در

عین حال امکان رفتار خشن هم افزایش می‌یابد.

٤.چالش‌های ازدواج عاشقانه

مجموعه دوگانه‌هایی که پیش از این معرفی شد، موجب ایجاد چالش در ازدواج عاشقانه می‌شود[1]. دوگانه‌های عشق سنتی/رابطه مدرن، همسر/معشوق، عاشق/شـــوهر، و دوگانه معشوق/عاشق در ازدواج چالش‌هایی را ایجاد می‌کنند که در سطور آتی به مواردی از آن اشاره می‌شود.

دوگانه عاشق/شوهر و روی دیگر آن دوگانه همسر/معشوق ازدواج را با چالشی اساسی مواجه می‌کند. در تجربه عاشقانه مشارکت‌کنندگان در این پژوهش، معمولا رابطه عاشقانه با شور و شوق از سوی مردان آغاز می‌شود. شیرین از این شوق با اصطلاح "تهاجم" یاد کرد. این تلاش تا هنگامی‌که زن عشق را باور کند و به لحاظ احساسی درگیر رابطه عاطفی شـــود، ادامه می‌یابد. به این ترتیب، دوگانه معشوق/عاشق ظاهر می‌شود. برخی از مشارکت‌کنندگان گزارش کرده‌اند که پس از نیل به این موقعیت، تلاش مردان به طور معناداری کاهش می‌یابد. ستاره مبهوت از پایان یافتن رابطه عاطفی می‌گوید: "... چرا نمی‌توانم بپذیرم که این رابطه باید تمام شود؟...". ستاره باور نمی‌کرد که رابطه عاشقانه واقعا ممکن است به پایان برسد. صحرا عشق را مشابه فنا می‌دانست، اما حاضر شد که ۵ سال بدون رابطه جنســـی و در اوج جوانی، به زندگی خانوادگی ادامه دهد. او مصر بود که این امر کاری اســـت کاملا عاقلانه، چون دیگر ویژگی‌های خوب همسرش باقی مانده است. نکته آن است که همسر او در زمانی که قوای جنسی خود را از دست داده بود، با زن دیگری رابطه برقرار کرد و هنگامی‌که صحرا از این امر آگاه شد برای همیشه این رابطه را ترک کرد. اگر این رابطه صرفا رابطه‌ای عاقلانه بود، شاید صحرا نیز مشابه ثریا، حسنا و یلدا عمل می‌کرد. نکته آن است که صحرا با دوگانه همسر/معشوق مواجه شد. برخلاف صحرا، ثریا و دریا (متاهل و متولد اواخر دهه ۵۰) موقعیت معشوق را در زندگی خانوادگی تجربه نکردند. دوگانه همسر/معشوق موجب تنازع بین زنان برای نیل به موقعیت مطلوب در نزد مرد است. این دوگانه در ایجاد احساس وانهادگی و برجاماندن در زنان بسیار موثر است. با توجه به شرایط مدرن، تمایل دایمی به معشوق بودن، در زن به مثابه همسر وجود دارد. از سوی دیگر، زن به مثابه معشوق در پی کسب موقعیت همسر است. درگیر بودن در دوگانه همسر/معشوق موجب می‌شود که زن همواره تمایل به رسیدن به موقعیت "زن دیگر" را در خود داشته باشد؛ بدین معنا که زن معشوق مایل است به موقعیت همسر دست یابد و زن به مثابه همسر در تمنای شرایط زن معشوق است.

۵.عشق بعد از ازدواج

برای تعدادی از مشارکت‌کنندگان در این پژوهش، عشق به مثابه امری طبیعی پس از ازدواج بین زن و مرد ظاهر می‌شود. بسیاری از زنانی که به ازدواج هماهنگ‌شده یا حتی ازدواج انتخابی عقلانی اعتقاد دارند، به عشق پس از ازدواج امید داشـــتند. در این باره الهه می‌گوید که تا مدت‌ها پس از ازدواج منتظر بود که عشـــق هم ظاهر شود. او می‌گوید: "فکر می‌کردم که بعد از ازدواج عاشق همسرم می‌شوم.....".

یلدا نیز به عشق بعد از ازدواج باور داشت: "...من عاشق شوهرم نبودم... ولی یادم است که فکر می‌کردم که .... خوب قاعدتا باید عاشق بشوم چون اون عاشق من بود... ". برای یلدا، در سال‌های جوانی، ازدواج لزوما به عشق نیاز نداشت.

حســـنا هم منتظر بود بعد از ازدواج عاشق شـــود. او می‌گوید: "... دوستش داشتم. عاشقش نبودم.... دلم برایش نمی‌تپید. . وقتی بچه‌ها آمدند من فکر کردم هم و غمم را باید بگذارم برای آن‌ها...".

برای خدیجه عشق فقط بعد از ازدواج معنا داشت. احساسات زنانه برای خدیجه امری کاملا تحت کنترل است. او می‌گوید: "عاشـــقی خیلی چیزها را نادیده می‌گیرد.... ". خدیجه همچنین برای دخترش عشق را پس از ازدواج

۱. شایان توجه است که این دوگانه‌ها با توجه به سویه زنانه تجربه عاشقانه ساخته شده است و لازم است در پژوهش دیگری از منظر تجربه مردانه نیز مورد بازبینی قرار گیرد.

می‌خواهد و می‌گوید: "امیدوارم دخترم وقتی که تصمیم می‌گیرد با مردی ازدواج کند، زیاد عاشقش نشود که برخی چیزها را نبیند و بی‌توجهی کند".

ایده عشق پس از ازدواج بر مبنای دو پیش‌فرض بنا شده است: ۱) همجواری، عشق می‌آفریند؛ ۲) عشق، عشق تولید می‌کند. تجربه زنان مشارکت‌کننده در این پژوهش لزوما ظهور این پدیده را در طول زندگی زناشویی نشان نداده است.

اغلب زنانی که نظرات آنان در فوق مطرح شد، متعلق به یک دوره زمانی (متولدان اواسط دهه سی تا میانه دهه چهل) هستند؛ اما شکیبا علی‌رغم تعلق به همان دوره سنی به عشق بعد از ازدواج اعتقاد ندارد. او با لحنی متعجب می‌گوید: "آخه اگر قبلش احساسی به وجود نیامده باشد، چطور بعدش به وجود می‌آید؟". ظاهرا برای شکیبا وجود احساس قبل از ازدواج، امری بدیهی است.

ثریا نیز به ضرورت عشق در زندگی خانوادگی می‌اندیشد و می‌گوید: "... به‌خصوص الان که سن می‌رود بالا و بچه‌ها دیگر از آدم جدا می‌شـــوند. دیگه خودت هستی و همسرت... عین یک قلک است که تمام عمر خودت را توش ریختی. بعد بشکونی ببینی حلبی بوده دیگه... پوچ بوده...".

ظاهرا در بین بســـیاری از متولدان نیمه دهه پنجاه به بعد، عشـــق پیش از ازدواج تبدیل به امر ضروری رابطه خانوادگی شده و توجه به عشق پس از ازدواج در بین آنان کاهش یافته است. آرامش اگر چه به عشق باور دارد، اما ازدواج را مهمتر می‌داند. این اهمیت موجب می‌شود تا او به سختی ایده عشق پس از ازدواج را بپذیرد.

شیدا (مجرد و متولد اواخر دهه ۵۰) به عشق پس از ازدواج باور ندارد. او به دلیل ترس از تنهایی گاه به ازدواج می‌اندیشید. شیدا می‌گوید: "... هیچ وقت حس بدی بهم دست نداده از این شرایط... اما وقت‌هایی که ... با پیرزنانی مســـن مواجه می‌شدم که هرگز ازدواج نکرده بودند و شرایطشان سخت بود، یک وقت‌هایی ته دلم می‌لرزید... اما فکر می‌کردم که مامان من دو بار ازدواج کرده و الان بعد از دو بار ازدوج تنهاست.... هیچ تضمینی وجود ندارد که من وارد این رابطه شوم و تنها نمانم...". او همچنین ازدواج را به عنوان یک راه فرار از شرایط سخت می‌دید: "... اون موقع‌ها وقتی شرایطم خیلی سخت می‌شد، به عنوان یک راه فرار از این شرایط به ازدواج فکر می‌کردم... آلان بیشتر دنبال یک رابطه برابر هستم.... نمی‌خواهم باج بدهم... دیگه نمی‌ترسم". شیدا درباره رابطه عشق و ازدواج می‌گوید: "... من باید یکی رو خیلی دوست داشته باشم تا باهاش ازدواج کنم... حاضر نیستم صرفا به خاطر منطق با یک نفر ازدواج کنم... باید یک حسی باشد...". بدین ترتیب از نظر شیدا عشق امری ضروری برای ازدواج است. او حاضر به فداکاری برای معشوق هست، اما برای شوهر فداکاری نمی‌کند. به عبارت دیگر، شیدا در پی عشق پس از ازدواج نیست. جالب آن است که الهه برای شوهر فداکاری می‌کرد و عاشق برای او اهمیتی نداشت.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

زیمل معتقد است که در نبود رابطه ای که به شکلی استوار بنیاد شده است، روابط خوب و اخلاقی ولی نه چندان عمیق، مســـیر هموارتری را پیش روی زوجین می‌گذارد (زیمل، ۱۳۹۲: ۲۱۶). به نظر می‌رســـد این روابط آرام و اخلاقی در خلال قرن‌ها در ازدواج‌هایی که از سوی خانواده و یا جامعه تنظیم می‌شد، مدنظر قرار می‌گرفت. در این شرایط افراد اگر چه عشق شدید و عمیقی را حس نمی‌کردند، اما دوستی و مودت نسبتا پایداری که در خلال زندگی مشترک ایجاد می‌شد آن‌ها را در کنار یکدیگر حفظ می‌کرد. این مودت به نوعی در ازدواج انتخابی هم دیده می‌شود، اما ظاهرا در شرایط مدرن مودت برای تشکیل یک زندگی مشترک کافی نیست. در این شرایط هر چقدر از نظر ســـنی به سوی متولدان دهه‌های اخیر نزدیک‌تر می‌شویم، ضرورت عشق برای ازدواج، در صورت پذیرش ضرورت ازدواج، به نحو قوی‌تری مطرح می‌شود، این عشق عمدتا از نوع رمانتیک مدرن است. زنان جوان‌تر مایل

به برقراری رابطه برابر هستند و از این‌رو عشق بعد از ازدواج مدنظر اغلب آنان نیست، اما چالش معشوق/عاشق و همسر/معشوق در زندگی زنان جوان‌تر بسیار پررنگ است. با توجه به آن که رابطه مبتنی بر عشق امری کوتاه مدت است، احتمالا ازدواجی که با عشق آغاز شده است، در دراز مدت نمی‌تواند با اتکای به عشق ادامه یابد. دوگانه عشق سنتی/رابطه مدرن این شرایط را دشوارتر می‌کند. مشاهدات نشان می‌دهد که این زنان از رابطه عاشقانه، عاطفه سنتی و رابطه مدرن را انتظار دارند که با عشق توامان و رابطه ناب چندان همخوان نیست. ضمنا عشق رمانتیک نیز به دلیل چالش قدرت موجود در موقعیت عاشق و موقعیت معشوق، امکان فراهم آوردن شرایط برابر را در خود ندارد. از این‌رو، احتمالا ازدواج‌های مبتنی بر عشق با چالش‌های جدی مواجه می‌شوند.

منابع

- آرمسترانگ، جان. (۱۳۹۳). **شرایط عشق فلسفه صمیمیت.** مسعود علیا. تهران: ققنوس
- برنارد، جسی. (۱۳۸٤). **دنیای زنان.** شهرزاد ذوفن. چاپ اول، تهران: نشر اختران
- بروگش، هاینریش. (۱۳٦۷). **سفری به دربار سلطان صاحبقران.** کردبچه. چاپ اول، تهران: انتشارات اطلاعات
- زیمل، گئورگ. (۱۳۹۲). **درباره فردیت و فرم‌های اجتماعی.** شهناز مسمی پرست. چاپ اول، تهران: نشرثالث
- سرنا، کارلا. (۱۳٦۲). **آدم‌ها و آئین‌ها در ایران.** علی‌اصغر سعیدی. چاپ اول، تهران: کتابفروشی زور
- سگالن، مارتین. (۱۳۸۸). **جامعه‌شناسی تاریخی خانواده.** حمید الیاسی. چاپ پنجم، تهران: نشرمرکز
- حفاظی طرقبه، میترا؛ فیروزآبادی، علی و حق شناس، حسن. (۱۳۸۵). **"بررسی ارتباط بین اجزاء عشق و رضایتمندی زوجی".** مجله دانشگاه علوم پزشکی مازندران، دوره شانزدهم، شماره ٥٤، صص: ۱۰۹-۹۹
- جلایی پور، حمیدرضا و گرامیان نیک، محمد. (۱۳۹۱). **"نگاهی به مدرنیته در ایران از دریچه روابط شخصی؛ ارزیابی مفهوم رابطه ناب گیدنز".** مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد. بهار و تابستان، صص ۵۲-۱۹.
- علیرضانژاد، سهیلا و سرایی، حسن. (۱۳۸٦). **"گستره شبکه روابط اجتماعی زنان شهری و تاثیر تحصیلات دانشگاهی و اشتغال بر آن".** پژوهشنامه علوم انسانی. شماره ۵۳، بهار. صص ۲۵۲-۱۹٦.
- کاروتینوتو، آلدو. (۱۳۹٤). **شورعشق، رنج هجران.** مهدی سررشته داری. تهران: انتشارات مهراندیش
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۹). **عصر اطلاعات ظهور جامعه شبکه‌ای.** علی پایا، احد علیقلیان و افشین خاکباز. چاپ ششم، جلد اول. تهران: طرح نو
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۹). **عصر اطلاعات قدرت هویت.** علی پایا و حسن چاووشیان. چاپ ششم، جلد دوم. تهران: طرح نو
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۵). **تجدد و تشخص.** ناصر موفقیان. چاپ چهارم، تهران: نشرنی.
- گیدنز، آنتونی و بردسال، کارن. (۱۳۸۹). **جامعه شناسی.** حسن چاووشیان. چاپ پنجم، تهران: نشرنی
- محمودی، غلامرضا؛ ساعتچی، محمود و سالاروند، سعیده. (۱۳۹۱). **"رابطه بین سنخ‌های روانی یونگ و سبک‌های عشق ورزی".** تحقیقات روانشناختی. دوره ٤، شماره ١٤، صص ۱۵-۱
- هلم، بنت. (۱۳۹٤). **عشق دانشنامه فلسفه استنفورد.** ندا مسلمی. تهران: ققنوس
- هولمز، ماری. (۱۳۸۹). **جنسیت در زندگی روزمره.** محمد مهدی لبیبی. چاپ اول، تهران: نشرافکار
- Brody, Lesile. (2001). **Gender, Emotion and the Family.** (second printing). Cambridge: Harvard University Press
- Dion, Kenneth L. and Dion, Karen K. (1993). **"Gender and Ethnocultural Comparisions in Styles of Love".** Psychology of Women, Quarterly, 17: 463-473.
- Fredrickson, Barbara L. (2013). **Love 2.0 How Our Supreme Emotion Affects everything We Think, Do, Feel, and Become.** Hudson Street Press
- Game, Annilee M. (2008). **"Negative Emotions in Supervisory Relationships: the Role of Relational Models".** Human Relations, 61(3): 355-393.
- Giddense, Anthony. (1992). **The Transformation of Intimacy Sexuality, Love and Eroticism in Modern Societies.** Stanford, California: Stanford University Press

- Harrison, R. H. (1986), **"The grouping of affect terms according to the situations the elicit them: A test of cognitive theory of emotion".** Journal of Research in personality, 20: 252-266.
- Illouz, E. (1997). **Consuming the Romantic Utopia: Love and Cltural Contradictions of Capitalism.** Berkeley: University of California Press.
- Jackson. Stevi. (1993). **"Even Sociologists Fall in Love: An Exploration in the Sociology of Emotions".** Sociology.
- Luhmann, N. (1986). **Love as passion.** Cambridge: Polity
- Peace, Allan, Peace, Barbara. (2009). **Why Men Want Sex and Women Want Love.** United States: Broadway Books
- Ratner, Carl. (2000). **"A Cultural Psychological Analysis of Emotions".** Culture
- Psychology. 6; 5.
- Sersby, J. (1983). **Romantic love and Society.** Harmondsworth: Penguin
- Smart, Carol. (1997). **"Wishful Thinking and Harmful Tinkering? Sociological Reflections on Family Policy".** Journal of Social Policy, 26, PP:301-321, UK: Cambridge University Press
- Whitehead, Stephen. (2003). **Men, Women, Love and Romance.** (first published). Fusion Press: Grat Britain.

۱۳

نگرش نسبت به پیامدهای طلاق و تأثیر آن بر تمایل زوجین جوان به طلاق در شهر تهران

رسول صادقی[۱]

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۶/۵
تاریخ پذیرش مقاله:۱۳۹۶/۷/۲۵

پیامدهـــای طلاق و ارزیابی افراد از زندگی‌های بعد از طلاق می‌تواند تمایل جوانان به طلاق را تحت تأثیر قرار دهد. هدف مقاله حاضر آزمون این فرضیه اســـت: هرچه نگرش و تصور از پیامدهای طلاق مثبت باشد، تمایـــل و گرایـــش جوانان به طلاق افزایش خواهد یافت. برای آزمون ایـــن فرضیه از داده‌های پیمایش طلاق جوانان که در سال ۱۳۹۳ از ۷۲۰ جوان متأهل در شهر تهران گردآوری شد، استفاده گردیده است. نتایج بررسی نشـــان داد حدود یک پنجم جوانان متأهل مورد بررســـی تمایل زیادی به گرفتن طلاق دارند. این افراد عمدتاً تصور و ارزیابی مثبتی از پیامدها و زندگی بعد از طلاق دارند. نتایج تحلیل چندمتغیره نشان داد که علاوه بر شـــاخص نگرش نسبت به پیامدهای طلاق، متغیرهایی نظیر میزان دینداری، وضعیت اشتغال، پایگاه اقتصادی و اجتماعی و جنسیت تأثیر معناداری بر میزان تمایل جوانان به طلاق داشته‌اند. بطور کلی، این متغیرها حدود یک ســـوم واریانس متغیر وابســـته را تبیین کرده‌اند و در این میان، اثر نگرش و تصور پیامدها و زندگی بعد از طلاق، قوی‌تر از ســـایر متغیرها بوده اســـت. بدین ترتیب، اینکه زوجین جوان چه تصور و نگرشی نسبت به پیامدها و زندگی بعد از طلاق داشته باشند، می‌تواند تصمیم‌گیری آنها برای طلاق را به شدت تحت‌تأثیر قرار دهد. از این رو، آگاه‌ســـازی جوانان نســـبت به پیامدهای طلاق و مسائل و مشکلات بعد از طلاق می‌تواند در کاهش تمایل آنها به طلاق اثرگذار باشد.

واژگان کلیدی: پیامدهای مثبت طلاق، پیامدهای منفی طلاق، آسیب‌های اجتماعی، تمایل به طلاق و جوانان

---

۱. دانشیار، گروه جمعیت‌شناسی، دانشگاه تهران و محقق موسسه مطالعات جمعیتی کشور E-mail: Rassadeghi@ut.ac.ir

مقدمه

خانــواده به‌عنــوان یکی از مهم‌ترین نهادهای اجتماعی همواره در طــول تاریخ و در همه جوامع از جایگاه و اهمیــت خاصی برخوردار بوده اســت. نظــام اجتماعی و اخلاق آرمانی همــواره در صدد حفظ رویکردی محافظه‌کارانه نســبت به این نهاد بوده است، اما با وجود همه تلاش‌ها و رهیافت‌های محافظه‌کارانه نسبت به این نهاد، خانواده طی یک قرن اخیر در بسیاری از جوامع، با تفاوت‌های زمانی، تغییرات ساختاری، کارکردی و معنایی ژرف و گسترده‌ای را تجربه کرده است (محمدپور و همکاران، ۱۳۸۸). یکی از ابعاد تغییرات خانواده، افزایش میزان‌های طلاق است. امروزه، در ایران پدیده طلاق و افزایش میزان‌های آن در میان جوانان تبدیل به یک مسئله اجتماعی شده است. در حال حاضر، نه تنها سن ازدواج بالا رفته و از عمومیت ازدواج کاسته شده، بلکه خانواده هم آسیب پذیر تر شده و ازدواج‌ها بیشتر در معرض طلاق قرار گرفته است. بر این اساس، درک نگرش جوانان نسبت به پیامدهای اجتماعی طلاق و ارتباط آن با تمایل و گرایش آنها به طلاق می‌تواند روزنه و زوایای جدیدی از روند افزایشی طلاق و بسترهای آن را در سال‌های اخیر فرا روی محققان و سیاستگذاران بگشاید. در این راستا، هدف از این مقاله پاسخ به این دو پرسش است:

- جوانان چه نگرش و تصوری از طلاق و پیامدهای اجتماعی آن در جامعه ایران دارند؟
- نوع نگرش و تصور آنها از پیامدهای اجتماعی طلاق چگونه و تا چه اندازه تمایل آنها را به طلاق تحت‌تأثیر قرار می‌دهد؟

افزایش میزان طلاق بُعد جهانی داشــته و علاوه بر جوامع غربی، در ســایر جوامع نیز از گســتره و شــتابی چشــمگیر برخوردار بوده اســت (گود ۱۹۶۳؛ گســت ۱۹۹۲؛ تورنتون و لین ۱۹۹٤؛ جونــز ۱۹۹۷؛ هیتون و همــکاران ۲۰۰۱؛ تورنتــون ۲۰۰۱ و ۲۰۰٤؛ ریجکــن و لیفبرور ۲۰۱۲؛ لیوپلــد ۲۰۱٦)- گرچه گاهی به‌علت تفاوت‌های میان‌فرهنگی، این تغییرات با شدّت و ضعف همراه بوده است. در جامعه ایران، از دیرباز تشکیل، پایــداری و اســتحکام خانواده به لحــاظ اجتماعی و مذهبی همواره مورد تشــویق و تأکید بوده و در فرهنگ ایرانیان، بی‌ثباتی کانون خانواده مقبولیت فرهنگی چندانی نداشــته اســت (صادقی و آقاجانیان، ۲۰۱۷). با این حال، نرخ طلاق در سالیان اخیر رو به افزایش بوده است؛ چنان که بررسی داده‌های ثبتی بیانگر روند افزایشی طلاق از ســال ۱۳۷۵ به بعد در ایران اســت. برای مثال، در دو دهه اخیر میزان تعدیل شــده طلاق[1]، از ۳/۲ در هزار در سال ۱۳۷۵ به ۷/۷ در هزار زن متأهل در سال ۱۳۹۵ افزایش یافته است. همچنین، در سال‌های اخیر بیشــترین درصد طلاق‌ها در دوره جوانی بوده است. علاوه بر این، بررسی ساختار سنی افراد دارای وضعیت طلاق در سرشــماری‌های اخیر جمعیتی نشــان می‌دهد که حدود یک چهارم جمعیت مطلقه کشــور، جوانان هستند (صادقی، ۱۳۹۵).

امــروزه طلاق بــه عنوان یک اپیدمی تهدیدکننده مفهوم بندی می شــود که هم دال برآســیب فردی و هم گســیختگی وســیع اجتماعی، خانواده و ارزش‌های مرتبط با آن می باشد (ســندفیلد، ۲۰۰٦). آسیب شناسان اجتماعی بر این باورند که پس از جدایی والدین، مسائل روحی و روانی متعددی برای فرزندان ایجاد می‌شود. بدبینی بچه‌های طلاق به آینده و پیرامون خود، کاهش اعتماد به نفس و افزایش احتمال خودکشی، اختلالات روانی مانند فقدان ثبات هیجانی و عاطفی، افسردگی، گوشه گیری و انزوا، بروز رفتارهای پرخاشگرانه، اختلال در فرآیند جامعه‌پذیری، فشــار روانی زیاد، احســاس حقارت نسبت به ســایر دوستان از جمله این آسیب‌ها

1. Refined divorce rate

می‌باشد (کاوه، ۱۳۹۱). بنابراین، پدیده طلاق و اختلافات زناشویی دارای عوارض و پیآمدهایی است که از دیرباز آن را به عنوان یک مسئله اجتماعی مطرح ساخته است. وجود اختلاف در خانواده و نتایجی که گریبانگیر خود همسران، فرزندان آنها و جامعه بزرگتر خواهد شد، بزهکاری نوجوانان، رها کردن تحصیل، اعتیاد، و بسیاری دیگر از آسیب‌های فردی و اجتماعی را در پی خواهد داشت (سفیری و محرمی، ۱۳۸۸).

بدین ترتیب، طلاق به عنوان یک مسئله اجتماعی می‌تواند زمینه بروز بسیاری از مسائل و پیامدهای متفاوت و حتی زمینه بروز بسیاری از آسیب‌های اجتماعی دیگر را در سطوح فردی و اجتماعی فراهم آورد. از یک سو، این آثار و پیامدها می‌تواند ناشی از شرایط پیرامونی و ننگ طلاق باشد و از سوی دیگر، پیامدهای طلاق و ارزیابی افراد از زندگی‌های بعد از طلاق می‌تواند نگرش و گرایش جوانان به طلاق را تحت تأثیر قرار دهد.

پیشینه پژوهش

آماتو (۱۹۹۵) در بررسی تطبیقی زنان و مردان مطلقه هند و آمریکا دریافت که زنان (هندی و آمریکایی) پس از طلاق بیشتر از مردان از مشکلات اقتصادی، عاطفی و حمایت اجتماعی رنج می‌برند، اما وضعیت زنان هندی، پس از طلاق در مقایسه با همتایان آمریکایی شان بسیار بدتر است. وی دلیل این تفاوت را وابستگی اقتصادی زنان به مردان، وجود خانواده‌های گسترده و باورهای فرهنگی خاص در مورد ازدواج و زنان در هند بر شمرده است. لورنز[1] و همکاران (۲۰۰۶) با مطالعه آثار کوتاه‌مدت و بلندمدت طلاق بر زنان به این نتیجه رسیدند که زنان مطلقه نسبت به زنان متأهل به طور معناداری در سال‌های اول بعد از طلاق سطوح بالاتری از فشار و پریشانی روانی و در یک دهه بعد سطوح بالاتری از بیماری را تجربه می‌کنند. همچنین، این زنان سطوح بالاتری از حوادث پراسترس زندگی که در نهایت به افسردگی منجر می شود را تجربه می‌کنند.

کالمیجن و یونک[2] (۲۰۰۷) در مطالعه تفاوت‌های منطقه‌ای و پیامدهای اجتماعی طلاق در اروپا به آزمون فرضیه ننگ پرداختند. این مطالعه نشان داد در مناطقی که عدم پذیرش طلاق بیشتر است، زنان بعد از طلاق با محدودیت‌های بیشتری در تماس با دوستان و خویشاوندان و همسایگان مواجه هستند. اثرات ننگ طلاق برای افرادی که طلاق گرفته‌اند و جابجایی مکانی بعد از طلاق نداشته‌اند، بیشتر است.

ریجکن و لیفبرور[3] (۲۰۱۲) در بررسی دیدگاه اروپایی‌ها نسبت به طلاق نشان دادند که نگرش موافق با طلاق والدین با فرزندان زیر ۱۲ سال در کشورهایی که فقر خانوارهای تک والد زیاد است، کمتر می‌باشد. در مقابل، در کشورهایی که فقر در میان خانوارهای تک والد کمتر است و خدمات مراقبت از کودک بیشتر است، نگرش موافق‌تری نسبت به طلاق دارند. لیوپلد[4] (۲۰۱۶) در مطالعه تفاوت‌های جنسیتی پیامدهای طلاق نشان داد که هرچند مردان در کوتاه مدت، کاهشی در شاخص‌های ذهنی بهزیستن بعد از طلاق را نشان می‌دهند، اما پیامدهای طولانی‌مدت طلاق به‌ویژه در حوزه مالی و اقتصادی برای زنان بیشتر است.

اخوان تفتی (۱۳۸۲) در مطالعه پیامدهای طلاق در گذار از مراحل آن نشان داد که آسیب پذیری زنان از پیآمدهای اجتماعی طلاق بیشتر بوده است .مشکلات اقتصادی تأثیرمشابهی بر زنان و مردان داشته، اما نگرانی زنان از آینده اقتصادی خود و در مورد فرزندان و گفته مردم بیش تر از مردان بوده است. صلاحی (۱۳۸٤) در بررسی تبعات فردی و اجتماعی طلاق بیان می کند که طلاق از لحاظ روانی فرد را دچار بحران هایی شدید می کند. زن و مرد هر دو از این پدیده اثر می‌پذیرند، اما زنان در مقابل این پدیده آسیب بیشتری می‌بینند و این آسیب به خصوص

1. Lorenz
2. Kalmijn and Uunk
3. Rijken and Liefbroer
4. Leopold

در زنانی که فرزند دارند بیشتر است. بسیاری از خانواده‌ها زن مطلقه را نمی‌پذیرند و زمینه ساز به انحراف کشیده شدن او می‌شوند- فرد در این حالت از حمایت خانواده محروم می‌شود. وضعیت کار و اشتغال پس از طلاق برای زنان بسیار دشوار می‌شود؛ باورهای غلط اجتماع و بستگان، مزاحمت در محیط کار و فشارهای بعدی خانواده همسر و خود همسر برای بازگشت و تهدید از سوی همسر سابق جزو موارد ناخوشایندی است که در انتظار فرد می‌باشد. برای مرد نیز طلاق بحران‌های فردی و اجتماعی خاصی ایجاد می‌کند؛ تشکیل زندگی مشترک برایش ساده نخواهد بود و خانواده همسر دوم همواره به طلاق او به عنوان نکته ابهام نگاه می‌کنند. درصورتی که فرد پس از مدت کوتاهی وارد زندگی جدید شود، فشارهای ناشی از زندگی قبلی را با خود به همراه می‌برد و کوچکترین مشابهت میان نقاط ضعف همسر فعلی و قبلی زندگی را دچار تنش می کند.

ریاحی و همکاران (۱۳۸٦) در تحلیل جامعه‌شناختی طلاق در شهرستان کرمانشاه نشان می‌دهند که نیمی از پاسخگویان گرایش متوسطی به طلاق داشته‌اند، در حالی‌که نزدیک به ۹ درصد از آنها دارای گرایش قوی به طلاق بوده اند. تحلیل داده‌ها حاکی از آن است که متغیرهایی نظیر میزان برآورده نشدن انتظارات همسران از یکدیگر (به شکل مستقیم)، میزان تصور مثبت از پیامدهای طلاق و دخالت دیگران در زندگی زوجین (به شکل مستقیم و غیرمستقیم) و متغیرهای تفاوت سنی، تفاوت تحصیلی و تفاوت عقاید همسران (به شکل غیرمستقیم از طریق تأثیر بر میزان برآورده نشدن انتظارات همسران از یکدیگر) بر میزان گرایش به طلاق تأثیر داشته‌اند. مطالعه فاتحی دهاقانی و نظری (۱۳۸۹) نیز نشان داد که میزان دخالت اطرافیان در زندگی زوجین، تفاوت منزلت بین زوجین، رضایت از زندگی زناشویی و تصور مثبت از پیامدهای طلاق به شکل مستقیم بر میزان گرایش به طلاق تأثیر داشته‌اند.

شیخی و همکاران (۱۳۹۰) در مطالعه‌ای کیفی به کندوکاو درک معنایی طلاق و کشف پیامدهای مثبت آن پرداختند. نتایج نشان داد که بازیابی استقلال، رهایی از قید حیات ناجور و گسترش فردگرایی از جنبه‌های مثبت طلاق می‌باشد. کلانتری و همکاران (۱۳۹۰) در مطالعه مرور نظام‌مند تحقیقات انجام شده در حوزه آثار و پیامدهای طلاق، نشان دادند که نه تنها طلاق می‌تواند باعث صدمه به سرمایه انسانی و اقتصادی افراد شود، بلکه در تحلیلی حساس به جنسیت، می‌تواند مانع نقش آفرینی زنان در فرایند توسعه و در نتیجه به حاشیه راندن و استثمار زنان شود. در همین زمینه، زارعی و همکاران (۱۳۹۳) در مطالعه کیفی درک تجارب پس از طلاق در میان زنان در شهر تهران، به مقوله‌ای با عنوان "پذیرش اجتماعی" دست یافتند که نشان می‌دهد پذیرش زن در جامعه مبتنی بر وضعیت تأهل تفسیر می‌شود. همچنین، مهمترین دغدغه زنان در این مطالعه، ناپذیرا بودن و به حاشیه رانده شدن زن مطلقه است.

بدین ترتیب، مطالعات مختلف نشان می‌دهد که طلاق به معنای پایان مسائل و مشکلات زندگی نیست و بعد از طلاق، آسیب‌ها و مسائلی فراروی افراد طلاق گرفته به ویژه زنان قرار می‌گیرد. این مسائل و آسیب‌ها در جوامعی که طلاق کمتر مورد پذیرش است و نوعی ننگ طلاق وجود دارد، بیشتر است. نکته‌ای که در مطالعات قبلی کمتر مورد توجه بوده، این است که تصور و برداشت افراد از زندگی بعد از طلاق و پیامدهای اجتماعی طلاق چه تأثیری می‌تواند بر تمایلات آنها به طلاق داشته باشد- موضوعی که در این مقاله بدان پرداخته می‌شود.

چارچوب نظری پژوهش

در زمینه پیامدهای اجتماعی طلاق، سه رویکرد تئوریکی وجود دارد:

- فرض می کند که طلاق فقط منجر به از بین رفتن روابط زناشویی (با همسر قبلی) می‌شود و تأثیری بر سایر

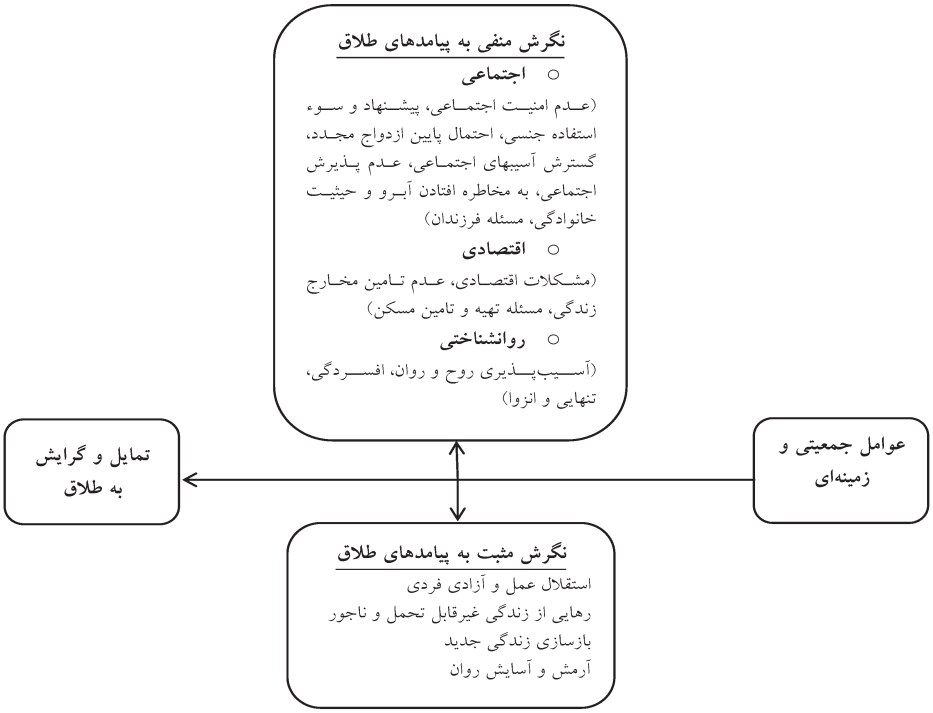
حوزه‌های زندگی ندارد؛

- بر این باور است که طلاق صرفاً پایان ساده یک زندگی متأهلی نیست، بلکه منجر به ایزوله شدن و کناره‌گیری از افرادی می‌شود که در بستر زندگی متأهلی با آنها در ارتباط بوده است. در این چارچوب، طلاق، طبق فرضیه داغ ننگ[1]، شبکه اجتماعی و ارتباطات اجتماعی افراد را محدود می کند؛
- بیان می کند که افراد بعد از طلاق فعالانه به‌دنبال بازسازی شبکه‌هاشان و ساختن زندگی جدید بعد از طلاق می‌باشند (کالمیجن و یونک، ۲۰۰۷)

درباره تصورات افراد از پیامدهای طلاق و اثرات آن بر تمایل به طلاق می‌توان به نظریه دورکیم اشاره کرد. امیل دورکیم، نظریه‌پرداز مشهور جامعه‌شناسی، نخستین کسی بود که در مقاله ای با عنوان «تصورات فردی و تصورات جمعی» معتقد است که تصورات فردی باید به عنوان مقوله ای روانی در نظر گرفته شود. انسان در دنیایی که زندگی می کند، با اشیا، قوانین، آیین‌ها، اصول، افراد و غیره تماس و برخورد دارد. این برخوردها، برداشت هایی را برایش به همراه می آورد و غالباً از چیزهای پیرامونش برداشت هایی یکسان (از نظر کمیت و کیفیت) ندارد. تصور برآمده از این چیزها، از شخصی به شخص دیگر و حتی در یک شخص، از زمانی به زمان دیگر فرق می کند. عوامل تغییر، گوناگون است. این عوامل، فردی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و در بعضی مواقع نهادی است. چیزی که انسان برداشت می کند، نه یک تصویر ساده، بلکه یک تصور است، زیرا تصویر، بیشتر یک برداشت سریع خود به خودی و تأثری است؛ در حالی که تصور، فرم و حالتی معنادار است که یک فاعل با توجه به ویژگی‌های روانی و فرهنگی خود از چیزی می‌سازد. به گفته آلن تورن (۲۰۰۰) چیزی که ما می بینیم، نه یک موضوع که نگاه به یک موضوع است؛ یعنی ممکن است که با واقعیت موضوع تطابق نداشته و بخشی از موضوع باشد، چون آن نگاه و برداشت، تصور است. از آنجا که فاعل‌ها یکسان نیست- یعنی افکار و فرهنگ انسان‌ها یکسان نیست و به عبارتی، سرمایه‌های فرهنگیِ انسان‌ها همانند نیست- پس تصور چیزی خاص، از فردی به فرد دیگر فرق می کند. به همین ترتیب، قاعدتاً تصور یک چیز، از یک طبقه به طبقه دیگر فرق می کند. زمانی که ما با محیط اطراف خود ارتباطاتی برقرار کردیم، به دنبال آن، ارتباطات تصورات اجتماعی را می سازد و سپس، تصورات اجتماعی، روابط بین انسان‌ها را هدایت می کند. در واقع، هر تصویری، رفتاری را در پی خواهد داشت. تصورات، چگونگی ارتباطات ما را نیز کنترل و هدایت می کند. به این ترتیب، تصوراتی که انسان‌ها از پیامدهای طلاق دارند نیز با یکدیگر متفاوت است. پیامدهای طلاق از نظر برخی بسیار ناگوار و از نظر برخی دیگر چندان هم ناگوار نیست. این تصور گرایش هر فرد را به طلاق، متفاوت از دیگری تعیین می کند (فاتحی دهاقانی و نظری،۱۳۸۹: ۲۹).

از این رو، از این دیدگاه این فرضیه مطرح می‌شود که هرچه تصور منفی از پیامدهای طلاق وجود داشته باشد، نگرش و گرایش به طلاق کمتر خواهد بود. در مقابل، تصور مثبت از پیامدهای طلاق، تمایل به طلاق را افزایش می‌دهد. شکل ۱، مدل مفهومی و نظری تحقیق را نشان می‌دهد. بر این اساس، نگرش و تصور افراد از پیامدهای طلاق می‌تواند بطور مستقیم بر تمایل به طلاق اثرگذار باشد- هرچند این اثرگذاری می‌تواند تاحدودی توسط عوامل اجتماعی و جمعیتی تعدیل شود.

1. Stigmatization hypothesis



شکل ۱: مدل مفهومی و نظری نحوه اثرگذاری نگرش و تصور پیامدهای طلاق بر تمایل به طلاق

روش شناسی پژوهش

روش تحقیق این مقاله، کمّی و پیمایشی است. داده‌های مورد نیاز با استفاده از ابزار پرسشنامه و اجرای پیمایش نمونه‌ای در شهر تهران از تعداد ۷۲۰ جوان دارای همسر ۱۵ تا ۳۰ سال در سال ۱۳۹۳ گردآوری شد. برای انتخاب نمونه از شیوه نمونه‌گیری چندمرحله‌ای استفاده شد؛ بدین صورت که ابتدا با استفاده از شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای، ۸ منطقه شهری تهران شامل مناطق ۱، ۲، ۵، ٦، ۹، ۱۳، ۱۵، و ۱۹ که در خوشه‌های مختلف توسعه‌ای قرار دارند انتخاب شدند. سپس، در درون هر منطقه، به‌صورت تصادفی دو محلّه و در درون هر محلّه، سه بلوک به‌صورت تصادفی انتخاب و در درب منازل با نمونه واجد شرایط، توسط ۱۰ پرسشگر آموزش دیده مصاحبه به عمل آمد و پرسشنامه‌ها تکمیل گردید. از میان ۷۲۰ نمونه مورد بررسی از جوانان متأهل شهر تهران، حدود ٤٤ درصد را مردان و ٥٦ درصد را زنان تشکیل می‌دادند. میانگین سنی پاسخگویان ۲۷ سال و بیشتر آنها (۷۵ درصد) در گروه سنی ۲۵-۲۹ سال قرار داشتند.

متغیر مستقل تحقیق، "نگرش و تصور از پیامدهای طلاق" است که با استفاده از ١٦ گویه سنجش شده و مقدار آلفای کرونباخ آن ۰/۸۵ به دست آمد. این گویه‌ها دو بُعد نگرش و تصور مثبت و منفی را شامل می‌شود. تصورات منفی از پیامدهای طلاق با استفاده از ۱۲ گویه شامل "مردم نگاه و برخورد منفی و نامناسبی

بـا افـراد طلاق گرفته دارند"، "بعد از طلاق، افراد به لحاظ روحی و روانی آسـیب پذیر می‌شـوند"، "بعد از طـلاق، افراد تنها و منزوی می‌شـوند"، "طلاق باعث لطمـه خوردن به آبروی خانوادگی می‌شـود"، "طلاق منجر به افزایش آسـیب‌ها و انحرافات اجتماعی می‌شود"، "طلاق آینده فرزندان را به مخاطره میاندازد"، "هر چه طلاق بیشـتر باشـد، جامعه ناسـالم تر خواهد بود"، "برای فرد طلاق گرفته تهیه و تأمین مسکن مناسب مشکل است"،"هرکسی به خودش‌اجازه می‌دهد به زن مطلقه پیشنهاد بی شرمانه دهد"، "بعدازطلاق مشکلات اقتصادی درتأمین‌هزینه‌های زندگی بیشترمی شود"، و "بعد از طلاق، امنیت اجتماعی زنان در جامعه به خطر میافتد"، و "بعد از طلاق، احتمال ازدواج مجدد خیلی کم است" می‌شود. در مقابل، ابعاد مثبت زندگی بعد از طلاق با استفاده از ٤ گویه " طلاق باعث رهایی و آزاد شدن می‌شود"، " طلاق باعث بازگشت آرامش به فرد می‌شود"، " طلاق باعث ساختن زندگی جدید خوب و شاد می‌شود"، و " طلاق باعث آزادی عمل و استقلال فردی می‌شود" سنجش شده است.

متغیر وابسـته تحقیق "تمایل به طلاق" اسـت که بر اساس ۱۰ گویه ساخته شده و مقدار آلفای کرونباخ آن ۰/۹۳ اسـت. این گویه‌ها شـامل "طلاق یک مرحله از زندگی اسـت که برای من هم ممکن روزی رخ دهد"، "طـلاق را یـک امر محتمل در زندگیم می‌دانم"، "حتی اگر شـده از حق و حقوقـم هم بگذرم، روزی طلاق بگیرم"، "حاضرم طلاق بگیرم، حتی اگر نتوانم دوباره ازدواج کنم "، " حتی اگر والدینم مرا طرد کنند، بازهم طلاق بگیرم"، "می خواهم طلاق بگیرم، حتی اگر شده از بچه‌هایم جدا شوم"، "هیچ امیدی به درست‌شدن این زندگی ندارم و به طلاق فکر می‌کنم"، "احساس می‌کنم ازدواجم اشتباه بوده و روزی از همسرم جدا می‌شوم"، "احسـاس می‌کنم که اگر از همسرم جدا شوم، زندگیم بهتر خواهد شد"، و"اگر مجبورنبودم حتی یک لحظه هم حاضرنبودم در این زندگی بمانم" می‌باشند.

علاوه بر اینها، متغیرهای جمعیتی سـن، جنسـیت، تحصیلات، وضعیت اشتغال، وضعیت مالی و اقتصادی خانوار در بررسـی تأثیر تصور از پیامدهای طلاق بر تمایل به طلاق به عنوان متغیرهای کنترل اسـتفاده شـده است. در تحلیل داده‌ها از آزمون‌های آماری توصیفی و تحلیل عاملی و آزمون رگرسیون چندمتغیری استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

• نگرش و تصور نسبت به پیامدهای اجتماعی طلاق

تصور پیامدهای اجتماعی طلاق و زندگی بعد از طلاق، یکی از بسـترهای شکل گیری نگرش تمایل افراد به طلاق است.

جدول ۱: توزیع درصدی نظرات پاسخگویان پیرامون پیامدهای اجتماعی و زندگی بعد از طلاق

تصور از پیامدها و زندگی بعد از طلاق	کاملاً موافق	موافق	بی‌نظر	مخالف	کاملاً مخالف	تعداد نمونه
مردم نگاه و برخورد منفی و نامناسبی با افراد طلاق گرفته دارند	٢٦/٤	٤٠/٩	١٨/٢	١٢/٦	٢/٠	٧١٦
بعد از طلاق، افراد به لحاظ روحی و روانی آسیب پذیر می‌شوند	٣١/٢	٥٠/٣	١٢/٥	٥/٠	٠١	٧١٩
بعد از طلاق، افراد تنها و منزوی می‌شوند	٢٦/٦	٣٥/٩	٢٦/٢	٩/٣	١/٩	٧١٨

طلاق باعث لطمه خوردن به آبروی خانوادگی می‌شود	۲۵/۵	۲۵/۸	۲۲/۱	۲۱/۷	٤/۹	۷۱۸
طلاق منجر به افزایش آسیب‌ها و انحرافات اجتماعی می‌شود	۲۳/۲	۳٦/۳	۲۷/۲	۱۰/٦	۲/۸	۷۱۷
طلاق آینده فرزندان را به مخاطره می‌اندازد	٤٦/۹	۳٤/۹	۱۱/۰	۵/۰	۲/۲	۷۱۹
هر چه طلاق بیشتر باشد، جامعه ناسالم تر خواهد بود	٤۳/۱	۳۲/۲	۱٦/۹	٦/۳	۱/۵	۷۲۰
برای فرد طلاق گرفته تهیه و تامین مسکن مناسب مشکل است	۲۷/۸	۳۲/٤	۲٤/۹	۱۲/٦	۲/٤	۷۱٦
بعدازطلاق مشکلات اقتصادی درتأمین‌هزینه‌های زندگی بیشتر می‌شود	۲۷/۳	۳۰/۸	۲۸/۳	۱۱/۰	۲/٦	۷۱۸
بعد از طلاق، امنیت اجتماعی زنان در جامعه به خطر می‌افتد	۳۳/۷	۳۹/۲	۱۹/۳	۵/۷	۲/۱	۷۱۹
بعد از طلاق، احتمال ازدواج مجدد خیلی کم است	۱۳/۳	۳۰/۰	۳۱/۰	۲۱/۸	۳/۹	۷۱٦
هرکسی به خودش‌اجازه می‌دهد به زن مطلقه پیشنهاد بی شرمانه دهد	۲۳/۵	۳۳/۰	۲۳/۵	۱۳/۷	٦/٤	۷۱٦
طلاق باعث رهایی و آزاد شدن می‌شود	۸/٤	۱۵/٦	۲۵/٦	۳۵/۷	۱٤/۸	۷۱۸
طلاق باعث بازگشت آرامش به فرد می‌شود	٦/۷	۱۳/۲	۲۸/۷	۳۸/٤	۱۳/۰	۷۱۸
طلاق باعث ساختن زندگی جدید خوب و شاد می‌شود	۷/۵	۹/۰	۳۲/۷	۳٦/۹	۱۳/۹	۷۱۹
طلاق باعث آزادی عمل و استقلال فردی می‌شود	۷/۹	۱۲/۲	۳۰/۲	۳۵/۷	۱۳/۹	۷۱۹

بر اساس یافته‌های جدول ۱، حدود ٦۷ درصد پاسخگویان معتقدند که مردم نگاه و برخورد منفی با افراد طلاق گرفته دارند. حدود ۸۱ درصد پاسخگویان اظهارکرده‌اند که بعد از طلاق افراد نسبت به مسائل روحی و روانی آسیب‌پذیرتر می‌شوند. همچنین، حدود ٦۲ درصد آنان موافق اند که افراد بعد از طلاق تنها و منزوی می‌شوند. بیش از ۵۱ درصد پاسخگویان اعتقاد دارند که طلاق به آبرو و حیثیت خانوادگی افراد لطمه وارد می‌سازد. حدود ۵۹ درصد جوانان بر این باورند که طلاق موجب افزایش آسیب‌ها و انحرافات اجتماعی در جامعه می‌شود. به علاوه، ۸۲ درصد جوانان مورد بررسی معتقدند که طلاق آینده فرزندان را به مخاطره می‌اندازد. حدود سه چهارم پاسخگویان موافق این قضیه بودند که هرچه طلاق در جامعه بیشتر شود، جامعه ناسالم‌تر می‌گردد. همچنین، حدود ٦۰ درصد پاسخگویان بر این باور بودند که تهیه و تأمین مسکن برای فرد طلاق گرفته مشکل است. ۵۸ درصد زندگی‌های بعد از طلاق را با فشار اقتصادی همراه و تأمین هزینه‌های زندگی را دشوار می‌دانند. به علاوه، ۷٤ درصد جوانان بر این باورند که بعد از طلاق، امنیت اجتماعی زنان در جامعه به خطر می‌افتد و حدود ٦۰ درصد نیز بر این باورند که بعد از طلاق هر کسی به خودش اجازه می‌دهد که به زن مطلقه پیشنهاد بی‌شرمانه دهد.

از دیگر نکات قابل تأمل در جدول ۱ این است که حدود ۲٤ درصد پاسخگویان با این گفته که طلاق باعث رهایی و آزادی فرد می‌شود، موافقت کرده‌اند. به علاوه، یافته‌ها نشان می‌دهد که حدود ۲۰ درصد پاسخگویان اعتقاد دارند که طلاق باعث بازگشت آرامش به فرد می‌شود. همچنین، تنها ۱٦ درصد موافق این قضیه بوده‌اند که طلاق موجب ساختن زندگی جدید خوب و شاد می‌شود. همچنین،، حدود ۲۰ درصد پاسخگویان با این موضوع که طلاق باعث آزادی عمل و استقلال فردی می‌شود موافق هستند.

نتایج تحلیل عاملی ۱٦ گویه بیانگر دو عامل است: یکی، پیامدهای منفی طلاق را نشان می‌دهد که ۱۲ گویه روی آن بار شده است و دیگری، پیامدهای مثبت طلاق را نشان می‌دهد که ٤ گویه روی آن بار شده است. برای ساختن شاخص ترکیبی، نمره گویه‌های زیر مقیاس پیامدهای منفی برعکس شد و همانطور که نتایج

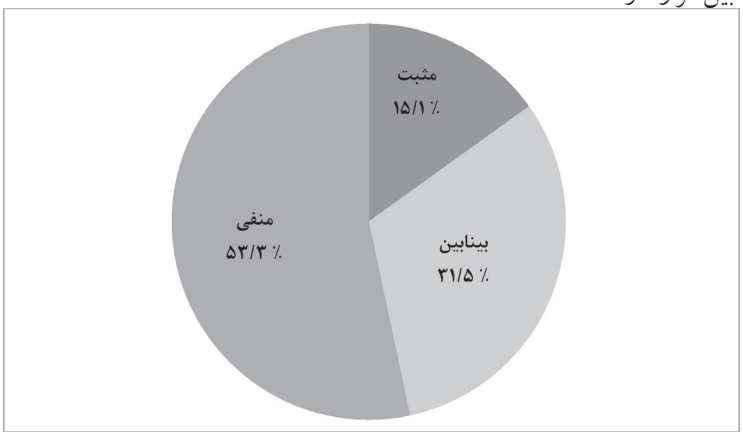
جدول ۲ نشان می‌دهد، در مجموع ۱۶ گویه حدود ۶۱ درصد واریانس شاخص نگرش و تصور از پیامدهای طلاق را تبیین می‌کنند.

جدول ۲: نتایج تحلیل عاملی گویه‌های تشکیل‌دهنده شاخص نگرش و تصور پیامدهای طلاق

گویه	بار عاملی (factor loading)		شاخص تصور پیامدهای طلاق	
	پیامدهای مثبت	پیامدهای منفی	بار عاملی (factor loading)	نمره عاملی (factor score)
طلاق باعث ساختن زندگی جدید خوب و شاد می‌شود	۰/۸۸۳		۰/۴۶۳	۰/۰۹۲
طلاق باعث آزادی عمل و استقلال فردی می‌شود	۰/۸۶۰		۰/۴۲۶	۰/۰۸۴
طلاق باعث بازگشت آرامش به فرد می‌شود	۰/۸۵۸		۰/۴۲۲	۰/۰۸۳
طلاق باعث رهایی و آزاد شدن می‌شود	۰/۷۸۸		۰/۳۳۰	۰/۰۶۵
بعد از طلاق، افراد به لحاظ روحی و روانی آسیب پذیر می‌شوند		۰/۷۳۴	۰/۷۱۷	۰/۱۴۲
طلاق منجر به افزایش آسیب‌ها و انحرافات اجتماعی می‌شود		۰/۷۱۵	۰/۷۰۹	۰/۱۴۰
برای فرد طلاق گرفته تهیه و تامین مسکن مناسب مشکل است		۰/۷۰۱	۰/۶۷۵	۰/۱۳۴
طلاق باعث لطمه خوردن به آبروی خانوادگی می‌شود		۰/۶۹۳	۰/۶۳۳	۰/۱۲۵
بعد از طلاق، امنیت اجتماعی زنان در جامعه به خطر می‌افتد		۰/۶۸۱	۰/۶۸۲	۰/۱۳۵
بعدازطلاق مشکلات‌اقتصادی تأمین هزینه های‌زندگی‌بیشتر می‌شود		۰/۰۶۷۴	۰/۶۴۰	۰/۱۲۷
بعد از طلاق، افراد تنها و منزوی می‌شوند		۰/۶۳۶	۰/۶۱۱	۰/۱۲۱
طلاق آینده فرزندان را به مخاطره می‌اندازد		۰/۶۳۵	۰/۶۳۴	۰/۱۲۵
مردم نگاه و برخورد منفی و نامناسبی با افراد طلاق گرفته دارند		۰/۶۱۹	۰/۵۵۱	۰/۱۰۹
هر کسی به خودش اجازه می‌دهد به زن مطلقه پیشنهاد بی شرمانه دهد		۰/۴۸۲	۰/۴۳۲	۰/۰۸۵
بعد از طلاق، احتمال ازدواج مجدد خیلی کم است		۰/۴۲۶	۰/۳۸۰	۰/۰۷۵
هر چه طلاق بیشتر باشد، جامعه ناسالم تر خواهد بود		۰/۴۲۵	۰/۴۶۸	۰/۰۹۲
مقدار واریانس تبیین شده (٪)	۷۱/۹	۴۹/۴	۶۱/۲	
KMO	۰٫۸۵۲			

بدین ترتیب، همانطور که نمودار ۱ نشان می‌دهد توزیع تصور پاسخگویان از پیامدهای اجتماعی و زندگی بعد از طلاق نشـــان می‌دهد که ۱۵ درصد تصور و ارزیابی مثبت از پیامدها و زندگی بعد از طلاق دارند. در

مقابل، ۵۳ درصد تصور و برداشت منفی از طلاق و پیامدهای آن در جامعه ایران دارند و حدود ۳۲ درصد نیز در وضعیت بینابین قرار دارند.



نمودار ۱: توزیع درصدی ارزیابی و تصور جوانان از پیامدهای اجتماعی و زندگی بعد از طلاق

- **تمایل و گرایش به طلاق**

در این بخش از مقاله، تمایل و گرایش جوانان دارای همسر به طلاق مورد بررسی قرار می‌گیرد. همانطور که نتایج جدول ۳ نشـــان می‌دهد حدود ٤١ درصد پاســـخگویان طلاق را یکی از مراحل زندگی می‌دانند که ممکن اســـت روزی هم برای آنها اتفاق بیافتد. به علاوه ۱۸ درصد پاســـخگویان طلاق را یک امر محتمل در زندگی خود می‌دانند.

جدول ۳: توزیع درصدی نظرات جوانان پیرامون گویه‌های تمایل و گرایش به طلاق

تمایل و گرایش به طلاق	کاملاً موافق	موافق	بی نظر	مخالف	کاملاً مخالف	تعداد نمونه
طلاق یک مرحله از زندگی است که برای من هم ممکن است روزی رخ دهد	۱۷/۸	۲۳/۱	۲۱/۰	۱۵/۹	۲۲/۳	۷۱۹
طلاق را یک امر محتمل در زندگیم می‌دانم	۵/۰	۱۲/۸	۲۱/۳	۳۰/۹	۳۰/۰	۷۱۹
حتی اگر شده از حق و حقوقم هم بگذرم، روزی طلاق بگیرم	٦/٤	۱۰/۵	۱۷/۷	۳۲/۵	۳۲/۹	۷۱۷
حاضرم طلاق بگیرم، حتی اگر نتوانم دوباره ازدواج کنم	٤/۱	۱۲/۷	۲۱/۲	۳/٦	۳۱/٤	۷۱٦
حتی اگر والدینم مرا طرد کنند، بازهم طلاق بگیرم	۵/٤	۸/۵	۱۷/۲	۳٦/۰	۳۲/۹	۷۱۷
می خواهم طلاق بگیرم، حتی اگر شده از بچه‌هایم جدا شوم	۲/۷	٦/۱	۱۵/۵	۳۳/۸	٤۱/۹	۷۱٦
هیچ امیدی به درست‌شدن این زندگی ندارم و به طلاق فکر می‌کنم	٦/۷	۹/۷	۱۷/۰	۳۱/۲	۳۵/٤	۷۱۸
احساس می‌کنم ازدواجم اشتباه بوده و روزی ازهمسرم جدا می‌شوم	۵/۱	٦/۱	۹/۳	۲۱/۱	۵۸/۳	۷۲۰

احساس می‌کنم که اگر از همسرم جدا شوم، زندگیم بهتر خواهد شد	۳/۲	٦/٥	۱۰/۷	۱۸/۹	٦۰/٦	۷۱۹
اگر مجبور نبودم، حتی یک لحظه هم حاضرنبودم در این زندگی بمانم	٦/۰	۸/٦	۲۰/۲	۲۸/٤	۳٦/۹	۷۱۹

همچنین، نزدیک ۱۷ درصد پاسخگویان اظهار کرده‌اند که حتی اگر شده از حق و حقوق‌شان بگذرند، حاضرند طلاق بگیرند. حدود ۱۷ درصد پاسخگویان نیز گفته‌اند حتی اگر ازدواج مجددی هم در کار نباشد، باز هم حاضرند طلاق بگیرند. حدود ١٤ درصد نیز گفته‌اند حتی اگر والدینم مرا طرد کنند، حاضرم طلاق بگیرم. همچنین، ١٦ درصد پاسخگویان گفته‌اند هیچ امیدی به درست شدن این زندگی ندارند و به طلاق دارند فکر می‌کنند. نکته قابل تأمل دیگر این است که حدود ۹ درصد پاسخگویان گفته‌اند با وجود جدایی از بچه‌هاشان، حاضرند اقدام به طلاق کنند.

به علاوه، یافته‌های جدول ۳ نشان می‌دهد که ۱۱ درصد جوانان متأهل مورد بررسی، ازدواج خود را اشتباه دانسته و بیان کرده‌اند بالاخره روزی از همسرشان جدا می‌شوند و طلاق می‌گیرند. همچنین، حدود ۱۰ درصد پاسخگویان گفته‌اند احساس می‌کنند اگر از همسرشان جدا شوند، زندگی‌شان بهتر خواهد شد. در نهایت، حدود ۱۵ درصد پاسخگویان اجبار را دلیل ماندن با همسر خود و طلاق نگرفتن می‌دانند و بیان کرده‌اند اگر مجبور نبودند حتی یک لحظه هم حاضر نمی‌شدند که با همسرشان زندگی کنند.

علاوه بر اینها، از جوانان مورد بررسی در مورد برنامه زندگی مشترک‌شان تا دو سال آینده سوال شد و اینکه در این ازدواج می‌مانند یا طلاق خواهند گرفت. همانطور که نمودار ۲ نشان می‌دهد حدود ۸۹ درصد جوانان نمونه مورد بررسی گفته‌اند که در این ازدواج می‌مانند و تنها ۱۱ درصد گفته‌اند که قطعاً طلاق خواهند گرفت. بین زنان و مردان تفاوت معناداری وجود دارد؛ تنها ۹ درصد مردان گفته‌اند طلاق می‌گیرند در مقایسه ۱۳/٤ درصد زنان پاسخگو گفته‌اند که تا دو سال آینده طلاق خواهند گرفت.

نمودار ۲: برنامه زندگی جوانان متأهل مورد بررسی تا دو سال آینده (٪)

بطور کلی، نتایج تحلیل عاملی گویه‌های تشکیل دهنده شاخص گرایش و تمایل به طلاق نشان می‌دهد که

تعداد ۱۰ گویه مورد نظر روی یک عامل بارگذاری شـــده‌اند. همچنیـــن، این گویه‌ها ٦٢ درصد واریانس این عامل را تبیین می‌کنند.

جدول ٤: نتایج تحلیل عاملی گویه‌های تشکیل‌دهنده شاخص گرایش و تمایل به طلاق

گویه	بار عاملی (factor loading)	نمره عاملی (factor score)
حتی اگر والدینم مرا طرد کنند، بازهم طلاق بگیرم	۰/۸۸۰	۰/۱٤۲
حتی اگر شده از حق و حقوقم هم بگذرم، روزی طلاق بگیرم	۰/۸٤٤	۰/۱۳٦
طلاق را یک امر محتمل در زندگیم می‌دانم	۰/۸۲۱	۰/۱۳۳
حاضرم طلاق بگیرم، حتی اگر نتوانم دوباره ازدواج کنم	۰/۸۱۸	۰/۱۳۲
هیچ امیدی به درست‌شدن این زندگی ندارم و به طلاق فکر می‌کنم	۰/۸۰۲	۰/۱۲۹
می خواهم طلاق بگیرم، حتی اگر شده از بچه‌هایم جدا شوم	۰/۷۹۱	۰/۱۲۸
احساس می‌کنم ازدواجم اشتباه بوده و روزی ازهمسرم جدا می‌شوم	۰/۷۷۰	۰/۱۲٤
احساس می‌کنم که اگر از همسرم جدا شوم، زندگیم بهتر خواهد شد	۰/۷٦۱	۰/۱۲۳
طلاق یک مرحله از زندگی است که برای من هم ممکن روزی رخ دهد	۰/۷٥٤	۰/۱۲۲
اگر مجبور نبودم حتی یک لحظه هم حاضرنبودم در این زندگی بمانم	۰/٥۹٥	۰/۱۰۲
مقدار واریانس تبیین شده (٪)	٦۱/۹	
KMO	۰/۹۱	

با توجه به نتایج تحلیل عاملی و نمره عاملی به دست آمده شاخص، میزان تمایل و گرایش به طلاق در سه گروه طبقه‌بندی شد که نتایج آن در نمودار ۳ ارائه شده است. بر این اساس، ۲۸ درصد تمایل و گرایش کم و حدود ۱۸ درصد تمایل و گرایش زیادی به طلاق داشته‌اند. همچنین، ٥٤ درصد در این باره وضعیت متوسط و بینابینی داشته‌اند.

نمودار ۳: میزان گرایش و تمایل جوانان مورد بررسی به طلاق (٪)

- **تأثیر تصور جوانان از پیامدهای طلاق بر تمایل آنها به طلاق**

اینکه افراد چه برداشت و تصوری از پیامدهای طلاق دارند- آیا تصوری مثبت یا منفی دارند- ممکن است تمایل آنها به طلاق را تحت‌تأثیر قرار دهد. این موضوع با استفاده از آزمون‌های آماری دو متغیره و چندمتغیره بررسی و نتایج آن در زیر ارائه می‌شود.

نتایج تحلیل دومتغیره

نتایج تحلیل دو متغیره (جدول ۵) نشان داد افرادی که تصوری مثبت از پیامدها و زندگی بعد از طلاق دارند، گرایش و تمایل زیادی به طلاق نشـــان می‌دهند. در مقایسه، آنهایی که تصور منفی نسبت به پیامدهای طلاق دارند، تمایل کمی به طلاق از خود بروز می‌دهند.

جدول ۵: نتایج تحلیل دو متغیره رابطه تصور از پیامدهای طلاق با تمایل به طلاق

متغیر	مقوله‌ها	میزان گرایش و تمایل به طلاق			
		نمره شاخص	کم	متوسط	زیاد
تصور پیامدهای طلاق	مثبت	۵۵/۱	۱۱/۰	۶۰/۶	۲۸/۴
	بینابین	۵۲/۹	۱۵/۰	۵۹/۹	۲۵/۱
	منفی	۴۶/۸	۴۰/۹	۴۸/۷	۱۰/۴
آزمون آماری		F=۴۹/۴۵ Sig.=۰/۰۰۱	X^2= ۷۷/۲۹ Sig.=۰/۰۰۱		
ضریب همبستگی نمره شاخص تصور منفی از طلاق با نمره شاخص تمایل به طلاق		r = -۰/۴۲۵ Sig.=۰/۰۰۱			

نکته: نمره بالاتر به معنای تصور منفی‌تر به پیامدهای طلاق است.

بـــه علاوه، رابطه منفـــی و معناداری بین میزان تصور از پیامدهای منفی طلاق و تمایل به طلاق وجود دارد. از این رو، هر چه افراد تصور منفی از پیامدهای طلاق داشته باشند، تمایل کمتری به طلاق خواهند داشت.

نتایج تحلیل چندمتغیره

نتایج تحلیل دومتغیره بیانگر رابطه منفی و معنادار تصور از پیامدهای منفی طلاق و تمایل به طلاق اســـت. باید توجه داشت که نتایج تحلیل دو متغیره فقط نوعی تحلیل ناخالص، بدون کنترل اثرات سایر متغیرها، ارائه می کند و در نتیجه صرفاً اتکا به نتایج آن‌ها موجب تفسیر نادرست از روابط می شود. بر این اساس از آزمون تحلیل رگرسیون چندمتغیری به تحلیل اثرات تصور از پیامدهای طلاق بر تمایل به طلاق با کنترل متغیرهای جمعیتی اثرگذار پرداختیم که نتایج آن در قالب دو مدل در جدول ۶ مشخص شده است.

جدول ٦: نتایج تحلیل رگرسیون چندمتغیری از تأثیر تصور از پیامدهای طلاق بر تمایل به طلاق

متغیرهای مستقل	مدل ۱		مدل ۲	
	Beta	Sig.	Beta	Sig.
تصور از پیامدهای منفی طلاق	-۰/٤۲۵	۰/۰۰۱	-۰/۳٤۹	۰/۰۰۱
سن			-۰/۰۰۵	۰/۹۰۲
جنسیت (زن به عنوان گروه مرجع)			-۰/۱۰۲	۰/۰۲۰
طول مدت ازدواج			۰/۰۱٦	۰/٦۹۳
فرزند (نداشتن فرزند به عنوان گروه مرجع)			-۰/۰۱۸	۰/٦٤۷
میزان تحصیلات			-۰/۰۱۳	۰/۷۳٤
وضعیت اشتغال(غیرشاغل به عنوان گروه مرجع)			-۰/۱۷۵	۰/۰۰۱
نمره شاخص پایگاه اقتصادی-اجتماعی			-۰/۱۰۷	۰/۰۰٦
نمره شاخص میزان دینداری			-۰/۲۷۹	۰/۰۰۱
R	۰/٤۲۵		۰/۵٦۷	
ضریب تعیین (R^2)	٪ ۱۸/۱		٪ ۳۲/۱	
F (Sig.)	۱۵۸/٦ (۰/۰۰۱)		۳۱/۷٦ (۰/۰۰۱)	

همان طور که در جدول ٦ مشخص است، در مدل ۱ میزان تصور از پیامدهای منفی، تأثیر منفی و معناداری بر میزان تمایل به طلاق دارد. این تأثیر در مدل ۲ هرچند اندکی کاهش داشته، اما همچنان از اثر قوی و معنادار برخوردار است. از این رو، هر چه تصور از پیامدها و زندگی بعد از طلاق منفی‌تر باشد، میزان تمایل افراد به طلاق کاهش می‌یابد. در مدل ۲، علاوه بر شاخص تصور از پیامدهای منفی طلاق، متغیرهایی نظیر میزان دینداری، وضعیت اشتغال، پایگاه اقتصادی و اجتماعی و جنسیت تأثیر معناداری بر میزان تمایل به طلاق داشته‌اند. بطور کلی، این متغیرها حدود یک سوم واریانس متغیر وابسته را تبیین کرده‌اند و در این میان، تأثیر میزان تصور از پیامدها و زندگی بعد از طلاق قوی تر از سایر متغیرها بوده است.

بحث و نتیجه‌گیری

طلاق پایان همه ماجرا نیستو پس از طلاق، خواه ناخواه و آگاهانه و ناآگاهانه، جوانب و ابعاد مختلف زندگی فرد و اعضای خانواده تحت تأثیر قرار می‌گیرد و شرایط زمینه‌ای نیز بر این موضوع اثر می‌گذارد (کلانتری و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۱۳). طلاق، ابعاد مختلف سلامتی، بهزیستن روانشناختی و همچنین زندگی اقتصادی، اجتماعی و خانوادگی را تحت تأثیر قرار می‌دهد (لیوپلد، ۲۰۱٦). طلاق، دارای آثار و پیامدهای گسترده اقتصادی، اجتماعی، و روانی، بر مردان و زنان مطلقه، فرزندان طلاق، شبکه خویشاوندی، اجتماع محلی و جامعه است. بنابراین، طلاق پایان زندگی مشترک است، نه پایان زندگی. از این رو، در مطالعات طلاق باید

زندگی بعد از طلاق و پیامدهای طلاق مورد کندوکاو و بررسی قرار داد.

آثار و پیامدهای طلاق می‌تواند ناشی از شرایط پیرامونی و داغ ننگ طلاق باشد. از سوی دیگر، پیامدهای طلاق و ارزیابی افراد از زندگی‌های بعد از طلاق می‌تواند نگرش و گرایش جوانان به طلاق را تحت‌تأثیر قرار دهد. در این راستا، با استفاده از داده‌های گردآوری شده در پیمایش نمونه‌ای در میان جوانان متأهل شهر تهران، این فرضیه مطرح و مورد آزمون قرار گرفت: هرچه تصور منفی از پیامدهای طلاق وجود داشته باشد، نگرش و گرایش به طلاق کمتر خواهد بود و در مقابل، تصور مثبت از پیامدهای طلاق، تمایل به طلاق را افزایش می‌دهد.

یافته‌های توصیفی مقاله نشان داد که ۱۵ درصد جوانان مورد بررسی، تصور و ارزیابی مثبت از پیامدها و زندگی بعد از طلاق دارند. در مقابل ۵۳ درصد تصور و برداشت منفی از طلاق و پیامدهای آن در جامعه ایران دارند و حدود ۳۲ درصد نیز در وضعیت بینابین قرار دارند. همچنین، نتایج نشان داد که ۲۸ درصد تمایل و گرایش کم و در مقابل حدود ۱۸ درصد تمایل و گرایش زیادی به طلاق داشته‌اند. همچنین ٥٤ درصد در این مورد در وضعیت متوسط و بینابینی قرار دارند. نتایج تحلیل دو متغیره بیانگر رابطه منفی و معنادار بین میزان تصور از پیامدهای منفی طلاق و تمایل به طلاق است. از این رو، افرادی که تصوری مثبت از پیامدها و زندگی بعد از طلاق دارند، گرایش و تمایل زیادی به طلاق دارند. در مقایسه، آنهایی که تصور منفی نسبت به پیامدهای طلاق دارند، تمایل کمی به طلاق دارند.

آزمون رگرسیون چندمتغیری در دو مدل اجرا شد و نتایج آن نشان داد که در مدل ۱ میزان تصور از پیامدهای منفی تأثیر منفی و معنادار بر میزان تمایل به طلاق دارد. این تأثیر در مدل ۲ هرچند اندکی کاهش داشته، اما همچنان اثر آن قوی و معنادار است. از این رو، هر چه تصور از پیامدها و زندگی بعد از طلاق منفی‌تر باشد، میزان تمایل افراد به طلاق کاهش می‌یابد. در مدل ۲، علاوه بر شاخص تصور از پیامدهای منفی طلاق، متغیرهایی نظیر میزان دینداری، وضعیت اشتغال، پایگاه اقتصادی و اجتماعی و جنسیت تأثیر معناداری بر میزان تمایل به طلاق داشته‌اند. بطور کلی، این متغیرها حدود یک سوم واریانس متغیر وابسته را تبیین کرده‌اند و در این میان، تأثیر میزان تصور از پیامدها و زندگی بعد از طلاق قویتر از سایر متغیرها بوده است.

از این رو، تصور پیامدهای اجتماعی طلاق و زندگی بعد از طلاق، یکی از بسترهای مهم شکل‌گیری نگرش و تمایل افراد به طلاق است. پیامدهای طلاق از نظر برخی بسیار ناگوار و از نظر برخی دیگر چندان هم ناگوار نیست. این تصور گرایش هر فرد را به طلاق، متفاوت از دیگری تعیین می کند (فاتحی دهاقانی و نظری،۱۳۸۹). گسترش نگرش‌های منفی به طلاق در جامعه منجر به داغ ننگ و بدنامی مطلقه‌ها می‌شود (کالمیجن و یونک، ۲۰۰۷). بدین ترتیب، پیامدهای طلاق، نگرش افراد به طلاق را تحت تأثیر قرار می‌دهد و تمایل افراد به طلاق مرتبط با ارزیابی آنها از پیامدهای طلاق است (آماتو و بوث، ۱۹۹۱؛ ریجکن و لیفبرور، ۲۰۱۲).

بدین ترتیب، درک ارزیابی جوانان از پیامدهای اجتماعی طلاق و سنجش تمایل و گرایش آنها به طلاق می‌تواند روزنه و زوایای جدیدی از روند افزایشی طلاق و بسترهای آن را فراروی محققان و سیاستگذاران بگشاید.

بر اساس نتایج پژوهش، پیشنهاد می‌شود که پیامدهای طلاق به جوانان آموزش داده شود تا در امر ازدواج و حتی طلاق آگاهانه و با درک تمام شرایط تصمیم بگیرند. بی تردید، آگاه‌سازی جوانان نسبت به پیامدهای طلاق و مسائل و مشکلات بعد از طلاق می‌تواند در کاهش تمایل آنها به طلاق اثرگذار باشد.

منابع

- اخوان تفتی، مهناز. (۱۳۸۲). **"پیامدهای طلاق در گذر از مراحل آن"**. مطالعات زنان. سال اول، شماره ۳، صص ۱۵۱-۱۲۶.
- حبیب‌پور گتابی، کرم و نازک تبار، حسین. (۱۳۹۰). **"عوامل طلاق در استان مازندران"**. مطالعات راهبردی زنان. سال چهاردهم، شماره ۵۳، صص ۱۲۷-۸۷.
- ریاحی، محمد اسماعیل؛ علیوردی نیا، اکبر و بهرامی کاکاوند، سیاوش. (۱۳۸۶). **"تحلیل جامعه شناختی میزان گرایش به طلاق: مطالعه موردی شهر کرمانشاه"**. فصلنامه پژوهش زنان. دوره ۵، شماره ۳، صص ۱۴۰-۱۰۹.
- زارعی، فاطمه؛ صلحی، مهناز؛ تقدیسی، محمدحسین؛ کمالی، محمد؛ شجاعی‌زاده، داود؛ نجات، سحرناز و مرقاتی‌خویی، عفت‌السادات. (۱۳۹۳). **"درک تجارب پس از طلاق در زنان: یک پژوهش کیفی"**. مجله علوم پزشکی رازی. دوره ۲۱، شماره ۱۲۴.
- سفیری، خدیجه و محرمی، معصومه. (۱۳۸۸). **"بررسی پیوند ناهم سان همسری فرهنگی با میزان اختلافات زناشویی"**. فصلنامه مطالعات زنان. شماره ۲۱، صص ۳۱-۵۱ .
- شیخی، خالد؛ خسروی، جمال؛ غریبی، حسن؛ قلی‌زاده، زلیخا و حسین‌زاده، میکائیل. (۱۳۹۰). **"درک معنایی طلاق و کشف پیامدهای مثبت آن: مطالعه کیفی"**. فصلنامه مشاوره و روان درمانی خانواده. شماره ۱، صص ۷۷-۶۴.
- صادقی، رسول. (۱۳۹۵). **"عوامل اقتصادی- اجتماعی مؤثر بر طلاق جوانان در ایران"**. فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. شماره ۳۲، صص ۲۰۵-۱۸۹.
- فاتحی دهاقانی، ابوالقاسم و نظری، علی محمد. (۱۳۸۹). **"تحلیل جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر گرایش زوجین به طلاق در استان اصفهان"**. فصلنامه مطالعات امنیت اجتماعی. شماره ۲۵، صص ۵۴-۱۳.
- کاوه، محمد. (۱۳۹۱). **آسیب‌شناسی بیماری‌های اجتماعی**. تهران: انتشارات جامعه شناسان
- کلانتری، عبدالحسین؛ روشنفکر، پیام و جواهری، جلوه. (۱۳۹۰). **"آثار و پیامدهای طلاق: مرور نظام مند تحقیقات انجام شده در ایران با تاکید بر ملاحظات جنسیتی"**. فصلنامه زن در توسعه و سیاست. دوره ۹، شماره ۳، صص ۱۳۱-۱۱۱.
- محمدپور، احمد؛ رضایی، مهدی؛ پرتوی، لطیف و صادقی، رسول. (۱۳۸۸). **"بازسازی معنایی تغییرات خانواده به شیوه نظریه زمینه‌ای (مطالعه موردی: ایلات منگور و گورک)"**.فصلنامه خانواده پژوهی. دوره ۵، شماره ۳، صص ۳۳۰-۳۰۹.
- Amato, P. R. (1994).**"The Impact of Divorce on Men and Women in India and the United States".** Journal of Comparative Family Studies, 25(2): 207–21.
- Amato, P.R. and Booth, A. (1991). **"The Consequences of Divorce for Attitudes toward Divorce and Gender Roles".** Journal of Family Issues, 12(3): 306-322.
- Good, W. (1963). **World Revolution and Family Patterns**. London: Free Press of Glencoe.
- Guest, P. (1992). **"Marital Dissolution and Development in Indonesia**". Journal of Comparative Family Studies, 23, 95–113.

- Heaton, T. B., M. Cammack and Young, L. (2001). **"Why is the Divorce Rate Declining in Indonesia?"**Journal of Marriage and Family, 63: 480–490.
- Jones, G. W. (1997). **"Modernization and Divorce in Islamic Southeast Asia and the West".** Population and Development Review, 23: 95–114.
- Kalmijn, M. and Uunk, W. (2007). **"Regional Value Differences in Europe and The Social Consequences of Divorce: A Test of The Stigmatization Hypothesis".** Social Science Research 36(2): 447-468.
- Leopold, T. (2016). **"Gender Differences in the Consequences of Divorce: A Multiple-Outcome Comparison of Former Spouses".** SOEP paper, No. 841.
- Lorenz, O.F. & Wickrama, S., K A. & Conger, D.R. & Elder, H.G. (2006). «**The Short-Term and Decade-Long Effects of Divorce on Women's Midlife Health".** Journal of Health and Social Behavior, 47(2):111.
- Rijken, A. J., and Liefbroer, A.C. (2012). **"European Views of Divorce among Parents of Young Children**: **Understanding Cross-National Variation".** Demographic Research, 27, Pp. 25-52.
- Sadeghi, R., and Agadjanian,V. (2017). **"Changing Attitudes toward Divorce in Iran: The Effects of Modernization and Ideational Shifts".** Presented at the 2017 Annual Meeting of Population Association of America, 27-29 April, Chicago, IL, United States of America.
- Sandfield, A. (2006). **"Talking Divorce: The Role of Divorce in Women Constructions of Relationship Status".** Feminism Psychology, 16 (2): 155-173.
- Thornton, A. (2001). **"The Developmental Paradigm, Reading History Sideways and Family Change".** Demography, 38(4): 449-465.
- Thornton, A. (2004). **Reading History Sideways: The Fallacy and Enduring Impact of the Developmental Paradigm on Family Life**. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Thornton, A., and Lin, H.S. (1994). **Social Change and the Family in Taiwan**. Chicago: University of Chicago Press.

۱۴

نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در جامعه پذیری سیاسی جوانان شهر تهران با تاکید بر اعتماد رسانه ای

بابک احمدپور ترکمانی[۱]
مصطفی ازکیا[۲]
باقر ساروخانی[۳]

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۷/۲۹
تاریخ پذیرش مقاله:۱۳۹۶/۹/۱۷

یکی از مهمترین کارویژه‌های دولت‌ها، حفظ، نگهداشت و انتقال ارزش‌های سیاسی حاکم بر جامعه می‌باشد که این مهم از طریق عوامل مختلفی از جمله شبکه‌های اجتماعی مجازی محقق می‌شود. جوانان به عنوان مهمترین قشر استفاده کننده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، در یکی از حساس ترین مراحل سنی جامعه پذیری سیاسی قرار دارند. با توجه به نتایج تحقیقات موجود، وضعیت جامعه‌پذیری سیاسی در بین جوانان ایرانی، کمتر از متوسط و میانگین جامعه می‌باشد. بنابراین بررسی نقش عوامل موثر بر جامعه‌پذیری سیاسی جوانان، با تاکید بر مطالعه نقش شبکه‌های مجازی، هدف این پژوهش است.

اساس چارچوب نظری این تحقیق تلفیقی از نظریه گیدنز، آلموند و پاول، ایزابل آنگ و الهیو کاتز و ... می‌باشد. روش تحقیق بنا بر ماهیت داده‌های به دست آمده، جزو تحقیقات پیمایشی و شیوه نمونه‌گیری، تصادفی خوشه ای چندمرحله‌ای است و حجم نمونه از طریق فرمول کوکران محاسبه شده است.

نتایج تحقیق حاکی از آن است که اعتماد رسانه‌ای به عنوان تاثیرگذارترین متغیر بر روی جامعه‌پذیری سیاسی با میزان اثر ۰/۴۵۲ و متغیر میزان استفاده از فضای مجازی با ۰/۲۵۹ و متغیر سابقه استفاده از فضای مجازی با۰/۱۶۰ بر روی متغیر جامعه‌پذیری سیاسی تاثیرگذار بوده‌اند، ولی تاثیر متغیرهای زمینه‌ای و متغیر پایگاه اقتصادی- اجتماعی معنادار نبوده است. به علاوه، یافته‌ها نشان می‌دهند که شبکه‌های اجتماعی مجازی در راستای جامعه‌پذیری سیاسی غیررسمی عمل می‌نمایند. بنابراین پیشنهاد می‌شود در راستای دفاع از فرهنگ سیاسی رسمی کشور، نقش دولت در مدیریت و کنترل فضای مجازی فعالانه تر و پررنگ‌تر گردد.

۱. دکترای جامعه شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
۲. استاد، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)E-mail: Mostafa_azkia@yahoo.com
۳. استاد، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

واژگان کلیدی: جامعه‌پذیری سیاسی، فضای سایبری، شبکه‌های اجتماعی مجازی و اعتماد رسانه‌ای

مقدمه

جامعه‌پذیری[1] یا اجتماعی شدن، از نظر لغوی به معنای انطباق با جامعه و آشناسازی با جامعه است (حق‌شناس، ۱۳۸۷ :۸٤۲) و منظور از اجتماعی شدن یا جامعه‌پذیری آن است که یک انسان از بدو تولدش چگونه با جامعه و فرهنگ (ارزش‌ها و هنجارهای آن) انطباق می‌یابد(رفیع پور، ۱۳۸۷ :۳۵۰). یکی از ابعاد مهم جامعه‌پذیری که مورد تاکید دولت‌ها و نظام‌های سیاسی می‌باشد، جامعه‌پذیری سیاسی[2] است. جامعه‌پذیری سیاسی، روندی آموزشی است که به انتقال هنجارها و رفتارهای پذیرفتنی نظام سیاسی مستقر، از نسلی به نسل دیگر کمک می‌کند و هدف از آن تربیت یا پرورش افراد به صورتی است که اعضای کارآمد جامعه سیاسی باشند (عالم، ۱۳۷٤: ۱۱۷).

در فرایند جامعه‌پذیری سیاسی افراد، گروه‌ها و سازمان‌های متعددی موثرند؛ یکی از این عوامل که در جامعه‌پذیری افراد نقش دارد، وسایل ارتباط جمعی است(ساروخانی،۱۳۷۰: ٥٤۸) که فراگیر بودنش مهمترین خصیصه آن محسوب می‌گردد؛ به طوری که سایر نهادهای اثرگذار در جامعه‌پذیری سیاسی نظیر خانواده و مدرسه را نیز تحت پوشش قرار داده است. این رسانه‌ها در اعماق جامعه و بین توده‌های مردم رسوخ کرده و عامل انفجار در زمان و مکان شده‌اند؛ به طوری که در سریع‌ترین زمان در اقصی نقاط جهان پیام و اطلاعات را گسترش می‌دهند(ساروخانی،۱۳۹۱: ۱۳). بنابراین امروزه به تبع ظهور و گسترش اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی- که حاصل پیشرفت در رسانه‌های ارتباطی است- در جامعه‌ای متفاوت از قبل زندگی می‌کنیم که به زعم برخی اندیشمندان نظیر مانوئل کاستلز جامعه اطلاعاتی است(کاستلز، ۱۳۸۰)؛ جامعه ای که با خلق یک فضای مجازی توانسته‌اند میلیاردها کاربر را در فعالیت‌های ارتباطی و اطلاعاتی خود درگیر نمایند و این کاربران به طور تعاملی به انتقال و دریافت اطلاعات گوناگون مورد نیاز خود اعم از فیلم و تصویر، صدا و متن با کمترین محدودیت و هزینه می‌پردازند. این وضعیت در فرآیند جامعه‌پذیری افراد جامعه یک تحول اساسی را ایجاد نموده است، چرا که افراد جامعه از یک سو، با منابع متعدد و بی‌پایان اطلاعات و ارتباط گسترده مواجه هستند و از سوی دیگر، به عنوان کنشگرانی آزاد در این عرصه فعالیت دارند و به تولید محتوا می‌پردازند. در واقع، نظام‌های سیاسی تلاش می‌کند از طریق رسانه‌های در اختیار خود که اغلب رسانه‌های سنتی هستند، فرهنگ سیاسی رسمی و منطبق با ارزش‌های مورد تایید خود را برای اعضای جامعه انتقال و نهادینه سازند، اما با ظهور رسانه‌های الکترونیکی و گسترش استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی این معادله برهم خورده است(گیدنز، ۱۳۸٤: ٤۷) و انتقال فرهنگ سیاسی رسمی- یا به عبارتی، فرهنگ سیاسی حکومتی- با چالش‌هایی مواجه شده است. چالش‌هایی که شبکه‌های اجتماعی مجازی در سال‌های اخیر به وجود آورده‌اند، حوزه‌هایی فراتر از فضای شبکه‌های مجازی بوده است و علاوه بر تاثیرات در حوزه‌های فردی و اعتقادی، در حوزه‌های خانواده و بالاتر از آن یعنی حوزه دولت‌ها نیز چالش‌های گسترده‌ای در ابعاد فرهنگی، سیاسی و اجتماعی به وجود آورده‌اند(سردار آبادی، ۱۳۸۳: ۷٦).

در دهه‌های اخیر در جامعه ایران نیز کاربرد شبکه‌های مجازی رواج گسترده‌تری یافته است و این بدان معناست که در کشور ما نیز دیگر رسانه‌های سنتی مانند تلویزیون و رادیو و امثال آن، قدرت یک جانبه خود را در جامعه‌پذیری به خصوص جامعه‌پذیری سیاسی از دست داده‌اند. نتایج تحقیقات نیز همگی دال بر کاهش نفوذ

1. socialization
2. political socialization

جامعه پذیری سیاسی رسمی در کشور است؛ به این معنی که انتقال فرهنگ سیاسی رسمی کشور ضعیف تر شده است. در تحقیق قربانعلی سبکتکین و همکاران میزان جامعه پذیری سیاسی در میان جوانان زیر متوسط اعلام شده است(سبکتکین و محبوبی، ۱۳۹٤). در تحقیق هزار جریبی و همکاران نیز میزان جامعه پذیری دانشجویان متوسط گزارش گردیده است(هزار جریبی و همکاران، ۱۳۹۳). طبق تحقیق خواجه سروری نیز جامعه پذیری دانشجویان دانشگاه‌های سراسر کشور متوسط گزارش شده است(خواجه سروری، ۱۳۹٤). در مجموع وضعیت گزارش‌های تحقیقات اخیر در خصوص وضعیت جامعه پذیری سیاسی، متوسط و پایین ارزیابی شده‌اند و این موضوع برای نظام سیاسی که مهمترین هدف آن در جامعه پذیری سیاسی، انتقال ارزش‌ها و هنجارهای سیاسی است، مطلوب به نظر نمی‌رسد. از سوی دیگر، این اتفاق با ظهور و گسترش رسانه‌های الکترونیکی روند سعودی به خود گرفته است(حسین زاده و همکاران، ۱۳۹٤). با این اوصاف می‌توان نتیجه گرفت که بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی بر جامعه پذیری سیاسی ضرورتی انکار ناپذیر است.

در این میان، جوانان مهمترین قشر استفاده کننده از شبکه‌های اجتماعی مجازی هستند که در یکی از حساس ترین مرحله سنی جامعه پذیری سیاسی نیز قرار دارند. نسبت به نظام سیاسی از اولویت و اهمیت ویژه‌ای برخوردار هستند، چرا که جامعه پذیری سیاسی آنها در این مرحله از نوعی آگاهی برخوردار می‌باشد و این روند ممکن است در سراسر زندگی جوانان نسبت به نظام سیاسی شان تداوم داشته یاشد. نجفی سولاری در مورد این موضوع معتقد است: "شبکه‌های اجتماعی اینترنتی با ارضای همزمان نیازهای عقلی، منطقی و عاطفی جوانان و نوجوانان، گروه‌های سنی مذکور را به سمت خود جذب می‌کنند و موسسان جوامع مجازی از این فرصت برای انتقال مفاهیم فرهنگی و سیاسی و اجتماعی مدنظر خود در قالب نرم و پنهان، نهایت استفاده را می‌برند". (بشیر و افراسیابی، ۱۳۹۱: ۳۵ به نقل از نجفی سولاری، ۱۳۸۹) طبق تحقیقات انجام شده، جوانان بیشترین تجربه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی را دارند و در طول روز ساعات زیادی را صرف استفاده از این شبکه‌ها می‌کنند(حبیب زاده و بخشی ۱۳۹۵، مرادی، شهاب و همکاران۱۳۹۳، افراسیابی، محمد صادق ۱۳۹۲، خدایار، گلثوم و همکاران ۱۳۹۳، ودودی، اله و دلاور، علی ۱۳۹٤). و همین مسئله باعث می‌شود تا در بعد انتقال ارزش‌ها و هنجارهای سیاسی- و در اصطلاح جامعه پذیری سیاسی- برای جوانان روندهایی غیر از انتقال ارزش‌ها و هنجارهای سیاسی از کانال‌های رسمی رخ دهد. از این رو، ممکن است روند جامعه‌پذیری سیاسی مرتبط با شبکه‌های اجتماعی مجازی مغایر با روند جامعه‌پذیری سیاسی رسمی حکومتی باشد که متعاقب آن مسائل و بی ثباتی‌های گوناگونی برای یک جامعه پیش می‌آید و باعث بی نظمی و اخلال در کارکردهای نظام سیاسی موجود می‌گردد. همان گونه که یافته‌های برخی تحقیقات داخلی نیز نشان می‌دهد ظهور و گسترش پدیده نوظهور ارتباطی و اطلاعاتی شبکه‌های اجتماعی مجازی نوین در جامعه ایران، آثار و پیامدهایی را در عرصه مختلف به ویژه در جامعه‌پذیری سیاسی جوانان به بار آورده است. به عنوان مثال، بر اساس یافته‌های تحقیقاتی فاضلی(۱۳۹۳)؛ عاملی و حسنی(۱۳۹۱) و تامپسون (۱۹۹۵) شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر اینترنت در به چالش کشاندن ارزش‌های جامعه نقش دارند.

بنابراین، بررسی نقش عوامل موثر بر جامعه پذیری سیاسی جوانان که شبکه‌های اجتماعی مجازی یکی از مهمترین این عوامل تلقی می‌گردد، هدف این پژوهش می‌باشد. به همین دلیل، پژوهش حاضر در صدد تبیین این پرسش هاست:

- شبکه‌های اجتماعی مجازی چه نقشی در روند جامعه پذیری سیاسی جوانان ایفا می‌کنند؟
- در حال حاضر جوانان از چه نوع جامعه پذیری سیاسی برخوردار هستند؟

- متغیر اعتماد رسانه ای چقدر در این فرایند تاثیر گذار است؟
- چه راهکارهایی در جهت حمایت از جامعه پذیری رسمی می‌توان ارائه داد؟

پیشینه پژوهش

گرچه پژوهشگران، پیشینه و ریشه‌های جامعه‌پذیری سیاسی را به صورت کلی و عمومی، در یونان باستان ردیابی کرده‌اند، اما آنچه در آن زمان بیشتر مورد توجه قرار داشت، توجه به بایدها و نبایدهای علم سیاست بود و به آنچه که مربوط به بود و هست می‌شود، توجه نداشتند. بنابراین، نمی‌توان تاریخ پیدایش جامعه‌پذیری سیاسی را یونان باستان دانست و باید تاریخ به وجود آمدن آن را در عصرهای بعدی جستجو کرد. گویا برای اولین‌بار، تالکوت پارسونز در نظریه‌ای با عنوان "نظریه ساختاری- کارکردی" به این موضوع پرداخته است. بعد از پارسونز کسانی دیگری نیز به این نظریه پرداختند. مثلاً در سال ۱۹٦٦، گابریل آلموند، جامعه‌شناس و اندیشمند سیاسی آمریکا نیز متاثر از نظریات پارسونز، در این زمینه مطالبی را مطرح نمود. با وجود این، برای بررسی دقیق‌تر پیشینه تحقیق، تحقیقات داخلی و خارجی انجام شده در زمینه جامعه‌پذیری سیاسی مورد توجه قرار گرفته است. از جمله تحقیقاتی که در ایران پیرامون جامعه‌پذیری سیاسی صورت گرفته، تحقیق "نقش رادیو و تلویزیون در جامعه‌پذیری سیاسی دانشجویان" است که توسط احمد آذین و همکاران در سال ۱۳۸۹ نگاشته شده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد تاثیر تلویزیون بیشتر از سایر وسایل ارتباط جمعی بر جامعه‌پذیری دانشجویان است. نتایج تحقیق مسعود جعفری‌نژاد با عنوان "دبیران و جامعه‌پذیری سیاسی" حاکی از آن است که بین نگرش سیاسی و اجتماعی دبیران و جهت‌گیری سیاسی و اجتماعی دانش آموزان همبستگی مستقیم و معناداری دارد(ضریب همبستگی برابر با ۳۱۵٪ بوده است). "بررسی عوامل موثر بر روند جامعه‌پذیری سیاسی دانشجویان" عنوان مطالعه‌ای است که در سال ۱۳۹۳ توسط دکتر هزارجریبی و همکاران انجام شده است. نتایج نشان می‌دهد که تشکل‌های سیاسی درون دانشگاهی تاثیری مثبت بر روند جامعه‌پذیری سیاسی دانشجویان داشته است و تشکل‌های سیاسی برون دانشگاهی همچون احزاب و شخصیت‌های سیاسی نتوانسته‌اند تاثیرگذاری عمده‌ای بر این روند داشته باشند. "بررسی نقش تلویزیون بر جامعه‌پذیری سیاسی دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد" عنوان مقاله‌ای است که در سال ۱۳۹۰ توسط علی طلوعی و همکاران نگاشته شده است. نتایج بررسی‌ها بر اساس تحلیل رگرسیونی نشان می‌دهد که هر چه برخورداری از رسانه‌های جمعی بیشتر باشد، نگرش سیاسی دانشجویان بالاتر می‌رود و هر چه اعتماد به تلویزیون و اخبار آن بالاتر رود، میزان جامعه‌پذیری افراد نیز بیشتر می‌شود. "بررسی نقش رسانه‌ها در جامعه پذیری سیاسی جوانان" پژوهش دیگری است که در سال ۱۳۹٤ توسط قربانعلی سبکتکین و مرضیه محبوبی نگاشته شده و نتایج آن نشان می‌دهد ابعاد تبلیغاتی، سیاسی و فرهنگی–اجتماعی رسانه‌ها همگی در جامعه پذیری سیاسی جوانان تاثیر معنی داری دارند. "جامعه‌پذیری سیاسی نوجوانان جوامع پس از مناقشه" عنوان مطالعه‌ای است که در سال ۲۰۱۵ توسط کاترین رادی[1] و لورا تایلور[2] نگاشته شده است. یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است که باورهای والدین، گروه همسالان، مدرسه و رسانه‌ها و به خصوص روابط درون گروهی در توسعه باورهای سیاسی جوانان تاثیرگذر می‌باشد. «جامعه‌پذیری سیاسی کودکان و نوجوانان در برابر جامعه‌پذیری مجدد عوامل اجتماعی کننده: مدل نظری» عنوان تحقیقی است که که توسط دان رسو انجام شده است. در این تحقیق خانواده، دوستان، مدرسه و رسانه جمعی به عنوان عوامل تاثیرگذار بر جامعه‌پذیری

1. Catherine M. Reidy
2. Laura K. Taylor

سیاسی در نظر گرفته شدند. «تاثیر ویژگی‌های اجتماعی و اقتصادی در نگرش‌های سیاسی بومیان آمریکا» عنوان پژوهشی است که در سال ۲۰۱۲ توسط دانیل سویج[1] و جنگوم مین[2] انجام شده است. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل نشان می‌دهد که ویژگی‌های اجتماعی و اقتصادی بومیان آمریکا، نقش بیشتری در تبیین نگرش سیاسی سرخپوستان آمریکایی نسبت به هویت قومیشان بازی می‌کند. "تاثیر اینترنت بر نگرش سیاسی در کویت و مصر" عنوان مقاله‌ای است که در سال ۲۰۱۲ توسط علی کندری[3] و محمد حسن[4] انجام شده است. این مطالعه نشان می‌دهد که استفاده از اینترنت به این دلیل که هرکس برداشت خود را داشته، تاثیر منفی بر بینش سیاسی داشته است و استفاده از فیس بوک، توییتر و وبلاگ‌ها به عنوان برنامه‌های کاربردی اینترنت، همراه با استفاده از اینترنت برای کسب اطلاعات، بینش کاذب سیاسی را توجیه می‌کند.

در واقع، نتایج اکثر تحقیقات پیشین که بر روی جامعه‌پذیری سیاسی انجام شده به بررسی عوامل موثر در جامعه پذیری سیاسی پرداخته اند و همان طور که شاهد هستیم موضوع شبکه‌های اجتماعی مجازی به صورت کلی به گونه ای مغفول مانده و کمتر توجهی در تحقیقات داخلی و خارجی به این موضوع به خصوص تاثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر نوع جامعه‌پذیری سیاسی رسمی و غیر رسمی شده است. البته در برخی از تحقیقات پیشین موضوع رسانه‌ها و تاثیر آنها بر جامعه‌پذیری سیاسی مورد توجه قرار گرفته است؛ تحقیقاتی مانند "بررسی تاثیر رسانه‌های ارتباط جمعی بر جامعه‌پذیری سیاسی دانش‌آموزان دبیرستانی" توسط عبدالرضا نواح و همکاران، "نقش رادیو وتلویزیون در جامعه پذیری سیاسی دانشجویان" توسط احمد آذین و همکاران، "بررسی نقش تلویزیون بر جامعه‌پذیری سیاسی" توسط علی طلوعی و همکاران و "تاثیر اینترنت بر نگرش سیاسی در کویت و مصر" توسط علی کندری و محمد حسن- اگرچه در تحقیق اخیر به نقش اینترنت در جامعه پذیری سیاسی توجه شده است.

پرسشنامه‌ای که در این تحقیق موضوع جامعه‌پذیری سیاسی را مدنظر قرار داده، درباره تاثیر طول زمان صرف شده یک فرد در اینترنت، دلایل استفاده از اینترنت و استفاده از برنامه‌های کاربردی اینترنت در حوزه سیاسی، سرگرمی و یا افزایش سطح دانش پرداخته و موضوع شبکه‌های اجتماعی را به طور اختصاصی بررسی نکرده است. همچنین، تحقیقات مشابه بیشتر بر فیس بوک و ... تمرکز داشته اند و کمتر به تمام ابعاد شبکه‌های مجازی پرداخته اند.

بنابراین مهمترین دلایل محقق در انتخاب و بررسی این پژوهش با عنوان "نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در جامعه پذیری سیاسی جوانان شهر تهران" عبارت اند از: اولاً، بی‌توجهی اکثریت و یا تمامی تحقیقات قبلی به تمامی ابعاد شبکه‌های مجازی و به خصوص یکی از مولفه‌های اصلی توجیه کننده جامعه‌پذیری سیاسی در ارتباط با شبکه‌های اجتماعی مجازی (اعتماد کاربران به محتواهای تولید شده در شبکه‌های اجتماعی مجازی) است؛ ثانیاً، عدم توجه به نوع جامعه پذیری سیاسی که در قالب حکومتی(رسمی)و غیر حکومتی(غیررسمی) باید مورد بررسی قرار گیرد.

چارچوب نظری پژوهش

چارچوب نظری این پژوهش یک چارچوب تلفیقی برگرفته از نظریه آلموند و پاول، پاتنام، کاستلز، ماکس

1. Daniel Savage
2. Jeonghum Min
3. Ali Kandari
4. Mohammed Hasanen

وبر و تیکنور می‌باشد. در نظریه آلموند و پاول، جامعه‌پذیری سیاسی از طریق نهادها و عاملان مختلفی صورت می‌گیرد که یکی از عواملی که در انتقال ارزش‌ها، باورها و احساسات سیاسی افراد جامعه نقش مهمی را دارد، رسانه‌های جمعی هستند- اگرچه این بدان معنا نیست که افراد جامعه بدون چون و چرا به پذیرش آنها تحت تاثیر رسانه‌های جمعی بپردازند. با توجه به اینکه آلموند در مورد تاثیر رسانه‌ها به خصوص رسانه‌های نوظهور و جدید خاصه شبکه‌های اجتماعی نتوانسته‌اند به تبیین جامعه‌پذیری سیاسی بپردازند، برای فهم و تبیین بهتر تاثیر رسانه‌های نوظهور و نوین بر جامعه‌پذیری سیاسی، این نظریه را با نظریه گیدنز ترکیب می‌کنیم و در ادامه جهت تبیین ابعاد شبکه‌های اجتماعی مجازی نظریه سرمایه اجتماعی پاتنام و نظریات هارولد لاسول، چارلز رایت و مک کوایل را نیز وارد چارچوب نظری می‌نماییم. طبق نظریه گیدنز، رسانه به ویژه رسانه‌های الکترونیکی، تنها در خصوص سیاست خبر نمی‌دهند، بلکه تا حدودی درباره اینکه سیاست چه باشد نیز نقش تعیین‌کنندگی دارند. از نظر وی رسانه‌ها از دو جهت با فرهنگ سیاسی در ارتباط می‌باشند: اول اینکه رسانه‌ها فضا را برای دیالوگ سیاسی و فعالیت بیشتر شهروندان فراهم می‌نمایند و زمینه را برای گسترش دموکراسی با گسترش آن فراهم می‌سازند؛ ثانیاً، با باز کردن فضا، با نوعی ناچیز شمردن فضا و تجاری و شخصی کردن مسائل سیاسی، این فضا مخدوش می‌شود. پس می‌توان نتیجه گرفت طبق نظریه گیدنز، شبکه‌های اجتماعی به عنوان بخشی از رسانه‌های الکترونیک می‌توانند در نوع جامعه پذیری سیاسی نقش ایفا می‌کنند. بنابراین، بر اساس نظریه گیدنز و نظریه الموند و پاول، فرضیه اصلی تحقیق در مورد تاثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر نوع جامعه پذیری سیاسی تدوین شده است.

جهت تبیین بعد اعتماد رسانه ای به شبکه‌های اجتماعی مجازی، از نظریه سرمایه اجتماعی پاتنام استفاده کرده ایم. از نظر پاتنام، سرمایه اجتماعی فرصت هایی برای تعلیم و ارتقای مهارت‌های مدنی و ورزیدگی‌هایی مانند مشارکت فعالانه در مباحث و حیات اجتماعی، عمومی و سیاسی به شمار می‌رود. بر اساس این نظریه می‌توان چنین استنباط کرد که افراد در مواجه به شبکه‌های اجتماعی الکترونیکی صرفاً مصرف کننده تاثیرپذیر نمی‌باشند، بلکه بر حسب میزان اعتمادی که به این فضا و اطلاعات تولیدی آن دارند تاثیر می‌پذیرند. بنابراین طبق این نظریه می‌توان استنباط کرد که میزان و نوع جامعه پذیری سیاسی کاربران شبکه‌های مجازی مبتنی بر اینترنت که دولت‌ها سعی در آموزش و انتقال و نهادینه سازی آن دارند تحت تاثیر اعتمادی است که کاربران به محتوا و اطلاعات آن دارند. پس از دل این نظریه، فرضیه تاثیر اعتماد رسانه ای بر نوع جامعه پذیری سیاسی استخراج شده است.

جهت فرضیه تاثیر میزان، نوع و سابقه استفاده از شبکه‌های مجازی، از نظریه‌های هارولد لاسول، چارلز رایت و مک کوایل استفاده شده است. این نظریه پردازان معتقدند که دامنه و میزان تاثیر رسانه‌ها، وابسته به استفاده ای است که افراد از آنها دارند و همین استفاده بر نگرش و جهت گیری افراد تاثیر دارد.

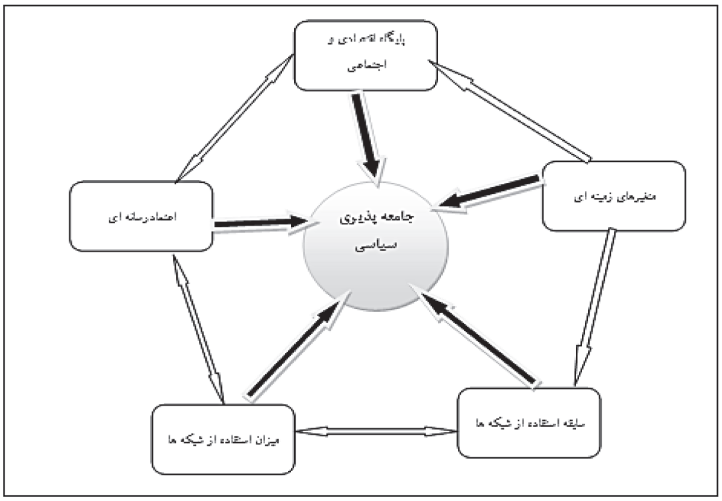
جهت فرضیه تاثیر پایگاه اقتصادی اجتماعی بر جامعه پذیری سیاسی نیز از نظریه تیکنور و همکاران استفاده کرده‌ایم. تیکنور و همکاران اعتقاد دارند که به موازات افزایش انتشار اطلاعات در جامعه توسط رسانه‌های جمعی، آن بخش هایی از جامعه که دارای پایگاه اقتصادی اجتماعی بالاتر هستند، در مقایسه با بخش‌های دارای پایگاه اقتصادی اجتماعی پایین تر، تمایل بیشتری به دریافت اطلاعات در کوتاه ترین زمان دارند. لذا، شکاف آگاهی بین این دو بخش، به جای کاهش، افزایش می‌یابد (مهدی زاده، ۱۳۹۲: ۸۹). بنابراین طبق این نظریه افرادی که دارای پایگاه اقتصادی اجتماعی بالاتری هستند، به لحاظ موقعیت اقتصادی و اجتماعی که دارند، آمادگی بهتری جهت کسب آگاهی و اطلاعات دارند و بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که پایگاه اقتصادی و اجتماعی جوانان به جهت تمایل متفاوت شان در دسترسی به اطلاعات- در اینجا منظور

تمایل به دریافت اطلاعات از طریق شبکه‌های مجازی است- در نوع جامعه پذیری سیاسی شان می‌تواند تاثیر گذار باشد. نظریه گیدنز در مورد تاثیر رسانه‌های الکترونیکی بر حوزه سیاست و ارزش‌ها و هنجارها سیاسی حاکم به چارچوب نظری اضافه شد. البته در این بخش از نظریات معتبر رسانه(نظریات هارولد لاسول، چارلز رایت، مک کوایل) جهت تبیین میزان و نوع و سابقه استفاده از شبکه‌های اجتماعی و تاثیر آن بر جامعه پذیری سیاسی جوانان) و همچنین نظریات جامعه شناسی(آلموند و وربا، گیدنز، ماکس وبر و تیکنور) استفاده شده است. همچنین جهت نشان دادن ارتباط فرضیه‌ها با نظریات، علاوه بر اشاراتی در چارچوب نظری، جدول زیر به مقاله اضافه شد و در ادامه، مدل نظری و فرضیات مستخرج از آن هم آمد.

جدول ۱: ارتباط چارچوب نظری پژوهش با نظریه‌های مطروحه

ردیف	نظریه پرداز	نظریه	فرضیه‌های مستخرج از نظریه	مفهوم مورد سنجش	سطح سنجش
۱	آنتونی گیدنز گابریل آلموند	نظریه بازاندیشی نظریه فرهنگ مدنی	شبکه‌های اجتماعی مجازی نوین نقشی مغایر با آنچه که حکومت‌ها در جامعه‌پذیری سیاسی جوانان ایفا می‌کنند، دارند.	جامعه پذیری سیاسی	فاصله ای
۲	لاسول، رایت، مک کوایل	نظریه گلوله جادویی و ارتباطات جمعی	نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با نوع جامعه پذیری سیاسی جوانان دارای تفاوت معناداری است.	نوع استفاده از شبکه‌های مجازی	اسمی چندحالته
۳	لاسول، رایت، مک کوایل	نظریه گلوله جادویی و ارتباطات جمعی	سابقه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر نوع جامعه‌پذیری سیاسی جوانان تاثیر معناداری دارد	سابقه استفاده از شبکه هابی مجازی	فاصله ای
٤	لاسول، رایت، مک کوایل	نظریه گلوله جادویی و ارتباطات جمعی	میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر نوع جامعه‌پذیری سیاسی جوانان تاثیر معناداری دارد	میزان استفاده از شبکه‌های مجازی	فاصله ای
٥	رابرت پاتنام	نظریه سرمایه اجتماعی	میزان اعتماد رسانه‌ای بر نوع جامعه‌پذیری سیاسی جوانان تاثیر معناداری دارد.	اعتماد رسانه ای	
٦	تیکنور	نظریه شکاف آگاهی	پایگاه اجتماعی – اقتصادی جوانان بر نوع جامعه‌پذیری سیاسی آنان تاثیر معناداری دارد.	پایگاه اقتصادی و اجتماعی	فاصله ای
۷	–	–	متغیرهای زمینه ای نظیر تاهل و جنس و ... با نوع جامعه‌پذیری سیاسی جوانان دارای تفاوت معناداری است.	متغیرهای زمینه ای	اسمی

مدل نظری پژوهش



شکل ۱: مدل نظری رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته

فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اصلی

شـــبکه‌های اجتماعی نوین مجازی نقشی مغایر با آنچه که حکومت‌ها در جامعه‌پذیری سیاسی جوانان ایفا می‌کنند، دارند.

فرضیه‌های فرعی

- میزان اســـتفاده از شـــبکه‌های اجتماعی مجازی بر نوع جامعه‌پذیری سیاســـی جوانان تاثیر معناداری دارد؛ به این معنا که افزایش اســـتفاده از شـــبکه‌های اجتماعـــی مجازی می‌تواند به ایجاد جامعه‌پذیری سیاســـی غیررسمی(غیرحکومتی) تاثیر بگذارد.
- ســـابقه استفاده از شـــبکه‌های اجتماعی مجازی بر نوع جامعه‌پذیری سیاسی جوانان تاثیر معناداری دارد؛ به این معنا که ســـابقه بالای اســـتفاده از شـــبکه‌های اجتماعی مجازی می‌تواند به ایجاد جامعه‌پذیری سیاسی غیررسمی(غیرحکومتی) تاثیر بگذارد.
- نوع اســـتفاده از شـــبکه‌های اجتماعی مجازی با نوع جامعه پذیری سیاســـی جوانان دارای تفاوت معناداری اســـت؛ به این معنا که اهداف مختلف اســـتفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌تواند انواع جامعه پذیری سیاسی رسمی حکومتی و غیررسمی(غیرحکومتی) را در پی داشته باشد.
- میزان اعتماد رســـانه‌ای بر نوع جامعه‌پذیری سیاســـی جوانان تاثیر معناداری دارد؛ به این معنا که اعتماد به محتوای شبکه‌های اجتماعی می‌تواند در شکل‌گیری جامعه‌پذیری غیررسمی(غیرحکومتی) تاثیرگذار باشد.
- پایگاه اجتماعی – اقتصادی جوانان بر نوع جامعه‌پذیری سیاسی آنان تاثیر معناداری دارد.
- متغیرهـــای زمینـــه ای نظیر تاهل و جنس و ... با نوع جامعه‌پذیری سیاســـی جوانان دارای تفاوت معناداری هستند.

روش شناسی پژوهش

در تحقیق حاضر محقق به دور از تاثیرگذاری و تاثیر پذیری در تلاش است تا بتواند رابطه و قاعده حاکم بر شبکه‌های اجتماعی مجازی و جامعه پذیری سیاسی جوانان شهر تهران را موررد شناسایی قرار دهد. همچنین بـه دلیل اینکه خصوصیت اصلی و عمده تحقیقات پیمایشـی تعمیم پذیری نتایـج نمونه کوچکتر به جامعه بزرگ‌تر است، لذا در این پژوهش از روش تحقیق اثباتی استفاده شده است. بنابراین با توجه به ماهیت پژوهش مناسبترین روش، روش کمی و پیمایش است که در مرحله اول به منظور شناسایی متغیرها و بنیان‌های نظری از روش اسـنادی، و برای شناسـایی و توصیف مقدار و نوع بهره گیری جوانان از شـبکه‌های اجتماعی نوین و وضعیت جامعه پذیری سیاسـی جوانان از روش پیمایشـی اکتشافی اسـتفاده می‌گردد. به لحاظ هدف این تحقیق، جزو تحقیقات کاربردی محسـوب می‌شود. جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش، جوانان شهر تهران هستند که طبق اطلاعات مرکز آمار جمعیت تهران حدود ۸۵۰۰۰۰۰ نفر می‌باشد که از این میان حدود ۲۱۵۰۰۰۰ نفر جزو جمعیت جوان محسـوب می‌شـوند. (سرشماری سـال ۱۳۹۵) حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۵ نفر محاسـبه شـده اسـت. البته با توجه به امکان ریزش داده‌ها، ۲۰ درصد به نمونه فوق افزوده شـده اسـت. همچنین، شیوه نمونه‌گیری پژوهش، نمونه گیری تصادفی خوشه ای چندمرحله ای بوده است؛ در یک تقسیم‌بندی مناطق شهر تهران به پنج پهنه جنوبی، مرکزی، شمالی، غربی و شرقی تقسیم گردیده است(مرکز مطالعات و برنامه ریزی شهر تهران ، ۱۳۹۵)- دلیل این تقسیم بندی آن است که با توجه به تفاوت و تنوع زیاد شهر تهران از نظر اقتصادی و فرهنگی، اداره مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهرداری، شهر تهران را به پنج پهنه تقسیم نموده است و هر پهنه را به چند منطقه و هر منطقه را به چند ناحیه و هر ناحیه را به محلات تقریباً همگن و شبیه به هم تقسیم کرده است. لذا برای نمونه گیری که تعمیم پذیری بالایی داشته باشد لازم اسـت از هر پهنه و از مناطق و نواحی متنوع به نسـبت در نمونه باشد؛ به طوری که نمونه تحقیق دربرگیرنده تمامی افراد طبقات اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی باشد. محقق با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی ساده از هر پهنه که به عنوان یک خوشه در نظر گرفته شده است، یک منطقه را به عنوان نمونه خود انتخاب کرد- به دلیل اینکه نمونه مورد مطالعه ما ٤٥٨ نفر می‌باشـد(با افزایش ۲۰ درصد) انتخاب یک منطقه از هر پهنه معقول به نظر می‌رسـد. حاصل نمونه‌گیری تصادفی سـاده از هر پهنه، منطقه ۱ از پهنه شمال، منطقه ۲۲ از پهنه غرب، منطقه ٤ از پهنه شرق، منطقه ۷ از پهنه مرکزی و منطقه ۱۹ از پهنه جنوب انتخاب گردید. سپس بنا شد تا از هر منطقه یک ناحیه به عنوان نمونه مطالعه انتخاب گردد. نتیجه این نمونه‌گیری باعث انتخاب ناحیه ۱ از منطقه ۱، ناحیه ۳ از منطقه ۲۲، ناحیه ۲ از منطقه ٤، ناحیه ۳ از منطقه ۷ و ناحیه ۲ از منطقه ۱۹ انتخاب گردید. بنابراین طبق انتخاب تصادفی از هر ناحیه، ۲محله، جمعا ۱۰ محله به طور تصادفی انتخاب شـدند. در مرحله بعدی نیز با انتخاب چندین بلوک از بلوک های‌های محلات چندین بلوک که در نقشه شماره گذاری شدند انتخاب گردیدند. در پایان با اسـتفاده از نمونه‌گیری تصادفی سیستماتیک واحدهای مورد مطالعه به صورت تصادفی انتخاب شـدند. برای انجام نمونه‌گیری تصادفی سیستماتیک، نیاز به تعداد واحدهای مسکونی محله و تعداد واحدهای مسکونی در هر یک از بلوک‌های اصلی و خرده بلوک‌ها بود که از شهرداری تهران دریافت شد.

در مرحله آخر در داخل هر یک از محلات به عنوان خوشه نهایی، ٤٦ جوان مورد مصاحبه قرار گرفتند و در نهایت پرسشنامه‌ها با نظارت محقق و چند پژوهشگر کارکشته به صورت حضوری و در مواجهه با نمونه‌های آماری تکمیل گردیدند.

در این پژوهش جهت روایی از روش اعتبار صوری یعنی توافق متخصصان یک امر در مورد یک شاخص

یا یک معیار استفاده شده است. در عین حال ضریب پایایی پرسشنامه از طریق محاسبه ضریب آلفای کرانباخ برآورد گردید و سوالات پرسشنامه قبل از اجرا روی نمونه اصلی تحقیق، طی یک مطالعهٔ مقدماتی (۳۰ پرسشنامه) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت که به طور کلی نتایج حاصل از بررسی پایایی پرسشنامه نهایی نشان داد که ضریب آلفای کرانباخ محاسبه شده برای ٦ متغیر برابر با ۰/۷۹ بوده که قابل اعتماد است.

تعاریف نظری و عملیاتی متغیرها

تعریف نظری و عملیاتی متغیر وابسته (جامعه‌پذیری سیاسی)

جهت‌گیری‌های افراد به نظام سیاسی(فرهنگ سیاسی) شامل سه جزء است:

جزء اول، شناختی به معنای اطلاع، اعم از دقیق یا غیر دقیق از نظام سیاسی است؛

جزء دوم، جهت‌گیری‌های نفسانی یا عاطفی به معنای احساس وابستگی، دخالت و طرد و امثال آن راجع به موضوعات سیاسی می‌باشد؛

جزء سوم، جهت‌گیری‌های ارزشی به معنای قضاوت راجع به موضوعات سیاسی است(Almond and Verba, 1963: 13).

با توجه به اینکه پایه تئوری این تحقیق متکی بر نظریه آلموند و وربا می‌باشد، لذا ضرورتا برای تعاریف عملیاتی این متغیر از این نظریه استفاده شده است. البته در ادامه تعریف عملیاتی متغیر جامعه پذیری سیاسی، از شاخص سازی داخلی در تحقیقات دکتر خانیکی(۱۳۹۱) نیز بهره گیری شده است . تمامی تحقیقاتی که در حال حاضر روی جامعه پذیری سیاسی کار می‌شود با استفاده از این نظریه به عملیاتی کردن متغیر می‌پردازند. اما همانگونه که مشخص است بعد شناختی فرهنگ سیاسی به دلیل عدم جهت‌گیری خاص آن در خصوص نوع جامعه‌پذیری سیاسی رسمی حکومتی و غیررسمی با نظر اساتید رهنما و مشاور حذف گردید. بنابراین در این تحقیق متغیر وابسته یعنی جامعه‌پذیری سیاسی شامل دو بعد جهت‌گیری ارزشی و جهت‌گیری احساسی می‌باشد- در بخش تعاریف مفاهیم که به این جمله اشاره شده بود، مطالب حذف گردیدو

در این پژوهش برای سنجش جهت‌گیری ارزیابانه افراد(ارزشی) از مولفه‌های ارزیابی و قضاوت سیاسی، رضایتمندی سیاسی، اعتماد سیاسی، نگرش به دموکراسی و مشارکت سیاسی استفاده شده است(خانیکی و سرشار، ۱۳۹۱: ۱۰۵-۱۰٦). همچنین مولفه‌های جهت‌گیری احساسی در قالب افتخار و غرور سیاسی، احساس عدالت، احساس امنیت سیاسی و احساس بی‌قدرتی سیاسی در نظر گرفته شده است(خانیکی و سرشار، ۱۳۹۱: ۱۰٤-۱۰۵). به طور کلی در این پژوهش جامعه پذیری سیاسی کاربران در سه طبقه رسمی حکومتی، تاحدودی رسمی حکومتی و غیر رسمی غیر حکومتی تقسیم بندی شده است.

تعاریف نظری و عملیاتی متغیرهای مستقل(میزان، نوع و سابقه استفاده از شبکه‌های اجتماعی، اعتماد رسانه‌ای)

- تعریف نظری میزان، نوع و سابقه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی

میزان، نوع و سابقه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در این پژوهش این است که جوانان شهر تهران به طور متوسط به چه مدت، چه میزان و از چه نوع شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند(خدایار و همکاران، ۱۳۹۳: ۸۰)

- تعریف نظری و عملیاتی اعتماد رسانه‌ای

یک رسانه با فراهم کردن رضایتمندی مخاطبان خود توان پابرجایی و رشد و رقابت را پیدا می‌کند و به موفقیتی از این شرایط نائل می‌شود که از آن به عنوان اعتماد رسانه یاد می‌شود. میزان اعتماد مردم به

رسانه‌ها، تابعی از میزان پایبندی رسانه‌ها به شاخص‌های اعتبار فعالیت حرفه ای رسانه هاست که می‌توان به مواردی نظیر انتشار اخبار درست و راست گویی و عدم سوگیری در پوشش رویدادها و بی طرفی و ... اشاره کرد(انارکی، ۱۳۹٦: ۱٤۱).

در این پژوهش تعریف و تقسیم‌بندی کورینگ و مایتس از اعتماد به رسانه‌ها، مبنای عملیاتی کردن مفهوم اعتماد رسانه‌ای و یا اعتماد به رسانه قرار گرفته است. طبق این تقسیم‌بندی، چهار شاخص اعتماد به گزینشگری موضوعات، اعتماد به گزینشگری حقایق، اعتماد به دقت توصیفات و اعتماد به ارزیابی ژورنالیستی برای اعتماد رسانه‌ای در نظر گرفته شده است.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی

در این بخش به صورت خلاصه ای به یافته‌های توصیفی تحقیق پرداخته می‌شـــود. طبق یافته‌های جدول ۲، بیشترین زمان استفاده از شبکه‌های مجازی برای جوانان شهر تهران، کمتر از دو ساعت و بیشترین سابقه استفاده نیز کمتر از دوسال می‌باشد. همچنین طبق جدول ۳، بیشتر کاربران هدف استفاده از شبکه‌های مجازی را ارتباط با دوستان دانسته و در مجموع با ٤٦/٥ درصد نسبت به محتوای شبکه‌های مجازی اعتماد داشته اند. همچنین، طبق اطلاعات جدول ٤ بیشترین فراوانی با اختلاف اندک مربوط به جامعه‌پذیری سیاسی رسمی می‌باشد.

جدول ۲: توزیع فراوانی بر حسب ساعت استفاده

ساعت استفاده از شبکه	درصد	سابقه استفاده از شبکه	درصد
کمتر از ۲ ساعت	۵۲/۸	یک سال	۲۹/۹
بین ۲ تا ٤ ساعت	۲۳/۱	دو سال	۱۷/۷
بین ٤ تا ٦ ساعت	۱۸/۳	سه سال	۱۲/٤
بالای ٦ ساعت	۵/۷	چهار سال	۷/٤
نامعلوم	۰	پنج سال	۱۹/۲
		شش سال و به بالا	۱۲/۷
کل	۱۰۰	کل	۱۰۰

جدول ۳: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب هدف استفاده

هدف استفاده	درصد	اعتماد رسانه ای	درصد متعبر
سرگرمی	۲٤,۵	کاملاً مخالف	۹
اخبار و مسائل سیاسی	۳۰,۳	مخالف	۳۱
علمی و آموزشی	٦,۳	تاحدودی	۱۲,۹
کاری و اقتصادی	۲,٤	موافق	۱۹,٤
دوستان	۳۳,٦	کاملاً موافق	۲۷,۱
اشتراک گذاری	۲,۸	نامعلوم	۰
کل	۱۰۰	کل	۱۰۰

جدول ٤: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب جامعه‌پذیری سیاسی

جامعه‌پذیری سیاسی	فراوانی	درصد	درصد معتبر
جامعه پذیری غیر رسمی	۱۸۷	٤۰/۸	٤۱/۱
جامعه پذیری تاحدودی رسمی	۷۹	۱۷/۲	۱۷/۵
جامعه پدیری رسمی	۱۸۸	٤۱	٤۱/٤
نامعلوم	٤	۰/۰۹	.
کل	٤۵۸	۱۰۰	۱۰۰/۰

آزمون طبیعی بودن توزیع داده‌ها

در ایـــن بخـــش پیش از انجـــام آزمون‌های آماری و به دلیل پیش‌فرضی جهت اســـتفاده یا عدم اســـتفاده از آزمون‌های پارامتریک یا ناپارامتریک، از آزمون کولموگروف اســـمیرنف استفاده گردید. بر اساس این آزمون، توزیع متغیرهای تحقیق یک توزیع نرمال بوده و در نتیجه برای آزمون فرضیه‌های مربوط به این متغیرها باید از آزمون‌های پارامتریک استفاده شود. برای بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی بر جامعه‌پذیری سیاسی جوانان از رگرسیون چندگانه و آزمون T و F استفاده شده است.

جدول ۵: آماره‌های آزمون کولموگروف- اسمیرنف

متغیرها		جامعه پذیری سیاسی	میزان	نوع	سابقه	اعتماد رسانه ای
تعداد نمونه		٤۵۸	٤۵۸	٤۵۸	٤۵۸	٤۵۸
آماره Z کولموگروف-اسمیرنف معناداری دوطرفه	آماره	٤/۱۵٦	٦/۱۵۱	٦/۱۵۱	۵/۱۲	٤/۹۸
	سطح احتمال	۰/۲٤۷	۰/۷۲۱	۰/۵۱۵	۰/٤۱۵	۰/٤۰۱

یافته‌های تحلیلی

- آزمون فرضیه تاثیر نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر نوع جامعه پذیری سیاسی جوانان

در این فرضیه در نظر گرفته شده است که بین نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و نوع جامعه‌پذیری سیاســـی جوانان تفاوت معناداری وجود دارد. برای بررسی تفاوت معناداری این دو متغیر از آزمون F مستقل اســـتفاده شـــده اســـت. نتایج حاصله از جدول آزمون F حاکی از این اســـت که میان دو متغیر نوع استفاده از شبکه‌های مجازی و نوع جامعه پذیری سیاسی تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول ٦:تحلیل واریانس یک راهه برای مقایسه نوع استفاده کاربران از شبکه‌های اجتماعی مجازی در شش گروه

متغیر	گروه	فراوانی	میانگین	F	سطح معناداری
نوع استفاده کاربران جوان از شبکه‌های اجتماعی مجازی	سرگرمی	۱۱۱	۳/۹۲٤۹	۸۲/۲۰۵	۰/۰۰۰
	اخبار و اطلاعات روز	۱۳۷	۱/۷۱۲۱		
	علمی و آموزشی	۲۹	۳/٦۷۱٦		
	کاری	۱۱	۳/۷٦۵۰		
	دوستان	۱۵۳	۲/۹۱٤۹		
	اشتراک گذاری	۱۳	۳/۰۳۵۱		

-آزمون فرضیه تاثیر متغیرهای زمینه ای نظیر تاهل و جنس و ... بر نوع جامعه‌پذیری سیاسی جوانان

این فرضیه کلی به سه فرضیه فرعی تقسیم شده است که در ادامه به صورت جداگانه به آنها خواهیم پرداخت:

- بررسی تفاوت معناداری بین جنس و جامعه‌پذیری سیاسی جوانان شهر تهران

برای بررسی تفاوت معناداری بین جنس و جامعه پذیری سیاسی جوانان شهر تهران از آزمون T مستقل استفاده شده است. نتایج حاصله از جدول آزمون T حاکی از این است که میان دو متغیر جنس و جامعه پذیری سیاسی تفاوت معناداری وجود ندارد. این بدان معنی است که میانگین‌های به دست آمده در میان دوجنس مرد و زن مشابه هستند و تفاوت معناداری بین زنان و مردان و نوع جامعه‌پذیری سیاسی آنها وجود ندارد.

جدول ۷: بررسی تفاوت معناداری بین جنس و جامعه پذیری سیاسی جوانان شهر تهران

ردیف	عنوان	تعداد	میانگین
۱	زن	۲۲۳	۲/۸۳
۲	مرد	۲۳۰	۳/۲۳
۳	سطح معناداری	۰/۲۵۵	
٤	N	٤٥٨	

- بررسی تفاوت معناداری بین وضعیت تاهل و جامعه‌پذیری سیاسی جوان شهر تهران

برای بررسی تفاوت معناداری بین وضعیت تاهل و جامعه پذیری سیاسی کاربران جوان شهر تهران از آزمون F مستقل استفاده شده است. نتایج حاصله از جدول آزمون F حاکی از این است که میان دو وضعیت تاهل و جامعه پذیری سیاسی کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی شهر تهران تفاوت معناداری وجود ندارد.

جدول ۸: بررسی تفاوت معناداری بین وضعیت تاهل و جامعه پذیری سیاسی کاربران جوان شهر تهران

متغیر		مجموع مربعات	درجات آزادی	میانگین مربعات	تحلیل واریانس	سطح معنی‌داری
وضعیت تاهل	بین گروهی	۱۰/٤۹۰	۳	۳/٤۹۷	۱/۷۰۱	۰/۱٦٦
	درون گروهی	۹۱٦/۸۲۲	٤٤٦	۲/۰٥٦		
	کل	۰۹۲۷/۳۱۱	٤٤۹			

بررسی آزمون فرضیات متغیرهای فاصله ای(تحلیل رگرسیون چندگانه)

با توجه نتایج جدول ۹ مقدار ضریب همبستگی (R) بین متغیرها ۰/۷۱۱ می‌باشد که نشان می‌دهد بین مجموعه متغیرهای مستقل و متغیر وابسته تحقیق (جامعه‌پذیری سیاسی) همبستگی بالایی وجود دارد. ضریب تعدیل شده که برابر با ۰/۵۰۵ می‌باشد نشان می‌دهد که ۵۰/۵ درصد از تغییرات نمره جامعه‌پذیری سیاسی به سه متغیر اعتماد رسانه ای، میزان استفاده و سابقه استفاده از شبکه‌های مجازی(مبتنی بر اینترنت) مربوط می‌شود و مابقی آن یعنی ٤۹/۵درصد به عوامل دیگر بستگی دارد.

جدول ۹: جدول رگرسیون چندگانه

	ضریب همبستگی پیرسون	ضریب تعیین تعدیل شده	سطح معناداری
متغیرهای مستقل	۰/۷۱۱	۰/۵۰۵	۰/۰۰۰

نتایج رگرسیون چندگانه نشان می‌دهد که متغیر اعتماد رسانه ای، میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و سابقه استفاده از شبکه‌ها در سطح ۹۹ درصد معنی‌دار بوده‌اند این در حالی است که میزان خطای سایر متغیرها بیشتر ۰,۰۵ بوده‌اند و به همین دلیل وارد معادله رگرسیون نشده‌اند- متغیرهایی نظیر پایگاه اقتصادی و اجتماعی. اما قضاوت در مورد سهم هر یک از سه متغیر مستقل در تبیین متغیر وابسته را باید به مقادیر بتا واگذار کرد. با توجه به اطلاعات رگرسیون چندگانه سهم و نقش متغیر اعتماد رسانه ای در تبیین متغیر وابسته نسبت به سایر متغیرها بیشتر است(طبق جدول ۱۰)، زیرا بر اساس بتای به دست آمده برای متغیر اعتماد رسانه ای، به ازای یک واحد تغییر در انحراف معیار فعال بودن کاربر به اندازه ۰/۴۵۲ در انحراف معیار متغیر وابسته تغییر ایجاد می‌گردد. در حالی که به ازای یک واحد تغییر در انحراف معیار میزان استفاده کاربران از شبکه‌های مجازی، تنها ۰/۲۵۹ واحد و به ازای یک واحد تغییر در انحراف معیار سابقه استفاده کاربران از شبکه‌های مجازی، تنها ۰/۱۶۰ در انحراف متغیر وابسته تغییر ایجاد می‌شود.

جدول ۱۰: ضرایب بتای متغیرهای مستقل معنادار

متغیرهای مستقل	بتا	سطح معناداری
میزان استفاده از شبکه ها	۰/۲۵۹	۰/۰۰۰
سابقه استفاده از شبکه ها	۰/۱۶۰	۰/۰۰۰
اعتماد رسانه ای	۰/۴۵۲	۰/۰۰۰

تحلیل مسیر

طبق اطلاعات جدول ۱۱، مجموع تاثیرهای مستقیم و غیرمستقیم هر متغیر مستقل بر متغیر وابسته جامعه‌پذیری سیاسی را نشان می‌دهد. برای به دست آوردن این مقدار کل، باید مقدارهای تاثیرهای مستقیم و غیرمستقیم هر متغیر مستقل را با هم جمع کنیم. نتایج تحلیل مسیر نشان می‌دهد که متغیر اعتماد رسانه ای و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی به ترتیب دارای بیشترین اثر و متغیر سابقه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی دارای کمترین تاثیرگذاری بر متغیر جامعه‌پذیری سیاسی بوده است.

جدول ۱۱: محاسبه تاثیر مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل

متغیرها	تاثیر مستقیم	تاثیر غیرمستقیم	تاثیر کل	معنی داری
میزان استفاده از شبکه‌ها	۰/۲۵۹	۰/۰۱۰۵	۰/۲۶۹۵	•
سابقه استفاده از شبکه‌ها	۰/۱۶۰	-	۰/۱۶۰	•
اعتماد رسانه ای	۰/۴۵۲	۰/۰۰۰۴۸۱	۰/۴۵۲	•

بحث و نتیجه گیری

به طور خلاصه در بخش توصیفی یافته‌ها، مشـــخص شـــد که بیشترپاسخگویان یعنی ۵۲/۸ درصد کمتر از ۲ ســـاعت به صورت روزانه از شـــبکه‌های مجازی استفاده می‌کنند. از نظر نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با تجمیع دو اولویت سرگرمی و دوستان مشخص می‌شود که بیشتر پاسخگویان یعنی ۵۸/۱ درصد که از بیشـــتر از نصف جامعه آماری این پژوهش اســـت به مسائل سرگرمی و تعاملی مشغول می‌باشند. در مورد سابقه استفاده جوانان از شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز بیشتر پاسخگویان یعنی ۳۰ درصد سابقه زیر یک سال فعالیت در شبکه‌های مجازی داشته اند.

در مـــورد اعتماد رســـانه ای نیز یافته‌های پژوهش نشـــان می‌دهد در مجموع ٤٠ درصـــد کاربران در کل به شبکه‌های مجازی و محتوای آنها اعتماد ندارند و در مقابل در مجموع ٤٦/٥ درصد کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی به شـــبکه‌های اجتماعی اعتماد دارند- یعنی بیشـــتر کاربران جوان به محتوای تولید شده در شبکه‌های مجازی اعتماد دارند.

در نهایت، یافته‌های پژوهش نشـــان می‌دهد که از مجموع پاســـخگویان، ٤١/١ درصد دارای جامعه‌پذیری غیررسمی، ۱۷/۵ درصد از جامعه‌پذیری تاحدودی رسمی و ٤١/٤ درصد از جامعه‌پذیری نوع رسمی برخوردار می‌باشند.

در مورد یافته‌های تحلیلی، نتایج این پژوهش پیرامون بررسی شش فرضیه حاکی از آن است که تاثیر اعتماد رسانه ای به عنوان تاثیرگذار ترین متغیر بر روی جامعه پذیری سیاسی با میزان ۰/٤٥٢ شناخته شده است. در مرحله بعدی میزان استفاده با میزان ۰/۲۵۹ و سابقه استفاده با۰/١٦٠ بر روی جامعه پذیری سیاسی تاثیرگذار بوده اند، ولی متغیرهای زمینه‌ای نظیر جنســـیت، ســـن، تحصیلات و ... و همچنیـــن متغیر پایگاه اقتصادی- اجتماعی بر روی جامعه پذیری سیاســـی تاثیر معنی دارای نداشـــتند که در ادامه به تبیین این موضوع پرداخته می‌شود.

همانگونه که اشاره شد طبق یافته‌های این پژوهش میزان و سابقه استفاده کاربران جوان از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر نوع جامعه‌پذیری سیاسی آنها تاثیر معنادار داشته است؛ بدین معنا که هر چقدر استفاده کاربران از شـــبکه‌های اجتماعی مجازی بیشتر باشد و دارای سابقه بیشـــتری در استفاده از شبکه‌های مجازی باشند، آنها دارای جامعه‌پذیری سیاســـی پایین‌تر (غیررسمی‌تری) هستند- یعنی در دوران جدید، شبکه‌های اجتماعی به عنوان رســـانه‌های آزاد و فارغ از سانســـور و بدون کنترل نظام حاکم عمل می‌کنند (برخلاف رسانه‌های سنتی نظیر تلویزیون و رادیو که در اختیار نظام حاکم هستند). همانگونه که نظریه گلوله جادوی، هارولد لاسول و چالز رایت، نظریه ارتباطات جمعی مک کوایل(۱۳۸۲) و سایر نظریات مشابه درباره تاثیر رسانه‌های سنتی بیان می‌دارند رسانه‌های دیداری و شنیداری، قادرند بر اندیشه‌ها، زندگی و الگوهای رفتاری مخاطبان تاثیر بگذارند و طبیعتاً هرچقدر افراد بیشتر در معرض رسانه‌ها قرار بگیرند، بیشتر تحت تاثیر محتوای پیام‌ها واقع می‌شوند. اما همانگونه که اشاره شد، رسانه‌های الکترونیکی نه تنها در اختیار نظام حاکم نیستند، بلکه به دلیل قرار گرفتن سرورهای شبکه‌های اجتماعی در خارج از کشور و تهیه محتواهای فرهنگ سیاسی، مخالف با فرهنگ سیاسی رسمی و حاکم کشور عمل می‌کنند و به همین دلیل بین میزان و سابقه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و جامعه‌پذیری غیررسمی رابطه معنی‌داری وجود دارد. این یافته با نتایج تحقیق احمد آذین و همکاران (۱۳۸۹)، علی طلوعی و همکاران (۱۳۹۰) نظریه کاشـــت(مک کوایـــل، ۱۳۸۵)، نظریه گربنر(بری، ١٣٨٤) و ... منطبق است که در آن اثر تلویزیون و رسانه‌های سنتی در اختیار حاکمیت در جامعه‌پذیری رسمی و حکومتی بیشتر

و محسوس‌تر است. اما در جامعه جدید همانگونه که پیشتر نیز اشاره شد این شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر اینترنت هستند که شیوه جامعه‌پذیری سابق را با چالش مواجه ساخته‌اند

از سوی دیگر، یافته‌های این پژوهش حاکی از تفاوت معناداری نوع استفاده کاربران از شبکه‌های اجتماعی مجازی با نوع جامعه‌پذیری سیاسی آنان است. از این یافته می‌توان چنین نتیجه گرفت که کاربران بخش اخبار نسبت به سایر کاربران از جامعه‌پذیری سیاسی غیررسمی‌تری برخوردار هستند و این حکایت از این موضوع دارد که شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر اینترنت تحت حاکمیت و نظارت داخلی نیستند و بیشتر اخبار و اطلاعات متکی به رسانه‌های خارجی (یا رسانه‌های خارج از نظارت حاکمیت) است که با سرعت بالایی توانایی انتشار را دارند و می‌توانند کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی را تحت تاثیر قرار دهند. پس درست است که استنباط شود شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر اینترنت در حال حاضر نه در کنترل و اختیار نظام حاکم، بلکه در اختیار کشورهای دیگر و کاربران خارج از کنترل نظام سیاسی می‌باشد که بر اساس الگوهای فرهنگی، باورها و ارزش‌های خاص اینها شکل گرفته‌اند.

همچنین طبق یافته‌های این تحقیق، اعتماد رسانه‌ای هم متغیر دیگر تاثیرگذار بر نوع جامعه‌پذیری سیاسی کاربران به حساب می‌آید. پیرو نظریه رابرت پانتام سرمایه اجتماعی که اعتماد بخشی از آن به حساب می‌آید، مهارت و ورزیدگی عملی الزام به سهیم شدن و مشارکت در حیات عمومی و سیاسی را به تدریج به آنها و عادت‌های رفتاریشان تزریق می‌کند. بنابراین سرمایه اجتماعی، فرصت هایی برای تعلیم و ارتقای مهارت‌های مدنی و ورزیدگی هایی مانند مشارکت فعالانه در مباحث و حیات اجتماعی، عمومی و سیاسی به شمار می‌روند(پانتام، ۱۳۸۰). طبق این نظریه رسانه‌ها برای اینکه بتوانند تاثیرگذار باشند باید افراد استفاده کننده رسانه، محتوای پیام‌ها را باور داشته باشند و اعتماد کنند. بنابراین عامل اعتماد رسانه، نقش مهمی در پذیرش و یا عدم پذیرش اطلاعات دریافتی کاربر خواهد بود و چه بسا می‌توان نتیجه گرفت که پذیرفتن اطلاعات سیاسی توسط کاربر می‌تواند در خصوص نوع جامعه‌پذیری سیاسی آنها تاثیرگذار باشد. از آنجا که رواج شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر اینترنت در داخل کشور بیشتر از سوی شبکه‌ها و رسانه‌های خارجی بوده و محتوا و اطلاعات تولید شده مبتنی بر ارزش‌ها و هنجارهای و نگرش‌های غیرحاکمیتی بوده، لذا اعتماد به محتواهای تولید شده می‌تواند در جریان جامعه‌پذیری سیاسی کاربران تاثیرگذار باشد و یافته‌های این فرضیه نیز تاییدی بر این نظریه می‌باشد. همچنین نتیجه این فرضیه با نتیجه تحقیق طلوعی و همکاران(۱۳۹۰) با عنوان "نقش تلویزیون در جامعه پذیری سیاسی" و آذین و جهانشاهی(۱۳۸۹) با عنوان "نقش رادیو و تلویزیون در جامعه‌پذیری سیاسی دانشجویان" همخوان بوده است. اگر به طور کلی تاثیر رسانه را بر جامعه‌پذیری سیاسی در نظر بگیریم چنین استنباط می‌شود که رسانه‌های داخلی و اعتماد به آنها در جریان جامعه‌پذیری سیاسی نقشی در راستای انتقال فرهنگ سیاسی ایفا می‌نماید، اما رسانه‌های خارج از نظارت نظام سیاسی مانند شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر اینترنت و اعتماد به آنها در راستای تغییر فرهنگ سیاسی حاکم عمل می‌کند و در این تحقیق معنادار بودن آن تاییدی بر این نکته می‌باشد.

اما عدم رابطه معناداری پایگاه اقتصادی- اجتماعی کاربران و متغیرهای زمینه‌ای با نوع جامعه‌پذیری سیاسی‌شان حکایت از تغییر شرایط و موقعیتی را دارد که در ماهیت رسانه‌ها اتفاق افتاده است و آن فراگیر شدن شبکه‌های اجتماعی مجازی و مبتنی بر اینترنت است. در حال حاضر روستاهای کشور با جمعیت بالای ۲۰ خانوار در حال پوشش اینترنت خواهند بود و ضریب نفوذ اینترنت در کشور بالای ۸۰ درصد گزارش شده است. پس می‌توان چنین نتیجه گرفت که دیگر مثل سابق امکانات و دسترسی‌ها به فضایی همچون شبکه‌های

اجتماعی اختصاص به طبقه و یا قشـــر خاصی ندارد، بلکه تقریباً همه اقشـــار جامعه به این امکانات دسترسی دارند و بنابراین نوع جامعه‌پذیری متفاوتی نسبت به هم را تجربه نمی‌کنند. یافته‌های تحقیق سید حسن حسینی و همکاران(۱۳۸۹) و اسکندری(۱۳۹۲) منطبق با یافته‌های پژوهش حاضر است. در هر دو تحقیق متغیر پایگاه اقتصادی – اجتماعی با متغیر وابســـته جامعه‌پذیری سیاسی رابطه معنادار وجود ندارد، اما در تحقیقات پیشین که بیشتر قبل از رواج شبکه‌های اجتماعی مجازی انجام شده باشند رابطه بین پایگاه اقتصادی – اجتماعی و جامعه‌پذیری سیاســـی رابطه معناداری داشته باشند؛ یعنی تحقیقات قبل از سال ۱۳۸۳ که شبکه‌های اجتماعی تازه در این برهه از زمان وارد کشـــور شـــدند و مهمتر از آن قبل از ســـال ۱۳۸۷ که هنوز شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر اینترنت هنوز خیلی همه‌گیر و فراگیر بین شـــهروندان و مردم نشده بودند(افراسیابی، ۱۳۹۲: ۵۱). در این زمینه می‌توان به تحقیقاتی نظیر پژوهش سیدحســـینی و همـــکاران(۱۳۸۵)، زنگنه(۱۳۸۳)، جهانگیری و همکاران(۱۳۸۰) و ... اشاره کرد.

پیشنهادهای پژوهش

- مطالعه و پژوهشی در راستای علل عدم موفقیت و عدم استقبال کاربران ایرانی از شبکه‌های اجتماعی داخلی انجام شود.
- مطالعه و پژوهشی در جهت ارائه مدلی موفق از شبکه‌های اجتماعی داخلی انجام شود.
- مســـائل حقوق ســـایبری در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی در داخل کشور تعریف گردد که در صورت لزوم توان مقابله با آن وجود داشته باشد.
- در راســـتای مدیریت و استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، سیاست‌های آموزشی و نحوه استفاده از آن برای نوجوانان ارائه گردد. چه بسا شبکه‌های اجتماعی مجازی به عنوان یکی از عاملان جامعه‌پذیری سیاسی جهت انتقال فرهنگ سیاسی، نه تنها به انتقال و نهادینه کردن ارزش‌ها و هنجارها حاکم نمی‌انجامد، بلکه در راستای تغییر آن قدم برداشته است و در دراز مدت برای کشور و نظام سیاسی می‌تواند خطری جدی به شمار آید و آسیب‌های جدی را وارد نماید.
- با توجه به تاثیر محتوا و اطلاعات در گردش شبکه‌های اجتماعی مجازی در تغییر فرهنگ سیاسی پیشنهاد می‌شود کارگروه هایی در سطح استانی تشکیل گردد که در مورد تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی فعالیت کنند.
- با توجه به تاثیر شبکه‌های مجازی مبتنی بر اینترنتی بر نوع جامعه جامعه پذیری سیاسی غیر رسمی جوانان که اغلب این شبکه‌ها خارج از حاکمیت داخلی می‌باشند لذا لازم است در این راستا به تقویت شبکه‌های مجازی داخلی پرداخت که در این زمینه پیشنهاد می‌گردد:
- برگزاری مســـابقات و برنامه هایی با همکاری صدا و ســـیما با ماهیت مشـــارکت مردم و معرفی پیام رسان داخلی نظیر (سروش و یا کپ و ...) در قالب پاسخ به سوالات و اعطای جایزه.
- تهیه و راه اندازی نرم افزار کمک درسی برای دانش آموزان و دانشگاهیان که قابلیت اجرا شدن آن، صرفا با عضویت در شبکه‌های اجتماعی داخلی امکان پذیر باشد.
- تهیـــه و برگزاری آزمون‌های مجازی برای دانش آموزان و دانشـــگاهیان که قابلیت اجرا شـــدن آن صرفا با عضویت در شبکه‌های اجتماعی داخلی امکان پذیر باشد.
- همانگونه که در بالا اشاره شد اعتماد کاربران نسبت به شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشترین تاثیر را نسبت

به جامعه‌پذیری سیاسی داشته است. بنابراین پیشنهاد می‌شود در این راستا نیز به موضوع تولید محتوا که هم مطابق با فرهنگ و ارزش‌ها و هنجارهای سیاسی کشورمان باشد و هم نظر و رضایتمندی کاربران را جلب نماید توجه گردد.

- پیشنهاد می‌شود این پژوهش با همین عنوان در شهرهای دیگر کشور نیز انجام گردد تا نتایج تحقیق از تعمیم‌پذیری بیشتری در سطح ملی برخوردار گردد، چرا که فرهنگ و نگرش سیاسی در شهر تهران اندکی متفاوت‌تر از سایر کلان شهرهای کشور است و این قضیه در انتخابات سال‌های اخیر و رفتارهای انتخاباتی استان‌های کشور به وضوح آشکار بود.

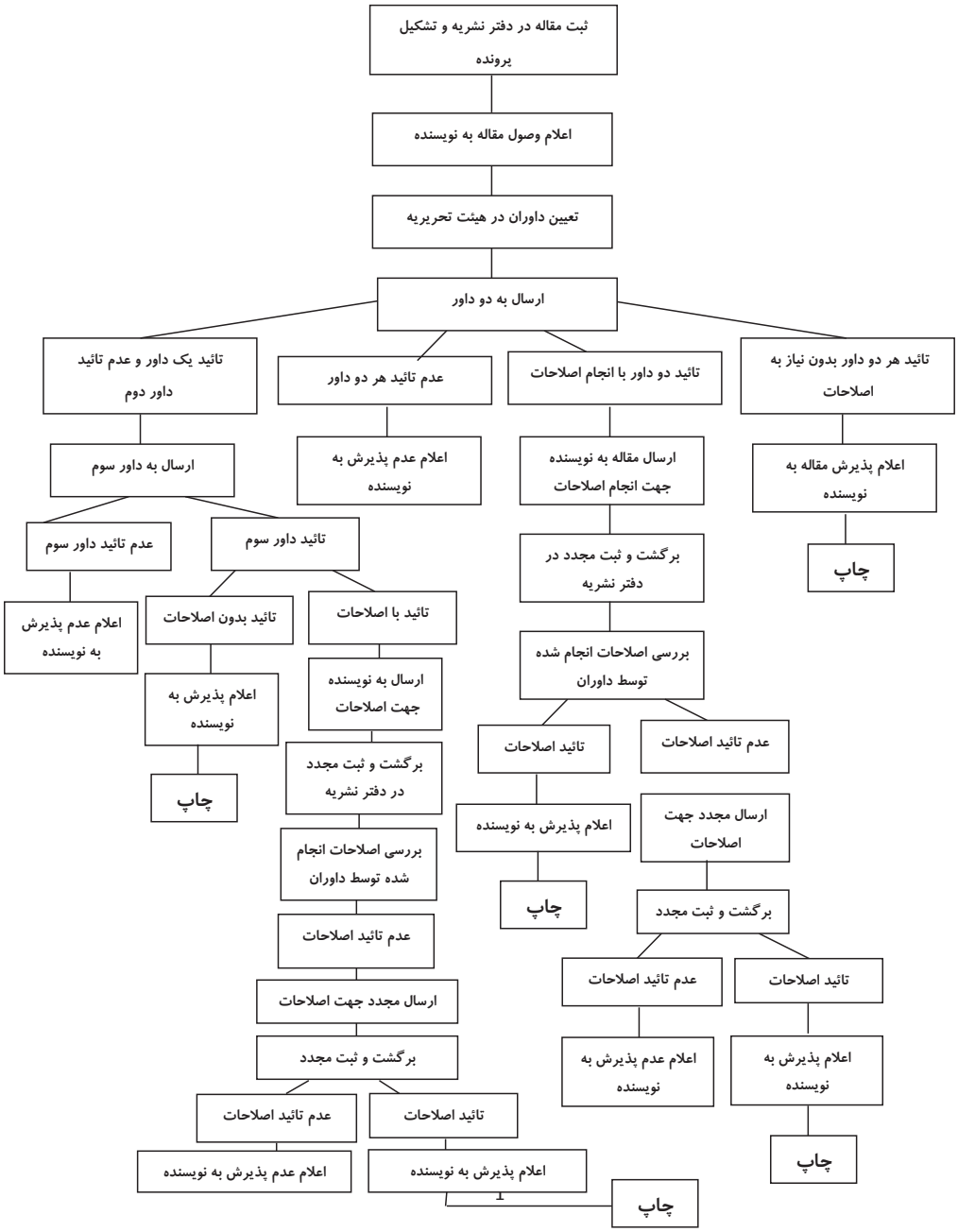
منابع

- افراسیابی، محمد صادق. (۱۳۹۲). **مطالعات شبکه اجتماعی و سبک زندگی جوانان.** تهران: انتشارات سیمای شرق
- ازکیا، مصطفی و غفاری، غلامرضا. (۱۳۸۳). **توسعه روستایی با تاکید بر جامعه روستایی ایران.** تهران: نشر نی
- ازکیا، مصطفی و دربان آستانه، علیرضا. (۱۳۸۹). **روش‌های کاربردی تحقیق.** تهران: انتشارات کیهان
- نعمتی انارکی، داود. (۱۳۹٦). **"روانشناسی اعتماد به رسانه".** رسانه و فرهنگ. سال هفتم، شماره ۱
- ایگنلهارت، رونالد. (۱۳۸۳). **تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی.** مریم وتر. تهران: انتشارات روزنه
- اینگلهارت، رونالد و ولز، کریستین. (۱۳۸۹). **نوسازی، تغییر فرهنگی و دموکراسی.** یعقوب احمدی. تهران: انتشارات کویر
- بشیریه، حسین. (۱۳۸۱). **موانع توسعه سیاسی در ایران.** تهران: نشر گام نو
- پاتنام، رابرت. (۱۳۸۰). **دموکراسی و سنت‌های مدنی.** محمدتقی دلفروز. تهران: دفتر مطالعات و تحقیقات سیاسی وزارت کشور
- پای، لوسین. (۱۳۷۰). **"فرهنگ سیاسی و توسعه سیاسی".** مجید محمدی. نامه فرهنگ. سال دوم، شماره ۱و ۲
- پناهی، محمد حسین و کردی، حسین (۱۳۸۹). **"فرهنگ سیاسی و عوامل اجتماعی آن: مطالعه موردی استان گلستان".** فصلنامه علوم اجتماعی. سال پنجم، شماره ۲
- حسین زاده، علی حسین و همکاران. (۱۳۹٤). **"بررسی تاثیر اینترنت بر گرایش سیاسی دانشجویان".** فصلنامه توسعه اجتماعی. دوره نه، شمار ۲
- حسینی، سیدحسن و همکاران. (۱۳۸۹). **"بررسی تاثیر خانواده بر جامعه پذیری سیاسی مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه تهران".** جامعه شناسی مطالعات جوانان. سال اول، شماره ۱
- حق شناس، علی محمد و همکاران. (۱۳۸۷). **فرهنگ معاصر هزاره.** تهران: فرهنگ معاصر
- خانیکی، هادی و سرشار، حمید. (۱۳۹۱). **"گونه شناسی فرهنگ سیاسی، مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه کردستان".** پژوهش سیاست نظری. سال ششم، شماره ۱۱
- خدایار، گلشوم و همکاران. (۱۳۹۳). **"میزان و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی(مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه آزاد مشهد)".** پژوهش‌های ارتباطی. سال بیست و یکم، شماره۱
- راش، مایکل. (۱۳۷۷). **جامعه و سیاست.** منوچهر صبوری. تهران: انتشارات سمت
- رفیع پور، فرامرز. (۱۳۸۷). **توسعه و تضاد.** تهران: شرکت سهامی انتشارات
- ریتزر، جورج. (۱۳۸٤). **نظریه جامعه شناسی در دوران معاصر.** محسن ثلاثی. تهران: نشر علمی
- ساروخانی، باقر. (۱۳۷۹). **جامعه‌شناسی خانواده.** تهران: انتشارات سروش
- ساروخانی، باقر. (۱۳۸۱). **نگاهی به جامعه‌شناسی خانواده در ایران.** تهران: انتشارات امداد
- ساروخانی، باقر. (۱۳۷۵). **جامعه شناسی ارتباطات.** تهران: نشر ارتباطات

- سبکتکین، قربانعلی و محبوبی، مرضیه. (۱۳۹٤). **"بررسی نقش رسانه‌ها در جامعه پذیری سیاسی جوانان"**. دومین کنفرانس بین المللی پژوهش در علوم و تکنولوژی
- سردار آبادی، خلیل الله. (۱۳۸۰). **"تاثیر تغییرات ساختاری و جهانی شدن بر فرهنگ سیاسی ایران"**. مطالعات ملی. سال سوم، شماره ۱۰
- عالم، عبدالرحمن. (۱۳۸۳). **بنیادهای علم سیاست**. تهران، نشر نی
- فتحی آشتیانی، علی. (۱۳۷۷). **مقدمه ای بر روانشناسی سیاسی**. تهران: انتشارات بعثت
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۰). **عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ – ظهور جامعه شبکه ای**. احد علیقلیان و همکاران. تهران: انتشارات طرح نو
- کوزر، لوئیس. (۱۳۷۳). **زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی**. محسن ثلاثی. تهران: انتشارات علمی
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۷٦). **جامعه شناسی**. منوچهر صبوری. تهران: نشر نی
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸٤). **پیامدهای مدرنیته**. محسن ثلاثی. تهران: نشر مرکز
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۵). **چشم اندازهای جهانی**. محمدرضا جلائی پور. تهران: نشر طرح نو
- مرکز مطالعات و برنامه ریزی شهر تهران. (۱۳۹۵). **اطلس دانش بنیان شهر تهران**. تهران: انتشارات مرکز مطالعات و برنامه ریزی شهر تهران
- مهدی زاده، سید محمد. (۱۳۹۲). **نظریه‌های رسانه، اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی**. تهران: انتشارات همشهری
- وبستر، فرانک. (۱۳۸٤). **نظریه‌های جامعه اطلاعاتی**. اسماعیل قدیمی. تهران: انتشارات قصیده سرا
- هزارجریبی و جعفر و همکاران. (۱۳۹۳). **"بررسی عوامل موثر بر روند جامعه پذیری سیاسی دانشجویان در ج.ا.ا."**. فصلنامه پژوهش‌های راهبردی سیاسی. سال سوم، شماره ۹
- هرمز، مهرداد. (۱۳۸۰). **مقدمه ای بر نظرات و مفاهیم ارتباط جمعی**. تهران: انتشارات فاران
- هرمز، مهرداد. (۱۳۷٦). **زمینه‌های جامعه شناسی: جامعه‌پذیری سیاسی**. تهران: شرکت انتشاراتی پاژنگ
- Ali Ali Kandari, Mohammed Hasanen. (2012). **"The impact of the Internet on political attitudes in Kuwait and Egypt".** Telematics and Informatics. VOL 29, NO 3.
- Almond, G. A. (1970). **Political Development.** Boston: Little Brown
- Catherine M. Reidy, Laura K. Taylor. (2015). "**The political socialization of youth in a post-conflict community".** International Journal of Intercultural Relations. VOL 45, NO 3.
- Essen. A. J. A. (2010). **"Implication for Secondary Education in Nigeria".** Paper presented at the 40th All Nigeria Conference of Principals of Secondary Schools (ANCOPSS).
- Inglehart, R. (1988) **"The Renaissance of Political Culture".** American Political Science Review; VOL 82, No 4.

- Pempek, T., and et al. (2009). **"College Students social Networking Experiences on Facebook".** Journal of Applied Developmental Psychology. Vol 30, No 1.
- Persson, M. & Lindgren, K. & Oskarsson, S. (2016). **"How does education affect adolescents' political development?".** Economics of Education Review. Vol 53, No 3.
- Powell G. B and Almond G. A. (1992). **Poitical socialization and Political Culture.** New Jersey: Princeton University Press
- Langton. K. R. (2000). **Political Socialization.** New York: Oxford University Press
- Tapscptt. D. (2010). **Grown up digital- How the Net Generation Is Changing Your World.** New York: Oxford University Press
- Tehrani, H. (2009). **Iran's Revolutionary Guards Take on the Internet.**

فرآیند چاپ مقاله در فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان



Role of Virtual Social Networks in Political Socialization of Tehran's Youth Emphasizing Media Trust

Babak Ahmadpour Torkamani
Ph.D. in Sociology, Sciences and Researches Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
Mostafa Azkia
Ph.D., Full Professor, Humanities and Social Sciences Department, Sciences and Researches Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
Bagher Sarookhani
Ph.D., Full Professor, Humanities and Social Sciences Department, Sciences and Researches Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Received:21 Oct. 2017
Accepted:8 Dec. 2017

One of the most important tasks of governments is to preserve and transfer the dominant political values, which is achieved through various factors of them virtual social networks are. Young people are the most important user of virtual social networks, and they are also at one of the most sensitive periods of political socialization. Therefore, the study of the role of factors affecting the political socialization of youth, which cyberspace is considered as the most important of these factors, is the goal of this research. The theoretical framework is a compilation framework derived from the theories of Almond and Paul, Isabelle Ang and Elliott Katz etc. The present research method is based on the nature of quantitative data in terms of collecting time as a survey research. Multistage random sampling method is used. The sample size is calculated using the Cochran formula of 458 people. The results showed that the greatest influence of independent variables on media trust (0.452), usage rate (0.259) and history of use (0.160). But the contextual variables and the variables of the socio-economic were not meaningful. Generally, the findings of the research indicated that virtual social networks act in the direction of informal political socialization. Therefore, it is suggested that, in order to defend the official political culture of the country, it should actively promote the role of government in the management and control of cyberspace

Key words: Political Socialization, Cyberspace, Virtual Social Networks and Media Trust

Youth's Assessment of the Consequences of Divorce and its Effects on Tendency to Divorce in Tehran City

Rasoul Sadeghi
Associate Professor, Demography Department, University of Tehran and Researcher in National Institute of Population Research (NIPR)

Received:27 Aug. 2017
Accepted:17 Oct. 2017

The consequences of divorce and the assessment of life after divorce can affect the tendency of young people to divorce. In this regard, the article examines this hypothesis; the positive assessment of the consequences of divorce, the tendency of young people to divorce will be increase. The data is drawn from a survey of 720 married people aged 15-29 conducted in the city of Tehran in 2014. The results showed that about 18 percent of married young people tend to divorce. Most of them had a positive assessment of the consequences and life after divorce. Multivariate analysis indicated that in addition to the negative perception of the consequences of divorce, variables such as religiosity, employment status, SES, and gender had significant effects on the degree of tendency to divorce. In general, these variables account for about one-third of the variance of dependent variable, and the effect of the perceived level of consequences and life after divorce has been stronger than other variables. In conclusion, youth's perceptions of the consequences and life after divorce strongly affect their decision to divorce.

Key words: Negative Consequences of Divorce, Positive Consequences of Divorce, Social Pathology, Tendency to Divorce and Youth

Transformations in Feminine Experience of Love and Marriage: An Ethnographic Study on Urban Educated Employed Women in Tehran

Soheila Alirezanejad
Ph.D., Associate Professor in Sociology, Faculty of Humanitiesm, Garmsar Branch, Islamic Azad University, Garmsar, Iran

Received:31 Oct. 2017
Accepted:22 Jan. 2018

This article tries to understand the impacts of love on marriage. The method of the study was ethnography. Data was collected in 11 years (2004-2015) based on unstructured interviews and obserwation (with cooperation of 46 volunteer women) was collected. Sampling was purposive based on age, education, employment and etc. The research findings showed that love is a serious demand among younger women, but in older women love was not a goal but marriage had a very important situation. Based on existence of love between couples, we can distinguish three kinds of marriage including 1- Traditional marriage, 2-Selective rational marriage and 3- Romantic marriage. There are three kinds of dual concepts which bring thension in romantic marrage. These concepts are traditional love vs modern relationshipsm, lover vs husband, beloved women vs wife and beloved woman vs woman as lover. Love after marriage had not observed as a critical aspect of traditional marriage and selective rational marriage. Selective and arranged marriage nesserily have not produced love after marriage

Key words: Love, Marriage, Romantic Love, lover, Husband, beloved and Wife

Relationship between the Level of Socio-economic Status and the Social Health of Youth in Qorveh City

Nasrin Morovati
Master Degree in Social Work, University of Allameh, Tehran, Iran
Mansour Fathi
Ph.D., Assistant Professor, Faculty of Social Sciences, University of Allameh, Tehran, Iran
Nader Morovati
Ph.D. Student in Social Welfare, University of Allameh, Tehran, Iran

Received:21 Oct. 2017
Accepted:6 Jan. 2018

The article is to investigate the relationship between the level of socioeconomic status and the social health of youth. The aim is to determine the status and level of social health to determine the extent and the effect of the socio-economic base on social health, and finally to provide practical solutions to improve the social health of the population. The Keiz's theory of social well-being and Weber's theory have been used to explain the socio-economic base as a theoretical framework. The method of the research is survey and its statistical population is the youth of 18-29 years old in Qorveh city. Sampling method is simple random method. A questionnaire was used for collecting information from Keiz's social health standard questionnaire. The data were analyzed using SPSS software and analyzed by ANOVA and Pearson correlation coefficient.

According to the findings, there is an inverse relationship between the level of socio-economic status and the social prosperity of young people's social status, meaning that the higher the socio-economic base, the lower the social flourishing, and vice versa, but there is a direct relationship between the economic and social base of young people and other dimensions of social health (social solidarity, social acceptance, social participation, and social cohesion). That is, the higher the economic-social base, the more these components also increase, and vice versa.

Key words: Social Health, Socio-economic Status, Youth and Qorveh City

Relationship between Cultural Values, Parenting Styles, Locas of Control and Attributional Styles with Self-belife in Youth of Bushehr Province

Seyyed Mousa Golestaneh
Ph.D., Assistant Professor in Educational Psychology, Persian Gulf University, Bushehr, Iran

Received:26 Jul. 2017
Accepted:23 Nov. 2017

Self-belife is one of the essential characteristics of every person›s personality and affects other aspects of the individual, and the shortage or lack of them leads to the lack of growth of other aspects of personality. The study is to identify the barriers of self-belife among young people and to examine some of the important pridictors of youth self-efficacy in Bushehr province. The research method is descriptive and correlational. The population consisted of all youths in Bushehr city. 3000 youth from different cities of Bushehr province were selected through multistage cluster sampling. The research tools included a semi-structured interview, and the Seligman attributional styles questionnaire, the Levinson locus of control scale, Rosenberg self-belife scale and Hofstede›s cultural attitudes. Pearson correlation coefficient and regression analysis were used to analyze the data. The results of data analysis showed that the most important barriers of youth self-belife include unemployment, lack of independence, ignorance and inability to connected with others. Also, the culture of patriarchy-womanhood and the culture of power distribution with self-efficacy had a significant reverse relation. the domocratic parenting style and the authoritarian parenting style with self-belife had a significant relation. There was a significant relationship between the internal and external control locus with self-belife. On the other hand, optimistic and pessimistic attributional styles had a significant relation with self confidence. Therefore, according to the results of the research, unemployment is the most important barrier to youth self-belife. Also, internal control locus and optimistic attributional styles can be predict young people›s self-belife.

Key words: Self-belife, Cultural Value, Parenting Style, Locas of Control, Attributional Style and Youth

Using Virtual Social Networks to Promote the Hidden Language among Youth (Case Study: Refah University Students)

Tahereh Jafari
Ph.D. in Sociology, Cultural Studies Department, Refah University, Tehran, Iran
Zahra Talebloo
Master Degree Student in Cultural Studies, Refah University, Tehran, Iran

Received:18 Oct. 2017
Accepted:10 Jan. 2018

"Virtual Social Networks" are one of the many services currently provided in the world of information technology. Social networks are one of the most significant culture creation tools in the contemporary world and have an important role in shaping of beliefs, attitudes, motivations and behaviours. These networks aid the users in maintenance of social relationships and finding new friends, and bring about the groundworks for membership, activity, and targeted participation. Secret language is a type of social language which has a record with particular characteristics. Secret language is made up of a set of words which do not have a background in social class, race, religion, etc. and their advent is heavily influenced by the social media.

The research presented here has been conducted with the aim of assessing the place of virtual social networks in promoting secret language in the Refah University students. The population comprised of Refah University students, 16 of whom were interviewed by the researcher. The main questions of the study including: how and how often students utilise social networks, and the prevalence of secret language within the female social network users, were addressed by conducting in-depth interviews with these students. The primary findings suggest the most significant lingual changes have occurred on the word level (e.g. shortening, removal, etc.). Other results include: usage of social network, types of interaction between the users in social networks, the user's feeling towards new words, visual language, style of writing, the locations where social networks are accessed, application of words, and methods of creating words.

Key words: Virtual Social Networks, Youth, Secret Language and Refah University

Relationship between Knowledge Management and Organizational Health in Kurdistan Youth and Sports Organizations

Mehran Tishehgaran
Master Degree in Physical Education, Sanandaj Branch, Islamic Azad University, Sanandaj, Iran
Mozaffar Yekta Yar
Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Sanandaj Branch, Islamic Azad University, Sanandaj, Iran
Tayyebe Zargar
Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Received:7 Oct. 2014
Accepted:24 Jan. 2015

The study was to review the relationship between knowledge management and organizational health in Kurdistan Youth and Sports Organizations. The research method is applied and data collection practices is cross- correlation is. To collect the data, KM Gould et al questionnaire (2001) and London and Klingl Questionnaire (2002) were used. Inferential statistical methods to analyze the data obtained from the regression coefficient of correlation and multivariate analysis of variance. The results showed that a meaningful relationship between knowledge management and organizational health in Kurdistan Youth and Sports Organizations- $p<0/05$ $r=0/42$ correlation coefficient. So, in the period of knowledge, which is one of our objectives is to develop knowledge management and knowledge of the environment, harmony with the environment and the atmosphere is a necessity.

Key words: Knowledge Management, Organizational Health and Youth and Sports Organization

A Study on Sport Tourism Situation in North of Tehran Based on SWOT Technique from the Experts' Point of View

Mohammad Sanaie
Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Chalous Branch, Islamic Azad University, Chalous, Iran.
Shima Sheikhvand
Master Degree in Sport Management

Received:6 Dec. 2016
Accepted:18 May 2017

The study is to investigate the situation of sport tourism in the north of Tehran based on the SWOT technique from the experts› point of view. The statistical society is included all experts in the field of sports tourism in Tehran, Such as university professors, experts in physical education, tourism experts and urban managers. In this paper, personal estimate sampling method was used to determine the sample size, which 120 samples were selected. In this study, we use SWOT model to analyze the strengths, weaknesses, opportunities and coming threats as well as rating factors in order to determine the appropriate strategy in the sport tourism and finally several strategies for tourism development in north of Tehran has been provided. Validity of questionnaire was confirmed by professors and experts. The Cronbach›s alpha coefficient was calculated 0.86, which shows the high internal correlation of questionnaire.

The findings which were identified by experts show that existence natural and economic potentials in the north of Tehran is the greatest strength; Lack of professional personnel in related positions in order to develop the sports tourism, is the biggest weakness; Suitable natural and economic conditions and the position of Tehran as the capital of the country is the most important opportunity and lack of proper, comprehensive and integrated planning to promote sports tourism is the biggest threat in the field of sports tourism in north of Tehran.

Key words: North of Tehran, Sports Tourism, SWOT Technique and Tourism

A Study on the Sources of Income and the Sports Industry in Markazi Province

Abbass Shabani
Ph.D., Assistance Professor in Sport Management, Roudehen Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
Ali Reza Bahrami
Ph.D., Assistance Professor in Sport Psychology, Physical Education and Sport Sciences, Arak University, Arak, Iran

Received:22 Oct. 2016
Accepted:19 Feb. 2017

The study is to examine the sources of income and sports industry in Markazi Province. The method of study was a descriptive survey and an applied study. To collect the data, a researcher made questionnaire was used. The validity of the questionnaire was determined by professors and specialists in the field. After all the corrective actions, the necessary changes were made. Measured by Cronbach's alpha, the questionnaire reliability was obtained as 0.90, respectively. The statistical population of the study consisted of employees and directors of the General Administration of Sport and Youth and Markazi Province Sports Bureau, faculty members of physical education in Markazi Province and Sports supporters' province. In this study, the sample was determined as equivalent to the research population and by counting all. Of 165 questionnaires sent to members of the research population, 148 questionnaires were filled. For data analysis, descriptive statistics and inferential tests including the Friedman's analysis of variance and Kruskal-Wallis test (H) were applied. The results showed that the most important source of income for the province, Sports supporters' (sponsors) were, that the need to Introducing brand and earn credits, Invest in sport. The results also showed an important factor in reducing the proceeds from the audience Advertising agents and the low level of competition was. The results showed that the growth of the sports industry Province requires the participation of people with practical experience and scientific, changing the culture of society and changes in the policies of the authorities.

Key words: Sources of Income, Sports Industry, Growth Factors and Sports Supporters

A Survey on Effective Factors in Tendency and Lack of Tendency of Amol Citizens to Sport

Seyyed Emad Hosseini
Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran
Mohammad Hadi Ghasemi
Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran
Masoud Yamini Firouz
Master Degree in Sports Management, Shomal University, Amol, Iran
Maziyar Kalashi
Master Degree in Sports Management, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

Received:14 Dec. 2016
Accepted:3 Jun. 2017

The study is a survey on effective factors in tendency and lack of tendency of Amol citizens to sport. The methodology of this study has been descriptive – survey and the method of data collection was fieldwork. Two questionnaires were used to collect data from a semi researcher for people participating in sport- borrowed from Shamsi Questionnaire (1392)- and non-participants in the exercise- borrowed from questionnaires Motameni et al. (1392) were used. To analyze the data, the Kolmogorov-Smirnov test, Friedman test, Kruskal-Wallis test were used and analysis of variance and discriminant analysis were at a significance level p≤. / 05. The results showed the variable family has been the most of role and school variable minimal role in Amol citizens' tendency in the field of participation in sport and physical activity. The results showed whatever be higher individual income the sports culture is higher among their, and whatever be lower distance to first sport will increase sports culture. In the case of athletic group, the results showed people with more working hours have a higher sports culture and people who spend a lot of time and expense side activities have lower Sport Culture. The results also showed in non-athletes whatever of hours worked increased emphasis persons will be more on job barriers and people who spend a lot of time and expense side activities have focused more on personal obstacles.

Key word: Family, School, Friends, Mass media and Sports Culture

Development of Corruption Patterns in Iran Football Industry: A Grounded Theory

Ahmad Mahmoudi
Ph.D. Student in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Allameh, Tehran, Iran
Habib Honari
Ph.D., Associate Professor, Sport Management Department, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Allameh, Tehran, Iran
Jalil Younesi
Ph.D., Associate Professor, Curriculum Planning Department, Faculty of Psychology and Educational Sciences, University of Allameh, Tehran, Iran
Javad Shahlaee Bagheri
Ph.D., Associate Professor, Sport Management Department, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Allameh, Tehran, Iran

Received:19 Aug. 2017
Accepted:22 Sep. 2017

The study is to develop the corruption patterns in Football Industry with qualified method and by using theorizing pattern of data in this study. The data were collected by using the document and interview. With conducting 18 deep and semi-structured interviews with experts in football, theoretical saturation was obtained and the main issues were extracted after completing the coding process. With completing the findings, the underlying model was designed based on systematic model of Strauss and Corbin (1998). According to the findings, the moral release central issue, irresponsibility of the managers, lack of legal and regulatory environment and the lack of multi-sectarian engagement were identified and the main issues were classified based on the systematic model. Therefore, on this basis, the weak of managing principles of football managers was the main factor of corruption. Legal weak, financial incentives, media ineffectiveness and the lack of behavioral criterion such as underlying model; also overlapping functions, failure in anti-corruption and lack of interagency coordination such as interferer factors were obvious. Culturing, strengthening the legal and regulatory environment, controlling and monitoring and using collective wisdom in decisions were such procedures of this study that can help improving and cleaning the football environment and consequently developing the football industry.

Key words: Iran, Football Industry, Corruption and Grounded Theory

sport business, insurance coverage, the failure in the business and jobless, considering financial benefits and tax stability to involving the creative people in private section through social security organization. It can be helpful to develop the entrepreneurship in this province in a good way.

Key words: Entrepreneurship, Entrepreneurship's Barriers, Sport and Hamedan Province

Role of Obstacles to the Development of Entrepreneurship through Sport in Hamedan Province and Executive Solutions

Seyyedeh Farideh Hadavi
Ph.D., Full Professor, Physical Education and Sport Sciences Department, Islamshahr Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
Vahid Saatchian
Ph.D., Assistant Professor, Physical Education and Sport Sciences Department, Imam Reza University, Mashad, Iran
Bahador Azizi
Master Degree in Sport Management, Imam Reza University, Mashad, Iran
Mohammad Mohammadi
Lecturer in Physical Education and Sport Sciences, Malayer University, Malayer, Iran

Received:28 Dec. 2016
Accepted:3 Jun. 2017

The Entrance of sport into the area of entrepreneurship and employment and other sports activities, make it necessary to systematic, strategic and compiled it to govern. Therefore, the research method is descriptive– survey and the statistical samples were consisted of managers, athletes and sports entrepreneurs as well as tourism experts in the province. In order to collect data, a questionnaire from the literature of research (Rezaei, 1391 and Sadeghi, 1393) and in accordance with three branches model of Mirzaee Ahrandani (1997) was used. Based on the results, the most important items related to each of the substrates for the development of entrepreneurship in the field of advertising items (advertising through the media (radio and television, newspapers and general or sports magazines) with an average of 3.88, in the field of manufacturing equipment and sports equipment (Established clubs in different sports) with an average of 4.09, in the field of Facilities management and planning in the field of sports items (facilities management and sporting equipment) with an average of 4.3, in the field of educational and research activities (education, different sports) with an average of 4.12, in the field of cultural affairs and sports items (lending to youth sports job creation schemes) with an average of 4.33, in the field of sport and professional title items (education and training for professional sports and championship sports coaches) with an average of 4.14, in the field of Sports items (sports tourism and create tourist sites and sports) with an average of 3.98, and in the field of information technology or IT items (established internet sites and sports) with an average of 3.88, are considered among the most important cases.

Finally, it is proposed to managers to make plans through sponsor organizations to support entrepreneurship athletes and develop the social security among managers of

Relationship between Knowledge Management and Intellectual Capital with Human Resource Productivity in Ministry of Sport and Youth

Abbass Nazarian Madavani
Ph.D., Assistant Professor, Physical Education and Sport Sciences Department, Shahid Rajaee Teacher Training University, Tehran, Iran
Javad Azmoon
Ph.D., Assistant Professor, Physical Education and Sport Sciences Department, Shahid Rajaee Teacher Training University, Tehran, Iran
Parisa Nourollahi
Master Degree in Sport Management, Shahid Rajaee Teacher Training University, Tehran, Iran

Received:9 Jun. 2015
Accepted:18 Aug. 2015

Intellectual capital and knowledge management are new and cross field subjects that can greatly improve the productivity of the Ministry of Youth and Sport as an organization. The aim of this study was to determine the relationship between knowledge management and intellectual capital and productivity at Ministry of Sport and Youth. The research method was correlation and applied one. The population of this study were the staff of Ministry of Sport and Youth (600 person) that 234 persons were selected by simple random sampling, according to Morgan korjecy. The instrument for collecting data and information was 3 questionnaire of human resource productivity of Jahed(2006), adapted from Acheave model, knowledge management of Salehi(2010) borrowed from the Newman model and intellectual capital of bontis(2009) was adapted from the Bontis model. To determine the content validity of questionnaires, made available to the ten masters of sport management and they have been consulted about the research questions. After applying their advices, the final form of the questionnaire was provided to participants. The cronbach Alpha method in order 0.85, 0.87, 0.81 them into account has been determined. In this study, the relationship between intellectual capital and productivity, as well as the relationship between knowledge management and productivity was determined by Pearson correlation coefficient. Anova was also used to explain the relationship between them. The results showed there is a positive and significant relationship between intellectual capital and human productivity and Intellectual capital and knowledge management can predicting productivity in Ministry of Sport and Youth.

Key words: Intellectual Capital, Knowledge Management, Productivity and Ministry of Sport and Youth

Designing A Model for the Management Role of Ministry of Sports and Youth in the Privatization of Iran's Sports

Hojjat Mohammadi Moghani
Ph.D. in Sport Management, Lecturer, Sports Management Department, Faculty of Humanities, Zanjan University, Zanjan, Iran
Seyyed Mohammad Kashef
Ph.D., Full Professor, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Urmia University, Urmia, Iran
Habib Honari
Ph.D., Associate Professor, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Allameh, Tehran, Iran
Hasan Ghareh Khani
Ph.D., Assistant Professor, Sports Management Department, Faculty of Humanities, Zanjan University, Zanjan, Iran

Received:3 Apr. 2016
Accepted:8 May. 2016

The study is to provide a model for measuring the management role of ministry of sports and youth in the privatization of the Iran's sports. This study is a kind of mixed and exploratory design mixed research. The first stage was qualitative and statistical society contains experts in management and privatization sport that all of them are chosen as the samples of research. For this, supplementary information was gathered through a review of theoretical foundations and Semi-structured interviews. Then data from the 20 interviews analyzed and coded in three stages by method grounded theory. The second phase was quantitative and is done through structural equation modeling. Since the statistical society was non countable and varied, 222 people were chosen through purposeful sampling, judgment method and mastering research. The researcher- made questionnaire from the stage of qualitative research was set as a research tool. Validity of the questionnaire was confirmed by15 experts and it distributed for 50 people and its reliability obtained 0.924 by Cornbrash's alpha. To measuring the construction validity and survey factor structure data, the analysis exploratory and confirmatory factor is used. Comparing of variables showed that the impact of three components (decision-making, supervision and organization) is significant on the privatization of the Iran's sports but planning component was not so. Organization component with regression coefficient 0.148 had the highest impact and, components supervision 0.092, decision-making 0.075, and planning 0.012 are located in the next ranks. Regarding the meaningful impact of mentioned factors, noticing of manager's sport to these factors are of much importance in Iran's sports specialization.

Key words: Factor Analysis, Grounded Theory, Ministry of Sports and Youth, Sports Privatization and Structural Equation

Using Virtual Social Networks to Promote the Hidden Language among Youth (Case Study: Refah University Students)
Tahereh Jafari / Ph.D. in Sociology, Cultural Studies Department, Refah University, Tehran, Iran
Zahra Talebloo / Master Degree Student in Cultural Studies, Refah University, Tehran, Iran 17

Relationship between Cultural Values, Parenting Styles, Locas of Control and Attributional Styles with Self-belife in Youth of Bushehr Province
Seyyed Mousa Golestaneh / Ph.D., Assistant Professor in Educational Psychology, Persian Gulf University, Bushehr, Iran 18

Relationship between the Level of Socio-economic Status and the Social Health of Youth in Qorveh City
Nasrin Morovati / Master Degree in Social Work, University of Allameh, Tehran, Iran
Mansour Fathi / Ph.D., Assistant Professor, Faculty of Social Sciences, University of Allameh, Tehran, Iran
Nader Morovati / Ph.D. Student in Social Welfare, University of Allameh, Tehran, Iran 19

Transformations in Feminine Experience of Love and Marriage: An Ethnographic Study on Urban Educated Employed Women in Tehran
Soheila Alirezanejad / Ph.D., Associate Professor in Sociology, Faculty of Humanitiesm, Garmsar Branch, Islamic Azad University, Garmsar, Iran 20

Youth's Assessment of the Consequences of Divorce and its Effects on Tendency to Divorce in Tehran City
Rasoul Sadeghi / Associate Professor, Demography Department, University of Tehran and Researcher in National Institute of Population Research (NIPR) 21

Role of Virtual Social Networks in Political Socialization of Tehran's Youth Emphasizing Media Trust
Babak Ahmadpour Torkamani / Ph.D. in Sociology, Sciences and Researches Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
Mostafa Azkia / Ph.D., Full Professor, Humanities and Social Sciences Department, Sciences and Researches Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
Bagher Sarookhani / Ph.D., Full Professor, Humanities and Social Sciences Department, Sciences and Researches Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran 22

of Physical Education and Sport Sciences, University of Allameh, Tehran, Iran
Jalil Younesi / Ph.D., Associate Professor, Curriculum Planning Department, Faculty of Psychology and Educational Sciences, University of Allameh, Tehran, Iran
Javad Shahlaee Bagheri / Ph.D., Associate Professor, Sport Management Department, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Allameh, Tehran, Iran 12

A Survey on Effective Factors in Tendency and Lack of Tendency of Amol Citizens to Sport
Seyyed Emad Hosseini / Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran
Mohammad Hadi Ghasemi / Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran
Masoud Yamini Firouz / Master Degree in Sports Management, Shomal University, Amol, Iran
Maziyar Kalashi / Master Degree in Sports Management, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran 13

A Study on the Sources of Income and the Sports Industry in Markazi Province
Abbass Shabani / Ph.D., Assistance Professor in Sport Management, Roudehen Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
Ali Reza Bahrami / Ph.D., Assistance Professor in Sport Psychology, Physical Education and Sport Sciences, Arak University, Arak, Iran 14

A Study on Sport Tourism Situation in North of Tehran Based on SWOT Technique from the Experts' Point of View
Mohammad Sanaie / Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Chalous Branch, Islamic Azad University, Chalous, Iran.
Shima Sheikhvand / Master Degree in Sport Management 15

Relationship between Knowledge Management and Organizational Health in Kurdistan Youth and Sports Organizations
Mehran Tishehgaran / Master Degree in Physical Education, Sanandaj Branch, Islamic Azad University, Sanandaj, Iran
Mozaffar Yekta Yar / Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Sanandaj Branch, Islamic Azad University, Sanandaj, Iran
Tayyebe Zargar / Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran 16

CONTENTS

Designing A Model for the Management Role of Ministry of Sports and Youth in the Privatization of Iran's Sports
Hojjat Mohammadi Moghani / Ph.D. in Sport Management, Lecturer, Sports Management Department, Faculty of Humanities, Zanjan University, Zanjan, Iran
Seyyed Mohammad Kashef / Ph.D., Full Professor, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Urmia University, Urmia, Iran
Habib Honari / Ph.D., Associate Professor, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Allameh, Tehran, Iran
Hasan Ghareh Khani / Ph.D., Assistant Professor, Sports Management Department, Faculty of Humanities, Zanjan University, Zanjan, Iran 8

Relationship between Knowledge Management and Intellectual Capital with Human Resource Productivity in Ministry of Sport and Youth
Abbass Nazarian Madavani / Ph.D., Assistant Professor, Physical Education and Sport Sciences Department, Shahid Rajaee Teacher Training University, Tehran, Iran
Javad Azmoon / Ph.D., Assistant Professor, Physical Education and Sport Sciences Department, Shahid Rajaee Teacher Training University, Tehran, Iran
Parisa Nourollahi / Master Degree in Sport Management, Shahid Rajaee Teacher Training University, Tehran, Iran 9

Role of Obstacles to the Development of Entrepreneurship through Sport in Hamedan Province and Executive Solutions
Seyyedeh Farideh Hadavi / Ph.D., Full Professor, Physical Education and Sport Sciences Department, Islamshahr Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
Vahid Saatchian / Ph.D., Assistant Professor, Physical Education and Sport Sciences Department, Imam Reza University, Mashad, Iran
Bahador Azizi / Master Degree in Sport Management, Imam Reza University, Mashad, Iran
Mohammad Mohammadi / Lecturer in Physical Education and Sport Sciences, Malayer University, Malayer, Iran 10

Development of Corruption Patterns in Iran Football Industry: A Grounded Theory
Ahmad Mahmoudi / Ph.D. Student in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Allameh, Tehran, Iran
Habib Honari / Ph.D., Associate Professor, Sport Management Department, Faculty

Editorial Board:

Kiumarth Ashtarian
Associate Professor of Political Science Department, Faculty of Law and Political Sciences, University of Tehran

Mohammad Javadi pour
Assistant Professor of Educational Management and Planning Department, Faculty of Psychology and Education, University of Tehran

Seyyed Nasrollah Sadjadi
Associate Professor of Sport Management Department, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Tehran

Mahdi Taleb pour
Associate Professor of Movement Behavior Department, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Ferdowsi

Mohammad Hossain Abdollahi
Associate Professor of Psychology Department, Faculty of Psychology and Education, University of Kharazmi

Farzad Ghafouri
Associate Professor of Sport Management Department, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Allameh

Mohammad Kashti dar
Associate Professor of Physical Education and Sport Sciences Department, Faculty of Literature and Human Sciences, University of Birjand

Mahmood Golzari
Associate Professor of Clinical Psychology Department, Faculty of Psychology and Education, University of Allameh

Amir Maleki
Associate Professor of Social Sciences Department, Payam-e- Noor University

Habib Honari
Associate Professor of Sport Management Department, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Allameh

QUARTERLY OF
STRATEGIC STUDIES ON YOUTH AND SPORTS

No.37 **Winter 2018**

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