



فصلنامه علمی - پژوهشی

مطالعات راهبردی ورزش و جوانان

-
- شماره: ۳۹ ● بهار ۱۳۹۷ ● شاپا: ۲۲۴x - ۱۷۳۵
 - صاحب امتیاز: وزارت ورزش و جوانان
 - مدیر مسئول: محمدرضا فضلے
 - سردبیر: سید نصراله سجادی
 - مدیر اداری و ویراستار: زهرا کمالیان
 - صفحه آرا: جعفر خدادادی
 - چاپ و صحافی: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی
-

مرکز مطالعات و پژوهش های راهبردی

-
- بزرگراه آفریقا، خیابان سایه، پلاک ۴، ساختمان شماره ۲ وزارت ورزش و جوانان
 - تلفن: ۲۲۶۶۲۳۶۹، دورنگار: ۲۲۶۶۲۲۶۰
 - رایانامه: strategic.studies@msy.gov.ir
 - سامانه ارسال مقاله: <http://faslname.msy.gov.ir>
 - اقتباس و درج مطالب با ذکر مأخذ آزاد است
-

فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان دارای اعتبار علمی - پژوهشی ۳/۱۸/۸۰۳۳ از ۱۳۹۳/۱/۲۵
وزارت علوم، تحقیقات و فناوری است و در پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC) نمایه می شود.

هیئت تحریریه: (به ترتیب الفبا)

کیومرث اشتریان

دانشیار گروه علوم سیاسی دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران

محمد جواد پور

دانشیار گروه روش‌ها و برنامه‌های آموزشی دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران

سید نصراله سجادی

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

مهدی طالب پور

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

محمد حسین عبدالهی

دانشیار گروه روانشناسی دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه خوارزمی

فرزاد غفوری

دانشیار دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه علامه طباطبایی

محمد کشتی دار

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

محمود گلزاری

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

جوانان وزارت ورزش و جوانان

امیر ملکی

دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه پیام نور

حبیب هنری

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

و پژوهش‌های راهبردی وزارت ورزش و جوانان

مشاوران علمی این شماره:

امیر حسین واعظی، حسن کلاشلو، سید محسن بنی جمالی، حمیدرضا نیکخواه، شهرام فرج زاده موالو، لطیف سعادت‌ی سیدبگلو، مهدی شکرانی، محمد مهدی شمسیایی، ستار پروین، برزو مروت، محمد فتحی نیا، مسعود دارابی، منصور فتحی، مهدی نادری نسب، محمد رسول خدادادی، علی فهیمی نژاد، محمد هادی توکلی، مهدی سلیمی، قاسم زمانی، علی آدمی، سید صلاح الدین نقش بندی، آرمان احمدی زاد، طهماسب شیروانی، مستوره صداقت، آذر رشتیانی، سهیلا علیرضانژاد، طاهره جعفری، آزاده نجفی، طاهره میرساردو، فهیمه مومنی فر، نسرین عزیزیان کهن، فریده عقیلی و لیلا میرآقاسی.

اهداف فصلنامه:

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

شرایط چاپ مقالات:

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

راهنمای تنظیم مقالات

فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان

۱. مقاله‌های قابل پذیرش در فصلنامه عبارت اند از گزارش‌های علمی از مطالعات تحقیقی که شامل چکیده فارسی و انگلیسی، مقدمه، روش، یافته‌ها، بحث و تفسیر، نتیجه‌گیری و منابع باشند.
۲. حجم مقاله‌ها باید بین ۱۵ تا ۲۵ صفحه A4 (هر صفحه حدود ۴۰۰ واژه) و در فرمت word 2007 به پایین با فونت 14 Blotus تایپ شده باشد.
۳. ساختار مقاله‌ها باید شامل اجزای زیر باشد:
 - **صفحه عنوان:** ضروری است که عنوان کامل مقاله در کوتاه‌ترین و زیباترین شکل، نام کامل نویسندگان، بالاترین مدرک، مقطع و رشته تحصیلی، دانشگاه یا سازمان متبوع و رتبه علمی یا پست سازمانی هر یک از نویسندگان (به فارسی و انگلیسی)، نشانی پستی، تلفن ثابت، تلفن همراه، نمابر و نشانی الکترونیکی نویسنده مسئول درج شود.
 - **چکیده فارسی و انگلیسی:** لازم است که چکیده ای سازمان یافته حداکثر در ۲۵۰ واژه، به زبان فارسی و انگلیسی در بر گیرنده بخش‌های هدف، روش، یافته‌ها و نتیجه‌گیری به صورت فشرده و منعکس کننده اهم مطالب مقاله به همراه ۳ تا ۶ کلمه به عنوان واژگان کلیدی (به گونه ای که مقاله بر مبنای آن نمایه سازی شود) ارائه گردد.
 - **مقدمه:** شامل طرح مسئله، پیشینه تحقیق، خلاصه ای از تعاریف، اصول، تئوری‌ها، مجهولات بجا مانده از تحقیقات قبلی چارچوب نظری، فرضیه‌ها یا پرسش‌ها، نتایج، بحث و منابع به صورت کامل ارائه گردد.
 - **روش:** شامل تبیین روش تحقیق، جامعه آماری، روش نمونه‌گیری و ابزارهای پژوهش است.
 - **یافته‌ها:** یافته‌های حاصل از روش‌های آماری می‌تواند به صورت متن، جدول (شماره و عنوان در بالای آن) و نمودار (شماره و عنوان در زیر آن) ارائه شود- تعداد جدول‌ها و نمودارها نباید بیشتر از ۶ عدد باشد.
 - **بحث و نتیجه‌گیری:** ضمن مقایسه یافته‌های حاصل از این تحقیق با تحقیقات قبلی از منظر شباهت‌ها و تفاوت‌ها، به درستی یا نادرستی فرضیه‌ها و هدف تحقیق اشاره گردد.
 - **منابع:** تمامی مقاله‌ها باید دارای منابع مستند، صحیح و مرتبط باشند و از آنجا که بررسی صحت و سقم تمامی منابع برای اعضای هیئت تحریریه و داوران ممکن نیست، مسئولیت این امر بر عهده نویسنده مسئول می‌باشد. همچنین، لازم است که منابع مورد استفاده، جدید و از سال ۲۰۰۵ به بعد باشند.

۴. ارجاعات به منابع فارسی و انگلیسی باید به شیوه درون متنی (APA) در داخل پرانتز و به شیوه زیر باشد:
(نام خانوادگی مولف، سال انتشار منبع: شماره صفحه یا صفحات) - چنانچه از نویسنده ای در یک سال، بیش از یک اثر منتشر شده باشد، با ذکر حروف الفبا پس از سال انتشار از یکدیگر متمایز شوند.
۵. معادل غیر فارسی واژه‌های تخصصی، اسامی افراد یا مکان‌ها، کتبه 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. فهرست منابع (فارسی یا غیر فارسی) در انتهای مقاله به ترتیب الفبایی نام خانوادگی مولف به شکل زیر تنظیم شود:
- الف. کتاب:** نام خانوادگی مولف، نام (سال انتشار) **عنوان 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

مدل یابی معادلات ساختاری عوامل موثر بر بازانديشی تعاملات جنسی جوانان

مهدی، سلیمانی، ضیا هاشمی، علیرضا محسنی تبریزی، هوشنگ نایی ۹

بررسی سطح مهارت های زندگی جوانان استان یزد

آزاده ابویی، سیدعلیرضا افشانی، منوچهر علی نژاد ۳۳

بی تفاوتی اجتماعی جوانان و گسست اجتماعی- فرهنگی (مطالعه پیمایشی جوانان شهر بوکان)

امید قادرزاده، مهدی رادمان ۵۹

تأثیر استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر ارزش های خانوادگی (مورد مطالعه: جوانان شهر تهران)

زهرا حضرتی صومعه ۷۷

رابطه جامعه پذیری دانشگاهی و مشارکت اجتماعی در بین دانشجویان جوان دانشگاه تهران

سهراب رشتیانی، حمید رحیمیان، عباس عباس پور ۱۰۱

بررسی رابطه دین داری و گرایش به جرم (مورد مطالعه: جوانان شهر دره شهر)

حسین ملتفت، جابر مولایی ۱۲۶

طراحی مدل کسب کرسی های بین المللی در ورزش توسط نمایندگان ایران

لقمان کشاورز، ابوالفضل فراهانی، بهرام بهرامی پور ۱۳۷

دوپینگ در حقوق بین الملل ورزشی و جایگاه دیوان دآوری ورزش در تنسيق رویه بین المللی در این زمینه

آرامش شهپازی، پویا برلیان ۱۵۳

مدلسازی معادلات ساختاری قابلیت های بازاریابی در باشگاه های لیگ برتر فوتبال ایران

کریم زهره وندیان، هاشم کوزه چیان، محمد احسانی، مجتبی امیری ۱۶۹

تأثیر فرهنگ سازمانی بر سکوت سازمانی در وزارت ورزش و جوانان

مهدی سوادى، سیروس احمدی ۱۸۷

طراحی و تدوین راهبردهای توسعه والیبال استان تهران

فرزاد نوبخت، علی همتی عقیف، حسن قره خانی، فاطمه نوبخت ۲۰۱

رتبه بندی شاخص های تاثیرگذار بر فروش محصولات ورزشی از طریق مجازی

معصومه بابایی مبارکه، عبدالمهدی نصیرزاده، برانوش نیک بین ۲۱۵

تحلیل کارایی فعالیت های ورزشی استان های ایران (رویکرد توسعه محور)

سمیرا متقی ۲۲۷

ارتباط بین سبک رهبری و تنیدگی شغلی در کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان کردستان

سپیده طاهری، ناهید اتقیا، مریم مختاری دینانی ۲۳۱



مدل یابی معادلات ساختاری عوامل موثر بر بازانديشی تعاملات جنسی جوانان

مهدی، سلیمانی^۱
ضیا هاشمی^۲
علیرضا محسنی تبریزی^۳
هوشنگ نایی^۴

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۱۱/۱۰

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۱۲/۱۹

جوانی به عنوان یک سازه اجتماعی، فرهنگی و زیستی، زمینه ساز و پاسخگوی تغییرات اجتماعی است. از این رو، با توجه به روبه رشد بودن بازانديشی تعاملات جنسی و همینطور افزایش تعاملات بین دو جنس و تغییر در شکل و محتوای آن، هدف از پژوهش حاضر بررسی مهمترین عوامل تاثیر گذار بر بازانديشی تعاملات جنسی جوانان می باشد. جامعه آماری تحقیق شامل جوانان ۱۸ تا ۲۹ ساله دانشگاه های استان تهران است. نمونه گیری به روش خوشه ای چند مرحله ای انجام گردید. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۳۸۴ نفر در نظر گرفته شد. از ابزار پرسشنامه برای جمع آوری داده ها استفاده به عمل آمد. یافته های پژوهش نشان داد بین فرزند سالاری، اقامت طولانی مدت جوانان در خانواده، فردگرایی، استفاده از فناوری های ارتباطی نوین، تغییر نقش زن و شوهری و پایگاه اجتماعی اقتصادی با میزان بازانديشی در تعاملات جنسی رابطه معناداری

۱. دانشجوی دکتری، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Mahdi.soleymani.p@gmail.com

۲. دانشیار، گروه جامعه شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

۳. استاد، گروه جامعه شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

۴. دانشیار، گروه جامعه شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

مشاهده می‌شود. یافته‌های رگرسیون گام به گام نشان داد که عامل‌های فردگرایی، فناوری‌های نوین ارتباطی، تغییر نقش زن و شوهری، پایگاه اجتماعی و اقتصادی و فرزند سالاری در مجموع ۱۸/۳ درصد از واریانس بازاندیشی تعاملات جنسی جوانان را تبیین نمودند. با استفاده از مدل معادلات ساختاری آموس مشخص شد تغییر در نقش زن و شوهری از طریق فرزند سالاری و فردگرایی و همچنین استفاده از فناوری‌های ارتباطی نوین و پایگاه اجتماعی اقتصادی میزان بازاندیشی در تعاملات جنسی را تحت تاثیر قرار می‌دهند.

واژگان کلیدی: جوانان، بازاندیشی تعاملات جنسی، فرزند سالاری، خانواده و تغییر نقش زن و شوهری

مقدمه

جامعه ایرانی، جامعه‌ای در حال تحول است و طی سال‌های اخیر دستخوش دگرگونی‌ها و تغییرات شایان توجهی در حوزه‌های مختلف و در سطوح خرد و کلان شده است. اگرچه تغییرات حوزه‌های سیاسی و اقتصادی جالب توجه است، اما تغییرات و تحولات حوزه‌های اجتماعی و فرهنگی به دلیل ریشه گرفتن از بطن جامعه و تحت تاثیر قرارداد زندگی توده مردم، به کانون توجه محققان و نظریه پردازان حوزه مسائل اجتماعی تبدیل شده‌اند. از مهمترین حوزه‌های دگرگونی در سطح خرد، تغییرات عمده در ارزش‌ها و نگرش‌های جوانان ایرانی در زمینه تشکیل خانواده و روابط جنسی بوده است. (عبدالهیان، ۱۳۸۳؛ قاسمی، ۱۳۸۳؛ موحد و همکاران، ۱۳۸۵؛ دل‌آور و همکاران، ۱۳۹۱؛ خواجه نوری ۱۳۹۱). جوانی به عنوان یک سازه‌ی اجتماعی، فرهنگی و زیستی که زمینه‌ساز و پاسخگوی تغییرات اجتماعی است، به موضوعی جذاب و محوری در گفتمان‌های مختلف در حوزه عمومی و در محافل دانشگاهی تبدیل شده است. آنچه به روشنی بر گزاره‌های به دست آمده از این گفتمان‌ها تاثیر گذار می باشد، دریافت از مفهوم جوانی و تلقی نسبت به ذهنیت، نگرش و تمایلات رفتاری این گروه است که تاثیر خود را علاوه بر نظریه پردازی‌های اجتماعی، بر سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی اجتماعی برای این گروه برجای گذاشته است. از سوی دیگر، شتاب و تنوع تغییراتی که جامعه در حال گذار ایران تجربه می‌کند و تحولات ساختاری و نهادی ملازم با آن ابعاد پیچیده‌تر و مهمتری به مسائل جوانان بخشیده است (ذکایی، ۱۳۹۳: ۱۰). مطالعه تحولات اجتماعی ایران از تغییراتی آرام، ولی گسترده در سال‌های اخیر خبر می‌دهد. با گسترش امکانات جدید ارتباطی، جامعه ایران به تدریج با امواج فزاینده‌ای از تغییرات ارزشی و هنجاری مواجه شده است (آزاد و دیگران، ۱۳۸۱؛ ساروخانی و صداقتی‌فر، ۱۳۸۸)؛ چرخشی در نسل و روندی که نشانه تغییر در جامعه‌ای است که هنجارها و ارزش‌های سنتی آن کمتر در جوانان تاثیر گذار است. تغییرات ارزشی با شکاف بین نسل‌ها و پشت کردن نسل‌های جوان‌تر به ارزش‌های سنتی در جامعه شروع می‌شود و ممکن است به تغییرات اجتماعی گسترده‌تر بینجامد (آزاد و دیگران، ۱۳۹۰: ۳). از طرفی، در کنار تحولات نظام ارزشی در سال‌های اخیر، جامعه ایرانی با تغییرات اجتماعی و ساختاری دیگری نیز در این سال‌ها دست به گریبان است. یکی از این موارد، تغییر ساختار اقتصادی کشور و تبعات اجتماعی متعدد آن بر رفتارها و نگرش‌های جوانان است. انتخاب و بازاندیشی در سبک‌های مختلف زندگی و ارتباطات اجتماعی - آن‌چنان که افراد یا گروه‌ها می‌خواهند - سبب گردیده تا پدیده‌هایی که پیشتر چندان بروز عینی و آشکاری نداشتند، امروزه به مسئله‌ای اجتماعی تبدیل شوند (خواجه نوری، ۱۳۹۱: ۴۲). اکنون فاصله بین بلوغ جنسی و بلوغ اقتصادی روز به روز در حال افزایش است. در این میان، اشتغال جوانان به یکی از مسائل کلیدی در جامعه ایرانی بدل شده است، چرا که اشتغال، مقدمه ازدواج است و مشکلات اقتصادی بر سن ازدواج در شهرهای بزرگ می‌افزاید - در حالی که ازدواج تنها راه مشروع ارضای نیاز جنسی در ایران است و اکنون این راه با موانع زیادی روبه رو شده است. افزایش سن ازدواج، فشارهای زیادی به جوامع با ساختار سنتی وارد کرده است. در حال حاضر در ایران، بیش از ۱۴ میلیون جوان در سن ازدواج هنوز ازدواج نکرده‌اند (مرکز آمار ایران). طبق نظریه سلسله مراتب نیازی‌های مازلو، نیاز جنسی جزو نیازهای اولیه، فیزیولوژیک و اساسی ارگانیسم محسوب می‌شود که بالاترین فشار را بر فرد وارد می‌کند و با تاخیر انداختن ازدواج، نیاز جنسی فرد کاهش نمی‌یابد. نیاز جنسی از دیرباز تاکنون یکی از مباحث مهم انسانی بوده و با درگیر کردن ذهن بشر در همه دوره‌های تاریخ، رفتار او را تحت تاثیر خود قرار داده است. تفاوت نگرش‌ها نسبت به رفتار جنسی، ریشه در تفاوت‌های موجود در شناسه‌های فرهنگی، مذهبی و اجتماعی جوامع گوناگون دارد، اما نکته شایان توجه،

دگرگونی نگرش به رابطه جنسی در سالیان اخیر است. فراگیر شدن الگوهای تازه تعاملات جنسی مانند روابط دختر و پسر، برقراری دوستی همزمان با چندین نفر، برقراری دوستی با جنس مخالف پس از ازدواج و روابط نامتعارفی مانند روابط جنسی مجازی در فضای اینترنت و گسترش روابط همجنس گرایی با سطحی پیشرفته در میان افراد نشان می دهد که روند بازاندیشی جوانان در رفتارهای جنسی، شتابی بسیار گرفته است (رجبلو و اصغری، ۱۳۸۹: ۷۵). از جمله تغییرات مهم که نزد نوجوانان و جوانان، مقبولیت یافته و بیش از پیش مجاز شمرده می شود، رابطه جنسی پیش از ازدواج و خارج از ازدواج است (آزین و تورنتن، ۱۹۹۳؛ بامپس، ۱۹۹۸؛ منینگ، لونگ مور و جیوردانو، ۲۰۰۷). در جامعه سنتی ایران، چنین رابطه ای به عنوان عملی منافی اخلاق عرفی دین و نیز خیانت به همسر تلقی می شود (هجت و همکاران، ۱۹۹۹).

امروزه، ازدواج در حال تضعیف و سایر تعاملات جنسی غیر رسمی و خارج از ازدواج در حال تقویت شدن است (مورس^۱، ۲۰۰۳؛ ساردون و روبرتسون^۲، ۲۰۰۴؛ پل و بئومل^۳، ۲۰۱۰؛ گودوین و همکاران^۴، ۲۰۱۰). به طور مثال، شاخص ها در کانادا کاهش شدید میزان ازدواج در چند دهه اخیر را نشان می دهند. در این کشور، میزان ازدواج زنان تا ۵۰ سالگی، از بالای ۹۵ درصد در سال ۱۹۶۵ به کمتر از ۶۰ درصد در سال ۲۰۰۳ رسیده است. در مقابل، میزان روابط جنسی خارج از ازدواج در کانادا، رشدی ۳۰۰ درصدی را نشان می دهد و از ۱۵ درصد در اواخر دهه ۱۹۶۰ به نزدیک ۵۰ درصد در سال ۲۰۰۰ رسیده است (بوردیس و لاپیریه^۵، ۲۰۰۴). در قاره اقیانوسیه نیز روابط جنسی خارج از ازدواج رو به افزایش است؛ به طوری که در استرالیا از ۱۶ درصد در سال ۱۹۷۵ به بیش از ۷۰ درصد در سال ۲۰۰۷ رسیده است (هیت و دیواس^۶، ۲۰۰۹). استیو^۷ و همکارانش (۲۰۱۲) از امریکای لاتین گزارش می دهند که تعاملات جنسی خارج از ازدواج در کشورهای این بخش از جهان نیز در چند دهه اخیر گسترش چشم گیری یافته است؛ به عنوان مثال، در برزیل در سال ۱۹۷۰ فقط ۷ درصد از جوانان رابطه جنسی خارج از ازدواج داشتند، اما در سال ۲۰۰۰ این رقم به نزدیک ۴۰ درصد رسیده است. با این حال، این همه ماجرا نیست؛ چرا که میزان این روابط در برخی کشورهای دیگر این منطقه، حتی رشد شدیدتری را نشان می دهد. استیو و همکارانش در مقاله خود نشان می دهند که این روابط در آرژانتین و ونزوئلا در سال ۲۰۰۰، به حدود ۵۰ درصد رسیده است و در کشورهای کوبا و کلمبیا نیز امروزه، بیش از ۶۰ درصد جوانان رابطه جنسی خارج از ازدواج دارند. در امریکا، در دهه ۱۹۷۰، نزدیک به ۴۰۰ هزار زوج در قالب الگوهای هم خانگی زندگی می کردند، اما این آمار در دهه ۱۹۸۰ به ۱ میلیون و ۵۰۰ هزار زوج رسیده است (اسپینر^۸، ۱۹۸۵) و در اواخر دهه ۱۹۹۰، از مرز ۴ میلیون گذشت سلتزر^۹ (۲۰۰۰). این در حالی است که بر طبق آمارهای سال ۲۰۱۰، بیش از ۷ میلیون زوج (۱۴ میلیون نفر) در امریکا در قالب هم خانگی با یکدیگر زندگی می کنند (کندی و کامپس^{۱۰}، ۲۰۰۸؛ گودوین، ۲۰۱۰). ارائه گزارش های فراگیر نشان از افزایش سن ازدواج در

1. Moors
2. Sardon and Robertson
3. Pla and Beaumel
4. Goodwin et al
5. Bourdais & lapierre
6. hewitt and de vau
7. Esteve et al.,
8. Spanier
9. Seltzer
10. Kennedy and Bumpass

اغلب کشورهای صنعتی جهان دارد (نمونه‌های اخیر، پارکر و وسلو^۱؛ ۲۰۰۹؛ چرلین^۲؛ ۲۰۱۰؛ پین^۳؛ ۲۰۱۱، ویلفابی، کارول، وایتاس و هیل^۴؛ ۲۰۱۲) از طرفی، شاهد تغییر و تنوع مسیرهای ازدواج و الگوهای جدید روابط جنسی از قبیل قرار عاشقی^۵، زندگی مشترک غیررسمی، همجنس‌گرایی، روابط جنسی فراشناویی در این جوامع هستیم (اسماک، منینگ و دوریس^۶؛ ۲۰۱۳؛ لندل، هاواسویچ - بروکس و توث^۷؛ ۲۰۰۸؛ کندی و بامپس، ۲۰۰۸؛ منینگ^۸؛ ۲۰۱۰؛ ویلافابی، هال، و لوکزاک^۹؛ ۲۰۱۳). به طور کلی، تحقیقات نشان می‌دهند که روند افزایش روابط جنسی پیش از ازدواج، یک روند جهانی است (آفاری، ۲۰۰۹؛ مهدوی، ۲۰۰۸؛ گرمارودی و همکاران، ۱۳۸۸؛ محمدی و همکاران، ۲۰۰۷).

با توجه به این که تغییر تدریجی ارزش‌ها، ابتدا منجر به تغییر در ساختار خانواده و کارکردهای آن و سپس با تغییر گفتمان غالب، حتی می‌تواند منجر به تغییرات اجتماعی گسترده‌تر شود و از طرف دیگر، با نگاهی کوتاه به ادبیات پیشین در این حوزه مشخص می‌شود که با توجه به اهمیت نظام روابط جنسی در جامعه، به هر دلیل، پژوهش‌های جامعه‌شناختی چندانی در این مورد در ایران صورت نگرفته و جامعه‌شناسی ایرانی، شناخت کمی نسبت به این موضوع بکر و البته حساس و مهم برای جامعه دارد. بدین رو با توجه به روبه رشد بودن بازاندیشی تعاملات جنسی و توجه اندک تحقیقات علمی و تخصصی به آن در جامعه ایران و همین‌طور افزایش تعاملات بین دو جنس و تغییر در شکل و محتوای آن، انجام مطالعه‌ای دقیق و علمی در زمینه مذکور ضروری به نظر می‌رسد. بر همین اساس، پژوهش حاضر به دنبال پاسخگویی به این سوال است که مهمترین عوامل تاثیر گذار بر بازاندیشی تعاملات و تغییر نگرش در روابط جنسی جوانان در جامعه ایرانی کدام اند؟

مروری بر ادبیات پیشین

تحقیقات در ایران نشان می‌دهد که رابطه جنسی پیش از ازدواج در حال افزایش است (سلیمی نیا و دیگران، ۱۳۸۴؛ وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، ۱۳۸۶؛ گرمارودی و دیگران، ۱۳۸۸؛ خلیج آبادی فراهانی و مهریار، ۱۳۸۹، آزاد، ۱۳۹۱). با توجه به جوان بودن جمعیت (حدود یک سوم جمعیت این کشور، یعنی بیش از ۲۴ میلیون نفر را جمعیت جوان ۲۰ تا ۳۵ ساله تشکیل می‌دهند) هر گونه تغییر و تحول در روابط جنسی و ازدواج و تشکیل خانواده در حکم مسئله یا چالشی در جامعه قابلیت مطالعه و بررسی را دارد. آمارها نشان می‌دهد ازدواج در سال ۱۳۹۰ در مقایسه با ۱۳۸۹ کاهش ۹/۱ درصدی داشته است؛ به بیان دقیق‌تر، ازدواج در این سال در مقایسه با سال قبل ۱۸ هزار و ۸۳۵ مورد کاهش داشته است. در سال ۱۳۹۰ تعداد ازدواج ثبت شده برابر با ۸۷۴۷۹۲ مورد بوده است، در حالی که در سال ۱۳۹۴ تعداد ازدواج ثبت شده برابر ۶۸۵۳۵۲ مورد بوده است؛ به عبارت دیگر، در سال ۹۴ در مقایسه با سال ۹۰ کاهش ۲۱/۶۵ درصدی داشته است (سازمان ثبت احوال کشور، ۱۳۹۵). از طرفی آمار موجود نشان می‌دهد که میانگین سن ازدواج در کل کشور برای مردان ۲۷/۳۰ سال و برای زنان ۲۳ سال بوده است (خبرنامه آماری کشوری، ۱۳۹۱: ۲۰).

این در حالی است که نتایج پژوهش‌ها، از افزایش روابط جنسی غیر رسمی در بین جوانان کشورمان خبر

1. Parker, R., & Vassallo
2. Cherlin
3. Payne
4. Willoughby, Carroll, Vitas & Hill
5. dating
6. Smock, Manning, & Dorius
7. Willoughby, Hall, & Luczak

می‌دهند (گرمارودی و همکاران، ۱۳۸۸؛ سلیمی نیا و همکاران، ۱۳۸۴؛ خلیج‌آبادی و مهریار، ۱۳۸۹؛ آزاد و دیگران، ۱۳۹۱؛ محمد و همکاران، ۲۰۰۷). برای مثال، محمد و همکاران (۲۰۰۷) در تحقیق خود نشان داده‌اند که ۲۸ درصد نوجوانان و جوانان شهری (دختر و پسر) رابطه قبل از ازدواج را تجربه کرده‌اند. هم چنین، گرمارودی و همکاران (۱۳۸۸) در تحقیق خود با مطالعه ۲۴۰۰ دانش‌آموز دبیرستانی (۱۷ تا ۱۴ ساله) به این نتیجه رسیدند که بیش از ۲۰ درصد از آنان، نزدیکی کامل جنسی را در طول زندگی خود تجربه کرده‌اند. خلیج‌آبادی و مهریار (۱۳۸۹) در نیز تحقیق خود گزارش کرده‌اند که نزدیک به ۲۵ درصد دختران مجرد دانشجو در دانشگاه‌های بزرگ تهران در طول زندگی خود به نوعی، رابطه جنسی با جنس مخالف را تجربه کرده‌اند و ۱۰ درصد آن‌ها به رابطه کامل جنسی ختم شده است. از سوی دیگر، میزان برقراری روابط فرازنشویی (خیانت زن‌اشویی) که علت وقوع بیشتر طلاق‌ها ذکر شده، در حال افزایش است (براند و دیگران، ۲۰۰۷؛ پترسون و هاید، ۲۰۱۰). ظهور این پدیده و تغییر نگرش جوانان در مورد روابط جنسی، نگرانی خانواده‌ها، علما و جامعه دینی، مسئولان و برنامه‌ریزان فرهنگی و سازمان‌های جوانان را در پی داشته است. بنابراین روابط جنسی غیررسمی و خارج از ازدواج در جامعه ما از نظر ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی و دینی، یک مسئله اجتماعی است. با توجه به تجربیات غرب و روندهای اجتماعی که از قبال چنین روابطی در آن جوامع پدید آمده است (موحد، ۱۳۸۵: ۱۴۸)، به نظر می‌رسد ظهور این پدیده در جامعه ما تأثیرات ساختی را بر بسیاری از نهادهای اجتماعی می‌گذارد و می‌تواند به تدریج نهاد ازدواج و خانواده را با چالش‌های جدی مواجه نماید. در تحقیقاتی که تاکنون درباره این موضوع در ایران انجام شده، جای خالی پژوهشی عمیق با پشتوانه محکم نظری خالی به نظر می‌رسد. در واقع، به‌طور خاص، به تأثیر عوامل مهم و گوناگون بر بازاندیشی تعاملات جنسی نوجوانان و جوانان پرداخته نشده است. لذا در این پژوهش تلاش خواهد شد شکاف‌ها و نقاط ضعف مطالعات پیشین با توجه به امکانات تحقیق تا اندازه‌ای بر طرف گردد و علاوه بر توصیف و سنجش نگرش درباره بازاندیشی تعاملات جنسی به تبیین چرایی و چگونگی آن هم پرداخته شود.

مبانی نظری پژوهش

لوتالر و سوبوتکا^۱ در ارتباط با جوانان، دو مفهوم تعادل جنبه‌های زندگی و ساعات شلوغ زندگی را توضیح می‌دهند. آنان معتقدند که در فضای به شدت در حال تغییر، چالش اصلی جوانان حفظ تعادل بین جنبه‌های مختلف زندگی مثل کار، تحصیل، ازدواج و مواردی مثل آن است (لوتالر، ۲۰۱۰: ۱۲۱). ساعات شلوغ زندگی نیز آن دوره‌ای است که فرد مجبور است در آن به مدیریت مجموعه‌ای از جنبه‌های مختلف زندگی بپردازد؛ به عنوان مثال، کار پیدا کند، کار خود را بهتر کند، تحصیل کند، مسکنی برای خود بیابد و ازدواج نماید (همان، ۱۲۲). از این منظر ساعات شلوغ زندگی، پیوند محکمی با تعادل بین جنبه‌های زندگی می‌یابد. از منظر سوبوتکا، ساعات شلوغ زندگی شامل مجموعه‌ای از اتفاقات مثل طولانی شدن آموزش، طولانی شدن حضور جوانان در خانواده، افول بارداری، اشتغال و حضور زنان در جامعه و پیشرفت‌های آنان در وضعیت کاری، تغییر در زوجیت و فرزندآوری، کاهش فشارهای هنجاری برای ازدواج و فرزندآوری و سبک زندگی است که باعث به تأخیر افتادن بسیاری از تصمیم‌گیری‌های زندگی از جمله ازدواج و روابط جنسی شده است. (سوبوتکا، ۲۰۱۰: ۱۲۹). نتیجه این امر تراکم بسیاری از تصمیمات در دوره‌ای کوتاه است که فشار بسیاری بر چگونگی مدیریت زندگی و تصمیمات آنان ایجاد می‌کند.

لکاردی^۱ با طرح «بحران آینده» مبنی بر اینکه زمان برنامه‌ریزی شده قابل کنترل و آینده پیش‌رونده هم برای جامعه و هم برای فرد روز به روز کمرنگ‌تر می‌شود، ایده آینده و برنامه را از بین رفته می‌داند (لکاردی، ۲۰۰۶: ۱۶). از نظر وی، جوانان در گذار به بزرگسالی روندی طولانی‌تر، ناپیوسته‌تر، استاندارد زدوده‌تر و پاره پاره‌تر (به مراحل نامستمر برگشت‌پذیر) را طی می‌کنند- این امر انعکاسی از اهمیت یافتن مدل‌های زندگی نامه‌ای است (همان، ۱۷). این طرح که به فردی شدن قدرتمندانه و همزمان با آن اهمیت یافتن بسیاری از خصیصه‌های مخاطره‌آمیز اشاره دارد، نیاز به تصمیم‌گیری در متنی اجتماعی را که با عدم قطعیت بزرگ مشخص می‌شود یادآور می‌سازد و اهمیت زیادی به فرد در تعریف انتخاب می‌دهد. وی تحلیل عمیق چنین پدیده‌ای را با استفاده از تعریف رزا^۲ از جامعه شتاب یافته که در آن شتاب یافتن تکنولوژی و کمبایی فزاینده زمان با هم اتفاق می‌افتد، انجام می‌دهد (همان، ص ۳۳). فرد در چنین جامعه‌ای متحرک در تطبیق با شرایط، زبردست در ایجاد موقعیت مناسب، توانا در استفاده از فرصت‌های احتمالی جدید و ماهر در شکار مفیدترین آنهاست. لکاردی برای تعریف جوانان معاصر، از مفهوم بریکولاژ^۳ و بریکولر^۴ لوی اشترواس^۵ استفاده می‌کند. بریکولر کسی است که کارش را با دستان خودش به‌کل آزمایشی با بکارگیری ابزارها به گونه‌ای متفاوت (از آنچه یک حرفه‌ای بکار می‌برد) شکل می‌دهد. آنچه چشمگیر است توانایی بریکولر در انطباق خودش با مواد در دسترس است تا با آنها قدم به قدم آن وسیله‌ای را که محتاج بدان است، بسازد (همان). در فقدان پروژه‌ای با جزییات مشخص و معلوم وسیله بر اساس آنچه که فی الحال حاضر است^۶ ساخته می‌شود. در تمامی آن چیزهای که بریکولر با آن کار می‌کند، هیچ عنصری کارکرد از پیش تعیین شده‌ای ندارد. نتیجه و برون داد کار با موقعیت‌ها و وسایلی که او هم اینجا و همین حالا با آنها روبه روست، پیوند می‌یابد. (همان، ۳۳ و ۴۳). لکاردی با بهره بردن از مفهوم پردازی ملوچی^۷ «کوچ نشینان زمان حاضر»^۸ را واژه مناسبی برای «مسیرهای زندگی نامه‌ای معاصر»^۹ می‌داند. از این منظر، کوچ نشینان حال حاضر پایانی را دنبال نمی‌کنند، بلکه دائما چیزهای را که محدود به اشیای غیر دائمی است، کشف می‌کنند. کوچ نشینان امروز زندگی نامه‌های نه بر پایه یک پروژه، بلکه به عنوان نتیجه بازاندیشی می‌سازند (همان، ۳۴). تعبیر لکاردی از چنین شیوه‌ای از تصمیم‌گیری که در آن هم امیال و هم نیازها و هم راه‌های رسیدن به آن مطابق موقعیت تعریف می‌شود، موقعیت‌گرایی است (همان).

چارچوب نظری

در پژوهش حاضر در توضیح عوامل موثر بر باز اندیشی تعاملات جنسی، بر آرای گیدنز و زیگمونت باومن تاکید شده است. گیدنز بر این عقیده است که با کاهش نفوذ سنت و بازسازی زندگی روزمره برحسب عوامل جهانی و محلی، افراد ناچارند شیوه‌های زندگی خود را از میان گزینه‌های مختلف برگزینند. در این میان، اگرچه عوامل یکسان‌ساز و استانداردکننده هم وجود دارد، اما به دلیل «باز بودن» زندگی اجتماعی امروزی و همچنین تکثریابی زمینه‌های عمل و تنوع «مراجع»، انتخاب شیوه زندگی بیش از پیش در ساخت هویت

1. Lacardi
2. Rosa
3. bricolage
4. bricoler
5. Lévi-Strauss
6. spur of moment
7. Melucci
8. nomads of the present
9. contemporary biographical trajectories

شخصی و فعالیت روزمره اهمیت می‌یابد. (گیدنز، ۱۳۷۸: ۲۱) به اعتقاد وی، در جوامع معاصر که تکثرگرا، متنوع و در حال تغییرند و همه چیز مورد مذاقه قرار می‌گیرد، «خود» نیز به پروژهای بازاندیشانه تبدیل می‌شود. گیدنز به خود خودسازنده، اولویت زیادی می‌دهد؛ پروژهای که از آن طریق، «خود» در سطح فرد، بازاندیشانه و تغییردهنده می‌شود (گیدنز، ۱۳۷۸). وی در کتاب «دگردیسی صمیمیت» نشان می‌دهد که الگوهای روابط جنسی در طی چند دهه گذشته به شکلی چشمگیر بسط یافته‌اند و دامنه گسترده‌ای از تنوعات و بدیل‌ها را که تا پیش از این تابو تلقی می‌شدند، در بر گرفته‌اند. در بحث چرایی این امر مهمترین رقیب گیدنز، فوکو می‌باشد. فوکو برای نخستین بار به شکلی نظام مند و در عین حال به شیوه‌ای پس‌اساختارگرایانه‌ای نظام گریز، الگوهای تکامل رفتار جنسی در قرن نوزدهم را مورد واریسی قرار داد و با واشکافی گفتمان حاکم بر جنسیت در قرن گذشته آن را با قدرت انتظامی و نیروهای سازمان دهنده بدن‌های اجتماعی شده پیوند زد. گیدنز انقلاب صنعتی را همچون تحولی در نظر می‌گیرد که به بازآرایی مفهومی مکان در ذهنیت انسان مدرن منتهی شد. برخی از تغییرات در حوزه خانواده اتفاق افتاد که منجر به از دست دادن نفوذ گروه‌های خویشاوندی به هم پیوسته؛ رواج روند انتخاب آزادانه همسر و کاهش ازدواج‌های تنظیم شده؛ افزایش حقوق زنان هم از نظر حق انتخاب در ازدواج و هم تصمیم‌گیری در خانواده؛ کاهش نقش گروه خویشاوندی به عنوان عامل سازمان‌دهنده روابط زناشویی؛ رشد آزادی‌های جنسی؛ گسترش حقوق کودکان؛ تبدیل شدن خانواده به مثابه مجموعه‌ای از ارتباط‌های عاطفی و نه واحدی اقتصادی و تغییر نگرش نسبت به انتظارات از نقش‌های زن و مرد متأثر از معرفت «بازاندیشانه» شد (جلایی‌پور، ۱۳۸۲: ۲۲-۱۳). از سویی، فضای کار کردن و زیستن از یکدیگر تفکیک شدند و با فروپاشی خانواده‌های گسترده، عمل زیستن در خانواده‌های کوچک و هسته‌ای متمرکز شد. محور ثقل کنش متقابل در این خانواده‌ها، یک زوج جوان بود که جز همسرشان شریک فکری و عاطفی دیگری نمی‌شناختند. از دید گیدنز، تمرکز کنش متقابل گرم و صمیمانه در دایره تنگ خانواده هسته‌ای، زمینه ساز پیوند خوردن عشق و ازدواج بوده است. گیدنز شکل‌گیری این ارتباط میان عشق و زناشویی و نهادینه شدنش در قالب هسته‌ای و روابط صمیمانه زناشویی را ناشی از بازآرایی جایگاه فرد در محیط جدید مدرن می‌داند. در عصر مدرن، از سویی به دلیل کوچک بودن اندازه خانواده هسته‌ای و پیدایش روش‌های کنترل جمعیت، پیوند میان رابطه جنسی و بارداری گسسته شد و از سوی دیگر، به دلیل چروکیده شدن حجم خانواده‌ها، همسر- یعنی شریک جنسی رسمی- به صورت مهمترین شریک زندگی بازتعریف شد. به این شکل همزمان با شکل‌گیری فضاهای خصوصی و روابط گرم و عاطفی پشت صحنه، جنسیت به امری خصوصی، شخصی، کنترل‌شدنی و لذتبخش تبدیل شد که از زیر سلطه تابوهای محدود‌کننده یا جبر خطرناک زیستی رها شده بود (گیدنز، ۱۹۹۲: ۲۹). ازطرفی در شرایط کنونی با توجه به تحولاتی که در دنیای جدید در حال رخ دادن است، گسترش فزاینده فناوری‌های نوین ارتباطی از عوامل تاثیر گذار بر بازاندیشی تعاملات می‌باشد. گیدنز معتقد است که با حضور فناوری‌های نوین ارتباطی ما می‌توانیم در هر زمان و هر کسی در هر نقطه‌ای از جهان ارتباط برقرار کنیم که این ارتباط آنی بسیاری از جنبه‌های زندگی ما را تغییر می‌دهد و ساختار زندگی ما تحت تاثیر این تکنولوژی‌ها، نه با گذشته، بلکه بیشتر به آینده نزدیک است و در مقایسه با گذشته، عادت‌ها، رسوم و سنت‌ها، نقش کمتری دارند (گیدنز، ۱۳۸۰: ۶۱). به اعتقاد وی، در جوامع معاصر که تکثرگرا، متنوع و در حال تغییرند و همه چیز مورد مذاقه قرار می‌گیرد، «خود» نیز به پروژه‌ای بازاندیشانه تبدیل می‌شود و تنوع مراجع، انتخاب شیوه زندگی، تعاملات و کنش‌های فردی بیش از پیش در ساخت هویت و فعالیت‌های روزمره اهمیت می‌یابد (گیدنز، ۱۳۷۸: ۲۱). تجربیات تازه و متنوع، زمینه را برای تنوع روش‌های عمل مهیا

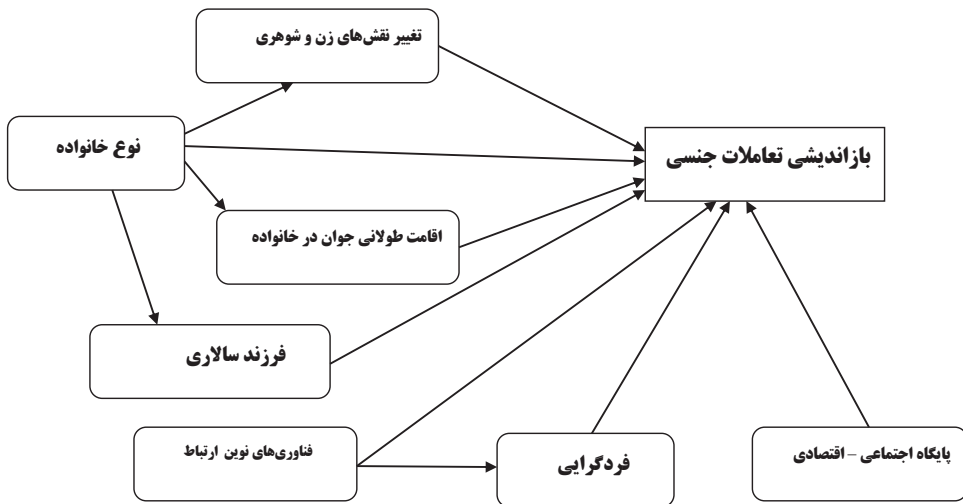
می‌سازد. چنین شرایطی، زمینه را برای بریدن از الگوهای رفتاری جاافتاده آماده می‌کند که این امر ممکن است خطراتی هم در پی داشته باشد (همان، ۱۱۵).

زیگمونت باومن (۲۰۰۳) برای توصیف تغییرات ایجاد شده در روابط بین دو جنس در فضای مجازی سیال مدرن، اصطلاح «تماس‌های شبکه‌ای» را به کار برده است. از نظر باومن، مدرنیته در دو مرحله باعث ایجاد این تغییرات شده است که مرحله اول را «مدرنیته جامد» و مرحله دوم را «مدرنیته سیال» می‌نامد. اگر چه ویژگی دائمی مدرنیته از همان ابتدا ذوب کردن جامدات بوده است (باومن، ۲۰۰۰: ۶)، ولی مرحله اول مدرنیته با ذوب کردن جامدات باقیمانده از جامعه سنتی، عرصه را برای تاخت و تاز و تسلط عقلانیت ابزاری^۱ - آنگونه که ماکس وبر می‌گوید- و نقش تعیین کننده اقتصاد -آنگونه که مارکس بر شمرده است- باز گذاشته بود. در نتیجه، اقتصاد به طور پیش‌رونده‌ای از حصارهای سیاسی، اخلاقی و فرهنگی سنتی رها شده و نظم جدیدی جایگزین گردید. این نظم جدید، جامد تر از نظمی بود که جایگزینش شده بود، زیرا نسبت به چالش‌های ناشی از کنش غیر اقتصادی ایمن‌تر بود. جامداتی که نوبت آنها در زمان حاضر (زمان مدرنیته سیال) برای انداخته شدن در دیگ ذوب جامدات فرا رسیده است، پیوندهایی هستند که انتخاب‌های فردی در پروژه‌ها و کنش‌های جمعی - الگوهای ارتباطات و هماهنگی بین سیاست‌های زندگی که به طور فردی هدایت می‌شوند، از یک طرف و کنش‌های سیاسی اجتماعات انسانی را از طرف دیگر با هم درگیر می‌کند، (باومن ۲۰۰: ۴). اکنون ما در حال حرکت از عصر گروه‌های مرجع^۲ از پیش تعیین شده به سوی عصر جدید مقایسه جهانی^۳ هستیم؛ عصری که در آن تمامی ترکیب‌ها، شکل‌ها و الگوها به داخل ظرف جامدات ریخته شده‌اند تا در قالب و طرح جدیدی در انداخته شوند، ولی این الگوها نیز نمی‌توانند مانند سیالات دیگر شکل خود را برای مدت طولانی حفظ کنند و شکل دادن به آنها آسان‌تر از حفظ شکل آنهاست. حفظ شکل سیالات نیازمند توجه بسیار، مراقبت ثابت و تلاش دائمی است. مسئولیت شکست در این تلاش‌ها، در درجه اول بر عهده خود شخص می‌افتد (همان، ص ۸). از نظر باومن، مدرنیته سیال وضعیت اجتماعی و فرهنگی جهان معاصر است که ما از آن دوسوگرایی، دگرگونی اجتماعی و انعطاف‌پذیری نهادی را به ارث برده‌ایم (بین کلی، ۲۰۰۸: ۶۰۲). طبق نظریه باومن، فاصله مدرنیته جامد و سیال، مجموعه بی‌سابقه و جدیدی را برای فعالیت‌های مربوط به زندگی فردی خلق کرده و باعث شده است افراد با چالش‌هایی روبه‌رو شوند که پیشتر با آن مواجه نبودند. اشکال اجتماعی و موسسات گوناگون توانایی زیادی برای ثابت نگه داشتن قالب‌ها و چارچوب‌های فعالیت انسانی و طرح‌های طولانی و بلند مدت زندگی را ندارند و نمی‌توانند در این زمینه هم موفق باشند. بنابراین، افراد مجبور به یافتن مسیرهای دیگری برای سازمان دادن به زندگی‌شان هستند و در این مسیر مجموعه‌ای از پروژه‌های کوتاه مدت و ناتمام را به همدیگر تابیده، روی هم قرار می‌دهند. این پروژه‌های به هم تابیده منجر به رشته محکم و متصلی نخواهد شد که به کمک آن، مفاهیمی چون پیشرفت به صورت هدفمند مورد استفاده قرار بگیرد. چنین زندگی‌ها و فعالیت‌های منفک شده و جدا از هم نیازمند افرادی انعطاف‌پذیر است که می‌توانند خودشان را تطبیق دهند، به صورت مداوم آماده و متمایل به تغییر تاکتیک با همان اطلاعات کوتاه باشند، به تعهدات و وفاداری‌ها بدون هیچگونه اظهار تاسفی بی‌تفاوت باشند و طبق توانایی‌های موجود به دنبال فرصت‌ها بگردند. در مدرنیته سیال، افراد باید تحت شرایط عدم اطمینان رفتار

1. instrumental rationality
2. reference group
3. universal comparison
4. Binkley

کنند و حساب سود و زیان کردارهای خود را داشته باشند (بیلهرز، ۲۰۰۱، ۳۳۹). هویت دیگر در مدرنیته سیال، پروژه ثبات، نظم تحمیلی یا وابستگی‌های گروهی مشترک نیست و در احساس تعلق و آسودگی عواطف پایدار یا مکان یا اجتماع ملی جایی ندارد و به امری دائماً تغییرپذیر و سازگار با وضعیت پایدار بی‌قراری و آشفتگی تبدیل می‌شود (باومن، ۲۰۰۵: ۱۲۸). در مدرنیته سیال، پیوندهای اجتماعی ضعیف و سطوح بالایی تحرک فردی الگوهای جدیدی از آگاهی از هویت را ایجاد می‌کند که بر مبنای منطق به حداقل رسانیدن تعهدات نهادی، انعطاف‌پذیری مسئولیت بین فردی و پذیرفتن یک وضعیت پایدار تجزیه اجتماعی قرار دارد (بین کلی، ۲۰۰۸: ۶۰۲).

مدل مفهومی و فرضیه‌های پژوهش



با توجه به ابعاد و وجوه دیدگاه‌های صاحبان اندیشه‌ای که نظریات‌شان برشمرده شد و نیز نتایج استنباط شده از دیدگاه‌های آنها، فرضیه‌های تحقیق به قرار زیر است:

- بین فرزند سالاری در خانواده و بازاندیشی تعاملات جنسی جوانان رابطه معناداری وجود دارد.
- بین تغییر نقش‌های زن و شوهری در خانواده و بازاندیشی تعاملات جنسی جوانان رابطه معناداری وجود دارد.
- بین اقامت طولانی جوانان در خانواده و بازاندیشی تعاملات جنسی جوانان رابطه معناداری وجود دارد.
- بین پایگاه اجتماعی-اقتصادی فرد و بازاندیشی تعاملات جنسی جوانان رابطه معناداری وجود دارد.
- بین فردگرایی و بازاندیشی تعاملات جنسی جوانان رابطه معناداری وجود دارد.
- بین استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی و بازاندیشی تعاملات جنسی جوانان رابطه معناداری وجود دارد.
- از نظر بازاندیشی روابط جنسی جوانان بین جوانان خانواده‌های مدرن و خانواده‌های ایرانی-اسلامی تفاوت معناداری وجود دارد.

روش شناسی پژوهش

از بین روش‌های تعریف شده از طرف صاحب‌نظران علوم اجتماعی، روش تحقیق حاضر را باید از نوع پیمایشی^۱ دانست. پژوهش از نوع مطالعات مقطعی، پهنانگر، توصیفی و کاربردی است که در سطح جامعه‌شناسی خرد انجام می‌شود و مراحل آن شامل مطالعه اکتشافی، تنظیم پرسشنامه، جمع‌آوری اطلاعات و تجزیه و تحلیل آماری داده‌هاست. محقق جهت اخذ و جمع‌آوری اطلاعات به روز اقدام به تهیه پرسشنامه نموده است.

روایی و اعتبار پرسشنامه تهیه شده توسط چند صاحب‌نظر در زمینه جمعیت‌شناسی، جامعه‌شناسی و روانشناسی مرور شده و اعتبار صوری و محتوایی پرسشنامه مورد ارزیابی قرار گرفت. همچنین، ۱۰ نفر از پاسخگویان در یک پیش‌آزمون پرسشنامه‌ها را تکمیل و سوالات مبهم و یا نامفهوم توسط آنان شناسایی و اصلاح شد. برای آزمون پایایی پرسشنامه نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده به عمل آمد. ضرایب آلفای کرونباخ برای شاخص‌های میزان فرزند سالاری، اقامت طولانی مدت در خانواده، فردگرایی، استفاده از فناوری‌های نوین، تغییر نقش زن و شوهری و بازاندیشی در تعاملات جنسی، به ترتیب برابر با ۰/۷۸، ۰/۷۰، ۰/۷۶، ۰/۸۳، ۰/۷۵ محاسبه گردید که از قابلیت اعتماد بالایی برخوردارند.

جامعه آماری تحقیق شامل دانشجویان سنین ۱۸ تا ۲۹ ساله دانشگاه‌های استان تهران اعم از مجرد و متأهل می‌باشد. نمونه‌گیری به روش خوشه‌ای چند مرحله انجام شد. سطح اول نمونه‌گیری، نوع دانشگاه و سطح دوم گروه تحصیلی در نظر گرفته شد. نمونه پژوهش از ۴ دانشگاه دولتی و سه دانشگاه آزاد انتخاب شد. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۳۸۴ نفر در نظر گرفته شد. حدود نیمی از شرکت‌کنندگان در مطالعه از دانشگاه‌های آزاد (۴۸/۵) و بقیه از دانشگاه‌های دولتی بودند (۵۱/۵). معیار ورود به مطالعه، دارا بودن سن بین ۱۸ تا ۲۹ سال و تحصیل در مقاطع مختلف دانشگاهی در دانشگاه‌های تهران بود. در این پژوهش تلاش شد پرسشنامه به صورت بی‌نام باشد و شرکت‌کنندگان با رضایت آگاهانه به تمام سوالات مربوطه پاسخ بدهند. پس از هماهنگی‌های لازم و تشریح اهداف تحقیق و جلب رضایت پاسخگویان، پرسشنامه توزیع و به روش خود ایفایی تکمیل گردید. پس از گردآوری داده‌ها، براساس آمارهای توصیفی و استنباطی و با استفاده از نرم‌افزارهای spss و مدل‌یابی معادلات ساختاری با نرم افزار Amos، داده‌ها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

تعریف مفاهیم پژوهش

بازاندیشی

منظور از بازاندیشی، ترکیب اندیشه و کنش است - به نحوی که ضمانت سنت و عرف را در پی نداشته باشد؛ یعنی بازاندیشی از نوع دوره مدرن با شرایطی که تردید و تجدید نظر پایدار در زندگی اجتماعی حاصل شود و عملکردهای اجتماعی دائماً در معرض بازسنجی قرار بگیرند (فرهمنده و همکاران، ۱۳۹۳). برای عملیاتی کردن این متغیر ۸ گویه در قالب طیف لیکرت طراحی شد. سطح سنجش این متغیر ترتیبی و پرسشنامه محقق ساخته بود که به میزان دگرگونی نگرشی نسبت به مسائل جنسی در ایران پرداخته شد. در این مورد به مسائلی از قبیل، افزایش سن ازدواج، روابط جنسی پیش از ازدواج، دوستی دختران و پسران، برقراری دوستی همزمان با چندین نفر، روابط جنسی فرا زناشویی، روابط جنسی نامتعارف که تا کنون وجود نداشته مانند روابط جنسی مجازی در فضای اینترنت و گسترش روابط همجنس‌گرایی پرداخته شد.

فناوری های ارتباطی نوین

برای سنجش میزان استفاده از فناوری های نوین ارتباطی، ۴ گویه در قالب طیف لیکرت درباره میزان استفاده از این فناوری های طراحی گردید.

اقامت طولانی جوانان در خانواده

این متغیر با شاخص های از قبیل افزایش سن ازدواج، مدت زمان حضور جوان در خانواده، به تاخیر افتادن استقلال مالی و وابستگی به خانواده، میزان ارتباط و صمیمیت جوانان با والدین، با ۵ گویه در قالب طیف لیکرت و سطح سنجش ترتیبی مورد ارزیابی قرار گرفت.

خانواده مدرن

الگوی خانواده مدرن مدنی برآمده از ادبیات گفتمانی جامعه مدنی لیبرالیستی در ایران است. گفتمان جامعه مدنی بر مبنای فردگرایی نفع انگاری، عقلانیت و تکثرگرایی است (دارابی، ۱۳۸۹: ۲۷۸). حدود یک دهه از طرح الگوی خانواده مدرن مدنی به صورت نظری و ساختارمند در ایران می گذرد. قرابت گفتمانی این الگو همچنین با اندیشه لیبرالیسم و آگاهی و معرفت بازاندیشانه نیز بررسی می شود (جلایی پور، ۱۳۸۶: ۱۶۷). به علاوه، این الگو از دو پارادایم تفسیری و انتقادی و به طور خاص، نظریه دموکراسی گفت و گویی^۱ و دموکراسی عاطفی آتونو گیدنز و نظریه کنش ارتباطی^۲ و عرصه عمومی^۳ یورگن هابرماس متأثر است (صادقی فسایی، ۱۳۹۱: ۳۵). در تعریف عملیاتی خانواده مدرن ۱۰ گویه در سطح سنجش ترتیبی استفاده شد که شامل مولفه های همچون: کنترل باروری، فرزندان محدود، جامعه پذیری محدود فرزندان، پرهیزنه بودن فرزندان، انتخاب فردی در ازدواج، سن دلخواهی ازدواج، اوقات فراغت فردی، اصالت علقه های عاطفی در امر ازدواج، آموزش روابط دمکراتیک، تکالیف و انتظارات نقشی متغیر، تامین عاطفی دوطرف، فرزندان ایفاگر ارزش های مدنی، دختر = پسر، جدایی تفاهمی، توازن و تساوی روابط و غیره می باشد.

خانواده ایرانی - اسلامی

یکی از ویژگی های مهم الگوی خانواده ایرانی اسلامی، تکیه بر دو بعد هویتی دینی و ملی به صورت توأمان با یکدیگر است. الگوی خانواده ایرانی اسلامی الگویی برآمده از ارزش های فرهنگی اجتماعی دینی با قالبی ملی است. این جریان معتقد است با عنایت به جامعیت دین اسلام به عنوان دین خاتم، تمامی مؤلفه های لازم برای زندگی اجتماعی در آموزه های اسلام وجود دارد (مطهری، ۱۳۸۵: ۶۳؛ دارابی، ۱۳۸۹: ۱۳۸). در تعریف عملیاتی خانواده مدرن ۱۳ گویه در سطح سنجش ترتیبی استفاده شد که شامل مولفه هایی همچون مولفه های خانواده ی ایرانی اسلامی شامل تولید نسل، جامعه پذیری، کنترل اجتماعی، مسئولیت پذیری فرزندان، صله ارحام، تنظیم روابط جنسی، مدیریت داخل خانه زنانه، سرپرستی مرد بر خانواده، کار بیرون مردانه، امکان مشارکت اجتماعی بیرونی زن، تصمیم سازی مشترک، عدالت جنسیتی و نه مساوات، ازدواج آسان در اوایل سنین جوانی، تفاهم تطابق و همدلی و غیره می باشد.

یافته های پژوهش

از مجموع پاسخگویان، ۱۹۸ نفر معادل با ۵۱/۵۶ درصد را مردان و ۱۸۲ نفر معادل با ۴۸/۴۳ درصد را زنان تشکیل می دادند. میانگین سنی پاسخگویان ۲۳/۷ سال و محدوده سنی پاسخگویان بین ۱۵ تا ۲۹ سال بود که

1. Dialogic Democracy
2. Communicative Action
3. Public Sphere

۲۱/۶ درصد از آنها، در گروه سنی ۱۵-۲۹ سال، ۴۴/۲ درصد از آنها در گروه سنی ۲۰-۲۴ سال و ۳۴/۲ درصد در گروه سنی ۲۵-۲۹ قرار داشتند. از مجموع ۳۸۴ پاسخگو، ۷۷/۸ درصد مجرد و ۲۲/۲ درصد متاهل بودند. همچنین مقطع تحصیلی ۲۴۹ نفر معادل ۶۴/۸ درصد کارشناسی، ۹۱ نفر معادل ۲۳/۷ درصد کارشناسی ارشد و ۴۴ نفر معادل ۱۱/۴۵ درصد کل پاسخگویان در مقطع دکتری بودند.

جدول ۱: توصیف متغیرهای تحقیق

متغیر	میزان	فراوانی	درصد	میانگین
فرزند سالاری در خانواده	کم	۵۱	۱۳/۲۸	۱۷/۹۵
	متوسط	۲۶۶	۶۹/۲۷	
	زیاد	۶۷	۱۷/۴۴	
اقامت طولانی مدت جوانان در خانواده	کم	۱۱۸	۳۰/۷۲	۱۸/۲
	متوسط	۱۷۳	۴۵/۰۵	
	زیاد	۹۳	۲۴/۲۱	
فردگرایی	کم	۷۲	۱۸/۷۵	۱۹/۰۳
	متوسط	۱۴۵	۳۷/۷۶	
	زیاد	۱۶۷	۴۳/۴۸	
استفاده از رسانه‌های نوین ارتباطی	کم	۳۶	۹/۳۷	۲۱/۰۲
	متوسط	۲۰۲	۵۲/۶	
	زیاد	۱۴۶	۳۸/۰۲	
تغیر در نقش‌های زن و شوهری	کم	۲۳	۵/۹۸	۱۷/۵۶
	متوسط	۱۷۸	۴۶/۳۵	
	زیاد	۱۸۳	۴۷/۶۵	
پایگاه اقتصادی اجتماعی	پایین	۹۴	۲۴/۴۷	۲۰/۱۳
	متوسط	۲۱۱	۵۴/۹۴	
	بالا	۷۹	۲۰/۵۷	
بازاندیشی تعاملات جنسی	کم	۵۸	۱۵/۱	۱۹/۱
	متوسط	۲۲۷	۵۹/۱۱	
	زیاد	۹۹	۲۵/۷۸	

با توجه به جدول ۱، از نظر ۱۳/۲۸ درصد فرزندسالاری در خانواده کم، ۱۷/۴۴ درصد زیاد و ۶۹/۲۷ درصد متوسط بوده است. ۱۱۸ نفر از پاسخگویان معادل با ۳۰/۷۲ درصد از کل پاسخگویان دوره اقامت جوانان در خانواده را کوتاه، ۴۵/۰۵ درصد متوسط و ۲۴/۲۱ درصد نیز اقامت جوانان را طولانی گزارش کردند. در بین پاسخگویان میزان فردگرایی ۴۳/۴۸ درصد زیاد، ۳۷/۳۶ درصد متوسط و ۱۸/۷۵ درصد کم گزارش شد.

میزان استفاده از فن آوری های نوین ارتباطی برای ۵۲/۶ درصد از پاسخگویان متوسط، ۳۸/۰۲ درصد زیاد و ۹/۳۷ درصد نیز کم گزارش شد. از کل پاسخگویان، ۵/۹۸ درصد تغییر در نقش زن و شوهری را کم، ۴۷/۶۵ درصد زیاد و ۴۶/۳۵ درصد متوسط گزارش کردند. پایگاه اقتصادی- اجتماعی ۲۴/۴۷ درصد از کل پاسخگویان پایین، ۵۴/۹۴ درصد متوسط و ۲۰/۵۷ درصد بالا گزارش شد. ۱۵ درصد از پاسخگویان در باز اندیشی در تعاملات جنسی پایین، ۵۹/۱۱ درصد دارای بازاندیشی متوسط و ۲۵/۷۸ درصد از پاسخگویان دارای بازاندیشی زیاد بودند.

بررسی فرضیه های پژوهش

جدول ۲: توزیع میانگین نمره های بازاندیشی تعاملات جنسی در خانواده های ایرانی- اسلامی و خانواده های مدرن ایرانی

متغیر	خانواده های ایرانی - اسلامی		خانواده های مدرن ایرانی		فاصله اطمینان ۹۵ درصد		مقدار T	سطح معناداری
	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	حد بالا	حد پایین		
باز اندیشی در تعاملات جنسی	۳۱/۴۲	۳/۳۵	۵۲/۶۰	۵/۸۸۱	۱۱/۲۰	۲۵/۱۲	۳۳/۰۱۷	۰/۰۰۴

با توجه به جدول ۲، مشاهده می شود که در میانگین نمره بازاندیشی تعاملات جنسی در خانواده های مدرن ایرانی و خانواده های ایرانی- اسلامی از نظر آماری تفاوت معناداری وجود دارد؛ به این معنی که جوانانی که در خانواده های مدرن زندگی می کنند از نظر بازاندیشی در تعاملات جنسی نسبت به جوانانی که در خانواده های ایرانی- اسلامی زندگی می کنند وضعیت متفاوتی دارند و میزان بازاندیشی در تعاملات جنسی در جوانان خانواده های مدرن بیشتر است. بدین ترتیب فرض این تحقیق مورد تایید قرار می گیرد. ($t=33/017$ و $sig=0/004$) بنابراین با توجه به اختلاف میانگین ها، بین جوانان خانواده های مدرن و جوانان خانواده های ایرانی - اسلامی از لحاظ بازاندیشی در تعاملات جنسی تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول ۳: نتایج آزمون اسپیرمن و تاوایی کندال برای متغیرهای تحقیق

مستقل وابسته	فرزند سالاری	اقامت طولانی مدت در خانواده	فردگرایی	استفاده از فناوری های نوین ارتباطی	پایگاه اجتماعی اقتصادی	تغیر در نقش زن و شوهری
بازاندیشی در تعاملات جنسی	همبستگی رواسپیرم ۰/۳۱ سطح معناداری ۰/۰۰۱	همبستگی رواسپیرم ۰/۱۸,۹ سطح معناداری ۰/۰۴۲	همبستگی رواسپیرم ۰/۲۹ سطح معناداری ۰/۰۴۰	همبستگی رواسپیرم ۰/۳۹ سطح معناداری ۰/۰۵۰	همبستگی رواسپیرم ۰/۲۶ سطح معناداری ۰/۰۴۰	همبستگی رواسپیرم ۰/۲۷ سطح معناداری ۰/۰۱۰
	تاوایی کندال ۰/۳۰ سطح معناداری: ۰/۰۰۴	تاوایی کندال ۰/۱۷,۲ سطح معناداری: ۰/۰۳۹	تاوایی کندال ۰/۲۷ سطح معناداری: ۰/۰۰۴	تاوایی کندال ۰/۳۶ سطح معناداری: ۰/۰۳۲	تاوایی کندال ۰/۲۵ سطح معناداری: ۰/۰۱۴	تاوایی کندال ۰/۲۶ سطح معناداری: ۰/۰۱۵

برای بررسی رابطه بین این متغیرها، از آزمون همبستگی اسپیرمن و ضریب تای - بی کندال استفاده شده است. داده‌های جدول حاکی از آن است که بین میزان فرزند سالاری، اقامت طولانی مدت جوانان در خانواده، فردگرایی، استفاده از فناوری‌های ارتباطی نوین، تغییر نقش زن و شوهری و پایگاه اجتماعی - اقتصادی با میزان بازاندیشی تعاملات جنسی رابطه معناداری مشاهده می‌شود. در بین این متغیرها، قوی‌ترین رابطه مربوط به رابطه استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی و میزان بازاندیشی در تعاملات جنسی می‌باشد. میزان همبستگی اسپیرمن بین این دو متغیر برابر با ۰/۳۹ و شدت رابطه (تای - بی کندال) برابر ۰/۳۶ می‌باشد که نشان می‌دهد رابطه نسبتاً قوی بین این دو متغیر وجود دارد (سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد). به عبارتی، هرچه میزان استفاده از وسایل ارتباطی نوین افزایش یافته است، میزان بازاندیشی در تعاملات جنسی نیز افزایش یافته است. از طرفی، ضعیف‌ترین رابطه مربوط به رابطه بین متغیر اقامت طولانی در خانواده و بازاندیشی تعاملات جنسی جوانان می‌باشد که در آن با وجود معنی‌دار بودن رابطه ($\text{sig}=0/05$)، میزان همبستگی برابر با ۰/۱۸ و میزان تای - بی کندال برابر با ۰/۱۷ می‌باشد که نشان دهنده رابطه ضعیف بین دو متغیر مذکور می‌باشد. لذا بر این اساس و با توجه به ضرایب همبستگی و سطح معناداری حاصل شده، بین متغیرهای مستقل پژوهش و بازاندیشی در تعاملات جنسی جوانان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارتی، تغییر در میزان فرزند سالاری، اقامت طولانی مدت جوانان در خانواده، فردگرایی، استفاده از فناوری‌های ارتباطی نوین، تغییر در نقش زن و شوهری منجر به تغییر در میزان بازاندیشی تعاملات جنسی جوانان گردیده است.

تحلیل های رگرسیونی برای تبیین بازاندیشی در تعاملات جنسی

جدول ۴: خلاصه مدل رگرسیون گام به گام همراه با ضریب تعیین، ضریب تعدیل شده، F و P

متغیر	ضریب همبستگی	R2	ضریب تعیین تعدیل شده	R2 (Ad)	F	p
۱	استفاده از فناوری‌های ارتباطی	۰/۳۱۰	۰/۰۹۶	۰/۰۹۴	۳۳/۹۰	۰/۰۰۰
۲	فرد گرایی	۰/۳۹۰	۰/۱۵۲	۰/۰۹۴	۳۸/۸۰	۰/۰۰۰
۳	تغییر در نقش زن و شوهری	۰/۴۰۱	۰/۱۶۰	۰/۱۶۰	۳۸/۶۸	۰/۰۰۱
۴	پایگاه اقتصادی- اجتماعی	۰/۴۲۳	۰/۱۷۸	۰/۱۷۸	۳۸/۶۰	۰/۰۰۱
۵	فرزند سالاری	۰/۴۲۸	۰/۱۸۳	۰/۱۸۳	۳۷/۵۸	۰/۰۰۱

به منظور ارزیابی قدرت تبیین متغیرهای پیش بین مطرح شده که روابط آنها پیش از این به آزمون گذاشته شده، از روش تحلیل خطی چند متغیره، به روش گام به گام استفاده گردید. جهت استفاده از رگرسیون گام به گام، با توجه به نتایج آزمون فرضیات عمل شده، تنها متغیرهای پیش بینی در معادله وارد گردید که بر اساس نتایج آزمون های انجام شده، رابطه معنی داری میان آنها با متغیر ملاک مشاهده شده است. بنابراین، شاخص های استفاده از فناوری های نوین ارتباطی، فرزندسالاری، فردگرایی، تغییر در نقش زن و شوهری، پایگاه اجتماعی اقتصادی به عنوان متغیرهای پیش بین مدنظر قرار گرفتند. نتایج آزمون رگرسیون گام به گام نشان داد که در گام اول، استفاده از فناوری های ارتباطی بیشترین تاثیر را در رگرسیون چند متغیره داشته و وارد معادله گردیده است. سپس به ترتیب مولفه های فردگرایی، تغییر در نقش زن و شوهری، پایگاه اقتصادی- اجتماعی و فرزند سالاری وارد معادله شدند (جدول ۴). براساس ترتیب متغیرهای پیش بین در تحلیل رگرسیون گام به گام در اولین گام استفاده از فناوری های نوین با بازاندیشی تعاملات جنسی دارای ضریب همبستگی ۰/۳۱۰ بوده است. در گام دوم، با افزوده شدن متغیر فردگرایی ضریب همبستگی چندگانه به ۰/۳۹۰ رسیده است. میزان ضریب همبستگی چندگانه افزوده شده برابر با ۰/۰۸۰ بوده است. در گام بعدی، با افزوده شدن متغیر تغییر در نقش زن و شوهری ضریب همبستگی به ۰/۴۰۱ و با وارد شدن پایگاه اجتماعی اقتصادی ضریب همبستگی ۰/۴۲۳ و در نهایت در گام آخر با افزوده شدن فرزندسالاری ضریب همبستگی به ۰/۴۲۸ رسیده است. در مجموع این سه متغیر قادر به تبیین ۱۸/۳ درصد واریانس باز اندیشی در تعاملات جنسی جوانان بوده اند.

جدول ۵: رگرسیون گام به گام همراه با ضرایب بتا، ضرایب استاندارد شده بتا، T و P

	متغیر	ضریب غیر استاندارد (B)	ضریب استاندارد (Beta)	T- value (ارزش T)	Sig (معناداری)
	مقدار ثابت	۱۶/۱۵۴	----	۱۰/۵۳۹	۰/۰۰۲
۱	استفاده از فناوری‌های ارتباطی	۰/۳۹۱	۰/۴۱۹	۵/۹۰	۰/۰۰
۲	فرد گرایی	۰/۲۷۴	۰/۳۰۸	۴/۳۱	۰/۰۰
۳	تغییر در نقش زن و شوهری	۰/۲۳۰	۰/۲۳۹	۰/۳۴۱	۰/۰۳
۴	پایگاه اقتصادی- اجتماعی	۰/۲۱۳	۰/۲۳۴	۰/۳۱۴	۰/۰۱۱
۵	فرزند سالاری	۰/۲۰۳	۰/۲۱۲	۰/۳۸	۰/۰۰۲

همانطور که در جدول ۵ مشاهده می گردد، در تحلیل رگرسیون گام به گام طی گام نهایی ۵ متغیر برای پیش‌بینی میزان بازاندیشی تعاملات اجتماعی وارد معادله رگرسیون شدند. به ترتیب مولفه های استفاده از رسانه‌های نوین با ضریب استاندارد بتا ۰/۴۱۹، فردگرایی ۰/۳۰۸، تغییر در نقش زن و شوهری ۰/۲۳۹، پایگاه اقتصادی- اجتماعی ۰/۲۳۴ و فرزندسالاری ۰/۲۱۲ توان پیش‌بینی معناداری برای بازاندیشی تعاملات جنسی جوانان داشته اند ($P < ۰/۰۰۱$). این ضرایب استاندارد بتا بدین معنی است که به ازای یک واحد تغییر در استفاده از رسانه‌های ارتباطی، فردگرایی، تغییر در نقش زن و شوهری، پایگاه اقتصادی- اجتماعی و فرزندسالاری به تفکیک ۰/۴۱۹ واحد برای فناوری های نوین، ۰/۳۰۸ واحد برای فردگرایی، ۰/۲۳۹ واحد برای تغییر در نقش زن و شوهری، ۰/۲۳۴ واحد برای پایگاه اجتماعی اقتصادی و ۰/۲۱۲ واحد برای فرزند سالاری در بازاندیشی تعاملات جنسی جوانان به وقوع می پیوندد. معادله رگرسیون نهایی برای باز اندیشی تعاملات جنسی به شرح زیر است:

$۰/۲۰۳$ فرزند سالاری + $۰/۲۱۳$ پایگاه اجتماعی اقتصادی + $۰/۲۳۰$ تغییر در نقش زن و شوهری + $۰/۲۷۴$ فردگرایی + $۰/۳۹۱$ فناوری های نوین ارتباطی + $۱۶/۱۵۴$ = باز اندیشی تعاملات جنسی

مدل اندازه گیری پژوهش

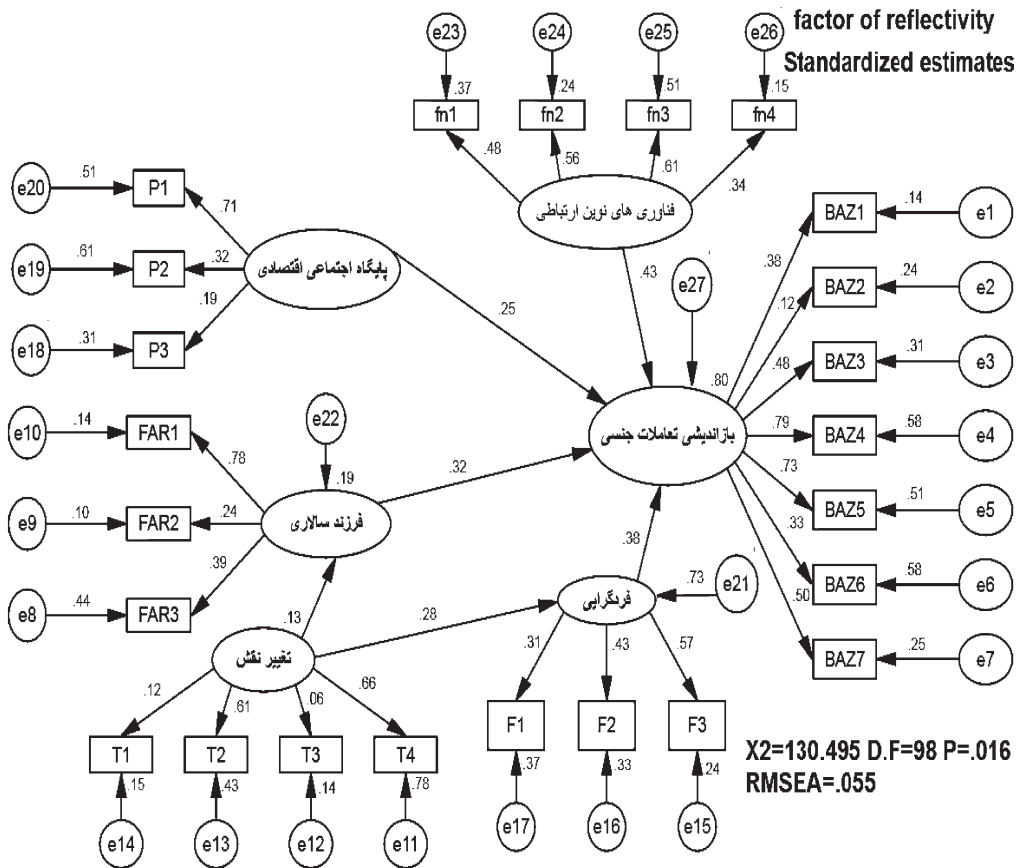
به منظور بررسی اعتبار ابزار سنجش از طریق تحلیل عاملی تاییدی در ابتدا نرمال بودن داده‌های جمع آوری شده توسط هر گویه - که توسط دو شاخص کشیدگی و چولگی در نرم افزار آموس سنجیده می شود - تایید شد. این مقادیر باید برای کشیدگی بین $۷ \pm$ و برای چولگی بین $۳ \pm$ باشند. سپس در گام بعدی اعتبار سازه مدل مورد بررسی قرار گرفت که برای سنجش آن از اعتبار همگرایی و اعتبار افتراقی استفاده شد. در اعتبار همگرایی هر یک از بارهای عاملی باید بزرگتر یا مساوی $۰/۰۵$ باشند و در اعتبار افتراقی به منظور بررسی عدم همپوشانی بین سازه‌های پرسشنامه در ارتباط با گویه‌های مورد سنجش آن، همبستگی بین هر دو سازه

نباید بیشتر از ۰/۹ باشد. در نهایت به بررسی برازش مدل بر اساس شاخص های مربوطه پرداخته می شود. جدول زیر تحلیل عاملی گویه های پرسشنامه تحقیق را نشان می دهد.

جدول ۶: نتایج تحلیل عاملی تاییدی برای گویه های پرسشنامه

سازه	گویه ها	کشیدگی	چولگی	بارعاملی	سطح معناداری	نتیجه	روایی مرکب
پایگاه اجتماعی اقتصادی	P1	-۰/۵۵۳	-۰/۵۷۶	۰/۷۴۳	۰/۰۰۳	معنادار	۰/۷۶۸
	P2	-۰/۵۰۲	-۰/۵۶۷	۰/۷۳۵	۰/۰۰۱	معنادار	
	P3	-۰/۱۴۳	-۰/۵۴۲	۰/۶۳۱	۰/۰۰۲	معنادار	
فردگرایی	F1	-۰/۵۲۳	-۰/۷۳۹	۰/۸۹۷	۰/۰۰۱	معنادار	۰/۸۱۱
	F2	-۰/۱۱۴	-۰/۸۲۴	۰/۸۷۱	۰/۰۳۰	معنادار	
	F3	-۰/۱۹۶	-۰/۷۶۵	۰/۷۶۹	۰/۰۰۱	معنادار	
تغییر در نقش های زن و شوهری	T1	۰/۲۰۳	-۰/۵۲۶	۰/۴۹۱	۰/۰۰۱	معنادار	۰/۸۶۲
	T2	۱/۰۲	-۰/۸۰۱	۰/۶۹۹	۰/۰۰۰	معنادار	
	T3	-۰/۲۳۷	-۰/۱۶۲	۰/۵۰۱	۰/۰۰۳	معنادار	
	T4	-۰/۲۱۹	-۰/۳۷۶	۰/۵۰۳	۰/۰۰۲	معنادار	
فرزندسالاری	FS1	۱/۱۷	-۱/۱۶	۰/۸۷۱	۰/۰۰۰	معنادار	۰/۷۹۸
	FS2	۱/۰۲	-۱/۰۲۰	۰/۸۱۶	۰/۰۰۰	معنادار	
	FS3	۰/۰۶۳	-۱/۳۱	۰/۵۱۸	۰/۰۰۰	معنادار	
فناوری های ارتباطی نوین	FN1	-۰/۱۶۵	-۱/۳۲۰	۰/۵۹۹	۰/۰۰۰	معنادار	۰/۷۴۹
	FN2	۰/۵۰۲	-۰/۷۱۱	۰/۶۶۹	۰/۰۰۰	معنادار	
	FN3	۰/۶۹۸	-۰/۷۴۸	۰/۷۷۳	۰/۰۰۰	معنادار	
	FN4	۰/۵۲۶	-۰/۶۸۴	-۰/۵۸۷	۰/۰۲۰	معنادار	
باز اندیشی در تعاملات جنسی	BAZ1	۰/۲۵۹	-۰/۸۲۱	۰/۵۴۶	۰/۰۰۳	معنادار	۰/۷۶۳
	BAZ2	۱/۳۲۴	-۰/۵۴۲	۰/۵۴۸	۰/۰۰۱	معنادار	
	BAZ3	۱/۲۹۷	-۰/۸۲۱	۰/۶۳۱	۰/۰۰۲	معنادار	
	BAZ4	۰/۳۰۱	-۰/۱۷۹	۰/۵۸۶	۰/۰۰۰	معنادار	
	BAZ5	۱/۵۲۴	-۰/۹۰۱	۰/۴۱۰	۰/۰۰۰	معنادار	
	BAZ6	۰/۳۲۴	-۰/۱۰۳	۰/۳۲۳	۰/۰۰۱	معنادار	
	BAZ7	۱/۵۴۰	-۰/۹۶۱	۰/۵۶۴	۰/۰۰۱	معنادار	
	BAZ8	***	***	***	۰/۰۶۵	عدم معناداری	

$\chi^2 = 347/215$, $df = 285$, $Pvalue = 0/001$, $CMIN/DF = 1/319$, $RMR = 0/043$, $GFI = 0/924$, $CFI = 901$, $IFI = 0/923$, $TLI = 916$, $RMSEA = 0/055$



نمودار ۱: مدل معادله ساختاری پژوهش

مدل پژوهش

به منظور آزمون فرضیه‌های تحقیق همچنین از مدل‌یابی معادلات ساختاری در نرم افزار آموس استفاده شد. در این مدل هر یک از متغیرهای مستقل به استثنای متغیر اقامت طولانی مدت در خانواده در نظر گرفته شد. شاخص RMSEA یکی از شاخص‌های اصلی نیکویی برازش در مدل‌یابی معادلات ساختاری است. ریشه میانگین مربعات خطاهای تخمین یا همان RSMEA در بیشتر تحلیل‌های عاملی تاییدی و مدل‌های معادلات ساختاری استفاده می‌شود. براساس دیدگاه مک‌کالوم^۲ (۲۰۰۰)، براون^۳ (۲۰۰۳) و چریبرا^۴ (۲۰۰۶) اگر مقدار این شاخص کوچک‌تر از ۰/۰۱ باشد، برازندگی مدل بسیار عالی است. اگر بین ۰/۰۱ و ۰/۰۵ باشد برازندگی مدل خوب است. اگر بین ۰/۰۵ و ۰/۰۸ باشد، برازندگی مدل متوسط است. اما بیشتر پژوهشگران از این قاعده استفاده می‌کنند که اگر شاخص RMSEA کوچک‌تر از ۰/۱۰ باشد، برازندگی مدل خوب است و اگر بزرگ‌تر از این مقدار باشد،

1. Root Mean Square Error of Approximation
2. MacCallum
3. Brown
4. Schreiber

مدل ضعیف طراحی شده است. کلاین (۲۰۱۰) معتقد است، این شاخص باید کوچک‌تر از ۰/۰۵ باشد. با توجه به امکان ایجاد مدل‌های اشباع می‌توان گفت اگر این شاخص کوچک‌تر از ۰/۰۵ باشد، مطلوب است. لذا در این مدل با توجه به مقدار شاخص RSMEA یعنی ۰/۰۵ و نیز نسبت خی‌دو به درجه آزادی که باید کمتر از ۳ باشد، مدل از برازندگی خوبی برخوردار است. از این رو می‌توان مدل فوق را مدل مناسبی دانست.

بحث و نتیجه‌گیری

مدل یابی معادله ساختاری، یک تکنیک تحلیل چند متغیری بسیار کلی و نیرومند از خانواده رگرسیون چند متغیری و به بیان دقیق تر بسط مدل خطی کلی است که به پژوهشگر امکان می‌دهد مجموعه‌ای از معادلات رگرسیون را به صورت هم زمان مورد آزمون قرار دهد. این روش محقق را با پیچیدگی‌های زندگی اجتماعی (تاثیرگذاری مجموعه‌ای از متغیرها بر یکدیگر به طور یک سویه و دو سویه، مستقیم و غیرمستقیم) و همچنین پیچیدگی‌های موجود در اندازه‌گیری‌های سازه‌های پنهان فرهنگی و اجتماعی نزدیک می‌کند. در این تحقیق به بررسی مهمترین عوامل موثر بر باز اندیشی تعاملات جنسی پرداخته شد. همانگونه که در مدل نهایی آموس ملاحظه گردید، متغیرهای مستقل مورد مطالعه ۵ متغیر، فرزندسالاری، فردگرایی، استفاده از فناوری‌های ارتباطی نوین، تغییر در نقش زن و شوهری و پایگاه اجتماعی اقتصادی هستند. در ارتباط با متغیرهای مستقل با توجه به مدل نهایی آموس نشان می‌دهد که که تغییر در نقش‌های زن و شوهری، از یک طرف منجر به افزایش فرزند سالاری و از طرف دیگر، منجر به فردگرایی شده است که در نهایت بر بازاندیشی در تعاملات جنسی تاثیر گذاشته است. رابطه بین میزان استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی و بازاندیشی در تعاملات جنسی نیز معنادار بوده است. یافته‌های پژوهش در این مورد با یافته‌های هال (۱۹۹۶)، میتوز (۲۰۰۲)، آپادوری (۱۹۹۸)، رابرتسون (۲۰۰۲)، های وکیلان و همکاران (۲۰۱۴)، فرهنگد و همکاران (۱۳۹۳)، خواجه نوری (۱۳۹۱) و رجب‌لو و اصغری (۱۳۸۹) همسویی دارد. در تحلیل این امر می‌توان گفت با گسترش امکانات جدید ارتباطی، جامعه ایران به تدریج با امواج فزاینده‌ای از تغییرات ارزشی و هنجاری مواجه شده است (آزاد و دیگران، ۱۳۸۱؛ ساروخانی و صداقتی‌فر، ۱۳۸۸). ورود امکاناتی چون ماهواره و اینترنت به خانه‌ها، سبک‌های متفاوتی از زندگی را، از جوامع و فرهنگ‌های متفاوت، پیش روی مخاطبان ایرانی خود قرار داده است و به گونه‌ای غیر مستقیم و پنهان، ارزش‌های پیشین آنها را به چالش طلبیده و در عین حال، برای زندگی، گزینه‌های جدیدی مقابل آنها می‌گذارد؛ نمایش شیوه‌های دیگری از زندگی که به تغییر تدریجی ارزش‌ها و نگرش‌ها در جامعه منجر شده است (عباسی و ایمان، ۱۳۸۶: ۳۶). تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطی نوین یکی از عناصر ضروری بازاندیشی و گسست‌های‌اند که پدیده مدرن را از پدیده سنتی جدا ساخته‌اند (گیدنز، ۱۳۸۷: ۹۲). در چنین شرایطی در عصر حاضر نوع زندگی و تمایلات جوانان به موضوع انتخاب شخصی تبدیل می‌گردد؛ بدین معنا که می‌توانند کاری را انجام دهند که می‌خواهند و می‌توانند چیزی بشوند که می‌خواهند- رویه‌ای که حاکی از فردگرایی است. (گبینز و ریمر، ۱۳۸۴: ۱۱۰).

در مورد متغیر فرزند سالاری در جامعه امروز ایران می‌توان گفت که فرآیند نوسازی در ایران بیشتر در حوزه روابط سنتی خانواده مؤثر بوده؛ چنان که ایران در مقایسه با سایر کشورهای اسلامی نسبت به روابط خانوادگی نوگراتر است. (ارمکی و همکاران، ۱۳۸۶: ۱۱۹) در واقع، از بین رفتن روابط فئودالی، رشد شهرنشینی، توسعه طبقه متوسط و صنعتی شدن کشور، از عواملی هستند که خانواده ایرانی را به ویژه پس از دوران قاجار و پهلوی اول متحول کردند (علی اکبر، ۱۳۵۶: ۱). با رشد بطئی سبک‌های زندگی جدید، ضرورت بسط هنجارها و

الگوهای اجتماعی مدرن مورد توجه قرار گرفت به ویژه در میان اقشار تحصیلکرده و مرفه و شهری، پدیده‌ای رواج یافته است که آن را «فرزندسالاری» می‌نامند. از این عبارت چنین استنباط می‌شود که جوانان در خانواده زیاده خواه، پرتوقع، بی‌ملاحظه و به خصوص بدون احساس مسئولیت هستند و این امر در سنین بالاتر، یعنی از ۱۵ تا ۳۰ سالگی به مراتب جدی‌تر می‌شود. خانواده برای آماده کردن جوانان برای آن که ذهن آنان را بهتر بتوانند در جهت اهداف خود به کار گیرند به آن‌ها توجه بیش از حد نشان می‌دهند و با فراهم کردن رفاهی افراطی از آنها انسان‌هایی نیمه بالغ، پرتوقع و ناراضی و تنوع طلب می‌سازند. از طرفی، آموزش و پرورش با تغییرات پی‌درپی و بی‌حساب نظام آموزشی، معلم و شاگرد را غافلگیر کرده است و بر دشواری کار می‌افزاید. از سوی دیگر، نفوذ وسایل ارتباط جمعی، فیلم‌های ویدئویی و ماهواره‌ها، فرهنگی ناسازگار و ناهم‌سو با فرهنگ غالب بر جامعه ما وارد نموده، سبب تجزیه هرچه بیشتر ذهنیات جوانان و تغییر نگرش آنان می‌گردد. روابط پیش از ازدواج، روابط فرازنایشی، همجنس‌گرایی، برقراری رابطه همزمان با چندین نفر و غیره نمونه‌ای از این تغییرات و پدیده فرهنگی نوظهوری است که پژوهش‌ها نیز بیان‌کننده استقبال جوانان از آن بوده است (عبدالهیان، ۱۳۸۳؛ قاسمی، ۱۳۸۳؛ موحد و همکاران، ۱۳۸۵؛ دل‌آور و همکاران، ۱۳۹۱؛ خواجه نوری ۱۳۹۱).

در مورد تفاوت بازاندیشی در بین جوانان با الگوهای متفاوت خانواده می‌توان گفت که تأثیرپذیری مدام خانواده مدرن از روابط جاری در عرصه عمومی جامعه مطرح است. در خانواده مدرن مدنی، تقدم جامعه بر خانواده مفروض است و روابط دموکراتیک در جامعه، روابط خصوصی و صمیمانه خانواده را نیز تحت الشعاع قرار می‌دهد. این الگو مهمترین کارکرد و هدف خانواده را تولید فرزندان می‌داند که باید برای ارزش‌های مدنی جامعه تربیت شوند (جلایی پور، ۱۳۸۵؛ ۲۵) و سطح خانواده را به حد یک واحد عاطفی تقلیل می‌دهد. از این رو، خانواده فقط واحدی برای رفع نیازهای عاطفی فردی و بستری برای تولید شهروندان مدنی است که بالتبع آن، کاهش مناسبات بین نسلی بین خویشاوندان نیز پدید می‌آید. بنابراین در این الگو موضوع اصالت فرد شرایط را برای تداوم پاره‌ای از آسیب‌های اجتماعی از جمله روابط جنسی خارج از عرف هموار می‌سازد، چرا که امروزه کاهش روابط عاطفی در خانواده و رشد انتخاب فردی باعث شده است تا ازدواج، طلاق، بعد خانواده، بازاندیشی در روابط جنسی و روابط بین نسلی و نظایر آن تحت تأثیر قرارگیرد (عرفان منش، ۱۳۹۲) - در حالی که در خانواد های ایرانی اسلامی، تناسب حقوق با نقش‌ها و تکالیف زن و مرد، به طور منصفانه و عادلانه بر مبنای دین تنظیم شده است. همچنین با توجه به اصالت فرد و جمع در کنار یکدیگر، هم به خواسته‌های فردی و هم جمعی توجه می‌شود. این موضوع باعث می‌شود افراد ضمن پیگیری علاقه‌های شخصی و زندگی خصوصی خود، همواره مصالح خانواده را نیز در نظر داشته باشند و کمتر به سمت فردگرایی گرایش پیدا می‌کنند. زمانی که فردگرایی شکل می‌گیرد، جوانان بیشتر به دنبال آزادی‌ها و حقوق فردی خود هستند. این تقاضا به به معنای طغیان علیه اقتدار و نظم حاکم نیست، بلکه بیشتر تجلی اعتماد به نفسی است که آموزش‌های دریافتی در اختیار آنها گذاشته است. سبک‌ها، سلیقه‌ها و شیوه‌های ابراز وجود این نسل تنوعی بسیار یافته‌اند. نتایج فوق از این جهت حائز اهمیت است که بسیاری از محققان، جامعه‌شناسان و برنامه‌ریزان نقش این عوامل را در بازاندیشی تعاملات جنسی را کمتر در نظر می‌گیرند یا اغلب نادیده می‌انگارند. لذا پیشنهاد می‌گردد در توضیح روند بازاندیشی تعاملات جنسی، در نظر گرفتن تحولات خانواده و تکنولوژی‌های نوین ارتباطی مورد توجه قرار گیرد. از طرفی با توجه به اجتناب ناپذیر بودن تغییرات ارزشی و بازاندیشی در تعاملات جنسی جوانان، انجام مطالعات طولی بر روی یک نسل جوان در جهت شناخت و آگاهی از مسیرهای آتی می‌تواند به برنامه‌ریزان و محققان در هدف گذاری مناسب یاری رساند.

منابع

- آزاد ارمکی، تقی و شریفی ساعی، محمد حسین. (۱۳۹۰). «تبیین جامعه شناختی روابط جنسی آنومیک در ایران». فصلنامه خانواده پژوهشی. سال ۷، شماره ۲۸.
- آزاد ارمکی، تقی؛ شریفی ساعی، محمدحسین؛ ایثاری، مریم و طالبی، سحر. (۱۳۹۱). «سنخ شناسی روابط جنسی پیش از ازدواج در ایران». دو فصلنامه جامعه پژوهی فرهنگی. سال ۲، شماره ۲.
- آزاد ارمکی، تقی؛ زند، مهناز و خزاعی، طاهره. (۱۳۸۱). «روند تغییرات فرهنگی و اجتماعی خانواده تهرانی طی سه نسل». فصلنامه علوم انسانی دانشگاه الزهرا. سال ۱۲، شماره ۴۴.
- آزاد ارمکی، تقی و ملکی، امیر. (۱۳۸۶). «تحلیل ارزش های سنتی و مدرن در سطوح خرد و کلان». نامه علوم اجتماعی. شماره ۳۰.
- بستان، حسین. (۱۳۸۴). «تشیع و تأثیر آن بر خانواده در ایران». فصلنامه شیعه شناسی. سال ۳، شماره ۱۱.
- جلالی پور، محمدرضا. (۱۳۸۲). «چشم انداز خانواده». بازتاب اندیشه. شماره ۸۹.
- خلیج آبادی فراهانی، فریده و مهریار، امیر هوشنگ. (۱۳۸۹). «بررسی نقش خانواده در ارتباطات با جنس مخالف قبل از ازدواج در دختران دانشجو در تهران». فصلنامه خانواده پژوهی. سال ۶، شماره ۲۴.
- خواجه نوری، بیژن و دل آور، مریم السادات. (۱۳۹۱). «عوامل مؤثر بر دوستی دختر و پسر در بین جوانان شهر شیراز با تأکید بر فرایند جهانی شدن». جامعه شناسی کاربردی. سال بیست و سوم، شماره پیاپی ۴۶، شماره دوم.
- درابی، علی. (۱۳۸۹). «جریان شناسی سیاسی در ایران». تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- ذکائی، محمد سعید. (۱۳۹۳). «جامعه شناسی جوانان ایران». چاپ ششم، تهران: انتشارات آگه.
- ذکایی، محمد سعید. (۱۳۸۶). فرهنگ مطالعات جوانان. چاپ اول، تهران: نشر آگه.
- رجبیلو، علی و اصغری، سارا. (۱۳۸۹). «جهانی شدن و بازاندیشی الگوهای دوستی دختران و پسران: مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه تهران». مطالعات اجتماعی روانشناختی زنان. سال ۸، شماره ۲.
- ساروخانی، باقر و صداقتی فرد، مجتبی. (۱۳۸۸). «شکاف نسلی در خانواده ایرانی؛ دیدگاه ها و بینش ها». پژوهشنامه علوم اجتماعی. سال ۳، شماره ۴.
- سلطانی، مهدی. (۱۳۹۰). «الگوی ساختار خانواده مطلوب از دیدگاه اسلامی». معرفت. سال ۲، شماره ۳.
- سلیمی نیا، لیلا؛ جزایری، علیرضا و محمدخانی، پروانه. (۱۳۸۴). «نقش سلامت روان در ظهور رفتارهای پرخطر نوجوانان». فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی. سال ۵، شماره ۱۹.
- صادقی فسایی، سهیلا و عرفان منش، ایمان. (۱۳۹۱). «تحلیل جامع هشناختی تأثیرات مدرن شدن بر خانواده ه ایرانی و ضرورت تدوین الگوی ایرانی اسلامی». فصلنامه زن در فرهنگ و هنر. دوره ۵، شماره ۱.
- صادقی فسایی، سهیلا. (۱۳۹۲). «تحلیل جامعه شناختی تأثیرات مدرن شدن بر خانواده ایرانی و ضرورت تدوین الگوی ایرانی اسلامی». زن در فرهنگ و هنر. دوره ۵، شماره ۱.
- عباسی، خیام و ایمان، محمدتقی. (۱۳۸۶). «تبیین جامعه شناختی گرایش نوجوانان به فرهنگ غربی». جوانان و مناسبات نسلی. سال ۱، شماره ۱.
- عبداللهیان، حمید؛ حمیدی، نفیسه و فرجی، مهدی. (۱۳۸۵). «روایت شناسی: موارد خاصی از بازاندیشی خویش زنانه در ایران». نامه علوم اجتماعی. شماره ۲۷.
- علوی تبار، علیرضا. (۱۳۸۶). «خانواده سنتی گزینه ای نا ممکن». بازتاب اندیشه. شماره ۹۵.
- فاضلی، نعمت اله و علینقیان، شیوا. (۱۳۹۱). «گونه شناسی الگوهای در حال ظهور زندگی خانوادگی در

- شهر تهران». مجموعه مقاله های اعضای کارگروه زنان و فرهنگ شهری.
- فرهمند، مهناز؛ جواهریان، ندا و هاتفی راد، لیدا. (۱۳۹۳). «جهانی شدن فرهنگ و باز اندیشی تعاملات جنسی». فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات راهبردی جهانی شدن.
 - قاسمی، وحید. (۱۳۸۳). «سنخ شناسی دانشجویان بر مبنای پدیده رابطه دوستانه دختر و پسر: مطالعه موردی: دانشگاه صنعتی اصفهان». مطالعات جوان. شماره ۷.
 - گرمارودی، غلامرضا؛ مکارم، جلیل؛ علوی، سیده شهره و عباسی، زینب. (۱۳۸۸). «عادات پرخطر بهداشتی در دانش آموزان تهران». فصلنامه پژوهشکده علوم بهداشتی جهاد دانشگاهی. سال ۹، شماره ۱.
 - گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۷). **تجدد و تشخیص**. ناصر موفقیان. تهران: نشر نی
 - موحد، مجید و عباسی شوازی، محمدتقی. (۱۳۸۵). «بررسی رابطه جامعه پذیری نگرش دختران به ارزشهای سنتی و مدرن در زمینه روابط بین شخصی دو جنس پیش از ازدواج». مجله مطالعات زنان. دانشگاه الزهراء، سال ۴، شماره ۱.
 - وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی. (۱۳۸۶). گزارش جمهوری اسلامی ایران درباره پایش اعلانیه تعهد مصوب اجلاس ویژه مجمع عمومی سازمان ملل در زمینه آچا یوی و ایدز. دبیرخانه کارگاه کشوری ایدز.
 - Afary, J. (2009). **Sexual Politics in Modern Iran**. Cambridge: Cambridge University Press.
 - Blossfeld, H. P. and M. Mills. (2005). "A Causal Approach to Interrelated Family Events: A Cross- National Comparison of Cohabitation". Nonmarital Conception, and Marriage', [Special issue], Canadian Studies in Population, Vol. 28, No. 2.
 - Bocock, Robert. (1993). "Consumption and Life Styles". In Thomson, Kenneth, Robert Bocock & Stuart Hall (eds.), *The Social and Cultural Forms of Modernity*, Polity Press and Open Uneversity Pob.
 - Brown, T.A., (2003) "Confirmatory factor analysis of the Penn State Worry Questionnaire: Multiple factors or method effects?". Behaviour Research and Therapy, 41: 411-1426
 - Bumpass, L. and H. H. Lu. (2000). "Trends in Cohabitation and Implications for Children's Family Contexts in the United States". Population Studies, Vol. 54, No. 1.
 - Esteve, A., R. Lesthaeghe, and A. López-Gay. (2012). "The Latin American Cohabitation Boom, 1970-2007". Population and Development Review, Vol. 38, No. 1.
 - Giddens, Anthony. (1984). **The Constitution of Society**. Berkeley: University of California Press.
 - Goodwin, P. Y., W. D. Mosher, and A. Chandra. (2010). "Marriage and Cohabitation in the United States: A Statistical Portrait Based on Cycle 6 (2002) of the National Survey of Family Growth". Vital and Health Statistics, Series 23, No. 28.
 - Harding, D. and C. H. Jencks. (2003). "Changing Attitudes Toward Premarital Sex". Public opinion Quarterly, Vol. 67, No. 2.
 - Haskey, J. (2001). "Cohabitation in Great Britain: Past, Present and Future Trends and Attitudes". Population Trends, Vol. 103.

- Heuveline, P. and J. M. Timberlake. (2004). **“The Role of Cohabitation in Family Formation: The United States in Comparative Perspective”**. Journal of Marriage and Family, Vol. 66.
- Hewitt, B. and D. De Vaus. (2009). **“Change in the Association Between Premarital Cohabitation and Separation, Australia 1945–2000”**. Journal of Marriage and Family, Vol. 71.
- Kennedy, S. and L. L. Bumpass. (2008). **“Cohabitation and Children’s Living Arrangements: New Estimates from the United States”**. Demographic Research, Vol. 19.
- Lee, G. R. & K. Payne. (2010). **“Changing Marriage Pattern since 1970: What’s Going on and Why?”**. Journal of Comparative Family Studies, Vol. 41, No. 4.
- Legkauskas, V. and D. Stankeviciene. (2009). **“Premarital Sex and Marital Satisfaction of Middle Age Men and Women: A Study of Marriage Lithuanian Couples”**. Journal of Sex Role, Vol.66 . No 2.
- MacCallum, R.C., J.T. Austin. (2000) **“Applications of structural equation modeling in psychological research”**. Annual Review of Psychology, . 51: 201-226
- Mahdavi, P. (2008). **Passionate Uprisings: Iran’s Sexual Revolution**. California: Stanford University Press.
- Pla, A. and C. Beaumel. (2010). **“Bilan démographique 2009: Deux Pacs Pour Trois Mariages”**. Insee Première, No. 1276.
- Raymo, J. M., M. Iwasawa, and L. Bumpass. (2007). **“Cohabitation and Family Formation in Japan”**. Journal of Demography, Vol. 46, No. 4.
- Regnerus, M. & J. Uecker. (2011). **Premarital sex in America: How Young Americans Meet, Mate and Think About Marrying**. Oxford: Oxford University Press.
- Rostosky, S. S., et al. (2004). **“The Impact of Religiosity on Adolescent Sexual Behavior: A Review of the Evidence”**. Journal of Adolescent Research, 19(6), 677-697.
- Sardon, J. P. and G. D. Robertson. (2004). **“Recent Demographic Trends in the Developed Countries”**. Population (English Edition), Vol. 59, No. 2.
- Schreiber, J.B. (2006). **“Reporting Structural Equation Modeling and Confirmatory Factor Analysis Results: A Review”**. The Journal of Educational Research, . 99
- Smock, P. and W. Manning. (2004). **“Living Together Unmarried in the United States: Demographic Perspectives and Implications for Family Policy”**. Law & Policy, Vol. 26, No. 1.
- Utomo, I. (2009). **“Sexual Values and Early Experiences among Young People in Jakarta”**. Lenore Manderson and Pranee Liamputtong (ed.). *In Coming of Age in South and Southeast Asia: Youth, Courtship and Sexuality*, Curzon Press, Richmond, Surrey, UK.

بررسی سطح مهارت‌های زندگی جوانان استان یزد

آزاده ابویی^۱

سیدعلیرضا افشانی^۲

منوچهر علی‌نژاد^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۹/۲۰

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۱۱/۶

تحقیق حاضر به منظور ارزیابی سطح مهارت‌های زندگی جوانان استان یزد انجام شده است. جامعه آماری این پژوهش، جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله شهرهای یزد، اردکان و میبد در استان یزد بودند که براساس سالنامه آماری سال ۱۳۹۵، تعداد کل آنها ۲۱۱۰۴۵ نفر بود. حجم نمونه بر حسب فرمول کوکران در سه شهر در مجموع ۹۵۳ نفر تعیین شد. شیوه نمونه‌گیری در این مطالعه، خوشه‌ای چندمرحله‌ای و ابزار پژوهش، پرسشنامه مهارت‌های زندگی (ساعتچی و همکاران، ۱۳۸۹) بود. نتایج تحقیق حاکی از آن بود که سطح مهارت‌های زندگی جوانان استان یزد و همچنین سطح ابعاد مختلف مهارت‌های زندگی بالاتر از میانگین نظری قرار دارد. مهارت‌های زندگی مردان به طور معنی‌داری بالاتر از زنان بود و با افزایش سطح تحصیلات والدین، سطح مهارت‌های زندگی در جوانان افزایش پیدا می‌کند. شاغلان از سطح بالاتری از مهارت‌های زندگی برخوردار بودند. بین درآمد فرد با سطح مهارت‌های زندگی رابطه معنی‌داری وجود داشت، ولی بین سطح درآمد خانواده و مهارت‌های زندگی رابطه معنی‌داری مشاهده نشد. همچنین یافته‌های پژوهش حاضر، تفاوت معنی‌داری بین سطح مهارت‌های زندگی بر حسب وضعیت تاهل نشان نداد. در مجموع، نتایج این مطالعه نشان داد سطح مهارت‌های زندگی جوانان شهر یزد بالاتر از میانگین نظری است، اما تا رسیدن به سطح مطلوب فاصله زیادی وجود دارد. یافته‌های این مطالعه، ضرورت برنامه‌ریزی و اجرای برنامه‌های مختلف در راستای ارتقای سطح مهارت‌های زندگی جوانان را نشان می‌دهد.

واژگان کلیدی: مهارت، مهارت‌های زندگی، مهارت‌های اجتماعی، جوانان و یزد

۱. دانشجوی دکتری مشاوره، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی و عضو باشگاه پژوهشگران جوان، یزد، ایران
E-mail: Afshanianalireza@yazd.ac.ir

۲. دانشیار، جامعه‌شناسی، دانشگاه یزد، یزد، ایران (نویسنده مسئول)

۳. استادیار، جامعه‌شناسی، دانشگاه یزد، یزد، ایران

مقدمه

امروزه علی رغم ایجاد تغییرات عمیق فرهنگی و تغییر در شیوه های زندگی، بسیاری از افراد در رویارویی با مسائل زندگی فاقد توانایی های لازم و اساسی هستند و همین امر آنان را در مواجهه با مسائل و مشکلات زندگی روزمره و مقتضیات آن آسیب پذیر نموده است. بنابراین برای غلبه بر مشکلات فردی و اجتماعی باید توانایی های روانی - اجتماعی افراد را بالا برد. یکی از راه های بالا بردن توانایی های افراد، آموزش مهارت های زندگی به آنان است (رفیعی و همکاران، ۱۳۸۷). بنابراین امروزه موضوع کسب مهارت زندگی از سوی محققان، اندیشمندان و نهادهای مختلف مورد توجه قرار گرفته است (سازمان جهانی بهداشت، ۲۰۰۴؛ گرین هولاند، ۲۰۱۲؛ پترسون و همکاران، ۲۰۱۶).

مهارت های زندگی عبارت اند از: مجموعه ای از توانایی ها که زمینه سازگاری و رفتار مثبت و مفید را فراهم می آورند. این توانایی ها فرد را قادر می سازند تا که مسئولیت نقش اجتماعی خود را بپذیرد و بدون لطمه زدن به خود و دیگران با خواست ها، انتظارات و مشکلات روزانه به ویژه در روابط بین فردی به شکل مؤثری رو به رو شود (خنیفر و پورحسینی، ۱۳۹۱). برنامه مهارت های زندگی بر این اصل استوار است که کودکان و نوجوانان و جوانان حق دارند توانمند شوند و نیاز دارند که بتوانند از خودشان و علایق شان در برابر موقعیت های سخت زندگی دفاع کنند. مهارت های زندگی متعدد و متنوع هستند و برنامه آموزش مهارت های زندگی نیز نسبت به پیشگیری نگرشی کل گرایانه دارد و تنها یک مهارت مثلاً (نه گفتن) مورد توجه قرار نمی گیرد (کاشانی نیا، ۱۳۷۹). اگر نگاهی به آمار مرکز کنترل و پیشگیری بیماری ها داشته باشیم متوجه می شویم که شیوع رفتارهایی که سلامتی را به خطر می اندازند، در بین جوانان رو به افزایش است (سازمان جهانی بهداشت، ۲۰۰۴). همچنین، آمار سازمان بهداشت جهانی در سال ۲۰۱۳ حاکی از این است که بیماری های مقاربتی، اعتیاد و رفتارهای پرخطر در بین جوانان زیر ۲۵ سال دنیا در حال افزایش است و حتی نیمی از موارد ابتلا به ایدز در این گروه سنی مشاهده شده است. بر اساس جدیدترین آمارهای منتشر شده از سوی مجامع رسمی در کشور تا اوایل دی ماه ۱۳۸۹ در مجموع، ۲۲ هزار و ۲۵۰ نفر مبتلا به اچ آی وی در کشور شناسایی شده اند (احمدی گاتب، ۲۰۱۱). با توجه به این یافته ها، متخصصان حوزه پیشگیری، بر آموزش گسترده مهارت های زندگی تأکید دارند، زیرا معتقدند افراد در معرض خطر از راه آموزش مهارت های زندگی می آموزند که چگونه در رابطه با سایر انسان ها، فرهنگ و محیط خود مثبت و سازگاران عمل کنند و پژوهشگران آموزش مهارت ها را به این دلیل که عوارض سوء ندارند و به گونه مستقیم متوجه مشکلات فرد در معرض خطر می شود توصیه می کنند. بنابراین با افزایش ریسک فاکتورها در بستر فرهنگی و اجتماعی جامعه ما، ارزیابی سطح مهارت های زندگی جوانان به یک مسئله مهم و گاهی بحرانی تبدیل شده است که نیازمند مطالعه دقیق است. اهداف مهارت های زندگی، کمک به افراد است (آقاجانی، ۱۳۸۱). به طور کلی، مهارت های زندگی برای جوانان اطلاعات دقیق و متفاوتی را فراهم می آورند، طراحی تکنیک های کنترل رفتار را میسر می سازند، راهبردهای مقابله با استرس، اضطراب و فشار را آموزش می دهند و مهارت های کلامی و غیرکلامی فرد را ارتقا می دهند (کیمز، ۲۰۰۳). جوانان استان یزد در ۲۴ سال گذشته همواره رتبه اول را در نتایج کنکور به خود اختصاص داده اند، ولی آیا این جوانان، مهارت های زندگی را هم کسب کرده اند؟ آیا در کنار تحصیل، مهارت های زندگی را هم فراگرفته اند؟ پاسخ به این سؤال از نظر محققین منفی است، چرا که استان یزد بالغ بر ۳۰۰ هزار جوان ۱۵-۲۹ ساله دارد، ولی شواهد تجربی نگارندگان نشان می دهد که در مورد آموزش مهارت های زندگی و یا تقویت

آن‌ها، فعالیت چندانی در استان انجام نمی‌شود. همچنین مواجهه نزدیک با این جوانان گویای آن است که اکثریت آنها مهارت‌های اجتماعی مورد نیاز را فرانگرفته‌اند و در این زمینه خلأ جدی وجود دارد. از طرفی، با توجه به اهمیت مهارت‌های زندگی، مطالعه سطح مهارت زندگی جوانان به عنوان قشر تعیین‌کننده جامعه ما ضروری است. علاوه بر این با توجه به فرهنگ و آداب و رسوم خاص مردم یزد که باعث شده والدین از فرزندان خود تا سن جوانی حمایت کنند ضرورت انجام این مطالعه، مضاعف می‌شود. لذا شناسایی سطح مهارت‌های زندگی جوانان شهرهای استان یزد و مقایسه این شهرها و همچنین مقایسه بر حسب متغیرهای جمعیتی، هدف اصلی پژوهش حاضر است.

اهداف پژوهش

با در نظر گرفتن ملاحظات فوق، اهداف پژوهش عبارت است از:

- شناسایی سطح مهارت‌های زندگی در جوانان شهرهای استان یزد؛
- شناسایی ابعاد مختلف مهارت‌های زندگی در جوانان شهرهای استان یزد؛
- شناسایی مهارت‌های زندگی جوانان استان یزد به تفکیک متغیرهای جمعیتی.

پیشینه پژوهش

در زمینه مهارت‌های زندگی پژوهش‌های متعددی انجام گرفته است. پژوهش محمدزاده و همکاران (۲۰۱۷) نشان داد مداخلات روانشناختی مبتنی بر آموزش مهارت‌های زندگی بر سلامت هیجانی، عزت نفس و سبک‌های مقابله‌ای در دانشجویان مالیایی مؤثر بوده است. محسنی و شفیع‌زاده (۱۳۹۵) دریافتند که از نظر دبیران، آموزش درس مهارت‌های زندگی بر مهارت‌های خودآگاهی، ارتباط مطلوب، ارزش‌های فردی و خانوادگی، اضطراب، انتخاب هدف و تصمیم‌گیری دانش‌آموزان دبیرستان‌های شهر تهران مؤثر بوده است. محکی و همکاران (۱۳۹۵) در بررسی مهارت‌های زندگی در بین کودکان کم‌توان ذهنی دریافتند که آموزش مبتنی بر بازی درمانی موجب بهبود مهارت‌های زندگی روزمره در کودکان کم‌توان ذهنی می‌شود. یافته‌های پژوهش کیا و همکاران (۱۳۹۵) که به بررسی تأثیر آموزش ابراز وجود بر عزت‌نفس دانش‌آموزان پرداختند، نشان داد با آموزش مهارت‌های زندگی، عزت‌نفس دانش‌آموزان در گروه آزمایش به‌طور معناداری افزایش یافته است. نتایج پژوهش کارور (۱۳۹۵) که به بررسی رابطه مهارت‌های ارتباطی با مدیریت تعارض پرداخت، نشان داد بین متغیرهای ارتباطی و راهبرد راه‌حل‌گرایی مدیریت تعارض رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. امیری و همکاران (۱۳۹۴) به این نتیجه رسیدند که آموزش مهارت‌های زندگی به‌عنوان عاملی مهم در رشد و ارتقای عوامل سازگاری اجتماعی و بهداشت و سلامت روانی مطرح است و با آموزش مهارت‌های زندگی می‌توان به رشد مهارت‌های روانی - اجتماعی همسران جانباز کمک کرد. یافته‌های پژوهش زارع و همکاران (۱۳۹۴) که با هدف بررسی نقش مهارت‌های زندگی والدین در کارکرد خانواده و عملکرد تحصیلی فرزندان پرداختند، نشان داد مهارت‌های زندگی والدین پیش‌بینی‌کننده کارکرد خانواده است. همچنین نشان داد بین میانگین نمرات درسی فرزندان و مهارت‌های زندگی پدران همبستگی وجود دارد، اما با مهارت‌های زندگی مادران رابطه معناداری ندارند. یافته‌های پژوهشی پرتو (۱۳۹۴) که به بررسی اثربخشی آموزش مهارت‌های زندگی بر بهبود خودکارآمدی و جرأت‌ورزی دانش‌آموزان پایه اول متوسطه پرداخت، نشان داد رابطه معناداری بین سن و مهارت‌های زندگی وجود ندارد.

نوری (۱۳۹۴) در پژوهش خود در مدارس راهنمایی دخترانه و پسرانه شهرهای مشهد، کرمان، شیراز و اصفهان دریافت که اثر آموزش مهارت های زندگی فقط در یکی از شهرها معنی دار بود. در اکثر شهرها، دانش دختران در زمینه مهارت های زندگی به طور معنی داری از پسران بیشتر بود. همچنین در اکثر شهرها دانش آموزان پایه های پایین تر در مقایسه با دانش آموزان پایه های بالاتر دانش بیشتری از مهارت های زندگی داشتند. یافته های افشار (۱۳۹۳) که به تحلیل جامعه شناختی رابطه سرمایه اجتماعی با هوش فرهنگی بین دانشجویان دانشگاه تبریز پرداختند، نشان داد بین سرمایه اجتماعی و هوش فرهنگی رابطه مستقیمی وجود دارد و علاوه بر این سرمایه اجتماعی ۲۳ درصد از تغییرات هوش فرهنگی پاسخگویان را تبیین کرده است. یافته های پژوهش رحیمیان بوگر و همکاران (۱۳۹۱) که به بررسی تأثیر مهارت های زندگی بر سلامت عمومی دانشجویان پرداختند، نشان داد آموزش مهارت های زندگی می تواند به عنوان یک راهکار مؤثر برای ارتقای سلامت عمومی دانشجویان به کار رود.

ولی پور خواجه غیائی و همکاران (۱۳۹۱) در بررسی سطح مهارت های زندگی در بین دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی مازندران دریافتند که میزان مهارت زندگی در دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی مازندران در حد متوسط است و بین دانشجویان دختر و پسر و دانشکده های مختلف تفاوت معناداری در این زمینه مشاهده نگردید. همچنین بین سن و مهارت های زندگی رابطه وجود ندارد. کریمی، فکری و سعیدیان (۱۳۹۱) نشان دادند میزان برخورداری دانش آموزان دوره متوسطه از مهارت های زندگی تمام مهارت ها کمتر از حد متوسط است. بالاترین میزان برخورداری دانش آموزان در مهارت تصمیم گیری و پایین ترین میزان برخورداری آنان در مهارت تفکر خلاق بوده است. بین میزان مهارت تفکر خلاق و مقابله با استرس دانش آموزان دختر و پسر تفاوت معنادار وجود دارد. سطح مهارت های زندگی در پایه های مختلف تحصیلی در تمام مهارت ها به جز مهارت تفکر خلاق تفاوت معنادار وجود داشت.

نظری و همکاران (۱۳۹۰) که به بررسی اثربخشی آموزش مهارت های زندگی بر کاهش تعارضات والد-فرزند دانش آموزان دبیرستانی پرداختند، نشان داد دو گروه از نظر تعارضات والد-فرزند و مؤلفه های آن که شامل استدلال، پرخاشگری کلامی و پرخاشگری فیزیکی بودند، تفاوت معناداری نشان دادند. یافته های پژوهش حنیفی و اسکندری نیا (۱۳۹۰) که به بررسی رابطه بین آموزش بزرگسالان (والدین) و مهارت های زندگی دانش آموزان پرداختند، نشان داد که با اطمینان ۹۹ درصد بین آموزش بزرگسالان و بهبود مهارت های زندگی دانش آموزان رابطه وجود ندارد. سپهریان آذر و همکاران (۱۳۹۴) طی پژوهشی به بررسی اثربخشی آموزش مهارت های زندگی و مشاوره گروهی به روش عقلانی-رفتاری-عاطفی بر خودپنداره تحصیلی، انگیزه پیشرفت و سلامت روان دانش آموزان ناموفق پرداختند، یافته ها نشان داد خودپنداره تحصیلی، انگیزه پیشرفت و سلامت روان دانش آموزان پس از هر دو مداخله بهبود معناداری داشتند، اما بین تأثیر مهارت های زندگی و مشاوره گروهی تفاوت معناداری وجود ندارد و مشاوره گروهی و آموزش مهارت های زندگی رویکردی مؤثر در کار با دانش آموزان ناموفق تلقی می شوند. نیازآذری و همکاران (۱۳۸۹) دریافتند که دانشجویان دانشگاه آزاد ساری از مهارت های زندگی برخوردارند. دانشجویان دختر نسبت به دانشجویان پسر دانشگاه از مهارت های زندگی بیشتری برخوردارند. بین میانگین مولفه های زندگی دانشجویان دختر و پسر دانشگاه تفاوت وجود دارد. دانشجویان دانشکده های مختلف دانشگاه از مهارت های زندگی برخوردارند و مهارت های زندگی دانشجویان دانشکده ها از لحاظ آماری معنی دار است. همچنین، پژوهش غریبی و همکاران (۱۳۸۶) با عنوان «سطح مهارت های زندگی دانش آموزان کردستان» نشان داد سطح مهارت های زندگی دختران

بالتر از پسران است. یافته‌های پژوهش قاسم‌زاده و همکاران (۱۳۸۷) که به بررسی میزان اثربخشی آموزش مهارت‌های بهداشت روانی به کارکنان اداره کل جانبازان بر سطح رضایتمندی جانبازان پرداختند، نشان داد میزان رضایتمندی از خدمات به صورت واضحی کیفیت زندگی مراجعین را افزایش داده و ارائه‌دهندگان خدمات را در شناسایی دقیق مشکلات مراجعان یاری رسانده است. یافته‌های پژوهش پاشا و یادآوری (۱۳۸۶) که به بررسی اثربخشی آموزش مهارت‌های زندگی بر سلامت عمومی، عزت نفس و خودابرازی پرداختند، نشان داد بین گروه آزمایش و کنترل تفاوت معنی‌دار وجود دارد. نتایج پژوهش فتحی و اجارگاه، عارفی و اسفندیاری (۱۳۸۷) که به شناسایی و اولویت‌یابی مهارت‌های زندگی مورد نیاز بزرگسالان پرداختند، نشان داد همه ۶ گروه مهارت‌های زندگی (مهارت‌های ذهنی - شناختی، فردی - زیستی، ارتباطات میان فردی، مهارت‌های محل کار، زندگی خانوادگی و شهروندی) مهم و اساسی ارزیابی شده‌اند و مهارت‌های شهروندی و فردی - زیستی بیشترین اولویت را دارند. در پژوهش الهادی و همکاران^۱ (۲۰۱۷) تأثیر روانشناختی مهارت‌های زندگی بر کیفیت زندگی تأیید شد. پترسون و همکاران^۲ (۲۰۱۶) نیز آموزش مهارت‌های زندگی به والدین و رضایت از زندگی آنها را مورد بررسی قرار دادند و به این نتیجه رسیدند که بر ارتباط مؤثر با فرزندانشان اثرگذار بوده است. نتایج تحقیق بولکان^۳ (۲۰۱۵) نشان داد آموزش مهارت‌های زندگی در قالب برنامه‌های روانی - آموزشی بر بهبود کیفیت زندگی زنان مطلقه مؤثر بوده است. پراسرتچارونسوک^۴ و همکاران (۲۰۱۵) نشان دادند زمانی که مدیران مدارس برنامه‌ای را برای افزایش صلاحیت معلمان و مهارت‌های زندگی دانش‌آموزان در نظر گرفتند، پیشرفت تحصیلی در دانش‌آموزان به طور چشمگیری افزایش یافت. نتایج تحقیق سیرکالا و کشپور^۵ (۲۰۱۰) که به بررسی اثربخشی آموزش مهارت‌های زندگی بر سلامت روان بزرگسالان پرداخت نیز نشان داد، آموزش مهارت‌های زندگی راه بسیار مؤثری برای توانمندسازی جوانان است. ونزل^۶ و همکاران (۲۰۰۹) نیز معتقدند آموزش مهارت‌های زندگی تأثیر قابل توجهی بر پیشگیری از سوء مصرف مواد دارد. بررسی‌های وناتا و همکاران^۷ (۲۰۰۵) نشان داد یکی از متغیرهای مؤثر بر مهارت‌های زندگی هوش هیجانی است، اما اهمیت شخصیت و شناخت در یادگیری مهارت‌های زندگی از هوش هیجانی بیشتر است.

مبانی نظری پژوهش

منظور از مهارت‌های زندگی، مهارت‌هایی هستند که برای افزایش توانایی‌های روانی - اجتماعی افراد آموزش داده می‌شوند و فرد را قادر می‌سازند که مؤثرانه با مقتضیات و کشمکش‌های زندگی روبه‌رو شود (سازمان بهداشت جهانی، ۱۳۷۷). این مهارت‌ها از الزامات و نیازهای زندگی روزمره استخراج می‌شوند و گستره‌ای وسیع از فعالیت‌های زندگی را در بر می‌گیرند.

مهارت‌های زندگی متعدد و متنوع هستند و برنامه آموزش مهارت‌های زندگی نیز دیدگاهی کل‌گرایانه و جامع به پیشگیری دارد، مستقیم‌ترین روش مداخله برای ارتقای مهارت زندگی و توانایی‌های روانی - اجتماعی، مداخله‌هایی هستند که منابع مقابله‌ای اشخاص و توانایی‌های شخصی و اجتماعی آنان را تقویت می‌کند و

1. El-hadi
2. Petterson, Gravestijn, Roest
3. Bolkan
4. Prasertcharoensk, Somparch, Nigag
5. Sirkala
6. Wenzel, Weichold, Silbrastion
7. Venata

بر عواملی مانند خودپنداره، خودآگاهی و همدلی، تصمیم‌گیری، حل مسئله، مقابله با هیجان‌ها و تنیدگی‌ها، مراد و ارتباط میان-شخصی، تفکر خلاق و تفکر انتقادی که در محیط‌های گوناگون مانند مدارس، قابل اجرا هستند تأکید دارند (سازمان بهداشت جهانی، ۱۹۹۷).

پایه مطالبی که در آموزش مهارت‌های زندگی به کار برده می‌شود، اطلاعاتی است که از نحوه یادگیری کودکان و نوجوانان از طریق مشاهده رفتار دیگران و پیامدهای آن به دست می‌آید و در واقع مبتنی بر نظریه یادگیری اجتماعی «بندورا»^۱ (۱۹۷۷) می‌باشد. وی اعتقاد دارد که انسان موجودی اجتماعی است و رفتار او باید در پرتو روابط اجتماعی بررسی شود. از نظر بندورا یادگیری مشاهده‌ای، نوعی یادگیری شناختی است که فرآیندهای توجه، نگهداری، تولید و انگیزش را در برمی‌گیرد. بندورا معتقد است که بسیاری از رفتارهای بهنجار و نابهنجار مانند کمک به دیگران، روابط مؤثر یا کشیدن سیگار، مصرف مواد و الکل بدین طریق آموخته می‌شوند. همچنین در نظریه یادگیری اجتماعی، «خودکارآمدی»^۲ نقش مهمی در عملکرد افراد دارد. خودکارآمدی بر توانایی فرد برای انجام موفقیت‌آمیز تکالیف خاص در موقعیت‌های خاص دلالت دارد (ادیب، ۱۳۸۵). چنین فرض شده است که این باورها، اعمال انسانی نظیر انتخاب هدف و فعالیت‌های خاص، میزان مقاومت و تلاش در برابر مشکلات را تحت تأثیر قرار می‌دهد و آن نیز به نوبه خود بر یادگیری و عملکرد تحصیلی، سازگاری عاطفی و مدیریت اضطراب و استرس اثر می‌گذارد.

نظریه یادگیری بندورا به دو شکل در آموزش و یادگیری مهارت‌های زندگی به کودکان و نوجوانان دلالت دارد. یکی از دلالت‌های این نظریه به افزایش خودکارآمدی مربوط می‌شود. بندورا معتقد است خودکارآمدی را می‌توان به شیوه‌های گوناگون تقویت کرد یا به دلیل عدم توجه به برخی اصول تربیتی و آموزشی آن را تضعیف نمود. دومین دلالت نظریه یادگیری اجتماعی بر اساس فرآیند یادگیری (یادگیری مشاهده‌ای)^۳ است. این نظریه به روش‌های آموزش مهارت‌های زندگی مربوط می‌شود. روش‌های آموزشی همچون ایفای نقش و نمایشی که در آنها تأکید بر مشاهده عینی یا تصویری است، در یادگیری بسیاری از مهارت‌های زندگی مؤثرترین روش‌ها به شمار می‌آیند (مرتضوی، ۱۳۸۳).

بوتوین و کانتور نیز معتقدند اجزای مهارت‌های زندگی شامل مهارت‌های مدیریت خود و مهارت‌های اجتماعی است. مهارت‌های خود مدیریتی انفرادی شامل قدرت تصمیم‌گیری و حل مسئله، آگاهی از تأثیرهای اجتماعی و مقاومت در برابر آنها، مقابله با اضطراب، افسردگی، خشم و ناکامی، مشخص نمودن هدف و خود رهبری و تقویت خویشتن است. مهارت‌های اجتماعی نیز قسمت دیگری از مهارت‌های زندگی است و شامل برقراری روابط اجتماعی، مهارت جرات‌ورزی کلامی و غیرکلامی، احترام و افزایش شایستگی اجتماعی افراد است. بروکز نیز نقش اساسی و مهم تئوری‌های رشد را در شناسایی مهارت‌های زندگی نشان داده است. وی پس از مرور تئوری‌های رشد عاطفی، شناختی، اخلاقی، روانی، اجتماعی، شناختی-اجتماعی و شغلی، به ۳۰۵ نوع مهارت زندگی و در نهایت به چهار طبقه‌بندی ارزشمند از مهارت‌های زندگی دست یافت که هر یک متناسب با سنین کودکی، نوجوانی و بزرگسالی متفاوت است و کاربردهای بسیار مؤثری در امر مشاوره دارد. بر اساس طبقه‌بندی وی، مهارت‌های زندگی دارای ابعاد زیر است:

- مهارت‌های ارتباط بین فردی / روابط انسانی
- مهارت‌های حل مسئله / تصمیم‌گیری

1. Bandura
2. Self Efficacy
3. Observational

● مهارت‌های سلامت جسمانی / حفظ سلامت

● مهارت‌های رشد هویت / هدف در زندگی

طبق نظر بروکز بین این طبقات کلی با یکدیگر ارتباط وجود دارد. همچنین، تغییر در یکی از زمینه‌ها و ابعاد می‌تواند روی زمینه‌های دیگر تاثیر مثبت یا منفی داشته باشد (درکه و همکاران، ۱۳۹۲). علاوه بر این، بر اساس نظریه تاثیر اجتماعی، فشار گروه همسالان از مدل‌های اجتماعی غلط و تاثیرپذیری از رسانه‌های گروهی یک عامل بسیار موثر در ایجاد رفتارهای مشکل آفرین است. لذا رویکرد اجتماعی، برنامه مهارت‌های زندگی را به عنوان یک آموزش اثربخش معرفی می‌کند و بر آن است تا پیش از اینکه نوجوانان در معرض آسیب‌های اجتماعی قرار بگیرند، آنها را در رویارویی با این فشارها مقاوم و واکنش‌ناپذیر نماید. این رویکرد اشاره می‌کند که ارائه برنامه آموزش مهارت‌های زندگی از طریق آموزش‌های عملی، تمرینی و مشارکتی موثرتر از ارائه صرف اطلاعات یا ترساندن افراد از پیامدها و نتایج رفتاری است (احمدی و قاسمی، ۱۳۷۸).

۳۹

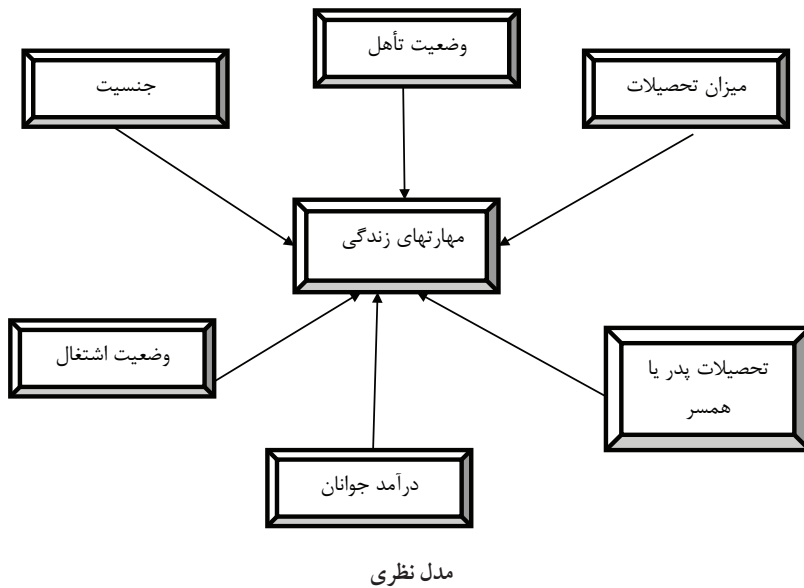
اینک، نظریات مختلفی که در مورد مهارت‌های زندگی مطرح شده است، ارائه می‌گردد. روانشناسان رشدگرا در دو دهه گذشته تأثیر قابل توجهی در آموزش و پرورش گذاشته‌اند و آثار آنها به منزله راهنمایی‌های تصمیم‌گیری درباره برنامه درسی مورد توجه قرار می‌گیرد (سلمانیان و همکاران، ۱۳۹۴). مفهوم اساسی این دیدگاه آن است که رشد و تحول افراد مراحل مشخص و قطعی دارد و برنامه ریزی و راهبردهای آموزشی باید در جهت تسهیل چنین رشد و تحولی طراحی شوند به خصوص محیط‌های یادگیری نباید باعث توقف و سکون فرد در یک مرحله شوند (پارسا، ۱۳۷۶). از نظر استنتن و همکاران (۱۹۸۰) برنامه‌های درسی مربوط به مهارت‌های زندگی جزو برنامه‌های رشدی (رشدگرا) هستند. این برنامه‌ها که بیشتر شامل مهارت‌هایی چون ارتباط بین فردی، مهارت‌های ارتباطی، حل مساله و تصمیم‌گیری و خودآگاهی می‌باشند، ریشه در روان‌شناسی رشدگرا و دیدگاه برنامه درسی مربوط به آن دارد (به نقل از میلر، ۱۳۸۳). در واقع، می‌توان گفت در دیدگاه رشدگرا اعتقاد بر این است که تمامی افراد مراحل مشخصی را در فرآیند رشد پشت سر می‌گذارند و در هر دوره لازم است به فراخور ویژگی‌های همان دوره مهارت‌های لازم را کسب کنند.

طرفداران نظریه حل مسئله شناختی معتقدند که آموزش مهارت‌های حل مسئله شناختی در روابط بین فردی، به افراد باعث می‌شود که آنها بتوانند از رفتارهای تکانشی خودداری کنند و یا اینکه آن را کاهش دهند. هدف از مهارت‌های حل مسئله شناختی این است که به افراد آموزش داده می‌شود تا بتوانند ابتدا در مقابل یک مسئله به تولید راه‌حل‌های مختلف بپردازند و سپس عواقب و نتایج حاصل از هر کدام از راه‌حل‌ها را نیز پیدا کنند و بعد از آن بهترین راه‌حل را انتخاب نمایند. بنابراین می‌بینیم که این نظریه نیز در رشد مهارت حل مسئله دخالت دارد که یکی از ابعاد مهم مهارت‌های زندگی است (فرمینی فراهانی و پیداد، ۱۳۸۹).

در نظریه ساختن‌گرایی^۱ یا نظریه مبتنی بر ساختن دانش و آگاهی، رشد شناختی فرد از راه بده و بستان با سایر افراد و محیط پرورده و گسترده می‌شود. بدین ترتیب روش آموزشی که بر نظریه مبتنی بر ساختن یادگیری استوار است، باید بر فعالیت یادگیرنده در جریان ساختن دانش و آگاهی (مفاهیم، اصول، فرضیه‌ها و...) تأکید بورزد و در اصطلاح شاگرد محور باشد (سیف، ۱۳۸۰). به دلیل این که هدف آموزش مهارت‌های زندگی آماده نمودن دانش‌آموزان و دانشجویان برای محیط واقعی زندگی است، لذا بر مبنای نظریه‌ی مبتنی بر ساختن، هر قدر وضعیت محیط‌های آموزشی مهارت‌های زندگی، به محیط‌های واقعی و طبیعی زندگی شبیه‌تر

باشد و فعالیت های یادگیری با آنچه که در شرایط واقعی پس از آموزش که شاگردان با آن مواجه خواهند شد قرابت بیشتری داشته باشد، به همان اندازه امکان دستیابی به اهداف برنامه بیشتر خواهد شد (خسروی و همکاران، ۱۳۸۸).

گانه (۱۹۸۵) اشکال نگهداری معرفت بشری را در ذهن به سه نوع دانش بیانی و دانش روش کاری و تصاویر ذهنی تقسیم می کند که روش های کسب و یادآوری هر کدام متفاوت است (به نقل از سیف، ۱۳۸۰). دانش بیانی دارای دامنه و تنوع وسیعی است؛ به طوری که همه حقایق، تعمیم ها و تئوری ها را شامل می شود. کسب دانش بیانی جدید وقتی است که یک قضیه جدید به شبکه قضایای قبلی اضافه می شود و دانش جدیدی به وجود می آید. در کسب و یادآوری دانش بیانی عواملی همچون انتشار فعالیت و شرح و بسط موثر است. دانش روش کاری عبارت است از: دانستن «چگونگی عمل کردن». اگرچه هر مهارتی هم جنبه دانش بیانی و هم جنبه روش کاری دارد، اما جنبه روش کاری بسیاری از مهارت های زندگی برجسته تر و بارزتر است. بنابراین در کنار سایر روش های آموزشی، استفاده از استراتژی های تمرین و بازخورد و به کارگیری نمونه های متنوع در آموزش این مهارت ها بسیار موثر خواهد بود (اسماعیلی، ۱۳۸۰).



فرضیه های پژوهش

- سطح مهارت های زندگی جوانان در حد مطلوب (بالتر از میانگین نظری) قرار ندارد.
- سطح ابعاد مختلف مهارت های زندگی جوانان در حد مطلوب (بالتر از میانگین نظری) قرار ندارد.
- بین سطح مهارت های زندگی در شهرهای مورد مطالعه تفاوت وجود دارد.
- بین متغیرهای زمینه ای (میزان تحصیلات، جنسیت، وضعیت تأهل، وضعیت اشتغال، تحصیلات پدر یا همسر و درآمد جوانان) با سطح مهارت های زندگی در بین جوانان یزد رابطه وجود دارد.

روش شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر، از نوع پیمایشی است. از نظر ماهیت، کاربردی، از نظر معیار زمان، مقطعی و به لحاظ معیار وسعت، پهنانگر است.

جامعه آماری این پژوهش، تمامی جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال شهرهای یزد، اردکان و میبد در استان یزد بودند که براساس سالنامه آماری سال ۱۳۹۵، تعداد کل آنها ۲۱۱۰۴۵ نفر است.

برای محاسبه حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد. به همین منظور، با استفاده از داده‌های پیش‌آزمون، واریانس صفت اصلی محاسبه شد و بر اساس فرمول کوکران، حجم نمونه برای شهر یزد ۳۸۴ نفر، میبد ۳۲۳ نفر و اردکان ۲۴۶ نفر تعیین گردید. روش نمونه‌گیری در این مطالعه، خوشه‌ای چندمرحله‌ای بود. خوشه‌ها از سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان گرفته شد. این خوشه‌ها مبتنی بر توزیع جمعیت در شهرهای مزبور بوده است. به همین منظور، شهرهای مزبور به خوشه‌هایی تقسیم شد و پس از انتخاب تعدادی از خوشه‌ها به صورت تصادفی، نمونه‌ها در خوشه‌های مورد نظر، انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفتند.

پرسشنامه مهارت‌های زندگی

در این پژوهش از پرسشنامه مهارت‌های زندگی (ساعتچی و همکاران، ۱۳۸۹) استفاده شده است. پرسشنامه مهارت‌های زندگی شامل ۱۴۴ سوال است و ۱۹ خرده مقیاس را تشکیل می‌دهد. این ۱۹ خرده مقیاس عبارت‌اند از: مهارت خودآگاهی شامل ۱۱ سوال (از جمله سوال آگاهی از نقاط ضعف و قوت خویش)، مهارت داشتن هدف در زندگی شامل ۱۰ سوال (از جمله سوال داشتن اهداف کوتاه مدت در زندگی)، مهارت‌های مربوط به ارتباطات انسانی شامل ۱۰ سوال (از جمله سوال درک احساسات دیگران)، روابط بین فردی شامل ۱۱ سوال (از جمله سوال احترام به افراد، دیدگاه‌ها، نژادها و مذاهب گوناگون)، تصمیم‌گیری شامل ۷ سوال (از جمله گویه تصمیم‌گیری بر اساس ارزیابی درست موقعیت‌ها)، بهداشت و سلامت روانی شامل ۹ سوال (از جمله گویه شناخت هیجانات خود)، بهداشت و سلامت جسمانی شامل ۱۲ سوال (از جمله سوال کنترل وزن)، مهارت در حل مساله شامل ۵ سوال (از جمله سوال نشان دادن آگاهی نسبت به بیماری مسری و پیشگیری از آنها)، مهارت مشارکت و همکاری شامل ۵ سوال (از جمله سوال آگاهی از چگونگی تفکر واضح و حل مساله در شرایط بحرانی)، مهارت تفکر خلاق شامل ۵ سوال (از جمله سوال شناسایی راه حل‌های جدید در برخورد با مشکلات زندگی)، مهارت تفکر انتقادی شامل ۸ سوال (از جمله سوال دقیق بودن در تفکر)، نشان دادن مسئولیت‌های فردی شامل ۹ سوال (از جمله گویه توانایی استدلال)، مهارت درک اصول آزادی و تساوی شماره شامل ۴ سوال (از جمله سوال در مورد پایبندی به نظم و قانون)، شرکت در فعالیت‌های بهبودبخش منافع شامل ۵ سوال (از جمله احترام به تساوی و حقوق اساسی افراد)، نشان دادن رفتارهای اجتماعی شامل ۵ سوال (از جمله شرکت در انتخابات)، شهروند جهانی شدن شامل ۵ سوال (از جمله سوال آگاهی‌های مربوط به امنیت)، مهارت‌های حرفه‌ای شامل ۳ سوال (از جمله سوال تلاش برای صلح)، مهارت مربوط به رعایت نکات ایمنی شامل ۵ سوال (از جمله شناخت مشاغل و حرف [حرفه‌های] گوناگون) و نحوه گردآوری اطلاعات شامل ۵ سوال (از جمله نحوه سازماندهی اطلاعات). این پرسشنامه دارای طیف لیکرت (۵ گزینه‌ای) است. بدین ترتیب هر قدر نمره فرد به سوی بالاترین میزان گرایش یابد، مهارت‌های زندگی اکتسابی وی، بیشتر است (ساعتچی و همکاران، ۱۳۸۹). در پژوهش قیاسی (به نقل از ساعتچی و همکاران، ۱۳۸۹) به منظور سنجش اعتبار پرسشنامه، پس از اجرای مقدماتی بر روی ۳۰ نفر از نمونه‌های پژوهش، با استفاده از روش آلفای

کرونباخ، ضریب ۰/۹۷ / به عنوان ضریب پایایی محاسبه شد. همچنین، این پرسشنامه در سال های ۱۳۸۱ و ۱۳۸۳ به ترتیب به وسیله بهاری فر و یوسفی مورد بررسی قرار گرفته و برای آن ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۵ و ۰/۹۳ گزارش شده است. این ضرایب معرف آن است که پرسشنامه مذکور واجد ویژگی های روان سنجی مطلوبی است (به نقل از یارمحمدی واصل، نارنجی ها و رفیعی؛ ۱۳۸۹). همچنین، در پژوهش قلاوندی و صفدری (۱۳۹۴) پایایی این ابزار ۰/۹۲ محاسبه شده است.

برای محاسبه قابلیت اعتماد پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. به منظور بررسی پایایی پرسشنامه، ابتدا ۳۰ نفر (در سه شهر مجموعاً ۹۰ نفر) پرسشنامه مورد نظر را در هر یک از سه شهر یزد، اردکان و میبد تکمیل کردند. سپس با استفاده از نرم افزار SPSS ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد. بررسی پایایی گویه های پرسشنامه نشان داد که گزاره های هم طیف هر بخش، همبستگی بالایی داشتند. مقدار آلفا برای نمونه میبد ۰/۸۷۹، برای نمونه اردکان ۰/۸۴۵ و برای نمونه یزد ۰/۷۸۶ دست آمد که نشانگر پایایی بسیار مناسب پرسشنامه است.

جدول ۱: محاسبه پایایی سازه های تحقیق

آلفای کرونباخ	ابعاد مهارت های زندگی	آلفای کرونباخ	ابعاد مهارت های زندگی
۰/۶۹۴	تفکر انتقادی	۰/۸۴۰	درک اصول آزادی عدالت و تساوی
۰/۷۷۷	مهارت داشتن هدف در زندگی	۰/۷۶۹	بهداشت و سلامت جسمانی
۰/۷۰۰	تصمیم گیری	۰/۷۶۹	نشان دادن رفتارهای اجتماعی
۰/۷۴۳	مهارت های رعایت و بکارگیری ایمنی	۰/۸۵۰	شرکت در فعالیت های بهبودبخش منافع
۰/۷۹۴	روابط بین فردی	۰/۸۸۵	مهارت های حرفه ای
۰/۶۸۲	بهداشت و سلامت روانی	۰/۷۶۹	شهروند جهانی شدن
۰/۷۱۸	مهارت در حل مساله	۰/۷۱۴	مهارت تفکر خلاق (خلاقیت)
۰/۶۸۵	مهارت مشارکت و همکاری	۰/۷۷۳	نشان دادن مسئولیت های فردی
۰/۷۸۹	نحوه گردآوری اطلاعات	۰/۶۹۰	مهارت خودآگاهی
		۰/۷۵۴	مهارت های مربوط به ارتباطات انسانی

برای تحلیل داده ها از نرم افزار آماری SPSS نسخه ۲۲ استفاده شد. داده ها در دو سطح توصیفی و استنباطی تحلیل شد. در سطح توصیفی از جداول توزیع فراوانی و آماره های توصیفی همراه با نمودار و در سطح استنباطی از آزمون های تی تک نمونه ای، اسپیرمن، تی مستقل و تحلیل واریانس استفاده شد.

جدول ۲: تعریف نظری ابعاد مهارت‌های زندگی

متغیر	ابعاد	تعریف نظری
مهارت‌های زندگی	مهارت خودآگاهی	خودآگاهی شناخت نگرش‌ها، آرا، عقاید، اندیشه‌ها، هیجانات، توانایی‌ها، مهارت‌ها و کاستی‌های هر فرد از خود است. به عبارتی دیگر، مهارت خودآگاهی، توانایی شناخت از نقاط ضعف و قوت خواسته‌ها، نیازها، رغبت‌ها و تصویر واقع‌بینانه از خود است تا حقوق فردی، اجتماعی و مسئولیت‌های خود را بهتر بشناسیم. با کسب این مهارت به این سؤال اساسی که «من کیستم؟» پاسخ می‌گوییم (فرمهینی فراهانی و پیداد، ۱۳۸۹).
	مهارت داشتن هدف در زندگی	آگاهی از نکات قوت و ضعف خویش، تعیین اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت، ترسیم یک جدول زمانی جهت رسیدن به اهداف، آگاهی از احساسات و عواطف خود و... (مقدم و همکاران، ۱۳۸۵).
	مهارت مربوط به ارتباط انسانی	ابراز وجود، گوش کردن مؤثر، توانایی نه گفتن، جرأت داشتن در مباحثات و مذاکرات اجتماعی و... (کلینکه، ۱۳۸۴).
	ارتباطات بین فردی	همکاری با دیگران، دوست یابی و نگهداری آنان، همدلی با دیگران، توانایی انجام مکالمه چهره به چهره با دیگران، آگاهی از مکان‌ها و کسانی که می‌تواند به هنگام ناتوانی در حل تعارضات بین فردی کمک بگیرد و... (ادیب، ۱۳۸۵).
	مهارت تصمیم‌گیری	یکی از مهارت‌هایی است که به افراد کمک می‌کند تا موقعیت‌های پرخطر را شناسایی کنند و قبل از هر اقدامی پیامدهای آن را بشناسند و تصمیم درست بگیرند و سلامت خود را تضمین کنند (ولی‌پور و همکاران، ۱۳۹۱).
	بهداشت و سلامت جسمی و روانی	آگاهی از رژیم مناسب غذایی، تمرینات ورزشی و دیگر مقیاس‌های سلامتی، رعایت مسائل بهداشتی، نشان دادن آگاهی نسبت به بیماری‌های مسری، آشنایی با نحوه استفاده از جعبه کمک‌های اولیه، توانایی خواندن برچسب داروها به گونه درست، داشتن خواب کافی، کنترل فشارهای روحی، مقابله با آسیب و ضربه روحی، تنهایی، شکست، فقدان، پیری و... (کلینکه، ۱۳۸۴).
	مهارت حل مسئله	تشخیص شقوق مختلف مسئله، استفاده از مراحل حل مسئله (حرکت گام به گام)، شناسایی راه حل‌های گوناگون هنگام مواجهه با مسئله و... (ادیب، ۱۳۸۵).
	مشارکت و همکاری	تسهیل مؤثر فعالیت‌های گروهی، تولید انواع عقاید در گروه، ارزش‌گذاری به تفاوت‌ها و تشابهات بین اعضای گروه، داشتن نقش فعال در فعالیت‌های گروهی، آموختن مهارت‌های خود به دیگران، درک تفاوت‌های افراد و ارزش قائل شدن برای آن، برخورداری بودن از روحیه جمعی و گروهی، در نظر گرفتن تفاوت فرهنگی و نژادی گروه‌ها، کمک کردن و همکاری کردن با دیگران از روی شفقت و دلسوزی (جانسون و جانسون، ۱۹۹۹).
	مهارت تفکر خلاق	فکر کردن مهارتی است که از کودکی می‌آموزیم. مهارت تفکر خلاق، قدرت کشف و تولید اندیشه جدید را برای ما فراهم می‌آورد. مهارت تفکر خلاق به ما کمک می‌کند در مواجهه با حوادث ناگوار چگونه احساسات منفی خود را به احساسات مثبت تبدیل کنیم. تفکر خلاق نوع دیگر دیدن است. در این تفکر هیچ‌گاه مشکل یک عامل مزاحم به حساب نمی‌آید، بلکه یک فرصت برای کشف راه‌حل‌های نو و بدیع تلقی می‌شود که تاکنون کسی به آن توجه نکرده است (فرمهینی فراهانی و پیداد، ۱۳۸۹).
	مهارت تفکر انتقادی	منظور از تفکر انتقادی، تفکر تیزبینانه است، نه گله‌مندانه یا شکایت‌آمیز. تفکر نقادانه نوعی دیگر از تفکر است. کسب این مهارت به ما می‌آموزد تا هر چیزی را به‌سادگی قبول یا رد نکنیم. ابتدا درمورد آن موضوع سؤال و استدلال کنیم، سپس بپذیریم یا رد کنیم. کسانی که از تفکر نقادانه برخوردارند، فریب دیگران را نمی‌خورند و به‌راحتی جذب گروه‌ها و افراد و... نمی‌شوند، چراکه همواره با سؤال کردن به عاقبت کار می‌اندیشند (فرمهینی فراهانی و پیداد، ۱۳۸۹).

مهارت های ایمنی	دانستن شماره تلفن پلیس، آمبولانس، آتش نشانی و...، تشخیص به موقع بوی گاز هنگام نشت، انجام ندادن رفتارهای خطرناک (کشیدن سیگار در رختخواب یا پمپ بنزین و... پاک کردن لکه ها با نفت و بنزین در اماکن در بسته (ادیب، ۱۳۸۵).
مهارت شهروندی	درک عدالت شرکت در فعالیت های عمومی و اجتماعی، احترام به رأی اکثریت، فهم و قدردانی از تعامل فرهنگی، آشنایی با حقوق بشر، نشان دادن رفتارهای صحیح اجتماعی و... (ادیب، ۱۳۸۵).
مهارت شغلی و حرفه ای	داشتن ایده منطقی درباره انواع شغل های موجود، طرح ریزی برای انتخاب شغل، نشان دادن عادات صحیح حرفه ای، توانایی پر کردن یک فرم استخدام استاندارد و... (کلینکه، ۱۳۸۴).
استفاده از تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات (ITC)	آشنایی با نحوه گردآوری اطلاعات و جستجو در وب سایت ها، آشنایی با چگونگی استفاده از تلفن همراه، دستگاه ویدئو و VCD، پرینتر، آگاهی فنی در مورد لوازم الکتریکی خانه مثل مایکروویو، کولر و... (ادیب، ۱۳۸۵).
مهارت نشان دادن رفتارهای اجتماعی	با این مهارت ها فرد می تواند نظرها، عقاید، خواسته ها، نیازها و هیجان های خود را ابراز و به هنگام نیاز از دیگران درخواست کمک و راهنمایی کند. کسب این مهارت به ما می آموزد برای درک موقعیت دیگران چگونه به سخنان آنان فعالانه گوش دهیم و چگونه دیگران را از احساس و نیازهای خود آگاه کنیم تا ضمن به دست آوردن خواسته های خود، طرف مقابل نیز احساس رضایت کند (فرمیهنی فراهانی و پیداد، ۱۳۸۹).
مهارت شرکت در فعالیت هایی که منافع را بهبود می بخشد	مهارت خوداتکایی مثل اعتماد داشتن به خود، مهارت حسابرسی و تخصیص بودجه مانند دانستن مفهوم بودجه و سرمایه شخصی و آگاهی از مقادیر متوسط خرید. مهارت سبک زندگی سالم به منظور جلوگیری از صدمه دیدن و بیماری و انجام فعالیت هایی است که منجر به ارتقای سلامت می شود (فرمیهنی و پیداد، ۱۳۸۹)
مهارت درک اصول آزادی، عدالت و تساوی	درک عدالت شرکت در فعالیت های عمومی و اجتماعی، احترام به رأی اکثریت، فهم و قدردانی از تعامل فرهنگی، آشنایی با حقوق بشر، نشان دادن رفتارهای صحیح اجتماعی نشان دادن رفتارهای اجتماعی، آگاهی از سن قانونی حق رأی، آگاهی از موارد شکستن قانون، احترام به عموم، آگاهی از نحوه و مکان رأی دادن، درک مفهوم سن قانونی (در چه دوره سنی چه کاری را می توان انجام داد و چه کاری را نمی توان) درک پیامدهای ضامن شدن برای افراد، امضای یک قرارداد یا اجاره نامه و... آگاهی از حکم و قوانین دادگاه درباره مسائل مختلف (ادیب، ۱۳۸۵).
مهارت نحوه گردآوری اطلاعات	توانایی خواندن، نوشتن، حساب کردن، توانایی خواندن نقشه ها، تکمیل کردن فرم های مختلف بانکی، قبوض و... توانایی به کار گرفتن دانش و اطلاعات در یک موقعیت جدید و آشنایی با نحوه گردآوری اطلاعات و جستجو در وب سایت ها، استفاده از پایگاه های اطلاعاتی و چگونگی جستجو در پایانه های اطلاعاتی (ادیب؛ ۱۳۸۵).

یافته‌های پژوهش

جدول ۳: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب ویژگی‌های فردی

متغیر	گروه	فراوانی	درصد
جنس	مرد	۴۴۷	۴۶/۹
	زن	۵۰۶	۵۳/۱
وضعیت تاهل	مجرد	۶۰۰	۶۳/۰
	متاهل	۳۳۵	۳۵/۲
	سایر	۱۲	۱/۳
	بدون پاسخ	۶	۰/۶
وضعیت اشتغال	غیرشاغل	۶۹۳	۷۲/۷
	شاغل	۲۶۰	۲۷/۳
درآمد ماهیانه	صفر	۶۸۷	۷۲/۱
	کمتر از ۵۰۰ هزار تومان	۱۵۵	۱۶/۳
	۵۰۰ هزار تا ۱ میلیون تومان	۵۲	۵/۵
	۱ تا ۱/۵ میلیون تومان	۳۱	۳/۳
	۱/۵ تا ۲ میلیون تومان	۸	۰/۸
	۲ تا ۲/۵ میلیون تومان	۸	۰/۸
	بیشتر از ۲/۵ میلیون تومان	۶	۰/۶
	بدون پاسخ	۶	۰/۶
میزان تحصیلات	راهنمایی و پایین‌تر	۸۵	۸/۹
	دبیرستان و دیپلم	۴۶۶	۴۸/۹
	فوق دیپلم	۶۲	۶/۵
	لیسانس	۲۲۸	۲۳/۹
	فوق لیسانس و بالاتر	۹۴	۹/۹
	بدون پاسخ	۱۸	۱/۹

طبق جدول بالا ۶۷/۹ درصد از پاسخگویان تحقیق را مردان و ۵۳/۱ درصد را زنان تشکیل می دهند. ۶۳ درصد از پاسخگویان تحقیق مجرد، ۳۵/۲ درصد افراد متأهل و ۰/۶ درصد افراد دارای سایر وضعیت ها هستند. همچنین، ۷۲/۷ درصد از پاسخگویان تحقیق را افراد غیرشاغل و ۲۷/۳ درصد را شاغلان تشکیل می دهند. ۷۲/۱ درصد از پاسخگویان تحقیق دارای هیچ گونه درآمدی نیستند، ۱۶/۳ درصد آنها درآمدی کمتر از ۵۰۰ تومان دارند، ۵/۵ درصد بین ۵۰۰ تا ۱ میلیون تومان، ۳/۳ درصد بین ۱ تا ۱/۵ میلیون تومان، ۰/۸ درصد بین ۱/۵ تا ۲ میلیون تومان، ۰/۸ درصد بین ۲ تا ۲/۵ میلیون و ۰/۶ درصد نیز بیش از ۲ میلیون تومان در ماه درآمد داشته اند. ۸/۹ درصد از کل پاسخگویان تحقیق دارای تحصیلات راهنمایی و پایین تر هستند، ۴۸/۹ درصد آنها تحصیلات دبیرستانی و دیپلم دارند، ۶/۵ درصد دارای فوق دیپلم، ۲۳/۹ درصد لیسانس و ۹/۹ درصد پاسخگویان نیز دارای تحصیلات فوق لیسانس و بالاتر هستند.

فرضیه اول: سطح مهارت های زندگی جوانان در حد مطلوب (بالتر از میانگین نظری) قرار ندارند.
برای بررسی سطح مهارت های زندگی جوانان از آزمون تی تک نمونه ای استفاده شده است. با توجه به اینکه نمرات در قالب طیف لیکرت (۱ تا ۵) اندازه گیری شد، میانگین نظری ۳ در نظر گرفته شد.

جدول ۴: خروجی آزمون تی تک نمونه ای ۱ برای سنجش سطح مهارت های زندگی جوانان

جمعیت مورد مطالعه	میانگین	انحراف معیار	t	سطح معنی داری
کل	۳/۳۳	۰/۵۶۵	۱۷/۷۷۶	۰/۰۰۱
یزد	۳/۳۴	۰/۵۵۹	۱۱/۶۵۶	۰/۰۰۱
شهر	۳/۳۲	۰/۵۷۱	۹/۹۲۱	۰/۰۰۱
اردکان	۳/۳۳	۰/۵۶۹	۹/۰۳۶	۰/۰۰۱

یافته ها نشان می دهد میانگین سطح مهارت های زندگی جوانان در بین نمونه مورد مطالعه ($\bar{X} = 3/33$) به طور معنی داری بیشتر از ۳ بوده است ($P < 0/001$). بنابراین می توان گفت در مجموع، سطح مهارت های زندگی جوانان در جامعه آماری این تحقیق بیشتر از متوسط مورد نظر است و لذا فرضیه شماره یک تأیید نمی شود. میانگین سطح مهارت های زندگی در بین جوانان به تفکیک سه شهر مورد مطالعه نیز بالاتر از حد متوسط مورد نظر بوده است، اگر چه تا رسیدن به حد مطلوب فاصله زیادی مانده است.

فرضیه دوم: سطح ابعاد مختلف مهارت های زندگی جوانان در حد مطلوب (بالتر از میانگین نظری) قرار ندارد.

برای بررسی سطح ابعاد مختلف مهارت های زندگی جوانان از آزمون تی تک نمونه ای استفاده شده است. با توجه به اینکه نمرات در قالب طیف لیکرت (۱ تا ۵) اندازه گیری شد، میانگین نظری ۳ در نظر گرفته شد.

جدول ۵: خروجی آزمون تی تک نمونه‌ای برای سنجش سطح ابعاد مختلف مهارت‌های زندگی جوانان

ابعاد مهارت‌های زندگی	میانگین	انحراف معیار	t	سطح معنی داری
درک اصول آزادی عدالت و تساوی	۳/۵۵	۰/۸۴۰	۲۰/۳۱۴	۰/۰۰۱
بهداشت و سلامت جسمانی	۳/۵۰	۰/۷۰۰	۲۱/۸۴۰	۰/۰۰۱
نشان دادن رفتارهای اجتماعی	۳/۵۰	۰/۷۹۴	۱۹/۳۱۰	۰/۰۰۱
روابط بین فردی	۳/۴۹	۰/۶۹۴	۲۱/۷۰۰	۰/۰۰۱
مهارت‌های حرفه ای	۳/۴۵	۰/۸۸۵	۱۵/۵۵۵	۰/۰۰۱
شهروند جهانی شدن	۳/۴۴	۰/۷۶۹	۱۷/۴۶۷	۰/۰۰۱
مهارت تفکر خلاق (خلاقیت)	۳/۴۱	۰/۸۵۰	۱۴/۷۶۳	۰/۰۰۱
نشان دادن مسئولیت‌های فردی	۳/۳۸	۰/۷۷۳	۱۴/۹۷۷	۰/۰۰۱
مهارت خودآگاهی	۳/۳۵	۰/۶۱۸	۱۳/۳۷۸	۰/۰۰۱
مهارت‌های مربوط به ارتباطات انسانی	۳/۳۲	۰/۶۹۲	۱۴/۴۶۵	۰/۰۰۱
نحوه گردآوری اطلاعات	۳/۲۷	۰/۷۶۹	۱۰/۷۸۳	۰/۰۰۱
تفکر انتقادی	۳/۲۷	۰/۶۸۵	۱۲/۱۹۹	۰/۰۰۱
مهارت داشتن هدف در زندگی	۳/۲۲	۰/۶۹۰	۱۰/۰۱۶	۰/۰۰۱
تصمیم‌گیری	۳/۲۱	۰/۷۱۴	۹/۱۰۷	۰/۰۰۱
مهارت‌های رعایت و بکارگیری ایمنی	۳/۲۱	۰/۹۵۳	۶/۷۷۲	۰/۰۰۱
شرکت در فعالیت‌های بهبودبخش منافع	۳/۲۱	۰/۷۸۹	۸/۱۵۳	۰/۰۰۱
بهداشت و سلامت روانی	۳/۱۹	۰/۶۴۴	۹/۱۴۲	۰/۰۰۱
مهارت در حل مساله	۳/۱۶	۰/۷۶۹	۶/۲۸۳	۰/۰۰۱
مهارت مشارکت و همکاری	۳/۱۳	۰/۷۷۷	۵/۳۳۳	۰/۰۰۱

طبق جدول بالا، میانگین سطح ابعاد مختلف مهارت‌های زندگی جوانان در بین نمونه مورد مطالعه (۳/۰۰) $\bar{X} >$ به طور معنی داری بیشتر از ۳ بوده است ($P < ۰/۰۰۱$). بنابراین می‌توان گفت در مجموع، سطح ابعاد مختلف مهارت‌های زندگی جوانان در جامعه آماری این تحقیق بیشتر از متوسط مورد نظر است و لذا فرضیه شماره دو تأیید نمی‌شود. میانگین سطح ابعاد مختلف مهارت‌های زندگی در بین جوانان مورد مطالعه بالاتر از حد متوسط مورد نظر بوده است. در این میان، میانگین بعد درک اصول آزادی عدالت و تساوی با مقدار ۳/۵۵ بالاترین میانگین بدست آمده بوده است.

فرضیه سوم: بین سطح مهارت‌های زندگی در شهرهای مورد مطالعه تفاوت وجود دارد
برای بررسی سطح مهارت‌های زندگی جوانان در شهرهای مورد مطالعه از آزمون تحلیل واریانس استفاده شده است.

جدول ۶: خروجی آزمون تحلیل واریانس برای آزمون تفاوت سطح مهارت های زندگی در شهرهای مورد مطالعه

متغیر	شهرها	تعداد	میانگین	F	سطح معنی داری
سطح مهارت های زندگی	یزد	۳۷۶	۳/۳۴	۰/۰۸۶	۰/۹۱۷
	میبد	۳۱۷	۳/۳۲		
	اردکان	۲۴۱	۳/۳۳		

با توجه به اطلاعات جدول فوق، مشخص می شود که تفاوت معنی داری بین سطح مهارت های زندگی بر حسب شهرهای مورد مطالعه وجود ندارد ($P > ۰/۰۵$). بنابراین بین سطح مهارت های زندگی در شهرهای مورد مطالعه تفاوت وجود دارد.

فرضیه چهارم: بین متغیرهای زمینه ای (میزان تحصیلات، جنسیت، وضعیت تأهل، وضعیت اشتغال، تحصیلات پدر یا همسر و درآمد جوانان) با سطح مهارت های زندگی در بین جوانان یزد رابطه وجود دارد.

همان گونه که در جدول زیر ملاحظه می شود، ضریب همبستگی اسپیرمن برابر ۰/۰۸۶ و سطح معنی داری برابر ۰/۰۰۹ شده است؛ یعنی این رابطه ضعیف، ولی معنی دار است. این فرضیه، تنها در مورد کل جامعه آماری مورد تایید بوده است که به دلیل بزرگ بودن نمونه رخ داده است، چرا که ضریب به دست آمده (۰/۰۸۶) بسیار ضعیف است. اما وقتی هریک از شهرهای مورد مطالعه به عنوان نمونه جداگانه بررسی شدند، در هیچ کدام رابطه تحصیلات و سطح مهارت های زندگی معنی دار نبوده است ($P > ۰/۰۵$).

جدول ۷: خروجی ضریب همبستگی اسپیرمن برای آزمون رابطه بین میزان تحصیلات و سطح مهارت های زندگی

جمعیت مورد مطالعه	ضریب اسپیرمن	سطح معنی داری
کل	۰/۰۸۶	۰/۰۰۹
شهر	یزد	۰/۱۱۳
	میبد	۰/۰۸۴
	اردکان	۰/۲۲۱

جدول ۸: خروجی آزمون تی برای مقایسه میانگین سطح مهارت‌های زندگی بر حسب جنسیت

جمعیت مورد مطالعه	گروه	میانگین	انحراف معیار	آماره تی	درجه آزادی	سطح معناداری
کل	مرد	۳/۳۷	۰/۵۰۸	۲/۰۱۸	۹۳۲	۰/۰۴۴
	زن	۳/۲۹	۰/۶۰۹			
شهر	مرد	۳/۳۴	۰/۴۸۶	۰/۱۳۱	۲۲۴/۳۵۱	۰/۸۹۶
	زن	۳/۳۳	۰/۶۲۴			
	مرد	۳/۴۰	۰/۵۲۳	۲/۲۴۹	۳۱۵	۰/۰۲۵
	زن	۳/۲۵	۰/۶۰۰			
اردکان	مرد	۳۸/۳	۰/۵۲۷	۱/۱۸۶	۲۳۹	۰/۲۳۷
	زن	۲۹/۳	۰/۵۹۹			

بر طبق جدول بالا خروجی این آزمون نشان می‌دهد که بین سطح مهارت‌های زندگی در گروه زنان و مردان، تفاوت معنی‌داری وجود دارد ($P < ۰/۰۵$). به عبارت دیگر، میانگین سطح مهارت‌های زندگی در بین مردان بالاتر از زنان است. بنابراین، بین سطح مهارت‌های زندگی بر حسب جنسیت تفاوت وجود دارد. این تفاوت میانگین در بین شهرهای مورد مطالعه، تنها در خصوص میبد دارای تفاوت معنی‌دار بوده است ($P < ۰/۰۵$) و در آن شهر نیز میانگین سطح مهارت‌های زندگی در بین مردان بالاتر از زنان شده است.

جدول ۹: خروجی آزمون تی برای مقایسه میانگین سطح مهارت‌های زندگی بر حسب وضعیت تأهل

جمعیت مورد مطالعه	گروه	میانگین	انحراف معیار	آماره تی	درجه آزادی	سطح معناداری
کل	مجرد	۳/۳۲	۰/۵۳۳	-۰/۶۷۲	۹۱۴	۰/۵۰۲
	متاهل	۳/۳۵	۰/۵۸۵			
شهر	مجرد	۳/۳۰	۰/۵۰۸	-۱/۵۱۵	۳۶۶	۰/۱۳۱
	متاهل	۳/۳۹	۰/۶۱۴			
	مجرد	۳/۳۴	۰/۵۴۷	۰/۵۴۹	۳۰۹	۰/۵۸۳
	متاهل	۳/۳۰	۰/۵۶۷			
اردکان	مجرد	۳/۳۳	۰/۵۵۳	-۰/۰۱۹	۲۳۵	۰/۹۸۵
	متاهل	۳/۳۳	۰/۵۶۱			

بر اساس اطلاعات جدول فوق، بین سطح مهارت های زندگی در افراد مجرد و متأهل، تفاوت معنی داری وجود ندارد ($P > 0/05$). بنابراین فرضیه ای که مبنی بر آن است که بین سطح مهارت های زندگی بر حسب وضعیت تأهل تفاوت وجود دارد، تأیید نمی شود. این تفاوت میانگین در بین گروه ها، به تفکیک شهرهای مورد مطالعه نیز معنی دار نبوده است.

جدول ۱۰: خروجی آزمون تی برای مقایسه میانگین سطح مهارت های زندگی بر حسب وضعیت اشتغال

سطح معناداری	درجه آزادی	آماره تی	انحراف معیار	میانگین	گروه	جمعیت مورد مطالعه
۰/۰۲۸	۹۳۲	-۲/۲۰۶	۰/۵۶۴	۳/۳۰	غیرشاغل	کل
			۰/۵۶۲	۳/۴۰	شاغل	
۰/۴۷۱	۳۷۴	-۷۲۱/۰	۰/۵۵۵	۳/۳۲	غیرشاغل	یزد
			۰/۵۶۵	۳/۳۶	شاغل	
۰/۰۶۸	۳۱۵	-۲۳۸/۱	۰/۵۷۱	۳/۲۹	غیرشاغل	میبد
			۰/۵۵۷	۳/۴۴	شاغل	
۰/۱۵۵	۲۳۹	-۷۲۴/۱	۰/۵۷۰	۳/۳۰	غیرشاغل	اردکان
			۰/۵۶۲	۳/۴۰	شاغل	

خروجی این آزمون نشان می دهد که بین سطح مهارت های زندگی در گروه شاغلان و افراد غیر شاغل، تفاوت معنی داری وجود دارد ($P < 0/05$). به عبارت دیگر، میانگین سطح مهارت های زندگی در بین افراد شاغل بالاتر از غیر شاغلان است. اما در یک بررسی جزئی تر مشخص شد این تفاوت میانگین در بین افراد به تفکیک شهرهای مورد مطالعه معنی دار نبوده است ($P > 0/05$).

جدول ۱۱: خروجی ضریب همبستگی اسپیرمن برای آزمون رابطه بین میزان درآمد و سطح مهارت های زندگی

سطح معنی داری	ضریب اسپیرمن	جمعیت مورد مطالعه
۰/۰۲۵	۰/۰۷۴	کل
۰/۵۶۴	۰/۰۳۰	یزد
۰/۰۵۷	۰/۱۰۷	میبد
۰/۱۰۸	۰/۱۰۴	اردکان

۱. با توجه به اینکه تعداد افراد با سایر وضعیت های تأهل (مطلقه، بیوه و ...) دارای فراوانی پایینی بودند (۱۲ نفر) برای آزمون فرضیه ۶، فقط گروه های مجرد و متأهل با هم مقایسه شده است.

همان گونه که در جدول فوق ملاحظه می شود ضریب همبستگی اسپیرمن برابر $0/074$ و سطح معنی داری برابر $0/025$ شده است؛ یعنی این رابطه معنی دار است. این فرضیه در مورد کل جامعه آماری مورد تأیید بوده است. اما وقتی هریک از شهرهای مورد مطالعه به عنوان نمونه جداگانه بررسی شدند در هیچ کدام رابطه میزان درآمد و سطح مهارت های زندگی معنی دار نبود ($P > 0/05$). معنی دار شدن این ضریب در جامعه آماری، به دلیل بزرگ بودن حجم نمونه بوده است.

بحث و نتیجه گیری

این پژوهش به منظور شناسایی سطح مهارت های زندگی جوانان شهر یزد و مقایسه آن بر حسب متغیرهای جمعیتی انجام گرفت و در آن ۹۵۳ نفر از جوانان مورد مطالعه قرار گرفتند. با استناد به یافته های توصیفی میانگین نمره افراد در هریک از خود مقیاس ها به ترتیب به شرح زیر است:

درک اصول آزادی عدالت و تساوی (۳/۵۵)، بهداشت و سلامت جسمانی (۳/۵۰)، نشان دادن رفتارهای اجتماعی (۳/۵۰)، مهارت بین فردی (۳/۴۹)، مهارت های حرفه ای (۳/۴۵)، شهروند جهانی شدن (۳/۴۴)، مهارت تفکر خلاق (۳/۴۱)، نشان دادن مسئولیت های فردی (۳/۳۸)، مهارت خودآگاهی (۳/۳۵)، مهارت های مربوط به ارتباطات انسانی (۳/۳۲)، نحوه گردآوری اطلاعات (۳/۲۷)، مهارت داشتن هدف در زندگی (۳/۲۲)، مهارت تصمیم گیری (۳/۲۱)، مهارت رعایت و به کارگیری نکات ایمنی (۳/۲۱)، شرکت در فعالیت های بهبودبخش منابع (۳/۲۱)، بهداشت و سلامت روانی (۳/۱۹)، مهارت در حل مسئله (۳/۱۶) و مهارت مشارکت و همکاری (۳/۱۳).

هر چند بررسی های مختلف نشان داده اند که جامعه ایران با معضلات جدیدی در زمینه مهارت زندگی گریبان گیر است که می تواند پیامدهای ناگواری چون شیوع رفتارهایی که سلامتی را به خطر می اندازند، افزایش بیماری های مقاربتی، ابتلا به ایدز، اعتیاد و رفتارهای پرخطر در بین جوانان به همراه داشته باشد. در واقع، شرایط گویای این امر است که وقتی افراد مجهز به مهارت زندگی می گردند، در موقعیت ها و شرایط ناگوار اجتماعی ارزیابی مثبتی از موقعیت ها، توانایی ها و عملکردهای خود دارند و به کارآمدترین شکل ممکن عمل می کنند. بنابراین ارزیابی اینکه سطح مهارت زندگی جوانان در چه وضعیتی قرار دارد، پرسشی است که جای بسی تأمل و تفکر دارد و باید مورد ارزیابی موشکافانه قرار بگیرد.

نتایج تحقیق حاکی از آن بود که سطح مهارت های زندگی جوانان استان یزد و سطح ابعاد مهارت های زندگی بالاتر از میانگین نظری قرار دارد که با پژوهش اسماعیل زاده و همکاران (۱۳۹۲) همسوست، اما نتایج یافته های پژوهش حاضر با یافته های کریمی، فکری، سعیدیان (۱۳۹۱) که به بررسی سطح مهارت های زندگی دانش آموزان دوره متوسطه شهر تکاب پرداختند همسو نیست، زیرا نتایج پژوهش آنها نشان داد سطح مهارت های زندگی در دانش آموزان پایین تر از میانگین نظری قرار دارد. همچنین، با یافته های پژوهش ولی پور خواجه غیاثی و همکاران (۱۳۹۱) که به بررسی سطح مهارت های زندگی در بین دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی مازندران پرداختند همخوانی ندارد، زیرا یافته های پژوهش آنها نشان داد که میزان مهارت زندگی در دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی مازندران در حد متوسط است.

همچنین نتایج پژوهش حاضر نشان داد که بین سطح مهارت های زندگی بر حسب جنسیت تفاوت وجود دارد و میانگین سطح مهارت های زندگی در مردان بیشتر از زنان است که این نتیجه با پژوهش های محسنی و شفیع زاده (۱۳۹۵)؛ کیا و همکاران (۱۳۹۵)؛ ادیب (۱۳۸۵) و اندیرانگو و همکاران (۲۰۱۳) همسو بود، اما

با نتایج پژوهش پرتو (۱۳۹۴) که به بررسی اثربخشی آموزش مهارت های زندگی بر بهبود خودکارآمدی و جرأت ورزی دانش آموزان پایه ی اول متوسطه پرداخت- و نشان داد رابطه معناداری بین سن و سطح مهارت های زندگی وجود ندارد- و همین طور ولی پور خواجه غیائی و همکاران (۱۳۸۹) که به بررسی سطح مهارت های زندگی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی مازندران پرداختند- و نشان دادند بین سطح مهارت های زندگی و جنسیت رابطه معناداری وجود ندارد- و پژوهش غریبی و همکاران (۱۳۸۶) با عنوان «سطح مهارت های زندگی دانش آموزان استان کردستان»- که نشان دادند سطح مهارت های زندگی در دختران بالاتر است- همسو نبود.

یافته های این پژوهش نشان داد بین تحصیلات والدین و سطح مهارت های زندگی جوانان رابطه وجود دارد و با افزایش سطح تحصیلات والدین، سطح مهارت های زندگی در جوانان افزوده شده است که با یافته های پژوهش های زارع و همکاران (۱۳۹۴) و نظری و همکاران (۱۳۹۰) همسو بوده است. همچنین می توان این نتیجه را با نظریه نفوذ اجتماعی تبیین کرد. در این نظریه اعتقاد بر این است که افراد - به خصوص نوجوانان و جوانان- ممکن است تحت فشار گروه همسالان دست به رفتارهای مخرب، ضد اجتماعی و یا خود آسیب رسان دست بزنند که در بسیاری از موارد والدین از این اقدامات فرزندانشان آگاه نیستند و حتی اگر هم آگاه شوند، راه درست برخورد با این مسئله را بلد نیستند. با افزایش سواد و به تبع آن آگاهی والدین از معضلات اجتماعی، آن ها بهتر می توانند رفتارهای جراتمندانه به فرزندشان آموزش دهند و موارد خطر را در مورد فرزندشان شناسایی و به موقع و به صورت مؤثر مداخله کنند. اما این نتایج با پژوهش حنیفی و اسکندری نیا (۱۳۹۰)، کیانی فر (۱۳۸۹) و دراک (۲۰۰۹) همسو نبود، زیرا نتایج این پژوهش ها نشان دادند که بین تحصیلات والدین و سطح مهارت های زندگی والدین رابطه ی معناداری وجود ندارد.

همچنین، در مورد رابطه بین وضعیت اشتغال و سطح مهارت های زندگی یافته ها نشان داد که سطح مهارت های زندگی بین افراد شاغل و غیر شاغل متفاوت است و شاغلان از سطح بالایی از مهارت های زندگی برخوردارند که این نتیجه با یافته های پژوهش های رحیمیان بوگر و همکاران (۱۳۹۱) و قاسم زاده و همکاران (۱۳۸۷) همسو بوده است، زیرا نتایج پژوهش های آنان نیز نشان داد که سطح مهارت های زندگی در شاغلان بالاتر است. می توان اینگونه استنباط کرد که شاغلان به این دلیل که با مسائل و دغدغه های مختلفی روبرو می شوند و سطح تجربه آنها بیشتر از افراد غیر شاغل است، مهارت های بالاتری دارند.

این نتایج را با توجه به نظریه حل مسئله شناختی و یادگیری اجتماعی می توان به خوبی تبیین کرد. با دیدگاه حل مسئله شناختی اینگونه می توان تحلیل کرد که تجربه به افراد کمک می کند تا بتوانند در جریان اشتغال و رویارویی با مسائل مختلف یاد بگیرند برای هر مسئله راه حل های مختلفی در نظر بگیرند، به عواقب این راه حل ها بیندیشند و در نهایت بهترین راه را انتخاب کنند. از دیدگاه یادگیری اجتماعی می توان اینطور تحلیل کرد که افراد شاغل حل مسئله، ارتباط مؤثر و ارتباطات اجتماعی درست را از طریق الگوبرداری از همکاران یاد می گیرند و در موارد مشابه از این مهارت ها استفاده می کنند.

همین طور در این پژوهش به بررسی رابطه بین سطح تحصیلات و مهارت های زندگی در جوانان پرداخته شد و نتایج نشانگر رابطه بین این دو متغیر بود که با یافته های پژوهش های پژوهش کارور (۱۳۹۵)، سپهریان آذر و سعادت مند (۱۳۹۴)، پاشا و یادآوری (۱۳۸۶)، فتحی و اجارگاه و همکاران (۱۳۸۷) و هاواک و اوگور (۲۰۱۲) همسو بوده است. می توان یافته های این پژوهش ها را با توجه به نظریه هوش هیجانی اینگونه تحلیل کرد که افرادی که تحصیلات خود را در سطح عالی ادامه می دهند ظرفیت روانشناختی بالاتری دارند، زیرا در

این مسیر با چالش‌های مختلفی روبرو می‌شوند و لازم است این چالش‌ها را پشت سر بگذارند و برای غلبه بر این موانع لازم است مهارت‌هایی مانند خودآگاهی، حل مسئله، اعتماد به نفس، همکاری، مهارت‌های ارتباطی و حتی همزیستی مسالمت‌آمیز را کسب کنند. لذا می‌توان استنباط کرد که با افزایش سطح تحصیلات، سطح مهارت‌های زندگی هم بالاتر می‌رود.

فرضیه دیگری که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفت، بررسی رابطه بین درآمد فرد با سطح مهارت‌های زندگی بود که مشخص شد بین این دو متغیر رابطه وجود دارد و با پژوهش افشار (۱۳۹۳) که به بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و هوش فرهنگی در دانشجویان پرداخت، همسو بوده است. این نتیجه را می‌توان با نظریه نیازهای مازلو تبیین کرد. مازلو در نظریه‌اش در مورد نیازها به این موضوع پرداخته که نیازهای مربوط به بقا پایین‌ترین سطح نیازها هستند و تنها زمانی که این نیازها برآورده شوند انسان می‌تواند به نیازهای سطح بالاتر مثل عشق و تعلق، احترام، نیازهای اجتماعی و خودشکوفایی بپردازد. پول یکی از مهم‌ترین جلوه‌های نیاز به بقاست و زمانی که این نیاز به اندازه کافی برآورده نشود، فرد نمی‌تواند به نیازهای سطح بالاتر بپردازد. اما با نتایج پژوهش هاواک و اوگور (۲۰۱۲) مغایر است، زیرا یافته‌های پژوهش آنها رابطه معناداری بین درآمد و سطح مهارت‌های زندگی افراد نشان نداد.

همچنین این فرضیه که بین سطح درآمد خانواده و مهارت‌های زندگی رابطه وجود دارد، در این پژوهش تأیید نشد و با پژوهش جهان ملکی و همکاران (۱۳۹۰) که نشان داد سطح درآمد خانواده و محل زندگی دانشجویان با سطح مهارت‌های زندگی آنها ارتباط ندارد، اما کارایی آنها تحت تأثیر میزان آگاهی‌شان نسبت به مهارت‌های زندگی است و همچنین با یافته‌های پژوهش افشار (۱۳۹۳) همسو بود. اما با پژوهش کامران و ارشادی (۱۳۸۸) با عنوان «بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و سلامت روان» همسو نیست، زیرا نتایج پژوهش آنها نشان داد رابطه معناداری بین سلامت روان و سطح درآمد خانواده وجود دارد. این نتیجه را نیز می‌توان با نظریه نیازهای مازلو تبیین کرد. مازلو در نظریه‌اش در مورد نیازها به این موضوع پرداخته که نیازهای مربوط به بقا پایین‌ترین سطح نیازها هستند و تنها زمانی که این نیازها برآورده شوند انسان می‌تواند به نیازهای سطح بالاتر مثل عشق و تعلق، احترام، نیازهای اجتماعی و خودشکوفایی بپردازد. پول یکی از مهم‌ترین جلوه‌های نیاز به بقاست و زمانی که این نیاز به اندازه کافی برآورده نشود فرد نمی‌تواند به نیازهای سطح بالاتر بپردازد. زمانی که خانواده درگیر نیازهای اولیه مربوط به بقاست نمی‌توان انتظار داشت که به نیازهای سطح بالاتر توجه کند.

یافته‌های پژوهش حاضر رابطه معناداری را بین وضعیت تاهل و سطح مهارت‌های زندگی نشان نداد. حال می‌توان به هدف اولیه این تحقیق بازگشت و گفت که افراد (جوانان)، جهت زندگی مطلوب نیاز به کسب مهارت همه‌جانبه دارند تا از این طریق بتوانند سهمی در پیشرفت خود و جامعه ایفا کنند. با وجود تمامی کاستی‌های موجود در امر آموزش و آمادگی جوانان در جامعه ما، هنوز میزان خوشبینی افراد و نیز میزان مهارت‌های زندگی در یافتی آنها از پیرامون‌شان (به ویژه خانواده خود) در سطح قابل قبولی است. اما وظیفه متولیان و مجریان دولتی آن است که قدر این همه صبوری شهروندان را بدانند و در راستای ارتقای مهارت زندگی جوانان اقدامات لازم را انجام دهند، زیرا جوانان ما نیازمند آن هستند که با بحران‌های مراحل مختلف زندگی آشنا گردند تا بتوانند شیوه زندگی فعالی داشته باشند. علاوه بر این، باید به جوانان به گونه‌ای آموزش دهیم که با رویدادهای بالقوه تنش‌زا به بهترین شکل مقابله کنند و آنها را به عنوان رویدادهای تحت کنترل خود ارزیابی نمایند. همچنین باید به جوانان بیاموزیم تا در برابر مشکلات تفکر خلاق خود را به کار

بگیرند و انعطاف پذیر باشند تا حل دشواری ها در زندگی برایشان آسان تر گردد و به واسطه این به کارگیری این مهارت ها زندگی شاد و آرامی را داشته باشند.

پیشنهادهای

- برای ارتقای سطح مهارت های زندگی جوانان، پیشنهادات زیر ارائه می شود:
- عقد تفاهم نامه همکاری بین اداره کل ورزش و جوانان با دانشگاه جهت تعریف و عملیاتی کردن برنامه های آموزشی در زمینه مهارت های زندگی نظیر مهارت های مربوط به ازدواج و زندگی زناشویی، ارتباط موثر و بدون خشونت و رفتارهای جرأت مندانه، حل مسئله، نه گفتن و ...؛
- افزایش مسابقات ورزشی گروهی جهت تقویت مهارت های مشارکت، همکاری و خودکنترلی در جوانان و برگزاری مسابقات ورزش های انفرادی برای تقویت مهارت های جرأت مندی، خودآگاهی و تاب آوری؛
- برگزاری مسابقات ورزش های انفرادی برای تقویت مهارت های جرأت مندی، خودآگاهی و تاب آوری؛
- طراحی برنامه ای مدون برای تقویت سه مهارت همکاری و مشارکت، حل مسئله و تشخیص نیازهای روانی برای جوانان یزدی با توجه به پایین ترین نمره آنها در موارد یاد شده؛ برنامه هایی مانند دنبال کردن اهداف گروهی در دبیرستان ها و دانشگاه ها، آموزش مهارت های خودشناسی مثل شناخت هیجانات و نامگذاری صحیح آنها، آموزش چگونگی پذیرش و کنار آمدن با این هیجانات و رفتار صحیح در لحظه و در زمینه حل مسئله شناسایی دقیق مشکل و بررسی راهکارهای موجود و انتخاب بهترین راه حل (استفاده از بسته های آموزش کنترل خشم، ذهن آگاهی و تنظیم هیجان).

منابع

- ادیب، یوسف. (۱۳۸۵). «بررسی میزان دستیابی نوجوانان ایرانی به مهارت‌های زندگی». فصلنامه علمی پژوهشی روان‌شناسی دانشگاه تبریز. سال اول، شماره ۴. ص ۵-۱۲.
- احمدی، سید احمد و قاسمی، ابوالقاسم. (۱۳۷۸). «تأثیر آموزش مهارت‌های اجتماعی بر رشد اجتماعی فرزندان شبه خانواده تحت پوشش سازمان بهزیستی اصفهان». فصلنامه دانش و پژوهش دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان.
- اسماعیل‌زاده، علی اصغر؛ مطلبی‌فرد، علیرضا؛ سلطانی، مهدی؛ دستا، مهدی. (۱۳۹۲). «برنامه مهارت‌های زندگی در ایران، آمریکا، کانادا، استرالیا، مالزی، ویتنام و هند. یک مطالعه تطبیقی». فصلنامه مطالعات برنامه درسی ایران. دوره ۸، شماره ۳۱. ص ۱۲۵-۱۵۴.
- اسماعیلی، محمد. (۱۳۸۰). «بررسی اثربخشی آموزش درس مهارت‌های زندگی در تعامل با شیوه فرزندپروری بر عزت نفس دانش آموزان استان اردبیل». فصلنامه پیام مشاور. شماره ۶.
- افشار، سیمین. (۱۳۹۳). «تحلیل جامعه‌شناختی رابطه بین سرمایه اجتماعی با هوش فرهنگی در بین دانشجویان دانشگاه تبریز». مطالعات جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد. ۲۵. ص ۳۹-۵۷.
- امیری، عبدالحسین؛ فلاح، سمیرا؛ اسفندیاری، حجت و غلامی، مهنا. (۱۳۹۴). «اثربخشی آموزش مهارت‌های زندگی بر سلامت روانی و سازگاری اجتماعی همسران جانبازان». فصلنامه فرهنگی- تربیتی زنان و خانواده. شماره ۳۰. ص ۱۲۹-۱۴۷.
- آقاجانی، مریم. (۱۳۸۱). «بررسی تأثیر آموزش مهارت‌های زندگی بر سلامت روانی و منبع کنترل نوجوانان». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهراء.
- پارسا، محمد. (۱۳۷۶). روانشناسی رشد کودک و نوجوان. تهران: انتشارات بعثت
- پاشا، غلامرضا و یادآوری، ماندانا. (۱۳۸۶). «اثر آموزش مهارت‌های زندگی بر سلامت عمومی، عزت نفس و خود ابرازی». فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. شماره ۱۰. ص ۳۰-۳۹.
- پرتو، مسلم. (۱۳۹۴). «بررسی اثربخشی برنامه آموزش مهارت‌های زندگی بر بهبود خودکارآمدی و جرأت‌ورزی در دانش آموزان پایه اول متوسطه». فصلنامه تعلیم و تربیت. دوره ۳۱، شماره ۲. ۱۴۵-۱۶۹.
- جهان ملکی، سیف اله؛ شریفی، مسعود؛ جهان ملکی، رعنا؛ نظری بولانی، گوهر. (۱۳۹۰). «رابطه سطح آگاهی از مهارت‌های زندگی با باورهای خودکارآمدی در دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی». پژوهش‌های نوین روان‌شناختی. ۲۲، ص ۱۹-۵۰.
- حنیفی، فریبا و اسکندری‌نیا، فرحناز. (۱۳۹۰). «بررسی رابطه بین آموزش بزرگسالان (والدین) و مهارت‌های زندگی دانش آموزان». فصلنامه تحقیقات مدیریت آموزشی. دوره ۳، شماره ۲ (مسلسل ۱۰). ص ۴۹-۷۰.
- خسروی، رحمت اله؛ فتحی واجارگاه، کوروش و عارفی، محبوبه. (۱۳۸۸). «نیازسنجی برای تدوین برنامه‌ی درس مهارت‌های زندگی در دوره‌ی متوسطه‌ی نظری». مجله علوم تربیتی. سال شانزدهم. شماره ۲. ص ۱۳۶-۱۱۳.
- خنیفر، حسین و پورحسینی، مژده. (۱۳۹۱). مهارت‌های زندگی. قم: انتشارات هاجر
- درکه، بهاره، کرامتی، هادی و امیری، حسن. (۱۳۹۲). «اثربخشی آموزش مهارت‌های زندگی در کاهش گرایش به مصرف مواد مخدر در تهران». فصلنامه دانش انتظامی پایتخت. ۶: ۸۹-۱۱۲.
- رحیمیان بوگر، اسحق؛ محمدی‌فر، محمدعلی؛ نجفی، محمود و دهشیری، غلامرضا. (۱۳۹۱). «تأثیر مهارت‌های زندگی بر سلامت عمومی دانشجویان. روان‌شناسی بالینی و شخصیت». دو فصلنامه

شاهد. دوره ۱۰. شماره ۸. ص ۲۲-۳۴.

- رفیعی، حسن؛ جعفری زاده، حسین؛ خلیل زاده، حمیده؛ اشرف رضایی، نیره و محمدی، بهروز. (۱۳۸۷). «بررسی تاثیر آموزش مهارت های زندگی بر میزان آگاهی زوجین جوان مراجعه کننده به مراکز بهداشتی ارومیه به منظور مشاوره ازدواج». فصلنامه دانشکده پرستاری و مامایی. دوره هفتم. شماره اول. ص ۲۱-۲۶.
- زارع، اعظم؛ خادمی، ملوک و یاراحمدیان، نسرين. (۱۳۹۴). «نقش مهارت های زندگی والدین در کارکرد خانواده و عملکرد تحصیلی فرزندان». فصلنامه پژوهش و خانواده. دوره ۱۱. شماره ۲۴. ص ۸۰-۹۶.
- سازمان بهداشت جهانی. (۱۳۷۷). برنامه آموزش مهارت های زندگی. ربابه نوری قاسم آبادی و پروانه محمدخانی. تهران: انتشارات معاونت امور فرهنگی و پیشگیری سازمان بهزیستی
- ساعتچی، محمود؛ کامکاری، کامبیز و عسکریان، مهناز. (۱۳۸۹). آزمون های روان شناختی. تهران: نشر ویرایش
- سپهریان آذر، فیروزه و سعادتمند، سعید. (۱۳۹۴). «تاثیر آموزش مهارت های زندگی و مشاوره گروهی با روش عاطفی رفتاری عقلانی بر خودپنداره تحصیلی، انگیزش پیشرفت و سلامت روان دانش آموزان ناموفق». فصلنامه دانش و پژوهش در روانشناسی کاربردی. شماره ۵۹. ص ۶۶-۷۷.
- سلمانیان، علی اکبر؛ جاجرمی، محمود و فلاحتی، مریم. (۱۳۹۴). «اثربخشی آموزش مهارت های زندگی بر کیفیت زندگی همسران جانبازان مبتلا به اختلالات خلقی». نشریه طب جانباز. شماره ۷. ص ۱۹۷-۲۰۵.
- سیف، علی اکبر. (۱۳۸۰). روان شناسی پرورشی. چاپ چهاردهم. تهران: انتشارات آگاه
- غریبی، حسن و قلی زاده، زلیخا. (۱۳۸۶). «سطح مهارت های زندگی دانش آموزان راهنمایی و متوسطه کردستان». نوآوری و مدیریت آموزشی. شماره ۹. ص ۱۱۷-۱۴۲.
- فتحی واجارگاه، کوروش؛ عارفی، محبوبه و اسفندیاری، توران. (۱۳۸۷). «شناسایی و اولویت یابیمهارت های زندگی مورد نیاز بزرگسالان برای لحاظ کردن در برنامه های درسی مدارس». فصلنامه تعلیم و تربیت. شماره ۹۳. ص ۶۹-۱۰۱.
- فرمهینی فراهانی، محسن؛ سبحانی نژاد، مهدی و پیداد، فاطمه. (۱۳۸۹). «بررسی مقایسه ای میزان مهارت های زندگی دانشجویان رشته های فلسفی و غیرفلسفی دانشکده های علوم انسانی دانشگاه های دولتی شهر تهران». دو فصلنامه مطالعات برنامه درسی آموزش عالی. شماره ۱. ص ۱۵۸-۱۴۲.
- قاسم زاده، مسعود؛ مدیریان، احسان؛ سروش، محمدرضا و سرستانی، فهیمه. (۱۳۸۷). «بررسی میزان اثربخشی آموزش مهارت های بهداشت روانی به کارکنان اداره کل جانبازان جنوب غرب تهران بر میزان رضایت مندی جانبازان مراجعه کننده به این اداره». نشریه طب جانباز. شماره ۱. ص ۵۴-۶۵.
- قلاوندی، حسن و صفدری، خسرو. (۱۳۹۴). «الگوی علی روابط بین مهارت های زندگی، خودکارآمدی جمعی و رضایت زندگی». فرایند مدیریت و توسعه. دوره ۲۸. پیاپی ۹۳. ص ۱۵۵-۱۳۱.
- کارور، حسین. (۱۳۹۵). «بررسی رابطه مهارت های ارتباطی با مدیریت تعارض (مطالعه موردی: مدیران گروه صنعتی پارس خودرو)». پژوهش های جدید در مدیریت و حسابداری. دوره ۳. شماره ۱۲. ص ۱۱۱-۱۲۵.
- کاشانی نیا، زهرا. (۱۳۷۹). «عوامل استرس زا و رابطه آن ها با کیفیت زندگی زنان سرپرست خانواده». پایان نامه دکتری، دانشگاه علوم بهزیستی و توانبخشی.
- کامران، فریدون و ارشادی، خدیجه. (۱۳۸۸). «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی شبکه و سلامت روان». پژوهش های اجتماعی. شماره ۳. ص ۲۹-۵۴.
- کلینکه، کریس. ال. (۱۳۸۴). مهارت های زندگی. شهرام محمدخانی. تهران: انتشارات اسپند هنر

- کیا، سیمما؛ شعبانی، حسن؛ احقر، قدسی و مدانلو، بهناز. (۱۳۹۵). «تأثیر آموزش مهارت ابراز وجود بر عزت نفس دانش‌آموزان». نشریه روان پرستاری، ۴، ۱: ۳۸-۴۶.
- کیانی‌فر، مریم. (۱۳۸۹). *دانش‌های زندگی*. تهران: انتشارات ابتکار دانش.
- کریمی، فریبا؛ فکری، سعیده و سعیدیان، نرگس. (۱۳۹۱). «بررسی سطح مهارت‌های زندگی دانش‌آموزان دوره متوسطه شهرستان تکاب». فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی. سال ششم، شماره ۲. ص ۶۷-۵۳.
- محسنی، هدی السادات و شفیع‌زاده، حمید. (۱۳۹۵). «بررسی اثربخشی آموزش مهارت‌های زندگی در دبیرستان‌های شهر تهران». اندیشه نوین تربیتی. دوره ۱۲. شماره ۱. ص ۱۴۴-۱۶۲.
- محکی، فرهاد؛ شریفی جندانی، حمیدرضا و محکی، وحید. (۱۳۹۵). «اثربخشی بازی درمانی بر بهبود مهارت‌های زندگی کودکان کم توان ذهنی». نشریه تعلیم و تربیت استثنایی. شماره ۱۳۹: ۲۹-۲۳.
- مرتضوی، شهرناز. (۱۳۸۳). «روابط متقابل خودکارآمدپنداری و ادراک حمایت از سوی خانواده، معلمان و دوستان نزدیک در ارتباط با رضایت از زندگی در نمونه‌هایی از دانش‌آموزان دبیرستانی شهر تهران». فصلنامه نوآوری‌های آموزشی. سال سوم. شماره ۸. ص ۱۳-۳۸.
- مقدم، مرضیه؛ شمس‌علی‌زاده، نرگس و وفایی‌بانه، فاروق. (۱۳۸۵). «بررسی اثربخشی برنامه آموزش مهارت‌های زندگی بر میزان آگاهی از این مهارت‌ها در گروهی از دانش‌آموزان مقطع چهارم دبستان‌های شهرستان سنندج (سال ۱۳۸۳)». مجله پزشکی دانشگاه علوم پزشکی تبریز. سال ۲۸. شماره ۲. ص ۱۰۳-۱۰۷.
- میلر، جی. پی. (۱۳۸۳). *نظریه‌های برنامه درسی*. محمود مهرمحمدی. چاپ سوم، تهران: انتشارات سمت.
- نظری، علی محمد؛ خدادادی سنگده، جواد؛ تلخابی، علیرضا و آلبو کردی، سجاد. (۱۳۹۰). «اثربخشی آموزش مهارت‌های زندگی بر کاهش تعارضات والد-فرزند دانش‌آموزان پسر دبیرستانی». فصلنامه خانواده و پژوهش. دوره ۸. شماره ۱۱. ص ۱۴۱-۱۵۷.
- نوری، ربابه. (۱۳۹۴). «ارزیابی طرح آموزش مهارت‌های زندگی مقطع راهنمایی». مجله دانشگاه علوم پزشکی خراسان شمالی. سال هفتم، شماره ۲: ۴۴۴-۴۳۳.
- نیازآذری، کیومرث؛ عمویی، فتانه؛ مداح، محمدتقی و بریمانی، ابوالقاسم. (۱۳۸۹). «ارزیابی مهارت‌های زندگی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری». روانشناسی تربیتی. دوره ۱، شماره ۳: ۶۶-۳۳.
- ولی‌پور خواجه غیاثی، رقیه؛ وحید شاهی، کوروش و صالحی عمران، ابراهیم. (۱۳۹۱). «میزان مهارت‌های زندگی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی مازندران». مجله ایرانی آموزش در علوم پزشکی. سال دوازدهم، شماره ۱۲(۲)، ص ۹۳-۱۰۰.
- یارمحمدی واصل، مسیب؛ نارنجی‌ها، هومان و رفیعی، حسن. (۱۳۸۹). «ساخت و اعتباریابی آزمون مهارت‌های زندگی در افراد وابسته به مواد». رفاه اجتماعی. ۱۰ (۲۹)، ۱۵۱-۱۷۶.

- Ahmadi Gatab, T., Nasram, S., Mehdizade, R., & Taheri, M. (2011). "Student's life quality prediction based on life skills". Social & behavioral sciences, 30: 1980-1984.
- Bolkan, A. (2015). "The effect of life skill psycho-education on divorced women". social & behavioral science, 205: 655-663.
- Drake, J. F. (2009). "Free adult education classes". Technical college adult. Director of adult education 3421. Meridian street North. Huntsville, Al: 35811.
- El-hadi, S., El-azim, F., El-azim, H. & El-tavali, M. (2017). "Corrolation between cognitive

- function, life skills & quality of life in children**". The egyptian journal of medical humangenetics, 31, 1-5.
- ENdrangu, A.N, Ngare, G, Wango, G. (2013). **"Gander Factor in implementation of life skills Education in secondary schools in Niaroby, Kenya"**. International Journal of Education & Research, 1, 5: 1-18.
 - Greenholland, M. F. (2012). **"The role and development of life skills in young sports participants"**. For the degree of Ph. D University of Birmingham.
 - Hawakes, D, Ugur, M. (2012). **Evidence of the relationship between Education skills, economic growth in low income country: A systematic review**. University of London.
 - Johnson, D. & Johnson, R. (1999). **Learning together and alone: cooperative, competitive, and individualistic learning**, Boston: Allyn and Bacon.
 - Kims, Y. (2003). **The effects of assertiveness training on enhancing the social skills of adolescents with visual impairments**. J. Vis. Impair. Blind, 97: 285–97.
 - Mohammadzade, H. M., Hamidian, A., Ahayati, K. S. & Suriani, I. (2017). **"The effect of life skills-based intervention on emotional health, self-esteem & coping mechanisms in Malaysian adolescents"**. International journal of educational research, 83, 32-42.
 - Petterson, D., Gravesteijn, C. & Roest, J. (2016). **"Strengthening of parenthood; developing a Life Skills Questionnaire for Dutch Parents (LSQ-P)"**. Procedia - Social and Behavioral Sciences 217, 748 – 758.
 - Prasertcharoensuk, T., Somparch, K., & Ngang, T. K (2015). **"Influence of Teacher Competency Factors and Students' Life Skills on Learning Achievement"**. Social & behavioral sciences, 186: 566-572.
 - Sirkala, B. & Kishor, K. (2010). **"Empoving adolescents with life skills education in schools mental health program: does it work?"**. indaian psychiatry, 52(4): 344-349.
 - Venata, A., Bastian, R., Nichole, D., Burn, L. & Nettelbeck, T. (2005). **"The relationship between emotional intelligence& life skills"**. Personality & individual differences, 39: 1135-1145.
 - Wenzel, V., Weichold, K, & Silbereisten, K. (2009). **"The life skills program: positive influence on school bonding & prevention on substance misuse"**. Journal of adolescence, 32(6): 1391-1401.
 - World Health Organization. (2004). **Young people's health in context: selected key findings from the health behavior in school- aged children study**.
 - World Health Organization. (1997). **Life skills education children and adolescents in schools**. WHO/MNH/PSF/93.7A.Rev.2. Geneva: WHO.

بی تفاوتی اجتماعی جوانان و گسست اجتماعی- فرهنگی (مطالعه پیمایشی جوانان شهر بوکان)

امید قادرزاده^۱
مهدی رادمان^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۱۱/۱۸

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۱۲/۱۲

بی تفاوتی اجتماعی به عنوان یک مسئله اجتماعی، مانعی بر سر راه مشارکت سیاسی و اجتماعی به شمار می‌آید. پژوهش حاضر با هدف بررسی میزان بی تفاوتی اجتماعی جوانان، در چارچوب چشم‌انداز وفاق اجتماعی و بر مبنای دستگاه نظری رابرت مرتن انجام شده است. روش تحقیق، پیمایش و ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه می‌باشد. جامعه آماری تحقیق، جوانان (۱۹ تا ۳۰ ساله) شهر بوکان می‌باشد. نمونه آماری با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای و تصادفی مطابق گردآوری گردیده است و حجم نمونه مورد مطالعه ۴۰۰ نفر می‌باشد. روش اصلی در تحلیل داده‌ها، رگرسیون چند متغیره است. نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون نشان می‌دهد که متغیرهای گسست ارزشی (۰/۲۶۳)، گسست هنجاری (۰/۳۵۶) و پایگاه اقتصادی-اجتماعی (۰/۱۷۰-) بر بی تفاوتی اجتماعی تأثیرگذارند. متغیر گسست هنجاری بیش‌ترین اثرگذاری را بر بی تفاوتی اجتماعی دارد. به این ترتیب، رگرسیون خطی فوق به میزان ۵۸/۲ درصد واریانس بی تفاوتی اجتماعی را تبیین می‌کند و ۴۱/۸ درصد به عوامل دیگر بستگی دارد.

واژگان کلیدی: بی تفاوتی اجتماعی، جوانان، گسست ارزشی، گسست هنجاری و بی تفاوتی عینی

۱. دانشیار، گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه کردستان، کردستان، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: O.ghaderzadeh@uok.ac.ir

۲. کارشناس ارشد، جامعه‌شناسی، دانشگاه کردستان، کردستان، ایران

مقدمه

بی تفاوتی اجتماعی، نوعی عارضه اجتماعی شناخته می شود؛ همان گونه که در نقطه مقابل آن، هر گونه اعتنای اجتماعی و نوع دوستی در حیات فردی و اجتماعی، نشانه پویایی و سلامت اجتماعی است. بی تفاوتی اجتماعی در بیشتر جوامع به مثابه یک مسئله اجتماعی شناخته شده و از دیر باز مورد توجه اندیشمندان و نخبگان سیاسی بوده است (نادری و همکاران، ۱۳۸۸: ۲۳؛ بنی فاطمه و رسولی، ۱۳۹۰: ۲). در جامعه شناسی، بی تفاوتی به حالت بریدگی و انفصال از نظام اجتماعی در ابعاد مختلف اشاره دارد؛ ممکن است این انفصال از فرهنگ عامه، ارزش های بنیادین، هنجارهای شغلی، حاکمیت سیاسی و یا عموم افراد یک جامعه باشد (براندن، ۱۳۷۳: ۶۸، به نقل از عباسی قادری، ۱۳۸۴: ۳) در میان انواع و ابعاد بی تفاوتی، بی تفاوتی اجتماعی نمود بیشتری دارد. «در بی تفاوتی اجتماعی، به رابطه دوجانبه میان فرد و جامعه توجه می شود و بریدگی از هنجارهای فرهنگی و انفصال یا جدایی از دیگر مردمان مدنظر است». (محسنی تبریزی و صدیقی فرد، ۱۳۹۰: ۱۲)

اگر مشارکت وسیع شهروندان در قلمروهای مختلف زندگی اجتماعی را شرط مهم توسعه اجتماعی، اقتصادی و سیاسی بدانیم، پس عدم مشارکت شهروندان و شیوع بی تفاوتی را می توان یک عامل اثرگذار در توسعه نیافتگی قلمداد کرد. انسان به عنوان موجود مدنی، برای رفع نیازمندی های زیستی، روانی و اجتماعی خود نیازمند توجه، تعاون، همکاری و مشارکت با هم نوعان خود در اجتماع است. میزان تشریک مساعی و همیاری های انسان دوستانه می تواند در یک طیف وسیعی از یک نگاه مهربانانه، دلجویی مسالمت آمیز، کمک ها و پشتوانه های مالی تا از خود گذشتگی قرار گیرد. اجتماعی بودن انسان و لزوم تعاون و همکاری در قالب شکل گیری تقسیم کار اجتماعی برای رفع نیازمندی های اولیه سبب شده است تا بی تفاوتی اجتماعی به عنوان یک مسئله اجتماعی مورد توجه قرار گیرد. در واقع، بی تفاوتی اجتماعی به عنوان نقطه مقابل پدیده مشارکت یک وضعیت نامتعارف اجتماعی محسوب می گردد. براین اساس، بی تفاوتی اجتماعی به عنوان یک مسئله اجتماعی، حاصل ناهمخوانی و ناهماهنگی میان امرذهنی^۱ و امرعینی^۲ در یک محدوده زمانی و مکانی است؛ به این معنا که بی تفاوتی اجتماعی از منظر بسیاری از اندیشمندان، به عنوان یک واقعیت اجتماعی ناهماهنگ با بایدهای مورد انتظار و پذیرش اجتماعی محسوب می شود.

در جامعه در حال گذار ایران به علت شرایطی چون ورود و حضور عناصری خاص از نهادها و صورت های اجتماعی مدرن مثل آموزش و پرورش، ارتباطات و ارزش های مدرن و از طرف دیگر، حضور قدرتمند و فعال عناصری از سنت چون: روابط خویشاوندی، اجتماع محلی، خاص گرایی و... شاهد حالتی دوگانه و ناهماهنگی هایی بین اهداف ارزشی و وسایل هنجاری می باشیم. در اثر ناهماهنگی اجزای ساختاری تشکیل دهنده جامعه، کنش ها و الگوهای تطابقی افراد حالتی نامعین و نامشخص به خود گرفته است. در این میان، تبعات و پیامدهای ناهماهنگی ساختاری در نزد جوانان به دلیل اقتضائات دوره جوانی نمود بیشتری دارد و آمارها و شواهد تجربی در مورد مصرف روان گردن ها و مواد مخدر، سطح پایین عضویت مدنی و بی رغبتی به مشارکت اجتماعی و سیاسی (عبدالهی و میرزایی، ۱۳۸۸: ۱۰۲)، بر وجوه مسئله زای ناهماهنگی ساختاری و گسست جوانان از نظام ارزشی و هنجاری جامعه دلالت دارد.

شواهد تجربی گویای کاستی در کنش های فعالانه شهروندان، انفعال در برابر رویدادهای اجتماعی پیرامون، نظاره گری و ثبت آن ها در دنیای دیجیتال و مشارکت های مجازی بدون کنش اجتماعی، شیوع بی توجهی در

1. Subjective
2. Objective

میان گروه‌هایی از افراد جامعه نسبت به برخی از کنش‌های نوع‌دوستانه و مسائل اجتماعی - نظیر نابرابری، گران‌فروشی و فساد اداری - و منافع آیندگان (مسعودنیا، ۱۳۸۰؛ کلاتری و همکاران، ۱۳۸۶؛ محسنی تبریزی و صداقتی فرد، ۱۳۹۰) است. بر مبنای این مطالعات، پدیده بی‌تفاوتی اجتماعی در میان جوانان نمود بیش‌تری دارد (محسنی تبریزی، ۱۳۸۱؛ عبداللهی و میرزایی، ۱۳۸۸: ۸۸).

مهمترین سرمایه هر جامعه، نیروی انسانی آن است و در این میان، نیروی جوان یکی از سرمایه‌های بسیار مهم تلقی می‌شود که می‌تواند مسیرهای ارتقا و پیشرفت یک کشور را به‌سرعت طی کند. اگر زمینه‌ها و بسترهای لازم برای پویایی، شادابی و خلاقیت این قشر مهم فراهم نشود و پیوندهای لازم بین آن‌ها و اجتماع برقرار نشود، آن‌ها در معرض بی‌تفاوتی اجتماعی قرار می‌گیرند (توفیق‌ان‌فر و حسینی، ۱۳۹۱: ۴۵). تجزیه و تحلیل شرایط موجود، نشان‌دهنده ناهمسازی‌ها، ازهم‌پاشیدگی‌ها و جدایی‌هایی است که به دلایل مختلف در چند دهه اخیر رشد یافته‌اند. مطالعات پیشین و نتایج پژوهش‌های اخیر بیانگر آن است که میزان تعهد اجتماعی کشران در سطح پایینی است. بسیاری از جوانان برای پاداش‌های فرهنگی جامعه ارزش لازم قائل نیستند و به‌راحتی از دیگر فرهنگ‌ها الگو می‌گیرند. این موارد همه نمایان‌گر ظهور نوع خاصی از بی‌تفاوتی است؛ بی‌تفاوتی‌هایی که ناظر بر جدایی فرد از نظام اجتماعی است (بنی‌فاطمه و رسولی، ۱۳۹۰: ۲).

شهرستان بوکان با داشتن بیش از ۲۵۰ هزار نفر جمعیت، از شهرهای پرجمعیت استان آذربایجان غربی و شهرهای کردنشین ایران و همچنین دارای رتبه سوم مهاجرپذیری در ایران می‌باشد. بعد از ارومیه، رتبه دوم میزان سواد را به خود اختصاص داده است. طبق آمار رسمی سرشماری سال ۱۳۹۵، قریب به ۴۱ هزار نفر از این جمعیت ۲۵۰ هزار نفری در سنین ۱۹ تا ۳۰ سال قرار دارند. بدون شک، یکی از مهمترین شاخص‌ها در بهبود رشد و شتاب توسعه در هر شهر یا جامعه‌ای، مشارکت نیروی جوان در آن مکان می‌باشد. با وجود رشد فزاینده جمعیت شهری و مهاجرت پذیری این شهرستان، جوانان از بیکاری رنج می‌برند. آمار بیکاری در شهرستان بوکان ۲۱ درصد - ۹ درصد بیشتر از میانگین استان آذربایجان غربی - است. درصد بیکاری در بین جوانان و فارغ التحصیلان دانشگاهی بسیار زیاد است. این مسئله نشان از وجود دشواری‌هایی بر سر راه تبدیل سرمایه فرهنگی جوانان (تحصیلات دانشگاهی) به سرمایه اقتصادی و اجتماعی و مشارکت سیاسی دارد که از تبعات آن می‌توان به آسیب‌پذیری روانی و اجتماعی جوانان، ضعف احساس تعلق ملی (حسینی و جلالی پور، ۱۳۹۱؛ ۲۹۹)، روی آوردن به مواد اعتیاد آور و صنعتی، از هم گسیختگی خانواده‌ها، بالا رفتن نرخ طلاق و بالا رفتن سن ازدواج (زاهدی و خضرنژاد، ۱۳۹۲) در میدان مورد مطالعه اشاره نمود. این مسئله مؤید وجود موانعی بر سر راه بهره‌مندی جوانان از وسایل نهادی و مجاری ساختاری در ابعاد مختلف می‌باشد. مطالعه زاهدی و خضرنژاد (۱۳۹۲) در مورد نوسازی و فرایند تحول ارزش‌ها در حوزه خانواده در شهر بوکان نشان‌گر آن است که ارزش‌های سنتی به‌ویژه در حوزه خانواده و اجتماع هنوز تا اندازه زیادی به قوت خود باقی هستند. هر چند ارزش‌های مدرن نیز آرام آرام و به تدریج در حال شکل‌گیری است، اما بافت سنتی میدان مورد مطالعه، زمینه را برای تغییرات محیطی و ارزشی جوانان مهیا نمی‌نماید. بنابراین، ارزش‌ها و هنجارهای سنتی با انتظارات جوانان و اقتضائات محیطی فاصله دارد و همین مسئله زمینه‌ساز انزوای اجتماعی جوانان و فاصله گرفتن آنان از جامعه شده است.

در مورد اهمیت و ضرورت پرداختن به مسئله بی‌تفاوتی اجتماعی در میان جوانان باید گفت که بی‌تفاوتی اجتماعی، انفصال و گسست ذهنی و کنشی جوانان را از جامعه در پی خواهد داشت و مانعی بر سر راه مشارکت اجتماعی و سیاسی خواهد بود و با فعال نمودن شکاف‌های اجتماعی، شکنندگی مناسبات اجتماعی،

چندپارگی اجتماعی و از هم گسیختگی اجتماعی را در پی خواهد داشت- علاوه بر آن که ظرفیت و توان اثرگذاری نسل جوان تقلیل خواهد رفت و با رواج ناامیدی، آسیب پذیری نسل جوان و گرفتار آمدن در دام مخاطرات اجتماعی نظیر اعتیاد، مصرف روان گردان ها و ... بیش تر خواهد بود. نکته قابل توجه در پژوهش حاضر، فرموله کردن بی تفاوتی اجتماعی به میانجی ناهماهنگی های ساختاری (به مثابه نشانه و پیامد گسست ارزشی و هنجاری) است که گزاره های مشاهده ای می تواند محکی برای دوری در باب میزان اعتبار تجربی دستگاه مفهومی مرتن باشد.

با اذعان به اهمیت جوانان به عنوان یکی از گروه های اثرگذار در پویای های اجتماعی و سیاسی، مسئله اصلی پژوهش حاضر این است که تا چه اندازه جوانان شهر بوکان نسبت به موضوعات و مسائل فرهنگی و اجتماعی بی تفاوت هستند؟ تا چه اندازه از امورات مدنی و اجتماعی جامعه کناره گرفته اند؟ جوانان تا چه اندازه از ارزش ها و اهداف فرهنگی و هنجارهای نظام اجتماعی فاصله گرفته اند و متغیر گسست ارزشی و هنجاری تا چه اندازه قادر به تبیین بی تفاوتی اجتماعی جوانان است؟

پیشینه پژوهش

در زمینه بی تفاوتی اجتماعی مطالعات قابل توجهی به انجام رسیده است که مؤید مسئله مند بودن و ضرورت عملی پرداختن به آن در جامعه و در نزد گروه های مختلف اجتماعی است. نتایج پیمایش کلاتری و همکاران (۱۳۸۶) با عنوان «بررسی بی تفاوتی و نوع دوستی در جامعه شهری ایران و عوامل مؤثر بر آن» نشان گر آن است که در مواجهه با حالت های اضطراری، ۷۵/۳ درصد از شهروندان، نوع دوست و ۲۴/۷ درصد بی تفاوت هستند. نادری و همکاران (۱۳۸۸) در پیمایش «الگوی ساختاری رابطه بین بیگانگی و بی تفاوتی اجتماعی» نشان داده اند که رابطه معنی داری بین بیگانگی اجتماعی با بی تفاوتی اجتماعی دانشجویان تهرانی وجود دارد. نتایج پژوهش پیمایشی محسنی تبریزی و همکاران (۱۳۹۰) مؤید آن است که متغیرهای قومیت، شغل، تحصیلات، بی هنجاری (آنومی)، اعتماد اجتماعی، اثربخشی اجتماعی، رضایت اجتماعی، محرومیت نسبی، فردگرایی، تحلیل هزینه- پاداش و التزام مدنی با بی تفاوتی اجتماعی رابطه معنی داری دارند. بر مبنای پژوهش مجیدی (۱۳۹۱) متغیرهای اثربخشی، اعتماد اجتماعی و رضایت اجتماعی با میزان بی تفاوتی اجتماعی دانشجویان رابطه معکوس دارند.

نتایج پژوهش مک دیل و ریدلی (۱۹۹۲) مؤید آن است که آن دسته از افرادی که پایگاه اجتماعی- اقتصادی پایین تری دارند، گرایش کمتری به انواع درگیری مشارکت جویانه در جامعه داشته اند. پایگاه اجتماعی- اقتصادی پایین به احساس عدم اثرگذاری و بیگانگی و در نهایت بی تفاوتی منجر می شود. بر مبنای پژوهش پیمایشی هربرت گنس^۱ (۱۹۹۲) احساس ناتوانی، بیگانگی اجتماعی، نارضایتی از نظام اجتماعی و ضعف تعلق اجتماعی رابطه معناداری با بی تفاوتی اجتماعی دارد. نتایج مطالعه کیفی سرفراز و احمد^۲ (۲۰۱۲) نیز نشانگر آن است که دانشجویان بی تفاوت، نگاه بدبینانه ای نسبت به سیاست داشته اند و احساس درماندگی آموخته شده در آن ها نمود بیش تری یافته است.

مطالعات تجربی موجود نشان از اهمیت نظری و کاربردی بی تفاوتی اجتماعی دارد؛ با وجود اهمیت موضوع، مطالعات چندانی در مورد مفهوم سازی بی تفاوتی اجتماعی صورت نگرفته است و بیشتر مطالعات موجود معطوف به بُعد سیاسی بی تفاوتی بوده است. از وجوه افتراق پژوهش حاضر، تمرکز بر بی تفاوتی

1. Gans, H

2. Sarfaraz& Ahmed

اجتماعی در ابعاد ذهنی و عینی بوده است. علاوه بر این، در مطالعه حاضر، بی تفاوتی اجتماعی در چارچوب دستگاه مفهومی مرتن و با تأکید بر متغیرهای گسست ارزشی و هنجاری مفهوم سازی شده است - علاوه بر این که در زمینه میدان مورد مطالعه با مختصات قومی و فرهنگی آن مطالعه ای صورت نگرفته است.

مبنای نظری پژوهش

با تأسی از تقسیم بندی کاف و همکاران (۲۶:۱۳۸۸) پژوهش حاضر در چارچوب گونه وفاق رویکرد ساختارگرایی به بررسی بی تفاوتی اجتماعی می پردازد. این رویکرد بر این پیش فرض استوار است که کش های ما را تا اندازه بسیار زیادی محیط اجتماعی سازمان می دهد. بر مبنای چشم انداز وفاق، ارزش ها و هنجارهای مشترک برای جامعه، ماهیت بنیادین دارد و بر نظم اجتماعی مبتنی بر توافق های صنفی تأکید می ورزند. بر این اساس، وفاق بر سر ارزش های اساسی، مشخصه اصلی است که به انسجام در جامعه و نظم آن می انجامد و یک جامعه را می توان هم چون نظامی یکپارچه، متشکل از بخش های بهم وابسته دانست. اعضای جامعه بایستی در چارچوب انتظارات فرهنگی، یعنی هنجارها و نقش هایی قرار گیرند که جامعه برای بقایش بدان نیاز دارد. بر مبنای این رویکرد، بی تفاوتی و انفعال به عنوان یک آسیب و مسئله اجتماعی تلقی می شوند. از جمله صاحب نظران اصلی رویکرد وفاق می توان به دورکیم، پارسونز، مرتن، و ملوین سیمن^۱ اشاره کرد.

موضوع پیوندها و تعلقات اجتماعی و تغییر و تحول آن در آثار اغلب صاحب نظران و جامعه شناسان کلاسیک و معاصر، به طور مستقیم و غیر مستقیم مورد توجه قرار گرفته است. در جامعه شناسی دورکیم، پیوندها و مناسبات اجتماعی رسته هایی قلمداد می شود که بر بنیان آن جامعه ساخته و همبسته می گردند (دورکیم، ۱۳۸۴: ۲۳۳-۲۲۸).

دورکیم در کتاب «تقسیم کار اجتماعی»، بر اهمیت اخلاق اجتماعی یا مدنی برای دور ماندن جامعه از بی هنجاری تأکید داشت. دغدغه اساسی وی، دست یافتن به همبستگی و نظم جدیدی بود که با توجه به شرایط صنعتی عصر مدرن راهگشا باشد. به زعم دورکیم، بر خلاف همبستگی مکانیکی که مختص جوامع ماقبل مدرن است، روابط جدید در جامعه مدرن از جنسی دیگر است و «تنها خود جامعه از طریق سازوکارهای انجمنی یعنی گروه بندی های اجتماعی جدید می تواند از پراکنده شدن گرد و غباری از افراد سازمان نیافته جلوگیری کند و همه را با هم نگه دارد... از گروه گرمایی بر می خیزد که دل ها را گرم می کند... دریچه دل را بر روی مهر و علاقه می گشاید و یخ خودخواهی را آب می کند». (همان، ۳۰)

دورکیم، با رویکرد انتقادی به جهان مدرن به دلیل وضعیت آنومیک و فردگرایی دنیای صنعتی، فردگرایی افراطی و بی تفاوتی را شاخصی برای عدم انسجام اجتماعی جامعه مدرن می دانست. وی امیدوارانه بر تقسیم کار اجتماعی سازمان های شغلی و حرفه ای جهت انسجام مجدد اجتماعی و روح جمع گراییانه تکیه کرده بود. دورکیم با تفکیک فردگرایی افراطی منتج از گسیختگی پیوند میان فرد و اجتماع بر فردگرایی ناشی از تقسیم کار بر مذهب و شرّ بودن فردگرایی افراطی در جامعه تأکید می کرد (دورکیم، ۱۳۸۴: ۴۱۱). دورکیم علاوه بر عوامل ساختاری، بر لزوم کنترل و الزام های درونی از طریق بسط نظام های اعتقادی و دینی در جامعه نیز تأکید داشت. التزام به هنجارهای دینی و انجام مناسک مذهبی در افزایش مسئولیت پذیری اجتماعی کنشگران تأثیر اساسی دارد (جلایی پور و محمدی، ۱۳۸۷: ۴۸).

پارسونز، در چارچوب مدل سیرتیک به رابطه دیالکتیکی خرده نظام های اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و

سیاسی و همچنین به ایفای نقش و مسئولیت‌پذیری کنشگران در موقعیت‌های افراد در درون خرده نظام‌ها تأکید می‌کند (کرایب، ۱۳۸۹: ۵۴-۵۳). به اعتقاد پارسونز، ارزش‌های اجتماعی، از خارج بر افراد تحمیل نمی‌شود، بلکه در مناسبات متقابل با جامعه ایجاد می‌گردد. در واقع، این ارزش‌ها هستند که در عمل، شرایط ساختی کنش اجتماعی را تشکیل می‌دهند. با این همه، تجربیات نشان می‌دهد ارزش‌ها فوق‌العاده متنوع هستند، لیکن پارسونز آن‌ها را در قالب متغیرهای الگویی که الگوهای تحلیلی به شمار می‌آیند دسته‌بندی می‌کند (توسلی، ۱۳۸۸: ۲۴۳). متغیرهای الگویی دو شیوه متفاوت جهت‌گرایی ارزشی در نقشی است که از فرد انتظار می‌رود در هر نظام اجتماعی ایفا کند و بر الگوهای ارزشی متفاوت حاکم بر رفتار فرد در ارتباط با دیگران دلالت دارد (ازکیا، ۱۳۷۹: ۹۵). یکی از این انواع متغیرهای الگویی، انفعال‌گرایی در مقابل فعال‌گرایی است. انفعال‌گرایی به پذیرش وضع موجود و کاهش قدرت اراده و به دنبال آن عدم تمایل به تغییر و مشارکت می‌انجامد. در مقابل، فعال‌گرایی باعث ایجاد اعتماد به نفس و انگیزه برای تغییر وضع موجود می‌شود که این انگیزه مشارکت را می‌طلبد (موسوی، ۱۳۹۱: ۱۶۰). از دیگر متغیرهای الگویی، عام‌گرایی به عنوان یکی از عناصر ساختی نظام کنش است که در فرایند انتخاب‌های دوتایی موجب دوری از خاص‌گرایی و توجه به منافع جمعی و ارزش‌های نوع‌دوستی و در نهایت، مسئولیت‌های اجتماعی خواهد شد (استونز، ۱۳۸۸: ۱۵۷). رابرت مرتن، با بینش جامعه‌شناختی نظم و کارکردگرایی، جامعه را نظامی در نظر می‌گیرد که مشتمل بر مجموعه‌ای از عناصر ساختاری چون فرهنگ و ساختارهای اجتماعی است که در تعامل و هماهنگی با یکدیگر و با محیط و با ایفای کارکردهای مربوط به خود امکان تطابق نظام اجتماعی و سازگاری افراد را با محیط خویش فراهم می‌سازند (عبداللهی، ۱۳۸۱: ۱۳۷-۱۳۸).

از نظر مرتن و دورکیم، فرهنگ پدیده‌ای جمعی است که بر مردم از خارج تحمیل می‌شود، اما در عین حال به وسیله آن‌ها هم نگهداری و منتقل می‌گردد. از نظر مرتن، «ساختار فرهنگی، مجموعه سازمان‌یافته‌ای از ارزش‌های رهنمودی حاکم بر رفتار عموم اعضای یک جامعه یا گروه مشخص است». او در تحلیل کارکردی، کارکرد ساختار فرهنگی را تولید نظام‌های ارزشی، یعنی، خوب‌ها و بد‌ها می‌داند. هم‌چنین معتقد است این ساختار فرهنگی است که اهداف مشروع را در یک جامعه معین می‌کند و افراد به دلیل ناتوانی این ساختار فرهنگی در تعیین اهداف مشروع در جامعه، منحرف می‌شوند. مرتن، بین ارزش‌های اصلی یا اهداف فرهنگی، از یک سو و هنجارهای نهادی از سوی دیگر، تمایز قائل است - هنجارها، اشکال مفصل‌تری هستند که در آن‌ها ارزش‌های اصلی به مورد اجرا در می‌آید تا بر رفتار اجتماعی تأثیر بگذارند (گروترز، ۱۳۷۸: ۱۲۱).

به نظر مرتن، هدف‌ها کمابیش همبسته‌اند و نیز به طور کلی در یک سلسله مراتب ارزشی دسته‌بندی می‌شوند. اهداف متداول که میزان حساسیت و اهمیت آن‌ها متفاوت است، دربردارنده چارچوب مرجع آرمانی هستند؛ یعنی اموری هستند که «ارزش تلاش کردن» را دارند. این اهداف اگرچه با سائقه‌های زیست‌شناختی ارتباط دارند، اما به وسیله آن‌ها تعیین نمی‌شوند. عنصر دوم، ساختارهای اجتماعی است که شیوه‌های پذیرفتنی رسیدن به این هدف را تعیین، تنظیم و نظارت می‌کند. هر گروهی ناگزیر است اهداف فرهنگی خود را با مقرراتی منطبق کند که ریشه در نظام رسوم اخلاقی یا نهادها دارد و این مقررات بیانگر راه و روش‌های مجاز حرکت به سوی این هدف‌هاست. هنجارهای نظم‌دهنده ضرورتاً با هنجارهای فنی و کارآمد یکی نیستند، بلکه مربوط به احساس‌های ارزشی نهفته در آن است (مرتن، ۱۳۷۶: ۴۳۲).

در طرح مفهومی مرتن، کنشگر از نظر اجتماعی تنها تا اندازه‌ای مجبور است و تصور براین است که در درون محدودیت‌های تحمیلی ساختاری از فضایی برای مانور نیز برخوردار است. فرد با ایستادن در

مرکز مجموعه پایگاه‌های اغلب گوناگون، بین مسیرهای مختلف و پیچیدگی‌های ساختار اجتماعی همزیستی به وجود می‌آورد. انگیزه‌ها و فشارهایی که فرد را متاثر می‌سازند، به نوبه خود، به طور ساختاری و از طریق مجاری ساختار اجتماعی به فرد منتقل می‌شوند.

مرتین، ضمن ایجاد تمایز بین اختلال سازمانی و آنومی، اولی را موقت و دومی را پدیده‌ای قاعده‌مند و دارای کژکارکرد می‌داند که به الگوهای رفتار ناهمخوانانه منجر می‌شود. او تحت تاثیر دوکیم، آنومی را در دو سطح کلان یعنی ناهماهنگی و گسست بین فرهنگ و ساختارهای اجتماعی و سطح خرد، یعنی گسستن افراد از ارزش‌ها و اهداف فرهنگی یا هنجارها و وسایل نهادینه نیل به آن‌ها مطرح می‌کند. نظریه کش‌ورزی بی‌هنجاری یا فشار ساختاری^۱ مرتین (۱۹۸۳) در تبیین بی‌تفاوتی اجتماعی بیان می‌دارد که اشکال مختلف نظام گسیختگی جامعه ناشی از عدم کارکرد صحیح نقش‌ها و پایگاه‌های اجتماعی است که سبب می‌گردد افراد قادر به کشف اهداف خود و اهداف جامعه نباشند. مرتین، بی‌تفاوتی را حاصل وضعیتی می‌داند که در آن افراد اهداف مورد قبول جامعه و وسایل نیل به آن‌ها را نمی‌پذیرند در این حالت، فرد با موقعیتی متناقض روبرو می‌شود که طی آن از یک‌سو، فرد از نظر اخلاقی خود را مجبور به عدم استفاده از ابزار غیرقانونی می‌بیند و چون راه دیگری را متصور نمی‌بیند، احساس ناکامی، سرخوردگی و سپس شکست می‌شود و در نهایت با بهره‌گیری از ساز و کار گریز، خود را با انزواگرایی و بی‌تفاوتی نمایانگر می‌سازد (مرتین، ۱۹۶۸: ۴۱-۴۰).

یکی از عناصری که پیوند عمیقی با بی‌تفاوتی اجتماعی دارد، بیگانگی اجتماعی است. ملوین سیمن^۲، ضمن ارائه تعریفی از مفهوم بیگانگی، ابعاد پنج‌گانه آن از هم تفکیک نموده است: احساس بی‌قدرتی^۳؛ احساس بی‌معنایی^۴؛ احساس بی‌هنجاری^۵؛ احساس انزوای اجتماعی^۶ و احساس تنفر^۷ (یزدان پناه، ۱۳۸۶: ۱۱۲). احساس انزوای اجتماعی، واقعیتی فکری است که در آن فرد عدم تعلق و وابستگی و انفصال تامه‌ای را با ارزش‌های مرسوم جامعه احساس می‌کند. در این حالت، فرد اعتقاد و باور نازلی نسبت به سازوکار ارزش‌گذاری و نظام پاداش اجتماعی دارد و خود را با هر آنچه که از نظر جامعه معتبر و ارزشمند است، هم‌عقیده و هم‌سو نمی‌بیند. احساس انزوای اجتماعی به معنای قابلیت سازگاری فرد با زمینه اجتماعی خویش نیست؛ بلکه مبین انفکاک فکری فرد از استانداردهای فرهنگی است (سیمن، ۱۹۵۹: ۷۸۶-۸۹ به نقل از محسنی تبریزی، ۱۳۸۱: ۹۶).

استرلین، تبیینی اقتصادی و جمعیت‌شناختی از بی‌تفاوتی ارائه کرده است. استرلین استدلال می‌کند که اعضای گروه‌های سنی بالاتر، از نظر اقتصادی رنج می‌برند و همین آن‌ها را نسبت به امور اجتماعی و سیاسی سرخورده و بی‌تفاوت می‌سازد. لذا وی معتقد است که تمایلات و روندها در ارتباط با بی‌تفاوتی اجتماعی، تا اندازه‌ای تابعی از تغییرپذیری نسلی در زمینه بهزیستی و رفاه اقتصادی است. افراد طی فرایند اجتماعی شدن به دلیل ناتوانی و ناکامی در رقابت‌ها و دستیابی به آرزوهای اقتصادی، دچار سرخوردگی در امورات اقتصادی و اجتماعی از جمله بی‌تفاوتی می‌شوند (مسعودنیا، ۱۳۸۰: ۱۶).

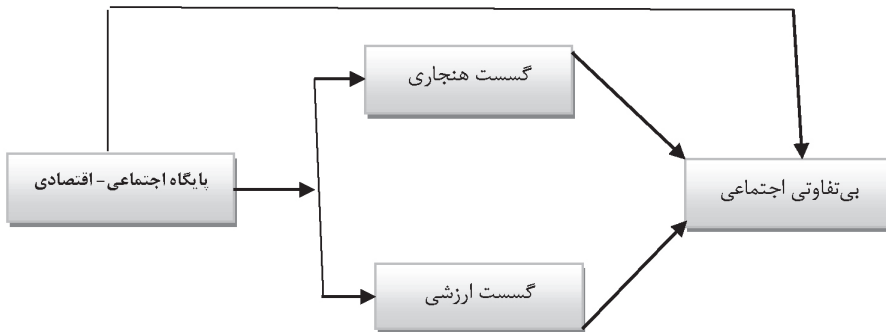
1. structural strain theory
2. Seeman
3. Powerlessness
4. Meaningless
5. Normlessness
6. Social Isolation
7. Strangement

چارچوب نظری پژوهش

با نظر به چشم انداز وفاق اجتماعی و به تأسی از دستگاه نظری رابرت مرتن، بی تفاوتی جوانان، متأثر از «گسست بین فرهنگ و ساختارهای اجتماعی» در سطح کلان است که در سطح فردی به صورت «گسستن افراد از ارزش ها و اهداف فرهنگی و هنجارهای اجتماعی» نمود پیدا می کند. با نظر به شواهد میدانی، این رویکرد قادر به شناخت و تبیین بی تفاوتی در وضعیت های در حال گذار می باشد و از این لحاظ مناسب تجربی با مختصات جوانان در میدان مورد مطالعه دارد. به زعم مرتن، جوانانی که از متن جامعه به حاشیه رانده می شوند، دانشجویانی که از اهداف آموزشی و راه های رسیدن به آن صرف نظر کرده و ترک تحصیل می نمایند، از مصادیق چنین وضعیتی (بی تفاوتی) به شمار می آیند (مرتن، ۱۳۷۶: ۲۲۰).

با نظر به بافت سنتی میدانی مورد مطالعه که با حضور همزمان مظاهر در حال گسترش زندگی مدرن و نشانگان سنت، فرهنگ و هویت قومی همراه است و با تغییراتی که به میانجی بالارفتن سطح تحصیلات، بهره مندی از مجاری نوین ارتباطی و اطلاعاتی در جهت گیری های ذهنی و کرداری جوانان حادث گشته است، نوعی شکاف فرهنگی و به تبع آن شکاف نسلی در جامعه پدیدار گشته است. همین فاصله، جوانان را با ابهام در زندگی فردی و اجتماعی مواجه ساخته و جدا افتادگی آنان را از جامعه در پی داشته است. علاوه بر این، از منظر مرتن و در چارچوب چشم انداز وفاق اجتماعی، الگوی کنشی بر حسب موقعیت افراد در نظام قشر بندی جامعه تفاوت پیدا می کند که در پژوهش حاضر در قالب متغیر پایگاه اقتصادی- اجتماعی مورد بررسی قرار می گیرد. در دیدگاه مرتن، پایگاه اقتصادی- اجتماعی، حامل عناصر ساختاری است و جایگاه فرد را در سلسله مراتب اجتماعی مشخص می کند و نظام ارزشی در قالب انتظارات و تکالیف نقشی در پایگاه اقتصادی- اجتماعی تبلور پیدا می کند.

در شکل ۱ ارتباط متغیرهای یاد شده آمده است:



شکل ۱: مدل نظری تحقیق

فرضیه های پژوهش

- بین میزان گسست ارزشی جوانان و میزان بی تفاوتی اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد؛ هرچه گسست ارزشی در جوانان بیش تر باشد، میزان بی تفاوتی اجتماعی جوانان بیش تر است.
- بین میزان گسست هنجاری جوانان و میزان بی تفاوتی اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد؛ هرچه گسست هنجاری در جوانان بیش تر باشد، میزان بی تفاوتی اجتماعی جوانان بیش تر است.

- بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی جوانان و میزان بی تفاوتی اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد؛ جوانانی که از پایگاه اقتصادی- اجتماعی بالایی برخوردارند، میزان بی تفاوتی اجتماعی کم تر است.

روش شناسی پژوهش تعاریف نظری و عملیاتی سازی متغیرها بی تفاوتی اجتماعی

نوعی ناهمخوانی اجتماعی است؛ وضعیتی که در آن افراد، اهداف مورد قبول جامعه و وسایل نیل به آن ها را نمی پذیرند. در این حالت، فرد با موقعیتی متناقض روبرو می شود که طی آن از یک سو، از نظر اخلاقی خود را مجبور به عدم استفاده از ابزار غیرقانونی می بیند و چون راه دیگری را متصور نمی بیند، احساس ناکامی، سرخورگی و سپس شکست می کند و در نهایت با بهره گیری از ساز و کار گریز، خود را با انزوایی و بی تفاوتی نمایانگر می سازد (مرتن، ۱۹۶۸: ۴۱-۴۰). بی تفاوتی، حالتی است که فرد به طور آگاهانه نسبت به مسائل محیطی، انسانی و هیجانی حیات اجتماعی خود، دچار بی علاقه‌گی و بی اعتنائی می گردد. در این پژوهش به تأسی از مطالعات تجربی (نوابخش و میرزاپوری، ۱۳۹۴؛ قاضی زاده، ۱۳۹۴؛ مسعودنیا، ۱۳۸۰؛ عبداللهی، ۱۳۸۳ و تبریزی و صداقتی فرد، ۱۳۹۰) بی تفاوتی اجتماعی در ابعاد ذهنی (شناختی) و عینی (کنشی) عملیاتی و در سطح ترتیبی سنجش شده است:

الف) بُعد ذهنی (شناختی): ناظر بر عدم لحاظ کردن دیگران و اجتماع در پنداشت، فهم و احساس فرد است. این بُعد در قالب ۱۹ گویه (بی اعتنائی نسبت به خانواده و آشنایان، سرنوشت و آینده جامعه، مسائل و مشکلات جامعه، نداشتن حس دلسوزی در برابر گرفتاری و مصیبت دیگران، احساس پوچی، بی تفاوتی در برابر محیط زیست، عدم تمایل به شرکت در جلسات و مباحث سیاسی و...) در سطح ترتیبی اندازه گیری شده است.

ب) بُعد کنشی (عینی): اجتناب و دوری گزینی فرد از اعمال و کنش های مشارکتی مبتنی بر اعمال نوع دوستانه در ابعاد اجتماعی، فرهنگی و سیاسی است؛ افراد در این وضعیت از مجموعه فعالیت ها و کنش های مرتبط با منافع عمومی اجتناب می ورزند. این بُعد در قالب ۱۵ گویه (مقابله و برخورد عملی نسبت به مسائل اجتماعی، کمک رسانی به سیل زدگان و زلزله زدگان، کمک به فرد حادثه دیده، کمک به مستمندان و افراد در راه مانده، اهدای خون، اقدام برای مصالحه بین طرفین دعوا، اقدام عملی در برابر مسائل و مشکلات زیست محیطی، رعایت حقوق دیگران، ضمانت مالی همسایگان و دوستان، همکاری فعالانه در انجمن های مدنی، تلاش عملی برای حل مشکلات اطرافیان، مشارکت در امور عمومی محله و ...) در سطح ترتیبی سنجش شده است.

گسست ارزشی

از نظر مرتن، گسست ارزشی، جدا افتادگی از ارزش های رهنمودی حاکم بر رفتار عموم اعضای یک جامعه یا گروه مشخص است (گروترز، ۱۳۷۸: ۱۲۱). در پژوهش حاضر به تأسی از مطالعه تجربی (عبداللهی و میرزایی، ۱۳۸۸) اهداف فرهنگی در ابعاد چهارگانه سیاسی (اهمیت قائل شدن برای کسب قدرت و مقام، نظارت و مدیریت)، اجتماعی (اهمیت قائل شدن برای احترام و اعتبار اجتماعی، انجام خدمت اجتماعی و داشتن زندگی آبرومندانه)، اقتصادی (اهمیت قائل شدن برای کسب پول، داشتن زندگی مرفه، موفقیت

اقتصادی، حسابگری و عقلانیت، خطر پذیری و مادی گرایی) و فرهنگی (اهمیت قائل شدن برای کسب دانش، کسب شناخت و رستگاری اخروی) در سطح ترتیبی اندازه گیری شده است.

گسست هنجاری

از نظر مرتن، هر گروهی ناگزیر است اهداف فرهنگی خود را با مقرراتی منطبق کند که ریشه در نظام رسوم اخلاقی یا نهادها دارد و این مقررات بیانگر راه و روش های مجاز حرکت به سوی این هدف هاست. این هنجارهای نظم دهنده ضرورتاً با هنجارهای فنی و کارآمد یکی نیستند، بلکه مربوط به احساس های ارزشی نهفته در آن است (مرتن، ۱۳۷۶: ۴۳۲). گسست هنجاری، ناظر بر بی اعتنائی و جدا افتادگی از راه ها، وسایل و اسباب حصول به اهداف فرهنگی است که معمولاً در هر فرهنگی تنظیم شده و مشروعیت آن ها از سوی سیستم فرهنگی مشخص شده است. در پژوهش حاضر، وسایل نهادی به لحاظ تحلیلی در قالب چهار نوع فرهنگی (دسترسی به امکانات آموزشی، تمایل به ادامه تحصیل، کیفیت اوقات فراغت، داشتن مدارج مهارتی و مشارکت انجمنی و...)، سیاسی (شرکت در انتخابات، راهپیمایی ها، عضویت و همکاری با تشکله ها و احزاب سیاسی، نوشتن مطلب در نشریات سراسری، سابقه نامزدی در انتخابات شورای اسلامی شهر و روستا، قانون گرایی و...)، اجتماعی (کمک به نیازمندان، پرداختن به کارهای عام المنفعه اجتماعی، روابط اجتماعی با دوستان و خویشاوندان و همسایگان، ورزش کردن، دسترسی به امکانات درمانی و بهداشتی، مسکن و سرپناه و...) و اقتصادی (داشتن مهارت لازم برای اشتغال، دنبال کردن راه های مقبول کسب درآمد، داشتن سرمایه برای به راه انداختن کسب و کار، داشتن شغل و...) عملیاتی و در سطح ترتیبی اندازه گیری شده است.

پایگاه اجتماعی- اقتصادی

افراد یک جامعه از نظر میزان دارا بودن «عوامل با ارزش اجتماعی» در لایه های گوناگون قرار گرفته اند؛ در لایه های بالا افراد برخوردار از عوامل با ارزش اجتماعی قرار گرفته و در لایه های پایین تر از میزان دارا بودن این عوامل کاسته می شود (رفیع پور، ۱۳۷۸: ۱۶۳-۱۶۲). این متغیر در ابعاد ذهنی و عینی عملیاتی و در سطح ترتیبی مورد سنجش قرار گرفته شده است. بُعد عینی، وضعیت موجود و واقعی فرد را می سنجد. منظور از بُعد ذهنی، تخمین طبقه اجتماعی یا پنداشت پاسخ گو از جایگاه خود در ساختار اجتماعی است.

برای بالا بردن اعتبار پرسش نامه، ابتدا اعتبار صوری سؤالات با بهره گیری از نقطه نظرات و مشاوره با صاحب نظران مورد بررسی قرار گرفت. علاوه بر این، در تدوین سؤالات یا گویه های مقیاس های اصلی از سؤالات مشابهی که در پرسشنامه های فراگیر مورد استفاده قرار گرفته بود، استفاده شد. در مرحله بعد، از آنجا که برای تجزیه و تحلیل داده ها، نیاز به شاخص سازی بود، از روش اعتباریابی^۱ شاخص ها استفاده شد و از این طریق معرف های مناسب برای ساخت شاخص مورد استفاده قرار گرفت. برای سنجش اعتبار درونی شاخص های مذکور از روش تحلیل گویه، استفاده گردید. در همین راستا، همبستگی بین شاخص های ساخته شده و تک تک گویه ها و معرف های تشکیل دهنده آن مورد بررسی قرار گرفت. با توجه به مثبت بودن همبستگی و معنی دار بودن آن در سطح ۰/۰۱ و بالاتر، شاخص های مربوط به متغیرهای مستقل و متغیر وابسته از اعتبار درونی برخوردار بودند. برای تحلیل پایایی مقیاس های پرسشنامه از ضریب پایایی یا آلفا استفاده شد. جدول ۱ نتایج تحلیل پایایی را نشان می دهد:

جدول ۱: نتایج تحلیل پایایی متغیرهای اصلی تحقیق

نام شاخص	تعداد گویه	آزمون پایایی
اهداف فرهنگی	۱۵	۰/۸۱۳
وسایل نهادی	۴۸	۰/۷۴۷
بی تفاوتی اجتماعی	۳۴	۰/۷۹۹
بُعد ذهنی پایگاه اجتماعی	۸	۰/۷۲

این پژوهش در چارچوب روش‌شناسی کمی و با استفاده از روش پیمایشی به انجام رسیده است. در پژوهش حاضر، از روش پیمایش مقطعی با دو هدف توصیف و تبیین استفاده شده است. در سطح توصیف، هدف نشان دادن تصویری از چگونگی جامعه آماری بر اساس متغیرهای مورد مطالعه به ویژه از نظر بی تفاوتی اجتماعی و گسست ارزشی و هنجاری می‌باشد. در سطح تحلیل یا تبیین، هدف یافتن روابط بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته و تلاش برای تبیین تغییرات متغیر وابسته بر اساس متغیر مستقل می‌باشد. در اغلب مطالعات پیمایشی، پرسشنامه متداول‌ترین ابزار گردآوری داده‌ها می‌باشد. در تحقیق حاضر نیز ابزار پرسشنامه برای جمع‌آوری داده‌ها به کار گرفته شده است.

جامعه آماری پژوهش جوانان مرد ۱۹ تا ۳۰ ساله شهر بوکان بود. در مورد انتخاب این طیف سنی باید گفت از آن‌جا که الگوی روابط اجتماعی جوانان در سنین پایین در وهله اول تحت تأثیر اجتماعات و گروه‌های نخستین شکل می‌گیرد، عمدتاً ماهیتی انتسابی و محولی دارد. این در حالی است که جوانان واقع در سنین ۲۰ سالگی به بالا به دلیل تجربه جامعه‌پذیری ثانویه و عضویت‌های متداخل، امکان بازاندیشی و بسط الگوهای روابطی و شبکه‌های تعاملاتی می‌یابند؛ امری که در سنین بالا، بویژه در ۵۰ سالگی به بالا کم‌رنگ و با مقاومت در مقابل تغییر الگوهای روابط اجتماعی تثبیت شده و انتسابی همراه است (جنکینز، ۱۳۸۱: ۲۱). طبق سرشماری سال ۱۳۹۵، شهر بوکان (بخش مرکزی) ۱۹۳۱۵۱ نفر جمعیت دارد که از این تعداد ۳۰۰۲۲ نفر (معادل ۱۵/۵ درصد) در رده سنی ۱۹-۳۰ سال قرار داشته‌اند. بر اساس فرمول کوکران که در آن $t = 1/96$ (تعداد اشتباه استاندارد برای ضریب اطمینان قابل قبول) و $S^2 = 0/25$ (واریانس پدیده مورد مطالعه) و $d = 0/05$ (دقت احتمالی مطلوب) بوده است، حجم نمونه ۳۷۹ نفر به دست آمد.

$$n = \frac{30022 \times (1.96)^2 \times (0.5 \times 0.5)}{30022 \times (0.05)^2 + (1.96)^2 \times (0.5 \times 0.5)} = 379$$

برای مقابله با نقص پوشش و بی‌جوابی ۴۰۰ پرسشنامه گردآوری شد. در این پژوهش با مدنظر قراردادن محدودیت زمانی و مسئله دسترسی به چارچوب نمونه‌گیری یا فهرست جوانان و همچنین لحاظ نمودن متغیر پایگاه اقتصادی-اجتماعی، ابتدا روش نمونه‌گیری «احتمالی خوشه‌ای چندمرحله‌ای» مورد توجه قرار گرفت. با توجه به اینکه واریانس پدیده مورد مطالعه (۰/۰۵) در نظر گرفته شده است و نیمی از جمعیت دارای یک صفت می‌باشند، در داخل خوشه‌های انتخابی، نمونه‌گیری از نوع تصادفی مطابق استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش یافته‌های توصیفی ویژگی‌های جمعیتی

جمعیت نمونه این پژوهش بین ۱۹ تا ۳۰ سال قرار دارد. میانگین سنی افراد نمونه ۲۴/۵۱ سال بوده است. ۱۷ درصد کمتر از دیپلم، ۱۵ درصد دارای مدرک دیپلم، ۱۰ درصد دارای مدرک کاردانی، ۳۸ درصد دارای مدرک کارشناسی، ۱۶/۵ درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد و ۳/۵ درصد دارای مدرک تحصیلی دکتری بوده‌اند. به لحاظ وضعیت منزل مسکونی، ۵۸/۲۵ درصد دارای منزل ملکی، ۳۲ درصد استیجاری و ۳/۲۵ درصد دارای منزل سازمانی بوده‌اند. از نظر وضعیت اشتغال، ۲۶ درصد بیکار، ۳ درصد محصل، ۵۸ درصد دانشجو، ۳/۵ درصد کارمند، ۳ درصد سرباز و ۶/۵ درصد دارای شغل آزاد بوده‌اند. به لحاظ پایگاه اقتصادی- اجتماعی، ۳۶ درصد در پایگاه اقتصادی- اجتماعی پایین، ۴۹/۵ درصد متوسط و ۱۴/۵ درصد دارای پایگاه بالا بودند.

۷۰

توصیف آماری شاخص و ابعاد بی تفاوتی اجتماعی جوانان

جدول ۲، میانگین و انحراف معیار شاخص و ابعاد بی تفاوتی اجتماعی جوانان را نشان می‌دهد. بر مبنای نتایج به دست آمده، در ۴۱ درصد از افراد نمونه، بی تفاوتی اجتماعی پایین، در ۳۰ درصد متوسط و در ۲۹ درصد بالا بوده است. میانگین بی تفاوتی اجتماعی معادل ۴۸/۳ درصد است که بر مبنای یک مقیاس صفر تا ۱۰۰ پایین ارزیابی می‌شود. در میان ابعاد بی تفاوتی اجتماعی، میانگین بُعد عینی بیش‌تر از بُعد ذهنی بوده است.

جدول ۲: آماره‌های شاخص^۱ تشکیل دهنده بی تفاوتی اجتماعی

آماره‌ها		ابعاد بی تفاوتی اجتماعی
انحراف معیار	میانگین	
۶/۵۹۷	۴۰/۸	بی تفاوتی ذهنی
۸/۶۳۳	۵۵/۸	بی تفاوتی عینی
۱۲/۶۱۶	۴۸/۳۳	شاخص بی تفاوتی اجتماعی

توصیف آماری متغیرهای مستقل

بنا بر اطلاعات جدول ۳، میانگین گسست ارزشی ۴۳/۸ درصد است که پایین ارزیابی می‌شود. در میان ابعاد گسست ارزشی، بیش‌ترین گسست مربوط به اهداف سیاسی (۵۸ درصد) بوده و پس از آن گسست اهداف اقتصادی (۴۳/۷ درصد)، اجتماعی (۴۰/۵ درصد) و اهداف فرهنگی (۴۰/۲) قرار گرفته‌اند. همچنین، میانگین گسست هنجاری ۶۴/۶ درصد است که در سطح متوسط ارزیابی می‌شود. در میان ابعاد شاخص گسست هنجاری، بالاترین میانگین مربوط به گسست از وسایل سیاسی (۷۴/۲ درصد) بوده و پس از

۱. به منظور سهولت فهم، شاخص‌ها بر مبنای مقیاس صفر تا ۱۰۰ تنظیم شده‌اند؛ صفر به معنای کمترین و ۱۰۰ به معنای بالاترین میزان بی تفاوتی اجتماعی است.

آن گسست از وسایل اجتماعی (۶۰/۰۲ درصد)، وسایل اقتصادی (۵۲/۳ درصد)، و وسایل فرهنگی (۵۱/۷ درصد) قرار گرفته‌اند.

جدول ۳: توزیع فراوانی و درصد شاخص متغیرهای مستقل

متغیر	گزینه‌ها	فراوانی	درصد خالص	متغیر	گزینه‌ها	فراوانی	درصد خالص
گسست ارزشی	پایین	۱۴۵	۳۶/۲۵	گسست هنجاری	پایین	۹۶	۲۴
	متوسط	۱۳۹	۳۴/۷۵		متوسط	۱۶۸	۴۲
	بالا	۱۱۶	۲۹		بالا	۱۳۶	۳۴
	جمع	۴۰۰	۱۰۰		جمع	۴۰۰	۱۰۰
شاخص مرکزی	میانگین	۴۳/۸	شاخص مرکزی	میانگین	۶۴/۶	شاخص مرکزی	مرکزی

تحلیل دو متغیره

بر اساس نتایج تحلیل‌های دو متغیره در جدول ۴، متغیرهای گسست ارزشی و گسست هنجاری، اثر افزایش‌دهی بر بی تفاوتی اجتماعی جوانان دارند و متغیر پایگاه اقتصادی-اجتماعی اثر کاهش‌دهی بر بی تفاوتی اجتماعی جوانان دارد و روابط مذکور معنادار می‌باشد.

جدول ۴: ضرایب همبستگی متغیرهای مستقل با بی تفاوتی اجتماعی

متغیرها	ضریب کندال	سطح معناداری	کای اسکور	سطح معناداری
گسست ارزشی	۰/۳۷۳	۰/۰۰۰	۷۴/۵۴۶	۰/۰۰۰
گسست هنجاری	۰/۳۴۶	۰/۰۰۰	۷۹/۷۸۷	۰/۰۰۰
پایگاه اقتصادی-اجتماعی	-۰/۱۳۳	۰/۰۰۰	۲۱/۵۸۷	۰/۰۰۰

تحلیل رگرسیونی چند متغیره‌ی عوامل مرتبط با بی تفاوتی اجتماعی جوانان

بر اساس داده‌های جدول ۵، یکی از متغیرهای مستقلی که روی بی تفاوتی اجتماعی جوانان اثر مستقل داشته و بیشترین مقدار از تغییرات را تبیین می‌کند، متغیر گسست هنجاری است- ضریب بتای این متغیر از همه ضرایب بتا بیشتر و بیشترین اثر را بر روی متغیر وابسته داشته است. متغیر مستقل بعدی، گسست ارزشی می‌باشد. ضریب بتای این متغیر (۰/۲۶۳) بوده است. با اضافه شدن این متغیر به معادله رگرسیونی، ضریب تعیین از ۰/۴۴۴ به ۰/۵۶۱ افزایش یافته است. این دو متغیر با هم حدود ۵۶ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌کنند. متغیر پایگاه اقتصادی-اجتماعی در مرتبه بعدی اهمیت و اثرگذاری قرار گرفته است. بدین ترتیب، فرضیه‌های اصلی مطرح شده در تحلیل رگرسیونی چند متغیره، تأیید و سه متغیر مستقل با هم ۵۸ درصد تغییرات بی تفاوتی اجتماعی جوانان را تبیین می‌کنند.

جدول ۵: نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیره بی تفاوتی اجتماعی جوانان

متغیر	B	Se	Beta	T	sig	R square change
گسست هنجاری	۰/۲۳۰	۰/۰۲۸	۰/۳۵۶	۸/۱۹۶	۰/۰۰۰	۰/۴۴۴
گسست ارزشی	۰/۶۲۱	۰/۱۰۸	۰/۲۶۳	۵/۷۶۵	۰/۰۰۰	۰/۵۶۱
پایگاه اقتصادی - اجتماعی	-۰/۷۵۰	۰/۱۸۷	-۰/۱۷۰	-۳/۹۹۹	۰/۰۰۰	۰/۵۸۲
مقدار ثابت	۴۰/۲۵۷	۶/۸۶۶	-	۵/۸۶۳	۰/۰۰۰	-

بحث و نتیجه گیری

در این پژوهش در چارچوب چشم انداز وفاق اجتماعی و بر مبنای دستگاه نظری رابرت مرتن، در راستای توصیف و تبیین بی تفاوتی اجتماعی فرضیاتی مطرح و مورد آزمون قرار گرفت. فرضیات تحقیق در سطح معناداری در مرحله اول بررسی، یعنی رابطه تک تک متغیرهای مستقل با میزان بی تفاوتی اجتماعی جوانان، مورد تأیید قرار گرفتند- هر چند برخی از متغیرها رابطه ضعیفی با بی تفاوتی اجتماعی جوانان نشان دادند. فرضیه‌ها در مرحله دوم تبیین، یعنی بررسی رابطه متغیرهای مستقل با بی تفاوتی اجتماعی به وسیله تحلیل رگرسیونی چند متغیره، نشان دادند که رابطه مستقل و معنادار و قابل قبولی با بی تفاوتی اجتماعی دارند. پس بر مبنای این تحلیل‌ها، این مباحث نظری پیش می‌آید که دستگاه مفهومی مورد استفاده در مفهوم سازی بی تفاوتی اجتماعی، تا چه اندازه قدرت تبیین میزان بی تفاوتی اجتماعی جوانان را دارد؟ البته باید در نظر گرفت که سطح تحلیل در این تحقیق، خرد و واحد تحلیل آن فرد بوده و فرضیات مطرح شده نیز در این سطح بوده‌اند. به تأسی از مرتن، بی تفاوتی اجتماعی جوانان، در سطح خرد، حاصل «گسست از ارزش‌ها و اهداف فرهنگی» و «گسست از وسایل نهادی و نظام هنجاری» می‌باشد. بر این اساس، فرضیه‌های اول و دوم (ناظر بر رابطه گسست ارزشی و گسست هنجاری با بی تفاوتی اجتماعی جوانان) در هر دو مرحله تبیین مورد تأیید قرار گرفت و معلوم شد که این دو متغیر یکی از معنادارترین و قوی‌ترین عامل‌های تبیین بی تفاوتی اجتماعی در میان جوانان میدان مورد مطالعه می‌باشند. تأیید این فرضیه‌ها، معرف اعتبار علمی و ارزش عملی و کارآمدی دستگاه مفهومی مرتن در شرایط امروز جامعه ایران است. مطالعه تجربی کوثری (۱۳۸۶) نیز مؤید اثرگذاری نابسامانی و ناهنجاری در تکوین و شیوع بی تفاوتی اجتماعی در جامعه ایران می‌باشد.

در دیدگاه مرتن، پایگاه اقتصادی- اجتماعی، حامل عناصر ساختاری است و جایگاه فرد را در سلسله مرتب اجتماعی مشخص می‌کند. یکی از فرضیه‌های تحقیق درباره رابطه پایگاه اقتصادی- اجتماعی با بی تفاوتی اجتماعی بود. نتایج این بررسی نشان داد که بی تفاوتی اجتماعی در بین افراد متعلق به پایگاه اقتصادی- اجتماعی بالا، ۳ برابر پایین‌تر از افراد متعلق به پایگاه اقتصادی- اجتماعی پایین بود. رابطه پایگاه اقتصادی- اجتماعی با بُعد عینی بی تفاوتی اجتماعی دو برابر بیش‌تر از بعد ذهنی بی تفاوتی اجتماعی می‌باشد. استرلین بر این باور است، افراد به دلیل ناتوانی و ناکامی در رقابت‌ها و دستیابی به آرزوهای اقتصادی دچار سرخوردگی در امورات اقتصادی و اجتماعی از جمله بی تفاوتی می‌شوند (مسعودنیا، ۱۳۸۰: ۱۶).

با استفاده از آزمون فرضیات و مباحث نظری مطرح شده در قسمت‌های قبلی این فصل، اکنون می‌توان به عوامل بازدارنده بی تفاوتی اجتماعی جوانان پرداخت و بر اساس آن پیشنهادهایی را برای رفع عوامل تسهیل کننده بی تفاوتی اجتماعی جوانان مطرح نمود. البته روشن است که عوامل تسهیل کننده و بازدارنده ارتباط

تنگانگی با هم دارند و اغلب دو روی یک سکه‌اند.

بی تفاوتی اجتماعی، پدیده‌ای پیچیده و چند بُعدی است. در این پژوهش، بی تفاوتی اجتماعی در ابعاد ذهنی و عینی مورد سنجش قرار گرفت. هر چند در ۴۰ درصد جوانان مورد بررسی بی تفاوتی ذهنی و شناختی پایین بود، اما در ۶۰ درصد جوانان، بی تفاوتی ذهنی در سطح متوسط به بالا می‌باشد. به بیان دیگر، در پنداشت، فهم و احساس ۳۰ درصد از جوانان مورد بررسی، دیگران لحاظ نمی‌شوند و این احساس در ۳۰ درصد دیگر جوانان در حد متوسط است. بُعد عینی بی تفاوتی، ناظر بر میزان درگیری عملی جوانان در فعالیت‌ها و کنش‌های مرتبط با منافع عمومی است. بر مبنای یافته‌ها، در ۴۰ درصد از جوانان مورد بررسی، بی تفاوتی عینی در حد بالا، در ۲۷/۵ درصد متوسط و در ۳۲/۵ درصد پایین بوده است.

در چارچوب دستگاه مفهومی مرتن، الگوی رفتاری افراد، تابعی از شرایط و فرصت‌هایی است که جامعه برای آنان فراهم می‌کند و متغیرهای زیستی- روانی یا ذهنی- شخصیتی در الگوی رفتاری افراد جایگاه درخور توجهی ندارد (مرتن، ۱۹۶۸: ۲۶۰). پدیده‌های اجتماعی خصلتی جمعی و ساختاری دارند. بر این اساس، بی تفاوتی اجتماعی زمینه ساختاری دارد و نشانه ناهماهنگی ساختاری است که در سطح خرد و در سطح کنشگران به صورت بی تفاوتی نمود پیدا می‌کند.

یکی از ابعاد ناهماهنگی یا گسست بین کارکردهای این دو عنصر ساختاری، عدم پذیرش اهداف و ارزش‌های مرجع نظام فرهنگی از جانب جوانان و عدم دسترسی و یا عدم پذیرش وسایل و راه‌های نهادینه شده نیل به اهداف است. بر مبنای یافته‌ها، برای بخش قابل توجهی از جوانان مورد بررسی، گسست از ارزش‌های فرهنگی و راه‌های مورد پذیرش نیل به اهداف پدیدار گشته است. بنابراین، این وضعیت یک عامل ساختاری بازدارنده جدی بر سر درگیری اجتماعی جوانان به شمار می‌رود. بی تفاوتی و ناهموا شدن با ارزش‌ها و هنجارهای متعارف در میان این گروه اثرگذار، می‌تواند وجه آسیب‌زای مضاعفی بخود بگیرد؛ انفعال جوانان می‌تواند بستری برای گرایش به مصرف مواد مخدر و روان‌گردان‌ها باشد و آمارها نشان از شیوع مصرف مواد مخدر و روان‌گردان‌ها در جوانان دارد. نتایج پژوهش نادری و دیگران (۱۳۸۸) مؤید آن است که شاخص‌های بی‌هنجاری مانند کاهش تسلط بر فرایندهای زندگی، احساس ناتوانی و عجز در برابر مشکلات، آینده نامشخص شغلی و بی‌هدفی در زندگی، بی تفاوتی اجتماعی را در نزد جوانان تقویت کرده است.

عناصر ساختاری زمانی می‌تواند مروج هم‌نواپی در جامعه باشند که ارتباط فعال و پویایی با محیط داشته باشند. بی تفاوتی اجتماعی نشانه آن است که ارتباط عناصر ساختاری با محیط جامعه دچار اختلال شده است. بنابراین، ضرورت دارد تا ساختار فرهنگی و سیاسی (به عنوان تعریف‌کننده نظام ارزشی متعارف) و ساختار اجتماعی و اقتصادی (به عنوان ترسیم‌گر راه‌ها و مجاری تحقق نظام ارزشی)، متناسب با تغییرات و اقتضائات محیطی، تغییرات لازم را پذیرا باشند و به تبع اقتضائات محلی، ملی و جهانی، بازاندیشی فعالانه‌ای در نظام ارزشی و وسایل نهادی صورت پذیرد. آنچه در جامعه ایران حادث شده، تضلع عناصر ساختاری و عقب ماندن از نیازها و اقتضائات محیط جامعه و خرده فرهنگ‌ها و گروه‌بندی‌های مختلف اجتماعی از جمله جوانان است. یکی از نمودهای این گسست و اختلال، شکاف فرهنگ رسمی از فرهنگ غیر رسمی و شکاف نسلی است. این مسئله مؤید در برگیرنده نبودن عناصر ساختاری و به رسمیت نشناختن تنوع و تکثر و ذائقه و سلیقه‌های مختلف به‌ویژه در نزد جوانان است. تلقی غالب در جامعه ایران و به‌ویژه در نظام ارزشی متعارف از جوانی به مثابه مسئله است و این نوع طرز تلقی به جای ایجاد گشایش برای جوانان و دیده شدن ظرفیت‌ها و قابلیت‌های جوانان، محدودیت آور است. نتایج تحقیقات در مورد جوانان ایرانی نشان می‌دهد که ناآشنایی

با حقوق اجتماعی و فرهنگی و نداشتن انتخاب در بازآفرینی مدل رفتاری مرجع جوانان، در تقویت انفعال و احساس حاشیه‌نشینی اجتماعی آن‌ها مؤثر است (ذکایی، ۱۳۸۲: ۷).

از منظری دیگر، بی تفاوتی اجتماعی به مثابه یک الگوی رفتاری ناهمونایانه در بین جوانان، نشانه ناهماهنگی بین عناصر ساختاری در جامعه است. ساختارهای سیاسی، اجتماعی و اقتصادی در جامعه ایران جزیره‌ای عمل می‌کنند. ناهماهنگی ساختارهای مذکور اتلاف منابع و ناکارآمدی ساختاری را تشدید نموده است. برای نمونه، می‌توان به ناهمخوانی و انطباق پایین محتوای آموزشی و نظام پذیرش دانشجو در آموزش عالی با بازار کار و نیازهای جامعه اشاره نمود که سرخوردگی و ناکامی را در نسل جوان تشدید کرده است. امروزه به میانجی توسعه نظام آموزش عالی، سطح انتظارات و توقعات و دانش حرفه‌ای جوانان افزایش یافته است، اما محیط اقتصادی برای جوانان چندان مهیا نیست. جوانان تحصیل کرده خواهان به رسمیت شناخته شدن و مشارکت در ساختارهای اجتماعی، اقتصادی و سیاسی هستند، ولی با انسداد ساختارهای مذکور مواجه اند. علاوه بر تمهیدات ساختاری فوق، تحقق پیشنهادات زیر در راستای تعدیل بی تفاوتی اجتماعی ضروری به نظر می‌رسد:

- ۱- نهادهای مدنی سهم بسزایی در بسط تعلقات اجتماعی و پیوند و اتصال جوانان به جامعه دارند. نظر به پیشی گرفتن میانگین بی تفاوتی اجتماعی در بُعد عینی بر بُعد ذهنی، ضرورت دارد تا محیط اجتماعی برای حضور و کنشگری جوانان بیش از پیش مهیا شود و با مهیا نمودن زمینه‌های ساختاری، جوانان به فعالیت در نهادهای مدنی ترغیب گردند.

- ۲- نظر به تأثیرپذیری بی تفاوتی اجتماعی از زمینه‌های ساختاری، میدان مورد مطالعه به لحاظ امکانات و برخورداری‌ها وضعیت مطلوبی ندارد و در ردیف شهرها و مناطق کم‌برخوردار محسوب می‌شود. همین مسئله گسست هنجاری را در میدان مورد مطالعه تشدید نموده است. کاهش نابرابری‌های اجتماعی و بسط عدالت اجتماعی، بسط تقسیم کار اقتصادی و اجتماعی به مناطق کم‌تر برخوردار و جذب در اقتصاد ملی در افزایش فرصت‌های اقتصادی و اجتماعی جوانان و تقویت امید اجتماعی اثر بسزایی دارد.

- ۳- بر مبنای یافته‌ها، در میان اهداف و وسایل نهادی، بیش‌ترین گسست مربوط به بُعد سیاسی بوده است. همین مسئله گویای مهیا نبودن زمینه‌های ساختاری برای درگیر ساختن جوانان و ادغام آن‌ها در جامعه است. این مسئله می‌تواند بیگانگی سیاسی را تشدید نماید. با توجه به سطح بالای تحصیلات در جوانان مورد بررسی و بهره‌مندی آنان از سرمایه فرهنگی، مهیا نمودن زمینه‌های تبدیل سرمایه فرهنگی جوانان به سرمایه‌های اقتصادی و اجتماعی از طریق بکارگیری جوانان در مناصب اجرایی و اداری و مهیا نمودن فضای کسب و کار در جامعه ضروری به نظر می‌رسد. بکارگیری سیاست‌های ادغامی در تعدیل بیگانگی سیاسی و کم‌رنگ ساختن بی تفاوتی اجتماعی ضروری به نظر می‌رسد.

- ۴- در چارچوب چشم انداز وفاق اجتماعی، هویت اجتماعی به مثابه نوعی چسب اجتماعی، مجرای اتصال و پیوند افراد به جامعه می‌باشد. یافته‌های پژوهش حاضر نیز نشان داد که هویت‌های دینی و قومی اثرکاهنده‌ای بر بی تفاوتی اجتماعی دارد. با نظر به مخرج مشترک‌های فرهنگی، دینی و تاریخی، تقویت هویت‌های دینی و قومی (انعکاس نمادها و نشانگرهای فرهنگی و ظرفیت‌ها و قابلیت‌های اقوام در کتب درسی مقاطع مختلف تحصیلی و برگزاری جشنواره‌های فرهنگی) در تقویت تعلقات اجتماعی جوانان سهم بسزایی دارد.

منابع

- استونز، راب. (۱۳۸۸). متفکران بزرگ جامعه‌شناسی. مهرداد میردامادی. تهران: مرکز
- ازکیا، مصطفی. (۱۳۷۹). جامعه‌شناسی توسعه. تهران: کلمه
- بنی‌فاطمه، حسین و رسولی، زهره. (۱۳۹۰). «بررسی میزان بی‌تفاوتی اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه تبریز و عوامل مرتبط با آن». جامعه‌شناسی کاربردی. سال بیست و دوم، شماره ۱، صص ۲۶-۱.
- توسلی، غلامعباس. (۱۳۸۸). نظریه‌های جامعه‌شناسی. تهران: سمت
- توفیق‌ان‌فر، علی‌حسن و حسینی، سید احمد. (۱۳۹۱). «بررسی بی‌تفاوتی اجتماعی جوانان و عوامل اجتماعی مرتبط با آن (نمونه جوانان شهر یاسوج)». مطالعات جامعه‌شناختی جوانان. سال ۳، شماره ۸، صص ۵۸-۴۵.
- حسینی، سید ابراهیم، جلالی‌پور، حمیدرضا. (۱۳۹۱). «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی برون گروهی با هویت ملی جوانان (بررسی موردی: دانشجویان و غیردانشجویان اقوام ترک و کرد)». فرهنگ در دانشگاه اسلامی. شماره ۳، صص ۲۹۹-۳۱۸.
- دورکیم، امیل. (۱۳۸۴). تقسیم کار اجتماعی. باقر پرهام. تهران: مرکز
- زاهدی، محمد جواد و خضرزاد، عمر. (۱۳۹۲). «نوسازی و فرایند تحول ارزش‌ها در حوزه خانواده: بررسی نمونه‌ای دگرگونی ارزش‌های خانوادگی در شهر بوکان». مجله جامعه‌شناسی ایران. شماره ۳۰، صص ۶-۹۷.
- جلالی‌پور، محمدرضا و محمدی، جمال. (۱۳۸۷). نظریه‌های متأخر جامعه‌شناسی. تهران: نی
- جنکینز، ریچارد. (۱۳۸۱). هویت اجتماعی. تورج یاراحمدی. تهران: شیرازه
- صداقتی‌فرد، مجتبی. (۱۳۹۲). بی‌تفاوتی اجتماعی (معناکاوی، بنیان نظری، سبب‌شناسی). اصفهان: بهتاپژوهش
- صداقتی‌فرد، مجتبی. (۱۳۹۰). «مطالعه بی‌تفاوتی اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن (مورد پژوهش شهر تهران)». پایان‌نامه دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران.
- عباسی‌قادر، مجتبی. (۱۳۸۴). «بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر بیگانگی اجتماعی جوانان در شهر تهران». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
- عبدالحی، محمد و میرزایی، ابراهیم. (۱۳۸۸). «بررسی کنش تطابقی جوانان با محیط سیاسی - اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن (مطالعه موردی: استان ایلام)». شماره ۵۲، صص ۹۹-۱۲۵.
- قاضی‌زاده، هورامان و کیانپور، مسعود. (۱۳۹۴). «بررسی میزان بی‌تفاوتی اجتماعی در بین دانشجویان (مورد مطالعه: دانشگاه اصفهان)». پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی، شماره ۹، صص ۷۸-۵۹.
- کاف، ای. سی؛ دبلیو، دی شاروک و دی دبلیو، فرانسیس. (۱۳۸۸). چشم‌اندازهایی در جامعه‌شناسی. بهزاد احمدی و امید قادرزاده. تهران: کویر
- کلانتری، صمد؛ ادیبی، مهدی؛ ربانی، رسول و سیروس احمدی. (۱۳۸۶). «بررسی بی‌تفاوتی و نوع‌دوستی در جامعه شهری ایران و عوامل مؤثر بر آن». دانش‌ور رفتار. سال ۱۴، شماره ۲۲، صص ۲۷-۳۵.
- کرایب، یان. (۱۳۸۹). نظریه‌های مدرن جامعه‌شناسی از پارسونز تا هابرماس. محبوبه مهاجر. تهران: سروش
- کوثری، مسعود. (۱۳۸۶). نظریه‌های آنومی اجتماعی. تهران: سلمان

● بی تفاوتی اجتماعی جوانان و گسست اجتماعی- فرهنگی (مطالعه پیمایشی جوانان شهر بوکان)

- گروترز، چارلز. (۱۳۷۸). *جامعه‌شناسی مرتن*. زهره کسایی. تهران: دانشگاه علامه طباطبائی
- مسعودنیا، ابراهیم. (۱۳۸۰). «تبیین جامعه‌شناختی بی تفاوتی شهروندان در حیات اجتماعی سیاسی». اطلاعات سیاسی- اقتصادی. شماره ۱۶۵-۱۵۲، صص ۱۶۷-۱۶۸.
- مرتن، رابرت. (۱۳۷۶). *مشکلات اجتماعی و نظریه‌های جامعه‌شناسی*. نوین پولایی. تهران: امیرکبیر
- مجیدی، امیر. (۱۳۹۱). «بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مرتبط با بی تفاوتی اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه کردستان و دانشجویان پیام نور کردستان». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور، تهران.
- محسنی تبریزی، علیرضا و صداقتی فرد، مجتبی. (۱۳۹۰). «پژوهشی درباره بی تفاوتی اجتماعی در ایران (مورد پژوهش: شهروندان تهرانی)». جامعه‌شناسی کاربردی. دوره ۲۲، شماره ۳، صص ۲۲-۱.
- محسنی تبریزی، علیرضا. (۱۳۸۱). «آسیب‌شناسی بیگانگی اجتماعی- فرهنگی بررسی انزوای ارزشی در دانشگاه‌های دولتی تهران». پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی. سال ۸، شماره ۴، صص ۱۴۰-۱۱۹
- موسوی، میرطاهر. (۱۳۹۱). *درآمدی بر مشارکت اجتماعی*. چاپ اول، تهران: جامعه‌شناسان
- نوابخش، مهرداد و میرزایپوری، ولوکلا. (۱۳۹۴). «تحلیل جامعه‌شناختی تأثیر بی‌هنجاری بر بی تفاوتی اجتماعی؛ مطالعه موردی شهروندان شهر بابل». مطالعات توسعه اجتماعی ایران. سال ۷، شماره ۳، صص ۶۷-۵۳.
- نادری، حمدالله؛ بنی فاطمه، حسین و حریری اکبری، محمد. (۱۳۸۸). «الگوسازی ساختاری رابطه بیگانگی و بی تفاوتی اجتماعی». مجله علوم اجتماعی. سال ۶، شماره ۲، صص ۶۰-۲۹.
- یزدان‌پناه، لیلا. (۱۳۸۶). «موانع مشارکت اجتماعی شهروندان تهرانی». رفاه اجتماعی. سال هفتم، شماره ۲۶، صص ۱۳۰-۱۰۵.
- Ganse, H. (1992). "Political Participation and Apathy". Phylon. Vol 13.
- Merton, R. (1964). "Anomie and Anomia and Social Interaction: Contexts of Deviant Behaviour". In Marshal Clinard(ed), *Anomies and Deviant Behaviour*. The Free Press, New York, pp.213-242.
- Merton, R.K. (1968). "Social Theory and social structure". New York: Free press
- Sarfaraz, A, ahmed, sh. (2012). "Reasons for political interest and apathy among university students: A Qualitative study". Pakistan journal of social psychology, vol 10, no, 1, 61-67
- Seeman, M. (1959). "On the meaning of alienation". American sociological review, vol.24.

تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر ارزش های خانوادگی (مورد مطالعه: جوانان شهر تهران)

زهره حضرتی صومعه^۱

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۸/۱۰

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۹/۱۷

پژوهش حاضر با هدف شناخت تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر ارزش های خانوادگی در شهر تهران انجام پذیرفت. در قسمت چارچوب نظری از آرای نظریه پردازان شبکه های اجتماعی مجازی چون: ریتزر، روکیچ و فلور، گیدنز، والدهال و کلاپر، کلی و ولخارت و از دیدگاه های اینگلهارت و کولی در زمینه ارزش های خانوادگی استفاده شده است. روش پژوهش در این تحقیق، پیمایشی و از نوع توصیفی تبیینی و از نظر ماهیت، یک مطالعه کاربردی و طرح تحقیق مقطعی است. جامعه آماری آن، جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله شهر تهران بودند که حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۹۹ نفر به دست آمد و نمونه ها با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی انتخاب شدند. جهت گردآوری داده ها، از تکنیک پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد که دارای اعتبار محتوایی صوری و پایایی با تکنیک آلفای کرونباخ ۰/۹۳ بود. نتایج تحلیل داده ها نشان داد که مدت زمان استفاده، نوع استفاده، نوع محیط (تعاملی و شبه تعاملی)، آگاهی والدین و وابستگی به شبکه های اجتماعی بر ارزش های خانوادگی پاسخگویان تأثیر مستقیم و معناداری دارد و میزان تأثیر استفاده از شبکه های اجتماعی بر روی ارزش های خانوادگی در حد متوسط (۴۹/۱۲ درصد) است؛ به طوری که براساس نتایج رگرسیونی، از روی آگاهی والدین به میزان ۶ درصد و از روی وابستگی به شبکه های اجتماعی مجازی به میزان ۱۷ درصد می توان ارزش های خانوادگی پاسخگویان مورد مطالعه را پیش بینی نمود.

واژگان کلیدی: شبکه های اجتماعی، ارزش های خانوادگی مجازی، جوانان و شهر تهران

۱. استادیار، گروه جامعه شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
E-mail: Hazratil4@yahoo.com

مقدمه

رسانه های نوین اطلاعاتی و در رأس آن اینترنت، موجب نوسازی فرایندهای اجتماعی است. این تکنولوژی، تمام جنبه های زندگی مردم را تحت الشعاع قرار داده است (جهانگرد، ۱۳۸۴: ۳). اینترنت و به ویژه شبکه های اجتماعی، شکل های جدیدی از فضای اجتماعی را به وجود آورده اند که زمان کودکی و نوجوانی والدین امروز وجود نداشته است. از طرفی، این فضاها همان قدر که می تواند بی اندازه خلاقانه باشد، به همان اندازه نیز می تواند کودک و نوجوان را با موقعیت های خطرناکی مواجه کند (قدیانی، ۱۳۹۳: ۲۹). براساس تحقیقات لری روزن^۱ (۲۰۱۱) استفاده بیش از حد از شبکه های اجتماعی می تواند به بروز و تقویت حس خودپرستی، بروز نارسایی های روانی از جمله رفتارهای ضداجتماعی، هیجان شدید و پرخاشگری در میان جوانان منجر شود. در تحقیقات روزن ثابت شده است که کاربران شبکه های اجتماعی اعم از جوانان و نوجوانان، مستعد ابتلا به بیماری های روانی هستند (آذربخش، ۱۳۹۲: ۴۲). براساس تحقیقات انجام شده در کشور، بیشتر استفاده کنندگان از اینترنت جوانان هستند، ۵۳ درصد مردم ایران حداقل عضو یک شبکه اجتماعی هستند و ۷۲ درصد جوانان ۱۸ تا ۲۹ سال در این شبکه های اجتماعی عضویت دارند. بررسی ها نشان می دهد که به صورت میانگین ایرانی ها ۵ تا ۹ ساعت در روز در شبکه های اجتماعی حضور دارند و میانگین این حضور در دنیا ۱۶ ساعت در ماه است. (سایت مهر نیوز، ۱۳۹۵) ارزش های خانوادگی، اگرچه در برابر مدرنیته و دگرگونی های اجتماعی فرهنگی مقاومت می ورزند، اما در عین حال، سست شده اند و به تدریج به نفع هنجارهای تازه به حاشیه رانده شده و کنار گذاشته می شوند. ارزش هایی از قبیل مهمان نوازی نسبت به بیگانگان، ادب، احترام به بزرگترها و ارج نهادن گاه بیش از حد به مردان و به باروری و نظایر آن، همچنان به دیده احترام نگریسته می شوند- البته با شدتی کمتر از گذشته. مفهوم ناموس خانوادگی که در خواهر، مادر یا همسر تجلی می یابد، در جامعه مسلمان معاصر همه ارزش خود را حفظ می کند، اما در عوض، ارزش های تشکیل دهنده اختلاف جنسی به سرعت دگرگون می شود (بهنام، ۱۳۸۴: ۱۹۷-۱۹۶). خانواده امروز با مجموعه وسیعی از عوامل مانند فناوری ها، جهانی شدن، رسانه ای شدن، شبکه ای شدن، مجازی شدن و... ارتباط دارد. جامعه ایران نیز مانند جوامع دیگر از فرایندهای مذکور تأثیر پذیرفته است. این تأثیرات در شهر تهران بیش از تمام شهرهای دیگر ایران قابل مشاهده است. شهر تهران به عنوان پایتخت و مادرشهر مدرن ایران در تمام یک قرن گذشته، کانون اصلی گسترش فناوری های امروزی، مرکز نظام اداری، شهر جهانی ایران و الگوی اصلی شهرنشینی مدرن ما بوده است. از این رو می توان گفت، مجموعه عوامل تأثیرگذار بر تغییر ارزش های خانواده در شهر تهران بیش از هر نقطه دیگر ایران توان تغییر را داشته اند و عملاً نیز این اتفاق رخ داده است. این امر مبتنی بر این واقعیت است که توسعه شهرهای مدرن به همراه رشد شبکه های اجتماعی وسیع، تأثیر شایانی بر عاداتها، شیوه های رفتار، الگوهای اندیشه و احساس برجای گذاشته است (گیدنز، ۱۳۸۶: ۸۲۹).

استفاده بیش از حد از اینترنت می تواند مشکلاتی را برای خانواده ها به وجود آورد، از جمله: بی اعتمادی و دروغگویی بین اعضای خانواده، کاهش ارتباط های کلامی و چهره به چهره، کاهش ارتباط بین والدین و فرزندان و کوتاهی در انجام وظایف مربوطه (آذربخش، ۱۳۸۲). متأسفانه در ایران در عرصه سیاست گذاری فضای مجازی به ویژه رسانه های جدید توجه چندانی به نیازهای ارتباطی مخاطبان ایرانی در پیوستن به شبکه های اجتماعی نشده است. در حقیقت نگاه منفی به تحولات فناوری در عرصه

رسانه‌های جدید و بی توجهی به نیازهای ارتباطی مخاطبان نه تنها ما را از شناخت علمی این گونه نیازها دور می‌کند، بلکه زمینه را برای تأثیرگذاری این شبکه‌ها - که در بسیاری از مواقع، همسو با منافع ملی ما نیست - فراهم می‌آورد (کیا و نوری مرادآبادی، ۱۳۹۱: ۱۸۳).

براساس یک تقسیم بندی نسلی، نسل سوم بیشترین کاربران فضای مجازی در ایران هستند و بیش از نسل‌های دیگر در معرض آثار ناشی از شبکه‌های اجتماعی مجازی‌اند. فضای مجازی نوعی از بحران هویت را در میان طیف گسترده‌ای از جوانان به وجود آورده و این بحران هویت در زمینه‌های فردی ناهمگونی‌های هویتی را سبب شده و به نحوی تعادل اجتماعی را متأثر کرده است. همچنین، شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث تغییرات اساسی در نهادهای هویت‌ساز شده‌اند و عوامل معناساز هویتی را دستخوش تغییر نموده‌اند (معمار، عدلی پور و خاکسار، ۱۳۹۱).

گسترش فضای مجازی در حوزه رابطه فرزندان و والدین نیز تغییراتی به وجود آورده است که از جمله آن، می‌توان به این موارد اشاره کرد: کاهش نقش خانواده به عنوان مرجع، کاهش ارتباط والدین با فرزندان، شکاف نسلی به دلیل رشد تکنولوژی، از بین رفتن حریم بین فرزندان و والدین و ایستادن در برابر والدین (سلگی، ۱۳۹۵).

طبق نتایج مطالعات انجام شده، میزان نفوذ شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایران از متوسط آسیا بالاتر است، اما در زمینه تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر ارزش‌های خانواده‌ها به ویژه در کلانشهر تهران که بیشترین درصد کاربران را در خود جای داده است، تحقیقات چندانی صورت نپذیرفته است. از این رو، تلاش محقق آن است که به این سوال اصلی پاسخ دهد: آیا استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر ارزش‌های خانوادگی جوانان شهر تهران تأثیرگذار است؟

اهداف پژوهش

هدف اصلی

شناخت تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر ارزش‌های خانوادگی جوانان.

اهداف فرعی

- شناخت تأثیر مدت زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر ارزش‌های خانوادگی؛
- شناخت تأثیر نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر ارزش‌های خانوادگی؛
- شناخت تأثیر نوع محیط (تعاملی و شبه تعاملی) شبکه‌های اجتماعی بر ارزش‌های خانوادگی؛
- شناخت تأثیر آگاهی والدین از استفاده شبکه‌های اجتماعی مجازی بر ارزش‌های خانوادگی؛
- شناخت تأثیر وابستگی به شبکه‌های اجتماعی مجازی بر ارزش‌های خانوادگی.

پیشینه پژوهش

در مورد موضوع این پژوهش در داخل و خارج از کشور مطالعاتی وجود دارد که در ادامه به برخی از آنها اشاره می‌شود.

فلاحی در مطالعه «تحلیل کیفی و کمی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی در ساختار خانواده» به این نتیجه رسیده‌اند که صرف حضور افراد و استفاده آنان از فناوری‌های مرتبط با شبکه‌های اجتماعی

نمی تواند به آسیب هویتی و پیدایش گسست در نهاد خانواده منجر شود، بلکه با شناخت، رعایت و کنترل جوانب ابعاد حاکم بر این پدیده، افراد می توانند با حضور در این فضا حمایت های نسبی به دست آورند. همچنین، میزان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی با سرمایه اجتماعی پیوندی درون خانواده (درون گروهی) رابطه معناداری ندارد، ولی نوع استفاده کاربران در این فضا با احساس تعلق خانوادگی همبستگی معناداری دارد. به نظر می رسد احساس کاهش تعلق خانوادگی و سرمایه اجتماعی درون خانواده صرفاً نظر دیگر افراد خانواده است و خود کاربر به کاهش یافتن سرمایه اجتماعی پیوندی خانوادگی خویش در اثر استفاده از این فضا اعتقادی ندارد (فلاحی، ۱۳۹۵). اسلامی در پژوهش «شبکه های اجتماعی مجازی و ارزش های خانواده» به نتایج زیر دست یافت: میزان استفاده از شبکه های اجتماعی در بین خانواده های تهرانی منطقه دو در حد متوسط و در واقع رو به رشد است که از این میزان استفاده، بیشترین استفاده از محیط تلگرام صورت می گیرد و از نظر نوع استفاده، عضویت در شبکه های اجتماعی و گفتگو با اعضای آن بیشترین کاربرد را برای مخاطبان دارد. در مورد نوع محیط مورد استفاده، اینستاگرام بالاترین تأثیر را بر ارزش های خانوادگی می گذارد. یکی دیگر از نتایج تحقیق حاکی از آن است که استفاده از اطلاعات مربوط به روابط زناشویی بر ارزش های خانوادگی جامعه مورد مطالعه تأثیرگذار است (اسلامی، ۱۳۹۵). خدامرادی و همکاران در بررسی «بررسی میزان تأثیر استفاده از فضای مجازی بر ارزش های خانواده» به این نتایج دست یافتند:

۱- ارزش های خانوادگی در میان افرادی که از فضای مجازی استفاده می کنند و افرادی که استفاده نمی کنند، متفاوت است؛

۲- این ارزش ها در میان استفاده کنندگان از فضای مجازی، متناسب با طول زمان استفاده (روزانه، هفتگی، ماهانه)، متفاوت است؛

۳- ارزش های خانوادگی افرادی که از فضای مجازی استفاده می کنند، با توجه به نوع استفاده از فضای مذکور متفاوت است (خدامرادی و همکاران، ۱۳۹۳) احمدزاده کرمانی و قاسمی در پژوهش «بررسی نقش اینترنت بر ارزش های خانواده (مورد مطالعه: جوانان منطقه ۱۵ تهران)» به این نتیجه رسیده اند که استفاده از اینترنت دارای اثر مثبت و فزاینده با گرایش بر ارزش های عقلانی و اثر کاهنده بر ارزش های سنتی است (احمدزاده کرمانی و قاسمی، ۱۳۹۲). همچنین، معیدی فر و صبوری خسروشاهی در تحقیق خود به بررسی تفاوت سبک زندگی والدین و فرزندان و چگونگی تبدیل آن به تعارض در خانواده پرداخته اند. روابط میان متغیرها حاکی از آن است که تعارض متأثر از عواملی نظیر رشد فردگرایی، گرایش به نوگرایی و رفتار دموکراتیک والدین بوده است. کارکردهای متنوع و متعدد اینترنت، آن را به رسانه ای بسیار تأثیر گذار در عرصه های مختلف همچون آگاهی بخشی و اطلاع رسانی و گذران اوقات فراغت تبدیل کرده است. در حال حاضر، طیف قابل توجهی از رفتارهای فراغتی مانند گوش دادن موسیقی، داندود و تماشای فیلم، انجام بازی های رایانه ای، معاشرت با دوستان و... از طریق اینترنت انجام شدنی هستند (معیدی فر و صبوری خسروشاهی، ۱۳۸۹). زنجانی زاده و محمدجوادی در پژوهش خود با عنوان «بررسی تأثیر اینترنت بر ارزش های خانواده در بین دانش آموزان دبیرستانی ناحیه ۳ مشهد» به این نتایج دست یافتند: در مجموع میزان استفاده از اینترنت ۴۹۸ دقیقه در هفته می باشد که بیشترین میزان استفاده از انواع محیط های مختلف اینترنتی برای «چت کردن» است که این میزان استفاده بر ارزش های خانواده تأثیر منفی داشته و سهم استفاده دختران نسبت به

پسران بیشتر است. همچنین، میانگین ارزش های خانواده برای کاربران دختر کمتر از غیر کاربران دختر اینترنتی است که نشان دهنده تأثیر بیشتر اینترنت بر ارزش های خانواده برای کاربران دختر می باشد (زنجان زاده و محمدجادی، ۱۳۸۴).

مانیاندی و مانیاندی در مطالعه ای با عنوان «بررسی تأثیر رسانه های اجتماعی از لحاظ اجتماعی - سیاسی در کشور مالزی» به این نتیجه رسیدند که رسانه های اجتماعی در این کشور تمام جنبه های زندگی مردم را دچار تحول ساخته است. از جمله اینکه جنبه های اجتماعی آن سبب شده تا برقراری روابط مردم با یکدیگر بهتر شود و راحت تر با یکدیگر تعامل داشته باشند (مانیاندی و مانیاندی، ۲۰۱۳). نتایج تحقیقات نشان داده است که مادران نسبت به پدران بیشتر از فیس بوک استفاده می کنند و بیشتر دوستان فیس بوکی مادران، اعضای خانواده و خویشاوندان آنها هستند، اما پدران بیشتر با دوستان فیس بوکی خود در خارج از فیس بوک ارتباط برقرار می کنند (بارسولومز و همکاران ۲۰۱۲). همچنین طارق، محبوب، اسفندیار خان و فازی اله در تحقیق خود با عنوان «تأثیر رسانه های اجتماعی و شبکه های اجتماعی بر آموزش دانش آموزان پاکستانی» نشان دادند که استفاده از شبکه های اجتماعی امروزه نوعی اعتیاد در دانش آموزان به وجود آورده است؛ آنها بیشتر زمان خود را در شبکه های اجتماعی می گذرانند و این سبب می شود تا کمتر برای درس و آموزش خود زمان بگذارند. در نتیجه، استفاده زیاد از شبکه های اجتماعی تأثیر منفی بر سطح آموزش دانش آموزان دارد. همچنین، ارتباط کاربرانی که به طور صحیح و درست نام و اطلاعات واقعی شان را ثبت می کنند با کاربران متقلب، اثرات زیانبار بسیاری برایشان به بار می آورد و این زمینه را مهیا می کند تا به راحتی مورد سوء استفاده این دسته افراد متقلب قرارگیرند (طارق، محبوب، اسفندیار خان و فازی اله، ۲۰۱۲). چلن بالو در بررسی ارزش های خانواده و بررسی تجربی تأثیر استفاده از اینترنت به این نتیجه دست یافت که بین استفاده از اینترنت در خانواده و ارزش های خانواده رابطه مثبت معنی داری وجود دارد؛ به طوری که ارزش های خانوادگی مردان در خانه بیشتر تحت تأثیر اینترنت است؛ در حالی که زنان، ارزش های خود را مؤثر از آموزش می دانند (چلن بالو، ۲۰۱۱). اوداچی و کالکان در مطالعه خود نشان دادند که کاربران اینترنتی که به طور مداوم از آن استفاده می کنند، نسبت به سایر دانش آموزان تمایل به دوستی و برقراری روابط عاشقانه با جنس مخالف دارند (اوداچی و کالکان، ۲۰۱۰).

بدین ترتیب، می توان گفت که در بیشتر تحقیقات انجام شده نقش شبکه های اجتماعی مجازی بر ارزش ها و کیفیت زندگی انسان ها مورد بررسی قرار گرفته است و اغلب به این نتیجه رسیده اند که تأثیر مثبت استفاده از این شبکه ها بر روی کیفیت و سبک زندگی افراد بیشتر از نکات منفی بوده است. از نقاط قوت پژوهش های داخلی و خارجی یاد شده، جمع آوری اطلاعات موضوعی و ابزارهای اندازه گیری آنها می باشد که بستر مناسبی را برای تحقیق مهیا نموده است. این پیشینه ها هم از نظر موضوعی و هم از نظر محتوایی زاویه دید مناسبی را برای اجرای تحقیق فراهم نموده اند؛ به گونه ای که مولفه های ارزش های خانوادگی به کمک این پیشینه ها انتخاب شده اند.

چارچوب نظری پژوهش

در پژوهش حاضر، نظریه شبکه جورج ریتزر، نظریه وابستگی مخاطبان بال روکیچ و دی فلور، نظریه

1. Muniandy & Muniandy
2. Chelane Ballew
3. Odaci & Kalkan

ساختار یابی آنتونی گیدنز، وسایل ارتباط جمعی مک لوهان، تئوری اثرات ارتباط جمعی والدهال و کلاپر، کلسی و ولخارت، ژان کازنو، اینگلهارت، نیل اسملسر، چارلز هورتون کولی به عنوان چارچوب نظری پژوهش برگزیده شد.

از دیدگاه نظریه شبکه، کنشگران می توانند آدم ها باشند، ولی گروه ها، اصناف و جوامع را نیز می توان کنشگر به شمار آورد. از دیگر جنبه های اساسی تحلیل شبکه ای، این است که گرایش به آن دارد تا جامعه شناسان را از بررسی گروه ها و رده های اجتماعی به بررسی پیوندهای میان کنشگران سوق دهد؛ یعنی بررسی پیوندهای میان کنشگرانی که چندان در همبافته و به هم بسته نیستند که بتوان آنها را گروه قلمداد کرد. به طور کلی، اصول نظریه شبکه به قرار زیر است:

۱. پیوندهای میان کنشگران (چه از جهت محتوا و چه از جهت شدت) معمولاً تقارن دارند.
۲. پیوندهای میان کنشگران را باید در زمینه ساختار شبکه های گسترده تر مورد تحلیل قرار داد.
۳. ساختار گرفتن پیوندهای اجتماعی باعث ایجاد انواع شبکه های غیراتفاقی (شاخه های شبکه ای) می شود.
۴. احتمال پیوندهای متقاطع میان شاخه های شبکه ای و نیز میان افراد وجود دارد.
۵. پیوندهای نامتقارن میان عناصر یک نظام وجود خواهد داشت.
۶. در نتیجه، منابع کمیاب به طور نابرابر توزیع خواهد شد.
۷. برخی از گروه ها برای دستیابی به منابع کمیاب به همکاری با سایر گروه ها می پردازند.
۸. برخی از گروه ها بر سر منابع کمیاب به رقابت با سایر گروه ها می پردازند.
۹. در نهایت، ساختار یک نظام بر اثر الگوهای جابجا شونده ائتلاف و کشمکش دگرگون می شود (ریترز، ۱۳۹۰: ۵۷۱).

بر اساس نظریه وابستگی مخاطبان، نیازهای مخاطب تداوم دارد و با رفع یک نیاز، نیاز دیگری مطرح می شود که باید توسط رسانه ها رفع شود. هرچه نیازها بیشتر باشد، میزان وابستگی بیشتر می شود و هرچه میزان وابستگی بیشتر باشد، تأثیر رسانه ها بر رفتار و نگرش مخاطب بیشتر خواهد شد. در این نظریه، پیام بر دانش، نگرش و رفتار افراد موثر است و مخاطبان تنها حس انفعال دارند و بدون عکس العمل خاصی فقط وابسته می شوند و اعتیاد پیدا می کنند (زارعیان، ۱۳۸۲: ۱۲۳).

دی فلور و بال روکیچ در الگوی خویش درباره وابستگی به رسانه ها بر این باورند که شرط مهم برای بروز اثرات، میزان وابستگی به بعضی رسانه های ارتباطی است. مجرایی که مردم برای به دست آوردن اطلاعات مهم نسبت به آن احساس وابستگی می کنند، توان بیشتری برای ایجاد اثرات دارد تا مجرایی که تفاوتی با مجاری دیگر ندارد و اطلاعاتی که فراهم می کند، فاقد اهمیت است (به نقل از احمدزاده کرمانی و قاسمی، ۱۳۹۲).

گیدنز^۱ معتقد است که اینترنت قلب تپنده انقلاب ارتباطی است. با گسترش فناوری هایی مثل تشخیص صدا، انتشار روی موج وسیع، پخش شبکه ای و اتصالات کابلی، این امکان وجود دارد که اینترنت تمام تمایزهای سنتی میان رسانه ها را از میان بردارد و به یگانه مجرای ارائه اطلاعات، سرگرمی ها، تبلیغات و تجارت برای مخاطبان رسانه ها تبدیل شود (گیدنز، ۱۳۹۳: ۶۵۲). وی می گوید، رسانه ها یکی از خطوطی هستند که شبکه های اجتماعی را در ساختارهای پهن دامنه امروزی با حذف زمان و مکان ایجاد می کنند و گسترش می دهند. رسانه ها درک فرد از روابطش را تغییر می دهند و اطلاعات و افکاری در جامعه منتشر

می کنند که تنها بازتابی از جهان اجتماعی نیست، بلکه یکی از عوامل و نیروهای موثر در شکل دهی به جهان اجتماعی است. این رسانه ها در بازاندیشی مدرن نقش محوری دارند (گیدنز، ۱۳۸۴: ۲۷). طبق نظریه ساخت یابی، عامل انسانی و ساخت در ارتباط با یکدیگر قرار می گیرند؛ تکرار رفتارهای افراد، ساختارها را بازتولید می کند و به واسطه همین بازتولید ساختارها از سوی کنش انسانی، ساختارها برای کنش انسانها محدودیت ایجاد می کنند. ساختار اجتماعی عمدتاً ناشی از فعالیت های روزمره افراد و تبعیت از قاعده است و ساختار به آن قواعدی برمی گردد که در چنین کنشی نهفته است (کرایب، ۱۳۸۱: ۱۴۴).

به نظر می رسد که از بین مولفه های نوسازی آنچه تأثیر بیشتری بر دگرگونی نظام های ارزشی، خواه در خانواده و خواه در جامعه باقی می گذارد، گسترش رسانه های جمعی است. این گسترش نخستین بار به طور وسیع در بحث مارشال مک لوهان مورد توجه قرار گرفته است. درون مایه اصلی نظریه مک لوهان در مورد وسایل ارتباط جمعی را می توان در این عبارت از زبان خودش خلاصه کرد: «پیام، همان رسانه ای است که می تواند سبک روابط انسانی را شکل دهد و معیار عملکردهای موجود در این روابط را مشخص کند بی آنکه محتوا یا نحوه ی استفاده از آن تأثیری بر طیف روابط انسانی بگذارد». (مک لوهان، ۱۳۷۹: ۷) والدهال^۱ از فرار بودن محتوای ارتباطی صحبت می کند؛ عاملی که احتمال تحویل اثرات را کاهش می دهد. او معتقد است اثرات درازمدت بیش از اثرات کوتاه مدت مورد توجه قرار می گیرد و یا به نوعی اگر از یک پیام، به طور طولانی مدت استفاده شود، تأثیر آن پیام بیشتر است (به نقل از زنجانی زاده و محمدجواد، ۱۳۸۴: ۱۲۸). یکی از نظریات تأثیرات رسانه ها که معتقد است رسانه ها بر مخاطبان در حد محدود می توانند اثر بگذارند، الگوی اثرهای محدود ارتباط جمعی است (لتیل جان، ۱۳۸۴: ۷۶۰).

کلی و ولخارت دریافته اند افرادی که از انگیزه بالایی برای حفظ عضویت فرد در گروه برخوردارند و بنابراین وابستگی بیشتری به تأیید دارند، بعید به نظر می رسد که ارتباطات و پیام هایی را قبول نمایند که نقطه مقابل هنجارها و ارزش های گروه هستند. فرد باید موافقت و تأیید را به دست آورد. در اینجا می توان به پذیرش توسط گروه تعبیر کرد؛ یعنی این که اعضا هر چه بیشتر مورد پذیرش گروه قرار بگیرند، احتمال تأثیر پیام بر گروه بیشتر است. مناظره گروهی نسبت به سخنرانی ها از اثربخشی درازمدت در تغییر نگرش ها برخوردار است. همچنین، اگر این مناظره گروهی به طور آزادانه برگزار شود، تأثیر بیشتری به وجود می آورد (کوهن^۲ به نقل از احمدزاده کرمانی و قاسمی، ۱۳۹۲: ۵۳).

در مورد اثرات وسایل ارتباط جمعی، ژان کازنو معتقد است که برای شناخت روش های اعمال نفوذ بر توده ها از طریق رسانه ها، باید سه حالت را از هم تمیز داد: (۱) تقویت عقیده ی موجود، (۲) ساختن عقیده تازه، و (۳) تغییر عقیده. از دیدگاه کازنو، تأثیر رسانه ها، بیشتر تقویت عقیده موجود است (زارعیان، ۱۳۸۲: ۱۱۹).

اینکلهارت در سه دهه گذشته نظریه ای درباره تغییر ارزشی پیشنهاد کرده که براساس آن به تغییر ارزش ها در مراحل مختلف مدرنیزاسیون معتقد است و می گوید که صنعتی شدن باعث تغییر ارزش های سنتی به ارزش های عقلانی می شود. با افزایش جوامع فراصنعتی، تغییر فرهنگی شروع به حرکت در جهت دیگری می کند. در این مرحله، تغییر ارزش های سنتی به عقلانی آهسته تر می شود، در حالی که تغییر از ارزش های بقا به ارزش های خوداظهاری افزایش می یابد. این تغییر به آهستگی در طول انتقال از جوامع پیش از صنعتی به جوامع صنعتی در حال حرکت بود، اما هنگامی که جوامع صنعتی به سمت فراصنعتی حرکت

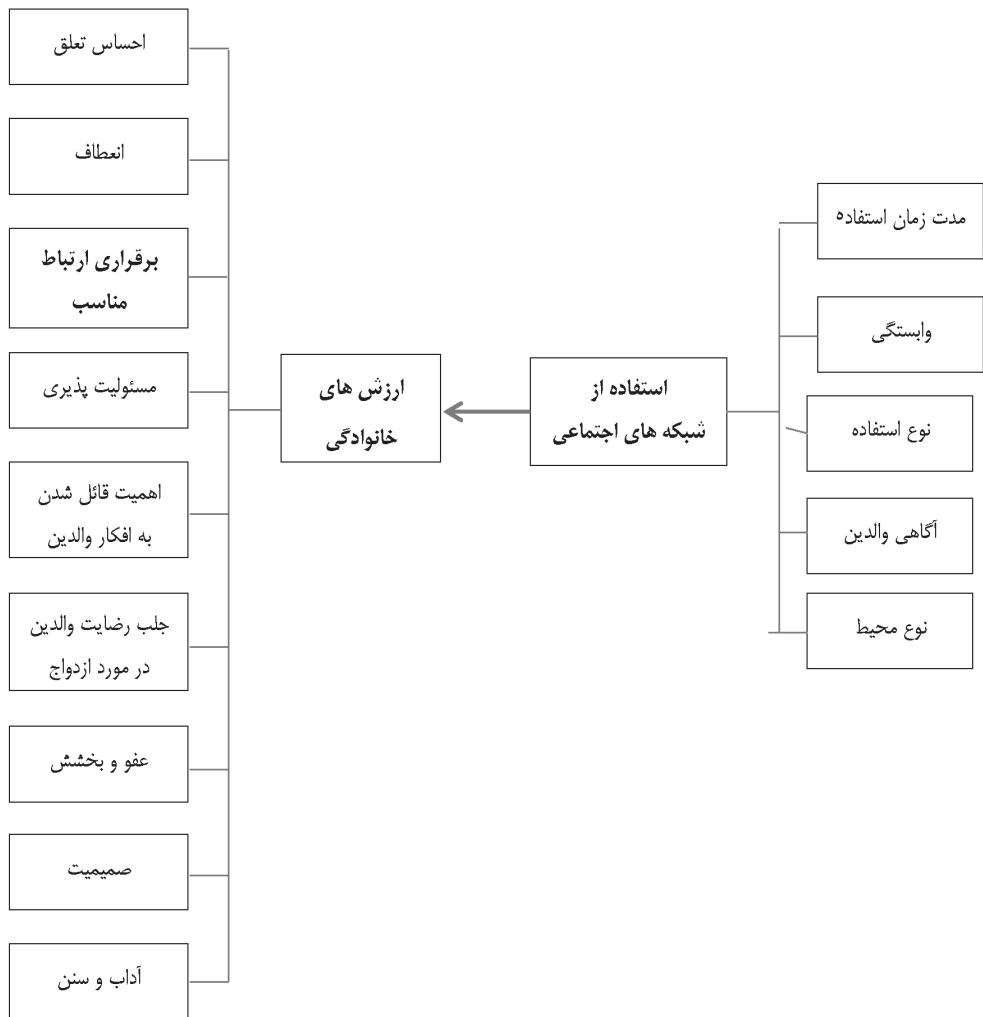
1. Valdhal

2. Kuhn

نمودند، به روند مسلط تبدیل گردید (اینگلهارت و ولزل، ۲۰۰۷: ۲۰).

از منظر اسملسر، فرایند نوسازی حاصل برهم کنش چهار فرایند متمایز «پیشرفت فن شناختی»، «تکامل کشاورزی»، «صنعتی شدن» و «تحول بوم شناختی» است. اسملسر معتقد است که برای تحقق نوسازی باید فرایند تمایز ساختی در قلمرو فعالیت های اقتصادی، فعالیت های خانوادگی، نظام های ارزشی و نظام قشربندی محقق گردد. در فعالیت های خانوادگی فرایند تمایز ساختی باید ناظر بر رهایی خانواده از بعضی کارکردهای سابق و تبدیل آن به کارگزاری تخصصی شده تر باشد. همچنین، در نظام های ارزشی فرایند تمایز ساختی باید به سوی عرفی سازی ارزش ها و درهم شکستن الگوهای کهنه جهت گیری شود. این فرایند اساساً ناظر بر گذار ارزش ها از ضمانت اجراهای مذهبی به معقولیتی خودمختار است (زاهدی، ۱۳۸۶: ۹۸).

چارلز هورتون کولی با توجه به تقسیم بندی جامعه به دو شکل (جامعه طبقاتی بسته و جامعه طبقاتی باز) اشاره به ارزش های این دو طبقه می کند. در جامعه طبقاتی بسته که بیشتر ارزش ها و احساسات درون گروهی معنا دارد، می توانیم با ارزش های تعصب برانگیز و پای بندی به آداب و رسوم بسته و جبری روبرو شویم. وی در بحث جامعه، تغییر از ساخت جامعه یا فرهنگ بسته را به ساخت جامعه باز به عنوان یکی از ارزش های مهم پیشرفت و تحولات تاریخی جوامع مورد مطالعه قرار می دهد. وی این تحول را در سه شاخص عمده ارزش مدارانه همگنی یا ناهمگنی، حرکت و آهنگ تغییرات و ارتباطات مورد بحث قرار می دهد. ارتباطات از ارزش های مورد توجه کولی در سطح جامعه برای رشد و آهنگ تغییرات است. کولی به این امر معتقد است که کانال های ارتباطی می تواند شرایط و احساسات روانی را در بین افراد ایجاد کند تا از خلال آن، جامعه به تدریج از حالت بسته به حالت باز حرکت نماید (ابوالحسن تنهایی، ۱۳۸۳: ۴۲۴). نظریه های استفاده شده نظریه پردازان در بخش چارچوب نظری برای شبکه های اجتماعی مجازی به عنوان متغیر مستقل: متغیر مدت زمان استفاده (والدهال و کلاپر)، متغیر وابستگی (بال روکیچ و دی فلور)، متغیر نوع استفاده (نظریه گیدنز)، متغیر آگاهی والدین (نظریه شبکه ریتزر) و متغیر نوع محیط (کلی و ولخارت) و نظریات استفاده شده در بخش چارچوب نظری برای ارزش های خانوادگی به عنوان متغیر وابسته: متغیر احساس تعلق (کولی)، متغیر انعطاف (نظریه گیدنز)، متغیر برقراری ارتباط مناسب (هیرشی)، برای متغیرهای مسئولیت پذیری، اهمیت قائل شدن به افکار والدین، جلب رضایت والدین، عفو و بخشش، صمیمیت و آداب و سنن (نظریه اینگلهارت) می باشد.



شکل ۱: مدل نظری پژوهش

فرضیه های پژوهش

۱. مدت زمان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر ارزش های خانوادگی تأثیر معناداری دارد.
۲. نوع استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر ارزش های خانوادگی تأثیر معناداری دارد.
۳. نوع محیط (تعاملی و شبه تعاملی) شبکه های اجتماعی مجازی بر ارزش های خانوادگی تأثیر معناداری دارد.
۴. آگاهی والدین از استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر ارزش های خانوادگی تأثیر معناداری دارد.
۵. وابستگی به شبکه های اجتماعی مجازی بر ارزش های خانوادگی تأثیر معناداری دارد.

روش شناسی پژوهش

تحقیق حاضر، براساس چگونگی به دست آوردن داده های مورد نیاز، پیمایشی^۱ و از نوع توصیفی - تبیینی است. از نظر هدف تحقیق، یک بررسی کاربردی^۲، از نظر وسعت، پهنانگر^۳، از نظر قلمروی تحقیق، یک مطالعه خرد^۴ و از نظر زمانی، مقطعی^۵ است.

جامعه آماری تحقیق، شامل جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله شهر تهران می باشد که بر اساس آخرین سرشماری نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۵، ۳۶۳۴۷۶۱ نفر برآورد شده است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵) و حجم نمونه با استفاده از فرمول تعیین حجم نمونه فرمول کوکران محاسبه و ۳۹۹ به دست آمد. افراد با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای نسبتی انتخاب شدند- این روش، وقتی مورد استفاده قرار می گیرد که جامعه هدف پژوهش، دارای ساخت ناهمگن و نامتجانس باشد. لذا به علت عدم تجانس و ناهمگنی در چنین مواردی، جامعه پژوهشی به «طبقات» مختلف تقسیم می شود، در واقع با بهره گیری از نمونه گیری طبقه ای جامعه به گروه های همگن تقسیم می شود؛ به طوری که افراد در هر طبقه شبیه و همگن باشند.

اطلاعات تحقیق در دو مرحله گردآوری شده است. گردآوری اطلاعات اولیه از طریق مطالعه کتب، مقاله های فارسی و لاتین، پایان نامه ها و جستجو در سایت های اینترنتی بود و در واقع، مطالعات کتابخانه ای و اسنادی صورت گرفت. سپس با توجه به جنبه کمی تحقیق با تکنیک پرسشنامه محقق ساخته و با حضور مستقیم محقق در مکان تحقیق، اجرا و اطلاعات جمع آوری شد.

ابزار اصلی گردآوری داده ها، پرسش نامه محقق ساخته و ابزار تکمیلی، مصاحبه و مشاهده است. ابزاری که در این پژوهش برای گردآوری اطلاعات انتخاب شده، پرسشنامه محقق ساخته است که به شکل حضوری و با استفاده از مصاحبه به گردآوری اطلاعات اقدام شد. برای این منظور پس از تهیه پرسشنامه مقدماتی، آزمون مقدماتی آن و تهیه پرسشنامه نهایی اقدام به جمع آوری داده ها شده است. بیشتر پرسشنامه نیز ترکیب یک سری از گویه ها به شکل طیف لیکرت است.

اعتبار استفاده شده در این پژوهش، اعتبار صوری^۶ است؛ چنان که پرسش نامه تهیه شده به تعدادی از اساتید خبره و برگزیده جامعه شناسی داده شد و وفاق آنها در مورد شاخص ها، دلیل روشنی بر اعتبار پرسش نامه طراحی شده است. در این تحقیق برای سنجش قابلیت اعتماد پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است؛ بدین صورت که پرسش نامه اولیه تحقیق در بین نمونه ای شامل ۴۰ نفر از شهروندان تهرانی که کاملاً تصادفی انتخاب شدند، پخش شد (پیش آزمون). سپس از طریق نرم افزار (SPSS) آلفای کرونباخ بررسی گردید. با توجه به اینکه ضریب آلفای شاخص های این پژوهش، بالای ۷۰ درصد به دست آمد، لذا گویه های طراحی شده، دارای قابلیت اعتماد (پایایی) است.

1. Survey
2. Applied
3. Extensive
4. Microlevel
5. Cross Sectional
6. Face validity

جدول ۱: بررسی پایایی متغیرهای مورد مطالعه

متغیرها	مقدار آلفا
آگاهی والدین	۰/۷۹
وابستگی به شبکه های اجتماعی مجازی	۰/۷۹
شبکه های اجتماعی مجازی	۰/۸۰
ارزش های خانوادگی	۰/۹۴
پایایی کل	۰/۹۳

تعاریف نظری و عملیاتی متغیرها شبکه های اجتماعی

شبکه اجتماعی، ساختاری اجتماعی است که از گروه هایی که فردی یا سازمانی هستند، تشکیل شده است و توسط یک یا چند نوع خاص از وابستگی به هم متصل هستند. شبکه های اجتماعی آنلاین، فرم خاصی از برقراری ارتباط هستند که در آنها تعاملات و ارتباطات بین عوامل شبکه ای توسط یک پایگاه فنی و زیرساخت اینترنت پشتیبانی می شود. در این شبکه ها، هدف علاقه یا نیاز مشترک می تواند عنصری پیونددهنده باشد که باعث می شود عوامل مرتبط حتی بدون حضور فیزیکی احساس کنند که در یک اجتماع و جمع حقیقی قرار گرفته اند (بصیریان جهرم، ۱۳۹۲: ۵۳).

شبکه های اجتماعی مجازی

شبکه های اجتماعی مجازی محصول فناوری های وب^۲ هستند. وب^۲ به آن دسته از فناوری هایی اطلاق می شود که امکان مشارکت کاربرد در تولید محتوا و به اشتراک گذاری اطلاعات، شامل متن، عکس، فیلم، لینک، فایل و هرگونه داده دیگری را فراهم می آورند (منبع پیشین: ۳۳).

ارزش

ارزش^۱ در اصطلاح دانش جامعه شناسی، عقایدی است که افراد یا گروه های انسانی درباره آنچه مطلوب، مناسب، خوب یا بد است، دارند. ارزش های مختلف نمایانگر جنبه های اساسی تنوعات در فرهنگ انسانی است. ارزش ها معمولاً از عادت و هنجار نشأت می گیرند (گیدنز، ۱۳۸۸: ۷۸۷).

ارزش های خانوادگی

ارزش های سنتی را می توان مجموعه اعتقادات، باورها، نظرات و رفتارهای تکرارپذیر دانست که در بستر زمان ایجاد می شود و مورد حمایت و اهتمام مردم قرار می گیرند. به بیان دیگر، این ها ارزش های پایداری هستند که خانواده آنها را از طریق روش های متعدد از نسلی به نسل دیگر انتقال می دهد تا تداوم و هویت خویش را در طول زمان حفظ نماید. اما ارزش های مدرن، باورها و رفتارهایی هستند که در نقطه مقابل ارزش های سنتی قرار دارند، آنها را کهنه و منسوخ شده می پندارند و ارزش های جدیدی را می آفرینند. یکی

1. Value

از انواع ارزش ها که در جامعه حائز اهمیت فراوان می باشد، ارزش های خانوادگی است و آن مفهومی است که رسالت تداوم خانواده و به تبع آن تداوم نسل ها را در خود دارد و هم اوست که کیفیت و کمیت نسل فردا را رقم می زند (بوربورحسین بیگی، ۱۳۸۳: ۱۹).

تعاریف عملیاتی شبکه های اجتماعی مجازی

شبکه های اجتماعی مجازی که در این پژوهش مورد استفاده قرار می گیرند، توسط بوید و الی سون^۱ ارائه شده است: شبکه های اجتماعی مجازی خدمات مبتنی بر وب هستند که اجازه می دهند افراد بتوانند:

۱. در چارچوب یک سیستم مشخص پروفایل های عمومی و نیمه خصوصی بسازند.
۲. با سایر کاربرانی که در آن سیستم حضور دارند به تبادل نظر و اطلاعات بپردازند.
۳. لیست پیوندهای خود و دیگرانی را که در آن سیستم هستند، مشاهده کنند.

بنابراین، در این تحقیق آن دسته از شبکه های اجتماعی مجازی مورد مطالعه قرار می گیرند که از ویژگی های فوق برخوردارند از قبیل توئیتر، وبلاگ، مای اسپیس، فیس بوک، تامبلر، واتس آپ، اینستگرام، وی چت و... و تأثیر استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی با سنجش های میزان دسترسی، مدت زمان استفاده، میزان استفاده، نوع استفاده، مکان استفاده، نوع اطلاعات (محتوای پیام ارتباطی)، آگاهی والدین، وابستگی به شبکه های اجتماعی، بحث و مناظره گروهی در این شبکه ها و محیط تعاملی اندازه گیری می شود.

ارزش های خانوادگی

جهت سنجش متغیر ارزش های خانوادگی از مفاهیمی چون: نگرش به خانواده، اهمیت خانواده (خانواده گرایی)، ساختار خانواده، طلاق و ازدواج، آزادی امور جنسی و برابری جنسی استفاده شده و گویه هایی همچون: احساس تعلق، انعطاف (اهمیت قائل شدن به اطاعت از والدین)، برقراری ارتباط مناسب (تعامل با خانواده)، مسئولیت پذیری، وظیفه شناسی، آداب و سنن، احترام، پاکدامنی، پرهیزکاری، ایمان به خدا، سخت کوشی، مهر و محبت، صمیمیت، تک همسری، دست و دل بازی، عفو و بخشش، جلب رضایت والدین در مورد ازدواج، قبول داشتن عقاید و افکار والدین و... در مقیاس ۵ گزینه ای طیف لیکرت مورد سنجش قرار گرفته است.

تجزیه و تحلیل داده های پژوهش

سیمای پاسخگویان

در بررسی حاضر از بین ۳۹۹ نفر پاسخگوی مورد مطالعه ۱۶۷ نفر (۴۱/۸۵ درصد) مرد و ۲۳۲ نفر (۵۸/۱۵ درصد) زن هستند که بیشتر این پاسخگویان (۳۵ درصد) در رده سنی ۱۸ - ۲۱ سالگی قرار داشتند. ۸۸ درصد ترکیب جامعه نمونه را مجردان و ۱۲ درصد را افراد متاهل تشکیل می دادند. همچنین، درآمد ماهیانه خانوارهای جوانان کمتر از ۳/۶۵۰/۰۰۰ تومان است و بیشتر پاسخگویان ۱۶۶ نفر - (۴۴/۵۰ درصد) لیسانس هستند. در مورد وضع فعالیت پاسخگویان، ۲۴ درصد از افراد مورد بررسی در بخش های دولتی یا خصوصی شاغل بوده اند، ۶ درصد در بخش دولتی و ۱۸ درصد نیز در بخش خصوصی فعالیت داشته اند.

و ۳۵٫۸ درصد خود را در حال تحصیل (دانش آموز یا دانشجو) معرفی کرده اند و ۲۰/۲ درصد نیز در سایر موارد جای گرفته اند (خانه دار، سرباز و بیکار و غیره).

یافته های توصیفی

میانگین مدت زمان استفاده پاسخگویان از شبکه های اجتماعی مجازی برابر با ۴ ساعت و ۹ دقیقه، حداقل مدت زمان استفاده، نیم ساعت و حداکثر مدت زمان استفاده ۱۹ ساعت است. بیشترین تعداد پاسخگویان - ۳۵۱ نفر - (۸۹/۵۴ درصد) روزانه، به شبکه های اجتماعی مجازی دسترسی دارند. بیشترین نوع استفاده پاسخگویان از شبکه های اجتماعی مجازی، عضویت در شبکه های مجازی و گفتگو با اعضای آن با ۵۰/۴ درصد و کمترین نوع استفاده مربوط به استفاده کاری با ۰/۸ درصد می باشد. بیشترین مکان استفاده پاسخگویان از شبکه های اجتماعی مجازی منزل با ۹۳ درصد و کمترین مکان استفاده دانشگاه با ۰/۸ درصد می باشد. اولویت های اول تا سوم انواع اطلاعات شبکه های اجتماعی مجازی برای استفاده پاسخگویان به ترتیب: اجتماعی با میانگین رتبه ۹/۱۲، عمومی با میانگین رتبه ۸/۱۵ و آموزشی با میانگین رتبه ۸/۰۳ است. اولویت های اول تا سوم محیط های شبکه های اجتماعی مجازی برای استفاده پاسخگویان به ترتیب: تلگرام با میانگین رتبه ۱۰/۳۹، اینستاگرام با میانگین رتبه ۸/۵۴ و وب سایت با میانگین رتبه ۷/۴۹ است. میانگین آگاهی والدین پاسخگویان از استفاده آنها از شبکه های اجتماعی مجازی برابر با ۱۷/۵۵ است. میانگین وابستگی پاسخگویان به استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی برابر با ۱۷/۴۹ (۵۸/۵ درصد) و میانگین وابستگی پاسخگویان به استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی برابر با ۵۸/۳ (۵۸/۳ درصد) است.

یافته های استنباطی

در بخش یافته های تحلیلی، همه فرضیه های پژوهش به ترتیب آزموده شد و از آزمون هایی چون مقایسه میانگین ها، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چند متغیره استفاده شد.

فرضیه اول: مدت زمان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر ارزش های خانوادگی تأثیر معناداری دارد.

جدول ۲: آزمون تفاوت میانگین ارزش های خانوادگی پاسخگویان براساس مدت زمان استفاده از

شبکه های اجتماعی مجازی

سطح معناداری (sig)	مقدار آزمون F	میانگین مجذورات	درجه آزادی	مجموع مجذورات	
۰/۰۰۰	۸/۶۰	۵۰۰۹/۱۶	۳	۱۵۰۲۷/۵۰	بین گروه ها
		۵۸۲/۳۳	۳۹۵	۲۳۰۰۲۰/۲	درون گروه ها
			۳۹۸	۲۴۵۰۴۷/۷	جمع

جدول ۳: آزمون تعقیبی LSD جهت تعیین تفاوت میانگین تأثیر استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی پاسخگویان بر ارزش های خانوادگی آنها در درون گروه ها

سطح معناداری	تفاوت میانگین (درون گروه ها)	میزان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی
۰/۲۵۲	-۱۲/۵۰	۰/۵ تا ۴/۵ ساعت
۰/۰۶۴	-۲۰/۷۵	۵ تا ۹ ساعت
۰/۰۱۵	-۲۷/۳۵	۱۰ تا ۱۹ ساعت
۰/۲۵۲	۱۲/۵۰	۰
۰/۰۱۱	-۸/۲۴	۵ تا ۹ ساعت
۰/۰۰۰	-۱۴/۸۴	۱۰ تا ۱۹ ساعت
۰/۰۶۴	۲۰/۷۵	۰
۰/۰۱۱	۸/۲۴	۵ تا ۹ ساعت
۰/۱۰۲	-۶/۵۹	۱۰ تا ۱۹ ساعت
۰/۰۱۵	۲۷/۳۵	۰
۰/۰۰۰	۱۴/۸۴	۵ تا ۹ ساعت
۰/۱۰۲	۶/۵۹	۵ تا ۹ ساعت

مطابق با آزمون تحلیل واریانس یکطرفه، مقدار آزمون برابر $F=۸/۶۰$ با سطح معناداری $sig=۰/۰۰۰$ به دست آمده است. در نتیجه می توان گفت مدت زمان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر ارزش های خانوادگی جوانان تهرانی به طور معناداری موثر است. همچنین، با توجه به اینکه میانگین های مورد مطالعه با هم برابر نیست و از تفاوت معناداری برخوردار هستند، از آزمون تعقیبی به نام LSD استفاده می کنیم که در مجموع، تفاوت میانگین تأثیر استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر ارزش های خانوادگی بین پاسخگویانی که ۰/۵ تا ۴/۵ ساعت استفاده می کنند با پاسخگویانی که ۱۰ تا ۱۹ ساعت از این شبکه ها استفاده می کنند، بالاتر است. نتیجه این فرضیه همسو با دیدگاه والد‌ها (به نقل از زنجانی زاده و محمدجواد، ۱۳۸۴) و نیز همسو با تحقیقات اوداچی و کالکان (۲۰۱۰) و کراوت (به نقل از اسلوین، ۱۳۸۰) می باشد.

والد‌ها معتقد است اگر از یک پیام به طور طولانی مدت استفاده شود، تأثیر آن پیام بیشتر است (به نقل از زنجانی زاده و محمدجواد، ۱۳۸۴: ۱۲۸). اوداچی و کالکان (۲۰۱۰) نشان دادند که کاربران اینترنتی که به طور مداوم از آن استفاده می کنند، نسبت به سایر دانش آموزان تمایل به دوستی و برقراری روابط عاشقانه با جنس مخالف دارند. کراوت (به نقل از اسلوین، ۱۳۸۰) به این نتیجه رسید که استفاده بیشتر از اینترنت با پیامد کاهش ارتباطات خانوادگی همراه بود. همچنین، گزارش شده است افرادی که از اینترنت بیشتر استفاده کرده‌اند، تنهایی آنها افزایش بیشتری یافته است. براساس مطالعات محققان و نیز با توجه به نتیجه این فرضیه مبنی بر تأثیر مدت زمان استفاده از شبکه های اجتماعی بر ارزش های خانوادگی می توان چنین گفت که حضور افراد به مدت زمان طولانی در شبکه های اجتماعی باعث می شود آنها ناخودآگاه از محتوا، شدت و حتی جهت آن

تأثیر پذیرفته و آموخته های حاصل را به مرور در ابعاد مختلف زندگی شخصی خود بکار گیرند.
فرضیه دوم: نوع استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر ارزش های خانوادگی تأثیر معناداری دارد.

جدول ۴: نتایج آزمون مقایسه میانگین ها برای ارزش های خانوادگی پاسخگویان براساس نوع استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی

متغیر	نوع استفاده	F	sig	t	df	sig
خانواده پاسخگویان	دانلود فیلم، ...	۰/۶۵۶	۰/۴۱۹	-۰/۴۹۴	۳۹۷	۰/۶۲۲
	دانلود مطالب علمی، ...	۳/۱۵۶	۰/۰۷۶	۱/۹۶۵	۳۹۷	۰/۰۵۰
	عضویت در شبکه های مجازی و گفتگو با اعضای آنها	۲/۳۷۰	۰/۱۲۴	۰/۰۹۲	۳۹۷	۰/۹۲۷
	بررسی و خواندن اخبار مختلف	۶/۷۴۹	۰/۰۱۰	۲/۵۲۸	۳۸۱/۶۵	۰/۰۱۲
	ایمیل و جی میل	۵/۹۹۱	۰/۰۱۵	۳/۶۸۶	۱۸۹/۵۳	۰/۰۰۰
	سرگرمی	۰/۱۹۵	۰/۶۵۹	۱/۱۸۹	۳۹۷	۰/۲۳۵
	خرید اینترنتی	۰/۴۱۴	۰/۵۲۰	۰/۴۷۸	۳۹۷	۰/۶۳۳

براساس نتایج آزمون t-test انجام شده، استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی از نوع دانلود مطالب علمی، مطالعه و تحقیق، بررسی و خواندن اخبار مختلف و ایمیل و جی میل بر ارزش های خانوادگی پاسخگویان مورد مطالعه از لحاظ آماری معنادار بوده و در نتیجه تأثیر گذار است؛ اما استفاده از این شبکه ها از نوع دانلود فیلم، موسیقی و نظایر اینها، عضویت در شبکه های مجازی و گفتگو با اعضای آنها، سرگرمی، و خرید اینترنتی بر ارزش های خانوادگی پاسخگویان مورد مطالعه از لحاظ آماری معنادار و موثر نیست. نتیجه این فرضیه به طور آشکار غیرهمسو با تحقیق زنجان زاده و محمدجوادی (۱۳۸۴) می باشد. زنجان زاده و محمدجوادی (۱۳۸۴) به این نتیجه دست یافتند که بیشترین میزان استفاده از انواع محیط های مختلف اینترنتی، میزان استفاده از چت است که این میزان استفاده بر ارزش های خانواده تأثیر منفی داشته است. نتیجه این فرضیه حاکی از آن است که استفاده از ارسال یا دریافت پیام ایمیل یا جی میل و نیز دانلود مطالب علمی و مطالعات مختلف بر ارزش های خانوادگی تأثیر گذار است. این امر را می توان مرتبط با قدرت علمی و تخصصی شبکه های اجتماعی دانست.

فرضیه سوم: نوع محیط (تعاملی و شبه تعاملی) شبکه های اجتماعی مجازی بر ارزش های خانوادگی تأثیر معناداری دارد.

جدول ۵: آزمون تفاوت میانگین ارزش های خانوادگی پاسخگویان براساس محیط های شبکه های اجتماعی مجازی

محیط		مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	مقدار آزمون F	سطح معناداری (sig)
وب سایت	بین گروه ها	۶۲۹۵/۱۶	۳	۲۰۹۸/۳۸	۳/۴۷۲	۰/۰۱۶
	درون گروه ها	۲۳۸۷۵۲/۶	۳۹۵	۶۰۴/۴۳		
	جمع	۲۴۵۰۴۷/۷	۳۹۸	۳/۴۷۲		
وب لاگ	بین گروه ها	۱۴۵۳/۶۲	۳	۷۲۶/۸۱	۱/۱۸۲	۰/۳۰۸
	درون گروه ها	۲۴۳۵۹۴/۱	۳۹۵	۶۱۵/۱۳		
	جمع	۲۴۵۰۴۷/۷	۳۹۸			
سایت های شخصی	بین گروه ها	۱۶۴۰/۸۸	۳	۵۴۶/۹۶	۰/۸۸۸	۰/۴۴۸
	درون گروه ها	۲۴۳۴۰۶/۹	۳۹۵	۶۱۶/۲۲		
	جمع	۲۴۵۰۴۷/۷	۳۹۸			
وی چت	بین گروه ها	۹۷۴/۸۰	۳	۳۲۴/۹۳	۰/۵۲۶	۰/۶۶۵
	درون گروه ها	۲۴۴۰۷۲/۹	۳۹۵	۶۱۷/۹۰		
	جمع	۲۴۵۰۴۷/۷	۳۹۸			
اسکایپ	بین گروه ها	۳۷۰۱/۲۲	۳	۱۲۳۳/۷۴	۲/۰۱۹	۰/۱۱۱
	درون گروه ها	۲۴۱۳۴۶/۵	۳۹۵	۶۱۱/۰۰۴		
	جمع	۲۴۵۰۴۷/۷	۳۹۸			
فیس بوک	بین گروه ها	۱۰۴۸/۸۵	۳	۳۴۹/۶۱	۰/۵۶۶	۰/۶۳۸
	درون گروه ها	۲۴۳۹۹۸/۹	۳۹۵	۶۱۷/۷۱		
	جمع	۲۴۵۰۴۷/۷	۳۹۸			

۰/۰۷۹	۲/۲۷۵	۱۳۸۷/۴۷	۳	۴۱۶۲/۴۳	بین گروه ها	تلگرام
		۶۰۹/۸۳	۳۹۵	۲۴۰۸۸۵/۳	درون گروه ها	
			۳۹۸	۲۴۵۰۴۷/۷	جمع	
۰/۰۸۳	۲/۲۴۱	۱۳۶۶/۸۵	۳	۴۱۰۰/۵۵	بین گروه ها	واتس آپ
		۶۰۹/۹۹	۳۹۵	۲۴۰۹۴۷/۲	درون گروه ها	
			۳۹۸	۲۴۵۰۴۷/۷	جمع	
۰/۷۶۴	۰/۳۸۵	۲۳۸/۲۰	۳	۷۱۴/۶۱	بین گروه ها	توییتر
		۶۱۸/۵۶	۳۹۵	۲۴۴۳۳۳/۱	درون گروه ها	
			۳۹۸	۲۴۵۰۴۷/۷	جمع	
۰/۵۲۱	۰/۷۵۴	۴۶۴/۹۱	۳	۱۳۹۴/۷۴	بین گروه ها	لاین
		۶۱۶/۸۴	۳۹۵	۲۴۳۶۵۳	درون گروه ها	
			۳۹۸	۲۴۵۰۴۷/۷	جمع	
۰/۰۰۴	۴/۴۴۳	۲۶۶۶/۰۷	۳	۷۹۹۸/۲۲	بین گروه ها	اینستاگرام
		۶۰۰/۱۲	۳۹۵	۲۳۷۰۴۹/۵	درون گروه ها	
			۳۹۸	۲۴۵۰۴۷/۷	جمع	
۰/۰۳۸	۳/۲۹۷	۲۰۰۶/۹۵	۲	۴۰۱۳/۹۰	بین گروه ها	ایمو
		۶۰۸/۶۷	۳۹۶	۲۴۱۰۳۳/۸	درون گروه ها	
			۳۹۸	۲۴۵۰۴۷/۷	جمع	

طبق نتایج آزمون تحلیل واریانس یکطرفه، در استفاده از محیط وب سایت مقدار آزمون برابر $F=۳/۴۷۲$ با سطح معناداری $sig=۰/۰۱۶$ به دست آمده است. بنابراین، استفاده از محیط وب سایت بر ارزش های خانوادگی پاسخگویان مورد مطالعه از لحاظ آماری تأثیر دارد. برای اینستاگرام مقدار آزمون برابر $F=۴/۴۴۳$ با سطح معناداری $sig=۰/۰۰۴$ به دست آمده است. بنابراین، تأثیر استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر

ارزش های خانوادگی خانواده های پاسخگویان مورد مطالعه براساس استفاده از اینستاگرام متفاوت بوده و از لحاظ آماری تأثیر دارد. برای ایمو نیز مقدار آزمون برابر $F=3/297$ با سطح معناداری $\text{sig}=0/038$ به دست آمده است. بنابراین، تأثیر استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر ارزش های خانوادگی پاسخگویان مورد مطالعه براساس استفاده از ایمو متفاوت بوده و از لحاظ آماری تأثیر دارد؛ اما استفاده از محیط های وب لاگ، سایت های شخصی، وی چت، اسکایپ، فیس بوک، تلگرام، واتس آپ، توئیتر و لاین، بر ارزش های خانوادگی جوانان تهرانی تأثیر معناداری ندارد. نتایج این فرضیه همسو با دیدگاه های برلسون و جانویتس (به نقل از دادگران، ۱۳۸۵)، پارکر (۲۰۰۴)، کلی و ولخارت (کوهن به نقل از احمدزاده کرمانی و قاسمی، ۱۳۹۲)، هابرماس (به نقل از آذریخش، ۱۳۹۲) و خواجه نوری (۱۳۸۵) و غیرهمسو با تحقیق زنجانی زاده و محمدجوادی (۱۳۸۴) می باشد.

فرضیه چهارم: آگاهی والدین از استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر ارزش های خانوادگی تأثیر معناداری دارد.

جدول ۶: ضریب همبستگی برای پیش بینی ارزش های خانوادگی پاسخگویان

شکل	ضریب همبستگی	ضریب تبیین	ضریب تبیین خالص
۱	۰/۲۶۲	۰/۰۶۹	۰/۰۶۶

جدول ۷: تحلیل واریانس برای آزمون معنی داری شکل رگرسیونی

شکل	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	sig
رگرسیون	۱۶۷۹۶/۴۸	۱	۱۶۷۹۶/۴۸	۲۹/۲۱	۰/۰۰۰
باقیمانده ها	۲۲۸۲۵۱/۳	۳۹۷	۵۷۴/۹۴		
کل	۲۴۵۰۴۷/۷	۳۹۸			

جدول ۸: ضرایب متغیر مستقل در شکل رگرسیونی

Sig	t	ضریب استاندارد شده	ضریب خام		ورود متغیر مستقل در شکل
		Beta	Std.Error	B	
۰/۰۰۰	۲/۸۵۲		۴/۵۶	۵۸/۶۸۷	مقدار ثابت
۰/۰۰۰	۵/۴۰۵	۰/۲۶۲	۰/۲۵۱	۱/۳۵۷	آگاهی والدین

به منظور بررسی تأثیر آگاهی والدین از استفاده فرزندان از شبکه های اجتماعی مجازی بر ارزش های خانوادگی پاسخگویان مورد مطالعه، از رگرسیون خطی استفاده شد که ضریب تبیین خالص برابر $R^2 = 0/066$ به دست آمده است، در واقع، از روی آگاهی والدین به میزان ۶ درصد می توان ارزش های خانوادگی خانواده های پاسخگویان مورد مطالعه را پیش بینی نمود. در مجموع، با توجه به ضریب بتای استاندارد شده، آگاهی والدین با بتای $\beta = 0/262$ در پیش بینی ارزش های خانوادگی پاسخگویان مورد مطالعه تأثیر دارد. نتیجه این فرضیه همسو با پژوهش خواجه نوری (۱۳۸۵) و غیرهمسو با پژوهش زنجانی زاده و محمدجواد (۱۳۸۴) می باشد. خواجه نوری (۱۳۸۵) نشان داد که رابطه معنادار و معکوسی بین میزان اطلاع خانواده در استفاده فرزندان از محیط های اینترنتی با متغیر ارزش های خانواده وجود دارد. زنجانی زاده و محمدجواد (۱۳۸۴) به این نتیجه دست یافتند که آگاهی والدین دانش آموزان در استفاده فرزندان از اینترنت بر ارزش های خانواده تأثیر نداشته است.

۹۵

فرضیه پنجم: وابستگی به شبکه های اجتماعی مجازی بر ارزش های خانوادگی تأثیر معناداری دارد.

جدول ۹: ضریب همبستگی برای پیش بینی ارزش های خانوادگی پاسخگویان

شکل	ضریب همبستگی	ضریب تبیین	ضریب تبیین خالص
۱	۰/۴۲۲	۰/۱۷۸	۰/۱۷۶

جدول ۱۰: تحلیل واریانس برای آزمون معنی داری شکل رگرسیونی

شکل	مجموع مجزورات	درجه آزادی	میانگین مجزورات	F	sig
رگرسیون	۴۳۷۳۱/۰۵	۱	۴۳۷۳۱/۰۵	۸۶/۲۳	۰/۰۰۰
باقیمانده ها	۲۰۱۳۱۶/۷	۳۹۷	۵۰۷/۰۹		
کل	۲۴۵۰۴۷/۷	۳۹۸			

جدول ۱۱: ضرایب متغیر مستقل در شکل رگرسیونی

Sig	t	ضریب استاندارد شده	ضریب خام		ورود متغیر مستقل در شکل
		Beta	Std. Error	B	
۰/۰۰۰	۱۱/۹۸۸		۳/۹۵۰	۴۷/۳۴۸	مقدار ثابت
۰/۰۰۰	۹/۲۸۶	۰/۴۲۲	۰/۲۱۶	۲/۰۰۹	وابستگی به شبکه های اجتماعی مجازی

به منظور بررسی تأثیر وابستگی به شبکه های اجتماعی مجازی بر ارزش های خانوادگی خانواده های پاسخگویان مورد مطالعه، از رگرسیون خطی استفاده شد که ضریب تبیین خالص برابر $R^2 = 0/176$ به دست

آمده است، در واقع، از روی وابستگی به شبکه های اجتماعی مجازی به میزان ۱۷ درصد می توان ارزش های خانوادگی پاسخگویان مورد مطالعه را پیش بینی نمود. در مجموع، با توجه به ضریب بتای استاندارد شده وابستگی به شبکه های اجتماعی مجازی با بتای $\beta = 0/422$ ، در پیش بینی ارزش های خانوادگی پاسخگویان مورد مطالعه تأثیر دارد. نتیجه این فرضیه همسو با نظریه وابستگی مخاطبان (۱۹۷۶) می باشد. براساس نظریه وابستگی مخاطبان (۱۹۷۶) نیازهای مخاطب تداوم دارد و با رفع یک نیاز، نیاز دیگری مطرح می شود که باید توسط رسانه ها رفع شود. هرچه نیازها بیشتر باشد، میزان وابستگی بیشتر می شود و هرچه میزان وابستگی بیشتر باشد، تأثیر رسانه ها بر رفتار و نگرش مخاطب بیشتر خواهد شد. در این نظریه، پیام بر دانش، نگرش و رفتار افراد موثر است و مخاطبان تنها حس انفعال دارند و بدون عکس العمل خاصی فقط وابسته می شوند و اعتیاد پیدا می کنند. با کمک این نظریه می توان وابستگی به اینترنت را مطرح کرد؛ بدین صورت که کاربر اینترنتی با وابسته شدن به اینترنت فرصت کمتری برای پرداختن به خانواده دارد و این ممکن است باعث کم اهمیت شدن خانواده نزد کاربر اینترنتی و در نتیجه کاهش ارزش های خانواده شود (زنجانی زاده و محمدجواد، ۱۳۸۴: ۱۲۵).

همچنین، از تکنیک تحلیل مسیر به منظور بررسی اثرات مستقیم و غیر مستقیم برخی متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته (ارزش های خانوادگی) بهره گرفته شد.

بنابر نتایج به دست آمده در پژوهش حاضر، متغیر آگاهی والدین با میزان $0/262$ به صورت مستقیم و $0/141$ به صورت غیر مستقیم و در مجموع با میزان $0/403$ درصد، بالاترین میزان واریانس متغیر وابسته (ارزش های خانوادگی) را تبیین می کند. متغیر وابستگی به شبکه های اجتماعی با میزان $0/422$ به صورت مستقیم و $0/007$ به صورت غیر مستقیم و در مجموع با میزان $0/429$ درصد بر متغیر ارزش های خانوادگی تأثیر گذار است.

جدول ۱۲: مجموع تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم برخی متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته

متغیر مستقل	اثرات غیر مستقیم	اثرات مستقیم	مجموع تأثیر مستقیم و غیرمستقیم هر متغیر
آگاهی والدین	۰,۱۴۱	۰,۲۶۲	۰/۴۰۳
وابستگی به شبکه های اجتماعی	۰/۰۰۷	۰,۴۲۲	۰/۴۲۹

نتیجه گیری

با مرور مطالعات نظری و تجربی تحقیق می توان به این امر اذعان داشت که هر یک از نظریه پردازان و محققان به نوعی به تعبیر و تفسیر گذار جوامع از سستی به مدرن و به دنبال آن، گسترش وسایل ارتباطی و فضای تعامل در سطوح مختلف کنش پرداخته و در نهایت، تأثیر این تغییر و تحول بر روی جامعه و گروه های مختلف آن را تحلیل نموده اند. در این میان، عده ای همچون کازنو پیام را دارای اثر محدود و مخاطب را پویا و فعال در نظر می گیرند. برخی دیگر، از جمله اسپ به اثر نامحدود پیام و وابستگی مخاطب به رسانه ها تمرکز دارند و بعضی مانند گیدنز به وجود پیوندهایی بین کنشگران در فضای رسانه ها و نیز پیوند بین کنشگر و رسانه تأکید نموده اند. به موازات این تعابیر، محققان به بررسی نقش وسایل ارتباطی مدرن در ایجاد تغییرات

اساسی در نگرش ها، دانش، مهارت ها، عقاید و ارزش ها پرداختند که مطالعه تأثیر ابعاد مختلف رسانه ها بر زندگی امروزی، از جمله پژوهش های اخیر حوزه جامعه شناسی محسوب می شود. از سوی دیگر، توجه به نتایج حاصل از آزمون فرضیه ها و پاسخ سوال های تحقیق این موضوع را آشکار می سازد که میزان استفاده از شبکه های اجتماعی در بین جوانان تهرانی در حد بالا است. بیشترین استفاده از محیط تلگرام صورت می گیرد و از نظر نوع استفاده، عضویت در شبکه های اجتماعی و گفتگو با اعضای آن بیشترین کاربرد را برای مخاطبان دارد. این مخاطبان بیشترین استفاده از شبکه های اجتماعی را در منزل و از اطلاعات اجتماعی دارند. اما در مقام تحلیل مشخص شد که دانلود مطالب علمی، مطالعه و تحقیق و خواندن اخبار مختلف، و نیز ایمیل و جی میل بر ارزش های خانوادگی موثر است. این یافته را می توان با تئوری اسپ (۱۹۸۶) چنین تفسیر نمود که پیام دارای اثر نامحدود می باشد و مخاطب به عنوان عنصری منفعل تحت نفوذ پیام قرار می گیرد. در مورد نوع محیط مورد استفاده، اینستاگرام بالاترین تأثیر را بر ارزش های خانوادگی می گذارد. این امر را براساس تئوری مک لوهان می توان بدین شکل تحلیل کرد که وسیله ارتباطی، مهمتر و موثرتر از خود پیام است و بر مخاطب خود تأثیر چشمگیری دارد. آنچه واضح است این که اینستاگرام تفاوت ها و شباهت هایی با کانال های ارتباطی دیگر دارد. به عنوان مثال، در اینستاگرام کاربران می توانند با ارسال نظر در مطالب بازخورد مناسبی به مدیر صفحه بدهند. این موضوع باعث می شود که مدیر صفحه بتواند کیفیت ارائه مطالب خود را با توجه به سلیقه کاربران بهبود بخشد و یک ارتباط دو طرفه با کاربران داشته باشد. این امکان به صورت پیش فرض در کانال های تلگرام وجود ندارد یا استفاده از هشتگ ها در اینستاگرام باعث می شود که کاربران علاقمند به موضوع بتوانند شما را پیدا کنند و حساب کاربری شما را دنبال کنند، اما تلگرام چنین امکانی ندارد و هشتگ ها فقط در داخل مطالب کانال قابل دسترسی و جستجو هستند. بنابراین، تأثیر اینستاگرام بر ارزش های خانوادگی در مقایسه با تأثیر کم و یا عدم تأثیر سایر کانال های ارتباطی به ماهیت این کانال بستگی دارد. یکی دیگر از نتایج تحقیق حاکی از آن است که استفاده از اطلاعات مربوط به روابط زناشویی بر ارزش های خانوادگی جامعه مورد مطالعه تأثیرگذار است. این یافته را بیش از هر تئوری دیگر مطابق با دیدگاه برلسون و جانویتس که اثرات وسایل ارتباطی را ناشی از عواملی از جمله: ویژگی های پیام گیر، محیط یا شرایط دریافت پیام بیان می کند، می توان چنین تحلیل نمود که بیشتر پاسخگویان در این تحقیق را گروه سنی بین ۱۸-۲۱ سال تشکیل می داد که در سنین جوانی واقع هستند. بنابراین، آنچه مسلم است در چنین شرایطی افراد بیش از هر نوع اطلاعاتی، به آگاهی یافتن از روابط زناشویی احساس نیاز پیدا می کنند. از سوی دیگر، در جامعه ای مانند کشور ما همچنانکه مک لوهان می گوید، میان فرهنگ در حال زوال و رسانه های جمعی جدید، نوعی تعارض وجود دارد. این تضاد میان تکنیک های تازه و فرهنگ قدیم تا هنگامی که جامعه شکل زندگی منطبق با آن را ایجاد نکرده است، باقی می ماند و در نتیجه آن، نوعی «بحران فرهنگی» که در هر تغییر و تحول اجتماعی قابل مشاهده است، پدید می آید. لذا، افراد به ویژه جوانان بیشترین تأثیر را از شبکه های اجتماعی می پذیرند تا به راه گریزی از این بحران فرهنگی برسند.

پیشنهادهای پژوهشی

- پیشنهادهای پژوهشی در راستای نتایج به دست آمده، به قرار زیر است:
- با توجه به یافته پژوهش که مدت زمان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر ارزش های خانوادگی جوانان تهرانی به طور معناداری موثر است و حضور افراد به مدت زمان طولانی در شبکه های اجتماعی

باعث می شود افراد ناخودآگاه از محتوا، شدت و حتی جهت آن تأثیر پذیرفته و آموخته های حاصل را به مرور در ابعاد مختلف زندگی شخصی خود بکار گیرند پیشنهاد می شود که کارگروهی در فضای مجازی تشکیل شود که به تولید اطلاعات جذاب و متنوع برای جوانان بپردازد.

● از آنجا که استفاده از سایت های علمی و مطالعه اخبار مختلف و نیز ایمیل و جی میل تأثیر معناداری بر ارزش های خانوادگی دارد، لازم است مسئولان و دست اندرکاران به گونه ای شبکه های اجتماعی را مدیریت کنند که دسترسی به این سایت ها و مطالب آن به آسانی میسر باشد.

● براساس این نتیجه که نوع محیط استفاده (محیط های وب سایت، اینستاگرام و ایمو) بر ارزش های خانوادگی موثر است، تقویت جنبه های روانشناسی اخلاق ضروری به نظر می رسد. به این دلیل که این امر حساسیت اخلاقی افراد را که نسبت به ارزش ها بی تفاوت نباشند و به ناهنجاری ها واکنش منفی نشان دهند، تقویت می کند، قدرت تشخیص عمل خوب و بد را بالا می برد و ارزش های اخلاقی را در اولویت قرار می دهد.

● با توجه به این یافته که آگاهی والدین از استفاده فرزندان از شبکه های اجتماعی مجازی بر ارزش های خانوادگی اثرگذار است، پیشنهاد می شود تا والدین پایه پای جوانان شبکه های اجتماعی مجازی آشنا شوند و با بکارگیری روش ای درست، محدودیت های مثبتی را برای فرزندان خود قرار دهند تا به آنان نحوه درست استفاده کردن را یادآور شوند. به این منظور راهکارهای زیر برای والدین مفید و اثربخش خواهد بود:

- ۱- بالا بردن سطح اطلاعات خود از شبکه های اجتماعی؛
 - ۲- تعیین سن مجاز فرزندان برای عضویت در شبکه های اجتماعی؛
 - ۳- گفتگو با فرزندان در مورد خطرات و نتایج استفاده نادرست از شبکه های اجتماعی؛
 - ۴- انتخاب بهترین مکان خانه برای کامپیوتر؛
 - ۵- تعیین دستورالعمل استفاده از شبکه های اجتماعی؛
 - ۶- بررسی تنظیمات خصوصی پروفایل فرزندان در شبکه های اجتماعی.
- در همین راستا و به منظور بالا بردن سطح آگاهی والدین، برگزاری جلسات آموزشی از سوی مصادر امور فرهنگی نتایج مفیدی به دنبال خواهد داشت.
- براساس این یافته تحقیق که وابستگی به شبکه های اجتماعی بر ارزش های خانوادگی تأثیرگذار است و با توجه به اینکه بیشتر استفاده کنندگان از این شبکه ها نوجوانان و جوانان هستند، فرهنگ سازی برای کاهش پیامدهای آن ضروری است. لذا اطلاع رسانی، آموزش نحوه استفاده صحیح از این فناوری می تواند موثر واقع گردد. همچنین، استفاده از ظرفیت هایی همچون: رسانه های دیداری و شنیداری، روزنامه ها، مجلات و نشریات برای نهادینه شدن فرهنگ سایبری اثربخش خواهد شد.
- اجرای درست ارزش های خانوادگی توسط والدین تا فرزندان نیز به تبعیت از آنان، ارزش ها را فرا بگیرند.

منابع

- ابوالحسن تنهایی، حسین. (۱۳۸۳). درآمدی بر مکاتب و نظریه های جامعه شناسی. چاپ پنجم، مشهد: نشر مرندیز
- احمدزاده کرمانی، روح الله و قاسمی، طیبه. (۱۳۹۲). «بررسی نقش اینترنت بر ارزش های خانواده (مورد مطالعه: جوانان منطقه ۱۵ تهران)». فصلنامه ی علمی پژوهشی مطالعات رسانه ای. سال هشتم، شماره ۲۳، صص: ۵۱-۶۴.
- آذربخش، سید علی محمد. (۱۳۹۲). درآمدی بر نقش رسانه ها در جریان سازی. قم: صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش های اسلامی
- آذربخش، علی محمد. (۱۳۹۱). «رویکردی نظری به تأثیرات شبکه های اجتماعی بر تولید ملی و اشتغال در میان جوانان». فصلنامه مطالعات جوان و رسانه. شماره ۶، صص: ۹۵-۱۱۶.
- آذرخش، محمود. (۱۳۸۲). «اختلال اعتیاد به اینترنت». فصلنامه معنا. شماره ۱۶.
- اسلامی، راضیه. (۱۳۹۵). «شبکه های اجتماعی مجازی و ارزش های خانواده». پایان نامه کارشناسی ارشد، جامعه شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی.
- اسلوین، جیمز. (۱۳۸۰). اینترنت و جامعه. عباس گلیگوری. تهران: نشر کتابدار
- اینگلهارت، رونالد. (۱۳۷۳). تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی. مریم وتر. تهران: نشر کویر
- بصیریان جهرمی، حسین. (۱۳۹۱). رسانه های اجتماعی: ابعاد و ظرفیت ها. تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معانت مطبوعاتی و اطلاع رسانی، دفتر مطالعات و برنامه ریزی رسانه ها: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
- بهنام، جمشید. (۱۳۸۴). تحولات خانواده. محمد جعفر پوینده. چاپ دوم، تهران: نشر ماهی
- بوربور حسین بیگی، مریم. (۱۳۸۳). «بررسی رابطه ی اینترنت و شکاف ارزش ها در بین دو نسل (مطالعه موردی کلیه دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه تهران و والدین آنها)». پایان نامه کارشناسی ارشد، جامعه شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
- تبریزی، محسن؛ هویدا، لادن و امید، فاطمه. (۱۳۸۹). «استغراق در فضای مجازی و عوارض فردی و روانی آن». پژوهش نامه علوم اجتماعی. سال چهارم.
- خدامرادی، طاهره؛ سعادت، فرحناز و خدامرادی، طیبه. (۱۳۹۳). «بررسی میزان تأثیر استفاده از فضای مجازی بر ارزش های خانواده». فرهنگ ایلام. دوره یازدهم، شماره ۴۴ و ۴۵، صص ۱۵۵-۱۶۷.
- ریتزر، جورج. (۱۳۹۰). نظریه جامعه شناسی در دوران معاصر. محسن ثلاثی. چاپ هفدهم، تهران: انتشارات علمی
- زاهدی، محمدجواد. (۱۳۸۶). توسعه و نابرابری. چاپ سوم، تهران: انتشارات مازیار
- زنجانی زاده، هما و محمدجواد، علی. (۱۳۸۴). «بررسی تأثیر اینترنت بر ارزش های خانواده در بین دانش آموزان دبیرستانی ناحیه ۳ مشهد». مجله انجمن جامعه شناسی. دوره ششم، شماره ۲، صص: ۱۲۱-۱۴۶.
- سلگی، مهدی. (۱۳۹۵). «تأثیر شبکه های اجتماعی بر خانواده و راهکار های مقابله با آثار سوء آن». سایت رضا سلگی.
- فلاحتی، علی. (۱۳۹۵). «تحلیل کیفی و کمی تأثیر شبکه های اجتماعی مجازی در ساختار خانواده». فصلنامه فرهنگی - تربیتی زنان و خانواده. سال یازدهم، شماره ۳۵، ۱۷۰-۱۵۱.

- قدیانی، فاطمه. (۱۳۹۳). مدیریت اینترنت و شبکه های اجتماعی در خانواده. چاپ اول، تهران: نشر یادآفرین
- کرایب، یان. (۱۳۸۱). نظریه اجتماعی مدرن از پارسونز تا هابرماس. عباس مخبر. تهران: نشر آگه
- کیا، علی اصغر و نوری مرادآبادی، یونس. (۱۳۹۱). «عوامل مرتبط با گرایش دانشجویان به شبکه اجتماعی فیس بوک (بررسی تطبیقی دانشجویان ایران و آمریکا)». مطالعات فرهنگی ارتباطات. دوره ۱۳، شماره ۴۹، صص: ۲۱۲-۱۸۱.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۴). چشم اندازهای جهانی. محمدرضا جلالی پور. تهران: انتشارات طرح نو
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۶). جامعه شناسی. حسن چاوشیان. ویراست چهارم، تهران: نشر نی
- لتیل جان، استیفن. (۱۳۸۴). نظریه های ارتباطات. مرتضی نوربخش و اکبر میرحسینی. چاپ اول، تهران: نشر جنگل
- معمار، ثریا؛ عدلی پور، صمد و خاکسار، فائزه. (۱۳۹۱). «شبکه های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تأکید بر بحران هویتی ایران)». مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران. دوره ۱، شماره ۴، صص: ۱۷۶-۱۵۵.
- معیدفر، سعید و صیوری خسروشاهی، حبیب. (۱۳۸۹). «بررسی میزان فردگرایی فرزندان در خانواده». پژوهش نامه علوم اجتماعی. سال چهارم، شماره ۴، صص: ۹۳-۱۱۰.
- مک لوهان، مارشال. (۱۳۷۹). برای درک رسانه ها. علی آذری. جلد اول، تهران: مرکز تحقیقات مطالعات و سنجش صداوسیما
- Bartholomew, Mitchell K.; Schoppe-Sullivan, Sarah J.; Glassman, Michael; Dush, Claire M. Kamp; Sullivan, Jason, M. (2012). "New Parents' Facebook Use at the Transition to Parenthood". Family Relations, v61 n3 p455-469.
- Chelane Ballew, K. (2011). "Family values: The empirical impact of internet use". Submitted to the Graduate Faculty of Baylor University in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Arts, Accepted by the Graduate School August 2011.
- Inglehart, Ronald. & Welzel, Christian. (2007). **Modernization, cultural change, and democracy**. The Human Development Sequence. Cambridge University Press.
- Muniandy, I. & Muniandy, B. (2013). "The impact of social media in social and political aspects in Malaysia: An overview". International Journal of Humanities and Social Science, Vol.3, No.11, June 2013.
- Odaci, Hatice and Melek Kalkan. (2010). **Problematic Internet use, loneliness and dating anxiety among young adult university students**. Computers & Education 55.
- Tariq, W., Mehboob, M., Asfandiyar Khan, M. FaseeUllah. (2012). "The Impact of social media and social networks on education and students of Pakistan". International Journal of computer science issues, Vol.9, Issue.4, No.3, July 2012.



رابطه جامعه پذیری دانشگاهی و مشارکت اجتماعی در

بین دانشجویان جوان دانشگاه تهران

سهراب رشتیانی^۱

حمید رحیمیان^۲

عباس عباس پور^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۱۲/۲۸

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۲/۱۸

گرایش به تحصیلات دانشگاهی در بین جوانان همچنان رو به افزایش بوده و از طرفی در طول سالیان اخیر مشارکت اجتماعی نیز دچار تغییرات بسیار زیادی گردیده است. دانشگاه به عنوان مرکز تولید علم و ارزش، بر فردی ترین تا جمعی ترین رفتار دانشجویان تاثیر می گذارد. هدف این تحقیق، بررسی رابطه جامعه پذیری دانشگاهی و مشارکت اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه تهران است. جامعه آماری این پژوهش را کلیه دانشجویان ۱۸ تا ۲۹ سال، دانشگاه تهران در چهار گروه آموزشی علوم انسانی، علوم پایه، فنی و مهندسی و علوم پزشکی تشکیل داده اند که ۳۸۲ نفر بر اساس فرمول نمونه گیری کوکران به عنوان نمونه آماری تعیین شدند. پژوهش به روش توصیفی از نوع پیمایشی انجام شده است. در مبنای نظری از نظریه های مرتبط استفاده شده و در پایان مدل نظری تحقیق، طراحی گردیده است. ابزار گردآوری داده ها، پرسشنامه است که بعد از برآورد اعتبار و پایایی در بین پاسخ گویان توزیع گردید. پس از گردآوری داده ها، اطلاعات براساس آمارهای توصیفی و استنباطی و با استفاده از نرم افزار spss مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. با توجه به سطح متغیرها، از آزمون پیرسون استفاده شد و در نهایت طبق میزان بنای مدل رگرسیون تاثیر

۱. دانشجوی دکتری، مدیریت آموزش عالی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Rashtiani50@yahoo.com

۲. دانشیار، گروه مدیریت و برنامه ریزی آموزشی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

۳. دانشیار، گروه مدیریت و برنامه ریزی آموزشی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

متغیرهای مستقل به این ترتیب بر میزان مشارکت اجتماعی جوانان دانشجو تأثیر گذارند: اصول و ارزش های اخلاقی با میزان بتای ۰/۵۳۳، سن به میزان ۰/۲۱۸، طبقه اقتصادی- اجتماعی به میزان ۰/۲۷۴، موفقیت علمی به میزان ۰/۴۳۳ و تعاملات و ارتباطات ۰/۳۸۲. مقدار ضریب تعیین برابر با $R^2 = ۰/۴۱$ می باشد.

واژگان کلیدی: جامعه پذیری دانشگاهی، مشارکت اجتماعی، دانشجویان و جوانان

مقدمه

انسان ها تحت تاثیر محیط اجتماعی خود قرار دارند؛ این تاثیر گذاری در ابعاد مختلف زندگی فرد است و از فردی ترین جنبه تا اجتماعی ترین آن را در بر می گیرد. افراد تحت تاثیر نوع جامعه پذیری که در آنها شکل گرفته، کنش ها و رفتارهای متفاوتی از خود نشان می دهند و نوع جامعه پذیری آنها بر سرمایه اجتماعی و مشارکت اجتماعی تاثیر می گذارد. دانشجویان به عنوان افرادی که چند سال از عمر خود را صرف آموختن می کنند، رفتارها و کنش هایی را خودآگاه یا ناخودآگاه تحت تاثیر این محیط از خود نشان می دهند. (قانعی راد و رشتیانی، ۱۳۹۱: ۴۵) دانشگاه به عنوان نظامی اجتماعی، بیش از هر چیز مجموعه ای از مناسبات انسانی بین اعضای این جامعه به ویژه جوانان دانشجو و اساتید (باهمدیگر و با یکدیگر) است. (قانعی راد و حسین ابراهیم آبادی، ۱۳۸۹) و افرادی که وارد این فضای علمی می شوند، از فضای این محیط تاثیر می پذیرند و این تاثیر در تصمیم گیری ها و اولویت های زندگی اثرگذار می شود. دانشجویان که معمولاً در سنین جوانی و زیر سی سال وارد محیط دانشگاه می شوند، بیشتر تحت تاثیر قرار می گیرند و زندگی اجتماعی خود را با قرار گرفتن در گروه های اجتماعی تجربه می کنند و سرمایه اجتماعی خود را تقویت می نمایند. یکی از ابعاد و شاخص های کلیدی سرمایه اجتماعی، مشارکت اجتماعی است. مشارکت اجتماعی یک پدیده اجتماعی پیچیده، چندبعدی و چندسطحی است که به عوامل مختلفی بستگی دارد و از جامعه ای به جامعه دیگر و از مکانی به مکان دیگر و در زمان های مختلف متفاوت است. (وکیل ها، ۱۳۹۵: ۶۵). ماهیت نظری و عملی مشارکت در بطن هر جامعه و در مفاهیمی چون دلبستگی، اتحاد، همکاری، انجمن و مانند آنها نهفته است و از قدیم شالوده پیدایش اجتماعی انسان شناختی نوع بشر تلقی شده است (موسوی، ۱۳۹۱: ۶۵). از جمله نمودهای رشد اجتماعی افراد، میزان مشارکت آنان در فعالیت های اجتماعی و فرهنگی و میزان مسئولیت پذیری آنان برای ایفای نقش مثبت در جامعه است. (سرمدست، ۱۳۹۵: ۱۳) توجه به مشارکت اجتماعی و روش های ارتقای آن این نقص را برطرف می کند. دانشجویان از گروه های مرجع در جامعه هستند. با اشاعه فرهنگ مشارکت اجتماعی و مسئولیت پذیری در محیط دانشگاه امکان اشاعه آن در سطح جامعه هم فراهم می شود و اموری مانند تعاون، همیاری و همدردی در جامعه رشد پیدا می کند (عبرسوز، ۱۳۸۸: ۱۰).

دانشگاه به عنوان یکی از متولیان جامعه پذیری دانشگاهی، رسالت تربیت نیروی انسانی متخصص و ماهر و توسعه علم و پژوهش را بر عهده دارد. بنابراین جامعه پذیری و انتقال ارزش ها و هنجارهای علمی را می توان از جمله مهم ترین کارکردهای دانشگاه ها به شمار آورد. افرادی که وارد دانشگاه می شوند، مجموعه ای از ارزش های متناسب با ویژگی های فردی و خانواده خود و نیز فرهنگ عمومی را به همراه دارند. از سوی دیگر، دانشجو در دانشگاه در درون خرده فرهنگ خاص علمی قرار می گیرد که از بدو ورود تا اتمام دوره زندگی دانشجویی خود در این نهاد به یادگیری و فراگیری ارزش ها و هنجارها می پردازد. بنابراین اگر این نهاد بتواند ارزش ها و هنجارهای خود را به طور موفقیت آمیز درونی کند، فرد قادر خواهد شد که آموخته خود را در نوع مهارت و بکارگیری آن عملی سازد. در محیط دانشگاه، جامعه پذیری به دو صورت رسمی در سرکلاس و غیررسمی که توسط نهادهای مسئول و نیز ارتباطات و تعاملات دانشجو با دانشجو و استاد صورت می گیرد. نتایج پاره ای از تحقیقات نشان می دهد که این مسئله در جامعه دانشگاهی وجود دارد و صورت نگرفتن جامعه پذیری دانشگاهی به طور صحیح بر زندگی اجتماعی تاثیر زیادی داشته است. بر طبق پژوهش های مرتبط، حدود ۸۲ درصد از دانشجویان دکتری مورد مطالعه میزان عینیت مسائل و چالش های ۲۶ گانه مورد مطالعه در محیط علمی و آموزشی خود را در حد متوسط به بالا ارزیابی کرده اند. این موضوع نشان دهنده آن است که به

رغم بسیاری از توفیق‌ها و موفقیت‌ها، نظام آموزش عالی ایران با مسائل و چالش‌های اساسی روبروست و این مسائل تاثیر زیادی بر عملکرد و اثر بخشی مجموعه دانشگاه و دانشگاهیان دارد. ضعف محیط علمی در درونی کردن هنجارهای دانشگاهی در دانشجویان دارای هفتمین رتبه در بین مسائل ۲۶ گانه است. یافته‌های تحقیقات قاضی طباطبایی و مرجائی و دادهیر و فاضلی پیرامون کارایی فضای دانشگاهی ایران در ایجاد و پرورش هنجار دانشگاهی، نشانگر ضعف آن و عینیت ضعیف آن در رفتار و گفتار دانشگاهیان است (محسنی تبریزی و همکاران، ۱۳۸۹). قانع‌راد در پژوهشی پیرامون تاثیر ساختار اجتماعی آموزش بر عملکرد دانشجویان، نشان می‌دهد که میزان تعامل دانشجویان با میزان یادگیری تعاملی و احساس خوداثربخشی آنها ارتباط دارد (قانع‌راد، ۱۳۸۹). از سویی، ناتوانی دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی و پژوهشی علمی کشور در اجتماعی کردن و انتقال ارزش‌ها و هنجارهای خویش به دانشجویان و اساتید و پژوهشگران را می‌توان ناشی از فقر فضای ارتباطی در این محیط‌های علمی دانست. (قانع‌راد و قاضی پور، ۱۳۸۱). همچنان که «فعالیت گروه در گروه مشارکت اعضا آن گروه است و مشارکت اعضا هویت زندگی گروهی را تداوم می‌بخشد» (من‌فرد، ۲۰۱۱). یگانگی حاصل از مشارکت اعضا، شرط بقای جامعه است. هر چه این همبستگی بیشتر باشد، نظم اجتماعی بهتری برقرار خواهد شد و هنجارها بیشتر مورد احترام قرار خواهند گرفت. (موسوی، ۱۳۹۱: ۶۵).

طبق آمار وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، هرساله هزاران جوان وارد دانشگاه‌های مختلف کشور می‌شوند و در طی سالیان دانشجویی، مدیریت جامعه سرمایه‌گذاری زیادی برای آنها می‌کند تا به اهداف خود در انتقال ارزش‌ها و هنجارها دست یابد. در این میان، بسیاری از ارزش‌ها و هنجارها نیز ناخواسته به جوانان منتقل می‌شوند که کارکرد پنهان دانشگاه است. باید توجه داشت که میزان گرایش به دانشگاه در ایران نیز همچون سایر جوامع رو به افزایش بوده و در طول سالیان اخیر سرمایه اجتماعی بخصوص مشارکت اجتماعی افراد نیز دچار تغییرات بسیار زیادی گردیده است. دانشجویان از جمله گروه‌های اجتماعی جامعه هستند که به دلیل جوان بودن، تحرک و شور اجتماعی بیشتری دارند که آنها را وادار می‌دارد در امور اجتماعی فعال تر باشند. بنابراین در این جا این سوال مطرح می‌شود که آیا ارزش‌ها و هنجارهای علمی به دانشجویان جوان انتقال یافته است؟ و در صورت انتقال، آیا این جوانان توانسته‌اند مشارکت اجتماعی بیشتری در جامعه داشته باشند؟ این پژوهش به دنبال تعیین رابطه جامعه‌پذیری دانشگاهی بر مشارکت اجتماعی جوانان بوده است.

اهداف پژوهش

۱. بررسی و شناخت وضعیت موجود جامعه‌پذیری دانشگاهی دانشجویان ۱۸ تا ۲۹ سال دانشگاه تهران؛
۲. بررسی و شناخت وضعیت موجود مشارکت اجتماعی دانشجویان ۱۸ تا ۲۹ سال دانشگاه تهران؛
۳. بررسی و شناخت رابطه جامعه‌پذیری دانشگاهی با مشارکت اجتماعی دانشجویان ۱۸ تا ۲۹ سال دانشگاه تهران.

مبانی و چارچوب نظری پژوهش

جامعه‌پذیری به عنوان فرآیندی ناآگاهانه که به وسیله آن اشخاص استانداردها و هنجارهای رفتاری را درونی می‌کنند و به احساس هویت و تعهد برای رشته حرفه‌ای شکل می‌دهند، در نظر گرفته می‌شود. (widman:20:2001). جان سی ویدمن^۱ معتقد است جامعه‌پذیری در برنامه‌ها، فرآیند غیرخطی است که در طول آن هویت و تعهد از طریق تجربه‌ها به دو شکل رسمی و غیر رسمی گسترش می‌یابد. همانطور

1. Weidman, John C.

که گروه های مرجع شخصی و حرفه ای در بیرون دانشگاه این گونه هستند. تاثیر عناصر متفاوت در فرآیند جامعه پذیری و نتایج قابل پیش بینی آن متفاوت است و پیوسته در حال گسترش است. برون داد(نتایج) جامعه پذیری، و تعهد برای یک نقشی که هنجاری و منحصر به فرد تعریف شده است. (Widman, 48:2001). جامعه پذیری پویا و مداوم، بدون ابتدا و انتهاست و «جامعه پذیری دانشگاهی، مفهومی چند بعدی، سیال، مرحله ای و تکامل یابنده است. گذر از مراحل جامعه پذیری را به حرکت قطار از ایستگاه های خاص تشبیه کرده اند که شامل حرکت همزمان، متوالی و در مواقعی چرخه ای، از ایستگاه های رسمی، غیررسمی، انتظاری (رفتاری، شناختی، انگیزشی) و شخصی است که شامل مراحل جامعه پذیری و ویژگی های مورد انتظار، جامعه پذیری رسمی، جامعه پذیری غیررسمی و جامعه پذیری شخصی است» (Tierney, W. G, and Rhoads, R.). A. 1994. «این چارچوب توسعه یافته برای درک روندهای موقتی جامعه پذیری دانشجویان، با دو ویژگی زیر برای درک پویایی برنامه های حرفه ای و فارغ التحصیلی، برجسته و مهم هستند: ۱- این که جامعه پذیری یک روند فرایندی است؛ ۲- عناصر اصلی و معین (فراگیری دانش، سرمایه گذاری و درگیری) با توسعه و تکوین تعهد و هویت حرفه ای ارتباط دارند. (Weidman, J. c, Twale. D. J, Stein. E. L, 2001).

در حوزه جامعه پذیری دانشگاهی رویکردهای متفاوتی از سوی مکاتب و صاحب نظران این حوزه مطرح شده است که در نگاه کلی می توان بخش اعظم آن را در چند رویکرد تقسیم بندی کرد. در بخش اول سه رویکرد برجسته این حوزه پرداخته می شود سپس دیدگاه های نظریه پردازان تشریح می شود.

الف) رویکرد ساخت هنجاری علم: بنا بر این رویکرد، نهاد علم دارای مجموعه ای از ارزش ها و هنجارهاست که از طریق فرایند جامعه پذیری به دانشجویان انتقال می یابد و توسط پاداش ها و تنبیهات، تقویت و کنترل می شود. در واقع، «فعالیت علمی» ناشی از نظامی از روابط اجتماعی ای است که خود تحت تاثیر هنجارهای علمی، سازمان یافته، هدایت و کنترل می شوند. بدین ترتیب، کنشگران دانشگاهی در درون یک نظام اجتماعی سازمان می یابند و این نظام باید همانند سایر نظام های اجتماعی به طریقی کارکردگرایانه مورد تحلیل قرار گیرد. مرتن سرشت علم را مرکب از مجموعه ارزش ها، هنجارها و قواعدی می دانست که از جانب نهاد علم به رسمیت شناخته می شود. (ریتزر، ۱۳۷۳: ۲۳۴)

ب) رویکرد سازمان اجتماعی علم: این رویکرد که بن دیوید از بنیان آن به شمار می رود بر سازمان اجتماعی درون نهاد علم و تاثیر این سازمان بر رشد و شکوفایی علم تاکید دارد و فرض بنیادین این رویکرد، «تاثیر تعیین کننده عامل سازمانی بر رشد و پیشرفت علمی» است. اشکال سازمانی، سیستم های تصمیم گیری، نقش های علمی در سازمان های علم و نحوه ارتباط آنها با یکدیگر، تمرکزگرایی یا تکررگرایی در نظام دانشگاهی، نحوه ارتباط آموزش با پژوهش در درون سازمان های علمی، میزان تمایز و تخصصی شدن نقش های علمی و نسبت اعضای جامعه علمی با این نقش ها، میزان نهادی شدن نقش های علمی در درون سازمان های علمی، انواع و مقدار حمایت از این نقش ها، رابطه بخش های سازمانی مختلف در درون نظام دانشگاهی یا هر سازمان علمی از جمله محورهای مطالعاتی در این رویکرد به شمار می رود.

ج) رویکرد کارکردگرای بروننگرا: به تحلیلی ساختی - کارکردی از نهاد علم می پردازد و در چارچوب بررسی روابط کارکردی بین نهاد علم و سایر نهادها، مفاهیم «تمایز ساختی»، «تمایز فرهنگی» و «ادغام» را به عنوان مفاهیم نظری این رویکرد برجسته می کند.

کاناوو نمونه مندرج در شکل را از نظریه ساختار هنجاری علم مرتن ارائه می دهد. همانطور که شکل نشان می دهد آداب علم بر اخلاق علمی مبتنی است و اخلاق علمی نیز ریشه در الگوها و نمونه های شناختی دارد.

همچنین، الگوها و نمونه های شناختی نیز از تجربیات انسانی و اجتماعی متنوعی ناشی می شوند. این نمونه به همان نسبتی که تفاوت های ممکن در الگوهای شناختی را ناشی از تجربیات اجتماعی متفاوت می داند، در پی تبیین عوامل اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی اخلاق، آداب و الگوهای رفتار علمی و همچنین اقامه ادله برای ارزش های متفاوت پژوهش های کاربردی- فنی و بنیادی است.

الگوهای رفتاری



هنجارها



ارزش ها



اخلاق



الگوهای شناختی



تجربه

پایه های آداب در علم (Cannavo L, 1997)

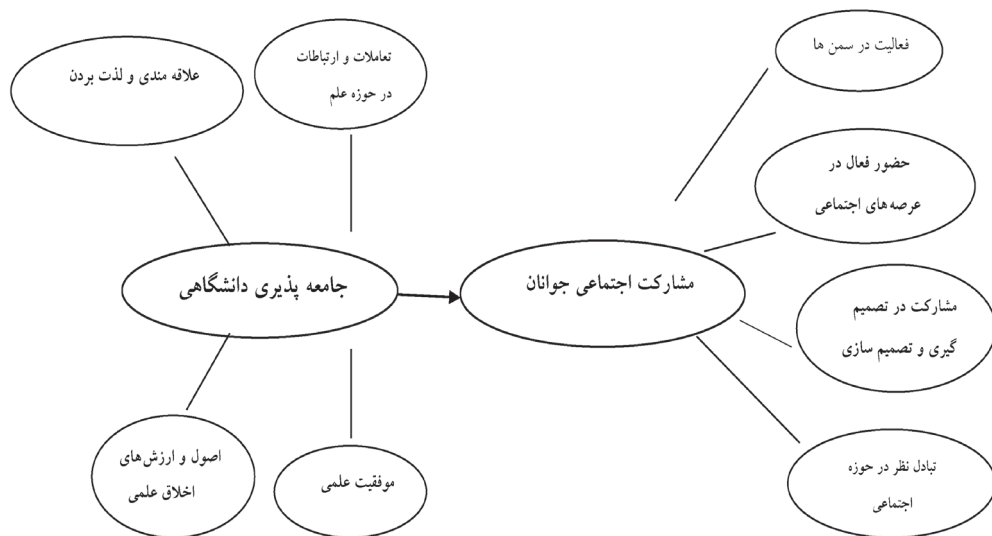
هدف جامعه پذیری دانشگاهی، ایجاد بینش بالقوه مفید برای اصلاحات و تلاش برای درونی کردن ویژگی های دانشجویی با مهارت های بالفعل در سطح جهانی است. (Robert and at al, 2017)

وجود فرایندهای جامعه پذیری در جوامع علمی از شرایط ضروری برای ادغام افراد در اجتماعات و مشارکت اجتماعی است. آموزش عالی نوعی جامعه پذیری جدید برای دانشجویان می باشد و کارکرد اجتماعی کردن در نظام آموزشی عالی از اهمیت زیادی برخوردار است. از دیدگاه جامعه شناختی ورود جوانان دانشجو به محیط دانشگاه به معنای عضویت در یک اجتماع علمی- فرهنگی با مناسبات، روابط، ارزش ها، هنجارها و نمادهای خاص خود است. جوانان با ورود به این محیط دارای ساختار اجتماعی - یا مناسبات و روابط بین دانشجویان از یک سو و دانشجویان و اساتید از سوی دیگر- و فضای فرهنگی ویژه خود، با فرآیند جامعه پذیری رو به رو می شوند و با فرض موثر بودن این فرایندها به درونی سازی ارزش ها و هنجارهای شناختی و اجتماعی می پردازند. اجتماعی شدن دانشگاهی، فرآیندی است که طی آن جوانان تازه وارد را به دانشجویانی آگاه و آشنا با هنجارهای شناختی و اجتماعی و الگوهای رفتاری مورد انتظار تبدیل می کند. «فرایندهای جامعه پذیری، باورها، ارزش ها و هنجارهای فرهنگی را به تازه واردان منتقل می کنند. رابطه جوان با محتوا از طریق تعامل با کارگزاران جامعه پذیری افرادی پرورش می یابند که نسبت به ارزش ها، نظریات و فنون ویژه علم مقید است. بدین ترتیب در دنیای دانش، جامعه و فرهنگ یا اجتماع علمی و الگوهای شناختی از یکدیگر تفکیک ناپذیرند. فرایندهای جامعه پذیری پیوستگی بین تعاملات اجتماعی و تکوین یا انتقال محتوای شناختی را برقرار می کنند». (قانعی راد و حسین ابراهیم آبادی، ۱۳۸۹)

امروزه، مشارکت جوانان به عنوان مؤلفه اساسی و تفکیک ناپذیر توسعه نگر بسته می شود و روز به روز بر اهمیت آن تأکید می شود. در این میان، برخی صاحب نظران چون مولیناس^۱ با بهره گیری از اندیشه کلمن^۲ که به طرح سرمایه اجتماعی^۳ پرداخته است، معتقدند که با افزایش سرمایه اجتماعی در یک جامعه، مشارکت اجتماعی بسط و گسترش می یابد و سرمایه اجتماعی را یک نوع خیر همگانی^۴ می دانند. به نظر مولیناس، سرمایه اجتماعی محصول فعالیت های اجتماعی و شبکه های عمیق تعاملی است که اعضای جامعه را به همکاری، تعاون و مشارکت ترغیب می کند (Molinas, 416: 1998). به نقل از یعقوب زاده، (۱۳۸۶: ۶۴). اینگلهارت^۵ معتقد است: «متغیرهای تحصیلات رسمی، موقعیت اجتماعی، اقتصادی، سطوح مهارت و اطلاعات، مهارت های ارتباطی، تجربه های شغلی، شبکه های سازمانی، تقلیل تفاوت های جنسی در وظایف اجتماعی و سیاسی بر افزایش مشارکت تأثیر می گذارند». هانتینگتون^۶، نیز در پژوهش خود به بررسی رابطه بین متغیرهای همبستگی گروهی، سطح تحصیلات، سن و میزان مشارکت در انواع انجمن های داوطلبانه و مشارکت اجتماعی می پردازد و به این نتیجه می رسد که دخالت در فعالیت های اجتماعی و سازمان ها از اهمیت بیشتری برخوردار است (سرمدست، ۱۳۹۶: ۷۱). اکسلرد^۷، کوئن^۸، وریبا^۹ و نای^{۱۰} در مورد تأثیر تحصیلات افراد بر مشارکت اجتماعی آنان معتقدند که معمولاً هرچه سطح تحصیلات بالاتر باشد، احتمال مشارکت و درگیری در فعالیت های اجتماعی بیشتر است (کوئن، ۱۳۸۶: ۱۸۵). براساس یافته های تحقیق اکسلرد، میزان مشارکت در خانواده هایی با درآمد بالا و نیز افراد با تحصیلات بالا دو برابر خانواده های کم درآمد و افراد با تحصیلات پایین می باشد. لیپست از دیگر نظریه پردازان نو سازی نیز در مدل خود می کوشد براساس متغیرهای اجتماعی پدیده مشارکت یا عدم مشارکت گروه های مختلف را در پویای های اجتماعی تبیین کند. مدل لیپست بر آن است که پدیده شرکت یا عدم شرکت اقشار و گروه های مختلف اجتماعی را بر اساس چندین عامل کلی اجتماعی در فرآیندهای سیاسی و اجتماعی نظیر انتخابات، انجمن ها، سندیکاها، کارگری، شوراهای محلی و نظایر آن تبیین کند. میزان مشارکت در فرآیندهای اجتماعی در میان مردان، گروه های تحصیل کرده، متأهلین، شهرنشینان، افراد میانسال و نیز افراد دارای منزلت و همچنین اعضای سازمان ها، احزاب، سندیکاها و شوراهای بیشتر است (غفاری و نیازی، ۵۴: ۱۳۸۶). همان طور که بیشتر نظریه پردازان نشان داده اند متغیر تحصیلات که جامعه پذیری دانشگاهی در آن فرآیند شکل می گیرد، بر مشارکت اجتماعی افراد تأثیر گذار است. لذا در این پژوهش پس از بررسی نظریه های مربوط به جامعه پذیری دانشگاهی، به نظریه های مشارکت اجتماعی پرداخته شده است. مدل نظری تحقیق نیز به صورتی است که ارتباط بین جامعه پذیری دانشگاهی را به عنوان متغیر مستقل تحقیق و مشارکت اجتماعی متغیرهای وابسته شامل عضویت در سمن ها، حضور فعال در عرصه های اجتماعی، مشارکت در تصمیم گیری و تصمیم سازی ها و تبادل نظر در حوزه اجتماعی را بررسی می نماید.

1. Molinas
2. coleman
3. Social capital
4. Public good
5. Inglehart
6. Hantington
7. Axelord
8. Khon
9. Verba
10. Nie

مدل نظری پژوهش



۱۰۸

فرضیه های پژوهش فرضیه اصلی

بین جامعه پذیری دانشگاهی و مشارکت اجتماعی جوانان رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه های فرعی

۱. بین تعاملات و ارتباطات در حوزه علم و مشارکت اجتماعی جوانان رابطه معناداری وجود دارد.
۲. بین علاقه مندی و لذت بردن از محیط علمی و مشارکت اجتماعی جوانان رابطه معناداری وجود دارد.
۳. بین موفقیت علمی و مشارکت اجتماعی جوانان رابطه معناداری وجود دارد.
۴. بین اصول و ارزش های اخلاق علمی و مشارکت اجتماعی جوانان رابطه معناداری وجود دارد.
۵. بین طبقه اقتصادی - اجتماعی و مشارکت اجتماعی جوانان رابطه معناداری وجود دارد.

تعریف نظری و عملیاتی متغیرها جامعه پذیری دانشگاهی

تعریف نظری: فرآیندی است که طی آن افراد دانش ها، بینش ها، باورها، ارزش ها، الگو ها و معیارهای فرهنگی خاص محیط علمی را طی کنش و واکنش هایی با نهادهای رسمی و غیر رسمی کسب و آن را جزو شخصیت خود می کنند و باعث می شود که کم و بیش به عنوان افرادی موثر در جامعه خویش ایفای نقش کنند. (ویدمن، ۲۰۰۸)

تعریف عملی: در این پژوهش به منظور رسیدن به تحلیل جامعی از جامعه پذیری دانشگاهی از ۴ متغیر استفاده

شده که به یک شاخص تجمعی تبدیل شده است: ۱- تعاملات و ارتباطات در حوزه علم، ۲- موفقیت علمی، ۳- ارزش های و اصول اخلاق علمی و ۴- علاقه مندی و لذت بردن از محیط علمی.

۱. تعاملات و ارتباطات در حوزه علم

در این پژوهش تعاملات و ارتباطات در سه سطح با ۱- دانشجویان، ۲- اساتید و ۳- در محیط دانشگاه.

۲. موفقیت علمی

در این پژوهش موفقیت علمی با سه متغیر نوآوری و تولید علمی، خود اثربخشی و پویایی علمی سنجیده می شود.

۳. ارزش های و اصول اخلاقی علمی (رزنیک)

رزنیک^۱، برای معیارها و اصول اخلاقی علم دوازده اصل را توضیح می دهد که در صورت رعایت آنان از سوی فرد دانش پذیر می توان ادعا کرد که وی در جریان فرآیند جامعه پذیری دانشگاهی تا حد زیادی موفق به کسب هنجارها و ارزش هایی علمی شده است. که عبارت اند از: صداقت، دقت، آزادی، اعتبار و پاداش، وسعت نظر، تربیت، مسئولیت اجتماعی، قانونمندی، فرصت، احترام دوجانبه، کارآیی و احترام به موضوعات. (Resnik DB (1998). به نقل از ودادهیر، ۱۳۸۷)

۴- علاقه مندی و لذت بردن از محیط علمی

مشارکت اجتماعی

الف) تعریف مفهومی: مشارکت را نوعی کنش هدفمند در فرآیند تعاملی بین کنشگر و محیط اجتماعی او در جهت نیل به اهداف معین و از پیش تعیین شده تعریف نموده اند. فرآیندی که در آن آحاد جامعه به صورت آگاهانه، داوطلبانه و جمعی با در نظر داشتن اهداف معین و مشخص که منجر به سهیم شدن آنها در منابع اجتماعی می شود در آن شرکت می کنند (غفاری، ۱۳۸۴: ۴۲۹). مشارکت اجتماعی اشاره دارد به انواع گروه ها و انجمن هایی که افراد می توانند در آن ها مشارکت کنند و یا روابط غیر رسمی که افراد می توانند با دیگران مثل خانواده، همسایه و غیره داشته باشند (پوتنام، ۱۳۸۰: ۲۹۸).

ب) تعریف عملیاتی: در این پژوهش به منظور سنجش میزان مشارکت و عضویت سازمانی افراد به بررسی میزان مشارکت و عضویت آن ها در امور مختلف پرداخته می شود. (فعالیت در سمن ها، حضور فعال در عرصه های اجتماعی، مشارکت در تصمیم گیری و تصمیم سازی ها و تبادل نظر در حوزه اجتماعی)

پایگاه اقتصادی- اجتماعی

الف) تعریف مفهومی: پایگاه اجتماعی- اقتصادی، پایگاهی است که فرد در میان یک گروه دارد یا به مرتبه اجتماعی- اقتصادی یک گروه در مقایسه با گروه های دیگر گفته می شود. به بیان دیگر، موقعیتی که یک فرد یا خانواده با ارجاع به استانداردهای میانگین رایج درباره ویژگی های فرهنگی، درآمد مؤثر، دارایی های مادی و مشارکت در فعالیت های گروهی- اجتماعی به دست می آورد (کوئن، ۱۳۸۰: ۲۴۰). به عبارت دیگر، طبقه اجتماعی به مجموعه افرادی گفته می شود که از لحاظ شغل، درآمد و ثروت در موقعیت مشابهی باشند.

ب) تعریف عملیاتی: به منظور سنجش این متغیر، شاخصی براساس منطقه، میزان درآمد خانواده، مرتبه شغلی و میزان تحصیلات والدین پاسخگو ساخته شد که جایگاه خانواده پاسخگویان را در ساختار اقتصادی- اجتماعی جامعه نشان می دهد.

جدول ۱: ابعاد و مولفه ها و سطح سنجش پایگاه اقتصادی- اجتماعی

متغیر	ابعاد	مولفه ها	شاخص	سطح سنجش
پایگاه اقتصادی- اجتماعی	وضعیت اجتماعی و فرهنگی	منزلت شغلی	منزلت شغلی والدین	ترتیبی
		پایگاه تحصیلی	تحصیلات والدین	ترتیبی
	وضعیت اقتصادی	درآمد	درآمد خانواده	نسبی

روش شناسی پژوهش

در این پژوهش از روش پیمایشی و از تکنیک پرسشنامه استفاده شد. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کلیه دانشجویان ۱۸ تا ۲۹ سال در گروه های آموزشی علوم انسانی و هنر، علوم پایه، فنی و مهندسی و علوم پزشکی دانشگاه تهران می باشد که بر اساس آمار آموزش دانشگاه تهران، ۳۴۰۰۰ نفر در همه رده های سنی بودند، اما در این تحقیق فقط جوانان ۱۸ تا ۲۹ سال به عنوان نمونه آماری قرار گرفتند و حجم نمونه از طریق فرمول کوکران ۳۸۴ به دست می آمد

$$n = \frac{\frac{t^2 p}{d^2}}{1 + \frac{1}{n} \left(\frac{t^2 p}{d^2} - 1 \right)}$$

ضریب اطمینان ۹۵ درصد، حجم نمونه را بیشتر خواهد کرد.

روش نمونه گیری در این پژوهش، خوشه ای چند مرحله ای و تصادفی ساده می باشد؛ به این صورت که از میان گروه های آموزشی دانشگاه تهران، چهار گروه علوم انسانی و هنر، علوم پزشکی، فنی و مهندسی و علوم پایه تعیین گردیدند و بر اساس نمونه گیری تصادفی انتخاب و از میان دانشکده های مرتبط با هر کدام از گروه های آموزشی برای مثال علوم پزشکی (پزشکی و پرستاری و مامایی)، گروه آموزشی علوم اجتماعی و رفتاری (دانشکده های ادبیات، کارآفرینی و جغرافیا)، علوم (دانشکده های فیزیک، بیوتکنولوژی و زمین شناسی) و گروه آموزشی فنی و مهندسی (دانشکده های مهندسی عمران، علوم مهندسی و مهندسی صنایع) را بر اساس نمونه گیری تصادفی انتخاب و سپس در میان دانشجویان به تناسب تعداد و متغیر جنسیت (زن و مرد) آنها پرسشنامه توزیع گردید.

در این کار ابتدا ۳۰ پرسشنامه میان افراد جامعه مورد نظر برای سنجش میزان آلفای کرونباخ پخش شد و پس از محاسبه میزان آلفای کرونباخ، حدود ۳۸۴ پرسشنامه میان افراد جامعه مورد نظر توزیع گردید.

جدول ۲: ضریب آلفای گویه‌های مربوط به هر یک از متغیرها

گویمه‌ها	تعاملات و ارتباطات در حوزه علم	علاقه مندی و لذت بردن از محیط علمی	موفقیت علمی	اصول و ارزش‌های اخلاق علمی	فعالیت در سمن‌ها	حضور فعال در عرصه‌های اجتماعی	مشارکت در تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی	تبادل نظر در حوزه اجتماعی
ضریب آلفای کرونباخ	۰/۷۸۶	۰/۸۷۵	۰/۷۷۷	۰/۹۳۷	۰/۷۲	۰/۸۴۶	۰/۷۹۶	۰/۷۱

۱۱۱

توصیف ویژگی‌های جامعه مورد مطالعه

تعداد نمونه آماری در این پژوهش، ۳۸۲ نفر است که از این تعداد، ۵۰ درصد مرد و ۵۰ درصد زن بوده‌اند. بنابراین جامعه نمونه دارای تناسب در ترکیب جمعیتی می‌باشد.

بیشتر گروه نمونه به لحاظ وضعیت تاهل، مجرد ۷/۸۱ (درصد) بوده‌اند و تنها ۲/۱۸ درصد آن را افراد متأهل تشکیل می‌دادند- البته ۱/۱ درصد نیز به این پرسش، پاسخ سایر (مطلقه و همسر فوت شده) داده‌اند. بیشترین تعداد پاسخ‌گویان (۵/۵۷ درصد) دانشجوی کارشناسی ارشد، کمترین تعداد (۶ درصد) دانشجوی دکتری و ۵/۳۶ درصد دانشجوی لیسانس بودند.

میانگین سن دانشجویان نمونه آماری ۲۴ سال است. کم سن‌ترین ۱۹ ساله و بیشترین سن ۲۹ ساله است. ۳۵ نفر به سوال میزان درآمد خانواده پاسخ نداده‌اند. میانگین میزان درآمد خانواده یک میلیون و هشتصد هزار تومان، حداقل یک میلیون تومان و حداکثر شش میلیون تومان گزارش گردید.

در مجموع، حدود ۱/۴۳ درصد از پاسخگویان در پایگاه اقتصادی- اجتماعی پایین، ۳۶ درصد در طبقه متوسط و ۹/۲۰ درصد نیز در پایگاه اقتصادی- اجتماعی بالا قرار داشتند.

مشارکت اجتماعی

در بین ابعاد مورد نظر مربوط به شاخص مشارکت اجتماعی، بیشترین میانگین مربوط به حضور فعال در عرصه‌های اجتماعی با میانگین ۳/۶۳ بوده است. تبادل نظر در حوزه اجتماعی با میانگین ۳/۴۶، مشارکت در تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی‌ها در جامعه مورد مطالعه ۳/۴۴ و فعالیت در سمن‌ها ۳/۲۱ بوده و میزان حضور فعال در عرصه‌های اجتماعی در بین دانشجویان تقریباً در حد متوسط رو به بالا می‌باشد.

یافته‌های پژوهش

نتایج فرضیات: در مورد رابطه بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته، نتایج حاصل شده از آزمون‌ها که با توجه به سطح متغیرها از آزمون‌های پیرسون و اسپیرمن و تی تست استفاده شده است، در جدول زیر به طور خلاصه آمده است:

جدول ۳: خلاصه آزمون فرضیه ها

ردیف	فرضیه	نوع آزمون	سطح معناداری	ضریب	قبولی یا ردی
۱	بین جنسیت و مشارکت اجتماعی	تی تست	۰/۱۰۵	۲/۶۶۷	رد
۲	بین سن و مشارکت اجتماعی	پیرسون	۰/۰۰۱	-۰/۳۸۱	تایید
۳	بین مقطع تحصیلی و مشارکت اجتماعی	اسپیرمن	۰/۰۶۰	۰/۰۹۲	رد
۴	بین تعاملات و ارتباطات در حوزه علم و مشارکت اجتماعی	پیرسون	۰/۰۰۲	۰/۳۸۷	تایید
۵	بین علاقه مندی و لذت بردن از محیط علمی و مشارکت اجتماعی	پیرسون	۰/۱۶۶	۰/۰۷۱	رد
۶	بین موفقیت علمی و مشارکت اجتماعی	پیرسون	۰/۰۱۹	۰/۲۱۶	تایید
۷	بین اصول و ارزش های اخلاق علمی و مشارکت اجتماعی	پیرسون	۰/۰۰۱	۰/۲۰۵	تایید
۸	بین طبقه اقتصادی- اجتماعی و مشارکت اجتماعی	پیرسون	۰/۰۰۰	۰/۳۷۵	تایید
۹	بین جامعه پذیری دانشگاهی و مشارکت اجتماعی	پیرسون	۰/۰۱۸	۰/۲۱۹	تایید

با مشخص نمودن سطح سنجش هر کدام از متغیرهای مستقل نسبت به متغیر وابسته (فاصله ای) به ذکر نوع آزمون مربوط به هر کدام از فرضیات پرداخته می شود:

بررسی رابطه مشارکت اجتماعی و جنسیت پاسخگویان

فرضیه اول: تفاوت معناداری بین مشارکت اجتماعی دانشجویان بر حسب جنسیت آنان وجود دارد. از آنجا که مشارکت اجتماعی دارای سطح سنجش فاصله ای و جنسیت دارای سطح سنجش اسمی و دو وجهی می باشد، برای بررسی مشارکت اجتماعی بر حسب جنسیت از آزمون آماری t مستقل استفاده می شود. نتایج تست لیون^۱ نشان می دهد که سطح معناداری به دست آمده برابر است با: ۰/۱۰۵؛ به این معنی که تفاوت معناداری بین مشارکت اجتماعی پاسخگویان در دو گروه زنان و مردان وجود ندارد.

بررسی رابطه مشارکت اجتماعی و سن پاسخگویان

فرضیه دوم: هر چه سن دانشجویان افزایش یابد، میزان مشارکت اجتماعی آنان نیز افزایش می یابد. نتایج به دست آمده از ماتریس آزمون پیرسون نشان می دهد که با ۹۵ درصد اطمینان و ضریب همبستگی ۰/۳۸۱-، سطح معناداری به دست آمده برابر است با $\text{sig} = ۰/۰۰۱$. به این ترتیب رابطه معناداری بین سن دانشجویان و میزان مشارکت اجتماعی آنان وجود دارد. همچنین، علامت منفی ضریب همبستگی نشان می دهد که افزایش سن دانشجویان رابطه معکوسی با میزان مشارکت اجتماعی آنان دارد.

بررسی رابطه مشارکت اجتماعی و تحصیلات پاسخگویان

فرضیه سوم: هر چه سطح تحصیلات دانشجویان افزایش یابد، میزان مشارکت اجتماعی آنان نیز افزایش می یابد. از آنجای که تحصیلات دارای سطح سنجش رتبه ای است، برای بررسی رابطه بین مشارکت اجتماعی

1. Levens Test

دانشجویان با سطح تحصیلات آنها، از آزمون اسپیرمن برای بررسی رابطه بین این دو متغیر استفاده می شود. سطح معناداری به دست آمده برابر با $0/060$ و ضریب همبستگی برابر با $0/092$ است. از آنجای که سطح معناداری بیشتر از $0/05$ است، لذا می توان نتیجه گرفت که بین دو متغیر تحصیلات و مشارکت اجتماعی دانشجویان رابطه معناداری وجود ندارد.

بررسی رابطه مشارکت اجتماعی با متغیرهای مستقل

برای بررسی وضعیت متغیرهای مورد مطالعه از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج حاصل از این آزمون در جدول زیر آورده شده است.

بین تعاملات و ارتباطات در حوزه علم و مشارکت اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد.

بین تعاملات و ارتباطات در حوزه علم و مشارکت اجتماعی دانشجویان رابطه معنی داری وجود دارد ($sig = 0/002$) و ضریب همبستگی پیرسون برابر با $0/387$ درصد است که رابطه به صورت مثبت و مستقیم می باشد؛ یعنی بین تعاملات و ارتباطات در حوزه علم و مشارکت اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد و هرچه میزان تعاملات و ارتباطات در حوزه علم افزایش یابد، میزان مشارکت اجتماعی نیز بیشتر می شود.

بین موفقیت علمی و مشارکت اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد.

بین موفقیت علمی در حوزه علم و مشارکت اجتماعی دانشجویان رابطه معنی داری وجود دارد ($sig = 0/019$) و ضریب همبستگی پیرسون که برابر با $0/216$ درصد است که رابطه به صورت مثبت و مستقیم می باشد؛ یعنی بین موفقیت علمی و مشارکت اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد و هرچه موفقیت علمی افزایش یابد میزان مشارکت اجتماعی نیز بیشتر می شود.

بین اصول و ارزش های اخلاق علمی و مشارکت اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد.

بین اصول و ارزش های اخلاق علمی در حوزه علم و مشارکت اجتماعی دانشجویان رابطه معنی داری وجود دارد ($sig = 0/001$) و ضریب همبستگی پیرسون برابر با $0/205$ درصد است که رابطه به صورت مثبت و مستقیم می باشد؛ یعنی بین اصول و ارزش های اخلاق علمی و مشارکت اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد و هرچه اصول و ارزش های اخلاق علمی افزایش یابد، میزان مشارکت اجتماعی نیز بیشتر می شود.

بین علاقه مندی و لذت بردن و مشارکت اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد.

بین علاقه مندی و لذت بردن و مشارکت اجتماعی دانشجویان رابطه معنی داری وجود دارد ($sig = 0/166$) و ضریب همبستگی پیرسون برابر با $0/071$ درصد است که رابطه به صورت منفی می باشد؛ یعنی بین علاقه مندی و لذت بردن و مشارکت اجتماعی رابطه معناداری وجود ندارد.

بین طبقه اقتصادی- اجتماعی و مشارکت اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد.

بین طبقه اقتصادی- اجتماعی در حوزه علم و مشارکت اجتماعی دانشجویان رابطه معنی داری وجود دارد ($sig = 0/000$) و ضریب همبستگی پیرسون برابر با $0/375$ درصد است که رابطه به صورت مثبت و مستقیم می باشد؛ یعنی بین طبقه اقتصادی- اجتماعی و مشارکت اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد و هرچه طبقه اقتصادی- اجتماعی افزایش یابد، میزان مشارکت اجتماعی نیز بیشتر می شود.

بین جامعه پذیری دانشگاهی و مشارکت اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد.

بین جامعه پذیری دانشگاهی در حوزه علم و مشارکت اجتماعی دانشجویان رابطه معنی داری وجود دارد ($sig = 0/018$) و ضریب همبستگی پیرسون برابر با $0/219$ درصد است که رابطه به صورت مثبت و مستقیم

می باشد؛ یعنی بین جامعه پذیری دانشگاهی و مشارکت اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد و هرچه جامعه‌پذیری دانشگاهی افزایش یابد، میزان مشارکت اجتماعی نیز بیشتر می شود.

جدول ۴: همبستگی پیرسون

همبستگی	جامعه پذیری	مشارکت	تعامل	موفقیت	ارزش	علاقه‌مندی	حضور	سمن	تبادل	تصمیم
همبستگی مشارکت معناداری	۱	۲۱۹* ۰۱۸	۷۳۸** ۰۰۰	۷۹۹** ۰۰۰	۵۱۳** ۰۰۰	۷۱۷** ۰۰۰	-۰۴۵ ۵۹۹	۱۹۵* ۰۳۱	۴۲۸** ۰۰۰	۰۶۶ ۴۷۲
همبستگی جامعه پذیری معناداری		۱	۱۸۵* ۰۴۵	۲۱۶* ۰۱۹	۲۰۷* ۰۲۴	۱۶۶ ۰۷۱	۸۰۲** ۰۰۰	۷۵۶** ۰۰۰	۶۹۹** ۰۰۰	۶۲۳** ۰۰۰
همبستگی تعامل معناداری			۱	۵۶۴ ۰۰۰	۲۹۹** ۰۰۱	۳۸۲** ۰۰۰	-۰۵۱ ۵۷۷	۱۹۵* ۰۳۱	۳۵۱** ۰۰۰	۰۲۱** ۸۱۸
همبستگی موفقیت معناداری				۱	۳۰۵** ۰۰۰	۳۶۴** ۰۰۰	-۰۰۶ ۹۴۵	۲۶۷** ۰۰۳	۲۶۲** ۰۰۳	۰۷۷ ۳۹۹
همبستگی ارزش معناداری					۱	۳۰۷** ۰۰۰	۰۹۸ ۲۷۷	۰۴۸ ۳۵۵	۳۱۵** ۰۰۰	۱۷۹** ۰۴۸
همبستگی علاقه‌مندی معناداری						۱	-۰۳۹ ۶۶۵	۰۹۵ ۲۹۲	۴۰۷** ۰۰۰	-۰۱۳ ۸۸۵
همبستگی حضور معناداری							۱	۴۴۲** ۰۰۰	۳۶۴** ۰۰۰	۳۳۰** ۰۰۰
همبستگی سمن معناداری								۱	۴۱۷** ۰۰۰	۳۲۶** ۰۰۰
همبستگی تبادل معناداری									۱	۳۵۲** ۰۰۰

*همبستگی در سطح ۰/۰۵ معنی دار است

**همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنی دار است

آزمون فرضیه چند متغیره: آزمون رگرسیون چندگانه

در تحلیل رگرسیون چندگانه، با استفاده از روش همزمان (در سطح معناداری قابل قبول) با ترسیم معادله

رگرسیون استاندارد می توان گفت که با افزایش یک واحد تغییر در متغیرهای مستقل به اندازه ضریب رگرسیون استاندارد واحد در متغیر وابسته افزایش خواهیم داشت. در تحلیل رگرسیون چندگانه، کلیه متغیرهای مستقل و زمینه ای به عنوان متغیر مستقل و مشارکت اجتماعی جوانان به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شدند.

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

مدل	R	r^2	R تعدیل شده	انحراف استاندارد
۱	۰/۶۴۲	۰/۴۱۲	۰/۳۶۴	۱/۲۱۴۳

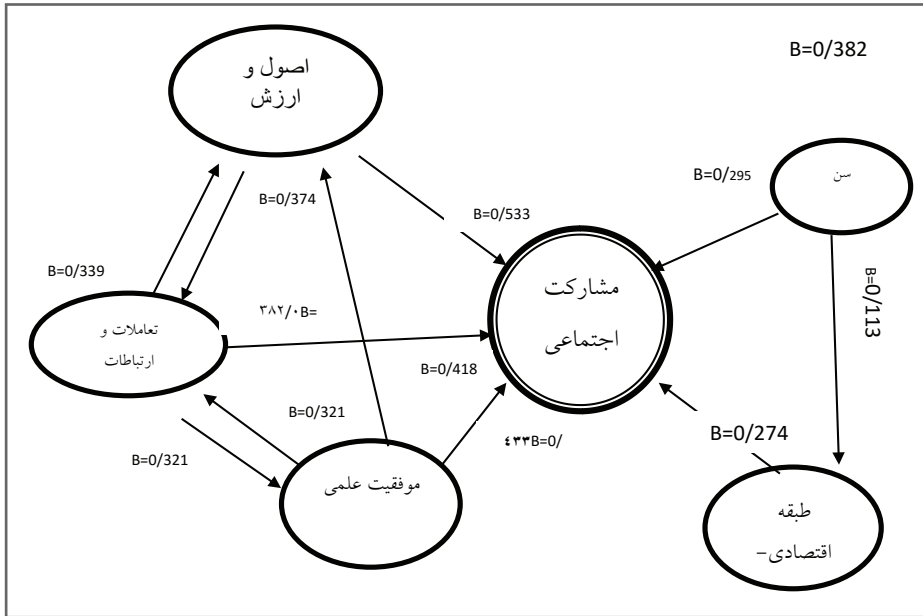
جدول ۶: نتایج آزمون تحلیل واریانس برای عوامل موثر بر مشارکت اجتماعی

ضرایب	مجموع مجذورات	df	میانگین	F	سطح معناداری
رگرسیون	۸۴۵ / ۵۶۷۲	۵	۵۶۹ / ۱۱۳۴	۳۲۲ / ۳	۰/۰۰۰
باقیمانده	۱ / ۱۳۴۲۳۵	۳۹۳	۵۶۵ / ۳۴۱		
کل	۹ / ۱۳۹۹۰۷	۳۹۸	۰		

جدول ۷: ضرایب آزمون تحلیل رگرسیون چند متغیره مشارکت اجتماعی دانشجویان

عنوان متغیر	ضرایب غیر استاندارد		مقدار T	سطح معناداری
	B	اشتباه استاندارد		
عدد ثابت (Constant)	۰/۳۶۴	۰/۳۶۴	۱/۰۰۱	۰/۰۰۰
تعاملات و ارتباطات در حوزه علم	۰/۱۸۱	۰/۴۵۴	۲/۶۰۱	۰/۰۱۰
اصول و ارزش های اخلاق علمی	۰/۳۳۲	۰/۰۴۹	۶/۸۳۲	۰/۰۰۰
موفقیت علمی	۰/۳۱۳	۰/۱۵۰	۲/۰۸۳	۰/۰۰۰
علاقتمندی و لذت بردن از محیط علمی	۹/۴۰	۰/۰۰۰	۰/۳۹۰	۰/۹۶۹
طبقه اقتصادی- اجتماعی	۰/۱۲۷	۰/۰۹۱	۱/۳۹۵	۰/۰۰۰
سن	۰/۰۲۱	۰/۰۷۳	۰/۲۹۵	۰/۰۰۸

مُدل تحلیل مسیر عوامل موثر بر میزان مشارکت اجتماعی



تفسیر

- بر مبنای مُدل تحلیل مسیر عوامل جامعه پذیری دانشگاهی موثر بر میزان مشارکت اجتماعی می توان گفت:
۱. میزان مشارکت اجتماعی تحت تأثیر مستقیم اصول و ارزش های اخلاقی (به میزان $0/533$) و تعاملات و ارتباطات (به میزان $0/418$)، طبقه اقتصادی- اجتماعی (به میزان $0/274$)، موفقیت علمی (به میزان $0/418$) و سن (به میزان $0/295$) می باشد.
 ۲. شاخص اصول و ارزش های اخلاقی تحت تأثیر مستقیم تعاملات و ارتباطات (به میزان $0/374$) و موفقیت علمی (به میزان $0/321$) می باشد.
 ۳. شاخص تعاملات و ارتباطات تحت تأثیر مستقیم اصول و ارزش های اخلاقی (به میزان $0/339$) و موفقیت علمی (به میزان $0/321$) است.
 ۴. شاخص موفقیت علمی نیز تحت تأثیر مستقیم اصول و ارزش های اخلاقی (به میزان $0/321$) قرار دارد.
 ۵. طبقه اقتصادی- اجتماعی تحت تأثیر مستقیم شاخص سن (به میزان $0/113$) می باشد.

جدول ۸: تحلیل مسیر تأثیر عوامل مؤثر بر میزان مشارکت اجتماعی

انواع تأثیر ضرایب مسیر (β_i) بر میزان مشارکت اجتماعی							
مجموع اثرات مستقیم و غیرمستقیم	اثرات غیر مستقیم					تأثیر مستقیم	تأثیر جامعه پذیری دانشگاهی بر مشارکت اجتماعی
	تعاملات و ارتباطات	موفقیت علمی	طبقه اقتصادی - اجتماعی	سن	اصول و ارزش های اخلاقی		
۱/۳۲۵	-	۰/۴۱۸	-	۰/۳۷۴	-	۰/۵۳۳	اصول و ارزش های اخلاقی
۰/۸۷۸	-	۰/۳۲۱	-	-	۰/۳۳۹	۰/۲۱۸	سن
۰/۵۴۶	۰/۱۱۳	-	-	-	-	۰/۲۷۴	طبقه اقتصادی - اجتماعی
۰/۷۵۴	-	-	-	۰/۳۲۱	-	۰/۴۳۳	موفقیت علمی
۰/۳۸۲	-	-	-	-	-	۰/۳۸۲	تعاملات و ارتباطات
-	۰/۱۱۳	۰/۷۳۹	-	۰/۶۹۵	۰/۳۳۹	۱/۸۴۰	مجموع تأثیرات

طبق جدول ۵ سعی شده در قالب تحلیل مسیر عوامل مؤثر بر مشارکت اجتماعی جوانان دانشجوی، به ترسیم نیکوئی برازش مدل نظری پرداخته شود. لذا در بیشترین و قوی ترین تأثیر بر مشارکت اجتماعی جوانان دانشجوی، می توان به تأثیر مستقیم متغیر اصول و ارزش های اخلاقی با میزان ۰/۵۳۳، سن به میزان ۰/۲۱۸، طبقه اقتصادی - اجتماعی به میزان ۰/۲۷۴، موفقیت علمی به میزان ۰/۴۳۳ و تعاملات و ارتباطات ۰/۳۸۲ اشاره کرد. اثرات غیرمستقیم شاخص های اصول و ارزش های اخلاقی (۱/۳۲۵)، سن (۰/۸۷۸)، طبقه اقتصادی - اجتماعی (۰/۵۴۶) و موفقیت علمی به میزان (۰/۷۵۴) است.

در کل ضریب تعیین تحلیل مسیر ($R^2=1e^2 = 1-0/588= 0/412$) عدد ۰/۴۱۲ را نشان می دهد. این بدان معناست که متغیرهای مورد بررسی ۴۱/۲ درصد از واریانس میزان مشارکت اجتماعی (متغیر وابسته نهایی) را تبیین نموده (۰/۴۱۲ = مقدار واریانس تبیین شده) و ۴۱/۲ درصد واریانس میزان مشارکت اجتماعی (متغیر وابسته نهایی) مربوط به متغیرهایی است که در تحقیق پیش بینی نشده اند ($1-0/588=0/412$) مقدار واریانس تبیین نشده). بنابراین همانطور که در جدول فوق مشاهده می شود، مقدار ضریب تعیین برابر است با: $R^2 = 0/41$ به این معنی که متغیرهای موجود در این تحقیق می توانند تا ۴۱ درصد میزان مشارکت اجتماعی را توضیح دهند یا تبیین کنند و ۵۹ درصد نیز به عوامل دیگری وابسته است که در این تحقیق نیامده است. می توان نتیجه گیری کرد که مهمترین عواملی که برای بالا بردن میزان مشارکت اجتماعی دانشجویان باید روی آنها تأکید کرد، عبارت اند از: تعاملات و ارتباطات در حوزه علم، میزان تعاملات و ارتباطات در حوزه علم، طبقه اقتصادی - اجتماعی و اصول و ارزش های اخلاق علمی، چرا که اثرگذاری مستقیم این عوامل به طور آشکار بیشتر از اثرگذاری سایر عوامل بر مشارکت اجتماعی دانشجویان است.

نتیجه گیری

جامعه پذیری، فراگردی است که طی آن فرد به کسب هویت نایل و با پذیرفتن ارزش ها، هنجارها، آرمان ها و شیوه های زندگی، تحت شرایط مطلوب قادر به تحقق استعدادهای بالقوه خود می شود. اگر جریان اجتماعی شدن با موانعی رو به رو شود به محدودیت رشد فردی می انجامد. به هر حال، جامعه پذیری برای فرد شرطی اجتناب ناپذیر در امر خود آگاهی و تشکیل هویت محسوب می شود. دانشگاه با پرورش انسان های توانا و فرهیخته و آموزش نخبگان و برگزیدگان یک جامعه، مهمترین نهاد آموزشی در توسعه علمی است. طبق پژوهش حاضر بر روی دانشجویان مقاطع کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکترای دانشگاه تهران، جامعه پذیری دانشگاهی که در دانشگاه روی می دهد با مشارکت اجتماعی دانشجویان جوان ارتباط مستقیمی دارد. برای بررسی دقیق تر ابعاد جامعه پذیری دانشگاهی و مشارکت اجتماعی و تاثیر عوامل به طور جداگانه، فرضیات مورد ارزیابی و سنجش قرار گرفتند. نتیجه این تحقیق نشان داد که بیشترین و قوی ترین عوامل موثر بر مشارکت اجتماعی جوانان دانشجو عبارت اند از: اصول و ارزش های اخلاقی با میزان ۰/۵۳۳، سن به میزان ۰/۲۱۸، طبقه اقتصادی - اجتماعی به میزان ۰/۲۷۴، موفقیت علمی به میزان ۰/۴۳۳ و تعاملات و ارتباطات به میزان ۰/۳۸۲. ۴۱/۲ درصد واریانس میزان مشارکت اجتماعی (متغیر وابسته نهایی) مربوط به متغیرهایی است که در تحقیق پیش بینی نشده اند.

هنجارپذیری دانشگاهی از عوامل موثر بر توسعه علمی است؛ یعنی بین چگونگی و مختصات هنجارپذیری دانشگاهی و میزان رشد و توسعه تولیدات علمی رابطه وجود دارد. حرکت در مسیر تحقق دانشگاه تمدن ساز و تربیت دانشجویان توانمند و تقویت کارکردهای دوگانه دانشگاه (تولید علم و تولید فرهنگ) نیازمند تقویت و ارتقای هنجارها و ارزش های جامعه پذیری دانشگاهی است. جوانان دانشجو به عنوان یکی از مهمترین و تاثیرگذارترین اقشار جامعه باید بتوانند به کسب دانش و بینش علمی بپردازند و آن را در حیطه عمل بکار بگیرند و در عرصه محیط اجتماعی فعال باشند و مشارکت اجتماعی بیشتری داشته باشند. دو ویژگی جوان بودن دانشجویان و قرار گرفتن مستمر در معرض اطلاعات و توجه به جایگاه ویژه دانشجویان در شکل دهی به تحولات و انتقال ایده های علمی در سطح جامعه اهمیت بررسی موضوع را نمایان می کند. طی فرایند جامعه پذیری دانشگاهی، ارزش ها، هنجارها، نگرش ها و نمادهای اجتماعی توسط جوانان دانشجو فرا گرفته می شوند و آنها را ترغیب به مشارکت بیشتر می نمایند. در این فرایند شیوه های عمل در موقعیت های گوناگون آموخته می شوند و افراد شیوه انطباق با شرایط متنوع زندگی اجتماعی را فرا می گیرند. به واسطه فرایند اجتماعی شدن است که فرهنگ جامعه طی نسل ها دست به دست و متحول می شود. بررسی ارزش های مساعد با توسعه علمی، فرآیند انتقال ارزش ها و هنجارها به اعضای جامعه و ارزیابی میزان پذیرش و درونی شدن این ارزش ها و انجام کنش های اجتماعی براساس آن ها، ماحصل جامعه پذیری دانشگاهی می باشد.

منابع

- پاتنام، رابرت. (۱۳۸۰). *دموکراسی و سنت‌های مدنی*. محمدتقی دلفروز. تهران: انتشارات روزنامه سلام
- سرمست، محمد. (۱۳۹۶). *عوامل فرهنگی موثر بر مشارکت کارکنان صدا و سیما در فعالیت‌های فرهنگی*. دانشگاه آزاد اسلامی، واحد خوراسگان.
- ریتزر، جورج. (۱۳۷۴). *نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر*. محسن ثلاثی. تهران: انتشارات علمی
- عنبرسوز، افسانه. (۱۳۸۸). *تبیین مشارکت اجتماعی دانشجویان در فعالیت‌های فوق برنامه*. پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.
- غفاری، غلامرضا و نیازی، محسن. (۱۳۸۶). *جامعه‌شناسی مشارکت*. تهران: نشر نزدیک
- قانع‌ی راد، محمد امین و ابراهیم آبادی، حسین. (۱۳۸۹). *«تأثیر ساختار اجتماعی آموزش بر عملکرد دانشجویان»*. فصلنامه انجمن آموزش عالی ایران. سال دوم، شماره ۴.
- قانع‌ی راد، محمد امین و قاضی پور، فریده. (۱۳۸۱). *«عوامل هنجاری و سازمانی موثر بر میزان بهره‌وری اعضای هیئت علمی»*. فصلنامه پژوهش فرهنگی. شماره ۴.
- قانع‌ی راد، محمد امین. (۱۳۸۵). *«وضعیت اجتماع علمی در رشته جامعه‌شناسی»*. نامه علوم اجتماعی. شماره ۲۷.
- کوئن، بروس. (۱۳۹۰). *مبانی جامعه‌شناسی*. غلامعباس توسلی و رضا فاضل. تهران: انتشارات سمت
- موسوی، میرطاهر و علی پور، پروین. (۱۳۹۱). *تأملی بر نظریه سرمایه اجتماعی در جامعه‌شناسی*. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان
- ودادهیر، ابوعلی و همکاران. (۱۳۸۷). *«تأملی بر جامعه‌شناسی اخلاق در علم، فناوری مرتن و رزینک»*. فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری. سال سوم، چشم‌اندازهای ۳ و ۴.
- وکیل‌ها، سمیرا. (۱۳۹۵). *«موانع و محدودیت‌های ساختاری در تعهد به اخلاق شهروندی»*. رساله دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی.
- محسنی تبریزی، علیرضا و همکاران. (۱۳۸۹). *«تأثیر مسائل و چالش‌های محیط علمی بر جامعه‌پذیری دانشجویان»*. فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش علمی. ش ۵۵.
- Cannavo, L. (1997). "Sociological Models of Scientific Knowledge". *International Sociology*, 12(4): 475-496.
- Manfred, Josef. (2011). *Contextualization an Approach to Improve Participation in Urban Planning Processes*.
- Robert, A. Rhoad, Mi Zheng and Xiaoyang, Sun. (2017). *The methodological socialization of social science doctoral students in China and the USA, High Educ* (2017). 73:335-351 DOI 10.1007/s10734-016-0023-y.
- Tierney, W. G. , and Rhoads, R. A. (1994). "Faculty socialization as cultural process: A mirror of institutional commitment". ASHE-ERIC Higher Education Report, no. 93-6. Washington,DC: The George Washington University, School of Education and Human Development.

- Weidman and Elizabeth Stein, L. (2003). **“Socialization of doctoral student to academic norms”**. Research in Higher Education, Vol. 44, No. 6, December.
- Weidman, J. C. , D. J. Twale and Stein, E. I. (2001). **“Socialization of Graduate and Professional Students in Higher Education-A Perilous Passage?”**. ASHE-ERIC Higher Education Report, No. 28(3), Washington, DC: The George Washington University, School of Education and Human Development.
- Weidman. J. c, Twale. D. J, Stein. E. L. (2001). **“Socialization of graduate and professional student in higher education”**. ASHE-ERIC higher education report volume 28, Number 3, Jossey-Bass Wiley company San Francisco.



بررسی رابطه دین داری و گرایش به جرم (مورد مطالعه: جوانان شهر دره شهر)

حسین ملتفت^۱

جابر مولایی^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۱۲/۱۴

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۱/۲۸

این پژوهش با هدف بررسی ارتباط دین داری و گرایش به جرم در بین جوانان شهر دره شهر انجام شده است. روش پژوهش، پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش شامل جوانان ۱۸ تا ۲۹ سال شهر دره شهر است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران، ۳۷۶ نفر در نظر گرفته شده است. در این مطالعه از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای بهره‌گیری شده و ابزار جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه بوده است. پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، داده‌ها با استفاده از نرم افزار آماری spss و آزمون ضریب همبستگی پیرسون مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که بین ابعاد چهارگانه دین داری و گرایش به جرم در بین جوانان رابطه معکوس و معناداری وجود دارد و بین دین داری و گرایش به جرم جوانان رابطه معکوس و معناداری مشاهده می‌گردد. همچنین یافته‌های به دست آمده، در سطح تحلیل رگرسیونی تأثیر تقریبی ۵۶ درصدی تبیین متغیر وابسته بر اساس متغیرهای مستقل را نشان می‌دهد. در نهایت، می‌توان نتیجه گرفت که برای کاهش گرایش به جرم جوانان، باید در جهت ارتقای دین داری آن‌ها به‌خصوص در زمینه متغیر مناسبی تلاش مضاعفی به عمل آید.

واژگان کلیدی: دین داری، بعد اعتقادی، تجربی، پیامدی، مناسبی، جرم و شهر دره شهر

۱. استادیار، گروه علوم اجتماعی، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران

۲. دانشجوی دکتری و مربی، گروه علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

مقدمه

انسان موجودی اجتماعی است و اجتماعی زندگی کردن، اسباب و لازمه هایی دارد که این حیوان ناطق باید از نوزادی این اسباب را یاد بگیرد تا بتواند خود را با جامعه ای که در آن زندگی می کند، تطبیق دهد. بنابراین رفتارهای اجتماعی انسان ها تحت تأثیر عوامل مختلفی که در جامعه وجود دارند، شکل می گیرند و هیچ رفتاری در خلأ بوجود نمی آید. پس باید ریشه تمام رفتارهای انسان را در خانواده، محل زندگی، اعتقادات و فرهنگ او جستجو کرد. هم اکنون، ایران جامعه ای در حال گذار و توسعه است. در چنین جامعه ای به دلیل فروپاشی نظام و ساختارهای سنتی نظیر اجتماعات عشایری و روستایی و گسترش شهرنشینی، رسانه های جمعی، تحرکات جمعیتی و اجتماعی اغلب افراد به ویژه جوانان در برابر الگوهای محلی، ملی و جهانی متفاوت و بعضاً متعارض قرار گرفته اند و با کنده شدن از بنیادهای سنتی یا نبود ساختارهای نوین و یا عدم تشخیص الگوهای مناسب، دچار تعارض، سردرگمی و بلاتکلیفی می شوند و خود را در تعارض با ارزش های سنتی و مدرن می بینند (عبداللهی، ۱۳۷۵: ۱۵۹). در چنین وضعیتی، زمینه ناسامانی اجتماعی و گرایش به جرم پدید می آید. گرایش به جرم علاوه بر ایجاد احساس ناامنی و بدبینی لطمات سنگین روانی، جسمی و مالی بر دوش شهروندان می گذارد. مهم ترین که وقوع جرایم، تعقیب و مجازات مجرمین و مقابله با ناهنجاری ها مستلزم تشکیلات گسترده قضایی، انتظامی، امکانات وسیع و صرف هزینه های گزاف مالی برای دولت و به طور کلی بخش عمومی جامعه است (محسنی تبریزی و سلیمانی، ۱۳۸۹: ۱۴). بنابراین افزایش جرم در جامعه نه تنها موجب ایجاد ناامنی، هرج و مرج و آشفتگی در زندگی شهروندان شده، بلکه باعث گردیده که بخش عمومی جامعه بودجه و هزینه کلان، نیرو و زمان بسیاری را صرف کشف جرایم، دستگیری مجرمان، رسیدگی های قضایی و نگهداری و مجازات آن ها کند که این مسئله هزینه های مادی و معنوی گسترده ای بر دوش جامعه می گذارد (رحیمی، ۱۳۸۵: ۵).

یکی از نهادهای اساسی در جوامع مختلف از جمله ایران نهاد دین است. بنابراین، شکی نیست که یکی از عوامل مؤثر بر رفتار و نگرش انسان ها، دین داری است که می تواند بر میزان گرایش به جرم نقش قابل ملاحظه ای ایفا کند. در واقع، در جامعه ای نظیر ایران، که در آن نهاد دین به عنوان یک مؤلفه مهم زندگی جمعی ایفای نقش می کند، می توان اهمیت نقش دین و دینداری را در کاهش نابه هنجاری اجتماعی با اهمیت دانست، زیرا نهاد دین در محتوای جامعه ایران، علاوه بر استحکام و تثبیت در ذهنیت و گرایش های عمومی جامعه، دارای کارکرد عمیق مستقیم در سایر حوزه های فردی و اجتماعی زندگی است (افشانی و پور رحیمیان، ۱۳۹۴). در همین زمینه، هدن^۱ معتقد است که دینداری عامل اساسی اجتماعی شدن، انسجام فکری، علمی و جهت گیری در رفع مسائل و مشکلات اجتماعی است (آزاد ارمکی و بهار، ۱۳۷۷: ۵۵). اینگلهارت نیز بر اساس نتایج حاصل از تحقیقات تجربی و شواهد ارائه شده نتیجه می گیرد که در کشورهای پیشرفته صنعتی تحولی از ارزش های مادی به فرامادی در میان نسل ها رخ داده است. روند این تحول در جهت کاهش نگرش های مذهبی در میان جوان ترها در مقایسه با بزرگ ترهاست. او معتقد است که در همه کشورهای مورد مطالعه هرچه قدر از بزرگسالان به جوانان نزدیک تر می شویم، بر در صدی که بیان گر کاهش اهمیت خدا در زندگی گروه های جوان تر است، افزوده می شود و جوان ترین گروه دو برابر و نیم بیش تر از بزرگ ترین گروه پاسخ مادی داده اند (اینگلهارت، ۱۳۷۲). استان ایلام در غرب ایران با ۸ هزار و ۲۲۰ پرونده وارده، جرم خیزترین استان کشور در سال ۱۳۹۳ بوده و استان های یزد با ۶ هزار و ۷۸۰ و تهران

با ۶ هزار و ۱۰۹ ورودی پرونده در رتبه های بعد از ایلام قرار دارند. استان سیستان و بلوچستان با ۲ هزار و ۹۸۴، قم با ۳ هزار و ۹۵ و زنجان با ۳ هزار و ۵۵۹ ورودی پرونده کم جرم خیزترین استان های کشور در سال ۱۳۹۳ بوده اند (شهریاری، ۱۳۹۴). آمارها نشان دهنده روند افزایشی ارتکاب به جرم در سطح شهرستان دره شهر است (سالنامه آماری استان ایلام، ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۶، به نقل از ایار و سایه میری، ۱۳۹۳: ۸۱). فرآیند مدرنیزاسیون و پیشرفت های فناورانه در استان ایلام که در گذار حرکت از سنت به مدرنیته قرار دارد، مسائل گسترده ای را در زندگی اجتماعی بر جای گذاشته و پیامدهای مثبت و منفی متعددی را به همراه داشته است. از آن جا که پیامدهای مثبت، مقبولیت فراوان و مشتاقان بیش تر و پیامدهای منفی، متولی کم تری دارند، اغلب پیامدهای منفی باری سنگین تر از پیامدهای مثبت بر دوش مسئولان هر جامعه می گذارند. جرم از پیامدهای منفی عمده ای است که بر رفاة افراد، خانواده ها و جوامع تأثیر بسیار بر جای می گذارد. (حدیدی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۳۳).

شهر دره شهر همانند سایر شهرهای کشور با مسائل و چالش های متعدد دوران گذار مواجه است و گاه این دوران اثرات نامطلوب و بی شماری را در پی داشته است. مسائلی که در نتیجه تضاد زندگی به شکل گذشته و سنتی با نیاز های ناشی از هجوم زندگی جدید و مدرن است. عدم تعادل بین زندگی گذشته و نیاز های حال و آینده باعث بروز بی نظمی و آسیب های اجتماعی مانند خودکشی، طلاق، اعتیاد و خشونت شده است (شمس و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۰۴). از آن جا که در زمینه رابطه بین دین داری و گرایش به جرم در شهر دره شهر پژوهشی صورت نگرفته است، هدف اصلی این مقاله بررسی و شناسایی نقش دین در وضعیت و کاهش گرایش به جرم در جامعه مطالعه شده است.

پیشینه پژوهش

خسرو شاهی و جوادی حسین آبادی (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «تحلیل رابطه مؤلفه های هویت دینی و پیشگیری از جرم مورد مطالعه دانشگاه اصفهان» که با روش پیمایش انجام داده اند، به این نتایج دست یافته اند که بین ابعاد هویت دینی یعنی بعد اعتقادی، تجربی، مناسکی و پیامدی با ارتکاب به جرایم رابطه معناداری وجود دارد و زنان نسبت به مردان کم تر مرتکب جرم می شوند.

در پژوهشی که نیازی و خادمی (۱۳۹۱) با عنوان «تأملی درباره رابطه میان دین داری و گرایش به جرم و انحراف های اجتماعی (مورد مطالعه: شهروندان شهر کاشان)» که با روش پیمایش انجام داده اند، به این نتایج دست یافته اند که بین میزان دین داری و گرایش به جرم رابطه وجود دارد و با افزایش میزان دین داری، میزان گرایش به جرم کاهش می یابد. همچنین بیش ترین تأثیر را عوامل شرعیات و اخلاقیات دینی در کاهش گرایش به جرم داشته است.

کازمپی پژوهشی را (۱۳۸۹) با عنوان «بررسی عوامل موثر بر ارتکاب جرم با تأکید بر میزان دین داری در بین زندانیان استان قم» انجام داده است. این پژوهش در دو گروه مجرم و غیر مجرم با حجم نمونه برابر در بین ۳۸۴ نفر و با استفاده از پرسشنامه و به شیوه مصاحبه اجرا شده است. نتایج نشان داده که بین میزان دین داری، کنترل و نظارت والدین، ارتباط با بزهکاران و جنسیت با ارتکاب به جرم رابطه وجود داشته، اما متغیر پایگاه اجتماعی و اقتصادی رابطه معناداری با ارتکاب جرم نداشته است. همچنین میزان دین داری ۴۴ درصد از تغییرات متغیر ارتکاب جرم را تبیین نموده است. در متغیرهای ابعاد دین داری بیش ترین میزان پیش بینی را بعد تجربی با ۴۲۶ درصد و سپس بعد پیامدی با ۳۰۲ درصد داشته اند.

استانسفید و همکاران^۱ (۲۰۱۷) به «رابطه بین حمایت دینی و بازپروری مجرمان» پرداخته‌اند. نتایج حکایت از آن دارد که حمایت دینی، نقش معنی داری در بازپروری مجرمان خشن و خطرناک و مصرف‌کنندگان مواد دارد، اما داده‌ها بیان می‌کنند که با وارد کردن متغیر حمایت اجتماعی در مدل تحقیق، از نقش حمایت مذهبی کاسته شده است.

وانگ و چانگ^۲ (۲۰۱۶) در تحقیقی با استفاده از داده‌های پیمایش اجتماعی عمومی در چین به «رابطه بین انواع پیروان دینی و گرایش به انحراف» پرداخته‌اند. در نهایت نتایج نشان داد که پیروان مقید و سازمان‌یافته دین نسبت به افراد بی دین، کمتر گرایش به مصرف سیگار و الکل دارند، اما بین پیروان دین‌های محلی و بی دینان در این زمینه تفاوت معناداری وجود نداشت.

ازبای^۳ (۲۰۱۵) در تحقیقی به «رابطه بین دین اسلام و گرایش به جرم در کشور سکولاری مانند ترکیه» پرداخته است. در نهایت یافته‌های این تحقیق حاکی از آن است باوجود این که بین التزام به دین اسلام و عدم استفاده از مشروبات الکلی رابطه مثبت ضعیفی وجود دارد، اما در کل بین دین اسلام و گرایش به جرم تقریباً رابطه معناداری وجود ندارد.

بایرون و همکاران^۴ (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان «دین داری، جرم و عدالت جنایی» به این نتیجه رسیده‌اند که رابطه بین دین و جرم بسیار قوی و همواره به صورت معکوس است. علاوه بر این، رابطه بین دین و جرایم، بیش مهمی برای رویکرد های مقدس و سکولار برای استراتژی‌های پیشگیری از جرم ارائه می‌دهد.

ریسیگ و همکاران^۵ (۲۰۱۲) پژوهشی با عنوان «خود کنترلی پایین و رابطه مذهب-جرم» انجام داده‌اند. این تحقیق با استفاده از پرسشنامه بر روی افراد ۱۸ ساله انجام شد. در این پژوهش به بررسی تأثیر دین داری بر اعمال مجرمانه بعد از کنترل خود کنترلی پایین و هم چنین اثرات دین داری و خود کنترلی پایین بر جرائم، پرداخته شده است. نتایج مدل رگرسیونی نشان می‌دهد که اثر مذهب بر اعمال مجرمانه خود گزارشی، هیچ اختلاف معناداری بعد از کنترل کردن متغیر خود کنترلی پایین ندارد. این یافته هنگامی مشاهده شده که سنجش های مختلف دینداری مورد استفاده قرار گرفته شده‌اند. با این حال، دین داری جرم های جزئی (جرایم آزار دهنده) را که توسط زیاده‌روی‌های شخصی شکل گرفته مستقل از خودکنترلی کم پیش‌بینی می‌کند.

ویتن^۶ (۲۰۰۵) در پژوهشی که براساس یک نمونه از نوجوانان ۱۳-۱۷ ساله در پیمایش ملی جوانان آمریکا (موج سوم) انجام داده است، رابطه متقابل میان دین، قومیت و شهر نشینی و اثر آن‌ها بر بزهکاری را مورد بررسی قرار داده است. نتایج حاکی از اثر مستقیم دین داری بر همه انواع جرم است. براین اساس دین داری در مقایسه با سایر عوامل، اثر بیش تری بر رفتار بزهکارانه دارد.

گیونس^۷ (۲۰۰۳) در پژوهشی با عنوان «رابطه بین دین داری و جرم» که در بین دانشجویان دانشگاه ترکیه انجام داده است به این نتیجه رسید که بین تعداد دفعات ادای نماز و استفاده از خشونت و افترا ارتباط معنادار منفی وجود دارد و رابطه دین داری با رفتارهای ارتکاب جرم معکوس است. همچنین، مذهب و دین داری

1. Stansfield & et al
2. Wang & Jang
3. Ozbay
4. Byron & et al
5. Reisig & et al
6. Witten
7. Gunes

عملکرد کنترلی مهمی روی ارتکاب جرم از طریق شکل دهی به عقاید مردم در مقابله با جرم دارد که این عملکرد را از طریق روش های گوناگون در جامعه اعمال می کند.

باier و رایت^۱ (۲۰۰۱) در کوششی علمی به فرا تحلیل ۶۰ مطالعه در باب رابطه دین داری و ارتکاب جرم پرداخته اند. آن ها در پی نتایج این فراتحلیل نشان می دهند که عقاید و رفتارهای دینی تأثیر متعال کننده و باز دارنده ای بر رفتار مجرمانه فرد دارند. علاوه بر این، مطالعات پیشین به طور سیستماتیک در بر آورد اثر دین بر ارتکاب جرم تنوع داشته اند که این مسأله محصول تفاوت، هم در رهیافت های مفهومی و هم در رهیافت های روش شناسانه بوده است.

آنچه در این قسمت از مطالعات انجام شده داخلی و خارجی بیان شد، همگی به نوعی در صدد بررسی رابطه میان دین داری و عوامل مرتبط با آن بود. در میان پژوهش های انجام شده داخلی، تحقیقاتی که در صدد تبیین رابطه میان دین داری و گرایش به جرم باشند، به ندرت یافت می شود- به استثنای چند مورد که بیش تر توصیفی و فاقد چارچوب نظری بوده اند. این موضوع بر روی جوانان غیر مجرم کم تر مورد آزمون تجربی قرار گرفته است. در میان پژوهش های خارجی، تحقیقاتی پیرامون رابطه میان عوامل مختلف با جرم انجام شده است، اما نکته قابل توجه آن که آنان در یک بافت فرهنگی و اجتماعی متفاوت انجام شده اند و نمی توان نتایج شان را به راحتی به جامعه مورد بررسی تعمیم داد.

چارچوب نظری پژوهش

نظریه های جامعه شناسی مختلفی از جمله نظریه دورکیم و ساترلند در تبیین گرایش به جرم وجود دارند که در زیر به آنها پرداخته شده است.

دورکیم در تعریفش از دین بر دو امر تأکید می کند: یکی وجود نمادها و اشیای مقدس و دیگر ارتباط نمادها و اشیای مقدس با مراسمی که از طریق سازمان های دینی نظیر کلیسا سازمان می یابند (گیدنز، ۱۳۶۳). وی با تمایزی که بین امر مقدس و نامقدس ایجاد می کند، دین را تعریف می نماید و آن را نظام منسجمی از اعتقادات و اعمال مرتبط با امور مقدس می داند که از امور و پدیده های عادی متمایزند. این اعتقادات و اعمال، افرادی را که از نظر اعتقادی و رفتاری به آن ها وابسته اند در یک اجتماع اخلاقی واحد به نام کلیسا جمع می کند (ویل، ۱۳۷۷: ۲۲-۲۱).

بنابراین به بیان دورکیم لازمه وجود دین، وجود امر مقدس است و سپس سازمان یافتن باورهای مربوط به امر مقدس و سرانجام وجود مراسم و مناسکی که به گونه ای کمابیش منطقی از باورها و عقاید ناشی شده اند. به نظر او مهم ترین کارکرد مناسک دینی عبارت است از:

۱. یگانگی تعهد فرد

۲. ثبوت و ظهور مجدد عقاید و ارزش ها

۳. منسجم کردن فرد در جمع

همچنین اهمیت مناسک در این است که با مشارکت افراد در آن ها، قدرت اخلاقی جامعه افزایش یافته و در نتیجه انسجام و همبستگی اجتماعی حاصل می شود. به طور کلی، مهم ترین کارکرد دین از نظر دورکیم، همبستگی گروهی است. هاری آلپر^۲ -پژوهشگر دورکیمی- چهار کارکرد عمده دین را از نظر دورکیم این گونه بیان می کند:

1. Baier and Wright

2. H.Alper

دین برای نیروهای اجتماعی

(الف) انضباط بخش بود (با ایجاد تقوا)

(ب) انسجام بخش بود (با مراسم)

(ج) حیات بخش بود (با انتقال ارزش ها)

(د) خوشبختی بخش بود (با الهام به امید و آرامش). (کوزر، ۱۳۸۰: ۲۰۰)

دورکیم اظهار می دارد: «شهوات بشری تنها در برابر یک نیروی اخلاقی معتبر باز می ایستد. اگر هیچ نوع اقتدار اخلاقی وجود نداشته باشد، تنها قانون جنگل حکم فرما خواهد بود و ستیزه جویی به صورت پنهان یا به شکل حاد، الزاماً حالتی مزمن به خود خواهد گرفت» (پرهام، ۱۳۷۷: ۳۴۳).

دورکیم معتقد است در فرهنگ های کوچک سنتی تقریباً همه ابعاد زندگی زیر نفوذ دین قرار دارد. مراسم دینی، خاستگاه افکار جدید و مقولات تفکر و تحکیم ارزش های موجود است. معتقد است که با ظهور جوامع مدرن، نفوذ دین رفته رفته کم می شود. تبیین علمی کم کم جای تبیین دینی را می گیرد و مراسم و مناسک کاهش می یابد و بخشش بسیار کوچکی از زندگی مردم محدود می گردد. دورکیم با مارکس متفق القول است که دین کم کم تحلیل می رود. وی می نویسد: «خدایان قدیم می میرند»، ولی اضافه می کند: «به احتمال زیاد دین به شکل نسبتاً متفاوتی تداوم می یابد. جامعه مدرن هم برای انسجام خود وابسته به مناسکی است که ارزش هایش را تأیید کند.» (گیدنز و ساتن، ۱۳۹۵: ۲۵۶-۲۵۵) به گمان دورکیم، بحران جامعه مدرن به دلیل عدم جایگزینی اخلاقیاتی سنتی است که بر بنیان دین استوار بوده است. از نظر وی، جامعه شناسی می باید در خدمت بازسازی اخلاقی باشد که پاسخ گوی مطالبات روح عمومی است. همچنین، او بر سودمندی اجتماعی دین و نقش انسجام محوری آن تأکید می کند. (ارویولزه و دیگران، ۱۳۹۵: ۵۵) دورکیم با تبدیل امر دینی به بعد ذاتی جامعه (ایده «جامعه روح دین را تشکیل می دهد») و با تأکید بر قدرت آن در ابراز و تحکیم بخشی پیوند اجتماعی، بی تردید بر کار کرد مهم امر دینی اصرار می ورزد: کارکرد اجتماعی و تأیید نظم اجتماعی (همان: ۵۶) به باور دورکیم، دین یک نیروست؛ نیرویی که کنش را ممکن می کند: «مومنی که با خدایش ارتباط برقرار می کند، نه تنها انسانی است که حقایق جدیدی را می بیند که فرد غیر مومن از آن بی خبر است، بلکه انسانی است که توانایی بیش تری دارد. او در خود احساس نیروی بیش تری می کند خواه برای تحمیل مشکلات وجودش خواه برای غلبه بر آن ها. مثل این است که او بر فلاکت های بشری چیره می شود، زیرا در فراسوی وضعیت بشری ایستاده است.» (همان، ۵۸-۵۷) به نظر دورکیم، دین در افراد حس وظیفه ای اخلاقی ایجاد می کند که از طریق آن فشار اجتماعی محترمانه ای را احساس کنند که آنان را به تبعیت از خواسته های اجتماعی و دار می نماید. (کوزر، ۱۳۸۰: ۱۹۷؛ همیلتون، ۱۳۸۱: ۱۷۵).

از دیدگاه دورکیم، دین افراد را از نگرانی ها و دغدغه های زندگی اجتماعی نامقدس دنیوی دور می کند و آن را وارد سپهر متعادل تری می کند (گیدنز، ۱۳۸۶: ۷۷۹). بر اساس نظریه دورکیم در مورد دین، انتظار می رود که هر چه افراد دین دار تر باشند، به علت همبستگی گروهی بیش تر و حس انسجامی که به واسطه دین شکل یافته است، گرایش به کج روی اجتماعی در بین آن ها کمتر دیده شود.

دورکیم نظرش از جرم را در بستر یک نظریه فراگیر درباره مدرن گری یعنی پیشرفت جوامع از شکل مکانیکی به شکل ارگانیک ارائه نمود. وی معتقد است که به موازات گذار جوامع مکانیکی به جوامع ارگانیک در فرایند مدرن گری، با مجموعه گسترده تری از رفتارها مدارا می شود. به علت دگرگونی هدف مجازات ها از سرکوب گری به جبران خسارات، مجازات ها کم تر خشن خواهند بود و گسترش وسیعی از قانون

«تخصصی» برای سامان بخشیدن به میان کنش های جامعه ارگانیک در حال پدیدار وجود خواهد داشت و در جوامع ارگانیک، میزان رفتار مجرمانه در طی دوره های دگرگونی اجتماعی سریع افزایش خواهد یافت. (ولد و دیگران، ۱۳۹۳: ۱۸۵) به نظر گلاک و استارک^۱ (۱۹۹۷) در همه ادیان به رغم تفاوت هایی که در جزئیات دارند، عرصه های مشترکی وجود دارد که دین داری در آن جا متجلی می شود. این عرصه ها که می توان آن ها را ابعاد مرکزی دین داری به حساب آورد، عبارت از ابعاد اعتقادی، مناسکی، فکری، عاطفی و پیامدی هستند: الف) بعد اعتقادی یا باور دینی که عبارت است از ایده ها و نگرش هایی که انتظار می رود پیروان یک دین به آن اعتقاد داشته باشند، همانند اعتقاد به خدا، دوزخ و

ب) بعد مناسکی یا اعمال دینی که انتظار می رود پیروان یک دین آن ها را به جا آورند که شامل نماز، روزه و ... در دین اسلام است.

پ) بعد عاطفی یا تجربه دینی ناظر به عواطف، تصورات و احساسات پیروان یک دین به وجودی ربوبی یا خداست. ت) بعد فکری یا دانش دینی که مشتمل بر اطلاعات و دانسته های بنیادی در مورد معتقد هر دین است.

ث) بعد پیامدی یا آثار دینی که ناظر بر اثرات باورها، اعمال، تجارب و دانش دینی بر زندگی روزانه و به عبارت دیگر تأثیر و انعکاس دین در رفتار های روزمره است (سراج زاده، ۱۳۷۷: ۱۰۶). با توجه به برخی ملاحظات، از جمله وجود آموزش های رسمی دینی در ایران، بعد دانش دینی از مجموع پنج بعد دین داری در این الگو حذف شده است (سراج زاده، ۱۳۸۳).

ساترلند در مورد این که زنان در فعالیت مجرمانه کم تر مشارکت دارند این تبیین را مطرح می کند که دخترها و پسرها به شیوه های متفاوتی از سوی والدین شان تحت نظارت قرار گرفته و به صورت متفاوتی در جامعه تربیت می شوند. (احمدی، ۱۳۸۸: ۲۱۰) بر همین اساس در این پژوهش با توجه به نظریه های دورکیم و گلاک و استارک فرضیه های مرتبط با رابطه دین داری و گرایش به جرم و همچنین نظریه ساترلند، فرضیه رابطه جنس و گرایش به جرم استخراج شده اند.

فرضیه های پژوهش فرضیه اصلی

بین میزان دین داری جوانان و میزان گرایش آن ها به جرم رابطه وجود دارد.

فرضیه های فرعی

- بین بعد اعتقادی دینی جوانان و میزان گرایش آن ها به جرم رابطه وجود دارد.
- بین بعد تجربی دین داری جوانان و میزان گرایش آن ها به جرم رابطه وجود دارد.
- بین بعد پیامدی دین داری جوانان و میزان گرایش آن ها به جرم رابطه وجود دارد.
- بین بعد مناسکی دین داری جوانان و میزان گرایش آن ها به جرم رابطه وجود دارد.
- بین جنسیت (دختر و پسر) و گرایش جوانان به جرم تفاوت معنی داری وجود دارد.

روش شناسی پژوهش

روش تحقیق حاضر از نظر هدف و ماهیت، کاربردی و از حیث روش اجرا، پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق را جوانان ۱۸- ۲۹ ساله شهر دره شهر در زمان مطالعه تشکیل می دهند که تعداد کل آن ها براساس سرشماری

نفوس و مسکن سال ۱۳۹۰، ۱۶۲۲۱ نفر بود است. براساس فرمول کوکران با سطح اطمینان ۹۵ درصد و دقت احتمالی ۵ درصد، حجم نمونه ۳۷۶ نفر مشخص گردید. شیوه نمونه گیری، به صورت خوشه ای چند مرحله ای است که با استفاده از نقشه جغرافیایی شهر دره شهر به پنج منطقه شمال، جنوب، غرب، شرق و مرکز تقسیم بندی شده است و هر منطقه به چند خیابان و هر خیابان به چند کوچه و سپس از هر خانواده هر چند نفر جوان بود، به صورت تصادفی نمونه گیری شده است. ابزار مورد استفاده، «پرسشنامه استاندارد دین داری گلاک و استارک» بوده است که اعتبار و پایایی سنجه دین داری گلاک و استارک بارها توسط محققان داخلی آزمون شده و بر اساس گزارش تمامی محققان این سنجه دارای اعتبار و پایایی بالایی بوده است (سراج زاده و پویافر، ۱۳۸۷). پایایی متغیرهای مورد مطالعه نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ به شرح زیر است.

جدول ۱: ضرایب آلفای کرونباخ متغیرهای تحقیق

متغیرها	تعداد گویه	آلفای کرونباخ
جرم	۱۸	۰/۷۶۳
دینداری اعتقادی	۴	۰/۸۸۶
دینداری تجربی	۴	۰/۷۹۴
دینداری پیامدی	۴	۰/۶۳۳
دینداری مناسکی	۴	۰/۸۷۹

مفاهیم پژوهش

جرم

بر اساس ماده دو از قانون مجازات اسلامی، جرم عبارت است از: هر فعلی یا ترک فعلی که در قانون برای آن مجازات تعیین شده باشد (محسنی تبریزی و سلیمانی، ۱۳۸۹: ۲۱). گرایش به جرم عبارت است از: تمایل فرد به انجام فعلی که قانون برای آن مجازات تعیین کرده باشد یا تمایل به ترک فعلی که قانون بر آن مجازات تعیین کرده باشد. شایان ذکر است که گرایش به جرم براساس پژوهش های تجربی پیشین (علی خواه، ۱۳۸۳: ۱۲۷-۱۲۶) شامل ۱۸ گویه در قالب طیف لیکرت است: انجام دادن سریع کارها، گاهی باید خلاف قوانین وضعی عمل کرد، با فرار کردن از دست قانون احساس لذت می کنم، خرید و فروش مواد مخدر در جامعه نباید آزادانه صورت گیرد و

دین داری

متغیر دین داری شامل پنج بعد (اعتقادی، تجربی، مناسکی، دانشی و پیامدی) است که با توجه به برخی ملاحظات، از جمله: وجود آموزش های رسمی دینی در ایران، بعد دانش دینی از مجموع پنج بعد دین داری در این الگو حذف شده است (سراج زاده، ۱۳۸۳). برای سنجش این متغیر از سؤال های مربوط به متغیر دین داری در الگوی گلاک و استارک استفاده شده است- از طریق چهار بعد (اعتقادی، تجربی، مناسکی و

پیامدها) که هر کدام چهار شاخص داشته اند. شاخص های بعد اعتقادی شامل قرآن کلام خدا است و هر چه می گوید حقیقت محض است، در روز قیامت به اعمال و رفتار ما دقیقاً رسیدگی می شود و...؛ تجربی شامل تقلب در پرداخت مالیات کار نادرستی است، به نظر می رسد بسیاری از قوانین اسلام را نمی توان در جامعه امروزی اجرا کرد و...؛ مناسکی شامل تا چه حد قرآن می خوانید؟ در ایام ماه رمضان (چنانچه مریض یا مسافر نباشید) چقدر روزه می گیرید و... و پیامدی شامل کسی که به خدا ایمان دارد از مرگ نمی ترسد، بدون اعتقادات دینی احساس می کنم زندگیم پوچ و بی هدف است و... با مقیاس رتبه ای سنجیده شده است. (گلاک و استارک، ۱۹۶۵، به نقل از، سراج زاده و پویافر، ۱۳۸۷).

یافته های پژوهش

بر اساس یافته های توصیفی این پژوهش، ۵۸ درصد از افراد نمونه را مردان و ۴۲ درصد را زنان تشکیل می دهند. ۵۲/۹ درصد از افراد، مجرد و ۴۵/۷ درصد آن ها متأهل و ۱/۳ درصد آن ها مطلقه بودند. ۲۵ درصد از افراد نمونه، در سنین ۱۸-۲۰، ۱۶/۵ درصد را سنین ۲۱-۲۳، ۲۲/۱ درصد سنین ۲۴-۲۶ و ۳۶/۴ درصد را سن ۲۷-۲۹ سال تشکیل می دهند. ۶/۹ درصد پاسخ گویان زیر دیپلم، ۳۷ درصد پاسخ گویان دیپلم، ۲۰/۵ درصد فوق دیپلم، ۲۹/۳ درصد لیسانس و ۶/۴ درصد فوق لیسانس و بالاتر بوده اند.

جدول ۲: توزیع فراوانی ابعاد دین داری

متغیر	پایین		متوسط		بالا	
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
اعتقادی	۸۵	۲۲/۶	۵۴	۱۴/۴	۲۳۷	۶۳/۰
تجربی	۶۵	۱۷/۳	۱۱۳	۳۰/۱	۱۹۸	۵۲/۷
پیامدی	۵۱	۱۳/۶	۱۸۱	۴۸/۱	۱۴۴	۳۸/۳
مناسکی	۱۹۹	۵۲/۹	۱۲۲	۳۲/۴	۵۵	۱۴/۶

جدول ۲ توزیع فراوانی ابعاد دین داری در این تحقیق را نشان می دهد. در توصیف بعد اعتقادی - دینی می توان گفت که ۶۳/۰ درصد پاسخ گویان دین داری اعتقادی خود را در حد بالا و ۱۴/۴ درصد پاسخ گویان در حد متوسط و تنها ۲۲/۶ درصد در حد پایین اعلام کرده اند. بنابراین بعد اعتقادی دین داری در اکثر پاسخ گویان (۶۳/۰ درصد) در حد بسیار بالایی قرار دارد. در توصیف بعد تجربی، می توان گفت که ۵۲/۷ درصد پاسخ گویان تجربه دینی خود را در حد بالا، ۳۰/۱ درصد پاسخ گویان در حد متوسط و ۱۷/۳ درصد در حد پایین اعلام کرده اند. بنابراین، بعد تجربی دینداری در بیشتر پاسخ گویان (۵۲/۷ درصد) در حد بالاست. در توصیف بعد پیامدی دین داری می توان گفت که ۳۸/۳ درصد پاسخ گویان دین داری پیامدی خود را در حد بالا، ۴۸/۱ درصد پاسخ گویان در حد متوسط و ۱۳/۶ درصد در حد پایین اعلام کرده اند. بنابراین دین داری پیامدی نیز در بیشتر پاسخ گویان (۳۸/۳ درصد) در حد بالا، ولی در عین حال کمتر از بعد اعتقادی و بیش تر از بعد مناسکی است. در توصیف بعد مناسکی می توان گفت که ۱۴/۶ درصد پاسخ گویان اعمال مناسکی خود

را در حد بالا، ۳۲/۴ درصد پاسخ گویان در حد متوسط و ۵۲/۹ درصد در حد پایین اعلام کرده اند. بنابراین دینداری مناسبی در بیش تر پاسخ گویان در حد بالا (۳۲/۴) که از میان سایر ابعاد کم ترین سطح بالا را دارد.

جدول ۳: توزیع فراوانی دین داری

متغیر		پایین		متوسط		بالا	
		تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
دین داری		۶۳	۱۶/۸	۱۴۵	۳۸/۶	۱۶۸	۴۴/۷

جدول ۳ توزیع دو متغیر اصلی این پژوهش (دین داری و گرایش به جرم) را به صورت کلی بیان می کند که بر طبق آن در توصیف مفهوم دین داری می توان گفت که ۴۴/۷ درصد پاسخ گویان میزان دین داری خود را در حد بالا، ۳۸/۶ درصد پاسخ گویان در حد متوسط و ۱۶/۸ درصد در حد پایین اعلام کرده اند. بنابراین، دین داری در بیش تر پاسخ گویان (۴۴/۷ درصد) در حد بالا قرار دارد.

جدول ۴: توصیف آماره های متغیر وابسته

متغیرها	میانگین	میانه	مد	انحراف استاندارد	حداقل	حداکثر
گرایش به جرم	۵۳/۷۸	۵۳	۵۵	۹/۳۲۱	۳۲	۸۲

چنان که در جدول ۴ مشاهده می گردد، میانگین گرایش به جرم ۵۳/۷۸ درصد است که نشان دهنده سطح متوسط گرایش به جرم در بین پاسخ گویان است.

جدول ۵: آزمون رابطه بین دین داری و جرم

ابعاد دین داری و جرم	اعتقادی	تجربی	پیامدی	مناسکی
همبستگی پیرسون	-۰/۳۹۲	-۰/۳۱۲	-۰/۲۶۲	-۰/۴۲۸
سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
تأیید فرضیه	*	*	*	*
رد فرضیه				

جدول ۵ همبستگی میان ابعاد مختلف دین داری (اعتقادی، تجربی، پیامدی، مناسکی و گرایش به جرم) در بین جوانان را برای ما نشان می دهد که با توجه به نتایج به دست آمده می توان گفت که بین ابعاد مختلف دین داری جوانان و گرایش به جرم رابطه معنادار و در عین حال معکوسی وجود دارد. ضمن این که نتایج حاکی از آن است که بعد مناسکی دین داری با شدت قوی تری نسبت به سایر ابعاد توانسته است میزان گرایش به جرم را تبیین کند (-۰/۴۲۸).

جدول ۶: رابطه دین داری و گرایش به جرم

متغیر	دین داری	
	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری
جرم	-۰/۴۴۶	۰/۰۰۰

جدول ۶ اطلاعات مربوط به آزمون رابطه بین دو متغیر اصلی این مطالعه (دین داری به عنوان متغیر مستقل و گرایش به جرم جوانان به عنوان متغیر وابسته) را نشان می دهد. این اطلاعات بیانگر این مطلب است که بین دین داری و گرایش به جرم رابطه معکوس وجود دارد که شدت این رابطه نیز زیاد است (۰/۴۴۶-). به عبارت دیگر، این رابطه بیانگر این مهم است که هر چه میزان دین داری در بین جوانان فزونی یابد، با شدت زیادی گرایش به جرم در بین آن ها کاسته می شود.

جدول ۷: آزمون تفاوت میانگین گرایش به جرم بر حسب جنسیت

متغیر مستقل	طبقات	آماره های توصیفی		آماره استنباطی	
		میانگین	انحراف معیار	t	سطح معناداری
جنسیت	پسر	۵۸/۳۶	۱۳/۵۹	۲/۵۸	۰/۰۱۰
	دختر	۵۴/۹۱	۱۱/۶۵		

چنان که داده های جدول ۷ نشان می دهد میانگین گرایش به جرم در پسران ۵۸/۳۶ و در دختران ۵۴/۹۱ می باشد. با توجه به t به دست آمده در سطح معناداری ۰/۰۱۰ که برابر ۲/۵۸ می باشد، می توان نتیجه گرفت این اختلاف میانگین در بین دو گروه از نظر میزان گرایش به جرم معنادار می باشد. بنابراین فرضیه ای که مبین وجود تفاوت بین این دو گروه از نظر میزان گرایش به جرم می باشد پذیرفته می شود.

جدول ۸: خلاصه مدل رگرسیون

مدل	ضریب همبستگی چندگانه R	ضریب تعیین چندگانه R^2	ضریب تعیین تعدیل شده	انحراف خطای باقی مانده
۱	۰/۷۴۵	۰/۵۵۶	۰/۵۵۱	۸/۶۵۴

با توجه به جدول ۸ خلاصه مدل رگرسیون مقدار ضریب همبستگی چندگانه بین متغیر وابسته و متغیرهای مستقل ۰/۷۴۵ می باشد و مقدار ضریب تعیین برابر ۰/۵۵۶ نشان دهنده تأثیر تقریبی ۵۶ درصدی تبیین متغیر وابسته بر اساس متغیرهای مستقل را نشان می دهد.

جدول ۹: آزمون آنالیز واریانس برای آزمون رگرسیون

مدل ۱	مجموع مربعات Sum of Squares	df	میانگین مربع Mean Square	F	Sig
رگرسیون	۳۴۷۵۷/۳۶۲	۴	۸۶۸۹/۳۴۱	۱۱۶/۰۲۶	۰/۰۰۰
باقی مانده	۲۷۷۸۴/۷۴۱	۳۷۱	۷۴/۸۹۱		
کل	۶۲۵۴۲/۱۰۴	۳۷۵			

با توجه به جدول ۹ چون سطح معنی داری ($\text{sig} = ۰/۰۰۰$) کم تر از $۰/۰۵$ است، بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد رگرسیون معنی دار است.

جدول ۱۰: نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیره

Sig	t	ضرایب استاندارد	ضرایب غیر استاندارد		متغیر
		Beta	Std. Error	B	
/۰۰۰	۴۸/۸۷۸		۱/۸۶۰	۹۰/۹۲۱	مقدار ثابت
/۳۹۴	-۰/۸۵۳	-۰/۷۰	/۲۱۱	-۰/۱۸۰	بعد اعتقادی
/۰۰۱	-۳/۴۵۸	-۰/۲۶۷	/۲۲۳	-۰/۷۷۱	بعد تجربی
/۰۰۰	-۶/۰۹۲	-۰/۲۷۵	/۱۷۲	-۱/۰۵۱	بعد پیامدی
/۰۰۰	-۵/۴۶۹	-۰/۲۶۶	/۱۰۵	-۰/۵۷۳	بعد مناسکی

با توجه به جدول ۱۰ و بر اساس ضریب استاندارد شده بتا متغیرهای مستقل، $۳۶/۷$ درصد برای بعد تجربی دینداری به طور معکوس، $۲۷/۵$ درصد بعد پیامدی دینداری به طور معکوس، $۲۶/۶$ درصد بعد مناسکی دین داری به طور معکوس متغیر وابسته (جرم) را تبیین کرده اند.

نتیجه گیری

معضل جرم جوانان از دیر باز در جوامع مختلف انسانی، همواره موضوعی حساسیت زا و مورد توجه جدی اعضای این جوامع و بسیاری از صاحب نظران بوده است. نتایج توصیفی این پژوهش حاکی از آن است که میزان دین داری در جامعه آماری در سطح بالایی قرار دارد؛ به طوری که $۴۴/۷$ درصد از افراد میزان دین خود را در سطح بالا اعلام کرده اند. لذا دیدگاه اینگلهارت مبنی بر غیر دینی شدن نسل جوان (سکولاریته) بر اساس نتایج این پژوهش نمی تواند در مورد نسل جوان معاصر ایران مصداق داشته باشد. نتایج این تحقیق با پژوهش های پیشین داخلی که از سنجه مشابهی استفاده کرده اند، همخوانی دارد (سراج زاده، ۱۳۸۳، نیک خواه ۱۳۸۳، طالبان ۱۳۸۷ و بحری پور و نیازی، ۱۳۹۳) همچنین، این یافته ها با پژوهش خارجی رام آکا نا نو

و دیگران (۲۰۰۴) مبنی بر این که دین برای جوانان هنوز از اهمیت زیادی برخوردار است، هم سو می باشد. میانگین گرایش به جرم $53/78$ درصد است که نشان دهنده سطح متوسط گرایش به جرم در بین پاسخ گویان می باشد. اگر چه بر اساس دیده گاه دورکیم، بخشی از انحراف ها یا جرم ها در جامعه طبیعی است و بخشی از آن ها از ویژگی های خاص جامعه است و نباید آن ها را نمونه بیماری اجتماعی تلقی کرد، ولی با توجه به ارقام این پژوهش گرایش به جرم در این جامعه آماری پدیده طبیعی نیست و نمونه بیماری اجتماعی است و می تواند پیامد های مخربی برای جامعه و افراد آن داشته باشد.

یافته های پژوهش نشان داد که از میان ابعاد دین داری، بعد مناسکی با شدت قوی تری ($428/-$) با میزان گرایش به جرم جوانان رابطه دارد. با توجه به این یافته نتیجه می گیریم برای کاهش گرایش به جرم در بین جوانان مسئولان امر باید توجه خاصی به بعد مناسکی داشته باشند و در این زمینه باید اقدامات و برنامه ریزی هایی انجام شود.

نتایج استنباطی این پژوهش نیز مؤید تأثیر دین داری در ارتباط با گرایش به جرم در بین جوانان است؛ به طوری که هر چقدر در بین جوانان میزان دین داری افزایش یابد، به میزان زیادی گرایش به جرم در بین آن ها کم تر می شود. همچنین در مورد رابطه بین ابعاد دین داری و گرایش به جرم نیز نتایج بیانگر این موضوع است که بین ابعاد باور دینی، تجربی، پیامدی، مناسکی و گرایش به جرم جوانان رابطه معنادار و معکوسی وجود دارد. نتیجه این یافته با یافته های داخلی خسرو شاهی و همکاران (۱۳۹۵)، نیازی و خادمی (۱۳۹۱) و کاظمی (۱۳۸۹) و یافته های خارجی استانسفید و همکاران (۲۰۱۷)، وانگ و چانگ (۲۰۱۶)، بایرون و همکاران (۲۰۱۴)، رسیگ و همکاران (۲۰۱۲) و بتن (۲۰۰۵)، گیونس (۲۰۰۳) و بایر و رایت (۲۰۰۱) هم سو می باشد، اما با یافته های ازبای (۲۰۱۵) همخوانی ندارد. این فرضیه نیز از دیدگاه دورکیم قابل تبیین است. از دیدگاه وی، دین افراد را از نگرانی ها و دغدغه های زندگی اجتماعی نامقدس دنیوی دور می کند و آن را وارد سپهر متعادل تری می کند.

این فرضیه که بین جنسیت (دختر و پسر) و گرایش آن ها به جرم تفاوت معنی داری وجود دارد، تأیید شده و گرایش به جرم در بین پسران نسبت به دختران بیش تر بوده است. نتیجه این یافته با یافته های پژوهش خسرو شاهی و همکاران (۱۳۹۵) هم سو می باشد. این فرضیه بر اساس نظریه ساترلند است که دخترها و پسرها به شیوه های متفاوتی از سوی والدین شان تحت نظارت قرار گرفته و به صورت متفاوتی در جامعه تربیت می شوند. به همین دلیل زنان در فعالیت مجرمانه کم تر مشارکت دارند. همچنین از دیدگاه گیدنز مبنی بر این که پسران بیش تر از دختران مرتکب جرم می شوند، قابل تبیین است.

یافته های به دست آمده در سطح تحلیل رگرسیونی، تأثیر تقریبی ۵۶ درصدی تبیین متغیر وابسته بر اساس متغیرهای مستقل را نشان می دهد.

به طور کلی بر اساس یافته های این پژوهش نتیجه می گیریم که نقش دین را نباید به دست فراموشی سپرد. بر این اساس، لازم است به نقش تربیت دینی والدین و نهادینه کردن ارزش های اخلاقی در فرزندان از دوران کودکی و نیز به نقش حساس و مؤثر روحانیون و مبلغین دینی توجه ویژه ای نشان داده شود. هم چنین با توجه به نقش دین در کاهش گرایش به جرم، نظریه عرفی شدن و بی نیازی جوامع از دین و راندن آن از زیست جهان جمعی به تاریک خانه فردی به بهانه بی کارکردی شدن و یا کارکرد نداشتن آن به چالش کشیده می شود. بنابراین، بر اساس نتایج به دست آمده در این پژوهش می توان پیشنهاد هایی در این حوزه به شرح زیر ارائه کرد:

دین داری (اعتقادی، تجربی، پیامدی و مناسکی) از جمله عوامل مؤثر در کاهش گرایش به جرم است. پس باید به آموزها و رهنمودهای دینی توجه ویژه داشت و سازمان های مسئول مثل اداره تبلیغات اسلامی، اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی، صدا و سیما، مدارس و دانشگاه ها باید توجه ویژه ای به این مهم داشته باشند. و در نشر درست اندیشه های اسلامی به صورت کارشناسی و دقیق نهایت سعی و تلاش خود را به کار بگیرند. با توجه به نتایج حاصل از این پژوهش و نقش بیش تر بعد مناسکی دین داری در کاهش گرایش به جرم، باید سرمایه گذاری هدفمند در این زمینه انجام شود. شایان ذکر است که مطالعاتی موردی در زمینه دین داری انجام شده، همانند تحقیق حاضر که جامعه آماری مورد مطالعه اش جوانان بوده اند و نتایج به دست آمده از این قبیل مطالعات قابل تعمیم به سایر افراد جامعه و سایر گروه های سنی نیست. بنابراین پیشنهاد می شود که انجام پژوهش بر روی نمونه های معرف تر که قابلیت تعمیم پذیری بیش تری داشته باشند، انجام شود. هم چنین به منظور نتیجه گیری بهتر و تعمیم پذیری بالاتر پیشنهاد می شود که سایر پژوهش ها به صورت تطبیقی و بر روی نمونه های متفاوت انجام شود و در این زمینه پژوهش های به روش کیفی انجام شود و در راستای تدوین سیاست گذاری ها جهت کاهش گرایش به جرم لازم است قبل از هر اقدامی پژوهش هایی کاربردی در این زمینه انجام گیرد تا ابتدا وضع موجود در این زمینه مشخص شود و در مرحله بعد با توجه به امکانات مورد نیاز، نقطه مطلوب و هدف برنامه تعیین شود. آن گاه با به کارگیری امکانات مختلف به تدوین برنامه های مشارکتی در جهت تغییر نگرش و در نهایت تغییر رفتار جوانان برای نظام سیاست گذاری و برنامه ریزی اجرایی مناسب اقدام نمود.

وجود محدودیت و مشکلات بر سر راه هر پژوهش امری اجتناب ناپذیر است. این تحقیق نیز با محدودیت هایی روبرو بود که دست یابی به اهداف تحقیق را دچار کندی کرد. در زیر به چند مورد از این محدودیت ها اشاره می کنم:

- وقت گیر بودن پرسش گری در بین جوانان شهر دره شهر برای اطمینان از این که پاسخ گویان به تمام سؤال های پرسش نامه جواب دهند.
- مشکلات تحقیق بیش تر در بعد عملی و میدانی تحقیق بود؛ جلب اعتماد کامل پاسخ گویان دشوار بود- با وجود آن که چندین بار تفهیم شد که هویت آنان پنهان خواهد ماند و هدف فقط انجام دادن یک پژوهش میدانی است. همچنین، کسب اطلاع از بعضی از رفتارهای خصوصی (مانند نگرش دینی و گرایش به جرم) با مشکلات زیادی مواجه بود.
- از محدودیت های پژوهش، گردآوری داده ها تنها در یک جامعه شهری بود که از توان تعمیم دهی نتایج می کاهد. بنابراین برای رفع محدودیت های یاد شده پیشنهاد می شود که در پژوهش های آینده از سایر جوامع شهری کشور برای جمع آوری نمونه و گردآوری اطلاعات استفاده شود.
- یکی دیگر از مشکلات، عدم تحویل پرسش نامه ها و عدم دسترسی به پاسخ گویان بود که صرف وقت و هزینه زیادی را در پی داشت.

منابع

- آزاد ارمکی، تقی و بهار، مهری. (۱۳۷۷). بررسی مسائل اجتماعی ایران. تهران: نشر موسسه جهاد
- احمدی، حبیب. (۱۳۸۸). جامعه شناسی انحرافات. تهران: انتشارات سمت
- افشانی، علیرضا و پور رحیمیان، الهه. (۱۳۹۴). «رابطه دینداری همسر با خشونت خانگی علیه زنان متأهل شهر مهریز». تهران: سومین کنفرانس ملی جامعه شناسی و علوم اجتماعی.
- ارویلوزه، داینل و دیگران. (۱۳۹۵). دین در جوامع مدرن، مقالاتی در جامعه شناسی دین. علیرضا خدای. تهران: انتشارات نی
- یار، علی و سایه میری، کوروش. (۱۳۹۳). «جرم به مشابه واکنش به شرایط». فصلنامه مطالعات پیشگیری از جرم. ۳۲ (۹)، ۷۹-۱۰۴.
- اینگلهارت، رونالد. (۱۳۷۲). تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی. مریم وتر. تهران: انتشارات کویر
- بحری پور، عباس و نیازی، محسن. (۱۳۹۳). «دین داری و گرایش به کجروی فرهنگی مطالعه موردی: جوانان شهرستان کاشان». فصلنامه امنیت پژوهی. ۴۷ (۱۳)، ۷۱-۸۹.
- پرهام، باقر. (۱۳۷۷). مبانی جامعه شناسی. تهران: انتشارات امیر کبیر
- حدیدی، مسلم؛ حامد، بیتا؛ نادری، کاوه و قزوینه، ژیل. (۱۳۹۴). «بررسی و تحلیل پراکنش مکانی- فضایی جرم خیزی در محله های شهر کرمانشاه با استفاده از Gis». پژوهش نامه جغرافیای انتظامی. سال سوم، شماره ۱۱، ۱۵۸-۱۳۳.
- خسرو شاهی، قدرت الله و جوادی حسین آبادی، حسین. (۱۳۹۵). «تحلیل رابطه مؤلفه های هویت دینی و پیشگیری از جرم مورد مطالعه دانشگاه اصفهان». فصلنامه پژوهش حقوق کیفری. سال پنجم، شماره ۱۷، ۹۱-۱۲۵.
- رحیمی، نادر. (۱۳۸۵). «بررسی توزیع فضایی جرم در شهر کرج». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده جغرافیا، دانشگاه اصفهان.
- سراج زاده، حسین. (۱۳۸۳). «نیمه پنهان: گزارش نوجوانان شهر تهران از کجروی های اجتماعی و دلالت های آن برای مدیریت فرهنگی». پژوهشنامه علوم انسانی. سال سوم، شماره های ۴۲-۴۱، ۵۳-۸۴.
- سراج زاده، حسین و پویافر، محمدرضا. (۱۳۷۷). «دین و نظم اجتماعی: بررسی رابطه دینداری با احساس انومی و کجروی در میان نمونه ای از دانشجویان». فصلنامه مسائل اجتماعی ایران. ۴۳ (۱۶)، ۷۱-۱۰۵.
- سراج زاده، حسین و پویافر، محمدرضا. (۱۳۸۷). «مقایسه تجربی سنجه های دین داری: دلالت های روش شناسانه کاربرد سه سنجه در یک جمعیت». مجله جامعه شناسی ایران. دوره هشتم، شماره ۴، ۷۱-۷۳.
- شمس و همکاران. (۱۳۹۲). «بررسی عوامل مؤثر به کجروی فرهنگی دانشجویان دختر و پسر». فصلنامه زن و جامعه. ۱ (۴)، ۱۲۲-۱۰۱.
- شهیریاری، حمید. (۱۳۹۴). «ایلام، یزد و تهران جرم خیزترین استان کشور نسبت به جمعیت». پایگاه تحلیلی ایلام پویا به نقل از معاون آمار و فناوری اطلاعات قوه قضاییه.
- طالبان، محمد رضا. (۱۳۸۷). «دین داری و بزهکاری در میان جوانان دانش آموز». طرح پژوهشی، معاونت پژوهشی، وزارت آموزش و پرورش.
- طالبان، محمد رضا و پیکانی، تکت. (۱۳۹۱). «آزمون فازی علی دین داری با کجروی: تلازم یا کفایت». مجموعه مقالات دومین همایش آسیب های اجتماعی در ایران، انجمن جامعه شناسی ایران و شورای اجتماعی کشور. جلد چهارم، کجروی، بزهکاری و انحراف های اجتماعی، تهران: انتشارات آگاه
- کوزر، لویس. (۱۳۸۰). زندگی و اندیشه بزرگان جامعه شناسی. محسن ثلاثی. تهران: نشر علمی

- عبداللهی، محمد. (۱۳۷۵). «جامعه شناسی بحران هویت». نامه پژوهش. انجمن جامعه شناسی ایران، دفتر اول (۲)، ۶۳-۸۳.
- علی خواه، فردین. (۱۳۸۳). *سنجش مفاهیم اساسی علوم اجتماعی*. جلد اول، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
- کاظمی، اصغر. (۱۳۸۹). «بررسی عوامل موثر بر ارتکاب جرم با تأکید بر میزان دین داری مورد: زندانیان استان قم». پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته جامعه شناسی، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده علوم اجتماعی.
- -گیدنز، آنتونی. (۱۳۳۳). *دورکیم*. یوسف اباذری. تهران: انتشارات خوارزمی
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۶). *جامعه شناسی*. منوچهر صبوری. تهران: نشر نی
- گیدنز آنتونی و ساتن، فیلیپ. (۱۳۹۵). *جامعه شناسی*. هوشنگ نایی. تهران: نشر نی
- محسنی تبریزی و سلیمانی، مهدی. (۱۳۸۹). «تبیین رابطه بین تغییرات اجتماعی - فرهنگی و تغییرات میزان جرم (مطالعه موردی: استان لرستان)». فصلنامه مطالعات امنیت اجتماعی. شماره ۲۶، ۳۶-۱۳.
- ولد، جرج؛ برنارد، توماسی و سینپس، جفری. (۱۳۹۳). *جرم شناسی نظری (گذری بر نظریه های جرم شناسی)*. علی شایان، تهران: انتشارات سمت
- ویلم، ژان پل. (۱۳۷۷). *جامعه شناسی ادیان*. عبدالرحیم گواهی. تهران: انتشارات کیهان
- نیازی، محسن و خادمی، مجید. (۱۳۹۱) «تأملی درباره رابطه میان دین داری و گرایش به جرم و انحراف های اجتماعی (مورد مطالعه: شهروندان شهر کاشان)». فصلنامه پیشگیری از جرم. ۲۳(۷)، ۸۲-۴۹.
- Baier Colin. , and Bradley R. E. Wright. (2001). **“If You Love Me, Keep My Commandments: A Meta Analysis of the Effect of Religion on Crime”**. Journal of Research in crime and Delinquency. V 01. 38, No. 1.
- Byron. R. Johnson and Curtis. Schroeder. (2014). **Religion, Crime and Criminal Justice**. Oxford University Press. Online Publication Date. 1-14.
- Ngune, Tacett. (2003). **“The relationship between religiosity and crime: a case study on university students in TURKEY”**. A Thesis submitted to the graduate school of social sciences of middle- east technical University.
- Ozden, Ozbay. (2015). **“Does Islam deter crime in a secular Islamic country? The case of Turkey”**. Contemporary Social Science.
- Ram A. cnaan, Richard J. Gelles and Jill W. Sinha. (2004). **“Youth and Religion: the pageboy generation goes to church”**. Social indicator research. Pp, 175-200.
- Reisig, Michael D. & Wolfe, Scott E. & pratt, Travis c. (2012). **“Low Self- control and the Religio sity- crime Relation Ship”**. Criminal Justice and Behavior, vol 39, 1172- 1191.
- Stansfield, Richard, Thomas J. Mowen, Thomas O’Connor, and John H. Boman. (2017). **“The Role of Religious Support in Reentry: Evidence from the SVORI Data»**. Journal of Research in Crime and Delinquency, Vol 54(1) 111-145.
- Wang, Xiuhua & Sung Joon, Jang. (2016). **“The Relationship between Religion and Deviance in a Largely Irreligious Country: Findings from the 2010 China”**. General Deviant Behavior, Issue 10, vol 38,1120-1140.
- Witten, Dell. (2005). **Religion and Delinquency in the Context of Race and Place**. University of Maryland.



طراحی مدل کسب کرسی های بین المللی در ورزش توسط نمایندگان ایران

لقمان کشاورز^۱
ابوالفضل فراهانی^۲
بهرام بهرامی پور^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۳/۱۶

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۴/۹

هدف از پژوهش حاضر، طراحی و تدوین مدل کسب کرسی های بین المللی در ورزش توسط نمایندگان ایران بود. پژوهش حاضر از نوع آمیخته بود. جامعه آماری پژوهش شامل اعضای هیئت علمی دانشگاه ها، روسای فدراسیون ورزشی، مدیران، ورزشکاران و نمایندگان صاحب کرسی ورزش بود که در زمینه کرسی های بین المللی، دانش و تجربه لازم را داشتند ($N=495$). در بخش کیفی پژوهش، ۲۵ نفر به طور هدفمند و در بخش کمی بر مبنای جدول مورگان ۲۲۰ نفر به طور تصادفی برای نمونه تحقیق انتخاب شدند. برای دست یابی به اهداف پژوهش از پرسشنامه ۵۵ سوالی محقق ساخته استفاده شد. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه به تایید ۲۰ تن از متخصصان مدیریت ورزشی رسید و روایی سازه آن با تحلیل عامل تاییدی مورد تایید قرار گرفت. پایایی پرسشنامه نیز در یک مطالعه مقدماتی با ۳۰ آزمودنی و با الفای کرونباخ $0/83$ محاسبه شد. برای تحلیل داده ها از روش آماری توصیفی و استنباطی از جمله KMO، بارتلت و تحلیل عاملی اکتشافی با چرخش متعامد، تحلیل عامل تاییدی و مدل سازی معادلات ساختاری با کمک نرم افزار AMOS و SPSS23 استفاده شد. در مدل عوامل کسب کرسی های بین المللی ورزشی توسط نمایندگان ایران شش عامل به ترتیب اولویت عامل ارتباطی با ($0/932$)، حرفه ای و شغلی ($0/927$)، اقتصادی ($0/903$)، اجتماعی - فرهنگی ($0/901$)، مدیریتی ($0/830$) و سیاسی ($0/779$) وجود دارند. همچنین، مدل به دست آمده از برازش مطلوب برخوردار بود. مدل به کار گرفته شده، مدل نظری قوی برای طراحی مدل عوامل کسب کرسی های بین المللی ورزشی توسط نمایندگان ایران است.

واژگان کلیدی: نمایندگان، کرسی های بین المللی، ورزش و ایران

۱. دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

۲. استاد، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

۳. دانشجوی دکتری، مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

مقدمه

نظام بین المللی، محیطی است که بازیگران دولتی و غیردولتی در آن به عمل و عکس العمل می پردازند و از طریق گفتگو و توافق، قواعد مشترکی را برای رفتار و روابط ایجاد کرده اند (رابرتسون، ۱۳۸۰: ۲۵۸) که فراتر از نظام ملی مبتنی بر هویت مشترک در قلمرو مرزهای مشخص است (سلیمی، ۱۳۷۸: ۳). سیاست بین المللی مدام در حال تغییر و توسعه است و کشورها باید تغییر قوانین بازی در صحنه سیاسی را یاد بگیرند (اصغری ثانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۴۶).

امروزه، کشورها برای افزایش قدرت و جایگاه خود از تمام ابزارهای لازم استفاده می کنند (صباغیان، ۱۳۹۴: ۱۳۲) و ورزش یکی از ابزارهای تاثیرگذار برای حل مشکلات بین المللی و پیشبرد برنامه های سیاسی است (موکال، ۲۰۱۲: ۱-۴) که می تواند تصویری از ساختار ملت ها را در سطح بین المللی ترویج دهد (هورن و همکاران، ۱۹۹۹: ۵۵). ورزش یکی از ابزارهای قدرتمند در حوزه ارتباطات است که می تواند عرصه ترویج اهداف سازمان برای توسعه صلح باشد. انجام سیاست خارجی دوستدار صلح یکی از بهترین شرایط برای به تصویر کشیدن مطلوب یک کشور در حوزه های بین المللی است که بدون ایجاد دیپلماسی فعال و هدفمند امکان پذیر نیست. دیپلماسی ورزشی یکی از مکانیسم های شکل دهی روابط بین کشورهاست که دقیقاً رابطه مستقیم با تصویر سازی یک کشور دارد (ویسنت، ۲۰۰۳: ۳). از این رو، ورزش امری صرفاً بدنی تلقی نمی شود، بلکه متاثر از کارویژه های سیاسی، ورزشی و ژئوپلیتیک است (بویه و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۳۶).

آشنایی با بسترهای مناسب برای توسعه حوزه های ارتباطی می تواند زمینه ساز موفقیت های ملی در حوزه ورزش و دیپلماسی گردد (مرادی و همکاران، ۱۳۹۳: ۵۹). سازمان های بین المللی ورزشی به عنوان عاملان غیردولتی و استراتژیک نقش مهمی در خدمت توسعه این بسترها می توانند ایفا کنند (التیامی نیا، ۱۳۹۴: ۱۶۸) و مومنی پیری، ۱۳۹۲: ۶۴). کرسی های بین المللی در ورزش، جایگاه های کلیدی است که در برنامه ریزی های کلان ورزش جهان مورد توجه است و تصاحب آن به عنوان یکی از راهکارهای کم هزینه و تاثیرگذار برای توسعه تعاملات بین المللی است. بنابراین کشورها تلاش می کنند از ورزشکاران معروف خود برای پیشبرد یا انتقال یک پیام سیاسی برای نیل به اهداف و کسب امتیازات سیاسی استفاده کنند (صباغیان، ۱۳۹۴: ۱۴۴).

دانمارک و سوئد در میان کشورهای اسکاندیناوی، بیشترین کرسی بین المللی ورزش را تصاحب کرده اند (ریچ و همکاران، ۲۰۱۴: ۱۵). قاره اروپا بیشترین سهم حاکمیت ورزش در بین قاره ها دارد (۴۷ درصد) و ۷۱ درصد از روسای عالی ورزش، اروپایی هستند. قاره آمریکا بیش از ۱۹ کرسی دارد و رتبه بعدی متعلق به کشور چین است که ۱۰ کرسی در بدنه عالی ورزش دارد. البته کشور چین در بین کرسی های آسیایی از سهم بیشتری برخوردار نیست، چراکه کره جنوبی با ۱۶ کرسی در بین کشور های آسیایی بیشترین سهم را دارد (ارنوت و همکاران، ۲۰۰۳: ۱۹۵).

نمایندگان ورزشی به عنوان دیپلمات یا سفیران کشور نمونه ای از روابط بین ورزش و محیط بین المللی می باشند که می توانند نقش سازنده ای در روابط بین المللی کشورها بازی کنند (التیامی نیا، ۱۳۹۴: ۱۶۹). امروزه

1. Mughal
2. Horn
3. Vicente
4. Rich &etal
5. Arnouat &etal

کسب کرسی به یک فن و دانش تبدیل شده است و موسسات تخصصی جهت ارتقا و تصدی کرسی ها به کشورها مشاوره می دهند (صدیقی، ۱۳۹۴). احراز کرسی های بین المللی در نقشه راه کمیته ملی المپیک به عنوان یکی از استراتژی های مهم در عرصه ورزش قلمداد گردیده و به عنوان یکی از چالش های اساسی ورزش ایران محسوب شده است (کشاورز و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۶).

باتوجه به مشکلات مختلف در عرصه های ورزشی و سیاسی و تضییع حقوق ورزشکاران در میادین ورزشی، کسب و احراز کرسی های بین المللی در کنار کسب مدال ورزشی نقش مهمی در توسعه افزایش جایگاه ورزش بین المللی ایران دارد. بنابراین حضور نمایندگان ایران در مجامع بین المللی، همواره مقوله ای بوده است که مسئولان ورزشی بر آن تاکید داشته اند. برای کسب نتایج بهتر در دیپلماسی بین المللی ورزشی باید شرایطی را فراهم آوریم که ابتدا از کرسی های بین المللی در جهت تثبیت و ارتقای جایگاه ایران حمایت شود و ثانیاً، برای حل مشکلات تیم های ورزشی در رقابت های مختلف بین المللی، سرمایه گذاری ویژه و اقدامات مثبت انجام شود که به نفع کشور باشد.

پژوهشگران اهمیت کرسی های بین المللی ورزشی را از جنبه های مختلف مورد بررسی قرار داده اند. استوارد^۱ (۲۰۱۲) در مقاله ای اظهار می دارد که ورزش یک عامل مهم در سیاست و روابط بین الملل معاصر است. بوس^۲ (۲۰۱۱) و کاترل و نلسون^۳ (۲۰۱۰) در مقاله های جداگانه بیان می کنند سیاست مداران کشورهای قدرتمند در دوره های مختلف فرآیند اخذ میزبانی بازی های المپیک دخالت می کردند و از قدرت برای فشار بر اعضای کمیته بین المللی استفاده می نمودند. معظمی (۱۳۹۳) در نتایج تحقیقی بیان داشت، دولتمردان قطر با استفاده از کسب مدال یا میزبانی مسابقات مهم بین المللی تلاش دارند با کسب پرستیژ در عرصه بین المللی به هویت جدیدی دست پیدا کنند.

تمیر و همکاران^۴ (۲۰۱۵) در پژوهشی دریافته اند، ورزش در عصر مدرن یک سلاح استراتژیک سیاسی با ارزش است. آرنوت^۵ و همکاران (۲۰۰۳) و ورویل^۶ (۲۰۰۶) در یافته های تحقیقی خود اهمیت حضور زنان در اعضای عالی حاکمیت ورزش را برای دفاع از ورزش زنان به اثبات رسانده اند (۱۲ درصد). نتایج این بررسی ها مشخص کردند که از جمله شرایط لازم برای تصاحب کرسی ها، عضویت در سطوح مدیریتی مختلف و حضور در پست بالاتر و خارج از حوزه ورزش است. فیروزی و همکاران (۱۳۹۱) اشاره به نقش مهم جدول مدال های المپیک در تعیین جایگاه هر کشور در عرصه های داخلی و خارجی دارند. اهمیت این موضوع تعیین کننده نیمرخ اقتصادی، روابط دیپلماتیک و افزایش پرستیژ بین المللی هر کشور است.

توفیقی (۱۳۹۰) در مطالعه ای نشان داد بی ثباتی مدیریت، اختلاف دیدگاه های سیاسی و جناحی، غرض ورزی شخصی در کنار بی تدبیری مدیران از نقش دیپلماسی در توفیقات ورزشی و عدم حمایت از افراد صاحب کرسی از جمله عوامل از دست دادن کرسی های موجود بین المللی ورزش است. رضائی نژاد (۱۳۹۱) در بررسی خود نیز اهمیت نداشتن کرسی ها و نحوه دستیابی به این جایگاه ها، نبود استراتژی و اهداف در تصاحب کرسی ها، عدم شناسایی افراد کلیدی و عدم حضور در مجامع مختلف را از نقاط ضعف نمایندگان ایران در مجامع بین المللی دانست که بسته به نوع حکومت متفاوت می باشد.

1. Stoddart

2. Booth

3. Cottrell & Nelson

4. Temir & et. al

5. Arnout

6. Verweel

حسینی (۱۳۸۸) و آشتیانی (۱۳۹۲) ضعف مدیریت، ضعف دستگاه دیپلماسی در حمایت از فدراسیون ها، ضعف استراتژی وزارت خارجه ایران، نبود برنامه جامع مناسب، عدم استفاده از ظرفیت های موجود ورزشی و اقدامات سلیقه ای را از جمله عوامل منع کسب کرسی های بین المللی ورزشی معرفی کرد. جوهان آدریانز^۱ (۲۰۰۲) نیز بیان کرد اعضا و مدیران هیئت های اجرایی ورزش نقش بسیار مهمی در تمام مراحل عمر یک سازمان بازی می کنند. یافته های هاودن^۲ (۲۰۰۰) نشان داد که مدیران هیئت ها و سازمان های ورزشی باید از ویژگی هایی چون: صداقت، مشارکت، تاثیرگذاری، هدفمندی، بی طرفی و شجاعت برخوردار باشند. دوستی (۱۳۹۰) نیز در پژوهش خود مهمترین علل ورود مدیران سیاسی به عرصه ورزش ایران را کسب پست های بالاتر شناخته است. اسدی و همکاران (۱۳۸۹) در تحلیل سوات^۳ بخشی از مشکلات ورزش کشور را در زمینه کسب کرسی های بین المللی مشخص کرده اند و برخی از نقاط ضعف را محدودیت های مالی، فقدان شناسایی افراد کلیدی و عدم حضور فعال در مجامع می دانند.

احسانی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهش خود دو عامل اصلی اثرگذار در سطح کلان را، عوامل سیاسی و اقتصادی معرفی کردند. دی بوسچر و همکاران^۴ (۲۰۰۶) معتقدند که بیش از ۵۰ درصد شاخص های تعیین کننده موفقیت در سطوح بین المللی، متغیرهای خارج از کنترل سازمان ها و مدیران ورزش می باشند و دو متغیر تولید ناخالص ملی و جمعیت، حدود پنجاه درصد کل واریانس موفقیت ورزش را پیش بینی می کنند. پیغمبری (۱۳۹۳) عوامل موفقیت ایران در حفظ و ارتقای جایگاه عملکردی فدراسیون ووشو در سطح جهانی را به ترتیب منوط به عامل ارتباطی، آموزشی، ظاهری و پیشینه ورزشی می داند.

سلیمانی و سجادی (۱۳۹۳) تصاحب کرسی های بین المللی را از جمله ریزفاکتورهای مهم ارزیابی یک فدراسیون ورزشی دانسته اند. کشاورز و همکاران (۱۳۹۰) نیز افزایش ارتباطات و مشارکت در فعالیت های مجامع بین المللی ورزشی را در مرتبه دوم راهبردهای مهم در منظر فرایندهای داخلی کمیته ملی المپیک دانسته و افزایش کسب کرسی های بین المللی در ورزش و نیز ارتقای جایگاه و نقش کمیته ها در ورزش جهان و آسیا را نیز از جمله مهمترین اهداف این راهبردها معرفی نموده اند.

در نتایج تحقیق عبیدی و همکاران (۱۳۹۰) مشخص گردید، داشتن کرسی ورزشی در مجامع بین المللی و بهره برداری از آن به عنوان یکی از خرده مقیاس های مهم در ارزیابی اثربخشی سازمان ها و فدراسیون های ورزشی است و میزبانی رویدادهای مهم ورزشی امتیاز مثبتی برای گرفتن کرسی در رشته مربوطه می باشد.

علیدوست قهفرخی و همکاران (۱۳۹۳) نشان دادند که تصاحب جایگاه های مهم در ورزش جودو از خرده مقیاس های مهم برای افزایش هماهنگی و ارتباطات در سطوح بین المللی است. زارعیان (۱۳۹۳) در پژوهشی نشان داد برای کسب کرسی های بین المللی، ۲۲ شاخص (جمعیت شهری، آموزش و پرورش، نرخ تورم، هزینه درمان و غیره) را باید در برنامه ریزی های ورزشی کشور مورد توجه قرار داد.

گودرزی و شریعتی فیض آبادی (۱۳۹۴) در گزارشی اعلام کردند تصاحب کرسی های جهانی و آسیایی وابسته به فعالیت های خود فرد و قدرت چانه زنی ایشان است و از جمله مهمترین موانع تصاحب کرسی های بین المللی را ناآشنایی با زبان انگلیسی و آداب دیپلماسی و نداشتن روابط عمومی و عاطفی مناسب با افراد موثر بین المللی، عدم برگزاری اجلاس و مسابقات بین المللی در داخل کشور بیان کردند. خندان نعمتی (۱۳۹۰) نیز

1. Johanna,adrianess

2. Hovden

3. Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats(SWOT)

4. De Bosscher& et. al

راهکارهای کسب کرسی های بین المللی ورزشی را در عوامل مدیریتی، مهارتی، اقتصادی، ارتباطی، سیاسی و اجتماعی - فرهنگی می داند.

مطالعات ادبیات پیشینه نشان می دهد که محققان ابعاد ارتباطی بین ورزش و سیاست، نحوه تاثیر گذاری و اهمیت آن را از دیدگاه های مختلف با رویکردی متفاوت مورد بررسی قرار داده اند. کمبود تحقیقاتی در بحث شناسایی عوامل تاثیرگذار بر کسب کرسی های بین المللی ورزشی کاملاً مشهود است و دید جامع نسبت به مسئله در تحقیقات کمتر مورد بررسی قرار گرفته است. از این رو، پژوهش حاضر درصدد است با مروری بر ادبیات پیشینه و چارچوب مفهومی و برگرفته از اسنادهای مختلف مدیریت ورزشی، به این سوال پاسخ دهد که مدل مناسب برای تصاحب کرسی های بین المللی در ورزش توسط نمایندگان ایران چگونه است؟

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع آمیخته و ترکیبی از دو روش کیفی و کمی است. جامعه آماری پژوهش اعضای هیئت علمی دانشگاه ها، روسای فدراسیون ها، مدیران، ورزشکاران و نمایندگان صاحب کرسی که در زمینه کرسی های بین المللی، دانش و تجربه لازم را داشتند، بودند ($N=495$) که بر مبنای جدول مورگان ۲۲۰ نفر به طور تصادفی به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند. برای دست یابی به اهداف تحقیق، بر اساس روش دلفی در بخش کیفی از نظرات ۲۵ نفر از متخصصان و صاحب نظران استفاده شد و فهرستی از متغیر های تاثیرگذار بر کسب کرسی های بین المللی ورزشی در ایران تهیه و فهرست تهیه شده در سه مرحله نهایی شد. بدین ترتیب، از پرسشنامه ۵۵ سوالی محقق ساخته استفاده گردید که روایی صوری و محتوایی آن به تایید ۲۰ نفر از متخصصان مدیریت ورزشی رسید. این پرسشنامه در قالب مقیاس لیکرت تدوین و به هریک از شاخص ها، ارزش عددی ۱ تا ۵ (خیلی کم تا خیلی زیاد) اختصاص داده شده است. پایایی پرسشنامه نیز در یک مطالعه مقدماتی با ۳۰ آزمودنی و با آلفای کرونباخ 0.83 محاسبه شد. برای تحلیل داده ها از روش آماری توصیفی میانگین، جدول توزیع فراوانی و روش های آماری استنباطی از جمله KMO، بار تلت و تحلیل عاملی اکتشافی با چرخش متعامد، مدل سازی معادله ساختاری (SEM) با کمک دو نرم افزار AMOS و SPSS23 استفاده شد. جهت سنجش روایی مدل از روش معادلات ساختاری با روش تحلیل عامل تاییدی بهره گرفته شد.

یافته های پژوهش

در گام اول، ویژگی های جمعیت شناختی نمونه ها مورد بررسی قرار گرفت. در بخش های بعدی، نتایج تحلیل عاملی مولفه های اصلی در قالب جدول بیان و در ادامه، مدل و نتایج شاخص های برازش ارائه گردید.

جدول ۱: نتایج توصیفی ویژگی های جمعیت شناختی

فراوانی درصد		فراوانی درصد		فراوانی درصد		فراوانی درصد	
۸۸	۱۹۳	متاهل	وضعیت	۶۴	۱۴۱	مرد	جنسیت
۱۲	۲۷	مجرد	تاهل	۳۶	۷۹	زن	
۶۷	۱۴۸	تربیت بدنی	رشته	۹	۱۸	لیسانس ≤	تحصیلات
۳۳	۷۲	سایر رشته ها	تحصیلی	۳۱	۶۹	فوق لیسانس	
				۶۰	۱۳۳	دکتری ≥	
۴۱	۹۰	کنفدراسیون	سابقه عضویت	۲۴	۵۲	هیات علمی	سمت (پست)
۴	۸	آسیایی		۵۶	۱۲۴	مدیریت	
۲۱	۴۵	کنفدراسیون		۱	۲	ریس	
۶	۱۳	منطقه ای فدراسیون		۶	۱۲	فدراسیون	
۲۹	۶۴	جهانی فدراسیون		۳	۶	مربی	
		بین المللی بدون سابقه		۴	۸	ورزشکار داور	
				۷	۱۶	کارشناس	
				۱۳	۲۹	۴ سال ≤	مدت عضویت
				۲۹	۶۴	۸- سال	
				۱۳	۲۸	۱۲- سال	
				۱۶	۳۵	۱۲ سال ≥	

با توجه به نتایج جدول ۱، از ۲۲۰ نفر آزمودنی که در این تحقیق حضور داشتند، ۶۴ درصد مرد و ۳۵/۹ درصد زن بودند. بیشتر آزمودنی ها متاهل (۶۴ درصد) بودند. در توصیف نمونه های تحقیق، ۶۷/۳ درصد در رشته تربیت بدنی و ۳۲/۷ درصد در سایر رشته ها تحصیل کرده بودند؛ به طوری که ۹۲ درصد از آزمودنی ها دارای مدرک فوق لیسانس و بالاتر بودند و ۸ درصد دارای مدرک کارشناسی و پایین تر بودند. سوابق کاری نمونه های تحقیق نشان داد، ۲۴ درصد اعضای هیات علمی، ۵۶ درصد مدیر، ۱ درصد رئیس فدراسیون، ۱۳ درصد مربی و ورزشکار و ۷ درصد کارشناس در این تحقیق حضور داشته اند. ۷۱ درصد از نمونه های تحقیق سابقه عضویت در کنفدراسیون های آسیایی و منطقه ای، جهانی و بین المللی و ۲۹ درصد هم هیچ گونه سابقه عضویت نداشتند. از بین سوابق عضویتی، عضویت در کنفدراسیون های آسیایی با بیش از ۴۰ درصد بیشترین فراوانی را داشت. مدت عضویت ۸۴ درصد از افراد صاحب کرسی کمتر از ۱۲ سال و ۱۶ درصد بیش از ۱۲ سال بودند و ۲۹ درصد از افراد نیز سابقه بین ۴ تا ۸ سال را در کرسی های بین المللی موثر ورزشی داشته اند.

جدول ۲: نتایج آزمون بارتلت و KMO

مقدار		
۰/۸۴۸	مقدار کایزر - می یو و اوکلین	
۳۵۴۶۴/۲۹	مقدار کای اسکوار (χ^2)	آزمون کرویت بارتلت
۱۴۸۵	درجه آزادی	
۰/۰۰۱	سطح معناداری	

نتایج جدول ۲ نشان می دهد با توجه به اینکه KMO^1 بیشتر از ۰/۷ می باشد، لذا اندازه نمونه ها برای تحلیل عاملی مناسب است. همچنین، با توجه به اینکه نتایج آزمون بارتلت^۲ از ۰/۰۵ کوچک تر است، بنابراین بین گویه ها همبستگی بالایی وجود دارد. به بیان دیگر، ادامه و استفاده از سایر مراحل تحلیل عاملی جایز است. ابتدا در این پژوهش از تحلیل عاملی اکتشافی با چرخش متعامد برای تعیین و شناسایی عوامل کسب کرسی های مؤثر بین المللی در ورزش استفاده شد. در نتایج حاصل از تحلیل عامل اکتشافی، عوامل مؤثر بر کسب کرسی های بین المللی ورزشی توسط نمایندگان ایران، به ترتیب اولویت ۶ دسته عوامل ارتباطی، عوامل مدیریتی، عوامل حرفه ای و شغلی، عوامل اجتماعی فرهنگی، عوامل سیاسی و عوامل اقتصادی شناسایی شدند. جدول ۳، مقادیر ویژه، بار عاملی گویه های تأثیر گذار بر کسب کرسی های بین المللی را نشان می دهد. سپس بر اساس عوامل شش گانه شناسایی شده عوامل مؤثر بر کسب کرسی های بین المللی در ورزش کشور، مدل تحقیق با توجه به این عوامل طراحی شد.

جدول ۳: نتایج تحلیل عاملی مولفه های اصلی

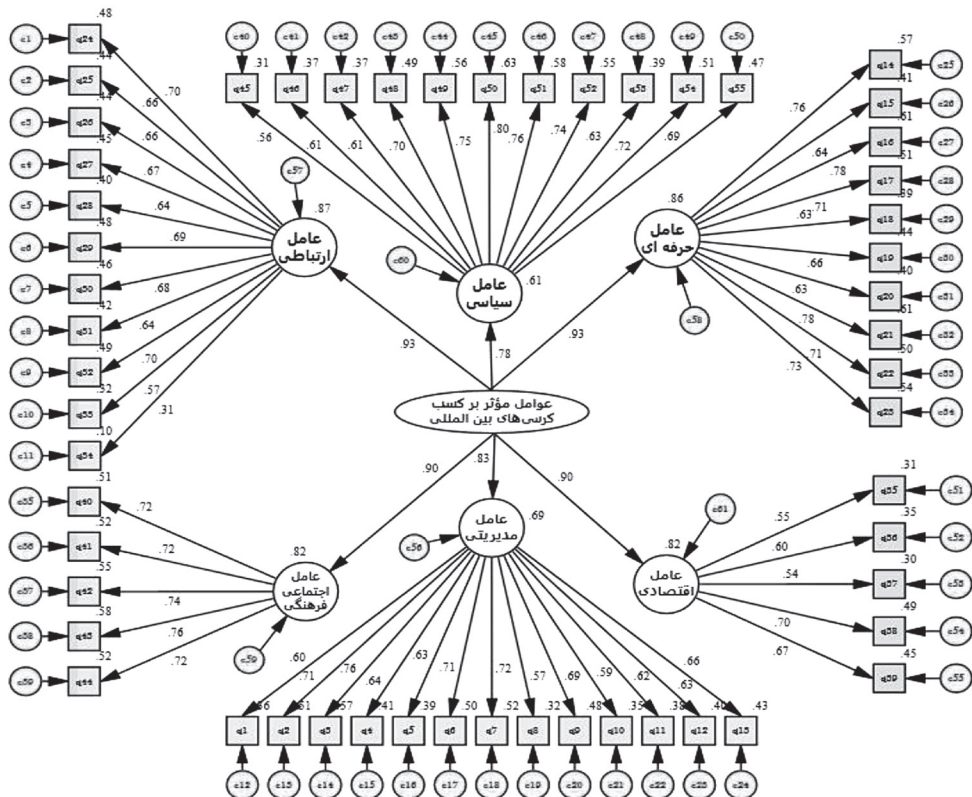
عامل	گویه ها	بار عاملی
۱-۳-۴	- دعوت و میزبانی از رئیس ومقامات عالی رتبه کمیته بین المللی المپیک و فدراسیون های ورزشی	۰/۷۷۸
	- استمرار و تداوم در حفظ روابط شخصی نماینده ورزشی کشور در حوزه بین المللی	۰/۸
	- شرکت مؤثر در جلسات و مناسبت های مختلف بین المللی ورزشی	۰/۷۵۳
	- داشتن مهارت های ارتباطی	۰/۸۰۵
	- داشتن مهارت های چانه زنی و مذاکره	۰/۶۹۳
	- پرهیز از تنش در رویدادهای بین المللی توسط مدیران و ورزشکاران کشور	۰/۷۷۶
	- نداشتن ویژگی های منفی شخصیتی در نمایندگان ورزشی (حسادت، کینه توزی و...)	۰/۷۷۱
	- آرامش و ظاهر مناسب نمایندگان کشور	۰/۷۵۵
	- توانایی ها و ویژگی های شخصیتی مثبت افراد(اعتماد به نفس، فن بیان و...)	۰/۷۲۳
	- میزبانی رویدادهای بین المللی ورزشی در کشور	۰/۷۰۲
	- میزبانی انتخابات مجامع بین المللی ورزشی در کشور	۰/۷۶۵

1. Kaiser- Meyer-Oklin measure of sampling adequacy(KMO)

2. Bartlett' Test of Sphericity

۰/۷۶۱	استفاده از افراد با سوابق عالی مدیریتی و اجرایی در حوزه ورزش	ورزش و تفریح
۰/۷۲۹	وجود برنامه ریزی راهبردی و هدفمند در وزارت ورزش و جوانان و کمیته ملی المپیک	
۰/۷۹۸	استفاده از افرادی توانمند و با سوابق عالی مدیریتی و اجرایی در حوزه های غیر ورزشی	
۰/۷۹	همکاری موثر بین وزارت امور خارجه، وزارت ورزش و کمیته ملی المپیک و سایر نهادهای ورزشی	
۰/۷۶۹	تشکیل واحدی مستقل به نام کسب کرسی های بین المللی در کمیته ملی المپیک، وزارت ورزش، ..	
۰/۷۷۷	حمایت یک گروه مطالعاتی بمنظور تامین اطلاعات لازم برای حضور موثر تر نماینده	
۰/۷۲۹	ارزیابی عملکرد نمایندگان کشور در مجامع بین المللی توسط وزارت ورزش و کمیته ملی المپیک	
۰/۸۵۹	تخصیص اعتبارات مناسب توسط وزارت ورزش و کمیته ملی المپیک به نمایندگان در مجامع بین المللی دنیا	
۰/۶۳۳	طبقه بندی کرسی های بین المللی ورزشی موثر از نظر اهمیت	
۰/۷	توسعه و ترویج ورزش قهرمانی و حرفه ای به منظور ارتقای جایگاه ورزشی از سطوح بین المللی	
۰/۵۷۴	عدم تغییرات پی در پی و ثبات مدیران فدراسیون های ورزشی	
۰/۶۶۷	تهیه بانک اطلاعاتی از نمایندگان ایرانی دارای کرسی های بین المللی ورزشی	
۰/۶۹۴	حمایت های سیاسی و معنوی مستمر و داخلی از فدراسیون های ورزشی در مجامع بین المللی	
۰/۷۷۹	دانش و تسلط کامل بر جنبه های فنی و غیر فنی چالش برانگیز در حوزه بین المللی رشته مربوطه	آموزش و تعلیم
۰/۷۵	آشنایی کامل نمایندگان با وسایل ارتباطی (ایمیل و....)	
۰/۷۳۳	آشنایی با قوانین بین المللی، حقوقی و ورزشی	
۰/۷۲۴	تسلط و آگاهی کامل نمایندگان کشور بر زبان های رایج بین المللی	
۰/۶۵۴	آشنایی با پروتکل های بین المللی	
۰/۵	داشتن پیشینه شغلی مناسب در سطوح بین المللی غیر ورزشی	
۰/۵۰۴	تحصیلات عالی نمایندگان ورزشی کشور	
۰/۵۱۹	نداشتن سوء پیشینه در استفاده از مواد نیروزا توسط ورزشکاران تیم های ملی	
۰/۵۵۵	تهیه شرایط احراز کسب کرسی های بین المللی ورزشی توسط نمایندگان	اجتماعی - فرهنگی
۰/۵۴۸	موفقیت های مستمر تیم های ملی در رویداد های بین المللی	
۰/۷۶۷	تسلط نماینده بر اطلاعات اجتماعی و فرهنگی کشورها علاوه بر اطلاعات ورزشی	
۰/۷۳۳	اعطای پست و عضویت های افتخاری به نمایندگانی که دارای کرسی های بین المللی موثر هستند	
۰/۷۵۲	حضور و مشارکت زنان در نهاد ها و مجامع بین المللی ورزشی	
۰/۷۳۴	آگاهی و شناخت متولیان ورزش از کرسی های بین المللی ورزشی موثر	اقتصادی
۰/۷۵۸	معرفی قهرمانان ورزشی جهان و المپیک به مجامع بین المللی	
۰/۷۹۸	وضعیت اقتصادی کشور	
۰/۷۹۷	توسعه فناوری و تکنولوژی در کشور	
۰/۸۱۱	میزان تولید ناخالص ملی در کشور	
۰/۷۵۹	پیش بینی و اختصاص اعتبارات ارزی مناسب برای هزینه در مجامع بین المللی ورزشی	
۰/۷۶۱	سرمایه گذاری موثر و هدفمند برای کسب کرسی های بین المللی ورزشی موثر	

۰/۵۹	عدم دخالت دولت، مدیران سیاسی و دولتی در ورزش	۳
۰/۶۰۲	عدم تغییر رویکرد رفتاری درحوزه بین المللی ورزش توسط دولت وجناح های سیاسی کشور	
۰/۵۱۶	پرهیز ازرفتارهای سیاسی در معرفی نمایندگان کشور برای کسب کرسی های بین المللی	
۰/۵۹۸	حمایت اقتصادی و معنوی سران سه قوا ازبرگزاری مجامع بین المللی ورزشی در کشور	
۰/۶۲۲	بهبود تصویرسازی مثبت از ایران در عرصه های بین المللی	
۰/۶۱۹	شناخت دیپلماسی و لابی های بین المللی	
۰/۵۵۲	تسلط نماینده بر اطلاعات سیاسی کشورها علاوه بر اطلاعات ورزشی	
۰/۵۴۶	مطالعه تطبیقی از کشور های فعال در دیپلماسی ورزشی	
۰/۶۰۲	عدم وجود اختلاف دیدگاه های سیاسی و جناحی در زمینه کسب کرسی های بین المللی	
۰/۵۳۵	حمایت و حضور دولتمردان از ورزشکاران در مکان برگزاری مسابقات خارجی و داخلی	
۰/۵	فعال شدن سفارتخانه های کشور برای حمایت ازنمایندگان ایرانی در مجامع بین المللی ورزشی	



شکل ۱: مدل کسب کرسی های بین المللی در ورزش

جدول ۴: شاخص های برازش مدل کسب کرسی های بین المللی در ورزش

شاخص برازش	میزان	ملاک	تفسیر
مطلق	کای اسکوار (χ^2)	۳۲۱۳/۹۳۹	-
	درجه آزادی (df)	۱۴۲۴	-
	نسبت کای اسکوار به درجه آزادی (χ^2/df)	۲/۲۵۷	برازش مطلوب
نسبتی	شاخص نیکویی برازش (GFI)	۰/۹۱۳	بیش از ۰/۹۰
	شاخص توکر- لویس (TLI)	۰/۹۱۱	بیش از ۰/۹۰
	شاخص برازش هنجار شده (NFI)	۰/۹۰۴	بیش از ۰/۹۰
	شاخص برازش تطبیقی (CFI)	۰/۹۳۵	بیش از ۰/۹۰
مقصد	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)	۰/۰۹۱	کمتر از ۰/۱
	شاخص برازش مقصد هنجار شده (PNFI)	۰/۶۵۶	بیشتر از ۰/۰۵

در شکل ۱، مدل عوامل مؤثر بر کسب کرسی های بین المللی ورزش بر اساس شش عامل ارتباطی، سیاسی، حرفه ای، اجتماعی- فرهنگی، مدیریتی و اقتصادی نشان داده شده است. برای آزمون اینکه مدل عوامل مؤثر بر کسب کرسی های بین المللی ورزش از برازش مناسبی برخوردار است، از شاخص های برازش استفاده شد. در مدل یابی معادلات ساختاری با تأکید بر نرم افزار AMOS باید برای تعیین برازش مدل از سه شاخص برازش مطلق^۱، تطبیقی^۲ و مقصد^۳ استفاده کرد.

بر اساس نتایج جدول ۴، مقدار نسبت آماره کای اسکوار (χ^2) (۳۲۱۳/۹۳۹) به درجه آزادی ۱۴۲۴ برابر با ۲/۲۵۷ است. با توجه به این که این مقدار بین ۱ الی ۳ قرار دارد، نشان دهنده تأیید مدل می باشد. شاخص نیکویی برازش^۴ (GFI) ۰/۹۱۳ است که نشان دهنده قابل قبول بودن این میزان برای برازش مطلوب مدل است. مقدار ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)^۵ که شاخص دیگر نیکویی برازش است نیز ۰/۰۹۱ می باشد که با توجه به اینکه کمتر از ۰/۱ است، قابل قبول بوده و نشان دهنده تأیید مدل پژوهش می باشد. دیگر شاخص های نیکویی برازش برای معادلات ساختاری بدین صورت است که مقدار شاخص توکر- لویس (TLI)^۶ ۰/۹۱۱، شاخص برازش هنجار شده (NFI)^۷ ۰/۹۰۴، شاخص برازش تطبیقی (CFI)^۸ ۰/۹۳۵ و شاخص برازش مقصد هنجار شده (PNFI)^۹ ۰/۶۵۶ است که همگی نشان دهنده برازش مطلوب و تأیید مدل عوامل مؤثر بر کسب کرسی های بین المللی ورزش می باشد.

بحث و نتیجه گیری

هدف از این پژوهش، ارائه مدلی از عوامل تاثیر گذار بر کسب کرسی های بین المللی موثر ورزشی توسط نمایندگان ایران بود. یافته های پژوهش حاکی از این بود که داده های این پژوهش با ساختار عاملی و زیر بنای

1. Absolute Index
2. Comparative Index
3. Parsimonious Index
4. Goodness Fit Index
5. Root Mean Squared Error of Approximation
6. Tucker- Lewis Index
7. Normed Fit Index
8. Comparative Fit Index
9. Parsimonious Normed Fit Index

نظری تحقیق در مدل تدوین شده (۰/۹۱۳) برازش مناسب دارد و بیانگر همسو بودن سوالات با سازه های نظری است. به عبارتی، مدل به کارگرفته شده، مدل نظری قوی برای طراحی عوامل تاثیر گذار بر کسب کرسی های بین المللی موثر ورزشی توسط نمایندگان ایران است. در این مدل عوامل تاثیر گذار بر تصاحب کرسی های بین المللی به ترتیب اولویت بار عاملی آنها در ۶ دسته شامل عوامل ارتباطی (۰/۹۳۲)، حرفه ای و شغلی (۰/۹۲۷)، اقتصادی (۰/۹۰۳)، اجتماعی - فرهنگی (۰/۹۰۱)، مدیریتی (۰/۸۳۰) و سیاسی (۰/۷۷۹) تقسیم شدند. در این تحقیق، پاسخ دهندگان عامل اول را که عامل ارتباطی نامیده شد، با اهمیت ترین عامل معرفی کردند. این عامل با نتایج مطالعات برخی از محققان همچون: خندان نعمتی (۱۳۹۰)، پیغمبری (۱۳۹۳)، معظمی (۱۳۹۳)، کشاورز و همکاران (۱۳۹۰)، توفیقی (۱۳۹۰)، هاودن (۲۰۰۰)، رضانی نژاد (۱۳۹۰)، گودرزی و فیض آبادی (۱۳۹۴)، علیدوست قهفرخی و همکاران (۱۳۹۳) و اسدی و همکاران (۱۳۸۹) همخوانی دارد.

بر اساس یافته های حاصل، تعداد ۱۱ گویه در عامل اول قرار گرفتند. در بین گویه های مرتبط به عامل ارتباطی، بیشترین سهم به مهارت های ارتباطی نمایندگان و تداوم در حفظ روابط شخصی در حوزه بین الملل با بارعاملی بیش از ۰/۸ اشاره دارد. پیشرفت تکنولوژی ارتباطات جمعی همچون شبکه های ماهواره ای، شبکه های اجتماعی و غیره تا اندازه ای مهم است که به عنوان یکی از محورهای اصلی مطالعات دنیای معاصر قرار گرفته است. بنابراین نقش ارتباط در حوزه های بین المللی روابط مدیران سازمان های مطرح در حوزه های مختلف از جمله ورزش را نیز درگیر کرده است و لازمه آن آشنایی مدیران با مهارت ها و فناوری ارتباطی است. در دنیای امروز کسب کرسی های بین المللی ورزش به راهی برای حضور قدرتمند در عرصه های ارتباطی و انتقال پیام های فرهنگی و انسانی کشور بدل شده است. دعوت و میزبانی از مقامات عالی رتبه نهاد های مهم ورزش جهان، ارتباطات عاطفی با افراد موثر بین المللی از طریق وسائل ارتباط جمعی، ارسال یادبود به مناسبت های مختلف می تواند از جمله اقدامات بسیار موثر برای ایجاد زمینه های مناسب در تصاحب کرسی های معتبر معرفی گردد. نتایج پژوهش بیانگر این است که دومین عامل موثر در کسب کرسی های بین المللی ورزشی، عامل حرفه ای و شغلی است که نتایج پژوهش با مطالعات گودرزی و شریعتی فیض آبادی (۱۳۹۴)، عیدی و همکاران (۱۳۹۰)، سجادی و سلیمانی (۱۳۹۳)، دوستی (۱۳۹۰)، حسینی (۱۳۸۸)، آشتیانی (۱۳۹۲)، ورویل (۲۰۰۶)، معظمی (۱۳۹۳)، پیغمبری (۱۳۹۳)، خندان نعمتی (۱۳۹۰)، جوهان آدریانز (۲۰۰۲)، اسدی و همکاران (۱۳۸۹)، آرنوت و همکاران (۲۰۰۳) و تمیر و همکاران (۲۰۱۵) مطابقت دارد. این عامل ۱۰ گویه را دربر گرفته است که از بین این گویه ها، دانش مرتبط با حوزه ورزش و زبان رایج بین الملل از بیشترین اهمیت برخوردارند. آشنایی با زبان های بین المللی به عنوان یکی از گویه های مهم با ضریب اهمیت ۰/۷ می باشد که لزوم توجه به ارتقای سطح دانش زبان های رایج بین المللی می تواند زمینه مناسبی برای کسب کرسی های معتبر فراهم سازد. داشتن آداب دیپلماسی و روابط عمومی مناسب نیز در برخورد با سایر افراد درکنار دانش فنی باعث می شود اکثر کرسی های تاثیر گذار را تصاحب کنیم. عامل مهم دیگری که می تواند ما را در کسب کرسی های معتبر کمک کند، وجود شرایط احراز کسب کرسی های بین المللی ورزشی توسط نمایندگان و موفقیت های مستمر تیم های ملی در رویداد های بین المللی است که متأسفانه اغلب با مسایل مقطعی، جریانی، حزبی و گروهی همراه بوده و کمتر نگاه حرفه ای به پست ها در حوزه ورزش وجود داشته است. همچنین با مدیریت هزینه و آشنایی با پروتکل های بین المللی، حضور دائم در جلسات مربوطه، شرکت در مسابقات، برگزاری اجلاس در داخل کشور، برگزاری مسابقات بین المللی مهم می توان این معضل فراگیر را در بین تصمیم گیران ورزشی مرتفع ساخت (گودرزی و فیض آبادی، ۱۳۹۴: ۱۲۴).

نتایج پژوهش مبین این است که سومین عامل موثر بر کسب کرسی های ورزشی، عامل اقتصادی است که این نتایج با مطالعات تمیر و همکاران (۲۰۱۵)، فیروزی و همکاران (۱۳۹۱)، اسدی و همکاران (۱۳۸۹)، احسانی (۱۳۹۲)،

زارعیان (۱۳۹۳)، خندان نعمتی (۱۳۹۰) و دی بوسچر و همکاران (۲۰۰۶) مطابقت دارد. در عامل اقتصادی که ۵ گویه قرار گرفتند، میزان تولید ناخالص ملی و توسعه اقتصادی و توان کشور در سرمایه گذاری برای کسب کرسی های بین المللی بیشترین سهم را در بین گویه ها دارند. ورزش در جهان امروز از مقوله فعالیت تفریحی و سرگرمی بالاتر رفته و از لحاظ اقتصادی مفهوم وسیعتری پیدا کرده است. اهمیت و تأثیرات فرایندی مانند جهانی شدن ورزش، دولت ها را مجبور کرده است از لحاظ مالی توجه ویژه ای به کسب کرسی ها داشته باشند.

توانایی مسئولان در تحت تأثیر قراردادن مخاطبان در زمان حضور در مجامع، پیش بینی و اختصاص اعتبارات ارزی مناسب برای هزینه در مجامع بین المللی، امضای قراردادهای همکاری با کمیته های بین المللی و سازمان های ورزش منطقه ای و سرمایه گذاری هدفمند برای کسب کرسی های ورزشی، توسعه فناوری و تکنولوژی در کشور می تواند از بارزترین اقداماتی تلقی گردد که ما را در پیشبرد اهداف برای تصاحب کرسی های بین المللی کمک کند. سرمایه گذاری در ورزش باعث توسعه عوامل انسانی و تقویت بنیه اقتصادی ورزش می گردد. درکنار این فعالیت ها ظرفیت های بالقوه اقتصادی در کشورمان (گردشگری، مناطق طبیعی) از اقتصادی ترین فعالیت ها در چرخه ملی کشورها به حساب می آید که می تواند از جهت اشتغال و ارزآوری مهم تلقی شود و دارای تأثیرات ارتباطی، فرهنگی و بین المللی باشد و میتوان ازاین گونه فعالیت ها به منزله ابزاری راهبردی در توسعه اقتصادی استفاده کرد. بنابراین اتخاذ راهبردی مناسب توسط دولت، وزارت ورزش و کمیته ملی المپیک بسیار ضروری به نظر می رسد.

یافته های پژوهش نشان داد چهارمین عامل برای کسب کرسی های بین المللی، عامل اجتماعی- فرهنگی است که این عامل ۵ گویه را دربر میگیرد. این نتایج با مطالعات معظمی (۱۳۹۳)، ورویل (۲۰۰۶)، جوهان آدریانز (۲۰۰۲)، پیغمبری (۱۳۹۳)، گودرزی و شریعتی فیض آبادی (۱۳۹۴)، آرنوت و همکاران (۲۰۰۳) و خندان نعمتی (۱۳۹۰) همسوست. فرهنگ و ارتباطات در عرصه سیاست خارجی، دو مفهوم مستقل ولی به شدت مرتبط با هم هستند. در کنار ابزارهای نظامی، اقتصادی و دیپلماتیک، فصلی نیز به ابزارهای فرهنگی و ارتباطاتی اختصاص داده می شود (قوام، ۱۳۷۰: ۱۹۴-۱۹۶). امروزه برای بیان چگونگی گسترش نفوذ یک کشور در میان مردم کشورهای دیگر دو رویکرد ارتباطات بین فرهنگی و بین المللی مورد توجه قرار گرفته است (باربر، ۱۳۷۲: ۵۰). اگرچه تبادلات فرهنگی و علمی در زمره مفاهیم مرتبط با رویکرد ارتباطات بین فرهنگی تلقی می شوند و هر دو رویکرد در خدمت پشتیبانی اهداف سیاست خارجی قرار دارند، ولی هریک دارای کارویژه های خاص خود هستند. بنابراین یکی از دیپلماسی های قابل بازشناسی، دیپلماسی مبتنی بر رویکرد ارتباطات بین المللی است که مبتنی بر ارائه تصویری از یک فرهنگ است و دارای فرآیندی سریع و آثاری گذراست (قوام، ۱۳۷۰: ۱۹۴-۱۹۶). معیارهایی مانند اعطای پست و عضویت های افتخاری به نمایندگان با ضریب اهمیت ۰/۷۷۳ و تسلط نماینده بر اطلاعات اجتماعی و فرهنگی کشورها علاوه بر دانش ورزشی با ضریب اهمیت ۰/۷۶۷، مشارکت زنان در مجامع بین المللی با ضریب اهمیت ۰/۷۵۲ به ترتیب از جمله مهمترین گویه های مرتبط به این عامل معرفی گردیدند. حذف محدودیت و خطوط قرمز برای حضور و مشارکت زنان برای عضویت در مجامع بین المللی ورزشی و از طرفی دیگر حذف نگاه حاکم مردسالارانه مجامع و نهاد های ورزشی یکی از راهکارهای ارتباطات بین المللی برای تصاحب کرسی های بین المللی و ورزشی است. به نظر می رسد در حوزه دیپلماسی ورزشی نسبت به این عوامل هیچ گونه توجهی انجام نگرفته است. ازاین رو، در انتخاب نمایندگان برای تصاحب کرسی های ورزشی باید دقت زیاد صورت بگیرد تا افراد اصلح انتخاب گردند. یکی از راه حل های مشکلات بین المللی، آشنایی نمایندگان با فرهنگ های ملی خود و کشورهای مختلف می باشد و توصیه می شود نمایندگانی که در عرصه بین المللی به عنوان اعضای ایرانی کرسی های بین المللی انجام وظیفه می کنند،

کتب رفتار سازمانی و فرهنگی را مطالعه کنند تا به فنون مذاکره و فرهنگ های مختلف تسلط پیدا کنند.

یافته های پژوهش بیانگر این است که آخرین عامل کسب کرسی های بین المللی ورزشی عامل سیاسی است که نتایج با مطالعات استوارد (۲۰۱۲)، بوس (۲۰۱۱)، توفیقی (۱۳۹۰)، حسینی (۱۳۸۸)، آشتیانی (۱۳۹۲)، دوستی (۱۳۹۰)، احسانی (۱۳۹۲)، اسدی و همکاران (۱۳۸۹)، کشاورز و همکاران (۱۳۹۰)، علیدوست قهفرخی و همکاران (۱۳۹۳)، کاترل و نلسون (۲۰۱۰)، تمیروهمکاران (۲۰۱۵)، فیروزی و همکاران (۱۳۹۱) و خندان نعمتی (۱۳۹۰) همخوانی دارد. این عامل ۱۱ گویه را دربردارد که از بین این گویه ها، ارائه یک تصویر مثبت از کشورمان در عرصه های بین المللی بیشترین بار عاملی را به خود اختصاص داده است. سیاست یکی از نهادهای عمده اجتماعی در جوامع بشری است و ورزش نیز یکی از حوزه های اجتماعی است که ارتباط جداناپذیری با سیاست دارد. ارتباط بین سیاست و ورزش بسیار پیچیده و تنگاتنگ است. عدم آگاهی متولیان ورزش نسبت به دیپلماسی ورزشی و عدم شناخت کافی نسبت به این مقوله مهم سبب می شود شناخت مسوولان به سیاسی بودن ورزش در عرصه جهانی و چگونگی بهره برداری از آن جهت نگه داشتن کرسی های بین المللی به حداقل برسد. امروزه اکثر کشورهای قدرتمند در حوزه ورزش به دنبال گسترش نفوذ دیدگاه خود با روش های قانونی هستند، اما کشور ما به دلیل ناآگاهی در این زمینه و کم کاری هایی که اغلب به دلیل عدم دانش کافی صورت گرفته، روزبه روز بیشتر به حاشیه و انزوا رانده شده است. کسب کرسی های بین المللی ورزشی یک موضوع مهم ملی است که نیازمند همکاری ارگان های مختلف ورزشی و وزارت امور خارجه است و نبود استراتژی واحد در داخل کشور و عدم درک مناسب سیاستمداران کشورمان از قدرت دیپلماتیک نمایندگان ورزشی باعث شده که این موضوع در دستگاه دیپلماتیک کشورمان مهجور بماند. عدم ارتباط مناسب بخش سیاسی با ورزش و نگاه حیاط خلوتی به ورزش از دیدگاه تصمیم گیران حوزه دیپلماتیک باعث شده که از فرصت های مناسب برای توسعه کرسی ها استفاده نشود. نداشتن ضمانت اجرایی مناسب در استراتژی کلان و نبود تلاش دیپلماتیک هم افزا در وزارت خارجه سبب شده ورزش نیز همانند سایر ابعاد دیپلماسی عمومی مغفول مانده و نتواند خود را به عنوان اهرم سیاسی برای رسیدن به اهداف عالی مطرح نماید. داشتن برنامه مناسب در تشکیلات سیاسی کشور و عدم تغییرات سریع روسای مطرح ورزش کشور باعث می شود برنامه منسجمی در زمینه کسب کرسی های بین المللی داشته باشیم و تصمیم سازان استراتژیک ورزش ترغیب شوند تا برنامه ای خاص برای دیپلماسی ورزش در وزارت امور خارجه داشته باشند و از ورزش به عنوان ابزاری برای توسعه دیپلماتیک استفاده کنند.

به طور کلی نتایج این تحقیق نشان داد که شش عامل ارتباطی، مدیریتی، حرفه ای، اجتماعی فرهنگی، سیاسی و اقتصادی می تواند شرایط لازم را برای تصاحب کرسی های بین المللی فراهم آورد. امروزه باتوجه به مشکلات مختلف اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی در جامعه و نیز تضییع حقوق ورزشکاران در میداين ورزشی، کسب کرسی های ورزشی در جهان می تواند یکی از گزینه های رفع این مشکلات باشد.

در نهایت پیشنهاد می شود وزارت ورزش، کمیته ملی المپیک و دیگر نهادهای متولی ورزش با توجه به تاثیرگذاری عوامل فوق بر تصاحب کرسی های بین المللی ورزشی، در جهت حفظ و تقویت این عوامل تلاش کنند و کسب کرسی های بین المللی ورزشی را در اولویت ها، برنامه ها و سیاستگذاری های استراتژیک سازمان های ورزشی قرار دهند تا کشورمان بتواند در سطح بین المللی از نظر دیپلماسی عمومی و سیاسی در سطح بسیارخوب و مهم قرار گیرد و از این طریق، برای مدیران و برنامه ریزان این امکان فراهم شود تا برای توسعه ورزش و کسب کرسی های بین المللی سیاست های مناسبی اتخاذ گردد.

منابع

- احسانی، محمد؛ امیری، مجتبی و قره خانی، حسن. (۱۳۹۲). «طراحی و تدوین نظام جامع ورزش حرفه ای کشور». فصلنامه مطالعات مدیریت ورزشی. سال دهم. شماره ۱۷، صص ۱۲۵-۱۳۶.
- اسدی، حسن؛ پورنقی، امین؛ اصفهانی، نوشین و زیتونلی، حمید. (۱۳۸۹). «مطالعه ابعاد مختلف امنیت در گردشگری ورزشی ایران». فصلنامه مطالعات گردشگری. شماره ۱۳، صص ۴۸-۶۳.
- آشتیانی، امیرواعظ. (۱۳۹۲). «عامل بازدارنده حفظ کرسی های بین المللی». روزنامه شرق. شماره ۱۷۰۸.
- اصغری ثانی، حسین؛ رنجکش، محمدجواد و محقر، احمد. (۱۳۹۲). «برندسازی در دیپلماسی نیچه ای قطر». فصلنامه مطالعات سیاسی. سال پنجم. شماره ۱۹، صص ۱۴۵-۱۷۸.
- باربر، جیمز و اسمیت، مایکل. (۱۳۷۲). ماهیت سیاستگذاری خارجی در دنیای وابستگی متقابل کشورها. حسین سیف زاده. تهران: نشر قومس
- بویه، چمران؛ احمدی پور، زهرا و جنیدی، رضا. (۱۳۹۱). «جنگ نمادین در حوزه ارزش ها: رقابت های ژئوپلیتیکی و مسابقات ورزشی بین المللی». نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی. سال ۱۲. شماره ۲۷، صص ۱۲۳-۱۴۰.
- پیغمبری، احسان. (۱۳۹۳). «طراحی مدل ارزیابی عملکرد مربیان تیم های ملی فدراسیون ووشو ج.ا.ایران». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده تربیت بدنی. دانشگاه فردوسی مشهد.
- توفیقی، امید. (۱۳۹۰). «گروه ورزش خبرگزاری جام جم».
- التیامی نیا، رضا و عزیزآبادی، مهدی. (۱۳۹۴). «نقش تبعی و تسریع کننده ورزش در فراهم کردن شرایط صلح در بین دولت ها». فصلنامه تحقیقات سیاسی بین المللی دانشگاه آزاد شهرضا. شماره ۲۲، صص ۱۴۹-۱۷۹.
- حسینی، سید امیر. (۱۳۸۸). «ورزش و دیپلماسی عمومی». سایت خبر مجلس جمهوری اسلامی ایران.
- حسینی، سید امیر. (۱۳۹۳). «مقاله ورزش و دیپلماسی». خبرگزاری مجلس شورای اسلامی.
- خندان نعمتی، کارولین. (۱۳۹۰). «راهکارهای کسب کرسی های موثر در سازمان های بین المللی ورزشی از دیدگاه متخصصان و صاحب نظران». پایان نامه کارشناسی ارشد، گرایش مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی، پردیس دانشگاه تهران.
- دوستی، مرتضی. (۱۳۹۰). «تبیین و تحلیل علل و پیامدهای ورود سیاستیون به ورزش ایران». رساله دکتری، دانشگاه تهران.
- رابرتسون، رونالد. (۱۳۸۰). «جهانی شدن: تئوری های اجتماعی و فرهنگ جهانی». کمال پولادی. تهران: نشر ثالث
- رضائی نژاد، رحیم؛ عیدی، حسین؛ یوسفی، بهرام و سجادی، نصرالله. (۱۳۹۱). «بررسی اثر بخشی سازمانی فدراسیون های منتخب ورزشی ایران». فصلنامه پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. سال دوم (دهم پیاپی). شماره ۴ (بیستم پیاپی)، صص ۱۲۰-۱۳۴.
- زارعیان، حسین. (۱۳۹۳). «پیش بینی موفقیت کشور های شرکت کننده در بازی های المپیک با استفاده از روش هوشمند». رساله دوره دکتری تخصصی، دانشگاه تربیت معلم تهران.
- سجادی، سید احمد و سلیمانی، جهانگیر دامنه. (۱۳۹۳). «شناسایی و اولویت بندی شاخص های ارزیابی عملکرد فدراسیون های ورزشی ایران با استفاده از مدل AHP». مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۲۳،

- صص ۱۷۹-۱۹۲.
- سلیمی، حسین. (۱۳۷۸). «تاثیر فرهنگ بر روابط بین الملل (با تاکید بر اندیشه حقوق بشر)». پایان نامه دکتری، دانشگاه تربیت مدرس.
 - شعبانی بهار، غلامرضا و مومنی پیری، سجاد. (۱۳۹۲). «ورزش و اقتصاد کشورها، کنفرانس ملی اقتصاد و ورزش». مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما. تهران، صص ۶۳-۶۶.
 - صباغیان، علی. (۱۳۹۴). «دیپلماسی ورزشی». فصلنامه مطالعات فرهنگ و ارتباطات. سال ۱۶. شماره ۳۱، صص ۱۳۱-۱۵۰.
 - صدیقی، امیر. (۱۳۹۴). «رویکرد بررسی نقش دیپلماسی خارجی در ارتقای جایگاه ورزش». رادیو ورزش، برنامه ورزش و روابط بین الملل.
 - علیدوست قهفرخی، ابراهیم؛ سجادی، نصرالله؛ محمودی، احمد و ساعتچیان، وحید. (۱۳۹۳). «بررسی اولویت و راهکارهای ورزش قهرمانی جودوی کشور». مدیریت ورزشی. دوره ۶. شماره ۲، صص ۲۳۱-۲۴۶.
 - عیدی، حسین؛ یوسفی، بهرام؛ سجادی، نصرالله؛ ملک اخلاق، اسماعیل و رمضانی نژاد، رحیم. (۱۳۹۰). «طراحی مدل اثر بخشی سازمانی فدراسیون های ورزشی ایران بر اساس رویکرد ارزش های رقابتی». پژوهش نامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. سال هفتم. شماره ۱۴، صص ۱۵-۳۰.
 - فیروزی، منصور؛ رضوی، محمد حسین و فرزانه، فرزانه. (۱۳۹۱). «بررسی چالش ها و مشکلات رشته های مدال آور دومیدانی، قایقرانی و شنای ایران». پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. سال هشتم، شماره ۱۵، صص ۳۷-۶۶.
 - قوام، عبدالعلی. (۱۳۷۰). اصول سیاست خارجی و بین الملل. تهران: نشر سمت
 - کشاورز، لقمان؛ حمیدی، مهرزاد؛ گودرزی، محمود و سجادی، نصرالله. (۱۳۹۳). «تدوین نظام مدیریت عملکرد کمیته ملی المپیک با رویکرد کارت امتیازی متوازن». مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش. سال اول، شماره ۱، صص ۲۱-۳۰.
 - کشاورز، لقمان؛ حمیدی، مهرزاد؛ گودرزی، محمود و سجادی، نصرالله. (۱۳۹۰). «تدوین منظرها و نقشه راهبردی کمیته ملی المپیک با کارت امتیازی متوازن». فصلنامه المپیک. سال نوزدهم. شماره ۱ (پیاپی ۵۳)، صص ۵-۲۷.
 - گودرزی، محمود و شریعتی فیض آبادی، مهدی. (۱۳۹۴). «جایگاه دیپلماسی ورزش در روابط بین الملل جمهوری اسلامی ایران: رویکرد کیفی مبتنی بر تحلیل محتوا». فصلنامه پژوهشی دانش سیاسی. سال یازدهم. شماره ۲، پیاپی ۲۲. صص ۹۵-۱۲۷.
 - مرادی، سالار؛ خالدیان، محمد و مصطفایی، فردین. (۱۳۹۳). «نقش ورزش در توسعه ارتباطات میان فرهنگی و اجتماعی». مدیریت ارتباطات در رسانه های ورزشی. سال اول. شماره ۴، صص ۵۵-۶۰.
 - مشتاقیان، سهیل؛ اعتباریان، اکبر؛ نمازی زاده، مهدی و افخمی، مهرداد. (۱۳۹۲). «بررسی تجارب مدیران، کارشناسان و ورزشکاران در مورد دلایل ناکامی ایران در مسابقات المپیک ۲۰۰۸ پکن در حیطه منابع انسانی و مالی». مدیریت ورزشی. دوره ۵. شماره ۳، صص ۷۱-۹۷.
 - معظمی گودرزی، ساعد. (۱۳۹۳). «نقش ورزش در سیاست خارجی قطراز هویت یابی تا بازیگری منطقه». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی. دانشکده حقوق و علوم سیاسی. واحد تهران مرکزی.

- Arnout Geeraert, Jens Alm and Michael Groll. (2003). **“Good governance in international sport organizations: an analysis of the 35 Olympic sport governing bodies”**. Sport Development and Leisure Studies, German Sport University Cologne, Germany.
- Booth D. (2011). **“Olympic city bidding: An exegesis of power”**. International Review for the Sociology of Sport, 46: 367-86.
- Cottrell, M. P., & Nelson, T. (2010). **“Not just the games? Power, protest, and politics at the Olympics”**. European Journal of International Relations, 17(4), pp 729-753.
- Danyel Reiche, Beirut, Lebanon. (2014). **“Investing in sporting success as a domestic and foreign policy tool: The case of Qatar”**. International Journal of Sport Policy and Politics. pp2-17.
- De Bosscher, V., de Knop, P., van Bottenburg, M. and Shibli, S. (2006). **“A conceptual framework for analysing sports policy factors leading to international sporting Success”**. European Sport Management Quarterly, Vol. 6, pp. 185-215.
- Horne, J., Tomlinson, A., and Whannel, G. (1999). **“Understanding Sport: An Cultural Analysis of Sport”**. London: E & FN Spon. Introduction to the Sociological and cultural analysis of sport. pp50-55.
- Hovden, J. (2000). **“Heavyweight” men and younger women? The gendering of selection processes in Norwegian sport organizations”**. NORA, Nordic Journal of Women's Studies, 8(1), 17-32.
- Johanna A. Adriaanse. (2012). **“Gender dynamics on boards of National Sport Organisations in Australia”**. A thesis submitted to the University of Sydney in fulfilment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy.
- Mughal, Muhammad Aurang Zeb. (2012). **“The Play of Time in Sports”**. Recreation and Society in Africa, Asia and Latin America 5(1): 1-4.
- Stoddart, f. (2012). **“National sport policy, sporting success and individual sport participation: an international comparison university of Alberta department of economics”**. Sex Roles, 56: 495-507.
- Tamir I , Yehiel (Hilik) L , Yair G. (2015). **“Sports: Faster, Higher, Stronger, and Public Relations”**. Human Affairs Volume 25, Issue 1. Pages 93-109.
- Verweel, P. (2006). **“Sense making in sport organizations”**. Making sense of diversity in organizing sport, Oxford: Meyer & Meyer. pp18-28.
- Vicente J. (2004). **“State Branding in the 21st century (Master of Arts in Law and Diplomacy Thesis)”**. The Fletcher School.



دوپینگ در حقوق بین الملل ورزشی و جایگاه دیوان داوری ورزش در تنسيق رویه بین المللی در این زمینه

آرامش شهبازی^۱
پویا برلیان^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۱۲/۲۵

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۸/۹

جهانی شدن موضوع نمی‌شناسد؛ به همان ترتیب که مرزها را در می‌نوردد و فرهنگ‌ها و انسان‌ها را به هم نزدیک می‌کند، به همان سرعت که اقتصاد هر نقطه از جهان را به نقطه دیگر پیوند می‌زند و به همان شیوه که هر روزه بر وسعت و قلمرو دهکده جهانی می‌افزاید، موجبات همگرایی قوانین و مقررات موجود در موضوعات و حوزه‌های مختلف را نیز فراهم می‌سازد. چنین روندی با پذیرش واگرایی قوانین ملی که در نوع خود نمود تكثر موضوعی حقوق بین‌الملل محسوب می‌شود، با خلق اصول و قالب‌هایی مشترک در میان موضوعات و حوزه‌های مختلف، زمینه همگرایی و وحدت این حوزه را فراهم می‌سازد. دیوان داوری ورزش در حوزه حقوق بین‌الملل ورزش، با رویه قضایی خویش و توسل به برخی اصول و هنجارهای مشترک، هرچند تنها در اندازه یک دیوان داوری به حل و فصل اختلافاتی که به طور اختیاری به این مرجع واگذار می‌شوند در راستای تحقق چنین هدفی گام بر می‌دارد، لیکن اثبات نموده است که در راستای روند جهانی شدن و در تلاش برای تثبیت برخی اصول مشترک به عنوان یک مرجع داوری مناسب در مقوله حقوق بین‌الملل ورزش از عهده کار ویژه‌اش برخواهد آمد. در این مقاله با تأملی بر رویه قضایی دیوان در زمینه دوپینگ، به تلاش دیوان در تنسيق مقررات ضد دوپینگ در ورزش خواهیم پرداخت. این بررسی مبین آن است که دیوان می‌کوشد تا از رهگذر رسیدگی به چنین قضایایی، به تثبیت قواعد بین‌المللی در این زمینه کمک کند و به عنوان یک مرجع رسیدگی به اختلافات بین‌المللی، نقش مثبتی در این زمینه ایفا نماید.

واژگان کلیدی: دیوان داوری ورزش، حقوق بین‌الملل ورزش، فدراسیون بین‌المللی فوتبال، کمیته بین‌المللی المپیک، کمیته‌های ملی المپیک و دوپینگ

۱. استادیار، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

E-mali: Aarameshshahbazi@gmail.com

۲. کارشناس ارشد، حقوق بین‌الملل، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

مقدمه

حقوق بين الملل ورزش^۱ (۱) که رفته رفته جایگاه خود را در ادبیات حقوق بین الملل تثبیت نموده است، همانند دیگر موضوعات مطرح در این حوزه ضمن پیوند نزدیکی که با حوزه های متعددی همچون تاریخ، فرهنگ، اقتصاد و حقوق بشر برقرار کرده و با تأثیر و تأثر از حوزه های مزبور، همچنان در نوع خود با چالش هایی جدی روبروست. علاوه بر ساختارهای ملی که هر یک به اقتضای عوامل متعددی به شکل گیری حقوق ورزش در سطح ملی انجامیده اند، مباحثی که فارغ از مرزهای ملی مطرح می شوند و لاجرم پاسخ هایی فراملی می طلبند، از چالش های جدی مطرح در این حوزه محسوب می شوند؛ چالش هایی که گاه تنها با درک عمیقی از تفاوت میان سیستم های حقوق ملی و سیستم حقوق بین الملل و تعامل میان این دو در روند جهانی شدن قابل واکاوی و پاسخگویی است. از جمله مباحثی که در حوزه حقوق بین الملل ورزش از بعد فرامرزی چالش برانگیز می نماید و می تواند محکی جدی در راستای ارزیابی قابلیت های حقوق بین الملل ورزش در راستای برقراری وحدت بیشتر در مجموعه حقوق بین الملل در روند جهانی شدن به حساب آید، مسئله دوپینگ (۲) در ورزش است. پرداختن به این مسئله موضوعی مبتلا به دیوان دآوری حقوق ورزش به حساب می آید. دیوان مزبور ضمن پرداختن به مباحث متنوع مطرح در مقوله حقوق ورزش، با خلق رویه قضایی قابل توجهی از زمان تأسیس، در تبیین برخی مباحث مطرح و همچنین مساعدت به همگرایی مقررات ملی در این مورد نقش قابل توجهی ایفا کرده است. در نهایت باید اشاره داشت که دیوان دآوری ورزش در ساحت حقوق بین الملل ورزش با رویه قضایی خود و توسل به پاره ای از اصول و هنجارهای مشترک - علیرغم لزوم تأمل جدی تر در رویه این مرجع - نقشی نسبتاً تأثیرگذار ایفا کرده و با تأسی به لزوم تجلی قواعد و اصول مشترک، به ویژه اصول حقوقی مشترک نظام های حقوقی ملی، در این زمینه کوشیده تا گام های مؤثری به جلو بردارد. جایگاه این مرجع به عنوان یک دیوان دآوری، با اتخاذ رویکردهای همگرایانه به ویژه در زمینه دوپینگ در ورزش می تواند بستری را برای اعتماد بیشتر به این مرجع و ارجاع قضایای مورد اختلاف در آینده فراهم آورد - که این خود قضاوت در خصوص کارنامه این دیوان را تسهیل کرده و به شکل گیری رویه قضایی غنی نیز می انجامد. در این مجال، با تأمل در برخی مباحث مطرح در این حوزه به بررسی جایگاه این مرجع در تلاش جهت همگرایی قوانین موجود در این زمینه خواهیم پرداخت.

تأملی در مقابله با دوپینگ تا پیش از دهه ۱۹۹۰ میلادی

اقدامات مختلف برای مقابله با دوپینگ در حقوق بین الملل ورزش در صحنه بین المللی به خلق یک سیستم جهانی در این زمینه انجامیده است. ساختار اصلی سیستم مقابله با دوپینگ در حقوق بین الملل ورزش، کنوانسیون مقابله با دوپینگ در ورزش است که توسط سازمان علمی و فرهنگی ملل متحد (یونسکو) در ۱۹ اکتبر سال ۲۰۰۵ میلادی تصویب گردید و در اول فوریه سال ۲۰۰۷ میلادی لازم الاجرا شد. (Against Doping in Sport, UNESCO, Oct. 19. 2005, International Convention)

هدف اصلی این سند، مقابله با دوپینگ در ورزش در سطح ملی و بین المللی است و طرفین را متعهد می سازد تا اقداماتی مقتضی از جمله تصویب، اعمال و نظارت بر اجرای سیاست ها و قوانین ضد دوپینگ در سطح ملی به عمل آورند. (مواد ۱ و ۵ کنوانسیون مبارزه با دوپینگ، پیشین) هرچند خلق اسنادی این چنین مبین توجه جدی و ضرورت مقابله مؤثر با دوپینگ در ورزش از سوی سازمان ملل متحد است، در عمل

تلاش های کمیته بین المللی المپیک، به عنوان عالی ترین مقام بین المللی ناظر بر مقوله ورزش و همچنین آژانس جهانی مقابله با دوپینگ (۱۹۹۹)^۱ (۳) و اعلامیه کپنهاگ (مارس ۲۰۰۳) در زمینه مقابله با دوپینگ در ورزش (World Anti-Doping Agency, <http://www.wada-ama.org>, last visited January, 2016) در سطح

بین المللی در شکل گیری و توجه جدی به این امر غیر قابل انکار است.

به هر حال، دوپینگ در حوزه حقوق بین الملل ورزشی مقوله جدیدی نیست. (Donohoe & Johnson, 1986). جدی ترین استدلال در مقابله با چنین مقوله ای، مقابله با تقلب و کاهش آثار جسمی ناگوار متعاقب دوپینگ است. در سطح بین المللی نخستین تلاش جدی در این زمینه به اقدام کمیته بین المللی المپیک در سال ۱۹۳۸ میلادی باز می گردد. در این سال، کمیته بین المللی المپیک اظهار داشت: «هر شخص که اقدامی در راستای استفاده از مواد نیروزا یا مخدر نماید، از حضور در بازی های المپیک و دیگر صحنه های ورزشی آماتور محروم خواهد شد.» (Dirix & Sturbois, 1999: 14) (از جنگ جهانی دوم به این سو، دوپینگ به طور جدی تر در کانون توجهات جامعه بین المللی قرار گرفت. مرگ همزمان برخی دوچرخه سواران در نتیجه استفاده از برخی مواد نیروزا در مسابقات ورزشی سال ۱۹۶۰ میلادی، کمیته بین المللی المپیک را واداشت تا یک کمیسیون پزشکی را جهت کنترل استفاده ورزشکاران از مواد نیروزا در خلال مسابقات فعال نماید. این کمیته عملاً فعالیت خود را از سال ۱۹۶۸ میلادی در بازی های المپیک مکزیکوسیتی و بازی های المپیک زمستانی در همان سال آغاز نمود (Ibid, pp. 13-14) و رفته رفته از همین زمان، با توجه پیشرفت های تکنولوژیک و تسهیل دسترسی به مواد نیروزا، تلاش ها در شناسایی ماهیت معضل (Verroken & Mottram, 1986) و پیش بینی راه حل های ساختاری (Ibid: 238) جدی تری در مقابله با دوپینگ در صحنه بین المللی نیز وسعت یافت. با این حال، به طور همزمان، پیچیدگی معضل دوپینگ در ورزش، به دقت ساز و کارهای تشخیص و مقابله با دوپینگ انجامید که این خود، در سطح ملی معضلاتی را برای دولت ها در پی داشت. در واقع، تکنیکی شدن این امر، ضرورت توجه ارکان قانونگذاری، اجرایی و نظارتی (Dubin 1990: 234-309) بر پدیده دوپینگ در سطح ملی را به همراه داشت که با توجه به ناهمگونی در سطح و میزان توجه به چنین خواسته هایی شکاف های عمیقی را میان دولت ها از حیث توجه و حتی امکان اعمال مقررات و اسناد بین المللی مزبور در سطح ملی به همراه داشت. (۴)

در اوائل دهه ۱۹۹۰ میلادی، کمیته بین المللی المپیک با توجه به ضرورت انسجام در میان سازکارهای منطقه ای و ملی در مقابله با دوپینگ، به این نتیجه رسید که لازم است تا تعریفی دقیق از برخی عناصر و فاکتورهایی که دوپینگ بر اساس آن ها تعریف و تبیین می شود، به ویژه نقش و عامل قصد و نیت در ارتکاب دوپینگ در ورزش بپردازد، چرا که در بسیاری مواقع، ورزشکاران از وجود برخی مواد نیروزا در مواد غذایی یا داروها، مکمل های غذایی یا نوشیدنی آگاه نبودند و تنها پس از مثبت بودن نتیجه دوپینگ، به چنین امری پی می بردند. این امر به ویژه در جایی که مکلف به استفاده از مواد نیروزا توسط مربیان خود می شدند، می توانست تبعات نامطلوبی را در نتیجه نا آگاهی از عدم مجوز برای مصرف موارد یاد شده ایجاد کند. (۵) به هر حال، عمده تلاش هایی که در این مقطع زمانی صورت پذیرفت، به بار نشست و سال ها پس از آن به شکل گیری مجموعه قواعدی در این زمینه انجامید.

تحول در مفهوم مقابله با دوپینگ در حقوق بین الملل ورزشی در رژیم بین المللی ضد دوپینگ در قرن بیست و یکم

سیستم مقابله با دوپینگ، سیستمی مستقل از نظام های حقوقی محسوب می شود. این سیستم از اشخاص خصوصی مانند آژانس جهانی مقابله با دوپینگ، کمیته بین المللی المپیک، فدراسیون های بین المللی ورزشی، کمیته های ملی المپیک، آژانس های ملی ضد دوپینگ و همچنین ورزشکاران تشکیل شده است و هرگونه اختلافی در این مجموعه به جای ارجاع به مراجع قضایی یا دآوری ملی از طریق این سیستم و از خلال یک مرجع دآوری فرامرزی که مرجعی واحد در حل و فصل اختلافات ناشی از این حوزه می باشد، حل و فصل می گردد.

تلاش های قابل توجه کمیته بین المللی المپیک در مقابله با دوپینگ، توأم با ضرورت توجه به اصول و بنیادهایی که توسط آژانس بین المللی مقابله با دوپینگ مورد تأکید قرار گرفته و همچنین مندرجات اعلامیه کپنهاگ در قالب دستورالعمل هایی اجرایی، گامی جدی به سوی یک رژیم حقوقی مقابله با دوپینگ در سطح بین المللی محسوب می گردد. این مجموعه قوانین و مقررات، در حال حاضر رژیم حقوقی بین المللی مقابله با دوپینگ در ورزش را تشکیل می دهد. به این ترتیب، کمیته بین المللی المپیک و دیگر فدراسیون های بین المللی ورزشی، نهادهای بین المللی مجری بازی های المپیک و همچنین ارگان های ملی مقابله با دوپینگ در ورزش می کوشند تا به منظور مقابله مؤثر با دوپینگ در ورزش، تا حد ممکن از مجموعه مقررات واحدی تبعیت کنند و حل و فصل اختلافات ناشی از این حوزه توسط یک مرجع دآوری واحد نیز بر تثبیت و استقرار مجموعه حقوق بین المللی ورزش جهانی کمک شایان توجهی خواهد کرد. (Jacobs, 1995: 580)

مجموعه مقررات حاکم بر نحوه مقابله با دوپینگ در حقوق بین الملل ورزش (World Anti-Doping Code, WADA Code, available at [http://wada-main-\(prod.s3.amazonaws.com,last visited January, 2016](http://wada-main-(prod.s3.amazonaws.com,last visited January, 2016) که از اول ژانویه سال ۲۰۰۹ لازم الاجرا شده است، سندی مشتمل بر ۲۵ ماده است که به معرفی مقوله دوپینگ در ورزش (مواد ۱ تا ۴ قانون آژانس بین المللی مقابله با دوپینگ)، بیان ساز و کارهای کنترلی برای شناسایی نمونه های دوپینگی، (همان، مواد ۵ و ۶) ذکر استانداردهای حداقلی در طی فرایندهای مقتضی (همان، مواد ۷ و ۸)، تعیین مجازات های مناسب (همان، مواد ۹ تا ۱۲) و تعیین امکان تجدید نظر در تصمیمات اتخاذ شده (همان، ماده ۱۳) می پردازد. به علاوه، این مجموعه مقررات به بیان نحوه انتساب دوپینگ به ورزشکاران و مسئولان (همان، مواد ۲۰ تا ۲۲)، نحوه آزمایش ورزشکاران (2010 Prohibited List, World Anti-Doping International Agency, <http://www.wada-ama.org>, last visited May, 2011) تست های آزمایشگاهی (Standard for Testing 2015, World Anti-Doping Agency, <http://wada-main-prod.s3.amazonaws.com>, last visited January, 2016) (International Standard for the Protection of Privacy and Personal Information 2015, World Anti-Doping Agency, <http://wada-main-prod.s3.amazonaws.com>, last visited January, 2016) اشاره می کند.

مجموعه مقررات موجود که چشم اندازی از «حقوق جهانی قابل اعمال در مقابله با دوپینگ به شمار می آید، دستورالعملی کلی برای «دیوان دآوری ورزش»^۱ نیز محسوب می گردد که به عنوان مرجعی بین المللی با اعمال و تفسیر متحدالشکل از مقررات موجود، نقشی محوری در تحقق عدالت در مقوله حقوق بین الملل ورزشی ایفا می نماید. (ماده ۱۳ قانون مقابله با دوپینگ)

به هر حال، گرچه حل و فصل اختلافات موجود در این مقوله عمدتاً خارج از حوزه مراجع قضایی و داوری ملی صورت می‌پذیرد، به ورزشکارانی که متهم به نقض هنجارهای مزبور می‌باشند، این فرصت داده می‌شود تا در صورت وجود، (۶) نخست در مراجع داوری داخلی ملی حاضر شوند و به دفاع از خود بپردازند (همان، بند ۱ ماده ۸ و بند ۳ ماده ۲۲) و در مرحله بعد در صورت فرجام‌خواهی قضیه، به دیوان داوری ورزش مراجعه نمایند. (همان، جزء اول بند ۲ ماده ۱۳) با این حال، در مواردی که قضیه مرتبط به دوپینگ در بازی‌های المپیک باشد، قضیه مستقیماً به هیأت‌های رسیدگی‌کننده دیوان داوری ورزش ارجاع می‌شود. (بر اساس قانون ۴۵ منشور المپیک)

تأسیس دیوان داوری ورزش در قلمرو حقوق بین‌الملل ورزش

امروزه کمیته‌های ملی المپیک در بیش از ۲۰۰ کشور جهان به حمایت، تشویق و سرمایه‌گذاری در رقابت‌های المپیک مشغول‌اند. (۷) این کمیته‌ها از یک سو، موظف به رعایت مقررات و آئین‌نامه‌های کمیته بین‌المللی المپیک و از سوی دیگر، موظف به رعایت مقررات کشوری می‌باشند که در قلمرو آن به فعالیت می‌پردازند. به علاوه، بسیاری از نهادهای ملی که به تنظیم مقررات ورزشی در یک حوزه خاص کمک می‌کنند نیز موظف‌اند تا از مقررات فدراسیون‌های بین‌المللی که به تنظیم قوانین در سطح بین‌المللی مبادرت می‌ورزند و نیز مقررات داخلی ذی‌ربط تبعیت نمایند. (Mitten, 2005: 278-80) با این وصف، تعدد و تکثر قوانین ملی برای کمیته بین‌المللی المپیک و فدراسیون بین‌المللی ورزش مانعی جدی در راستای اعمال و تفسیر یکسان قوانین و صیانت از آنها به حساب می‌آید (۸) و در صورت بروز هر گونه اختلافی در اعمال و تفسیر قوانین، اگر مراجع قضایی ملی به اختلافات رسیدگی کنند، تعارضی جدی میان ایده بین‌المللی‌گرایی^۱ و ملی‌گرایی^۲ مطرح خواهد شد؛ بدین ترتیب که گرچه باور به بین‌المللی‌گرایی مستلزم اعمال حقوق بین‌المللی ورزشی در یک چارچوب گسترده، جهانشمول و متحدالشکل است، در قالب ملی‌گرایی، با اعمال حاکمیت ملی شهروندان با ملیت خاص خود مورد حمایت قانونی قرار خواهند گرفت.

در سال ۱۹۸۱ توجهی جدی به ضرورت شکل‌گیری یک دادگاه داوری جهانی در مقوله ورزش مورد توجه همگان قرار گرفت (۹) و متعاقب آن در ۶ آوریل ۱۹۸۳ میلادی، دیوان داوری ورزش به عنوان یک دیوان اختصاصی داوری بین‌المللی در سوئیس شکل گرفت تا مرجعی بین‌المللی برای حل اختلافات موجود در مقوله حقوق بین‌الملل ورزشی باشد. (<http://www.tas-cas.org>, last visited 28.11.2015) این مرجع، محصول فعالیت یک گروه کاری در سال ۱۹۸۲ به سرپرستی قاضی «کبا ام. بای» برای حل اختلافات مزبور در این حوزه بود. (Reeb, 2006: 31-32) با این حال، این مرجع عملاً یک دادگاه حقوقی محسوب نمی‌شود، بلکه یک دیوان داوری است که طرفین صلاحیت و حدود اختیارات آن را تعیین می‌کنند.

پیش‌نویس قانون داوری در ورزش (<http://www.tas-cas.org>, last visited December 2015) (که از سوی شورای بین‌المللی داوری ورزشی^۳ (۱۰) تنظیم گردید، به این دیوان مجوز رسیدگی بدوی و همچنین رسیدگی در مرحله تجدید نظر یا فرجام‌خواهی (رسیدگی ثانویه) از تصمیماتی که در مراحل اولیه توسط کمیته بین‌المللی المپیک یا فدراسیون بین‌المللی ورزش اتخاذ شده‌اند را می‌دهد. (بخش ۲۰ قواعد داوری دیوان) تصمیمات دیوان نیز در دو قالب اتخاذ می‌گردند: یا در قالب نظرات ترافعی جهت حل اختلاف یا در قالب نظرات مشورتی در مسائل مربوط به حوزه ورزش که عمدتاً نظرات

1. Internationalism

2. Nationalism

3. International Council of Arbitration for Sport (ICAS)

اخیر غیر الزام آور محسوب می شوند. (۱۱)

اعضای شورای بین المللی داورى ورزشی برای یک دوره ۴ ساله غیر قابل تمدید معرفی و متعهد می شوند اقداماتشان تا جای ممکن در راستای احترام به انصاف و معرفی عادلانه کشورها بر اساس فرهنگ های حقوقی مختلف صورت پذیرد. (بخش ۱۶ قواعد داورى دیوان) قانون حاکم بر آئین دادرسی دیوان مقرر می دارد: «دیوان مرکب است از یک پنجم اعضای کمیته بین المللی المپیک، یک پنجم اعضای فدراسیون بین المللی ورزش، یک پنجم از میان اعضای معرفی شده توسط کمیته های ملی المپیک، یک پنجم از اعضای نهادهای مستقل دخیل در امور ورزشی و یک پنجم افراد مدعی حمایت از حقوق ورزشکاران (بخش ۱۴ قواعد داورى دیوان) که در این حوزه متخصص و توانایی لازم جهت داورى را دارا باشند. در حال حاضر ۳۵۶ داور در این دیوان مشغول به کار می باشند که به طور معمول در هیأت های سه نفره به امر داورى مشغول اند. List of CAS Arbitrators Per Nationality, Court of Arbitration for Sport,) <http://www.tas-cas.org> last visited December, 2015 استقرار دیوان در سوئیس از حیث اعمال یک چارچوب دادرسی یکسان بر رسیدگی ها از مزیت های اصلی این مرجع داورى است. (۱۲) بر اساس قواعد دیوان، احکام صادره از این مرجع داورى نهایی و برای طرفین الزام آور است، (ماده ۵۹ قانون داورى دیوان) هر چند می توان تقاضای فرجام آنها را در دیوان فدرال سوئیس مطرح نمود. به هر حال، دادگاه اخیر اعلام نموده است که دیوان داورى ورزش، در صدور احکام خویش مستقل و بی طرف می باشد و احکامش به اندازه احکام صادره دیگر از مراجع قضایی یا داورى مستقل، معتبر است. (Pinna, 2005:13-14)

نقش دیوان داورى ورزش در تحول حقوق بین الملل ورزشی

به زعم بسیاری، دیوان داورى ورزش را می توان از نمونه های موفق حل و فصل معضلات مربوط به یک حوزه خاص معرفی نمود. (Yi, op.cit, at 290) (۱۳) همچنان که می تواند الگویی قابل ذکر برای سایر مراجع بین المللی باشد که قصد دارند تا به نوعی به موفقیت ضمنی دست یابند. این مرجع از آن حیث موفق بوده است که یک مرجع فراملی حل اختلافات صرف نظر از راهکارهای جایگزین محسوب می شود؛ تصمیماتی که از سوی این مرجع اتخاذ می گردند، به طور معمول توسط مراجع قضایی ملی مورد توجه قرار گرفته و اجرا می شوند. (Ibid, p.291)

به هر حال، به نظر می رسد که تحول در مفهوم و دامنه حقوق ورزش، که تا حد زیادی مدیون احکام صادره از دیوان داورى ورزش است، نمونه قابل توجه و بارزی از پلورالیسم حقوقی است که خود را از خلال دعاوی میان اشخاص خصوصی متجلی می سازد. (Teubner, 1997: xiii) از این حیث شاید بتوان حقوق ورزشی را تا حدی با حقوق بازرگانان^۱ شبیه دانست، چرا که قسمت عمده و قابل توجهی از حقوق تجارت بین الملل در نتیجه آرای صادره از مراجع داورى در نتیجه اختلافات میان بازرگانان شکل گرفته و به خلق عرف بین المللی در این زمینه انجامیده است. (۱۴) در همین راستا می توان به محاکمی که به همت مرکز بین المللی حل و فصل اختلافات ناشی از سرمایه گذاری (ICSID) تاسیس شده اند اشاره نمود. ایکسید، نهادی بین الدولی و سند مؤسس آن در مقام یک معاهده بین المللی می باشد. این نهاد ارتباطی ویژه با بانک جهانی ترمیم و توسعه دارد. (۱۵) ایکسید یک دادگاه بین المللی نیست، لیکن چارچوبی است که در قلمرو آن داورى و سازش می تواند صورت پذیرد. این نهاد ماهیتی دوگانه دارد، زیرا از سویی پدیدآورندگان آن دولت ها می باشند و از

طرف دیگر، اشخاص خصوصی نیز می توانند نزد آن طرح دعوا نمایند. (۱۶) کنوانسیون ایکسید، هر دولت متعاقد را ملزم می سازد تا رای صادره بر طبق مقررات این کنوانسیون را معتبر و الزام آور بشناسد و الزامات مالی ناشی از آن را اجرا کند؛ به گونه ای که آن را به عنوان حکمی نهایی و صادر شده از دادگاه های داخلی خویش لحاظ نمایند. (شهبازی نیا، ۱۳۸۶: ۲۴۲) مقر ایکسید در واشنگتن (در ساختمان بانک جهانی) می باشد. (۱۷) در هر حال، لازم است تا چالش میان رسیدگی های دیوان داوری ورزش و مراجع ملی از حیث همگرایی و واگرایی در گستره حقوق بین الملل از دو منظر مورد توجه جدی قرار گیرد. (وکیل، ۱۳۹۴: ۱۵۲) چنین بحثی در دوقالب قابل تأمل است: نخست) آنگاه که قواعد و مقررات حقوق بین الملل ورزشی به طور مستقیم در مراجع قضایی ملی به چالش کشیده می شوند؛

دوم) زمانی که یک مرجع قضایی ملی حکم به مغایرت احکام صادره از سوی دیوان داوری ورزش با مقررات حقوق داخلی می دهد.

۱۵۹

مواجهه دیوان بین المللی حقوق ورزش با دوپینگ و روند شکل گیری رویه منسجم بین المللی در این زمینه

شکل گیری یک مرجع داوری بین المللی در حل اختلافات موجود در این حوزه نقشی اساسی در برقراری وحدت میان مقررات موجود در این حوزه ایفا می کند. شناسایی و اجرای حقوقی احکام صادره توسط دیوان داوری ورزش بر اساس کنوانسیون نیویورک، قابلیت است که به توسعه روزافزون مجموعه حقوق ورزشی در میان ۱۴۴ کشوری که به این کنوانسیون پیوسته اند، کمک شایان توجهی می کند (۱۸) هرچند که بر اساس قسمت «ب» بند ۲ ماده ۵ کنوانسیون نیویورک در مورد اجرای احکام صادره توسط مراجع داوری، یک دادگاه ملی می تواند از شناسایی و اجرای احکام صادره توسط مرجع داوری در صورتی که آن را مغایر با امنیت عمومی اش تشخیص دهد، استنکاف ورزد. (New York Convention, V(2)(b))

در هر حال، جایگاه دیوان و از طرفی صراحت اساسنامه در امکان ورود دیوان به موارد دوپینگ می تواند زمینه ای را برای متحدالشکل کردن قواعد موجود در این زمینه فراهم آورد یا از رهگذر نمونه ای از رسیدگی ها به الگوهایی برای مقابله با دوپینگ در ورزش بینجامد. در اینجا تنها به نمونه ای از آرای صادره (۱۹) که اخیراً در موضوع مبارزه با دوپینگ صادر شده است، بسنده می کنیم.

در ماه های پایانی سال ۲۰۱۴ میلادی، روزنامه بریتانیایی «ساندی تایمز» و شبکه اول تلویزیون سراسری آلمان (ARD) به اسنادی دست یافتند که نشان می داد تقلب در ابعادی وسیع در بزرگترین مسابقات دو و میدانی جهان روی داده و بسیاری از قهرمانان مسابقات جهانی و المپیک با دوپینگ به مدال خود دست یافته اند (۲۰).

آژانس جهانی ضد دوپینگ (WADA) پس از انتشار گزارش ها در این باره در شبکه اول تلویزیون سراسری آلمان، اتهام ها را «هشداردهنده» خواند. در این گزارش ها آمده است که فدراسیون جهانی دو و میدانی (IAAF) در برخورد با ورزشکارانی با آزمایش های مشکوک به دوپینگ، کوتاهی کرده است.

کریگ ریدی، رئیس آژانس جهانی ضد دوپینگ در حاشیه کنفرانس کمیته بین المللی المپیک (IOC) در کوالالامپور گفت: «ما از شنیدن ابعاد وسیع این اتهام ها شوکه شده ایم؛ اتهاماتی که پایه های سلامت دو و میدانی را در سطح جهان به لرزه آورده است». او افزود: «این اتهامات برای تحقیقات دقیق تر به کمیسیون بی طرف آژانس تحویل داده خواهد شد». (۲۱)

دو کارشناس برجسته ضد دوپینگ روزنامه بریتانیایی «ساندی تایمز» و شبکه اول تلویزیون سراسری آلمان (ARD)، رابین پاريسوتو و ميشائيل اشندن، تحقيق درباره نتايج ۱۲ هزار آمايش خون حدود پنج هزار ورزشكار بين سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۲ را به عهده گرفتند. روزنامه بریتانیایی «ساندی تایمز» و شبکه اول تلویزیون سراسری آلمان اعلام کرده‌اند که این آمايش‌ها را از بانک اطلاعاتی فدراسیون جهانی دو و میدانی به دست آورده‌اند. این دو کارشناس رسانه‌ای هریک تحقیقات خود را به طور مستقل انجام داده‌اند و نتیجه تحقیق‌شان این است که از سال ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۲ از هر سه مدال به دست آمده در رشته دو و میدانی استقامت در مسابقات جهانی و المپیک دست‌کم یک ورزشكار مشکوک به دوپینگ است و این امر در ارتباط با ۵۵ مدال طلا صدق می‌کند. این کارشناسان ضد دوپینگ اعلام کرده‌اند که در برخورد با موارد متعدد آمايش‌های دوپینگ در مهم‌ترین مسابقات جهانی کوتاهی شده و موارد مشکوک در این آمايش‌ها بسیار زیاد هستند. به این ترتیب، بسیاری از ورزشکارانی که آمايش‌های دوپینگ‌شان مشکوک بوده‌اند، به مقام قهرمانی المپیک و جهان رسیده‌اند.

شبکه اول تلویزیون سراسری آلمان در دسامبر سال ۲۰۱۴ میلادی سندی را منتشر کرد که بر مبنای آن ورزشکاران دو و میدانی روسیه به طور سیستماتیک دوپینگ می‌کنند. در این سند ادعا شده بود که در دوپینگ سیستماتیک ورزشکاران دوومیدانی روسیه، ورزشکاران، پزشکان، سرپرستان و حتی آژانس ضد دوپینگ این کشور نیز همکاری می‌کرده است. با این حال مسئله دوپینگ تنها مختص به روسیه نبود. بررسی بانک اطلاعاتی فدراسیون جهانی دو و میدانی نشان داد که در بررسی آمايش‌های خون ورزشکاران، از هر هفت نفر یکی دارای نمونه‌های مشکوک و غیرطبیعی است. درواقع، خون نیمی از ورزشکاران یک کشور معین، نمونه‌های مشکوک و غیرطبیعی یکسانی را در خود دارند. (۲۲)

ریچارد مک لارن، رئیس کمیسیون تحقیقات «آژانس جهانی مبارزه با دوپینگ» تایید کرد که وزارت ورزش روسیه در مسابقات المپیک زمستانی سال ۲۰۱۴ در سوچی روسیه، آمايش‌های دوپینگ ورزشکاران روس را دستکاری کرده است. مک لارن درباره این گزارش ۱۰۰ صفحه‌ای که روز دوشنبه در تورنتو کانادا منتشر شد، گفت که به صحت نتایج این گزارش کاملاً اعتماد دارد. او گفت: «ما مدارک فراوانی داریم که هیچ شکی را در این زمینه باقی نمی‌گذارد.» توماس باخ، رئیس کمیته بین‌المللی المپیک پس از انتشار نتایج تحقیقات گفته بود که کمیته بین‌المللی المپیک، سخت‌ترین تحریم را علیه روسیه اعمال خواهد کرد. انتشار گزارش مک لارن در ۱۸ ژوئیه تصمیم فدراسیون جهانی دو میدانی را قوت بخشید. در ادامه، تعلیق و محرومیت فدراسیون دوومیدانی روسیه از همه رقابت‌های بین‌المللی از جمله مسابقات جهانی و المپیک ۲۰۱۶ رقم خورد. فدراسیون بین‌المللی دو و میدانی روز ۱۳ نوامبر سال ۲۰۱۵ فدراسیون دو و میدانی روسیه را به دلیل لاپوشانی دوپینگ سازمان‌یافته ورزشکاران این کشور تعلیق کرد. از سوی دیگر، ورزشکاران روسی و کمیته المپیک روسیه نتیجه فوق و روند پرونده مذکور را رضایت بخش قلمداد نکردند. الکساندر ژوکوف، رئیس کمیته المپیک روسیه انتشار این گزارش را بخشی از نقشه «از پیش برنامه‌ریزی و طراحی شده» دانست که هدفش دور نگه داشتن ورزشکاران روس از المپیک است. سرانجام موضوع به دیوان دوری ورزش ارجاع داده شد. (۲۳)

دیوان بین‌المللی ورزش به اعتراض ۶۸ ورزشکار دو و میدانی روسیه برای محرومیت آنان از شرکت در المپیک ریودوژانیرو برزیل پاسخ منفی داد و این حکم را تایید کرد. این تصمیم برپایه گزارش «آژانس جهانی ضد دوپینگ» اتخاذ گردید. (۲۱) اهم موارد رسیدگی شده در دیوان به شرح زیر است:

آیا تعلیق فدراسیون دو و میدانی روسیه (RusAF) تحت قانون (a) 22.1 فدراسیون بین المللی دو و میدانی (IAAF) به واجد شرایط بودن ورزشکاران روسی بسط می یابد؟
ورزشکاران روسی و فدراسیون دو و میدانی روسیه با برداشتی که از قاعده (a) 22.1 قوانین رقابت فدراسیون بین المللی دو و میدانی مطرح نمودند، تقاضای تجدید نظر در تصمیم فدراسیون بین المللی دو و میدانی را پیش کشیدند. قاعده فوق اذعان دارد:

«افراد ذیل باید برای مسابقات که تحت این قوانین یا قواعد یک منطقه یا یک عضو در نظر گرفته شده، واجد شرایط باشند. هر ورزشکار، پرسنل پشتیبانی از ورزشکار یا شخص دیگری: (الف) که فدراسیون ملی آن در حال حاضر توسط فدراسیون بین المللی دو و میدانی معلق است. این در مورد مسابقات ملی که توسط اعضای فعلی معلق، برای شهروندان این کشور یا قلمرو سازمان یافته است، اعمال نمی شود.» (۲۴)
به عبارت دیگر، مدعیان (شاکیان) «برای موارد دوپینگ، وفق قاعده فوق، استثنا می خواهند؛ به گونه ای که اگر تعلیق به دلیل کوتاهی فدراسیون جهت حصول اطمینان از سیستم کنترل موثر برای دوپینگ اعمال شد، عدم صلاحیت برای ورزشکاران وابسته به فدراسیون تعلیق شده ملی که عضو فدراسیون بین المللی دو و میدانی هستند اعمال نگردد.

دیوان ادعای خواهان را نپذیرفت و قاعده (a) 22.1 را از عدم صلاحیت فدراسیون به ورزشکارانش قابل تسری و متعبر قلمداد نمود، زیرا دیوان «بازنویسی قوانین فدراسیون بین المللی دو و میدانی» را خارج از وظایف و حیطه اختیارات خود دانست و تصریح کرد: «قدرت ایجاد قانون و تعادل در رویه آن بین طرفین رقابت کننده درگیر، در حیطه اختیارات نهاد های صالح ورزشی است که با در نظر گرفتن چارچوب کلی قانونی آن را اعمال می کنند». از سوی دیگر، دیوان تاکید نمود: «تعلیق فدراسیون دو و میدانی روسیه در این داوری مورد بحث نیست، زیرا فدراسیون ورزشی روسیه (ARAF) تصمیم اولیه فدراسیون جهانی دو و میدانی در نوامبر ۲۰۱۵ را به چالش نکشید. در نتیجه، مناقشه استماع شده توسط دیوان صرفاً، پیامدهای تعلیق اعمال شده بر فدراسیون را برای ورزشکاران وابسته به فدراسیون روسیه در نظر می گیرد و نه دلایل تعلیق را». همچنین، دیوان این دیدگاه را رد کرد که قاعده (a) 22.1 اعمال محرومیت و مجازاتی بابت دوپینگ است. در عوض، «قانونی است که بر صلاحیت ورزشکاران برای ورود به رقابت های بین المللی تاثیرگذار بوده و پیامد سازماندهی ورزش در عرصه جهانی است؛ فدراسیون های ملی، اعضای فدراسیون های بین المللی هستند و وظیفه دارند به تعهدات برآمده از چنین عضویتی احترام بگذارند». لذا قاعده (a) 22.1 قاعده ای کلی است و مختص به موارد دوپینگ نیست.

دیوان، قاعده (a) 22.1 را «پیامد ضروری مجازات اعمال شده بر فدراسیون دو و میدانی روسیه دانست و خاطر نشان نمود: «(این) ورزشکاران واجد شرایط نیستند، چون فدراسیون دو و میدانی روسیه مجازات شده و آن مجازات را پذیرفته است، نه به خاطر آنچه ورزشکاران انجام داده اند».

دیوان دریافت که «که این اثر (عدم صلاحیت رقابت در رقابت های بین المللی) در مورد ورزشکاران ثبت نام شده به همراه فدراسیون ملی تعلیق شده توسط فدراسیون بین المللی دو و میدانی پیامد متناسب تعلیق فدراسیون ملی بابت کوتاهی در ارائه سیستم مناسب برای حفظ و آموزش ورزشکاران، بازی منصفانه و یکپارچگی ورزش است». در نگاه دیوان، «ریشه کنی دوپینگ در ورزش، حمایت ورزشکاران پاک، بازی منصفانه و یکپارچگی قطعاً اهداف مشروع برای عملی بودن ورزش در هر سطحی هستند که دارای اهمیت بسیاری می باشند». اقدام صورت گرفته توسط فدراسیون بین المللی دو و میدانی و اثری که ایجاد می کند

قابلیت دستیابی به آن اهداف را دارد. علاوه بر آن، اقدام صورت گرفته توسط فدراسیون برای رسیدن به هدفی که با آن روبرو هستند لازم است. اگر فدراسیون جهانی دو و میدانی نتواند گامی موثر بردارد، تعلیق فدراسیون روسیه هیچ تاثیر معنی داری نخواهد داشت». لذا «محدودیت هایی که ورزشکاران مذکور در نتیجه این اقدام متحمل می شوند، با منفعت کلی برای دستیابی به هدف پیش رو توجیه می شود».

در نهایت، داوری به این جمع بندی دست یافت: «قاعده (a) 22.1 از قوانین رقابت فدراسیون جهانی دو و میدانی در شرایط مناقشه کنونی معتبر و قابل اجراست. واجد صلاحیت بودن ورزشکار برای رقابت های ورزشی بین المللی نمی تواند از وضعیت فدراسیون ملی وی جدا انگاشته شود. به عبارت دیگر، ورزشکاران به عنوان اعضای فدراسیون ملی بخشی از مسئولیت کوتاهی فدراسیون مربوطه در رعایت وظایفشان را برعهده دارند. فدراسیون های بین المللی می توانند نسبت به اعضای خود در صورت عدم رعایت وظایفشان طبق کنوانسیون بین المللی ضد دو پینگ، مجازات های موثری را اعمال کنند. دیوان داوری ورزش تصریح نمود که به منظور عملکرد مناسب، کنوانسیون بین المللی ضد دو پینگ نیاز دارد که در سطح محلی مورد حمایت قرار گیرد و عدم رعایت باید با مجازات های موثری مواجه شود که لزوماً به ورزشکاران وابسته به فدراسیون ملی خاطی بسط خواهد یافت.

شاکیان مطرح نمودند که آیا کمیته المپیک روسیه می تواند علی رغم رضایت و تصمیم فدراسیون بین المللی دو و میدانی، ورزشکاران را جهت شرکت در المپیک ریو معرفی کند؟ داوری اذعان داشت: «وفق منشور المپیک (۲۳)، کمیته المپیک روسیه حق ندارد ورزشکارانی را که با توجه به قوانین (a) 22.1 و 22.1A رقابت فدراسیون بین المللی دو و میدانی واجد شرایط نیستند را معرفی کند».

در نهایت، آخرین مورد مطرح شده توسط شاکیان این است که آیا ورزشکاران روسی می توانند از طریق قانون (a) 22.1 واجد شرایط بودن را دوباره بدست آورند و به عنوان نمایندگان روسیه رقابت کنند یا خیر. دیوان اعلام می دارد: «وفق منشور المپیک، اگر ورزشکاران دو و میدانی روسیه طبق قاعده (a) 22.1 قوانین رقابت فدراسیون جهانی دو و میدانی واجد شرایط رقابت در بازی های المپیک ۲۰۱۶ باشند، کمیته المپیک روسیه حق دارد آن ها را به عنوان نمایندگان روسیه در رقابت وارد کند». در نگاه آن ها، «وفق منشور المپیک، فدراسیون نمی تواند مشخص کند که آیا یک ورزشکار واجد شرایط ورود به بازی های المپیک، باید به عنوان یک ورزشکار «بی طرف» رقابت کند یا به عنوان ورزشکاری که نماینده کمیته ملی المپیک است؟ به عبارت دیگر، «ورزشکارانی که به بازی های المپیک اعزام می شوند به عنوان ورزشکاران بی طرف اعزام نمی شوند، بلکه توسط کمیته های ملی المپیک اعزام می شوند». علاوه بر آن، «یک ورزشکار نماینده فدراسیون خود نیست؛ تعلیق فدراسیون، از ورود ورزشکار در بازی های المپیک به عنوان نماینده کمیته ملی المپیک خود ممانعت بعمل نمی آورد».

به هر حال دیوان این حقیقت را به رسمیت می شناسد که کمیته المپیک روسیه طبق منشور المپیک حق دارد هر ورزشکار دو و میدانی را که واجد شرایط رقابت تحت قاعده (a) 22.1 قوانین رقابت فدراسیون بین المللی دو و میدانی است را به عنوان نمایندگان روسیه به بازی های المپیک وارد کند، ولی به این معنی نیست که کمیته بین المللی المپیک ملزم به پذیرش معرفی شدگان به عنوان ورزشکاران نماینده روسیه است». در مجموع، اعلام بی طرف بودن ورزشکاران وظیفه فدراسیون بین المللی دو و میدانی نیست، بلکه وظیفه کمیته بین المللی المپیک است. به هر روی، دیوان اجازه داد که کمیته بین المللی المپیک تصمیم بگیرد که ورزشکاران روسی تحت یک پرچم بی طرف رقابت کنند. لذا کمیته بین المللی المپیک می تواند به روسیه جهت رقابت در

بازی‌های المپیک ریو اجازه دهد و به این ترتیب اثرات منفی سازماندهی سیستم دوپینگ در یک کشور (آن طور که توسط گزارش مک‌لارن ارائه شد) را کاهش دهد. (۲۵)

نتیجه آن که، برخلاف کمیته بین‌المللی المپیک که تمایل اندکی برای انتقاد جدی از روسیه در اثنا پرونده فوق داشت، فدراسیون بین‌المللی دو و میدانی خط‌مشی‌پایداری اتخاذ کرده و با قوت یافتن احراز تخلف، فدراسیون ورزشی روسیه را به حاشیه راند. علاوه بر آن، به ورزشکاران روسی نیز اجازه نداد در المپیک ریو شرکت کنند و لذا مبارزه ضد دوپینگ را با مجازات نمادین و مهم تقویت نمود. درحقیقت، اگر نقض نظام‌مند قوانین ضد دوپینگ با مجازات‌های بازدارنده و صحیح همراه نباشد، سیستم ضد دوپینگ جهانی کارایی لازم را نخواهد داشت. تأملی در رأی صادره از دیوان در این قضیه در تکرار رویه از پیش موجود، مبین تلاش دیوان پایبندی به مقررات ضد دوپینگ است که هم در اساسنامه دیوان مورد توجه قرار گرفته و هم رویه جامعه بین‌المللی موید توجه جدی به آن است و این امر می‌تواند در تثبیت و تنسيق قوانین ضد دوپینگ و اجرای آن در عمل مفید واقع شود.

نتیجه‌گیری

سخن از جهانی شدن حکایت‌گر واقعیتی ملموس است که بر مبنای آن جنبه‌های گوناگون حیات بشریت چنان به یکدیگر وابسته شده است که اراده دولت‌ها چون گذشته تنها عامل تعیین‌کننده نمی‌باشد - بلکه عوامل متعددی بیرون از قلمرو حاکمیتی دولت‌ها نقش‌آفرینی می‌کنند. لذا همگرایی قوانین و مقررات موجود در موضوعات و حوزه‌های مختلف همراه با پذیرش و اگرایی قوانین ملی و با خلق اصول و قالب‌هایی مشترک در میان موضوعات و حوزه‌های گوناگون، زمینه‌ساز همگرایی و وحدت حقوق بین‌الملل می‌شود. ورزش به مثابه مقوله‌ای فراگیر، از قدرت سازماندهی و نفوذ فراوانی برخوردار می‌باشد. عنصر رقابت و مسابقه در کنش‌های ورزشی سبب‌پدیدار گشتن نظام داور و تدوین قوانین گوناگون شده است. لذا به جاست که امروزه از بخش حقوقی و یا قضای ورزش و تربیت بدنی سخن گوئیم. ورزش اغلب تحت تأثیر قوانین فرامرزی می‌باشد، زیرا بسیاری از تکاپوهای ورزشی ریشه در ورای مرزها دارند - لیکن گذشت زمان این جنبه فرامرزی بسیاری از کنش‌های ورزشی را کم رنگ نموده است.

در جهان امروز، ورزش بین‌المللی به ساختاری عظیم و به بزرگ‌ترین اتفاق بین‌المللی از حیث تجمع ملیت‌های گوناگون در یک محل (به‌هنگام برگزاری المپیک‌ها و مسابقات مختلف) تبدیل شده است. این تشکیلات وسیع و عظیم در جهان کنونی بیش از پیش نیازمند نظام حقوقی منسجم و قدرت تأثیرگذار فراهم‌کننده عدالت و رافع اختلافات پدیدارگشته در عرصه کنش‌ها و فعالیت‌های ورزشی می‌باشد.

امروزه، رژیم حقوق بین‌الملل ورزش جایگاه خود را در مجموعه حقوق بین‌الملل عمومی به خوبی تثبیت نموده است. حقوق بین‌الملل ورزش روشن‌گر چگونگی مشارکت در کنش‌ها و تکاپوهای ورزشی می‌باشد. مجموعه مقرراتی که شالوده و بنیان اصلی این رژیم محسوب می‌شوند، جایگاه نسبتاً قابل‌قبولی در میان دولت‌ها یافته‌اند؛ چنان‌که خلق رویه دیوان داور و ورزش و تبعیت این دیوان از مقررات مزبور نمودی خارجی از خواست و اراده افراد، دولت‌ها، فدراسیون‌های ملی و بین‌المللی و دیگر نهادهای دخیل در امر ورزش در مسیر همگرایی در این حوزه به حساب می‌آید. با تاسیس دیوان نامبرده در دهه ۱۹۸۰ میلادی زمینه‌ای برای رسیدگی به اختلافات ورزشی فراهم شد و ساختاری منسجم و مدون پدید آمد. این دیوان نمونه‌ای موفق در حل و فصل معضلات مربوط به حوزه ورزش بوده است، زیرا در مقام مرجعی فراملی تصمیماتی اتخاذ نموده

که مراجع قضایی ملی ناگزیر از رجوع به آرای آن بوده و در عین حال مورد پذیرش سازمان های جهانی ورزشی نیز می باشد و قادر است به عنوان الگویی سازنده برای دیگر مراجع بین المللی قرار گیرد. نقش دیوان داورى ورزش در تحول و توسعه حقوق ورزشی نقشی تعیین گر و پیشتاز بوده که خود جلوه و نمونه بارزی از پلورالیسم حقوقی می باشد. این پلورالیسم حقوقی بیانگر سیستمی مدرن از حقوق بین الملل است که وحدت در عین کثرت را متجلی ساخته است. روند جهانی شدن به طرح و پذیرش واژگان و ادبیات هنجاری خارج از قلمروی صرف حقوق بین الملل عمومی می پردازد و در حالی که مرز ها را از میان بر می دارد، دستاورد های نوینی برای سیستم حقوق بین المللی به ارمغان می آورد. امروزه اهمیت اشخاص خصوصی و نقش ایشان در توسعه حقوق بین الملل امری قابل توجه و واقعیتی انکار ناپذیر است. نقش احکام صادره از دیوان داورى ورزش که از خلال دعاوی میان اشخاص خصوصی آشکار است، از این حیث قابل بررسی می باشد. لذا می توان به شباهت حقوق ورزشی با حقوق بازرگانان اذعان نمود، زیرا بخش وسیعی از حقوق تجارت بین الملل در نتیجه احکام صادره از مراجع داورى در نتیجه اختلافات میان بازرگانان شکل گرفته و عرف بین المللی در این زمینه را ایجاد نموده است که مرکز بین المللی حل و فصل اختلافات ناشی از سرمایه گذاری (ICSID) از آن زمره می باشد.

دیوان داورى ورزش در حوزه حقوق بین الملل ورزش، با رویه قضایی خویش و توسل به برخی اصول هنجارهای مشترک، نشان داده است که در راستای روند جهانی شدن و در تلاش برای تثبیت برخی اصول مشترک به عنوان یک مرجع داورى در مقوله حقوق بین الملل ورزش تاثیر گذار و موفق بوده است. رویه دیوان در قضیه رأی صادره در قضیه دوپینگ ورزشکاران روسی مؤید این امر است.

با این حال، هنوز پاسخگویی به بسیاری از چالش های مطرح در این حوزه نیازمند توسعه رویه دیوان داورى ورزش، توجه بیشتر کمیته ها و فدراسیون های ملی به مقوله حقوق بین الملل ورزش و جایگاه این قوانین در حقوق بین المللی است که در مسیر جهانی شدن به سمت همگرایی بیشتر قوانین و نه واگرایی میان هنجارهای حقوق ملی و بین المللی گام بر می دارد. در این مسیر، شفافیت بیشتر در مسائلی چون دوپینگ که با مقررات حقوق بین الملل بشر و همچنین تجارت بین الملل در این حوزه پیوند خورده است و روزه روز به مدد پیشرفت علم و دانش و توسل به تکنولوژی های روز از ساختار پیچیده تری تبعیت می کند، می تواند به شفافیت بیشتر در این حوزه و تحقق وحدت در میان هنجارها کمک شایان توجهی نماید.

پی نوشت ها

۱. در واقع، «لکس اسپورتیوا»، تمامی مقررات بین المللی مرتبط با حقوق ورزشی را که مستقل از مقررات حقوق ملی در این زمینه خلق شده و به معرض اجرا در می آیند، شامل می شود.

۲. به طور معمول دوپینگ در ورزش به معنای استفاده از مواد شیمیایی و یا توسل به ابزار مصنوعی برای افزایش کارایی قابلیت های ورزشی است. به نظر می رسد ابداع واژه دوپینگ به قرن ۱۸ میلادی باز می گردد که به الکل موجود در برخی نوشابه های الکلی با نام «دوپ» اشاره داشت در زمانی که برای برخی مراسم رقص و پایکوبی خاص در آفریقای جنوبی از آن استفاده می شد. نک:

Verroken Baillièrè's (2000) Clin Endocrinol Metab; 14: 1-23. Cited by A. J. Higgins (2006) From ancient Greece to modern Athens: 3000 years of doping in competition horses Journal of Veterinary Pharmacology and Therapeutics V 29 I s1 pp. 4-8.

۳. ارگان مزبور یک سازمان بین المللی خصوصی است که با هدف اولیه همکاری مؤثر، نظارت و حمایت از مقابله جدی و همه جانبه با دوپینگ در سطح بین المللی در زمینه ورزش شکل گرفته است. دستورالعمل هایی که این آژانس در مقابله با دوپینگ منتشر نموده و از اول ژانویه ۲۰۰۴ الزام آور شده است، به تبیین سیاست های ملی و بین المللی در مقابله مؤثر با دوپینگ اختصاص دارد.

4. See, e.g., Council of Europe, Anti-Doping Convention, opened for signature Nov. 16, 1989, C.E.T.S. No. 135 (entered into force Mar. 1, 1990).

5. See, e.g., Lauri Tarasti, Legal Solutions in International Doping Cases: Awards by the IAAF Arbitration Panel 1985-1999 (2000).

نیز ر.ک: امیر ساعد وکیل، حقوق بین الملل ورزش و فوتبال، مجمع علمی و فرهنگی مجله، ۱۳۹۴، ص ۸۰.

۶. برای مثال، دیوان های مخصوص داوری در ورزش در کانادا، انگلیس و نیوزلند از این دسته مراجع اند.

۷. کمیته ملی المپیک ایران در ماه مه ۱۹۴۷ برابر با اردیبهشت ماه ۱۳۲۵ تشکیل گردید و در سال ۱۳۲۶ به عضویت رسمی از سوی کمیته بین المللی المپیک پذیرفته شد. مکاتبات مسئولان ایران با مقامات کمیته بین المللی المپیک در لوزان و رئیس سوئدی آن زیگفرید اودستروم به نتیجه رسید و اعضای دائمی این ارگان در تاریخ ۲۰ ژوئن ۱۹۴۷ (۳۰ خرداد ۱۳۲۵) به عضویت رسمی ایران در این جرگه جهانی رأی موافق دادند و متعاقباً ایران توانست اولین هیئت ورزش را به بازی های المپیک ۱۹۴۸ اعزام نماید. این کمیته که سازمانی است مستقل، غیرانتفاعی و دارای استقلال مالی بر اساس ماده واحده مصوب نوزدهم تیر ماه یک هزار و سیصد و هفتاد و سه مجلس شورای اسلامی که در تاریخ ۱۳۷۳/۴/۲۹ به تأیید شورای نگهبان رسیده است در شمار موسسات عمومی غیر دولتی محسوب می شود. نک:

8. See Michels v. U.S. Olympic Comm., 741 F.2d 155, 159 (7th Cir. 1984) (Posner, J., concurring).

۹. این مقوله بویژه با تأکید خوان آنتونیو سامارانش، رئیس فعلی کمیته بین المللی المپیک مورد توجه قرار گرفت.

Daniel H. Yi, Turning Medals into Metal: Evaluating the Court of Arbitration of Sport as an International Tribunal, 6 Asper Rev. Int'l Bus. & Trade L. 289, 290 n.7 (2006) (quoting Ian Blackshaw, Sports Court Getting Right Results, Guardian, June 3, 2004,

۱۰. شورا مرکب از ۲۰ حقوقدان عالی رتبه است که بر سازمان، فعالیت ها و آئین رسیدگی و نحوه رسیدگی دیوان نظارت می کند.

11. See [http://www.tas-cas.org/en/20questions.asp/4-3-230-1010-4-1-1/5-0-1010-13-0-0\(10.5.2011\)](http://www.tas-cas.org/en/20questions.asp/4-3-230-1010-4-1-1/5-0-1010-13-0-0(10.5.2011)).

12. See Gabrielle Kaufmann-Kohler, Identifying and Applying the Law Governing the

Arbitration Procedure – The Role of the Law of the Place of Arbitration, in Improving the Efficiency of Arbitration Agreements and Awards: 40 Years of Application of the New York Convention 336, 348 (Albert Jan van den Berg ed., 1999).

13. See also Lisa B. Bingham, Control over Dispute-System Design and Mandatory Commercial Arbitration, 67 Law & Contemp. Probs. 221, 245 (2004).

نیز ر.ک: کیوان شعبانی مقدم و ابوالفضل فراهانی، بررسی میانجیگری به عنوان شیوه ای برای حل و فصل اختلافات در دیوان بین المللی حکمیت در ورزش، پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزشی، س ۴، ش ۳ (۱۵۳ پایانی)، زمستان ۱۳۹۴، ص ۱۴۰.

14. See, Arbitration CAS 98/200, AEK Athens v. Union of European Football Ass'n (UEFA), award of Aug. 20, 1999, § 156.

15. The International Centre for the Settlement of Investment Disputes(ICSID).On This Centre see:<http://www.worldbank.org/icsid/index.html>, (last visited December, 2015)

16. See G.Delaume, ICSID Arbitration : Practical Considerations, 1998 1(2) Journal of International Arbitration 101.

17. The International Centre for the Settlement of Investment Disputes(ICSID).On This Centre see: <http://www.worldbank.org/icsid/index.html>(Last Visited November 2017)

18. Convention on the Recognition and Enforcement of Foreign Arbitral Awards, United Nations Treaty Collection (Sept. 9, 2010), <http://treaties.un.org/pages/participationstatus.aspx>

- 19.http://www.tas-cas.org/fileadmin/user_upload/Award_4684__internet_.pdf(Last Visited November 2017)

- 20.[http://features.thesundaytimes.co.uk/web/public/2015/the-doping-scandal/index.html#/\(12/11/2017\)](http://features.thesundaytimes.co.uk/web/public/2015/the-doping-scandal/index.html#/(12/11/2017))

21. see [https://www.theguardian.com/sport/blog/2016/jul/24/ioc-chaos-russia-olympics-rio-2016-doping\(9/11/2017\)](https://www.theguardian.com/sport/blog/2016/jul/24/ioc-chaos-russia-olympics-rio-2016-doping(9/11/2017))

- 22.[https://www.theguardian.com/sport/2016/oct/27/wada-serious-failings-rio-2016-olympics-anti-doping\(17.11.2017\)](https://www.theguardian.com/sport/2016/oct/27/wada-serious-failings-rio-2016-olympics-anti-doping(17.11.2017))

- 23.http://www.tascas.org/fileadmin/user_upload/Award_4684__internet_.pdf (17/11/2017).

۲۴. کمیته المپیک روسیه و ۶۸ تن از ورزشکاران دو و میدانی این کشور در اعتراض به این حکم، به دیوان بین المللی ورزش شکایت کردند.

۲۵. پس از صدور حکم محرومیت توسط دیوان بین المللی ورزش، یک سخنگوی کاخ کرملین در نخستین واکنش ضمن ابراز تاسف از این حکم گفت که مسکو آن را تحلیل خواهد کرد. ویتالی موتکو، وزیر ورزش وقت روسیه گفت که گام های ممکن علیه این تصمیم بررسی خواهد شد.

<https://www.iaaf.org/download/download?filename=89ed4cba-6b5e-49fe-a43e...pdf>(Last Visited November 2017).

۲۶. منشور المپیک، مجموعه ای از قوانین و دستورالعمل هایی است که به منظور سازماندهی بازی های المپیک و هدایت جنبش المپیک وضع شده اند. این منشور برپایه اساسنامه و قوانین و اصول اساسی کمیته بین المللی المپیک (IOC) تصویب گردیده و آخرین بار در ۹ سپتامبر ۲۰۱۳ به روزرسانی شده است.

منابع

- آقای نیل، حسین. (۱۳۹۲). حقوق ورزشی. تهران: بنیاد حقوقی میزان
- شعبانی مقدم، کیوان. (۱۳۹۳). دیوان بین المللی حکمیت در ورزش. تهران: انتشارات شهردانش
- شعبانی مقدم، کیوان؛ طاهری، حمیدرضا و یوسفی، بهرام. (۱۳۹۲). حقوق ورزشی. تهران: انتشارات شهر دانش
- شعبانی مقدم، کیوان و فراهانی، ابوالفضل. (۱۳۹۴). «بررسی میانجیگری به عنوان شیوه ای برای حل و فصل اختلافات در دیوان بین المللی حکمیت در ورزش». پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزشی. سال ۴، شماره ۳ (۱۵ پیاپی).
- شهبازی نیل، مرتضی. (۱۳۸۶). حل و فصل اختلافات ناشی از سرمایه گذاری خارجی. تهران: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
- فراهانی، ابوالفضل؛ وطن دوست، مریم و نصیرزاده، عبدالمهدی. (۱۳۹۴). حقوق ورزشی. تهران: انتشارات حتمی
- وکیل، امیر ساعد. (۱۳۹۴). حقوق بین الملل ورزش و فوتبال. تهران: موسسه علمی و فرهنگی مجد
- Bingham, Lisa B. (2004). "Control over Dispute-System Design and Mandatory Commercial Arbitration". 67 Law & Contemporary Problems. pp. 221- 251
- Delaume, G. (1998). "ICSID Arbitration: Practical Considerations". 1(2) Journal of International Arbitration. 101.
- Dirix, Albert, and Xavier Sturbois. (1998). **The First Thirty Years of the International Olympic Committee Medical Commission 1967-1997**. Lausanne: International Olympic Committee (IOC Booklet Series, "History and Facts").
- Donohoe, Tom and Neil Johnson. (1986). **Foul play-drug abuse in sport**. Oxford: Basil Blackwell
- Dubin, Charles, L. (1990). **Commission of Inquiry into the Use of Drugs and Banned Practices Intended To Increase Athletic Performance**. Ottawa: Canadian Government Publishing Centre
- Higgins, A. J., (2006). "From Ancient Greece to Modern Athens: 3000 Years of Doping in Competition Horses". Journal of Veterinary Pharmacology and Therapeutics. V. 29.
- Houlihan, Barrie. (1999). **Dying To Win: Doping in Sport and the Development of Anti-Doping Policy**. Strasbourg: Council of Europe Publishing
- Jacobs, James, B. & Samuels, Bruce. (1995). "The Drug Testing Project in International Sports: Dilemmas in an Expanding Regulatory Regime". 18 Hastings International and Comparative Law Review. pp. 557-89.
- Kaufmann, Kohler, Gabrielle. (1999). "Identifying and Applying the Law Governing the Arbitration Procedure - The Role of the Law of the Place of Arbitration, in Improving the Efficiency of Arbitration Agreements and Awards: 40 Years of Application of the New

York Convention". ICCA International Arbitration Conference, Paris, 1998. The Hague and Cambridge.

- Mazzucco, Marcus, F. (2010). **"Lex Sportiva and the Regulation of Doping in International Sport Law"**. Villanova International Law Society Annual.
- Mitten, Matthew J. et al. (2005). **Sports law and regulation: cases, materials, and problems**. Aspen Publishers
- Pinna, Andrea. (2005). **"The Trials and Tribulations of the Court of Arbitration for Sport: Contribution to the Study of the Arbitration of Disputes Concerning Disciplinary Sanctions"**. 1-2 International Sports Law Journal.
- Reeb, Matthieu. (2006). **The Role and Functions of the Court of Arbitration for Sport (CAS), in The Court of Arbitration for Sport 1984-2004**. The Hague : T.M.C. Asser
- Tarasti, Lauri. (2000). **Legal Solutions in International Doping Cases**. Awards by the IAAF Arbitration Panel 1985-1999. Milan:
- Teubner, Gunther. (1997). **Global Law without a State**. Brookfield, Vt: Dartmouth.
- Verroken, Michele. (1996). **"Drug Use and Abuse in Sport"**. In *Drugs in Sport* (David R. Mottram ed., 2d ed.).
- Verroken, Michele & David Mottram, R. (1996). **"Doping Control in Sport"**. In *Drugs in Sport* (David R. Mottram ed., 2d ed.).
- Yi, Daniel H. (2006). **"Turning Medals into Metal: Evaluating the Court of Arbitration of Sport as an International Tribunal"**. 6 Asper Rev. International Business & Trade Law. Quoting Ian Blackshaw, Sports Court Getting Right Results, Guardian, June 3, 2004.

مدلسازی معادلات ساختاری قابلیت های بازاریابی در باشگاه های لیگ برتر فوتبال ایران

کریم زهره وندیان^۱
هاشم کوزه چیان^۲
محمد احسانی^۳
مجتبی امیری^۴

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۳/۱۷

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۴/۲۰

هدف این پژوهش، مدل سازی معادلات ساختاری قابلیت های بازاریابی باشگاه های فوتبال لیگ برتر بود. روش تحقیق آمیخته^۵ و با استفاده از روش نظریه داده بنیاد بود. جامعه آماری شامل مدیران بازاریابی باشگاه ها، فدراسیون، سازمان لیگ و اساتید متخصص بازاریابی ورزشی دانشگاه ها بودند. مشارکت کنندگان مرحله کیفی به روش نظری و شیوه گلوله برفی و در مرحله کمی به صورت در دسترس انتخاب شدند. برای جمع آوری داده ها از مصاحبه (۱۸ مورد تا اشباع نظری) استفاده شد. کدهای مصاحبه ها ۷۰۹ کد بود که پس از تلخیص به ۱۲۸ کد اولیه و سپس به ۱۶ کد محوری تبدیل شدند. در مرحله کدگذاری انتخابی ۴ گروه قابلیت بازاریابی شامل قابلیت های نهادی، زیرساختی، راهبردی و عملیاتی شناسایی شدند. سپس پرسشنامه ۶۸ گویه ای ساخته و روایی صوری و محتوایی با نظر اساتید و روایی سازه با تحلیل عاملی تأییدی و پایایی با آلفای کرونباخ (۸۸/۸) تأیید شد. داده ها توسط نرم افزار LISREL مدل سازی گردید. نتایج کمی نشان داد قابلیت های نهادی

۱. استادیار، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه اراک، اراک، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: K.zohrevandian@araku.ac.ir

۲. استاد، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

۳. استاد، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

۴. دانشیار، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران

تأثیر معناداری روی قابلیت های زیرساختی (ضریب اثر = $0/84$ و $t = 6/47$)، قابلیت های زیرساختی تأثیر معناداری روی قابلیت های راهبردی (ضریب اثر = $0/89$ و $t = 3/38$) و قابلیت های راهبردی تأثیر معناداری روی قابلیت های عملیاتی (ضریب اثر = $0/92$ و $t = 2/65$) دارد. با توجه به اهمیت بازاریابی باشگاه ها باید ظرفیت های خود را شناسایی کنند و از تمام این قابلیت ها برای بازاریابی و جذب مشتری استفاده نمایند. مدل ارائه شده می تواند به عنوان ابزاری جهت شناسایی قابلیت های بازاریابی باشگاه ها و تبدیل آنها به کارکرد (درآمد) استفاده شود تا بگونه ای منطقی و اصولی به بازاریابی، کسب درآمد و استقلال مالی باشگاه دست یافت.

واژگان کلیدی: قابلیت های بازاریابی، مدلسازی، معادلات ساختاری، باشگاه های فوتبال و لیگ برتر

مقدمه

صنعت فوتبال با بیشتر از ۲۴۰ میلیون بازیکن، یک میلیون و ۴۰۰ هزار تیم و ۳۰۰ هزار باشگاه در سراسر جهان محبوب‌ترین ورزش دنیاست (زهره و ندیان، ۱۳۹۵) تا جایی که بسیاری از کشورهای پنج قاره، آن را در ردیف ورزش ملی خود محسوب می‌دارند. لبریز بودن ورزشگاه‌ها و برخورداری رقابت‌ها از بینندگان چند صد میلیونی، فوتبال را به عنوان مردمی‌ترین ورزش جهان معرفی کرده است. گرایش نسبت به این ورزش روز به روز و با گذشت زمان بیشتر می‌شود (الهی، ۱۳۸۷). در ایران نیز فوتبال به گواه شواهد پرتعدادترین ورزش است؛ به طوری که طبق آمارهای غیررسمی تعداد هواداران تیم‌های پرسپولیس، استقلال و تراکتورسازی به بیش از ۳۰ میلیون نفر می‌رسد. این آمارها نشان از وجود یک بازار بالقوه در فوتبال دنیا و به طور خاص در ایران دارد (زهره و ندیان، ۱۳۹۵).

امروزه فوتبال به یک بازار تبدیل شده و میلیاردها دلار سرمایه‌گذاری بر روی آن انجام گرفته است. هزینه‌های افراطی نقل و انتقالات، امضای قراردادهای بازیکنان، رقابت بین اسپانسرها برای جذب ستاره‌ها جهت ترویج محصولات خود، مذاکرات حق پخش رسانه‌ای و تلاش مدیران برای جذب سرمایه‌گذاران تنها جزئی از دنیای فوتبال است. با توجه به هزینه بالای باشگاه‌های ورزشی و رقابت فشرده آن‌ها برای جذب سرمایه‌های ورزشی از قبیل بازیکنان، مربیان و امکانات ورزشی جهت کسب رتبه‌های بالاتر در مسابقات، باشگاه‌ها بدنبال حصول درآمدهای بیشتر از امکانات موجود هستند. در عصر جاری باشگاه‌های فوتبال دنیا از کانال‌ها و شیوه‌های مختلفی برای درآمدزایی هر چه بیشتر استفاده می‌کنند. باشگاه‌های فوتبال دنیا علاوه بر جذب اسپانسر و حق پخش رسانه‌ای از طریق فعالیت‌های تجاری نظیر فروش البسه، بازدیدها از موزه باشگاه، صدور مجوزها، استفاده از نشان، تورهای تفریحی و ... کسب درآمد می‌کنند در حالی که میزان و تنوع درآمدی باشگاه‌های فوتبال ایران بسیار محدود است (زهره و ندیان، ۱۳۹۵) چگونه است که فوتبال حرفه‌ای دنیا در کشورهای اروپایی و حتی آسیایی سالانه مبالغ کلانی را از محل حق پخش تلویزیونی، تبلیغات، حامیان مال، بلیط فروشی و سایر منابع نصیب خود می‌سازند ولی فوتبال حرفه‌ای ایران نه تنها از کسب درآمد حق پخش تلویزیونی مسابقات محروم است، بلکه از سایر منابع درآمدی نیز بهره کافی را نبرده است؟

از آنجا که همه فعالیت‌های سازمان‌ها و شرکت‌ها جهت افزایش درآمد در حیطه فعالیت‌ها و برنامه‌های بازاریابی قرار دارند و شیوه درآمدزایی باشگاه‌های فوتبال در واقع فعالیت‌های بازاریابی‌ای هستند که این باشگاه‌ها جهت کسب درآمدشان انجام می‌دهند (زهره و ندیان، ۱۳۹۵)، لذا توسعه قابلیت‌های بازاریابی و تدوین برنامه‌های بازاریابی مدون برای جذب منابع مالی بیشتر و عملکرد تجاری بهتر می‌تواند راهگشا باشد. از طرف دیگر، وجود قابلیت بازاریابی به تنهایی کافی نیست و باید این قابلیت‌ها به کارکرد تبدیل شوند. به عنوان مثال، استادیوم‌های فوتبال قابلیت بازاریابی خوبی دارند، اما اگر این قابلیت به کارکرد (یعنی کسب درآمد) تبدیل نشود، هیچ سودی ندارد. در ورزش فوتبال قابلیت‌های فراوانی وجود دارد که باید زمینه تبدیل این قابلیت‌ها به کارکرد ایجاد شود. به عبارت دیگر، باید عوامل تبدیل این قابلیت‌ها شناسایی و بکار گرفته شوند تا این هدف قابل دسترس باشد. در واقع، باشگاه‌های فوتبال برای بقا در شرایط اقتصادی و فضای رقابتی امروز باید بتوانند منابع مالی خود را با فعال کردن بخش بازاریابی و بکارگیری عواملی نظیر مدیریت صحیح و تمرکز روی مشتری، بازار هدف و قابلیت‌های بازاریابی خود افزایش دهند و کارکرد مالی بهتری داشته باشند. در فضای رقابتی امروز می‌توان گفت ارائه بهترین عملکرد در زمینه بازاریابی، به اساسی‌ترین دغدغه مدیران مبدل شده است و آنها می‌کوشند تا با بهره‌گیری از تکنیک‌های مختلف، به عملکرد برتر دست یابند و در این

راست‌ا قابلیت‌های بازاریابی^۱ از عوامل مؤثر در دستیابی به مزیت رقابتی و عملکرد برتر برای شرکت‌هاست. در واقع، قابلیت‌های بازاریابی به‌عنوان منابع یک شرکت در نظر گرفته می‌شوند که مدیران با استفاده از آن می‌توانند محصولات و خدمات جدیدی را ایجاد نمایند و عملکرد خود را بهبود بخشند (فیض و زنگیان، ۱۳۹۲). تحقیقات متفاوتی در زمینه بازاریابی و قابلیت‌های بازاریابی وجود دارد. بیلور و همکاران^۲ (۲۰۱۰) قابلیت‌های بازاریابی را شامل توسعه محصول، قیمت‌گذاری، مدیریت کانال توزیع، ارتباطات بازاریابی، فروش، مدیریت اطلاعات بازار، برنامه‌ریزی بازار و اجرای بازاریابی دانستند و بیان کردند که چگونه قابلیت‌های بازاریابی منجر به مزیت پایدار رقابتی می‌شود (بیلور و همکاران، ۲۰۱۰). از دیدگاهی دیگر مورگان و همکارانش (۲۰۰۹)^۳ در پژوهش خود قابلیت‌های بازاریابی را بر اساس تخصص (مثل ارتباطات بازاریابی، فروش شخصی، قیمت‌گذاری، توسعه محصول) و ساختار (برنامه‌ریزی و مکانیزم همکاری) تقسیم‌بندی کرده‌اند (مورگان و همکاران، ۲۰۰۹). پیتس و استوتلار^۴ (۲۰۰۷) پژوهشی قابلیت مدیریت را به عنوان یکی از عوامل مهم در رشد قابلیت بازاریابی در سازمان‌های ورزشی مطرح کرده‌اند (پیتس و استوتلار، ۲۰۰۷). طریقی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی بیان کردند که سازمان بازاریابی، سیستم اطلاعات بازاریابی، استراتژی بازاریابی، کارکنان بازاریابی، قابلیت نشان‌سازی و قابلیت مدیریت ارتباط معناداری با قابلیت بازاریابی فدراسیون ملی ورزش‌های دانشگاهی داشتند و عواملی هستند که در توسعه بازاریابی ورزشی فدراسیون ملی ورزش‌های دانشگاهی نقش بسزایی دارند و در نهایت مدلی برای بازاریابی این فدراسیون ارائه دادند (طریقی و همکاران، ۱۳۹۲). بانا^۵ (۲۰۱۶) به این نتیجه رسید که علاوه بر بازیکنان که دارایی و سرمایه باشگاه هستند، مدیران باید روی برند باشگاه به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین دارایی‌های باشگاه تمرکز داشته باشند (بانا، ۲۰۱۶). هاریسون و همکاران^۶ (۲۰۱۶) ضمن بررسی محصولات و خدمات ارائه شده در ورزشگاه و مرور شرایط بازاریابی و کسب درآمد از طریق وفاداری به برند، به این نتیجه رسیدند که زنان متفاوت از مردان هستند و به جزئیات خدمات ارائه شده توجه می‌کنند و با خدمات موجود نسبت به برند تجربه کسب می‌کنند. سازمان‌های ورزشی باید با ایجاد ارتباط و گفتگو با مشتریان از نیازهای آنها در ورزشگاه بطور کامل آگاه شوند و نسبت به برآوردن آنها تلاش کنند تا تجارب متفاوتی برای آنها به ارمغان آورند و حضور آنها در مسابقات را تضمین کنند (هاریسون و همکاران، ۲۰۱۶). در زمینه آمیخته بازاریابی به عنوان اساس بازاریابی، جانر و سورد^۷ (۲۰۱۴) در پژوهشی آمیخته بازاریابی را برای باشگاه‌ها و سالن‌های بدنسازی بررسی کردند که کیفیت، تعداد کلاس‌ها در هفته، تعداد کارمندان و تعداد فعالیت‌های باشگاه به‌عنوان آمیخته محصول، کاهش قیمت یا افزایش کیفیت با ثابت نگهداشتن قیمت به عنوان آمیخته قیمت، در دسترسی باشگاه‌ها برای مشتریان با کمترین اتلاف وقت و ساعات بیشتر دسترسی به آنها به عنوان آمیخته مکان و آمیخته ترویج نیز تبلیغات بیشتر، ایجاد برنامه‌های وفاداری، کوپن‌های تخفیف و بسته‌های جایزه را پیشنهاد کردند (جانر و سورد، ۲۰۱۴). معماری (۱۳۸۶) در تحلیل آمیخته بازاریابی صنعت ورزش با رویکرد تصمیم محور علاوه بر چهارعامل حمایت مالی، مدیریت ترویج، قیمت‌گذاری و قدرت‌های حاکم بر بازار، چهار عامل دیگر بازاریابی نظیر مدیریت روابط عمومی، مدیریت فرآیندها، مدیریت مکان و

1. Marketing capabilities
2. Billurel al.
3. Morgan et al.
4. Pits, & Stotlar
5. Baena
6. Harrison et. al
7. Janer & Sureda

مدیریت برند را به عنوان آمیخته بازاریابی در صنعت ورزش کشور نامید (معماری، ۱۳۸۶). محمدکاظمی (۱۳۸۶) نیز آمیخته بازاریابی را مطالعه نمود و با چند کشور منتخب مقایسه کرد (محمدکاظمی، ۱۳۸۶). حسینی (۱۳۸۸) در تحقیقی دریافت که ۵ مؤلفه مدیریت، استراتژی بازاریابی، عوامل محیطی، بخش بندی بازار و آمیخته بازاریابی عوامل تأثیرگذار در بازاریابی ورزشی است (حسینی، ۱۳۸۸). محرم زاده (۱۳۸۵) بیان نمود که نبود تبلیغات، بازاریابی مناسب برای یافتن بازارهای مناسب به منظور عرضه محصولات، عدم کیفیت مناسب در بسته بندی ها، تحریم اقتصادی و قیمت گران کالاهای تولیدی در ایران نسبت به بازارهای جهانی و نابرابری ارزی از جمله مواردی هستند که بازاریابی ورزشی دانشگاهی ایران را در تنگنا قرار داده است (محرم زاده، ۱۳۸۵). سامپایو و همکاران^۱ (۲۰۱۵) در پژوهشی در راستای عنصر ترویج و قیمت بیان می دارد که بسته های قیمتی مختلف بلیط باعث ایجاد حس تصمیم گیری بهتر و رضایت بیشتری را برای هواداران ایجاد می کند و تخفیف در قیمت بلیط های بیشتر باعث برنامه ریزی بهتر تماشاچی برای حضور آینده و هزینه های بیشتر در ورزشگاه جهت خرید کالاها و نمادهای باشگاه می شود (سامپایو و همکاران، ۲۰۱۵). طهماسب پور شفیعی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی بیان نمود در وضعیت موجود توجه بسیار کمتری به مؤلفه های آمیخته بازاریابی لیگ برتر فوتبال استان مازندران شده است. لذا مسئولان و دست اندکاران لیگ برتر فوتبال در این استان باید بررسی های لازم را در زمینه تناسب بین این عنصر با استانداردهای جهانی به عمل آورند و به منظور برطرف نمودن شکاف بین وضع موجود و مطلوب برنامه ها و تدابیر لازم را ببندیشند (طهماسب پور شفیعی و همکاران، ۱۳۹۵).

یکی دیگر از موضوعات بازاریابی که امروزه بسیار مرسوم شده است، استفاده از اینترنت و وب سایت برای بازاریابی است. در همین راستا راسکو (۲۰۱۴) با اشاره به ظرفیت های فناوری در بازاریابی بیان کرد باشگاه ها از طرق مختلف نظیر فروش کالاهای ورزشی، محصولات و خدمات خود به صورت آنلاین از وبسایتشان برای کسب درآمد و بازاریابی برای خودشان و محصولات متفاوت خود استفاده می نمایند. باانا (۲۰۱۶) نیز نشان داد که ایجاد یک وبسایت مجهز تنها برای ایجاد عشق به برند کافی نیست و وبسایت های سنتی دیگر مشتریان را برای بازگشت به سایت تحریک نمی کنند. مدیران باشگاه ها نیاز به استفاده از رسانه های بازاریابی تعاملی برای ارتباط با مصرف کنندگان و ایجاد ارتباط بین مشتریان دارند که مشتریان با هم در تعامل باشند. علاوه بر این، با یکپارچه سازی عناصر مختلف رسانه های اجتماعی مانند وبلاگ ها، یوتیوب، فیس بوک و توئیتر، تیم های حرفه ای حضور و ایجاد جوامع مجازی را افزایش دهند، به طوری که باعث انتخاب برند و سرگرمی هواداران شوند. (باانا، ۲۰۱۶). رزاقی و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی بیان داشتند که وبسایت باشگاه ها در مورد موارد اطلاعاتی، فروش، ترویج، ارتباطی ضعیف هستند و شرایط ارتباط با مشتری را تسهیل نمی کنند. آنها بیان کردند باشگاه ها نیازمند بازنگری اساسی و گسترده در به روز رسانی ساختاری وبسایت های خود جهت تقویت ابعاد بازاریابی و کسب مزیت رقابتی هستند (رزاقی و همکاران، ۱۳۹۴).

مروری بر پیشینه پژوهش مرتبط با بازاریابی فوتبال در کشور، حاکی از کمبود انجام پژوهشی های جامع درباره درآمدهای فوتبال و راهکارهای توسعه آن است. پژوهش های اندک انجام شده در زمینه باشگاه های لیگ حرفه ای و سازمان لیگ حرفه ای فوتبال نیز هر یک به نوعی وجود محدودیت های درآمدزایی و توسعه اقتصادی صنعت فوتبال را خاطر نشان ساخته و به محققان آتی برای بررسی و پژوهش بر روی این مقولات توصیه نموده اند (اللهی، ۱۳۸۷). حال با توجه به اهمیت منابع مالی برای تیم های فوتبال جهت حضور در فضای رقابتی می توان گفت که با شناسایی قابلیت های بازاریابی باشگاه های فوتبال می توان برای آنها برنامه ریزی

نمود، بازاریابی در این باشگاه‌ها را به صورت علمی به اجرا درآورد و به مزیت رقابتی خوبی در فضای بازار دست پیدا کرد- در غیر این صورت و با استفاده از شیوه‌های سنتی بازاریابی در لیگ برتر فوتبال، روند جاری ادامه خواهد یافت و هر روز شاهد نزول تیم‌های لیگ برتری و در کل فوتبال ملی کشور به دلیل کمبود منابع مالی خواهیم بود.

لذا سوال اصلی در این پژوهش این است که باشگاه‌های فوتبال لیگ برتر چه قابلیت‌هایی برای بازاریابی و کسب منابع درآمدی دارند؟ این قابلیت‌ها چگونه باید شناسایی شوند؟ چه عواملی در تبدیل این قابلیت‌ها به کارکرد اثرگذار است؟

البته نباید فراموش کرد که دانش بازاریابی ورزشی در ایران نوپا بوده و فعالیت‌های بازاریابی باشگاه‌های فوتبال ایران بجای اینکه منظم، هماهنگ و علمی باشد، بیشتر سلیقه‌ای و سنتی است و در بخش آکادمیک نیز خیلی به بحث بازاریابی ورزشی استراتژیک، قابلیت‌های بازاریابی باشگاه‌ها و فعالیت‌های بازاریابی در صنعت ورزش بخصوص ورزش فوتبال پرداخته نمی‌شود. از طرفی باید اذعان داشت که حل هر مشکلی نیازمند انجام پژوهش است و چون مشکلات باشگاه‌های فوتبال ایران از مشکلات مالی سرچشمه می‌گیرد، برای حل مشکلات مالی باید عوامل مرتبط با کسب درآمد و بازاریابی واکاوی شوند- که نقش پژوهش در بازاریابی و شناخت قابلیت‌های بازاریابی باشگاه‌های فوتبال واضح و مبرهن می‌نماید. لذا این موضوع محقق را بر این داشت که با بررسی قابلیت‌های موجود در باشگاه‌ها برای جذب درآمد به سوی خود و با بکارگیری روش ترکیبی به طراحی و تدوین مدل شناسایی قابلیت‌های بازاریابی باشگاه‌های فوتبال لیگ برتر کشور بپردازد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر بر مبنای جستجوی داده، دارای ماهیت ترکیبی^۱ است. در واقع، تحقیقی که از هر دو رویکرد کیفی^۲ و کمی^۳ در یک مطالعه خاص استفاده می‌کند، در زمره تحقیقات دارای روش‌های ترکیبی دسته‌بندی می‌شوند. تحقیق حاضر با رویکرد طرح اکتشافی توسعه ابزار^۴ انجام شده است؛ چنان که بر ابتدا جنبه کیفی تحقیق و سپس بعد کمی آن انجام شده و در نهایت تفسیر نتایج کیفی و کمی هم‌زمان صورت گرفته است. در واقع در این طرح، ابتدا بر اساس مطالعات کیفی، سازه‌ها یا مؤلفه‌های نظریه مورد نظر تشریح و واکاوی می‌شود- تا چارچوب و عوامل آن سازه‌ها و مؤلفه‌ها استخراج و شاخص‌هایی برای آن تدوین گردد- و در نهایت با استفاده از داده‌های کمی به بررسی اعتبار و ارزیابی نظریه ساخته شده اقدام می‌نماید (حکیم‌زاده و عبدالملکی، ۱۳۹۰). مرحله اول پژوهش، دارای ماهیت کیفی^۵ است که از روش نظریه داده بنیاد استفاده شد. هدف عمده این روش، تبیین یک پدیده از طریق مشخص کردن عناصر کلیدی (مفاهیم^۶، مقوله‌ها^۷ و قضیه‌ها^۸) آن پدیده و سپس طبقه‌بندی روابط این عناصر درون بستر و فرایند آن پدیده است. سه فرایند هم‌پوش در فرایند تحلیل تئوری مفهوم‌سازی بنیادی وجود دارد که عبارت‌اند از: کدگذاری باز^۹، کدگذاری

1. Mixed method
2. Qualitative
3. Quantitative
4. Instrument development exploratory design
5. Qualitative
6. Concepts
7. Categories
8. Propositions
9. Open Coding

محوری^۱ و کدگذاری انتخابی^۲ (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۳). محیط پژوهش کلیه مدیران عامل و بازاریابان باشگاه‌های فوتبال، اعضای کمیته بازاریابی فدراسیون فوتبال و سازمان لیگ، اساتید مدیریت ورزشی دانشگاه‌ها و دانشجویان دکتری بازاریابی ورزشی بودند. برای نمونه‌گیری در فاز کیفی از روش هدفمند^۳ و تکنیک گلوله برفی^۴ استفاده شد؛ به این صورت که ابتدا با ۳ نفر از نخبگان امر مصاحبه و از ایشان خواسته شد که نرات بعدی را معرفی کنند و به همین ترتیب ادامه یافت تا جایی که پژوهش به اشباع نظری و کفایت رسید- از فرد ۱۵ به بعد به اشباع نظری رسیدیم. تمامی مصاحبه‌ها ضبط شد و پس از انجام هر مصاحبه، تجزیه و تحلیل داده‌ها به منظور پایه‌گذاری مدل با روش گراندد^۵ تئوری با رویکرد گلیزر^۶ صورت گرفت. ممیزی پژوهش با چهار عامل اعتماد پذیری (حضور ۱۳ ماهه محقق در میدان تحقیق)، انتقال پذیری (استخراج و تحلیل حداکثری و غیر تکراری داده‌ها)، تأیید پذیری (روشن بودن گام‌های پژوهش برای محققین کیفی دیگر) و اتکا پذیری (با استفاده از فرمول اسکات^۷ و کدگذاری مجدد با ضریب ۸۶ درصد) تأیید گردید.

۱۷۵ در مرحله دوم تحقیق، پرسشنامه‌ای از داده‌های کمی ساخته شد. روایی محتوایی و صوری با استفاده از نظرات اساتید و روایی سازه با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی (که در بخش نتایج آورده شده است) و نیز پایایی با استفاده از آلفای کرونباخ (۰/۸۸) در بین نمونه‌ها توزیع شد. نمونه‌های تحقیق از بین کل جامعه تحقیق انتخاب شد. با وجود آنکه در مورد حجم نمونه لازم برای تحلیل عاملی و مدل‌های ساختاری توافق کلی وجود ندارد، اما به زعم بسیاری از پژوهشگران نظیر هولتر^۸ (۱۹۸۳)، گارور و منتزر^۹ (۱۹۹۹)، سی‌وو و همکاران^{۱۰} (۲۰۰۶)، هو^{۱۱} (۲۰۰۸) مبنی بر اینکه حجم نمونه ۲۰۰ و بالاتر به عنوان یک قاعده سرانگشتی خوب می‌تواند قدرت آماری کافی را برای تجزیه و تحلیل داده‌ها فراهم آورد (سهرابی و همکاران، ۱۳۹۳). در این پژوهش نیز به علت عدم همکاری تعدادی از نمونه‌های تحقیق، پرسشنامه در بین کل نمونه‌های در دسترس به تعداد ۳۵۰ نفر به سه صورت پرسشنامه چاپی به صورت فیزیکی، پرسشنامه از طریق ایمیل و پرسشنامه الکترونیکی توزیع شد و با نمونه‌ها هم به صورت فیزیکی و هم به صورت تلفنی و ایمیلی جهت اطمینان از دریافت پرسشنامه تماس برقرار شد. سپس برای دستیابی به تعداد پرسشنامه کافی برای آزمون‌های آماری طبق موارد مذکور در این بخش، بارها و بارها به نمونه‌ها مراجعه شد و تماس تلفنی و از طریق ایمیل ارتباط برقرار گردید. این کار تا زمانی ادامه پیدا کرد که تعداد پرسشنامه‌های دریافتی قابل استناد به بالای ۲۰۰ مورد رسید. در نهایت جهت انجام بخش کمی تحقیق ۲۰۷ مورد پرسشنامه استفاده شد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش کمی از تحلیل عاملی تأییدی^{۱۲} (CFA) و مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) داده‌های این مرحله از تحقیق مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. برای انجام تحلیل‌های آماری از نرم افزارهای LISREL 8.8 و SPSS16 و EXCEL استفاده گردید.

1. Axial Coding
2. Selective Coding
3. Purposive
4. Snow ball
5. Grounded Theory
6. Glaser
7. William Scott
8. Hoelter
9. Garver, M. S. and Mentzer,
10. Sivo et. al
11. Hoe
12. Confirmatory Factor Analysis(CFA)

یافته های پژوهش نتایج کیفی

مراحل تجزیه و تحلیل داده های حاصل از مصاحبه های انجام شده عبارت اند از:

گام اول - کدگذاری باز: داده های جمع آوری شده از مصاحبه ها به صورت مکتوب بر روی کاغذ درج، سپس با تجزیه و تحلیل خط به خط و پاراگراف به پاراگراف نوشته های موجود کدهای باز ایجاد گردید.

گام دوم - کدگذاری محوری: هدف از این مرحله برقراری رابطه بین طبقه های تولید شده در مرحله کدگذاری باز است. کدگذاری محوری منجر به ایجاد گروه ها و مقوله ها می گردد و تمامی کدهای مشابه در گروه خاص خود قرار گرفتند. ۱۲۸ کد باز استخراجی به ۱۶ کد محوری تبدیل شدند.

گام سوم - مرحله نظریه پردازی (کدگذاری انتخابی): کدگذاری انتخابی براساس نتایج دو مرحله قبلی کدگذاری، مرحله اصلی نظریه پردازی است. در گروه بندی کدها، کدهای محوری مستخرج از مصاحبه ها گروه بندی و سپس گروه های ایجاد شده با یکدیگر مقایسه شدند تا گروه های اصلی و ابعاد هر یک شناسایی و استخراج گردد. در این مرحله کدهای محوری در ۴ گروه قابلیت های بازاریابی به شرح جدول ۱ قرار گرفتند.

۱۷۶

جدول ۱: کدهای انتخابی و محوری قابلیت های بازاریابی مستخرج از مصاحبه ها

کد انتخابی	کد محوری
قابلیت های ورزش فوتبال	ویژگی های ورزش فوتبال (ماهیت فوتبال)
	اهمیت ورزش فوتبال
قابلیت های زیرساختی	قابلیت های استادیوم
	قابلیت های ساختاری
	قابلیت های فناوری
	قابلیت های امکانات فیزیکی
	قابلیت های برنامه ای
قابلیت های راهبردی باشگاه ها	قابلیت های منابع انسانی
	قابلیت برند
	قابلیت های مدیریتی
	قابلیت های مالی باشگاه
	قابلیت ارتباطی
قابلیت های عملیاتی باشگاه ها	قابلیت های موجود در هواداران
	قابلیت های حامیان
	قابلیت ترویجی
	قابلیت محصول

۱- قابلیت نهادی فوتبال: کدهایی که مربوط به ماهیت ورزش فوتبال و قابلیت‌هایی است که در خود ورزش فوتبال است و ورزش فوتبال بخودی خود صاحب آن‌هاست. ما این عوامل را در دو گروه ماهیت فوتبال و اهمیت ورزش فوتبال دسته‌بندی کرده‌ایم. ماهیت فوتبال شامل ویژگی‌های ورزش فوتبال، نقش فوتبال در ایجاد هویت، نقش احساسی فوتبال و فوتبال فراتر از تفریح بود و اهمیت ورزش فوتبال نیز شامل جایگاه اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی فوتبال در جامعه و توجه رسانه‌ها به فوتبال را در بر می‌گیرد.

۲- قابلیت‌های زیر ساختی: کدهایی که به تشریح زیرساخت‌ها و ملزومات اولیه مورد نیاز جهت تحقق بخشیدن به اهداف فوتبال، باشگاه و اهداف بازاریابی باشگاه‌های فوتبال می‌پردازد. محققین این عوامل را در چهار گروه دسته‌بندی کرده‌اند. قابلیت‌های استادیوم شامل استادیوم اختصاصی، امکانات رفاهی در استادیوم، مدیریت و جو استادیوم، تجارب حضور در ورزشگاه و بلیط فروشی است. قابلیت‌های ساختاری شامل ساختار فوتبال، ساختار سازمانی باشگاه‌ها، تخصص‌گرایی و ایجاد واحدهای تخصصی در باشگاه‌ها، حرفه‌ای شدن باشگاه‌ها، تجاری‌سازی فوتبال و ایجاد بخش رسانه‌ای در باشگاه‌هاست. قابلیت‌های فناوری شامل استفاده از فضای مجازی و اینترنت، فناوری موبایل، وبسایت و سیستم‌های اطلاعاتی است و در نهایت امکانات فیزیکی شامل مکان فیزیکی باشگاه، آکادمی‌های آموزشی، کمپ‌های تمرینی، اماکن تفریحی و فروشگاه‌های و تالار افتخارات و موزه باشگاه است.

۳- قابلیت‌های راهبردی: کدهایی که مربوط به سطح راهبردی باشگاه است که کل مجموعه سازمانی باشگاه را تحت تأثیر قرار می‌دهد و هر گونه عوامل و متغیرهایی که کل باشگاه را در بر می‌گیرد و مسیر را برای عوامل عملیاتی باشگاه هموار می‌کند. قابلیت‌های استراتژیک در بر گیرنده تفکر استراتژیک، فلسفه و هدف، اتاق فکر، طرح تجاری، برنامه و اهداف بازاریابی؛ قابلیت منابع انسانی شامل بازیکنان، مربیان، کارکنان و لیدرها؛ قابلیت‌های برند شامل برندسازی مشترک، برند باشگاه، استفاده از برند و بهبود وجهه؛ قابلیت‌های مدیریتی شامل دانش و تخصص مدیریتی و بازاریابی مدیران باشگاه‌ها، ثبات مدیریت، ارتباطات مدیریت و مدیریت سطح کلان فوتبال؛ و قابلیت‌های مالی شامل منابع مالی باشگاه و بودجه بازاریابی باشگاه است.

۴- قابلیت‌های عملیاتی: کدهایی که مربوط به سطح عملیاتی باشگاه و در برگیرنده قابلیت‌های ارتباطی در دو بخش داخلی (درون سازمانی و برون سازمانی) و بین‌المللی شامل ارتباط با رسانه‌ها، دولتمردان، هواداران و حامیان، باشگاه‌های خارجی و بازارهای بین‌المللی است؛ قابلیت هواداران شامل اهمیت هواداران، قانون هواداران، احساسات و نیازهای هواداران و مسائل مربوط به هواداران؛ قابلیت حامیان در برگیرنده جذب و مشارکت با حامیان، مسئولیت در برابر حامیان، انواع و حامیان و سطح بندی آن‌ها، قابلیت ترویجی شامل صحنه‌گذاری، ترویجیات روز مسابقه، مسئولیت‌های اجتماعی، تبلیغات، جشن‌ها و مراسم باشگاه؛ و قابلیت محصول در بر گیرنده محصول اصلی ورزش، تولید محصولات و البسه ورزشی و غیرورزشی، محصولات مشترک و محصولات متنوع است.

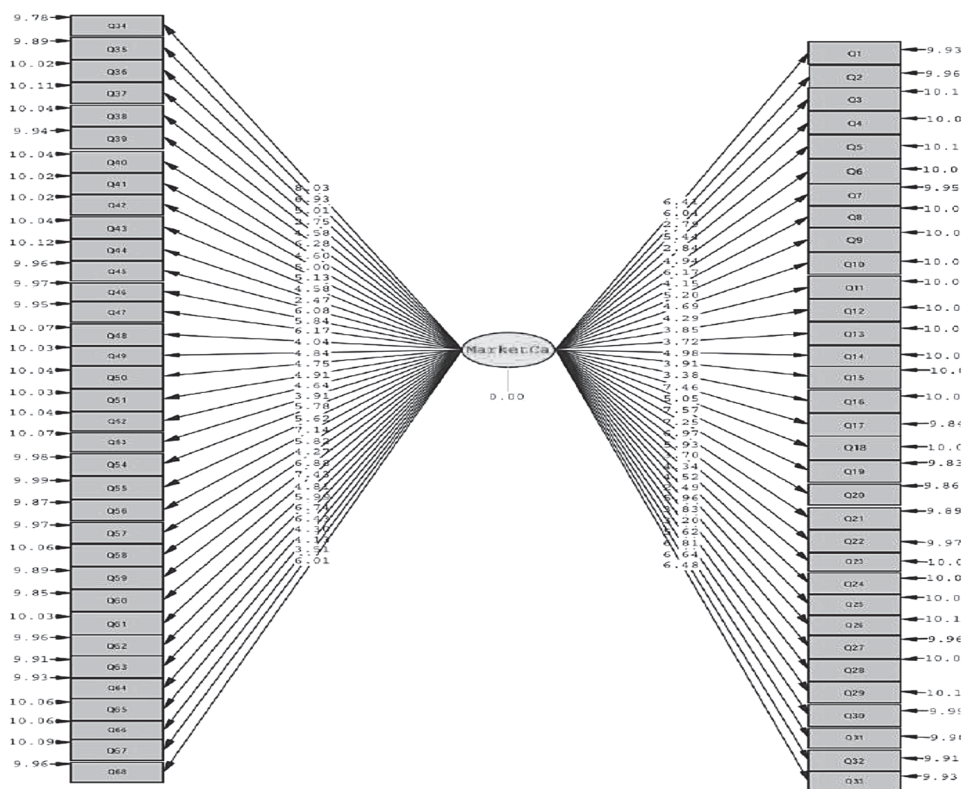
نتایج کمی

ساخت پرسشنامه تحقیق به این صورت بود که با استفاده از کدهای محوری به عنوان متغیرهای تحقیق و نیز کدهای اولیه ۹۲ گویه مرتبط با متغیرها بدست آمد که بارها و بارها مورد بازبینی و بررسی توسط محقق و اساتید قرار گرفت که بعد از تعیین روایی صوری و محتوایی به ۶۸ گویه تقلیل یافت. روایی سازه با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی بررسی و مورد تأیید قرار گرفت که نتایج به شرح زیر است.

شاخص‌های برازش و نتایج برازش در جدول ۲ آورده شده است.

جدول ۲: شاخص‌های برازش مدل

RMSEA	NFI	IFI	CFI	GFI	Chi-/Df Square	
۰/۰۶۷	۰/۹۱	۰/۹۶	۰/۹۳	۰/۹۳	۱/۹۲۸	مقدار
کمتر از ۰/۰۸	بیشتر از ۰/۹۰	بیشتر از ۰/۹۰	بیشتر از ۰/۹۰	بیشتر از ۰/۹۰	بین ۱ تا ۳	ملاک
برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	تفسیر

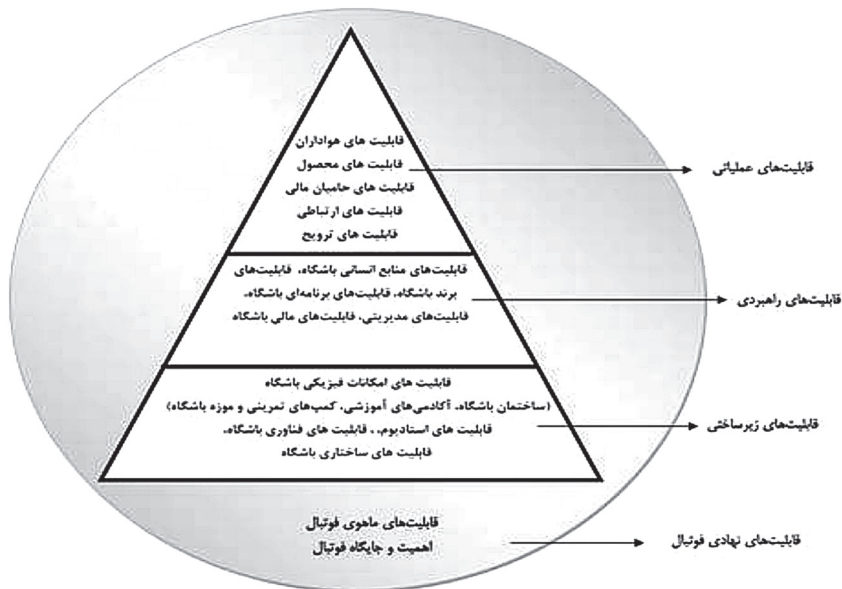


Chi-Square=2656.18, df=1377, P-value=0.00000, RMSEA=0.067

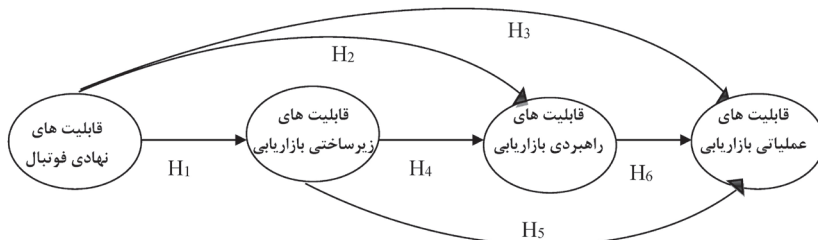
شکل ۱: مقادیر تحلیل عاملی تأییدی گویه‌های پرسشنامه

مدل نهایی پژوهش

این مدل براساس نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها و ادبیات نظری، استخراج و طراحی شده است. چهار سطح قابلیت‌ها شامل: ۱- قابلیت‌های نهادی فوتبال؛ ۲- قابلیت‌های زیرساختی؛ ۳- قابلیت‌های راهبردی و ۴- قابلیت‌های عملیاتی بودند. در مدل پیشنهادی، قابلیت‌های نهادی فوتبال زمینه‌ای برای قابلیت‌های دیگر در نظر گرفته شد. با توجه به موارد مذکور مدل نهایی تحقیق به صورت زیر است:



شکل ۲: مدل شناسایی قابلیت های بازاریابی باشگاه های لیک برتر فوتبال ایران



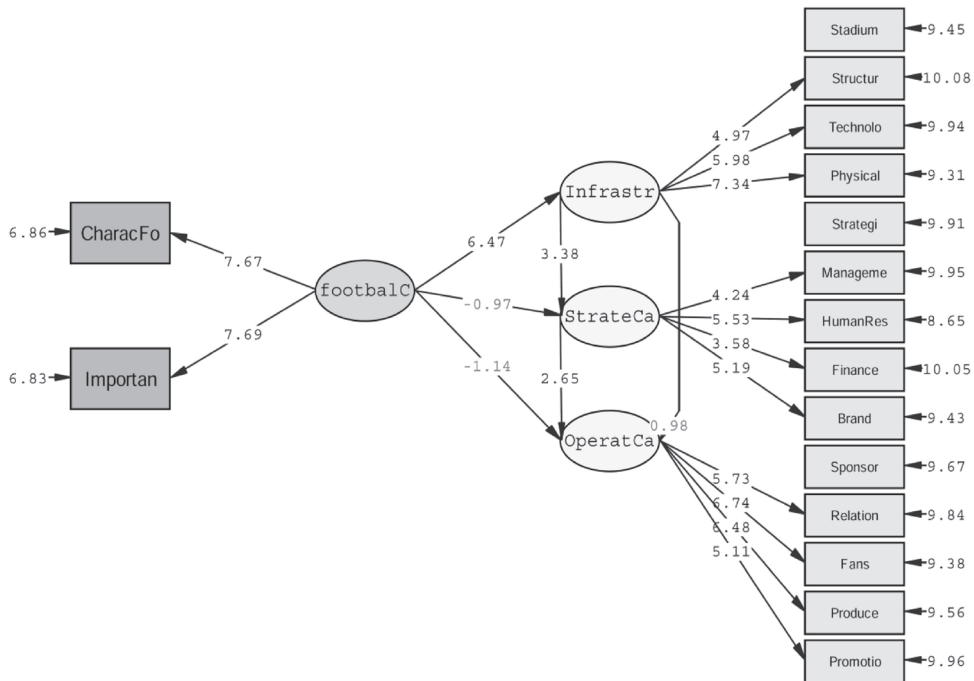
شکل ۳: روابط بین متغیرهای پژوهش در مدل نهایی

آزمون مدل پژوهش با استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری (SEM)

همان طور که در شکل ۴ مشخص است قابلیت های نهادی فوتبال تأثیر معناداری روی قابلیت های زیرساختی بازاریابی (ضریب اثر = 0.084 و $t = 6.47$) دارد. قابلیت های زیر ساختی بازاریابی تأثیر معناداری روی قابلیت های راهبردی بازاریابی (ضریب اثر = 0.089 و $t = 3.38$) و قابلیت های راهبردی تأثیر معناداری روی قابلیت های عملیاتی بازاریابی (ضریب اثر = 0.092 و $t = 2.65$) دارد. البته ضریب اثر قابلیت های ورزش فوتبال روی قابلیت های راهبردی (ضریب اثر = -0.058 و $t = -0.97$) و قابلیت های عملیاتی (ضریب اثر = -0.27 و $t = -1.14$) و همچنین ضریب اثر قابلیت های زیرساختی روی قابلیت های عملیاتی (ضریب اثر = 0.34 و $t = 0.98$) معنادار نبودند. در جدول ۳ شاخص های برازش مدل آورده شده اند که طبق منابع موجود همگی قابل تأیید می باشند.

جدول ۳: شاخص های برازش مدل

RMSEA	NFI	IFI	CFI	GFI	Chi-/Df Square	
۰/۰۵۳	۰/۹۱	۰/۹۶	۰/۹۶	۰/۹۱	۱/۵۸	مقدار
کمتر از ۰/۰۸	بیشتر از ۰/۹۰	بیشتر از ۰/۹۰	بیشتر از ۰/۹۰	بیشتر از ۰/۹۰	بین ۱ تا ۳	ملاک
برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	تفسیر

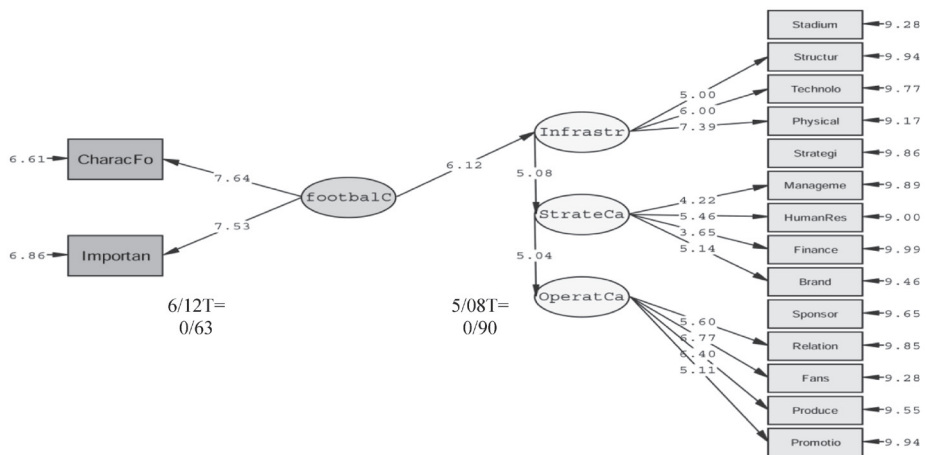


Chi-Square=154.80, df=98, P-value=0.00022, RMSEA=0.053

شکل ۴: مقادیر t روابط متغیرهای مدل پژوهش

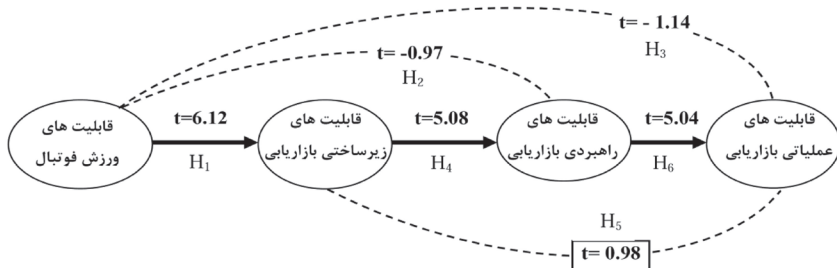
اصلاح مدل

در نتایج مدل سازی معادلات ساختاری مشاهده شد که روابط بین برخی از متغیرها معنادار نبود. بنابراین، روابطی که تأثیر معناداری در مدل نداشتند (مقادیر $t < 1/96$) از مدل حذف شدند و مدل دوباره مورد آزمون قرار گرفت که نتایج آن در شکل ۵ آورده شده است.

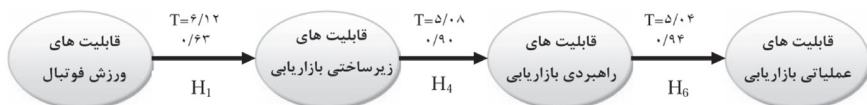


Chi-Square=162.35, df=101, P-value=0.00010, RMSEA=0.054

شکل ۵: اصلاح مقادیر t روابط بین متغیرهای مدل



شکل ۶: مدل نهایی روابط بین قابلیت های بازاریابی باشگاه ها قبل از حذف روابط غیر معنادار



شکل ۷: مدل نهایی روابط بین قابلیت های بازاریابی باشگاه ها بعد از حذف روابط غیر معنادار

همانطور که در شکل ۶ و ۷ مشاهده می شود، روابط مستقیم بین متغیرهای مدل تحقیق یعنی قابلیت های بازاریابی مورد تأیید قرار گرفت. طبق این روابط در مدل هر می پیشنهادی هر سطح پایه ای برای سطوح بالاتر است که نشان از ارتباط آن دو سطح دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

درآمد باشگاه‌های فوتبال ایران در مقایسه با باشگاه‌های فوتبال مطرح دنیا و حتی باشگاه‌های فوتبال آسیا و خاورمیانه بسیار کمتر است. چگونگی است که فوتبال حرفه‌ای دنیا در اروپا و حتی آسیا سالانه مبالغ کلانی را از محل حق پخش تلویزیونی، تبلیغات، حامیان مالی، بلیط فروشی و سایر منابع نصیب خود می‌سازد، ولی فوتبال حرفه‌ای ایران نه تنها از کسب درآمد حق پخش تلویزیونی مسابقات محروم است، بلکه از سایر منابع درآمدی نیز بهره کافی را نبرده است؟

هدف تحقیق حاضر، تدوین مدل تبدیل قابلیت‌های بازاریابی به کارکرد در باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران است. با توجه به نتایج تحقیق، اولین قابلیت بازاریابی باشگاه‌های فوتبال مربوط به قابلیت‌های نهادی فوتبال است که در بر دارنده ماهیت فوتبال و اهمیت و جایگاهی است که در بین مردم و جامعه دارد. فوتبال با توجه به ماهیت ویژه خود قابلیت فراوانی برای بازاریابی و کسب سود دارد و اکثر نهادها و شرکت‌های تجاری توجه خاصی برای ورود به این عرصه دارند. رسولی (۱۳۹۳) یکی از عوامل مهم برندسازی در فوتبال را ماهیت فوتبال معرفی نموده است. فوتبال با پا فراتر گذاشتن از حیطه ورزش به عنوان یک سرگرمی در تمامی ابعاد زندگی افراد جامعه وارد گشته است. این موضوع تا جایی پیش رفته که برای بسیاری مناطق، باشگاه فوتبال نشان‌دهنده هویت مردم یک شهر، منطقه، مذهب یا قومیت می‌باشد- نمونه آن تیم تراکتورسازی تبریز و هواداران آن است (رسولی، ۱۳۹۳). در نتیجه وجهه فوتبال باید طوری هدایت و برندسازی شود که جامعه بیش از پیش به آن اهمیت بدهد و بجای فرار از آن به سمت آن گام بردارد. در این زمینه همه عوامل فوتبال از جمله فدراسیون، سازمان لیگ، اتحادیه‌های فوتبال و باشگاه‌ها نقش آفرین هستند.

سطح بعدی قابلیت‌های بازاریابی، قابلیت‌های زیرساختی است که در برگیرنده استادیوم، ساختار سازمانی، فناوری و امکانات فیزیکی باشگاه نظیر آکادمی‌های آموزشی و کمپ‌های تمرینی و موزه باشگاه است. باشگاه‌های فوتبال باید از این قابلیت‌ها بخوبی استفاده کنند و در صدد ایجاد آن‌ها در باشگاه باشند تا بتوانند از شیوه‌های مختلف در این زمینه جذب درآمد کنند. معماری (۱۳۸۶) و محمدکاظمی (۱۳۸۶) نیز به این مسئله اشاره نمودند. از طرف دیگر، ساختار سازمانی باشگاه‌ها، فدراسیون و سازمان لیگ در کنار فناوری‌هایی نظیر اینترنت، موبایل و ... هم مزید بر علت است. در همین راستا رزاقی و همکاران (۱۳۹۴)، بانا (۲۰۱۶) و راسکو (۲۰۱۴) ایجاد فناوری و توسعه ساختاری وب سایت‌ها و نیز استفاده از رسانه‌های حقیقی و مجازی را برای بازاریابی مهم شمرده‌اند. محمدکاظمی (۱۳۸۶) ضعف سازمان لیگ و ساختار دولتی باشگاه‌ها و سرن و ویتوریو^۱ (۲۰۱۱) ساختار مدیریت لیگ را بر بازاریابی تأثیرگذار می‌دانند (سرن و ویتوریو، ۲۰۱۱). همچنین، الهی (۱۳۸۷) ساختار دولتی باشگاه‌ها را به عنوان معضل فوتبال معرفی نموده است. گرینت و همکاران^۲ (۲۰۱۱) بیان می‌کنند که تجهیزات، فناوری باشگاه و استادیوم، تجهیزات و تکنولوژی امکانات باشگاه، خدمات نوین اینترنتی، وب سایت‌ها، فناوری‌های موبایل و شبکه‌های اجتماعی و بطور کلی فضای مجازی تأثیر شگرفی بر زندگی افراد و مخاطبان ورزش به جای گذاشته است (گرینت و همکاران، ۲۰۱۱). در این زمینه اگر امکان ایجاد ورزشگاه اختصاصی برای تیم‌ها وجود ندارد، باشگاه‌ها می‌توانند به صورت مشترک با یکدیگر و به کمک سازمان‌های دیگر مانند شهرداری به ایجاد ورزشگاه بپردازند و در طولانی مدت صاحب همین ورزشگاه‌ها بشوند. اگر امکان این کار هم فراهم نبود، باشگاه‌ها می‌توانند مدیریت ورزشگاه را در روز برگزاری مسابقات به عهده بگیرند تا بتوانند از تمام امکانات موجود در آن کسب درآمد کنند و همزمان زمینه خدمات رسانی و رضایت حداکثری را برای هواداران خود فراهم نمایند.

سطح بعدی قابلیت‌های بازاریابی، قابلیت‌های استراتژیک است. برنامه‌ریزی استراتژیک برای سازمان، داشتن

برنامه و طرح بازاریابی بلند مدت، نیروی انسانی باشگاه (کارکنان، بازیکنان، مربیان، لیدرها و تدارکات) و منابع مالی کافی ظرفیت‌های گوناگونی برای بازاریابی ایجاد می‌کند. طریقی و همکاران (۱۳۹۲)، حسینی (۱۳۸۸) و محمد کاظمی (۱۳۸۶)، سرن و ویتوریو (۲۰۱۱)، معماری (۱۳۸۶) به نحوی عملکرد فنی بازیکنان، مربیان، مدیران (مالکان) و کادر سرپرستی و اداری باشگاه، وضعیت ظاهری و آراستگی، رفتار و گفتار نیروی انسانی را یک عامل مهم بازاریابی شمردند. قابلیت مدیریت باشگاه نیز یکی دیگر از قابلیت‌های استراتژیک است. حسینی (۱۳۸۸) و طریقی و همکاران (۱۳۹۲) قابلیت مدیریت را یک قابلیت بازاریابی می‌دانند. الهی (۱۳۸۷) و عسکریان و آزادان (۱۳۹۱) عوامل مدیریتی را یک مانع برای بازاریابی و توسعه اقتصادی دانستند (عسکریان و آزادان، ۱۳۹۱). باشگاه‌ها باید با داشتن یک فلسفه و یک برنامه‌ریزی بلندمدت و نیز یک ساختار مدیریتی باثبات زمینه را برای اثربخشی فعالیت‌های بازاریابی فراهم کنند. قابلیت‌های برندسازی به عنوان یکی از مهمترین قابلیت‌های بازاریابی برای باشگاه‌ها به حساب می‌آیند. مریلس و همکاران (۲۰۱۱)، طریقی و همکاران (۱۳۹۲) و معماری (۱۳۸۶) قابلیت نام تجاری را یک قابلیت بازاریابی معرفی نمودند. بانا (۲۰۱۶) برنامه‌ریزی برای استفاده از برند را به عنوان یکی از مهمترین دارایی‌های باشگاه‌ها لازم دانست. در همین راستا نیز الهی (۱۳۸۷) عدم مدیریت صحیح برند را از عوامل مؤثر بر جذب نشدن حامیان مالی و از چالش‌های توسعه اقتصادی لیگ برتر فوتبال ایران دانست. البته در کنار برند باشگاه، برند فوتبال، فدراسیون و سازمان لیگ نیز باید ارتقا یابد. تصویر برند لیگ برتر، فوتبال کشور و ارکان آن بر باشگاه‌ها و همچنین هواداران فوتبال تأثیر می‌گذارد. قابلیت‌های استراتژیک بازاریابی برای باشگاه‌ها بسیار نتیجه بخش خواهد بود که کسب درآمد باشگاه‌ها را در بلندمدت تضمین خواهد نمود. باشگاه‌ها باید با یک برنامه‌ریزی راهبردی و داشتن یک طرح تجاری جامع و با استفاده از منابع انسانی کارآمد و یک مدیر توانمند با یک دید استراتژیک و یک ضمانت اجرایی قوی جهت دستیابی به اهداف خود گام بردارند. شاید یکی از مهمترین مشکلات باشگاه‌های فوتبال در ایران، نبود ثبات مدیریت است که چون برنامه‌ها هم ضمانت اجرایی ندارند، با تغییر یک مدیر برنامه‌های او نیز کاملاً رها می‌شود و مدیر جدید نیز برنامه‌های کوتاه‌مدت را به زعم اینکه فرصت زیادی ندارد ترجیح می‌دهد.

سطح آخر مدل قابلیت‌های بازاریابی در باشگاه‌های مربوط به قابلیت‌های عملیاتی است. قابلیت محصول که هم محصول اصلی فوتبال یعنی مسابقه و هم محصولات جانبی را شامل می‌شود. زهره‌وندیان و خسروی‌زاده (۱۳۹۴) و رسولی (۱۳۹۳) بر تأثیر زیبایی بازی در رضایتمندی و جذب مخاطبان صحنه گذاشته‌اند. محصولات جانبی مانند محصولات ورزشی و غیرورزشی در استادیوم‌ها و خارج از استادیوم‌ها باعث ایجاد رضایتمندی و رفاه بیشتر هواداران و وفاداری آن‌ها به تیم و حامیان تیم خواهد شد. بیلور و همکاران (۲۰۱۰)، مورگان و همکاران (۲۰۰۹) و محرم‌زاده (۱۳۸۵) قابلیت محصول را برای بازاریابی مهم دانستند. قابلیت‌های ترویج هم در روز مسابقه و هم در روزهای خارج از مسابقه می‌تواند تأثیر خوبی روی بازار هدف فوتبال داشته باشد. فعالیت‌های صحنه‌گذاری، تبلیغات، تخفیف‌های بلیط فروشی و سرگرمی‌های افزوده شده در این حیطه قرار می‌گیرند. قابلیت‌های ارتباطی باشگاه نیز به روابط باشگاه‌ها با نهادهای دولتی و غیردولتی مانند رسانه‌ها در داخل کشور و نیز ارتباطاتی که باشگاه هم با بازار هوادار بین‌المللی و هم با باشگاه‌های بزرگ دنیا می‌تواند برقرار کند مربوط می‌شود. معماری (۱۳۸۶) و محمدکاظمی (۱۳۸۶) ترویج را یک قابلیت بازاریابی می‌دانند. در این زمینه سامپایو و همکاران (۲۰۱۵) روش‌های ترویج و قیمت‌گذاری را روی حضور مجلد مؤثر دانستند. مولفه بعدی، قابلیت‌های موجود در هواداران است که جزء اصلی فوتبال به حساب می‌آید. از آنجا که تماشاچیان برای باشگاه‌ها مهمترین گروه برای کسب درآمد به حساب می‌آیند، بدیهی است یک لیگ و یا باشگاه ورزشی که هوادار بیشتری را جذب کرده است، پتانسیل بالاتری برای درآمدزایی دارد. محمد کاظمی (۱۳۸۶) بیان می‌کند که باشگاه‌ها فوتبال توجه کمتری به شناسایی بازار مشتری دارند. در نتیجه هیچ‌گونه برنامه بلندمدت و عملیاتی بدین منظور تدوین نمی‌نمایند. الهی (۱۳۸۷) و سرن و ویتوریو (۲۰۱۱) این مطلب را عنوان نموده‌اند. استفاده از روش

مدیریت ارتباط با مشتری نیز توسط محققان مختلف همچون ریچلیو و همکاران (۲۰۱۱) و رسولی (۱۳۹۳) مورد تأکید قرار گرفته است. هاریسون و همکاران (۲۰۱۶) نیز ضمن تأکید بر محصولات و خدمات، بیان نمودند که باشگاه‌ها باید ارتباط خود را همیشه با مشتریان حفظ کنند. بطور کلی این نوع قابلیت‌های بازاریابی به سرعت می‌تواند بازده داشته باشند و شاید همه افراد نیز با توجه به زودبازده بودن آن نسبت به آن دید بهتری دارند. در متن این قابلیت‌ها، هواداران قرار دارند که می‌توان گفت تمام قابلیت‌های بازاریابی برای دستیابی به آنهاست.

در بخش کمی تحقیق مشاهده شد که قابلیت‌های نهادی فوتبال با قابلیت‌های زیرساختی رابطه معناداری دارد، اما با سایر قابلیت‌ها- هر چند مرتبط است- اما معنادار نبود. شاید بتوان گفت هر چه این قابلیت‌ها افزایش پیدا کند، اهمیت ساخت زیرساخت‌ها بیشتر می‌شود و باشگاه‌ها و مسئولان بیشتر به فکر فراهم کردن زیرساخت‌ها باشند و همین زیرساخت‌ها موجب خواهد شد که راهبردهایی برای بهره‌برداری بهتر از کمترین زیرساخت‌ها صورت گیرد. وقتی سرمایه‌گذاری زیادی روی زیرساخت‌ها صورت گیرد در نتیجه قابلیت‌های راهبردی نظیر مدیریت برتر و بهبود آموزش منابع انسانی برای کارایی بیشتر، برندسازی بهتر باشگاه و جذب اسپانسرها به برند، افزایش منابع مالی و بودجه باشگاه نیز بیشتر مورد توجه قرار خواهد گرفت و باشگاه بدنبال بهره‌برداری بیشتر از منابع زیرساختی خواهد بود- که بدنبال همین موضوع قابلیت‌های عملیاتی نیز بهبود خواهد یافت و محصول بهتری به مشتریان ارائه خواهد شد. برای مثال، وجود کمپ تمرینی و ورزشگاه و وجود منابع انسانی مثل بازیکن و مربیان موجب افزایش کیفیت محصول مسابقه و جذب تماشاچیان خواهد شد. وجود تمام قابلیت‌های نهادی، زیرساختی و راهبردی زمینه را برای قابلیت‌های عملیاتی ایجاد می‌نماید. هم هواداران بیشتر جذب می‌شوند که باعث جذب حامیان مالی و تبلیغات به سمت تیم خواهد شد و هم ترویج‌ات بیشتری در اختیار هواداران قرار خواهد گرفت- دست باشگاه برای ارتباط با هواداران و باشگاه‌های بین‌المللی باز خواهد شد. همه این موارد باعث تقویت و توسعه بازاریابی در باشگاه و به دنبال آن گسیل منابع مالی بیشتر به سمت باشگاه می‌شود.

با توجه به شناسایی قابلیت‌های بازاریابی باشگاه‌های فوتبال، می‌توان گفت این قابلیت‌ها به صورت بالقوه هستند که باید به صورت بالفعل درآیند. باشگاه‌ها علاوه بر اینکه باید این قابلیت‌ها را شناسایی و بهبود دهند باید بتوانند آنها را به کارکرد بازاریابی که همان کسب درآمد است تبدیل کنند. بطور کلی می‌توان گفت با توجه به نتایج تحقیق، شناسایی و توسعه قابلیت‌های بازاریابی برای باشگاه‌ها بسیار مهم است که برای دستیابی به کسب درآمد باید این قابلیت‌ها بالفعل شوند. در این زمینه باید عوامل تبدیل قابلیت‌های بازاریابی باشگاه‌ها به کارکرد نیز شناسایی شوند و برای توسعه این عوامل برنامه جامعی تدوین شود. این برنامه باید با تعامل بین باشگاه‌ها، فدراسیون، سازمان لیگ، اتحادیه‌های فوتبال، دولت و وزارت ورزش و بسیاری از نهادهای اجتماعی و قانون‌گذاری طراحی و اجرا شود تا باشگاه‌ها بتوانند فعالیت‌های بازاریابی خود را به بهترین شکل انجام دهند و به درآمد مناسبی برای پوشش هزینه‌های خود دست یابند و بدنبال آن نه تنها از دولت مستقل شوند، بلکه با پرداخت مالیات‌ها و کمک‌های مالی به دولت و نهادهای دیگر در بهبود جامعه کمک نمایند. مدل پیشنهادی می‌تواند برای شناسایی قابلیت‌های بازاریابی و عوامل تبدیل این قابلیت‌ها به کارکرد مورد استفاده قرار گیرد. باشگاه‌ها می‌توانند با استفاده از مدل مذکور هر یک از قابلیت‌های بازاریابی خود را در سطوح زیرساختی، راهبردی و عملیاتی شناسایی کنند و آنها را ایجاد یا توسعه دهند و جهت ایجاد عوامل تبدیل موجود در مدل، این قابلیت‌ها را در خود بالفعل نمایند. البته با توجه به سطوح هریک با توجه به میزان پتانسیل و نیاز خود باید برای استفاده از قابلیت‌ها به صورت بلندمدت و کوتاه‌مدت برنامه‌ریزی نمایند.

منابع

- الهی، علیرضا. (۱۳۸۷). «موانع و راهکارهای توسعه اقتصادی صنعت فوتبال جمهوری اسلامی ایران». رساله دکتری، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران.
- حسینی، عماد. (۱۳۸۸). «تعیین الگوی بازاریابی لیگ برتر فوتبال جمهوری اسلامی ایران». رساله دکتری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس.
- حکیم زاده، فرزاد و عبدالملکی، جمال. (۱۳۹۰). پروپوزال نویسی در مطالعات کیفی و ترکیبی. تهران: انتشارات جامعه شناسان
- دانایی فرد، حسن؛ الوانی، مهدی و آذر، عادل. (۱۳۸۳). روش شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع. تهران: نشر صفار اشراقی
- رسولی، مهدی. (۱۳۹۳). «طراحی مدل مدیریت استراتژیک برند باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران». رساله دکتری، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه خوارزمی.
- رزاقی، محمدابراهیم؛ مهربانی، قاسم و جلالی فراهانی، مجید. (۱۳۹۴). «بررسی بازاریابی تحت وب (مدیریت ارتباط با مشتری) باشگاه‌های فوتبال ایران». نشریه مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی. سال دوم، شماره ۷، صص ۱۹-۱۲۸.
- زهره‌وندیان، کریم و خسروی‌زاده، اسفندیار. (۱۳۹۴). «پیش‌بینی تصمیمات رفتاری تماشاگران فوتبال حرفه‌ای: نقش کیفیت نتیجه، کیفیت عملکردی و رضایتمندی». نشریه رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی. دوره ۳، شماره ۱۰، صص ۴۵-۵۵.
- زهره‌وندیان، کریم. (۱۳۹۵). «طراحی و تدوین مدل شناسایی قابلیت‌های بازاریابی باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال». رساله دکتری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس.
- سهرابی، روح‌اله؛ صمدی، عباس و یوسفی فرد، ارسلان. (۱۳۹۳). «طراحی و آزمون رفتار خرید ناگهانی مشتریان». دو فصلنامه علمی پژوهشی کاوش‌های مدیریت بازرگانی. سال ششم، شماره ۱۱، صص ۱۴۷-۱۸۰.
- طریقی، رسول؛ حمیدی، مهرزاد و رجبی، حسین. (۱۳۹۲). «طراحی الگوی بازاریابی فدراسیون ملی ورزش‌های دانشگاهی». نشریه پژوهش در ورزش دانشگاهی. شماره ۵، صص ۱۵-۳۰.
- طهماسب پور شفیعی، مصطفی؛ حسینی، سید عماد؛ دوستی پاشاکلائی، مرتضی و علیزاده، فرید. (۱۳۹۵). «ارزیابی آمیخته بازاریابی لیگ برتر فوتبال مازندران». پژوهش‌های مدیریت و رفتار سازمانی دانشگاه مازندران. شماره ۲۳، صص ۲۵۱-۲۶۸.
- عسکریان، فریبا و آزادان، مهدی. (۱۳۹۱). «موانع جذب اسپانسرها در فوتبال حرفه‌ای ایران». پژوهش‌های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی. سال دوم، شماره ۴، صص ۵۹-۶۹.
- فیض، داود و زنگیان، سمیه. (۱۳۹۲). «طراحی و ارائه مدل تأثیر قابلیت‌های بازاریابی بر کارآفرینی شرکت‌های کوچک و متوسط». مجموعه مقالات همایش ملی دانشگاه کارآفرین (صنعت دانش محور). بابلسر، دانشگاه مازندران، صص ۱ تا ۱۷.
- محرم‌زاده، مهرداد. (۱۳۸۵). «مقایسه شیوه‌های بازاریابی ورزش دانشگاهی کشورهای ایران و ترکیه». پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی. دوره ۱۲، شماره ۳ (۴۱)، صص ۹۳-۱۰۸.
- محمدکاظمی، رضا. (۱۳۸۶). «توصیف وضعیت عناصر آمیخته بازاریابی در صنعت فوتبال کشور و

● مقایسه آن با کره جنوبی و ژاپن». رساله دکترای، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه تربیت معلم.
● معماری، ژاله. (۱۳۸۶). «مدل سازی و تحلیل آمیخته بازاریابی صنعت ورزش کشور (با رویکرد تصمیم محور)». رساله دکتری، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه تهران.

- Baena, V. (2016). **“Online and mobile marketing strategies as drivers of brand love in sports teams: Findings from Real Madrid”**. International Journal of Sports Marketing and Sponsorship, Vol. 17 Iss: 3, pp.202 – 218.
- Billur, A. M., Gonzalez-Padron, T., & Calantone, R. J. (2010). **«An integrated marketing capability benchmarking approach to dealer performance through parametric and nonparametric analyses»**. Industrial Marketing Management, 39 (1), PP 150–160.
- Ceren, A., & Vittorio, P. (2011). **“Brand equity in team sports. The FC København case study”**. Copenhagen business school. Department of Marketing, MSc in Economics and Business Administration
- Gernete, N., Heere, B., & Dickson, G. (2011). **“New Sport Teams and the Development of Brand Community”**. European Sport Management Quarterly, 11(1), 35-54.
- Harrison, C. K., Bukstein, S., Botts, G. M., Lawrence, S. M. (2016). **“Female spectators as customers at National Football League games”**. International Journal of Sports Marketing and Sponsorship, Vol. 17 Iss: 2, pp.172 - 200
- Janer, I. A., Sureda, N. A. (2014). **“Marketing Mix during financial crisis: A case study of gyms and sport clubs in Balearic Islands”**. Degree’s Programme in Sciences of Business and Economics, Halmstad University
- Merrilees, B., Rundle-Thiele, S., & Lye, A. (2011). **“Marketing capabilities: Antecedents and implications for B2B SME performance”**. Journal of Industrial Marketing Management, 40(3), pp 368-375.
- Morgan, N.A., Vorhies, D.W., & Mason, C.H. (2009). **“Market orientation, marketing capabilities and firm performance”**. Strategic Management Journal, 30(8), PP 909–920.
- Pits, B. G., Stotlar, D. K. (2007). **Fundamentals of Sport Marketing**. Fitness Information Technology, Morgantown, First edition, PP 8-33
- Roşca, V. (2014). **«Web interfaces for e-CRM in sports: Evidence from Romanian Football”**. Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society, 9(1), PP27-46.
- Richelieu, A., Pawlowski and Breuer, C. (2011). **“Football brand management: minor league vs. champion s league”**. Journal of sponsorship, 4(2), PP 178-189.
- Sampaio, C. H; Jefferson, D. S; Marcelo, G. P. (2015). **“How price bundling affects football ticket purchases and consumption behaviour”**. International Journal of Sports Marketing and Sponsorship, Vol. 16 Iss: 3, pp.35 – 51.



تاثیر فرهنگ سازمانی بر سکوت سازمانی در وزارت ورزش و جوانان

مهدی سواد^۱
سیروس احمدی^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۳/۲۴

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۴/۱۰

این مطالعه با هدف تعیین میزان تاثیر فرهنگ سازمانی بر سکوت سازمانی در حوزه ستادی وزارت ورزش و جوانان انجام شد. روش تحقیق مورد استفاده در این مطالعه، توصیفی-پیمایشی بود و اطلاعات با دو روش کتابخانه ای و میدانی و با استفاده از پرسشنامه فرهنگ سازمانی والاچ (۱۹۸۳) و سکوت سازمانی بوراداس و واکولا (۲۰۰۵) گردآوری شد. از میان جامعه آماری (کارشناسان حوزه ستادی وزارت ورزش و جوانان به تعداد ۴۵۰ نفر) به روش نمونه گیری تصادفی ساده و با کمک جدول مورگان، نمونه آماری (۲۰۵ نفر) انتخاب گردید. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از دو نرم افزار SPSS و LISREL استفاده شد. آزمون های آماری مورد استفاده در این مطالعه عبارت اند از: آزمون کلموگروف-اسمیرنوف به منظور تعیین نرمالیتی متغیرها، شاخص های برازندگی به منظور تعیین برازش مدل، آزمون همبستگی پیرسون به منظور تعیین همبستگی بین متغیرها و آزمون رگرسیون جهت تعیین نقش متغیر مستقل بر وابسته. نتایج حاصل نشان می دهد که فرهنگ سازمانی و مولفه های آن (فرهنگ بوروکراتیک، فرهنگ حمایتی و فرهنگ نوآورانه) بر سکوت سازمانی و مولفه های آن (نگرش مدیران عالی نسبت به سکوت و نگرش سرپرستان نسبت به سکوت و فرصت های ارتباطی) تاثیر معناداری داشت. تاثیر فرهنگ سازمانی بر سکوت سازمانی در کارکنان زن تفاوت معناداری با کارکنان مرد دارد. با توجه به نقش فرهنگ حمایتی و فرهنگ نوآورانه در کاهش سطح سکوت سازمانی، پیشنهاد می شود که با پشتیبانی و حمایت از کارکنان و همچنین تشویق نوآوری، فرهنگ حمایتی و نوآوری در سازمان جا انداخته و از سکوت کارکنان جلوگیری شود.

واژگان کلیدی: سکوت سازمانی، فرهنگ سازمانی و وزارت ورزش و جوانان

۱. استادیار، مدیریت ورزشی، واحد قشم، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم، ایران

۲. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، واحد قشم، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم، ایران (نویسنده مسئول)

مقدمه

کارایی و توسعه هر سازمانی تا حد زیادی به کاربرد صحیح نیروی انسانی بستگی دارد. مدیران در مسائل گوناگون سعی در کنترل مداوم کارکنان خود دارند. بعضی از مدیران بر روی این مسئله که رضایت کارکنان را می‌توان از طریق پاداش و ترغیب به انجام کار افزایش داد، پافشاری می‌کنند. شاید تصورشان این است که کارکنان، زیردستان آن‌ها هستند و باید فرامین آن‌ها را بپذیرند. کارکنان علاقه‌مند به انجام کارهایی بامعنا و مهم و خواهان استقلال شغلی بیشتری در کار خود هستند تا به این طریق احساس ارزشمندی به آن‌ها دست دهد. چنانچه این کارکنان با موانعی در زمینه خواسته‌های شغلی خود مواجه شوند یا به عبارتی، مورد توجه مدیران قرار نگیرند، دچار سرخوردگی‌های شغلی و گوشه‌گیری در سازمان خواهند شد که این امر به نوبه خود منجر به پدیده‌هایی همچون سکوت سازمانی^۱ می‌شود. به‌رغم وجود این واقعیت که سکوت کارکنان به صورت پدیده‌ای شایع درآمده است، اما این مفهوم چندان شناخته شده نیست و تحقیقات علمی کمی روی آن صورت گرفته است (زارعی‌متین و همکاران، ۱۳۹۰). بسیاری از سازمان‌ها به این معمای آشکار پی برده‌اند که بیشتر کارکنان، حقایق مرتبط با مسائل و مشکلات سازمانی را می‌دانند، ولی جرات بیان آن‌ها را به رهبران خود ندارند. سازمان‌ها باید بدانند که اگر بر دهان‌های سازمانی مهر سکوت زده شود، اذهان سازمانی - که مولد دانش سازمانی‌اند - فسیل خواهند شد و علاوه بر اینکه، کاهش بهره‌وری، عملکرد، رضایت شغلی و تعهد در سرمایه انسانی روی خواهد داد، سازمان و مدیران آن در آتش حسرت خواهند سوخت: اینکه می‌توانستند از این منبع با ارزش در عرصه رقابت جهانی بهره‌جویند، ولی این کار را نکردند. عوامل متعدد و متنوعی در ایجاد و شکل‌گیری این پدیده نقش دارند (دانایی‌فرد و همکاران، ۱۳۹۰). افراد در سازمان اغلب دارای ایده‌ها، نظرها و اطلاعاتی برای ارائه روش‌های سازنده در بهبود کار و سازمان خود هستند. این کارکردها، بیان‌کننده مفهومی به نام آوای سازمانی^۲ هستند. برخی افراد این ایده‌ها را ارائه و برخی دیگر تمایلی به ارائه ایده‌ها، نظرها و اطلاعات ندارند و سکوت می‌کنند که موریسون و میلیکن^۳ آن را «سکوت سازمانی» نام نهادند (دانایی‌فرد و همکاران، ۱۳۹۰). سکوت سازمانی بطور کلی بر کیفیت تصمیم‌گیری، تغییر سازمانی و واکنش‌ها و رفتارهای کارکنان تاثیرگذار است (موریسون و میلیکن، ۲۰۰۰). سکوت سازمانی، از اثربخشی تصمیم‌گیری و فرآیندهای تغییر سازمانی را به دلیل محدود کردن داده‌های اطلاعاتی که در اختیار تصمیم‌گیرندگان قرار می‌دهند، می‌کاهد. علاوه بر آن، سکوت موجب عدم تجزیه و تحلیل ایده‌ها و بدیل‌های تصمیم‌گیری می‌گردد که در این صورت احتمال کمی وجود دارد که بتوان یک تجزیه و تحلیل جامع برای فرآیند تصمیم‌گیری انجام داد. این امر خود باعث عدم موفقیت یا کاهش اثربخشی فرآیندهای تغییر سازمانی و فرآیندهای تصمیم‌گیری می‌گردد (استاو و نمث، ۱۹۸۹). سکوت سازمانی از طریق سد کردن مسیر بازخورهای منفی، در کاهش توانایی سازمان برای شناسایی و اصلاح اشتباهات موثر است. بدون بازخور منفی، اشتباهات ادامه پیدا می‌کند و حتی شدت می‌یابد، زیرا اقدامات اصلاحی در زمان مورد نیاز، انجام نشده است (آرگریس^۴، ۱۹۷۷). موریسون و میلیکن اذعان داشته‌اند که سکوت در سازمان‌ها، پدیده‌ای جمع‌گرایانه در جهت عدم اظهار نظر در برابر مشکلات موجود است؛ این پدیده از آن جهت جمع‌گرایانه دانسته شده که نشان دهنده این واقعیت است که سکوت به معنای بازخور از یک فرد در یک سازمان نیست، بلکه حرکتی جمعی است از کارکنان که سکوت می‌کنند (افخمی اردکانی و همکاران، ۱۳۹۴). پیندر و هارلوز سکوت کارکنان را خودداری و امتناع از هرگونه بیان صادقانه و خالصانه در مورد ارزیابی‌های

1. Organizational silence
2. Organizational voice
3. Morrison & Milliken
4. Staw & Nemeth
5. Argyris

رفتاری، شناختی و اثربخشی سازمانی خود به افرادی که تصور می شود قادر به ایجاد تغییرات و یا جبران خسارت هستند، تعریف می کنند. با این تعریف، هر نوع برقراری ارتباط که: (۱) میل به تغییر شرایط را منعکس نمی کند، یا که (۲) به افرادی که تصور می شود قادر به بهبود آن شرایط هستند، سوق داده نشود، در شمول تلاش برای شکست سکوت قرار ندارد (الوانی و همکاران، ۱۳۹۴). سکوت سازمانی دارای سه بعد است: نگرش مدیریت عالی نسبت به سکوت، نگرش ناظران نسبت به سکوت و فرصت های ارتباطی (واکولا و بوراداس^۱، ۲۰۰۵). سکوت سازمانی از طریق آسیب پذیر نمودن فرآیندهای تصمیم گیری، اثربخشی تصمیمات را کاهش می دهد و این خود موجب عدم دستیابی به اهداف سازمانی و در نهایت زیر سوال بردن عملکرد سازمانی می شود. پژوهش ها عوامل مختلفی را پیرامون عواملی که می توانند بر سکوت سازمانی تاثیر گذار باشد، ارائه نموده اند که در این پژوهش تاثیر فرهنگ سازمانی مورد بررسی قرار گرفته است. سکوت، توسط بسیاری از ویژگی های سازمانی تحت تاثیر قرار می گیرد. این ویژگی ها شامل فرآیندهای تصمیم گیری، فرآیندهای مدیریت فرهنگ و ادراکات کارکنان از عوامل مؤثر بر سکوت است (بوراداس^۲ و واکولا^۳، ۲۰۰۵).

اما در عین حال دو عامل اصلی که سبب سکوت کارمندان در سازمان می گردد، عبارت اند از:

۱. ترس مدیریت از بازخوردهای منفی از سوی کارمندان به دلیل به خطر افتادن منافع و موقعیت شان؛
۲. ادراک کارکنان از باورهای ضمنی مدیریت در مورد آن ها.

این باورهای ضمنی شامل برخی تفکرات مدیریت است مبنی بر اینکه کارمندان فقط منافع شخصی خود را در نظر می گیرند، مدیریت سازمان بیشتر از همه می فهمند و بهترین ها را می داند و اینکه خلاف عقیده ها ماهیتا مسائل مضری برای سازمان است. این مسائل اگرچه باورهای مدیریت هستند و ممکن است هیچ یک در سازمان واقعیت نداشته باشند، اما عواطف و احساسات مخربی را هم چون ترس، فریب و خشم در کارکنان سازمان به وجود می آورد و در نهایت سبب ایجاد سکوت کارکنان می گردد. سکوت سازمانی، با محدود کردن اظهار نظر کارکنان، سبب کاهش اثربخشی تصمیم گیری های سازمانی فرآیندهای تغییر می گردد و این موضوعی است که بسیاری از سازمان ها از آن گله دارند. همچنین، این پدیده رفتاری به وسیله ممانعت از بازخور منفی، مانع تحول و توسعه سازمانی مؤثر می شود. از این رو سازمان توانایی بررسی و تصحیح خطاها را از دست می دهد (زارعی متین و همکاران، ۱۳۹۰).

در این مطالعه از مدل بوراداس و واکولا استفاده می شود:

- دیدگاه مدیران عالی نسبت به سکوت کارکنان.

- دیدگاه ناظران نسبت به سکوت کارکنان.

- فرصت های ارتباطی (بوراداس و واکولا، ۲۰۰۵).

فرهنگ سازمانی، نظامی از معانی مشترک است که به وسیله اعضای سازمان حفظ و به تمایز سازمانی از سازمان دیگر منجر می شود (احمدپور داریانی، ۱۳۷۸). به طور مشخص و دقیق تر می توان فرهنگ سازمانی را بر اساس ویژگی هایی تعریف کرد که بخشی از آن توسط والچ^۴ مطرح شده است. این شاخص ها عبارت اند از:

فرهنگ بوروکراتیک: فرهنگی سلسله مراتبی، سازمان یافته، نظام مند و شامل بخش های مجزا از یکدیگر که هریک دارای خطوط روشن مسئولیت و اختیار می باشند.

1. Vakola & Bouradas
2. Buradas
3. Vakola
4. Valach

فرهنگ نوآوری: اشاره به محیط کاری خلاق، نتیجه‌گرا و چالشی دارد. فرهنگ حمایتی: توصیف‌کننده یک محیط کاری با مشخصه‌های کار تیمی و انسان‌گرایی، تشویق و اعتماد است. عبارت فرهنگ سازمانی برای اولین بار در سال ۱۹۷۹ با انتشار مقاله ای با عنوان «مطالعه فرهنگ‌های سازمانی» توسط آندره دبلیو پیتگرو در ادبیات پژوهشی ظهور پیدا کرد. طبقه‌بندی‌های مختلفی برای شناسایی فرهنگ سازمانی ارائه شده است. به عنوان مثال، دنیسون^۱ (۱۹۹۰) طبقه بندی مأموریتی/تداوم رویه/مشارکتی/انطباق پذیری، کوئین^۲ و روهرباخ^۳ (۱۹۸۳) طبقه بندی قبیله ای/کارآفرینی/بازاری/سلسله مراتبی و والاچ (۱۹۸۳) طبقه بندی بوروکراتیک/نوآوری/حمایتی را ارائه کردند. در این مطالعه از مدل والاچ که دارای ابعاد فرهنگ بوروکراتیک، فرهنگ نوآوری و فرهنگ حمایتی است، استفاده می شود (سرخوش، ۱۳۸۹).

مشاهدات مستقیم و همچنین مصاحبه با کارکنان این وزارتخانه نشان می‌دهد که کارکنان بعضاً یا از اهداف و تصمیمات سازمانی بی‌اطلاع هستند و یا در صورت اطلاع، نسبت به این اهداف توجهی ندارند. همچنین، نتیجه این مصاحبه‌ها موید این موضوع است که مشارکت نکردن کارکنان در هدف گذاری‌های سازمانی، جلسات تصمیم‌گیری و تدوین راه‌حل مشکلات، یکی از عوامل اساسی موثر بر سبک مدیریتی می‌باشد که تصمیم‌گیری در آن به صورت کاملاً متمرکز و در سطوح عالی سازمان انجام می‌شود و بعد از تدوین تصمیمات، جهت اجرا به سطوح پایین‌تر ارجاع داده می‌شود که این خود نشان‌دهنده تسلط یک سبک مدیریت بوروکراتیک و یک فرهنگ سنتی و سلسله مراتبی است. وجود توأمان فرهنگ سنتی و سکوت سازمانی، امکان وجود یک رابطه بین این دو موضوع را به ذهن محقق متبادر ساخته است. از طرفی، نتایج پژوهش‌های متعددی که در زمینه شناخت فرهنگ سازمانی انجام شده است، حکایت از آن دارد که فرهنگ بر تدوین اهداف، رفتار فردی، انگیزش، خلاقیت و نوآوری، نحوه تصمیم‌گیری و میزان مشارکت کارکنان در امور، میزان فداکاری و تعهد، رضایت شغلی، اثربخشی و مانند آن‌ها تاثیر دارد (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۹۰). با توجه به اینکه فرهنگ سازمانی بر سبک‌های تصمیم‌گیری و میزان مشارکت کارکنان تاثیر دارد، می‌توان حدس زد که فرهنگ سازمانی می‌تواند یکی از موضوعات موثر بر سکوت سازمانی باشد، ولی این تاثیرگذاری به چه میزان است؟ موضوعی است که ذهن محقق را بدان مشغول ساخته است. لذا این پژوهش در پی پاسخ به این سوال اساسی است که:

آیا فرهنگ سازمانی بر سکوت سازمانی در حوزه ستادی وزارت ورزش و جوانان تاثیر دارد؟

روش شناسی پژوهش

این پژوهش به بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی بر سکوت سازمانی در بین کارشناسان حوزه ستادی وزارت ورزش و جوانان می‌پردازد.

از لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی و به علت این که هدف توصیف کردن شرایط و پدیده‌های مورد بررسی، شناخت بیشتر شرایط موجود و یاری دادن در فرایند تصمیم‌گیری است در زمره پژوهش‌های پیمایشی قرار می‌گیرد. اطلاعات مورد نیاز به دو روش کتابخانه‌ای (مطالعات کتب و مقالات و سایت‌های معتبر) و میدانی (پرسشنامه فرهنگ سازمانی و پرسشنامه سکوت سازمانی) به دست آمد. پرسشنامه‌های مورد استفاده در این مطالعه در حوزه فرهنگ سازمانی پرسشنامه والاچ (۱۹۸۳) و در حوزه سکوت سازمانی پرسشنامه بوراداس و واکولا (۲۰۰۵) می‌باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر، کلیه کارشناسان حوزه ستادی وزارت ورزش و جوانان به تعداد ۴۵۰ نفر می‌باشد

1. Denison
2. Quinn
3. Rohrbaugh

که با روش نمونه گیری تصادفی ساده و با کمک جدول مورگان ۲۰۷ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. برای توصیف متغیرهای تحقیق از شاخص های آماری توصیفی مانند فراوانی، درصد فراوانی، میانگین، میانه و ترسیم نمودار استفاده گردید. برای سنجش اعتبار و روایی ابزار پژوهش (پرسشنامه) از روش روایی محتوا و بهره گیری از نظر نخبگان استفاده شد.

متغیر	مقدار آلفای کرونباخ
فرهنگ سازمانی	۰/۸۳۵
سکوت سازمانی	۰/۸۰

برای اطمینان از توزیع طبیعی داده ها از آزمون آماری کلموگروف - اسمیرنف استفاده شد که نرمال بودن توزیع داده ها را نشان می دهد. اگر داده ها دارای توزیع نرمال باشند، امکان استفاده از آزمون پارامتریک وجود دارد- در غیر این صورت باید از آزمون ناپارامتریک استفاده کنیم.

یافته های پژوهش

جدول ۱: وضعیت متغیرهای جمعیت شناختی

جنسیت	فراوانی	درصد
مرد	۱۱۰	۱۴/۵۳
زن	۹۷	۸۶/۴۶
کل	۲۰۷	۱۰۰/۰
سطح تحصیلی	فراوانی	درصد
فوق دیپلم	۳۶	۱۷/۴
لیسانس	۹۸	۴۷/۳
فوق لیسانس	۵۴	۲۶/۱
دکتری	۱۹	۹/۲
کل	۲۰۷	۱۰۰/۰
وضعیت تاهل	فراوانی	درصد
مجرد	۷۷	۳۷/۲
متاهل	۱۳۰	۶۲/۸
کل	۲۰۷	۱۰۰/۰
وضعیت استخدام	فراوانی	درصد
رسمی	۵۰	۲۴/۲
پیمانی	۶۸	۳۲/۹
قراردادی	۴۲	۲۰/۳
شرکتی	۴۷	۲۲/۷
کل	۲۰۷	۱۰۰/۰

با توجه به داده های جدول فوق ۵۳/۱۴ درصد کارشناسان مرد و ۴۶/۸۶ درصد زن بودند. همچنین، از میان کارشناسان شرکت کننده در این پژوهش ۶۴/۳ درصد فوق دیپلم و لیسانس، ۲۶/۱ درصد فوق لیسانس و ۹/۲ درصد دکتری بودند. ۶۲/۸ درصد کارشناسان متأهل و ۳۷/۲ درصد مجرد بودند. همچنین، کارشناسان شرکت کننده در این پژوهش ۲۴/۲ درصد رسمی، ۳۲/۹ درصد پیمانی، ۲۰/۳ درصد قراردادی، ۱۷/۹ درصد شرکتی و ۴/۸ درصد سایر موارد بودند.

وضعیت نرمالیتی متغیرها

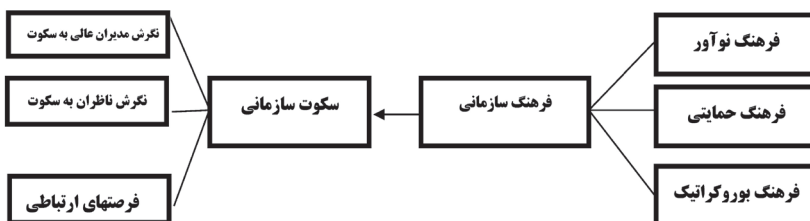
جدول ۲: آزمون کلموگروف اسمیرنف برای بررسی نرمالیتی متغیرهای پژوهش

متغیرها	کلموگروف اسمیرنف	معناداری
نگرش مدیران نسبت به سکوت	۰/۶۷۹	۰/۷۴۶
نگرش سرپرستان نسبت به سکوت	۰/۵۵۱	۰/۹۲۱
فرصتهای ارتباطات	۰/۷۴۵	۰/۶۳۵
سکوت سازمانی	۰/۴۴۲	۰/۹۹۰
فرهنگ نوآور	۰/۶۵۲	۰/۸۱۴
فرهنگ حمایتی	۰/۴۹۵	۰/۹۱۸
فرهنگ بوروکراتیک	۱/۲۵۲	۰/۰۸۷
فرهنگ سازمانی	۱/۰۵۵	۰/۲۱۵

نتایج آزمون کلموگروف اسمیرنف نشان داد که فرهنگ سازمانی و ابعاد آن و سکوت سازمانی و ابعاد آن در کارشناسان در سطح ۰/۰۵ به صورت نرمال توزیع شدند - $p > 0/05$ (سطح معناداری بیشتر از ۰/۰۵ بود). بنابراین برای توصیف متغیرهای فوق از میانگین و انحراف استاندارد و برای پاسخ به فرضیه های پژوهش از آزمون های پارامتریک استفاده می شود.

یافته های مرتبط با تحلیل استنباطی داده ها

فرضیه اصلی: فرهنگ سازمانی تاثیر معناداری بر سکوت سازمانی در حوزه ستادی وزارت ورزش و جوانان دارد. متغیرهای فرهنگ سازمانی و سکوت سازمانی و مولفه های آنها در قالب یک مدل مفهومی به شکل زیر ارائه شده است.



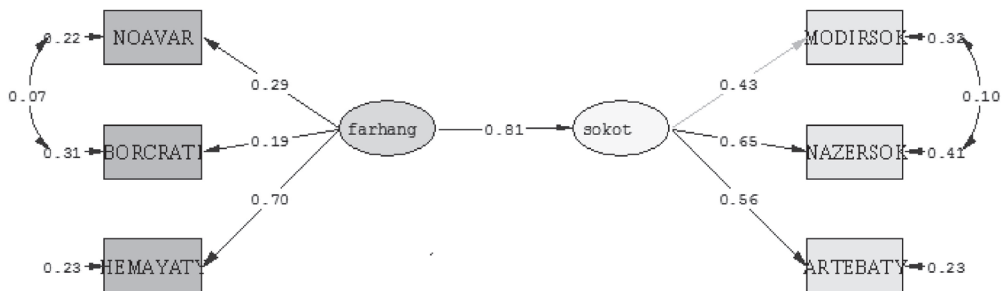
نمودار ۱: مدل مفهومی پژوهش

برای بررسی اینکه آیا داده های پژوهش مدل علی فوق را مورد تأیید قرار می دهد یا نه از روش SEM^۱ استفاده شد. به این منظور، نرم افزار LISREL نسخه ۸/۷ مورد استفاده قرار گرفت. با توجه به مدل مفهومی، شمای مدل با استفاده از ترسیم روابط بین متغیرهای فوق تدوین شد. سپس شاخص های برازندگی مدل اندازه گیری مورد محاسبه و ارزیابی قرار گرفت. شاخص های برازندگی^۲ از قبیل مجذور کای نرم شده (χ^2/df)، شاخص برازندگی تطبیقی (CFI)، شاخص برازندگی (GFI)، شاخص تعدیل شده برازندگی (AGFI) و RMSEA مورد استفاده قرار گرفتند. اغلب صاحب نظران، مجذور کای نرم شده کوچکتر از ۳ را نشان دهنده برازندگی مناسب مدل تلقی می کنند (گیلز، ۲۰۰۲). مقادیر بدست آمده برای شاخص ها در جدول زیر نشان داده شده است:

جدول ۳: شاخص های برازندگی مدل

شاخص های برازندگی	χ^2	df	χ^2/df	RMSEA	GFI	AGFI	CFI
مقادیر شاخص ها	۱۴/۰۱	۶	۲/۳۵	۰/۰۷	۰/۹۳	۰/۸۷	۰/۹۲

بر اساس جدول فوق، مجذور کای نرم شده برای مدل اندازه گیری در این پژوهش ۲/۳۵ بود که بیان کننده برازندگی قابل قبول مدل با داده است. شاخص برازندگی تطبیقی (CFI) بالاتر از ۰/۹ و شاخص برازندگی (GFI) برابر ۰/۹۳ و شاخص تعدیل شده برازندگی (AGFI) نیز ۰/۸۷ و همچنین RMSEA برابر با ۰/۰۷ بود که بر اساس مقادیر بدست آمده می توان گفت مدل مفهومی برازش مناسبی با داده ها دارد. مدل به انضمام ضرایب مسیر به شکل زیر بود:



Chi-Square=14.01, df=6, P-value=0.070, RMSEA=0.07

نمودار ۲: مدل به انضمام ضرایب مسیر

متغیرهای موجود در مدل ضریب مسیر، نتایج آزمون t و سطح معناداری برای ضرایب در جدول زیر نشان داده شده است:

1. Structural Equation Modeling
2. Fit index

جدول ۴: ضرایب مسیر، نتایج آزمون t برای مدل

تأثیر گذار	متغیر نهفته	ضرایب مسیر	t	سطح معناداری
فرهنگ سازمانی نوآور	فرهنگ سازمانی	۰/۲۹	۷/۴۸	۰/۰۰۱
فرهنگ سازمانی بوروکراتیک		۰/۱۹	۴/۷۶	۰/۰۰۱
فرهنگ سازمانی حمایتی		۰/۷۰	۱۵/۵۴	۰/۰۰۱
نگرش مدیران نسبت به سکوت	سکوت سازمانی	۰/۴۳	۶/۲۷	۰/۰۰۱
نگرش سرپرستان نسبت به سکوت		۰/۶۵	۸/۶۷	۰/۰۰۱
فرصت های ارتباطات		۰/۵۶	۷/۸۱	۰/۰۰۱
فرهنگ سازمانی		۰/۸۱	۷/۵۴	۰/۰۰۱

- جدول فوق ضرایب مسیر، t و سطح معناداری را نشان می دهد. همه ضرایب مسیر به «سکوت سازمانی» و همه ضرایب مسیر به «فرهنگ سازمانی» معنادار بود. با توجه به مدل فوق می توان گفت (فرضیه های پژوهش):
- فرهنگ سازمانی نوآور، حمایتی و بوروکراتیک به عنوان سه مولفه فرهنگ سازمانی مورد تأیید قرار گرفت.
 - نگرش سرپرستان نسبت به سکوت، نگرش مدیران نسبت به سکوت و فرصت های ارتباطاتی به عنوان سه مولفه سکوت سازمانی مورد تأیید قرار گرفت.
 - فرهنگ سازمانی نوآور و بوروکراتیک کوواریانس مشترک معنادار دارند.
 - نگرش سرپرستان نسبت به سکوت و نگرش مدیران نسبت به سکوت کوواریانس مشترک معنادار دارند.
 - فرهنگ سازمانی تأثیر معناداری بر سکوت سازمانی در حوزه ستادی وزارت ورزش و جوانان داشت و میزان اثر آن ۰/۸۱ بود.
 - فرهنگ سازمانی نوآور تأثیر معناداری بر سکوت سازمانی (نگرش مدیران عالی نسبت به سکوت) در حوزه ستادی وزارت ورزش و جوانان داشت و میزان اثر آن $0/101 = 0/43 \times 0/81 \times 0/29$ در واقع میزان اثر فرهنگ سازمانی نوآور بر نگرش مدیران عالی نسبت به سکوت ۱۰/۱ درصد است.
 - فرهنگ سازمانی حمایتی تأثیر معناداری بر سکوت سازمانی (نگرش مدیران عالی نسبت به سکوت) در حوزه ستادی وزارت ورزش و جوانان داشت. و میزان اثر آن $0/244 = 0/43 \times 0/81 \times 0/70$ در واقع میزان اثر فرهنگ سازمانی حمایتی بر نگرش مدیران عالی نسبت به سکوت ۲۴/۴ درصد است.
 - فرهنگ سازمانی بوروکراتیک تأثیر معناداری بر سکوت سازمانی (نگرش مدیران عالی نسبت به سکوت) در حوزه ستادی وزارت ورزش و جوانان داشت و میزان اثر آن $0/066 = 0/43 \times 0/81 \times 0/19$ در واقع میزان اثر فرهنگ سازمانی حمایتی بر نگرش مدیران عالی نسبت به سکوت ۶/۶ درصد است.
 - فرهنگ سازمانی نوآور تأثیر معناداری بر سکوت سازمانی (نگرش ناظران نسبت به سکوت) در حوزه ستادی وزارت ورزش و جوانان داشت و میزان اثر آن $0/153 = 0/65 \times 0/81 \times 0/29$ در واقع میزان اثر فرهنگ سازمانی نوآور بر نگرش ناظران عالی نسبت به سکوت ۱۵/۳ درصد است.
 - فرهنگ سازمانی حمایتی تأثیر معناداری بر سکوت سازمانی (نگرش ناظران نسبت به سکوت) در حوزه ستادی وزارت ورزش و جوانان داشت و میزان اثر آن $0/369 = 0/65 \times 0/81 \times 0/70$ در واقع میزان اثر فرهنگ سازمانی حمایتی بر نگرش ناظران عالی نسبت به سکوت ۳۶/۹ درصد است.
 - فرهنگ سازمانی بوروکراتیک تأثیر معناداری بر سکوت سازمانی (نگرش ناظران نسبت به سکوت) در حوزه ستادی وزارت ورزش و جوانان داشت و میزان اثر آن $0/100 = 0/65 \times 0/81 \times 0/19$ در واقع میزان

اثر فرهنگ سازمانی حمایتی بر نگرش ناظران عالی نسبت به سکوت ۱۰/۰ درصد است.

۱۲. فرهنگ سازمانی نوآور تأثیر معناداری بر سکوت سازمانی (فرصت‌های ارتباطی) در حوزه ستادی وزارت ورزش و جوانان داشت و میزان اثر آن $0/131 = 0/56 \times 0/81 \times 0/29$ در واقع میزان اثر فرهنگ سازمانی نوآور بر فرصت‌های ارتباطی ۱۳/۱ درصد است.

۱۳. فرهنگ سازمانی حمایتی تأثیر معناداری بر سکوت سازمانی (فرصت‌های ارتباطی) در حوزه ستادی وزارت ورزش و جوانان داشت و میزان اثر آن $0/318 = 0/56 \times 0/81 \times 0/70$ در واقع میزان اثر فرهنگ سازمانی حمایتی بر فرصت‌های ارتباطی ۳۱/۸ درصد است.

۱۴. فرهنگ سازمانی بوروکراتیک تأثیر معناداری بر سکوت سازمانی (فرصت‌های ارتباطی) در حوزه ستادی وزارت ورزش و جوانان داشت و میزان اثر آن $0/086 = 0/56 \times 0/81 \times 0/19$ در واقع میزان اثر فرهنگ سازمانی حمایتی بر فرصت‌های ارتباطی ۸/۶ درصد است.

۱۹۵

۱۵. تأثیر فرهنگ سازمانی بر سکوت سازمانی در میان کارکنان زن و مرد با هم تفاوت معناداری دارد. برای پاسخ به فرضیه فوق چون فرهنگ سازمانی و سکوت سازمانی کمی هستند و تخطی از نرمال بودن در داده‌ها مشاهده نشد، از رگرسیون برای اثر فرهنگ سازمانی بر سکوت سازمانی در زنان و مردان استفاده شد. رابطه فرهنگ سازمانی با سکوت سازمانی در زنان ۰/۳۰ بود. در واقع، میزان اثر فرهنگ سازمانی بر سکوت سازمانی در زنان ۹/۰ درصد است که این همبستگی معنادار می‌باشد. رابطه فرهنگ سازمانی با سکوت سازمانی در مردان ۰/۶۲۸ بود. در واقع، میزان اثر فرهنگ سازمانی بر سکوت سازمانی در مردان ۳۹/۵ درصد است که این همبستگی معنادار است. (جدول ۵)

جدول ۵: ضریب همبستگی برای رابطه فرهنگ سازمانی و سکوت سازمانی در کارکنان زن و مرد

جنسیت	همبستگی	مجذور همبستگی	خطای استاندارد پیش بینی	سطح معناداری
مردان	۰/۳۰۰	۰/۰۹۰	۰/۰۷۶	۰/۰۱۴
زنان	۰/۶۲۸	۰/۳۹۵	۰/۳۹۱	۰/۰۰۱

نتیجه تحلیل واریانس مجموع مجذورات حاصل از رگرسیون در جدول ۱۰-۴ برای کارکنان زن و مرد نشان داده شده است.

جدول ۶: تحلیل واریانس مجموع مجذورات حاصل از رگرسیون

جنسیت	اثرات	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	سطح معناداری
مردان	رگرسیون	۱/۴۳۴	۱	۱/۴۳۴	۶/۳۴۳	۰/۰۱۴
	باقی مانده ها	۱۴/۴۶۷	۶۴	۰/۲۲۶		
	کل	۱۵/۹۰۱	۶۵			
زنان	رگرسیون	۲۳/۹۰۹	۱	۲۳/۹۰۹	۸۹/۴۳۵	۰/۰۰۱
	باقی مانده ها	۳۶/۶۲۴	۱۳۷	۰/۲۶۷		
	کل	۶۰/۵۳۳	۱۳۸			

با توجه به نتایج جدول فوق:

۱. چون در تجزیه مجموع مجذورات در تحلیل رگرسیون $P < 0/05$ ، $F(1/64) = 3/343$ بود، پس رابطه فرهنگ سازمانی و سکوت سازمانی در کارکنان مرد معنادار است.
۲. چون در تجزیه مجموع مجذورات در تحلیل رگرسیون $P < 0/01$ ، $F(1/137) = 89/435$ بود، پس رابطه فرهنگ سازمانی و سکوت سازمانی در کارکنان زن معنادار است. جدول ۷، نتایج تحلیل رگرسیون رانشان می دهد:

جدول ۷: تحلیل رگرسیون برای اثر فرهنگ سازمانی بر سکوت سازمانی در کارکنان زن و مرد

جنسیت	متغیر	B	Std. Error	Beta	t	سطح معناداری
مرد	ثابت	۱/۷۴۳	۰/۳۴۹		۴/۹۹۹	۰/۰۰۱
	فرهنگ سازمانی	۰/۲۹۱	۰/۱۱۶	۰/۳۰۰	۲/۵۱۸	۰/۰۱۴
زن	ثابت	۰/۰۷۴	۰/۲۷۸		۰/۲۶۶	۰/۷۹۱
	فرهنگ سازمانی	۰/۸۸۶	۰/۰۹۴	۰/۶۲۸	۹/۴۵۷	۰/۰۰۱

نتایج در جدول فوق نشان می دهد که فرهنگ سازمانی بر سکوت سازمانی در کارکنان زن و مرد اثر معنادار دارد و میزان اثر در مردان کمتر است. معادله فرهنگ سازمانی بر سکوت سازمانی در کارکنان زن و مرد به شکل زیر است:

$$\begin{aligned} \text{سکوت سازمانی در مردان} &= (1/743 + 0/291 (\text{فرهنگ سازمانی})) \\ \text{سکوت سازمانی در زنان} &= (0/074 + 0/886 (\text{فرهنگ سازمانی})) \end{aligned}$$

نتیجه گیری

در این پژوهش از آزمون های لازم، کلموگروف اسمیرنوف، شاخص های برازندگی، مجذور کای دو نرم شده، شاخص برازندگی تطبیقی، شاخص تعدیل شده برازندگی، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون استفاده گردیده است که در ادامه به بیان نتایج به دست آمده از هر یک از آنها می پردازیم. در سطح اطمینان ۹۹ درصد بر اساس نتایج آزمون همبستگی می توان گفت:

- در فرضیه اصلی با توجه به اینکه ادعا شد، فرهنگ سازمانی بر سکوت سازمانی کارشناسان حوزه ستادی وزارت ورزش و جوانان تاثیر معناداری دارد، نتایج حاصل معناداری این تاثیر را تأیید می کنند. به عبارت بهتر، نمی توان معناداری تاثیر فرهنگ سازمانی بر سکوت سازمانی را رد کرد. در پژوهش های مشابه دانایی فرد و همکاران (۱۳۹۰) تاثیر فرهنگ سازمانی بر سکوت سازمانی را تأیید کردند. نصر اصفهانی (۱۳۹۱) رابطه بین هویت سازمانی با سکوت سازمانی را تأیید نمود. اورهان و همکاران (۲۰۱۳) نیز رابطه بین رفتار

شهروندی سازمانی و سکوت سازمانی را تأیید کردند.

● در فرضیه فرعی ۱ با توجه به اینکه ادعا شد، فرهنگ سازمانی نوآور بر سکوت سازمانی (نگرش مدیران عالی نسبت به سکوت) کارشناسان حوزه ستادی وزارت ورزش و جوانان تأثیر معناداری دارد، نتایج حاصل معناداری این تأثیر را تأیید می‌کنند. به عبارت بهتر، نمی‌توان معناداری تأثیر فرهنگ سازمانی نوآور بر سکوت سازمانی (نگرش مدیران عالی نسبت به سکوت) را رد کرد. در پژوهش‌های مشابه دانایی فرد و همکاران (۱۳۹۰) تأثیر فرهنگ سازمانی بر سکوت سازمانی را تأیید کردند و نصر اصفهانی (۱۳۹۱) رابطه بین هویت سازمانی با سکوت سازمانی را تأیید نمود. اورهان و همکاران (۲۰۱۳) رابطه بین رفتار شهروندی سازمانی و سکوت سازمانی را تأیید کردند.

● در فرضیه فرعی ۲ با توجه به اینکه ادعا شد، فرهنگ سازمانی حمایتی بر سکوت سازمانی (نگرش مدیران عالی نسبت به سکوت) کارشناسان حوزه ستادی وزارت ورزش و جوانان تأثیر معناداری دارد، نتایج حاصل معناداری این تأثیر را تأیید می‌کنند. به عبارت بهتر، نمی‌توان معناداری تأثیر فرهنگ سازمانی نوآور بر سکوت سازمانی (نگرش مدیران عالی نسبت به سکوت) را رد کرد. در پژوهش‌های مشابه دانایی فرد و همکاران (۱۳۹۰) تأثیر فرهنگ سازمانی بر سکوت سازمانی را تأیید کردند و نصر اصفهانی (۱۳۹۱) رابطه بین هویت سازمانی با سکوت سازمانی را تأیید نمود. اورهان و همکاران (۲۰۱۳) رابطه بین رفتار شهروندی سازمانی و سکوت سازمانی را تأیید کردند.

● در فرضیه فرعی ۳ با توجه به اینکه ادعا شد، فرهنگ سازمانی بوروکراتیک بر سکوت سازمانی (نگرش مدیران عالی نسبت به سکوت) کارشناسان حوزه ستادی وزارت ورزش و جوانان تأثیر معناداری دارد، نتایج حاصل معناداری این تأثیر را تأیید می‌کنند. به عبارت بهتر، نمی‌توان معناداری تأثیر فرهنگ سازمانی بوروکراتیک بر سکوت سازمانی (نگرش مدیران عالی نسبت به سکوت) را رد کرد. در پژوهش‌های مشابه دانایی فرد و همکاران (۱۳۹۰) تأثیر فرهنگ سازمانی بر سکوت سازمانی را تأیید کردند و نصر اصفهانی (۱۳۹۱) رابطه بین هویت سازمانی با سکوت سازمانی را تأیید نمود. اورهان و همکاران (۲۰۱۳) رابطه بین رفتار شهروندی سازمانی و سکوت سازمانی را تأیید کردند.

● در فرضیه فرعی ۴ با توجه به اینکه ادعا شد، فرهنگ سازمانی نوآور بر سکوت سازمانی (نگرش ناظران نسبت به سکوت) کارشناسان حوزه ستادی وزارت ورزش و جوانان تأثیر معناداری دارد، نتایج حاصل معناداری این تأثیر را تأیید می‌کنند. به عبارت بهتر، نمی‌توان معناداری تأثیر فرهنگ سازمانی نوآور بر سکوت سازمانی (نگرش ناظران نسبت به سکوت) را رد کرد. در پژوهش‌های مشابه دانایی فرد و همکاران (۱۳۹۰) تأثیر فرهنگ سازمانی بر سکوت سازمانی را تأیید کردند و نصر اصفهانی (۱۳۹۱) رابطه بین هویت سازمانی با سکوت سازمانی را تأیید نمود. اورهان و همکاران (۲۰۱۳) رابطه بین رفتار شهروندی سازمانی و سکوت سازمانی را تأیید کردند.

● در فرضیه فرعی ۵ با توجه به اینکه ادعا شد، فرهنگ سازمانی حمایتی بر سکوت سازمانی (نگرش ناظران نسبت به سکوت) کارشناسان حوزه ستادی وزارت ورزش و جوانان تأثیر معناداری دارد، نتایج حاصل معناداری این تأثیر را تأیید می‌کنند. به عبارت بهتر، نمی‌توان معناداری تأثیر فرهنگ سازمانی نوآور بر سکوت سازمانی (نگرش ناظران نسبت به سکوت) را رد کرد. در پژوهش‌های مشابه دانایی فرد و همکاران (۱۳۹۰) تأثیر فرهنگ سازمانی بر سکوت سازمانی را تأیید کردند و نصر اصفهانی (۱۳۹۱) رابطه بین هویت سازمانی با سکوت سازمانی را تأیید نمود. اورهان و همکاران (۲۰۱۳) رابطه بین رفتار شهروندی سازمانی

و سکوت سازمانی را تایید کردند.

● در فرضیه فرعی ۶ با توجه به اینکه ادعا شد، فرهنگ سازمانی بوروکراتیک بر سکوت سازمانی (نگرش ناظران نسبت به سکوت) کارشناسان حوزه ستادی وزارت ورزش و جوانان تاثیر معناداری دارد، نتایج حاصل معناداری این تاثیر را تایید می کنند. به عبارت بهتر، نمی توان معناداری تاثیر فرهنگ سازمانی بوروکراتیک بر سکوت سازمانی (نگرش ناظران نسبت به سکوت) را رد کرد. در پژوهش های مشابه دانایی فرد و همکاران (۱۳۹۰) تاثیر فرهنگ سازمانی بر سکوت سازمانی را تایید کردند و نصر اصفهانی (۱۳۹۱) رابطه بین هویت سازمانی با سکوت سازمانی را تایید نمود. اورهان و همکاران (۲۰۱۳) رابطه بین رفتار شهروندی سازمانی و سکوت سازمانی را تایید کردند.

● در فرضیه فرعی ۷ با توجه به اینکه ادعا شد، فرهنگ سازمانی نوآور بر سکوت سازمانی (فرصت های ارتباطی) کارشناسان حوزه ستادی وزارت ورزش و جوانان تاثیر معناداری دارد، نتایج حاصل معناداری این تاثیر را تایید می کنند. به عبارت بهتر، نمی توان معناداری تاثیر فرهنگ سازمانی نوآور بر سکوت سازمانی (فرصت های ارتباطی) را رد کرد. در پژوهش های مشابه دانایی فرد و همکاران (۱۳۹۰) تاثیر فرهنگ سازمانی بر سکوت سازمانی را تایید کردند و نصر اصفهانی (۱۳۹۱) رابطه بین هویت سازمانی با سکوت سازمانی را تایید نمود. اورهان و همکاران (۲۰۱۳) رابطه بین رفتار شهروندی سازمانی و سکوت سازمانی را تایید کردند.

● در فرضیه فرعی ۸ با توجه به اینکه ادعا شد، فرهنگ سازمانی حمایتی بر سکوت سازمانی (فرصت های ارتباطی) کارشناسان حوزه ستادی وزارت ورزش و جوانان تاثیر معناداری دارد، نتایج حاصل معناداری این تاثیر را تایید می کنند. به عبارت بهتر، نمی توان معناداری تاثیر فرهنگ سازمانی حمایتی بر سکوت سازمانی (فرصت های ارتباطی) را رد کرد. در پژوهش های مشابه دانایی فرد و همکاران (۱۳۹۰) تاثیر فرهنگ سازمانی بر سکوت سازمانی را تایید کردند و نصر اصفهانی (۱۳۹۱) رابطه بین هویت سازمانی با سکوت سازمانی را تایید نمود. اورهان و همکاران (۲۰۱۳) رابطه بین رفتار شهروندی سازمانی و سکوت سازمانی را تایید کردند.

● در فرضیه فرعی ۹ با توجه به اینکه ادعا شد، فرهنگ سازمانی بوروکراتیک بر سکوت سازمانی (فرصت های ارتباطی) کارشناسان حوزه ستادی وزارت ورزش و جوانان تاثیر معناداری دارد، نتایج حاصل معناداری این تاثیر را تایید می کنند. به عبارت بهتر، نمی توان معناداری تاثیر فرهنگ سازمانی بوروکراتیک بر سکوت سازمانی (فرصت های ارتباطی) را رد کرد. در پژوهش های مشابه دانایی فرد و همکاران (۱۳۹۰) تاثیر فرهنگ سازمانی بر سکوت سازمانی را تایید کردند و نصر اصفهانی (۱۳۹۱) رابطه بین هویت سازمانی با سکوت سازمانی را تایید نمود. اورهان و همکاران (۲۰۱۳) رابطه بین رفتار شهروندی سازمانی و سکوت سازمانی را تایید کردند.

دلیل این امر آن است که به نظر کارکنان، اگر مدیریت عالی و سرپرستان کارکنان را به بیان عقاید، نظرات، پیشنهادات و انتقادات تشویق نکنند یا به اظهارات آن ها توجهی نکند یا به اینگونه کارکنان برچسب دردرس ساز بزند و یا اگر مدیریت عالی و سرپرستان از روش هایی استفاده کنند که باعث ایجاد این تصور در کارکنان شود که ابراز عقاید و نظراتشان به قیمت از دست دادن شغل یا فرصت های ارتقا در سازمان تمام می شود، حتی اگر شرایط برای ابراز عقاید فراهم شده باشد و فرصت های ارتباطی نیز به صورت ظاهری به وجود آمده باشد، کارکنان از ترس پیامدهای احتمالی لب به سخن نمی گشایند. نکات یاد شده، یادآوری

- تئوری «تقویت رفتار اسکینر» است که بر آن اساس، نتیجه رفتار گذشته بر اقدامات آینده اثر می گذارد. اگر نتیجه رفتار مثبت باشد، فرد در آینده در شرایط مشابه پاسخ ها یا واکنش های مشابه نشان می دهد و اگر نتیجه، منفی و ناخوشایند باشد، فرد در صدد بر می آید که تغییر رفتار دهد تا بتواند از آن اجتناب کند.
- در فرضیه پژوهشی ۱۱ ادعا شد که تاثیر فرهنگ سازمانی بر سکوت سازمانی در میان کارکنان زن و مرد با هم تفاوت معناداری دارد. نتایج نشان داد که فرهنگ سازمانی بر سکوت سازمانی در کارکنان زن و مرد اثر معنادار دارد و میزان اثر در مردان کمتر است.

پیشنهادهای

- با توجه به اینکه پژوهش حاضر به تبیین تاثیر فرهنگ سازمانی بر سکوت سازمانی پرداخته و نتایج مؤید این است که فرهنگ سازمانی بر سکوت سازمانی تاثیر معنی داری دارد، پیشنهاد می گردد:
- مدیران سازمان به منظور از بین بردن سکوت سازمانی از طریق فرهنگ سازمانی باید اقدامات زیر را به عمل آورند:

در مرحله اول، فرهنگ حمایتی را در سازمان پایه گذاری کنند. به این منظور، همکاری بین افراد را تشویق کنند؛ از طریق ارج نهادن به انسان ها و توجه به رفاه آن ها به رابطه مداری اهمیت دهند؛ با کمک ساز و کارهای تشویقی افراد را نسبت به انجام کارشان ترغیب کنند؛ معاشرت و اجتماعی بودن در بین کارکنان را تسهیل کنند؛ به آزادی شخصی همکاران احترام بگذارند؛ انصاف، عدالت و مرتفع نمودن تبعیض ها را در اولویت قرار دهند؛ امنیت همه جانبه کارکنان تامین شود و جو مبتنی بر اعتماد را در بین همکاران توسعه دهند.

در مرحله دوم، فرهنگ نوآوری را در سازمان پایه گذاری کنند. به این منظور، به ریسک پذیری در محیط کار اهمیت دهند؛ به جای تاکید بر فرآیندهای کاری بر نتایج کاری تاکید نمایند؛ خلاقیت و فکری نو را که از طرف کارکنان ارائه می شود ارج بنهند؛ افراد را در انجام کارشان تحت فشار نگذارند؛ محرک های لازم و مثبت را به منظور واداشتن افراد به انجام کار فراهم آورند؛ کارهای چالشی را که نیازمند تلاش منطقی است، به کارکنان واگذار نمایند و جو کاری در سازمان را به نحوی آماده کنند که انجام کارهای مهم را تشویق نماید.

در مرحله سوم، فرهنگ بوروکراتیک را در سازمان پایه گذاری کنند. به این منظور، به پست و مقام و سلسله مراتب سازمانی اهمیت دهند؛ بر انجام کارها طبق برنامه، دستورالعمل و رویه های از پیش تعیین شده تاکید کنند؛ نظم و انضباط را جزو اولویت های کاری قرار دهند؛ به انجام کارها طبق قانون توجه شود و امور واحدهای فرعی را به صورت ثابت و غیر قابل تغییر تعیین کنند.

- برای انجام مطالعات آتی پیشنهاد می شود:

با توجه به اینکه این مطالعه در حوزه ستادی وزارت ورزش و جوانان انجام شده، پیشنهاد می شود مطالعات مشابه در سایر واحدهای مرتبط با فعالیت های ورزشی مانند فدراسیون ها و ادارات کل ورزش و جوانان استان ها و دستگاه های اجرایی به منظور تقویت قابلیت تعمیم و ایجاد اعتبار برای یافته ها انجام شود.

همچنین، مطالعه مقایسه ای جامعی با توجه به ویژگی های پژوهشی، تجربی و اعتبار، در انواع بخش های تولیدی و خدماتی صورت گیرد و نتایج حاصل به منظور تعیین تمایزها و تشابهات ابعاد متغیرهای پژوهش در بخش های گوناگون تولیدی و خدماتی، مورد مقایسه و تجزیه و تحلیل قرار گیرد تا در ادامه بتواند به تدوین مدلی جامع و بومی در حوزه متغیرهای پژوهش منجر شود.

منابع

- احمد پور داریانی، محمود. (۱۳۷۸). «طراحی و تبیین الگوی پرورش مدیران کارآفرین در صنعت». پایانامه دکتری، دانشگاه تربیت مدرس.
- افخمی اردکانی، مهدی؛ رجب‌پور، ابراهیم و هاشمی، مهدی. (۱۳۹۴). «ارائه مدلی به منظور تبیین سکوت سازمانی با استفاده مدل سازی ساختاری تفسیری». فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی. سال چهارم، شماره ۳، ۱۴۳، ۱۲۱.
- الوانی، سید مهدی؛ واعظی، رضا و فرهنگند، روح الله. (۱۳۹۴). «نقش رفتار سازمانی مثبت گرا در کاهش سکوت سازمانی». فصل نامه علمی- پژوهشی مطالعات مدیریت (بهبود و تحول). سال بیست و چهارم، شماره ۷۹، ۲۶-۱.
- دانایی فرد، حسن؛ فانی، علی اصغر و براتی، الهام. (۱۳۹۰). «تبیین نقش فرهنگ سازمانی در سکوت سازمانی در بخش دولتی». چشم انداز مدیریت دولتی. صص ۸۲-۶۱.
- زارعی متین، حسن؛ طاهری، فاطمه و سیار، ابوالقاسم. (۱۳۹۰). «سکوت سازمانی: مفاهیم، علل و پیامدها». فصلنامه علوم مدیریت ایران. سال ششم، صص ۱۰۴-۷۷.
- Argyris, C. (1977). "Double loop learning in organizations". Har-vard Business Review, 55(5).
- Dimitris, Bouradas And Vokala, Maria. (2005). "Organizational Silence: A New Challenge For Human Resource Management". Athense university of economics and business, pp1-19.
- Morrison, E. W. and Milliken, F. J. (2000). "Organizational silence: a barrier to change and development in a pluralistic world". Academy of Management Review, P 25.
- Nemeth, C. J. and Staw, B. M. (1997). "The tradeoffs of social control and innovation in groups and organizations". In Berkowitz, L. (Ed.), Advances in Experimental Social Psychology, Vol. 22. New York: Academic Press.
- Wallach, E. J. (1983). "Individuals and organizations: The cultural match". Training and Development Journal, 37, 29-36. Williamson, Dand Lynch-wood, G. (2001). A new paradigm for SME environmental practice. The TQM Magazine, 13(1).



طراحی و تدوین راهبردهای توسعه والیبال استان تهران

فرزاد نوبخت^۱

علی همتی عقیف^۲

حسن قره خانی^۳

فاطمه نوبخت^۴

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۳/۹

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۵/۳

موفقیت هر سازمان ورزشی نیازمند برنامه ریزی راهبردی و ارائه راهبردهای مناسب می باشد. هدف تحقیق حاضر، شناسایی قوت ها، ضعف ها، فرصت ها، تهدیدها و تدوین استراتژی برای هیئت والیبال استان تهران بود. جامعه آماری پژوهش شامل هیئت رئیسه و کادر مدیریتی هیئت والیبال، روسای کمیته ها و هیئت های شهرستان های تابعه، مربیان و کارشناسان خبره، اعضای شورای راهبردی و نخبگان ورزشی و مدیریتی والیبال استان تهران به تعداد ۵۰ نفر بود که همگی به عنوان نمونه به صورت کل شمار انتخاب شدند. در این تحقیق ترکیبی از روش های کیفی و کمی مورد استفاده قرار گرفت. برای گردآوری اطلاعات به صورت میدانی علاوه بر برگزاری جلسات و مصاحبه با اعضای شورای راهبردی تحقیق، پرسشنامه شناسایی سوات حاوی سؤالات باز، فرم تعیین موقعیت راهبردی و فرم تعیین راهبردها استفاده شد.

روایی صوری و محتوایی پرسشنامه با نظر ۱۷ نفر از اساتید مدیریت ورزش دانشگاه ها و اعضای شورای راهبردی تایید گردید و پایایی آن نیز با استفاده از آلفای کرونباخ بالای ۰/۸ به دست آمد. به منظور تحلیل داده ها از آمار توصیفی، آزمون t تک نمونه ای و آزمون فریدمن، ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی و ماتریس تعیین موقعیت راهبردی استفاده شد. یافته ها نشان داد هیئت والیبال استان تهران دارای ۱۲ نقطه

۱. استادیار، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Nobakht.farzad@yahoo.com

۲. استادیار، گروه تربیت بدنی، دانشگاه بین المللی امام خمینی (ره)، قزوین، ایران

۳. استادیار، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران

۴. کارشناس ارشد، مدیریت ورزشی، دانشگاه الزهرا س، تهران، ایران

قوت، ۱۲ نقطه ضعف، ۱۳ نقطه فرصت و ۱۴ نقطه تهدید می باشد. وجود مربیان و داوران زبده در سطوح ملی و بین المللی مهمترین نقطه قوت، کمبود منابع مالی و وابستگی به فدراسیون مهمترین نقطه ضعف، جامعه آماری بالا در سطح استان مهمترین فرصت و فقدان قوانین حمایتی و ضعف در جذب اسپانسر مهمترین تهدید پیش روی بودند. با توجه به نتایج ماتریس داخلی (۲/۷۱) و ماتریس خارجی (۲/۳۱) موقعیت راهبردی هیئت والیبال استان تهران در منطقه رقابتی (ST) قرار دارد. از این رو، پیشنهاد می شود این هیئت از نقاط قوت خود از جمله وجود مربیان، داوران و مدرسان تراز اول، کلاس های مربیگری و فراوانی متربیان حداکثر استفاده را برای غلبه بر تهدید های موجود انجام دهد. تدوین برنامه عملیاتی با تمرکز بر جذب حامیان مالی، تامین تجهیزات مورد نیاز هیئت های تابعه و تولید و پخش برنامه های آموزشی والیبال از مهمترین راهبردهای مورد توجه هستند.

واژگان کلیدی: راهبرد، ماتریس، والیبال، تجزیه و تحلیل و SWOT

مقدمه

برنامه‌ریزی در سازمان‌های ورزشی همانند هر سازمان دیگری به عنوان مهم‌ترین وظیفه مدیریت به شمار می‌رود. تا زمانی که برای یک سازمان هدفی مشخص نشود، آن سازمان نمی‌داند به کجا می‌خواهد برود و اگر هدف مشخص شود، ولی برنامه‌ریزی نشود، آن سازمان نمی‌داند چگونه به آن هدف برسد. چنانچه مدیران بخواهند راهبردها و اهدافی مناسب اتخاذ کنند، باید به برنامه‌ریزی راهبردی اقدام نمایند. به عبارت دیگر، برنامه‌ریزی راهبردی فرآیند تعیین اهداف کلان سازمان‌ها و انتخاب گزینه‌ها و روش‌های مناسب برای تحقق آن‌ها و تخصیص منابع لازم برای دستیابی به آن اهداف است. برنامه‌ریزی راهبردی در سازمان‌ها معمولاً شامل مراحل است از جمله: سنجش محیط فعلی، تعریف مأموریت سازمان، تعیین چشم‌انداز سازمان، شناخت توانایی‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای سازمان و طرح‌ریزی دوره‌ای برای حرکت سازمان یا مؤسسه از وضعیت جاری به وضعیت مطلوب. با تجزیه و تحلیل توانایی‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای سازمان، عواملی که ممکن است روی پیامدهای آینده سازمان یا مؤسسه اثر بگذارند، شناسایی می‌شوند (گودرزی، ۱۳۸۶، ۵۴-۳۴).

بررسی عملکرد برخی از سازمان‌های ورزشی حاکی از این است که سازمان‌هایی که برای انجام مأموریت و دستیابی به اهداف خود از مدیریتی قوی و مبتنی بر برنامه‌ریزی راهبردی استفاده کردند، در فعالیت‌های مختلف از جمله ورزش قهرمانی به موفقیت‌های چشمگیری دست یافتند. برای نمونه، کشور چین از رتبه چهارم المپیک ۱۹۹۶ آتلانتا به رتبه سوم در المپیک ۲۰۰۰ سیدنی، رتبه دوم در المپیک ۲۰۰۴ آتن و رتبه اول المپیک ۲۰۰۸ پکن دست یافت. استرالیا نیز از رتبه هفتم در المپیک آتلانتا، به رتبه‌های چهارم در المپیک سیدنی و آتن دست یافت (خسروی زاده، ۱۳۸۷).

یکی از ابعاد اساسی برنامه‌ریزی راهبردی SWOT می‌باشد که با تحلیل این متغیرها می‌توان برنامه‌ای واقع‌گرایانه و عملی همراه با واکنش‌های مناسب نسبت به این متغیرها ارائه نمود. الگوی توانایی‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها، برای شناخت شایستگی‌های منحصر به فرد سازمان از عوامل اساسی موفقیت سازمان به حساب می‌آیند و هدف از تجزیه و تحلیل این عوامل، ارائه راهبردهایی است که تعادل بین محیط بیرونی و وضعیت درونی را تضمین می‌کند. از طریق این تحلیل و اطلاعات حاصل از آن، مدیران می‌توانند در جهت تکمیل فرصت‌های رقابتی، سرمایه‌گذاری کنند و موانع و تهدیدها را به گونه‌ای کاهش و از اثرات آن بکاهند. در ضمن، شناسایی شایستگی‌ها و نقاط ضعف به سازمان امکان می‌دهد تا راهبردهای رویارویی با نیروهای محیطی را انتخاب کند. هدف از تبیین راهبرد این است که چشم‌اندازی برای توسعه ارائه شود و اولویت‌ها، برنامه‌ها و حمایت‌های خاص را برای ما مشخص سازد (حمیدی‌زاده، ۱۳۸۰).

در بین رشته‌های ورزشی، ورزش والیبال هم با توجه به قدرت فراگیری که پیدا نموده است، به عنوان «پر بیننده‌ترین رشته ورزشی المپیک» نام گرفته است. یکی از پنج ورزش برتر جهان نزد مردم شناخته شده و فدراسیون بین‌المللی آن نیز با عضویت ۲۲۰ فدراسیون ملی، بزرگترین نهاد ورزشی جهان می‌باشد که موظف است برای نیم میلیارد نفر از مردم کره زمین که والیبال بازی می‌کنند، برنامه‌های مختلف و متنوع تدوین نماید. رشته ورزشی والیبال در ایران نیز از سال ۱۲۹۹ شمسی پایه‌گذاری شده است. تعداد ورزشکاران این رشته رو به افزایش است و بیشتر از استان‌های تهران، آذربایجان و مازندران هستند (کشتی دار و همکاران، ۱۳۹۱). نظری و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی به شناسایی تنگناها و موانع پیش‌روی والیبال ساحلی ایران بر اساس روش SWOT پرداختند. بر اساس نتایج به دست آمده، فدراسیون والیبال در بخش والیبال ساحلی در وضعیت کنونی دارای ۱۵ قوت، ۲۱ ضعف، ۱۲ فرصت و ۱۳ تهدید است. مهمترین نقطه قوت، مطرح بودن ورزش

والیبال ساحلی به عنوان تنها ورزش ساحلی در مسابقات المپیک، مهمترین نقطه ضعف، نبود یک سیستم استعدادیابی، مهمترین نقطه فرصت، وجود خط ساحلی ۳۰۰۰ کیلومتری در کشور و مهمترین تهدید، وجود انگیزه‌های مالی بیشتر در رشته‌های دیگر می باشند. شعبانی بهار و همکاران (۱۳۹۳) با تبیین شاخص‌های مؤثر بر موفقیت ورزشی تیم‌های ایران در رویداد‌های بین‌المللی نشان دادند که دو عامل بیرونی حمایت مالی و عامل محیط قهرمانی بر موفقیت ورزشی اثر معنی داری دارد. اکبری و همکاران (۱۳۹۳) در مطالعه خود با عنوان «شناخت راهبرد وضعیت موجود ووشو در ایران و ارائه استراتژی، برنامه‌ها و راهکارهای توسعه آن بر اساس مدل SWOT» بیان داشتند که جایگاه راهبردی ووشو کشور در منطقه wt قرار دارد. حسینی (۱۳۸۹) در تحقیقی با عنوان «تدوین استراتژی استعدادیابی در ورزش قهرمانی کشور» نشان داد موفقیت راهبردی استعدادیابی در ورزش قهرمانی کشور در منطقه تدافعی قرار دارد. نتیجه تحقیق شجاعی و همکاران (۱۳۹۱) نیز نشان داد می‌توان با تدوین راهبردهای مطلوب به توسعه کمک نمود. آقایی (۱۳۸۹) در تحقیقی با عنوان «طراحی و تدوین برنامه راهبردی ورزش هندبال استان سمنان» نشان داد این هیئت از لحاظ عوامل داخلی در ناحیه ضعف‌ها و از لحاظ عوامل خارجی در ناحیه تهدیدها قرار دارد- که یکی از مهم‌ترین دلایل این وضعیت نامطلوب، نداشتن استراتژی توسعه بوده است.

تجزیه و تحلیل SWOT دانشکده تربیت بدنی مونتكلیر^۱ (۲۰۰۹) نشان داد قدمت زیاد دانشکده و وجود استادان مجرب از مهم‌ترین نقاط قوت و کمبود اعتبارات و امکانات، ضعف مالی بعضی از دانشجویان و ضعف در همکاری بین دانشکده‌های دانشگاه از مهم‌ترین نقاط ضعف دانشکده‌اند. از فرصت‌های موجود می‌توان به آموزش دوره‌های بالاتر و افزایش بازاریابی ورزشی و از تهدیدهای مهم به پویا نبودن دانشکده و رقابت تنگاتنگ دانشکده‌های مختلف با دانشکده مزبور اشاره کرد. ویورل دن^۲ (۲۰۱۲) در پژوهشی با عنوان «تجزیه و تحلیل آموزش در تربیت‌بدنی و ورزش» بر مزایای آموزش متخصصان واقعی، آموزش با کیفیت بالا مطابق با الزامات یک سیستم جهانی فراتر از مرزهای ملی تاکید کرد. فیونا مک‌کول^۳ (۲۰۱۰)، در تحقیقی با عنوان «راهبرد دوچرخه‌سواری ملی استرالیا» با هدف دو برابر کردن جمعیت علاقه‌مند به دوچرخه‌سواری برای داشتن زندگی سالم در سال ۲۰۱۶ هدف گذاری کرد.

همچنان که از نتایج تحقیقات بر می آید بقا و تداوم سازمان‌ها و توسعه آنها نیازمند درک به هنگام فرصت‌های محیطی و تغییرات در قواعد بازی است. تشخیص به موقع ضرورت و تغییر جهت نیازمند توسعه تفکر راهبردی و درک درست مفهوم راهبرد و چگونگی ایجاد و اجرای آن می باشد. بنابراین هیئت والیبال استان تهران نیز جهت رشد و توسعه نیازمند طراحی و تدوین برنامه راهبردی می باشد. بدون شک، فراهم آوردن زمینه تهیه و تدوین برنامه راهبردی توسعه ورزش والیبال استان تهران گام عمده و آغازین برای سامان بخشیدن به تلاش‌های گسترده و گوناگون در عرصه این ورزش است.

مدل‌های زیادی برای برنامه ریزی راهبردی وجود دارد. یکی از مهمترین و کاربردی ترین مدل‌ها، ماتریس SWOT است. ماتریس نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید، ابزار مهمی است که مدیران به وسیله آن اطلاعات را مقایسه می کنند و می توانند با استفاده از آن چهار نوع راهبرد ارائه دهند. به همین دلیل در تحقیق حاضر از ماتریس مذکور استفاده شده است.

با توجه به اهمیت برنامه ریزی راهبردی در توسعه ورزش، ضرورت توجه به این مهم برای تمام سازمان‌های

1. Montclair State University

2. Viorel Den

3. Fiona Maccoll

ورزشی الزامی است. با عنایت به پیشرفت، توسعه و اقبال عمومی مردم به ورزش والیبال و وجود ظرفیت های مناسب و بالا در این رشته، شناخت دقیق و صحیح وضع موجود و ارائه راهبرد اصولی و علمی بر مبنای تحلیل SWOT برای تعیین چشم انداز این ورزش در افق برنامه میان مدت و کوتاه مدت ضروری می باشد. استان تهران به عنوان یکی از استان های مستعد کشور در زمینه ورزش والیبال، فاقد برنامه جامع و بلند مدت برای توسعه این رشته المپیکی است. به این منظور در این پژوهش سعی شده است که ضمن بررسی محیط درونی و بیرونی هیئت والیبال استان تهران با استفاده از دیدگاه ها و نظرات صاحب نظران و متخصصان این حوزه و شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید طبق مدل دیوید به تدوین راهبرد های عملیاتی جهت رشد و توسعه والیبال این استان اقدام گردد و به این سؤال پاسخ داده شود که راهبردهای مطلوب برای توسعه ورزش والیبال استان تهران کدام اند؟

روش شناسی پژوهش

روش این تحقیق بر اساس استراتژی توصیفی-تحلیلی، از حیث هدف کاربردی و از نظر اجرا، پیمایشی است که اطلاعات آن به صورت میدانی و از طریق پرسشنامه محقق ساخته، مصاحبه عمیق، مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای، مقالات و پایان‌های مرتبط گردآوری شده است. روایی پرسشنامه توسط ۱۷ نفر از متخصصان و صاحب نظران حوزه مدیریت و اعضای شورای راهبردی والیبال مورد تأیید قرار گرفت. جهت تعیین پایایی پرسشنامه از روش ضریب آلفای کرونباخ (۰/۸) استفاده گردید.

جامعه آماری پژوهش شامل تمامی اعضای شورای راهبردی شامل رئیس، دبیر، مسئولان کمیته‌ها، مسئولان انجمن والیبال هیئت‌های تابعه استان تهران، مسئولان انجمن والیبال آموزش و پرورش و شهرداری تهران، پیشکسوتان و نخبگان والیبال استان تهران به تعداد ۵۰ نفر بود که به لحاظ کمی تعداد همه اعضا، به صورت کل شمار به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. گردآوری اطلاعات تحقیق دارای دو مرحله بود. در مرحله اول از طریق مصاحبه‌های ساختار یافته و نیمه ساختار یافته با خبرگان والیبال، اقدام به شناسایی اهداف راهبردی، سنجه‌ها، اهداف کمی و اقدامات و ابتکارات در هیئت‌های ورزش والیبال استان تهران شد. سپس در مرحله دوم با تهیه پرسشنامه ۴ حوزه نقاط قوت (۱۲ سوال)، نقاط ضعف (۱۲ سوال)، نقاط فرصت (۱۳ سوال) و نقاط تهدید در ورزش والیبال استان تهران (۱۴ سوال) مورد شناسایی و بررسی قرار گرفت.

جهت تجزیه و تحلیل داده‌های این تحقیق از روش‌های آمار توصیفی شامل جداول فراوانی و نمودارها برای دسته‌بندی و خلاصه کردن داده‌ها و از روش‌های استنباطی شامل آزمون t تک نمونه‌ای و آزمون فریدمن استفاده شده است. جهت تدوین برنامه‌ریزی راهبردی از مدل SWOT و ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی و ماتریس تعیین موقعیت راهبردی استفاده گردید. کلیه محاسبات توسط رایانه و با استفاده از نرم افزار SPSS 20 انجام شده است.

یافته‌های پژوهش

برای اطمینان از مناسب بودن سؤالات مربوط به نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای هیئت والیبال استان تهران از آزمون کایزر-میر-لکین (KMO) استفاده شد. مقدار این شاخص برای نقاط قوت برابر ۰/۸۵، نقاط ضعف برابر ۰/۸۴، نقاط فرصت برابر ۰/۹ و نقاط تهدید برابر ۰/۸۵ بود.

جدول ۱: اولویت‌بندی نقاط قوت هیئت والیبال استان تهران

رتبه	نقاط قوت هیئت والیبال استان تهران	میانگین رتبه
۱	۱- وجود مربیان و داوران مجرب و زبده در سطوح ملی و بین‌المللی	۸/۶۰
۲	وجود مدرسان زبده و با تجربه در سطح استان جهت تدریس و آموزش دروس‌های جانبی و عملی	۸/۳۹
۳	برگزاری کلاس‌های مربیگری و داوری به طور گسترده در سطح استان تهران	۸/۱۶
۴	برگزاری کلاس‌های آموزشی و مدیریت این نوع کلاس‌ها در سطح استان تهران	۷/۷۵
۵	برنامه محور بودن هیئت والیبال استان تهران	۷/۶۲
۶	منابع انسانی غنی (فراگیران) (والیبال آموزان)	۷/۱۹
۷	۲- وجود سالن اختصاصی هیئت والیبال (خانه والیبال) جهت آموزش مربیان و داوران و فراگیران	۷/۱۷
۸	فعالیت گسترده والیبال بانوان در امور آموزش و مسابقات	۷/۱۱
۹	استعداد بسیار بالای فراگیران در سطح استان تهران	۵/۸۲
۱۰	منابع انسانی غنی داخل هیئت (کادر اجرایی هیئت)	۴/۱۳
۱۱	حمایت هیئت والیبال استان تهران از برنامه اعزام تیم رده‌های مختلف سنی در مسابقات کشوری علی‌رغم مشکلات مالی	۳/۱۵
۱۲	تأمین تجهیزات مورد نیاز برای هیئت‌های تابعه	۲/۹۱

جدول ۲: تفاوت بین نقاط قوت هیئت والیبال استان تهران (نتایج آزمون فریدمن)

آماره	کای اسکوار (X ^۲)	درجه آزادی	سطح معناداری
نتیجه	۲۵۵/۳۴	۱۱	۰/۰۱

بر اساس یافته‌های جداول فوق، مؤلفه‌های ۱۲ گانه فوق به عنوان نقاط قوت هیئت والیبال استان تهران محسوب شده‌اند. بر اساس مشاهدات به دست آمده، تفاوت معناداری بین اولویت‌های نقاط قوت فوق وجود دارد ($\chi^2 = 255/34$, $Sig = 0/001$). همچنین یافته‌ها نشان داد که وجود مربیان و داوران مجرب و زبده در سطوح ملی و بین‌المللی (رتبه میانگین = ۸/۶) به عنوان مهم‌ترین نقطه قوت و تأمین تجهیزات مورد نیاز برای هیئت‌های تابعه (رتبه میانگین = ۲/۹۱) به عنوان کم اهمیت‌ترین نقطه قوت محسوب می‌شوند.

جدول ۳: اولویت‌بندی نقاط ضعف هیئت والیبال استان تهران

رتبه	نقاط ضعف هیئت والیبال استان تهران	میانگین رتبه
۱	کمبود منابع مالی و اعتبارات و وابستگی بیش از حد به فدراسیون	۸/۳۱
۲	عدم وجود کمیته‌های مربیان، داوران، بازاریابی و جذب اسپانسر، نظارت و ارزیابی انضباطی، ترویج و توسعه والیبال و استعداد یابی و پرورش استعدادها	۸/۱۸
۳	عدم استفاده از نیروهای متخصص جهت مشاوره و راهنمایی در کمیته‌های فعلی (آموزش و مسابقات) هیئت	۷/۴۵
۴	عدم برنامه‌ریزی صحیح عملیاتی در اجرای مسابقات مختلف بخصوص در رده‌های پایه	۷/۴۱
۵	عدم استفاده از منابع انسانی با تجربه و متخصص در کادر اجرایی هیئت	۷/۳۱

رتبه	نقاط ضعف هیئت والیبال استان تهران	میانگین رتبه
۶	عدم اجرای کارگاه‌های آموزشی برای مربیان و داوران	۷/۲۴
۷	عدم آمادگی هیئت برای کار مشترک با دستگاه‌های مختلف (آموزش و پرورش و شهرداری و...) جهت رشد و توسعه والیبال	۶/۸۹
۸	دخالت‌های اداری در انتخابات روسای انجمن والیبال هیئت‌های تابعه توسط اداره کل تربیت بدنی استان	۶/۳
۹	عدم برنامه‌ریزی صحیح و مدون عملیاتی برای سالن تحت پوشش (خانه والیبال).	۵/۴۳
۱۰	دریافت وجوه مالی خارج از عرف از باشگاه‌ها به عنوان ورودی در مسابقات نوجوانان و جوانان (پایه)	۵/۳۸
۱۱	عدم تخصیص مناسب و عادلانه بودجه برای کمیته‌های مختلف هیئت	۴/۵۶
۱۲	کمبود منابع مالی لازم برای جهت جذب نیروی انسانی کارآمد در بدنه هیئت	۳/۵۴

جدول ۴: تفاوت بین نقاط ضعف هیئت والیبال استان تهران (نتایج آزمون فریدمن)

آماره	کای اسکوار (χ^2)	درجه آزادی	سطح معناداری
نتیجه	۱۴۶/۰۹	۱۱	۰/۰۱

بر اساس یافته‌های جدول ۳ مؤلفه‌های ۱۲ گانه فوق به عنوان نقاط ضعف هیئت والیبال استان تهران محسوب شده‌اند. بر اساس مشاهدات، تفاوت معناداری بین اولویت نقاط فوق وجود دارد ($Sig=0/01$). $(\chi^2=146/09)$. کمبود منابع مالی و اعتبارات و وابستگی بیش از حد به فدراسیون (رتبه میانگین = ۸/۳۱) به عنوان مهم‌ترین نقطه ضعف و کمبود منابع مالی لازم جهت جذب نیروی انسانی کارآمد در بدنه هیئت به عنوان کم اهمیت‌ترین نقطه ضعف (رتبه میانگین = ۳/۵۴) محسوب می‌شوند.

جدول ۵: اولویت‌بندی فرصت‌های هیئت والیبال استان تهران

رتبه	فرصت‌های هیئت والیبال استان تهران	میانگین رتبه
۱	جامعه آماری بالا در سطح استان تهران به نسبت قیاس با سایر استان‌ها	۹/۳۴
۲	تعامل مستقیم فدراسیون و هیئت و استفاده مناسب از ظرفیت‌های فدراسیون	۹/۲۳
۳	وجود شخص رئیس هیئت والیبال استان تهران به عنوان عضو هیئت رئیسه فدراسیون والیبال	۹/۲۳
۴	استقبال عمومی از والیبال به واسطه موفقیت‌های بین‌المللی	۹/۲۲
۵	وجود منابع و شرکت‌های خدماتی برای جذب اسپانسر	۹/۰۸
۶	وجود مراکز آموزش عالی متعدد برای کمک به تدریس محتوی آموزشی	۹/۰۳
۷	وجود استعدادهای بالقوه در مقاطع مختلف سنی به خصوص پایه در سطح استان تهران	۷/۱۲
۸	شرکت موثر بانوان استان تهران از نگاه فرهنگی و اجتماعی	۶/۶۱
۹	فرصت استفاده از مسابقات آموزش و پرورش و شهرداری‌ها جهت کشف استعدادها در سطوح پایه	۶/۵۵

رتبه	فرصت‌های هیئت والیبال استان تهران	میانگین رتبه
۱۰	وجود فضاهای متعدد ورزش در دستگاه‌های مختلف دولتی و غیر دولتی که خدمات آموزش را ارائه می‌دهند	۶/۴۸
۱۱	رفاه عمومی در سطح استان (امکانات مالی)	۳/۴۶
۱۲	حمل و نقل آسان و در دسترس در سطح استان تهران	۲/۹۰
۱۳	تکنولوژی در دسترس برای آموزش (رسانه‌ها و آوری فن روز)	۲/۷۵

جدول ۶: تفاوت بین فرصت‌های هیئت والیبال استان تهران (نتایج آزمون فریدمن)

آماره	کای اسکوآر (χ^2)	درجه آزادی	سطح معناداری
نتیجه	۳۶۸/۶۹	۱۲	۰/۰۱

بر اساس یافته‌های جدول ۵، مؤلفه‌های ۱۳ گانه فوق به عنوان نقاط فرصت هیئت والیبال استان تهران محسوب شده‌اند. تفاوت معناداری بین اولویت‌های نقاط فرصت فوق وجود دارد ($\chi^2 = 368/69$, $Sig = 0/01$). همچنین، یافته‌ها نشان داد که جامعه آماری بالا در سطح استان تهران به نسبت قیاس با سایر استان‌ها (رتبه میانگین = $9/34$) به عنوان مهم‌ترین نقطه فرصت و تکنولوژی در دسترس برای آموزش به عنوان کم اهمیت‌ترین نقطه فرصت (رتبه میانگین = $2/75$) محسوب می‌شوند.

جدول ۷: اولویت‌بندی تهدیدهای هیئت والیبال استان تهران

رتبه	تهدیدهای هیئت والیبال استان تهران	میانگین رتبه
	فقدان قوانین حمایتی در حوزه جذب اسپانسر	۱۰/۳۱
	کمبود سرانه فضای ورزشی به نسبت جمعیت استان تهران	۹/۷۵
	موازی کاری دستگاه‌های مختلف اجرایی و عدم هماهنگی بین آن‌ها در اجرای مسابقات	۹/۷۱
	سبک زندگی (آپارتمان نشینی) (راکد و کم تحرک)	۹/۱۰
	پرداختن بیشتر به جنبه حرفه‌ای به جای همگانی کردن رشته والیبال	۸/۹۳
	در کانون توجه قرار گرفتن هیئت والیبال استان تهران	۷/۹۰
	فقدان برنامه‌های آموزشی در رسانه‌ها بویژه رسانه ملی	۷/۸۵
	کمبود پوشش تلویزیونی رشته والیبال به خصوص در امر آموزش	۷/۸۱
	اعمال فشار در جابجایی قوانین هیئت توسط سفارشات غیر معقول	۷/۵۹
	موازی کاری دستگاه‌های مختلف اجرایی و عدم هماهنگی بین آن‌ها در امور آموزش و کشف استعدادها	۷/۰۲

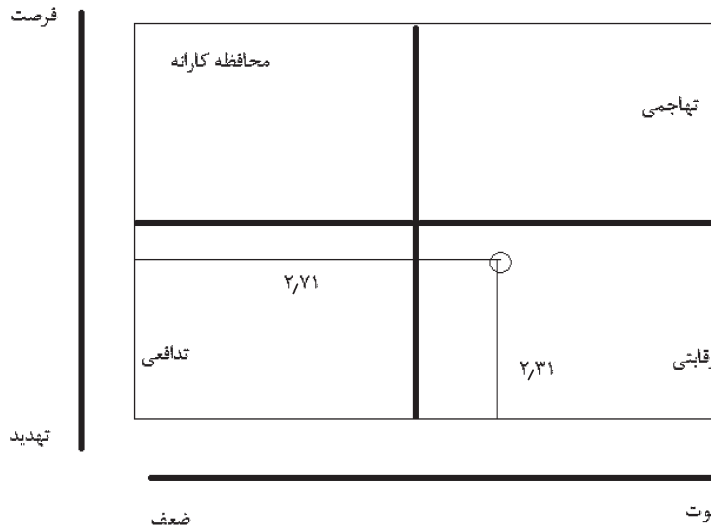
رتبه	تهدیدهای هیئت والیبال استان تهران	میانگین رتبه
	عدم وجود نظام داوطلبی در رویدادهای ورزشی استان	۶/۸۱
	نفوذ عوامل متعدد بیرونی برای گرفتن وقت سالن هیئت والیبال (خانه والیبال)	۶/۳۳
	هزینه بالا در کلان شهر تهران که باعث عدم رغبت خانواده‌ها برای حضور فرزندان در کلاس‌های آموزشی می‌شود	۳/۶۶
	وجود اقوام مختلف در استان تهران به واسطه مهاجرت و آسیب‌های اجتماعی ناشی از آن	۲/۲۳

جدول ۸: تفاوت بین تهدیدهای هیئت والیبال استان تهران (نتایج آزمون فریدمن)

آماره	کای اسکوار (χ^2)	درجه آزادی	سطح معناداری
نتیجه	۴۳/۱۲	۱۰	۰/۰۰۱

بر اساس یافته‌های جدول ۷، مؤلفه‌های ۱۴ گانه فوق به عنوان نقاط تهدید هیئت والیبال استان تهران محسوب شده‌اند. تفاوت معناداری بین اولویت‌های نقاط فرصت فوق وجود دارد ($\chi^2 = 43/12$, $Sig = 0/001$). همچنین، یافته‌ها نشان داد که فقدان قوانین حمایتی در حوزه جذب اسپانسر (رتبه میانگین = ۱۰/۳۱) به عنوان مهم‌ترین نقطه تهدید و وجود اقوام مختلف در استان تهران به واسطه مهاجرت و آسیب‌های اجتماعی ناشی از آن به عنوان کم اهمیت‌ترین نقطه تهدید (رتبه میانگین = ۲/۲۳) محسوب می‌شوند.

در نهایت جهت بررسی و تعیین استراتژی‌های هیئت والیبال استان تهران از ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی استفاده شده است که بر اساس اعداد به دست آمده، موقعیت هیئت والیبال در بخش رقابتی (ST) قرار دارد.



شکل ۱: موقعیت والیبال استان تهران در ماتریس SWOT

بحث و نتیجه گیری

یافته‌های این تحقیق در حوزه نقاط قوت هیئت والیبال استان تهران نشان داد که دوازده نقطه قوت در این هیئت وجود دارد که وجود مربیان و داوران زبده و مجرب در سطوح ملی و بین‌المللی، وجود مدرسان زبده و با تجربه در سطح استان جهت تدریس و آموزش دروس تئوری و عملی و برگزاری کلاس‌های مربیگری و داوری به طور گسترده در سطح استان تهران به عنوان مهمترین نقاط قوتی هستند که این استان واجد آن‌هاست. نظری و همکاران (۱۳۹۳) نیز دریافتند که والیبال ساحلی ۱۵ نقطه قوت دارد و وجود استعداد های فراوان در ورزش والیبال ساحلی نیز به عنوان مهمترین نقاط قوت آن شناسایی شد. با توجه به بالا بودن تعداد نقاط قوت تحقیق یاد شده و پتانسیل بالای والیبال ساحلی به نوعی با نتایج تحقیق حاضر هم سوست. به نظر می رسد هیئت والیبال استان تهران با توجه به قرارگیری در پایتخت و نزدیکی به فدراسیون ملی والیبال، توانسته که نخبگان و متخصصان والیبال را به خود جذب نماید و از آن‌ها برای پیشبرد اهداف خود سود ببرد. در بخش نقاط ضعف هیئت والیبال استان تهران، کمبود منابع مالی و اعتبارات و وابستگی بیش از حد به فدراسیون، عدم وجود کمیته‌های مربیان، داوران، بازاریابی و جذب اسپانسر، نظارت و ارزیابی انضباطی، ترویج و توسعه والیبال و استعدادیابی و پرورش استعدادها و عدم استفاده از نیروهای متخصص جهت مشاوره و راهنمایی در کمیته‌های فعلی (آموزش و مسابقات) هیئت به عنوان مهمترین مشکلات و نقاط ضعف هیئت والیبال استان تهران می‌باشد که همسو با این یافته در تحقیقات سجادی و همکاران (۱۳۹۳) در مورد برنامه راهبردی فدراسیون شطرنج، خسروی زاده (۱۳۹۱) در کمیته ملی المپیک، غفرانی (۱۳۸۹) در مورد ورزش قهرمانی استان سیستان و بلوچستان، نادری نسب (۱۳۹۰) در فدراسیون فوتبال، سیف پناهی (۱۳۹۰) در مورد ورزش قهرمانی استان کردستان و مظفری (۱۳۹۱) در مورد ورزش قهرمانی کشور، نیز به این ضعف‌ها اشاره شده است. این امر نشانگر اهمیت توجه به بحث بازاریابی و استعدادیابی در مجموعه ورزش کشور می باشد. در برنامه راهبردی گروه ورزشی دانشگاه ایالتی مونتکلیر (۲۰۰۹) نیز به کمبود منابع مالی و ضعف در جذب حامیان مالی اشاره شده است. همچنین، نظری و همکاران (۱۳۹۳) بیان نمودند که مهم‌ترین نقاط ضعف والیبال ساحلی، نبود یک سیستم استعدادیابی است که با تحقیق حاضر همسویی دارد.

در بخش فرصت‌های پیش‌روی هیئت والیبال استان تهران، وجود جامعه آماری بالا در سطح استان تهران به نسبت قیاس با سایر استان‌ها مهمترین فرصت شناسایی شد. این یافته با نتایج تحقیق سجادی و همکاران (۱۳۹۳) که وجود استعداد فراوان در رشته شطرنج را از مهمترین فرصت‌های پیش‌روی این فدراسیون بر می شمرد همسوست. وجود استعداد های فراوان از جمله فرصت های موجود در ورزش کشور است که علاوه بر این تحقیق، در نتایج تحقیقات گودرزی (۱۳۸۶)، خسروی زاده (۱۳۹۱)، غفرانی (۱۳۸۹) نادری نسب (۱۳۹۰)، مظفری (۱۳۹۱) و شعبانی بهار (۱۳۹۱) نیز به آن اشاره شده است. در همین راستا، نظری و همکاران (۱۳۹۳) نیز در تحقیق خود از مهم‌ترین نقاط فرصت فدراسیون والیبال در بخش ساحلی وجود جوانان مستعد در کشور سخن به میان آوردند. علاوه بر این، تعامل مستقیم فدراسیون و هیئت و استفاده مناسب از ظرفیت‌های فدراسیون و وجود شخص رئیس هیئت والیبال استان تهران به عنوان عضو هیئت رئیسه فدراسیون والیبال به عنوان مؤلفه‌هایی محسوب می‌شوند که زمینه را برای توسعه و گسترش فعالیت هیئت والیبال استان تهران هموار می‌سازند.

در بخش مربوط به تهدیدهای هیئت والیبال استان تهران فقدان قوانین حمایتی در حوزه جذب اسپانسر، کمبود سرانه فضای ورزشی به نسبت جمعیت استان تهران و موازی کاری دستگاه‌های مختلف اجرایی و عدم

هماهنگی بین آن‌ها در اجرای مسابقات مهم‌ترین تهدیدهای هیئت والیبال استان تهران محسوب می‌شوند. همسو با این یافته، بر طبق نتایج تحقیق سجادی و همکاران (۱۳۹۳) عدم حمایت حامیان مالی (بخش خصوصی) از مهم‌ترین تهدیداتی است که فدراسیون شطرنج با آن‌ها مواجه است. وجود مشکلات اقتصادی در جامعه و فقدان سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش تهدیدات مشترک بیشتر تحقیقاتی است که در زمینه تدوین راهبرد در ورزش کشور انجام شده است. بنابراین ضرورت توجه جدی به بحث حامیان مالی و ورود بخش خصوصی به عرصه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای کشور بیش از پیش نمایان می‌شود.

با توجه به نتایج ماتریس داخلی و خارجی، بر مبنای نمره نهایی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (۲/۷۱) و خارجی (۲/۳۱)، جایگاه هیئت والیبال استان تهران در منطقه ST قرار دارد. به بیان دیگر، هیئت والیبال استان تهران از لحاظ عوامل درونی (قوت‌ها و ضعف‌ها) دارای قوت بیشتر و از لحاظ عوامل بیرونی (فرصت و تهدیدها) دارای تهدید بیشتری می‌باشد. بنابراین موقعیت راهبردی هیئت والیبال استان تهران رقابتی است و بر این مبنای، استراتژی‌های منطقه رقابتی تدوین شد. سازمان‌ها در اجرای راهبردهای ST می‌کوشند با استفاده از قوت‌های خود آثار ناشی از تهدیدات موجود در محیط خارج را کاهش دهند یا آن‌ها را از بین ببرند. بر این اساس هیئت والیبال استان تهران باید با استفاده از نقاط قوت داخلی برای کاهش و یا از بین بردن اثرات ناشی از تهدیدات موجود در محیط خارجی سازمان اقدام نماید. در این استان، هیئت‌های ورزشی بسیاری وجود دارند که در رقابت با این هیئت و در پی جذب ورزشکاران و علاقمندان به رشته ورزشی خود هستند. بنابراین، هیئت والیبال استان تهران ناگزیر به رقابت با این هیئت‌هاست. پس باید راهبردهای ویژه‌ای اتخاذ کنند که در این تحقیق، در منطقه رقابتی به شرح ذیل آمده است:

● تدوین برنامه عملیاتی ۴ ساله هیئت با تمرکز بر جذب حامیان مالی

مالکیت گسترده دولتی، ساختار انحصاری بازار، درون‌گرایی و تعامل نداشتن با جهان خارج از پیامدهای مشکلات اقتصادی کشور می‌باشد. مقوله ورزش قهرمانی و نهادهای مرتبط با آن (مانند فدراسیون‌ها، هیئت‌های ورزشی، باشگاه‌ها و ...) نیز از این موضوع مستثنا نیستند. احسانی و همکاران (۱۳۸۷) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی علل عدم حمایت اسپانسرها از ورزش حرفه‌ای بانوان شهر اصفهان» علت را نرسیدن اسپانسر‌ها به اهداف خود از جمله افزایش فروش کالا و خدمات، ایجاد تصویر مناسب از شرکت در اذهان عمومی، رقابت با سایر شرکت‌ها و گسترش فروش بیان می‌کنند. بنابراین پیشنهاد می‌شود تا هیئت والیبال استان تهران با طراحی یک برنامه راهبردی مدون و تدوین نظام جامع جذب و بکارگیری حامیان مالی موجود نسبت به جذب منابع مالی لازم اقدام نماید. بدون شک، با وجود صنایع بزرگ و شرکت‌های تولیدی و خدماتی فراوانی که در استان وجود دارند، وجود یک برنامه با محوریت جذب حامیان مالی امری الزامی است.

● طراحی و استقرار نظام استعدادیابی به منظور شناسایی، جذب و پرورش استعداد در ورزش والیبال

یکی از عوامل مهم توسعه ورزش قهرمانی و کسب مدال در میادین ورزشی، وجود نظام استعدادیابی در ورزش است. استعدادیابی از لحاظ تشکیلاتی دارای یک نظام سراسری "ملی" است که با برنامه‌های آموزش و پرورش همبستگی نزدیکی دارد. برای نمونه، نظام کشف استعداد‌های ورزشی در چین مبتنی بر تعامل ورزش استانی با نظام آموزش و پرورش است. برگزاری مسابقات و جشنواره‌های ورزشی در کنار آزمون‌های شناسایی استعداد، یکی از روش‌های متداول استعدادیابی است. برای نمونه، بسیاری از استعداد‌های جوان ورزشی در کشور کانادا نیز از طریق مسابقات آموزشی‌شناسایی می‌شوند. اصلی‌ترین نهاد مجری استعدادیابی در کشورهای مذکور آموزش و پرورش است و سهم پررنگ نظام آموزش و پرورش در فرایند استعدادیابی

کشورهای یاد شده کاملاً مشهود است. بنابراین توصیه می شود هیئت والیبال استان تهران با طراحی و تدوین نظام جامع استعدادیابی با همیاری اداره کل آموزش و پرورش استان نسبت به کشف و شناسایی استعداد های موجود در استان اقدام نماید.

● تولید و پخش برنامه های آموزشی والیبال با مشارکت صدا و سیما

همچنان که تندنویس و همکاران (۱۳۸۶) در مقاله ای با عنوان «مقایسه دیدگاه ورزشکاران، مربیان و صاحب نظران در مورد راهکارهای پیشرفت ورزش قهرمانی ژیمناستیک کشور» نشان دادند، آموزش از مهم ترین ابعاد در پیشرفت بعد قهرمانی ورزش ژیمناستیک کشور می باشد. توجه به مسئله آموزش فراگیر با همکاری همه جانبه صدا و سیما در رشته والیبال می تواند در توسعه این رشته بسیار سودمند باشد. نظر به رشد بسیار خوب این رشته در کشور و مطرح شدن ایران در سطح جهانی و بین المللی و اقبال عمومی بسیار خوبی که مردم به این رشته نشان می دهند، تولید برنامه های آموزشی برای فراگیران، مربیان و داوران می تواند نقش بسیار مهمی در رشد و توسعه همه جانبه این رشته داشته باشد.

● برنامه ریزی جهت تأمین تجهیزات مورد نیاز برای هیئت های تابعه

محدودیت امکاناتی و تجهیزاتی موجود در هیئت های تابعه استان تهران، تراکم بیش از حد جمعیت و متناسب نبودن فضاهای موجود با رشد جمعیت، از عوامل محدودکننده فعالیت های هیئت استان تهران است. همچنین، وجود محیط ورزشی و تجهیزات لازم و مناسب برای والیبال یکی از اساسی ترین عوامل در ارتقای کیفی عملکرد هیئت استان تهران به شمار می رود. بدون شک، فقدان و کمبود امکانات و تسهیلات ورزشی استاندارد از جمله عواملی است که موجب کندی پیشرفت ورزشکاران می گردد و اثربخشی و کارایی هیئت استان را تحت تاثیر خود قرار خواهد داد. بنابراین پیشنهاد می شود هیئت مذکور با همکاری اداره کل ورزش و جوانان استان و فدراسیون نسبت به تأمین فضا و تجهیزات موجود اقدام نماید.

منابع

- احسانی، محمد و همکاران. (۱۳۸۷). «بررسی علل عدم حمایت اسپانسرها از ورزش حرفه ای بانوان شهر اصفهان». نشریه علوم حرکتی و ورزش. سال ششم، شماره ۱۲، صص ۱۲۰-۱۱۱.
- اکبری، عباسعلی؛ جوادی پور، محمد و شعبانی بهار، غلامرضا. (۱۳۹۳). «شناخت وضعیت موجود و ویشو در ایران و ارائه استراتژی، برنامه ها و راهکار های توسعه آن بر اساس مدل SWOT». نشریه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. شماره ۱۳. صص ۲۱-۱.
- آقایی، علی اکبر. (۱۳۸۹). «طراحی و تدوین برنامه راهبردی توسعه ی ورزش هندبال (مورد استان سمنان)». پایان نامه کارشناسی ارشد، مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه اصفهان.
- تند نویس، فریدون و قاسمی، محمد هادی. (۱۳۸۶). «مقایسه دیدگاه ورزشکاران، مربیان و صاحب نظران در مورد راهکارهای پیشرفت ورزش قهرمانی ژیمناستیک کشور». فصل نامه المپیک. سال پانزدهم. شماره ۴.
- حسینی، سید شاهو. (۱۳۸۹). «تدوین استراتژی استعدادیابی در ورزش قهرمانی کشور (ایران)». پایان نامه کارشناسی ارشد، مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه شمال.
- خسروی زاده، اسفندیار؛ حمیدی، مهرزاد؛ یدالهی، جهانگیر و خیبری، محمد. (۱۳۹۱). «تدوین راهبردها و تعیین موقعیت راهبردی کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران». دوفصلنامه مدیریت و توسعه ورزش. پاییز و زمستان، ۱۳۹۱، شماره ۱، صص ۱۱-۲۵.
- حمیدی زاده، محمدرضا. (۱۳۸۲). «برنامه ریزی راهبردی». تهران: انتشارات سمت
- سجادی، سید نصراله؛ خیبری، محمد؛ قائم مقامی، احسان و بنسپردی، علی. (۱۳۹۳). «شناسایی و تدوین راهبردهای فدراسیون شطرنج جمهوری اسلامی ایران». دوفصلنامه مدیریت و توسعه ورزش. سال پنجم، شماره دوم. صص ۳۴-۱۷
- شعبانی بهار، غلامرضا؛ عرفانی، نصراله؛ گودرزی، محمود و منصف، علی. (۱۳۹۳). «کاربرد مدل مسیر در تبیین شاخص های موثر بر موفقیت ورزشی تیم های ایران در رویداد های بین المللی». فصلنامه پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزشی. شماره ۱۱. صص ۱۳۱-۱۱۷.
- غفرانی، محسن. (۱۳۸۹). «طراحی و تدوین راهبرد توسعه ورزش قهرمانی استان سیستان و بلوچستان». نشریه مدیریت ورزشی. شماره ۴، صص ۱۶۹-۱۹۰.
- گودرزی، محمود و حبیب، هنری. (۱۳۸۶). «طراحی و تدوین نظام جامع ورزشی کشتی ایران». پژوهش در علوم ورزشی. شماره ۱۴. صص ۵۴-۳۳.
- کشتی دار، محمد؛ طالب پور، مهدی و شیر مهنجی، فاطمه. (۱۳۹۱). «بررسی وضعیت موجود والیبال ایران با ارایه برنامه اجرایی در راستای بهبود مستمر». نشریه مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۱۳. صص ۳۲-۱۳.
- مظفری، سید امیر احمد و همکاران. (۱۳۹۱). «راهبردهای توسعه نظام ورزش قهرمانی ایران». مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۱۳، صص ۴۸-۳۳.
- نادری نسب، مهدی؛ احسانی، محمد؛ خیبری، محمد؛ امیری، مجتبی و قره خانی، حسن. (۱۳۹۰). «بررسی وضعیت موجود فوتبال جمهوری اسلامی ایران و تعیین موقعیت راهبردی فوتبال کشور». مدیریت

ورزشی. شماره ۹. صص ۲۷-۵.

- نظری، وحید؛ رضوی، سید محمد حسین و حسینی، سیدعماد. (۱۳۹۳). «طراحی و تدوین برنامه راهبردی والیبال ساحلی ایران». مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۲۷. صص ۸۶-۶۳.
- نظری، وحید؛ رضوی، سید محمد حسین؛ حسینی، سیدعماد و رئیس، مجتبی. (۱۳۹۲). «تبیین استراتژی والیبال ساحلی ایران». پژوهش های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی. سال سوم، شماره ۵، صص ۹۰-۷۳.
- David, Jennings , John J, Disney. (2006). “ **Designing the strategic planning process: does psychological type matter?**”.
- Dincer, O. (2004). “**Strategy Management and Organization Policy, Istanbul**”. Beta Publication.
- Fiona , Maccoll. (2010). “**Medwey council, sport development strategy (2005-210)**”. National cycling sterategy.
- Holzweher, F. (2002). “**Sport for all as a social chang and funess development**”. Institute of sport science Vienna University. Austria.
- Steward, R; Moamed, S; Daet, R. (2002) .“**Strategic implementation of IT/IS projects in construction**». A case study, Automation in Construction, 11, 681-694.
- Montclair State University Strategic Plan (2009). “**STRATEGIC PLAN, UNIT Department of Exercise Science and Physical Education**”. (ESPE), ue to Provost, April 30.
- Viorel, Dan, Nastase, I. (2012). “**An analysis of traininig for specialist in physical education and sports between tradition and globalization**”. Procedia- Social and Behavioral Sciences.46, PP: 3672-3676.

رتبه بندی شاخص های تاثیرگذار بر فروش محصولات ورزشی از طریق مجازی

معصومه بابایی مبارکه^۱

عبدالمهدی نصیرزاده^۲

برانوش نیک بین^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۷/۱۲

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۷/۲۶

هدف پژوهش حاضر، رتبه بندی شاخص های تاثیرگذار بر فروش محصولات ورزشی از طریق فضای مجازی از دیدگاه دانشجویان است. جامعه آماری پژوهش، دانشجویان تربیت بدنی زن و مرد دانشگاه پیام نور استان تهران است که تعداد کل آن ها ۱۳۰۲ نفر بودند (۶۳۵ زن و ۶۶۷ مرد). نمونه آماری با توجه به جدول مورگان ۳۰۲ نفر تعیین شد که با روش نمونه گیری خوشه ای و تصادفی از واحدهای تهران جنوب، تهران غرب، لوسان، شهریار، ورامین و پاکدشت انتخاب گردیدند. برای گردآوری داده ها از پرسش نامه محقق ساخته استفاده شد که روایی آن از نظر ۱۰ نفر از متخصصان مدیریت ورزشی تایید و پایایی آن به روش آلفای کرونباخ (۰/۸۱) محاسبه شد. برای بررسی روایی پرسش نامه، از اعتبار محتوایی و تحلیل عاملی تاییدی استفاده شد. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و روش جمع آوری اطلاعات آن، پیمایشی است و به لحاظ بررسی روابط بین متغیرها، همبستگی از نوع پژوهش کمی است. برای تحلیل داده ها، از آزمون تی تک نمونه ای و دو نمونه ای، آزمون تحلیل واریانس، آزمون همبستگی پیرسون و جهت رتبه بندی عوامل از آزمون فریدمن به کمک نرم افزار SPSS20 استفاده شد. عواملی نظیر کیفیت مطالب و طراحی وب سایت، میزان دسترسی به اینترنت، روش دریافت کالا و نحوه پرداخت وجه، سرعت و سهولت استفاده از وب سایت، امنیت بودن فروشگاه، خدمات جانبی و تبلیغات موثر آن از عوامل موثر بر میزان فروش کالا هستند. سن و تحصیلات نیز یک عامل مهم در نگرش افراد نسبت به تاثیرگذاری تبلیغات فروشگاه بر افزایش فروش آن به شمار می آیند.

واژگان کلیدی: رتبه بندی، محصولات ورزشی و مجازی

E-mail: M_babaei@pnu.ac.ir

۱. کارشناس ارشد تربیت بدنی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

۲. استادیار، مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

۳. دانشجوی دکتری مدیریت رفتار سازمانی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

مقدمه

توسعه سیستم های دیجیتال و ارائه امکانات مختلف از طریق آن، این فناوری را به حیطه بازاریابی ورزشی نیز کشانده است. مفهوم همزیستی ورزش و رسانه با پوشش خبری ورزش در رسانه ها ارتباط معناداری داشته است و همزیستی ورزش و رسانه تصادفی نبوده و تاریخ پیوند ورزش و رسانه بیانگر این است که هر کدام از این دو سازمان، نهاد دیگر را برای دستیابی به مخاطبان، منابع و سود بیشتر هدایت کرده است (اسدی و کشاورز، ۱۳۹۲).

از سال ۱۹۸۰، با ظهور رایانه ها تغییر شگرفی در زندگی پدید آمده است و افراد قادرند به جمع آوری، ذخیره، تجزیه و تحلیل حجم انبوهی از داده ها بپردازند (لین و منر^۱، ۲۰۱۱: ۲۲).

از اواسط دهه ۱۹۹۰، با ظهور اینترنت تغییر اساسی در انواع صنایع از جمله بازاریابی، آموزش و پرورش، امور مالی، فن آوری اطلاعات به وجود آمده است (شارما و شت^۲، ۲۰۰۴: ۶۹۶). بر خلاف رسانه های جمعی سنتی از قبیل رادیو و تلویزیون، شبکه جهانی اینترنت فرصت استثنائی ای را در اختیار بازاریابان قرار می دهد، چرا که این شبکه ارتباطات دوطرفه بین فروشنده و خریدار را تسهیل می کند (سجادی، ۱۳۹۰). آمریکا در سال ۲۰۱۴ بیش از ۲ بلیون دلار خرج تبلیغات رویدادهای ورزشی از طریق وسایل دیجیتال مانند تلویزیون، کامپیوتر، گوشی های هوشمند و تبلت کرده است. بین سال های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۰ در بازی های سوپر لیگ آمریکا جمعاً ۱/۶۲ بلیون دلار سود از تبلیغ رویدادهای ورزشی به دست آمده است (جیسنبگ^۳، ۲۰۱۴: ۲). با ورود به قرن بیست و یک، انواع دستگاه های قابل حمل هوشمند پدیدار می شوند و سطح دسترسی آسانتر به مردم جهت توانایی محاسبات پیشرفته تر و اتصال لحظه ای به اطلاعات بازار را بیشتر از کامپیوتر شخصی معمولی فراهم می آورند (چن و همکاران^۴، ۲۰۰۹: ۲۴۱). علاوه بر این، دستگاه های هوشمند زمینه ای ایجاد می کنند که در آن مردم به راحتی بتوانند به اطلاعات مطلوب و مورد نیاز (لی^۵، ۲۰۰۵: ۱۶۵) بر اساس زمان واقعی اطلاعات، در هر نقطه و در هر زمان دسترسی داشته باشند (هننیک^۶ و همکاران، ۲۰۱۰: ۳۱۱). مصرف کننده ورزشی کسی است که به طور مستقیم (مانند خرید بلیت مسابقه) و یا به طور غیر مستقیم (تماشای یک مسابقه ورزشی از طریق تلویزیون) کالا یا خدمت ورزشی را مصرف می کند. امروزه با گسترش زندگی آپارتمان نشینی و کاهش زمین های بازی مصرف مجازی ورزش بیش از سایر ابعاد مورد توجه افراد قرار گرفته است؛ به طوری که ۶۷ درصد خانوارها در آمریکا به تماشای برنامه های ورزشی گرایش دارند (یوسفی، ۱۳۹۲: ۳۱).

حیدری و شریفیان (۱۳۹۳) در پژوهشی به مقایسه بازاریابی تحت وب باشگاه های ایران، انگلستان و یونان پرداختند و یافته های آن ها نشان داد که باشگاه های منتخب ایران در تمام ویژگی های فروش، ترویجی، ارتباطی و جمع آوری داده ها از باشگاه های انگلستان و یونان ضعیف تر است. میزانی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهش خود به تعامل با هواداران از طریق اینترنت به عنوان ابزاری برای بازاریابی و مقایسه باشگاه های حرفه ای فوتبال ایران، آسیا و اروپا پرداختند. نتایج آن ها نشان داد که باشگاه های ایرانی کمترین خدمات آنلاین فروش محصولات ورزشی را ارائه می دهند و از وب سایت باشگاه برای بازاریابی و فروش محصولات ورزشی کمترین استفاده را دارند. برخی از باشگاه ها در ارائه خدمات و اطلاعات به هواداران خود ضعیف

1. Lane & Manner.
2. Sharma & Sheth.
3. Gijnsenberg
4. Chen et al.
5. Lee, J.
6. Hennig et al.

عمل کرده اند و اطلاعات کمی را در وب سایت های خود قرار داده اند (آرگان و همکاران، ۲۰۱۳: ۲۶). یک ملاک مهم در ارزیابی موفقیت هر رسانه‌ای، بررسی تعداد و میزان استفاده مخاطبان از آن رسانه است و انگیزه یا تغییری که در رفتار مخاطب بوجود می‌آورد و این، زمانی حاصل می‌شود که یک رسانه دارای ویژگی های متمایز و متفاوت نسبت به سایر رسانه‌ها باشد (قاسمی، ۱۳۹۲: ۴۳). سیاست پس دادن پول یا ضمانت پس دادن پول در زمانی محدود، می‌تواند احساس گناه ناشی از خریدهای آنی را کاهش دهد. بنابراین این موضوع نیز عاملی تأثیرگذار بر رفتار خرید آنی است (چین جوهانگ^۱، ۲۰۱۵: ۱۹).

در تحقیقی گسترده توسط بارتش^۲ (۲۰۱۲) عوامل موثر بر فروش اینترنتی در سه بخش کلی مضمون اطلاعات، ارتباطات و طراحی سایت بررسی شده است. کوک و همکاران^۳ (۲۰۱۲) عواملی نظیر افزایش ارائه کنندگان کارت های اعتباری، دسترسی ۲۴ ساعته، شهرت شرکت ارائه کنندگان کالا و خدمات، مکاتبات و داشتن ارتباط با مشتری، مشوق های خرید و تبلیغات را عواملی موثر در جلب رضایت الکترونیک و فروش بالاتر فروشگاه دانسته اند. در تحقیق هاوسمن^۴ (۲۰۰۹) در بخش رضایتمندی اطلاعاتی مشتری، مواردی مانند راحتی در استفاده، کیفیت، کمیت و به روز بودن اطلاعات، اتصال به سایر وب سایت ها، جستجوگرهای اطلاعاتی، سفارش سازی اطلاعات، دسترسی به اطلاعات از طریق دانلود و فرایند خرید پرداخته شده است. با ظهور وسایل قابل حمل هوشمند کوچک و سبک مانند موبایل و تبلت و... با قابلیت دسترسی آسان به اینترنت، بیشترین نوآوری در امر بازاریابی اینترنتی پدید آمده است (اولساویترا^۵، ۲۰۱۲: ۱۰۵). بر اساس مطالعات نیلسن^۶ (۲۰۱۲) میزان استفاده از وسایل هوشمند ۵۴/۹ درصد در امریکا افزایش یافته است. شرکت میکروسافت اعلام کرده است که استفاده از وسایل هوشمند قابل حمل جهت دسترسی به اینترنت و اطلاعات بازاریابی نسبت به کامپیوترهای شخصی در آینده رو به افزایش است (چاو^۷، ۲۰۱۲: ۱۳). آبرا^۸ (۲۰۱۲) بیان نمود که سازمان هایی که با رویداد های به روز سرو کار دارند، از مزایای روابط طولانی مدت با رسانه منفعت بیشتری می برند و فرصت های بازاریابی حاصله از رسانه های اجتماعی به طور قابل توجهی از چالش های آن بیشتر است. تعاملی بودن محیط ارتباطی این فرصت را برای کاربران اینترنتی فراهم می کند تا در برخورد با فضای اینترنت فرصت دخالت آرا و نظرات خود را داشته و از نظرات دیگران نیز مطلع شوند (دائه^۹، ۲۰۱۴).

فرضیه های پژوهش

- فروش از طریق اینترنت مزایای قابل ملاحظه ای دارد.
- بین میزان دسترسی افراد به اینترنت و فروش یک فروشگاه مجازی ارتباط معنی داری وجود دارد.
- بین کیفیت و طراحی وب سایت و فروش یک فروشگاه مجازی ارتباط معنی داری وجود دارد.
- بین سرعت و سهولت استفاده از وب سایت و فروش یک فروشگاه مجازی ارتباط معنی داری وجود دارد.
- بین ویژگی های مبادله و فروش یک فروشگاه مجازی ارتباط معنی داری وجود دارد.

1. Chien-Ju.
2. Bartsch.
3. Kwak et al.
4. Hausman
5. Oulasvirta
6. Nielsen
7. Chua
8. Abeza
9. Dae

- بین امین بودن فروشگاه مجازی و فروش فروشگاه مجازی ارتباط معنی داری وجود دارد.
 - بین خدمات جانبی فروشگاه به مشتریان و فروش فروشگاه مجازی ارتباط معنی داری وجود دارد.
 - بین تبلیغات موثر و هدفمند فروشگاه و فروش فروشگاه مجازی ارتباط معنی داری وجود دارد.
- نتایج پژوهش حاضر به مدیران و دارندگان فروشگاه های اینترنتی بخصوص فروش کالاهای ورزشی کمک می کند تا با بهره گیری کامل از پتانسیل بازاریابی الکترونیکی و تحلیل و بررسی عوامل موثر بر فروش خود بتوانند گام هایی موثر جهت افزایش فروش کالاهای ورزشی به ویژه در راستای ایجاد و توسعه مزیت رقابتی بردارند. از آن جا که پژوهش های چندانی در مورد بررسی عوامل موثر بر میزان فروش کالاها در فضای مجازی، به ویژه در حوزه تحقیقاتی فروش کالاهای ورزشی در ایران نیست، هدف پژوهش حاضر رتبه بندی شاخص های تاثیرگذار بر فروش محصولات ورزشی از طریق مجازی است.
- مسئله اصلی تحقیق این است که توسعه خرید اینترنتی کالاهای ورزشی متأثر از چه شاخص هایی است و اولویت بندی عوامل موثر بر خرید محصولات ورزشی از طریق فضای مجازی چگونه است؟

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر، کاربردی و از نظر شیوه پژوهش، توصیفی و از نوع پیمایشی است. با در نظر گرفتن هدف اصلی این پژوهش که تحلیل عوامل موثر بر فروش کالای ورزشی در فضای مجازی است و با توجه به شیوه های گرد آوری اطلاعات، از روش های مطالعه کتابخانه ای و نیز روش های میدانی نظیر پرسش نامه استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه دانشجویان تربیت بدنی زن و مرد ۱۸-۳۵ سال دانشگاه پیام نور استان تهران است که تعداد کل آن ها ۱۳۰۲ نفر بودند (۶۳۵ زن و ۶۶۷ مرد). نمونه آماری با توجه به جدول مورگان ۳۰۲ نفر تعیین گردید که با روش نمونه گیری خوشه ای و تصادفی از واحدهای تهران جنوب، تهران غرب، لواسان، شهریار، ورامین و پاکدشت تعیین شدند. برای گرد آوری داده ها از پرسش نامه محقق ساخته استفاده گردید که روایی آن از نظر ۱۰ نفر از متخصصان مدیریت ورزشی تایید و پایایی آن به روش آلفای کرونباخ (۰/۸۱) محاسبه شد.

جدول ۱: تعداد جامعه و نمونه آماری مناطق مورد پژوهش

مراکز دانشگاهی زیر نظر دانشگاه پیام نور استان تهران		جامعه آماری		نمونه آماری	
مرکز تهران جنوب		۱۳۸		۷۰	
مرکز تهران غرب		۹۸		۵۰	
لواسان		۱۰۸		۵۵	
شهریار		۸۹		۴۷	
ورامین		۱۰۰		۵۱	
پاکدشت		۵۷		۲۹	
کل		۵۹۰		۳۰۲	
		زن ۳۰۸	مرد ۲۸۲	زن ۱۵۸	مرد ۱۴۴

جامعه آماری این پژوهش متشکل از دانشجویانی است که حداقل یک بار سابقه خرید از طریق اینترنت داشتند. مقیاس لیکرت به عنوان یکی از متداول ترین ابزار جمع آوری اطلاعات در تحقیقات پیمایشی مورد استفاده قرار می گیرد و عبارت است از: مجموعه ای از پرسش های هدف دار که نظر، دیدگاه و بینش یک فرد پاسخگو را مورد سنجش قرار می دهد. در این تحقیق ضمن استفاده از مصاحبه اولیه با ۱۰ نفر از متخصصان مدیریت ورزشی در راستای دستیابی به اهداف و پرسش های تحقیق، از ابزار پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد که سوالات آن از طریق بررسی و مطالعه مقالات خارجی و داخلی پیشین و نظرات کارشناسان تهیه گردید. تعداد ۴۰۰ برگ پرسشنامه در بین دانشجویان توزیع شد و از این تعداد، ۳۰۲ برگ پرسش نامه با پاسخ کامل تحویل گرفته شد. پرسشنامه به کار رفته در این پژوهش از دو بخش تشکیل شده است. سوالات عمومی که شامل ۶ سوال در مورد ویژگی پاسخ دهندگان نظیر جنسیت، سن، میزان تحصیلات، درآمد، میزان استفاده از اینترنت و تعداد دفعات خرید اینترنتی می باشد. ۴۱ سوال تخصصی با طیف لیکرت که ارزش عددی گزینه های آن از عدد ۱ برای مخالف تا عدد ۵ برای کاملاً موافق استفاده شده است. علاوه بر این، جهت افزایش روایی پرسش نامه از تحلیل عاملی تاییدی استفاده شد. بدین منظور مقادیر مربوط به هر یک از متغیرها در نرم افزار ۲۰ SPSS مورد اندازه گیری قرار گرفت.

یافته های پژوهش

جدول ۲: سنجش روایی پرسش نامه با استفاده از تحلیل عاملی و بارتلت تست

ردیف	متغیر	سوالات	میانگین بار عاملی	درصد واریانس تبیین شده	بارتلت تست	KMO
۱	میزان دسترسی به اینترنت	۱۷-۳۸-۳۹	۰/۶۸	۰/۵۸	۱۱۸۷/۶۴ Sig=۰/۰۱۵	۰/۸۴
۲	کیفیت مطالب و طراحی سایت	۲-۴-۱۳-۲۲-۲۳-۲۵	۰/۶۲	۰/۶۶	۲۱۲/۵۵ Sig=۰/۰۱۰	۰/۷۶
۳	سرعت و سهولت استفاده از وب سایت	۱-۸-۱۶-۲۴-۴۰-۴۱	۰/۴۴	۰/۷۸	۴۸۶/۰۲ Sig=۰/۰۰۳	۰/۷۷
۴	ویژگی های مبادله	۸-۹-۱۲-۱۸-۲۶-۳۵-۳۴-۳۰-۲۷	۰/۸۲	۰/۷۹	۳۲۴/۶۶ Sig=۰/۰۰۷	۰/۶۸
۵	امین بودن فروشگاه	۳-۶-۱۴-۱۹-۲۰-۳۳	۰/۷۷	۰/۷۲	۲۱۲/۸۱ Sig=۰/۰۴۳	۰/۶۸
۶	خدمات جانبی فروشگاه	۱۴-۲۸-۲۹-۳۰-۳۱-۳۲-۳۷	۰/۸۴	۰/۸۷	۴۱۸/۱۸ Sig=۰/۰۰۰	۰/۸۳
۷	تبلیغات اینترنتی فروشگاه	۱۶-۲۱-۳۶-۳۷-۴۰	۰/۷۴	۰/۸۷	۳۹۹/۰۴ Sig=۰/۰۰۰	۰/۸۶

بر اساس نتایج به دست آمده، با توجه به این که درصد واریانس تبیین شده بیشتر از ۵۰ و بارهای عاملی گویه ها نزدیک به یک و سطح معنی داری آزمون بارتلت کمتر از ۰.۵٪ است، لذا روایی این متغیرها مناسب است. ضمن آن که معیار KMO محاسبه شده نیز بیانگر کفایت داده هاست. مقدار p کوچکترین سطح معنی داری است که در آن فرض صفر قابل رد شدن است. ضریب قابلیت اعتماد در تفسیر نتایج مهم بوده و شرط اساسی در انتخاب یک ابزار اندازه گیری است. پس از محاسبات انجام گرفته برای این تحقیق ضرایب آلفای کرونباخ مطابق جدول ۳ به دست آمده است.

جدول ۳: ضریب آلفای کرونباخ

ردیف	مفاهیم	ضریب آلفای کرونباخ
۱	میزان دسترسی به اینترنت	۰/۶۶
۲	کیفیت مطالب طراحی وب سایت	۰/۷۴
۳	سرعت و سهولت استفاده از وب سایت	۰/۷۲
۴	ویژگی های مبادله	۰/۸۵
۵	امین بودن فروشگاه	۰/۶۶
۶	خدمات جانبی فروشگاه به مشتریان	۰/۷۳
۷	تبلیغات اینترنتی فروشگاه	۰/۷۴
	کل	۰/۸۳

آلفای کرونباخ، میزان همبستگی مثبت اعضای یک مجموعه را با هم منعکس می کند. مقدار این ضریب می تواند بین صفر و یک در نوسان باشد. مقادیر کمتر از ۰/۶ نشان دهنده پایایی ضعیف، دامنه بین ۰/۷ و ۰/۸ پایایی قابل قبول و بیش از ۰/۸ پایایی خوب است. لذا با توجه به پرسش نامه مذکور می توان پایایی آن را خوب ارزشیابی کرد. برای بررسی میانگین نظرهای مشتریان در قالب اثر ۷ متغیر یاد شده بر میزان فروش کالاهای ورزشی در محیط مجازی، از آزمون تی تک نمونه ای در سطح معنی داری ۰/۰۵ استفاده شد. برای سنجش تفاوت نظرات بین زنان و مردان در مورد عوامل موثر بر افزایش فروش فروشگاه های مجازی از آزمون تی دو نمونه ای مستقل استفاده شده است و برای تفاوت بین دیدگاه های افراد بر اساس سایر مشخصات عمومی آن ها در مورد تاثیر عوامل ۷ گانه فروش فروشگاه های مجازی از آزمون تحلیل واریانس یا آنوای یک طرفه استفاده شد. جهت مشخص شدن نوع و میزان ارتباط بین متغیرهای این طرح، ضریب همبستگی بین میزان افزایش فروش اینترنتی فروشگاه مجازی با عامل های هفت گانه بررسی گردید. از آزمون فریدمن برای رتبه بندی شاخص های تاثیرگذار بر فروش محصولات ورزشی در فضای مجازی استفاده شده است.

جدول ۴: توزیع فراوانی سنی پاسخگویان

سن	فراوانی	درصد
کمتر از ۱۸ سال	۳۶	۱۱/۹
بین ۲۰ تا ۲۵	۱۳۳	۴۴
بین ۲۵ تا ۳۰	۸۳	۲۷/۴
بین ۳۰ تا ۳۵	۵۰	۱۶/۵
کل	۳۰۲	۱۰۰

جدول ۵: ضریب همبستگی بین شاخص های خرید محصولات ورزشی از دیدگاه دانشجویان دانشگاه پیام نور تهران

	میزان دسترسی به اینترنت	کیفیت مطالب و طراحی وب سایت	سرعت و سهولت استفاده از وب سایت	ویژگی های مبادله	امین بودن فروشگاه	خدمات جانبی فروشگاه به مشتریان	تبلیغات اینترنتی فروشگاه
ضریب همبستگی (P)	۰/۴۷	۰/۶۹	۰/۴۷	۰/۵۸	۰/۶۵	۰/۶۸	۰/۶۲
سطح معناداری	۰/۰۴۱	۰/۰۳	۰/۰۴	۰/۰۰۶	۰/۰۲	۰/۰۳	۰/۰۱

تمامی ضرایب همبستگی بین عامل های در نظر گرفته شده بر میزان فروش فروشگاه های مجازی در سطح بسیار بالایی موثر می باشند. همه ضرایب همبستگی در سطح معنی داری کمتر از ۰/۰۵ مثبت هستند که بیانگر ارتباط خطی و مثبت و معنی داری بین متغیرهای تحقیق می باشد و این بدان معناست که با بیشتر شدن هر کدام از این عوامل، میزان فروش فروشگاه های اینترنتی نیز افزایش می یابد و به ترتیب اندازه، عامل های دوم، ششم، پنجم، هفتم، چهارم، سوم و اول تاثیرگذار هستند.

جدول ۶: نتایج آزمون فریدمن

عامل	میانگین رتبه ای	درجه آزادی	درصد معنی داری
تبلیغات اینترنتی فروشگاه	۵/۰۳	۶	۰/۰۱
میزان دسترسی به اینترنت	۴/۹۹	۶	۰/۰۰۵
امین بودن فروشگاه	۴/۲۱	۶	۰/۰۳
سرعت و سهولت استفاده از وب سایت	۳/۸۷	۶	۰/۰۰۱
ویژگی های مبادله	۳/۵۲	۶	۰/۰۲
کیفیت مطالب و طراحی وب سایت	۳/۴۲	۶	۰/۰۰۱
خدمات جانبی فروشگاه به مشتریان	۲/۹۶	۶	۰/۰۰۲

بحث و نتیجه گیری

با توجه به نتایج به دست آمده، ۵۲/۳ درصد از افراد مورد بررسی را زنان و ۴۷/۶۸ درصد را مردان تشکیل می دهند. بیشترین فراوانی مربوط به سن بین ۲۰ تا ۲۵ سال و کمترین مربوط به گروه سنی کمتر از ۱۸ سال است. با توجه به این که استفاده از اینترنت و به تبع آن خرید اینترنتی از موضوعات نسل جدید هستند، این موضوع طبیعی است. از نظر وضعیت در آمد ۴۸ درصد افراد در آمدی کمتر از پنج میلیون ریال دارند که بیشترین فراوانی را دارا می باشد. ۴۰ درصد افراد روزانه کمتر از یک ساعت و ۴۵ درصد افراد بین ۱ تا ۲ ساعت - که بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده اند - از اینترنت استفاده می کنند. بیشترین فراوانی در تعداد دفعات خرید اینترنتی مربوط به افرادی است که یک یا دو بار سابقه خرید اینترنتی را داشته اند. به طور کلی، نتایج حاصله از مشخصات عمومی پاسخ دهندگان نشان می دهد که بیشترین خریداران کالا از طریق اینترنت، قشر جوان و تحصیل کرده بوده و از این میان، تعداد بیشتری از پاسخ دهندگان به گروه زنان تعلق دارند که سطح درآمد متوسط رو به بالایی را نیز صرف استفاده از اینترنت نمی نمایند. میان نظرات گروه مردان و زنان در مورد عوامل موثر بر افزایش فروش فروشگاه های مجازی برای عواملی مانند میزان دسترسی به اینترنت، کیفیت مطالب و طراحی وب سایت و سرعت و سهولت استفاده از وب سایت با توجه به اینکه سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ است، تفاوت معناداری وجود دارد و تاثیر گذاری عوامل از دید زنان بیشتر است. از نظر گروه های سنی و تحصیلی، سن و تحصیلات یک عامل اثر گذار در نگرش افراد نسبت به تاثیر گذاری تبلیغات فروشگاه بر افزایش فروش آن است.

براساس چارچوب نظری پژوهش، هفت عامل بر میزان فروش کالا در فضای مجازی تاثیر دارند.

در بررسی فرضیه ۱ نتیجه گیری می شود که از دیدگاه پاسخ دهندگان مزایای فروش از طریق اینترنت قابل ملاحظه است. این نکته بیانگر این است که در صورت توسعه فروشگاه هایی با مزایای قابل توجه، می توان انتظار پذیرش بالایی از طرف خریداران اینترنتی را داشت و یافته های پژوهش با نتایج تحقیقات کواک (۲۰۱۲)، هاوسمن (۲۰۰۹) و دائه (۲۰۱۴) همخوانی دارد.

در بررسی فرضیه ۲ نتایج حاصل از آزمون پیرسون نشان می دهد که بین میزان دسترسی مشتریان به اینترنت و فروش فروشگاه مجازی رابطه مستقیم و معنی داری وجود دارد و نتایج تحقیق با تحقیقات چن (۲۰۰۹)، لی (۲۰۰۵)، هنینگ (۲۰۱۰)، اولساویترا (۲۰۱۲) و نیلسن (۲۰۱۲) مشابهت دارد. این بدین معناست که هر چه مشتریان فروشگاه دسترسی بیشتری به اینترنت داشته باشند، میزان فروش فروشگاه با توجه به میزان خرید مشتریان افزایش می یابد.

در بررسی فرضیه ۳ نتیجه گیری می شود که عامل کیفیت مطالب و طراحی وب سایت بر میزان فروش کالا تاثیر زیادی دارد و نتایج تحقیق همچنین با یافته های اولساویترا (۲۰۱۲)، نیلسون (۲۰۱۲) و آرگان (۲۰۱۳) همخوانی دارد. با توجه به تحقیقات میزانی و همکاران (۱۳۹۳) وب سایت باشگاه های ایران کمترین خدمات آنلاین را در مقایسه با وب سایت های باشگاه های حرفه ای آسیا و اروپا دارند و اطلاعات کمی را در وب سایت خود قرار می دهند. بقا و دوام هر سایت تجاری در گرو ارائه مناسب خدمات فروش و پس از فروش به مشتریان فعلی است.

در بررسی فرضیه ۴ و بررسی اثرعامل سرعت و سهولت استفاده از وب سایت با توجه به میانگین به دست آمده ۴/۰۵ و سطح معنی داری کمتر از ۰/۰۵، این عامل تاثیر زیادی بر میزان فروش کالا دارد که با تحقیقات هاوسمن (۲۰۰۹) همخوانی دارد.

در بررسی فرضیه ۵ مشخص گردید که عامل ویژگی های مبادله شامل نوع کالا، نحوه پرداخت و دریافت

وجه با توجه به میانگین ۳/۵۹ و سطح معنی داری کمتر از ۰/۰۵ برای متغیر یاد شده تاثیر زیادی بر میزان فروش کالا دارد و مطابق تحقیقات شریفیان ۱۳۹۳ وب سایت های باشگاه های ایران نسبت به باشگاه های انگلستان و یونان ضعیف تر عمل می کنند. وجود انواع روش های پرداخت وجه کالا، سبب افزایش خاطر مشتری، رضایت مندی بیشتر و افزایش فروش خواهد شد.

در آزمون فرضیه ۶، عامل امین بودن فروشگاه مجازی با توجه به میانگین ۳/۸۵ و سطح معنی داری کمتر از ۰/۰۵ تاثیر زیادی بر فروش کالا دارد و نتایج تحقیق با یافته های چین جوهانگ (۲۰۱۵) و دانه (۲۰۱۴) تطابق دارد و موید این موضوع است که بین امین بودن فروشگاه و میزان فروش رابطه مستقیم و معنی داری وجود دارد. با توجه به عوامل در نظر گرفته شده برای این متغیر، هر چه فروشگاه مجازی از شهرت و اعتبار بالاتری برخوردار باشد و سیاست های امنیتی مناسب تری جهت تضمین امنیت اطلاعات و در نتیجه جلب اعتماد مشتریان به کار ببندد باعث افزایش فروش خواهد شد.

در آزمون فرضیه ۷، نتایج تحقیق حاکی از تاثیر گذاری متغیر خدمات جانبی فروشگاه بر میزان فروش کالا است. با توجه به نتایج به دست آمده از آزمون این فرضیه مشخص گردید که عامل خدمات جانبی فروشگاه به مشتریان فروشگاه با توجه به میانگین به دست آمده (۳/۹۵) و وجود سطح معنی داری کمتر از ۰/۰۵ برای متغیر یاد شده، تاثیر زیادی بر میزان فروش کالا دارد. از این رو مشخص شده است مشتریان در مورد یک سایت انتظار دارند علاوه بر دریافت خدمات رایگان، پاسخگویی مناسبی از طرف مدیر سایت به مشتریان وجود داشته باشد. در بررسی نتایج آزمون پیرسون مشخص گردید بین خدمات جانبی ارائه شده توسط فروشگاه و فروش فروشگاه مجازی رابطه مستقیم و معنی داری وجود دارد. این نکته بیانگر این مهم است که در صورت برخورد مناسب فروشگاه با مشتری و ارائه پشتیبانی و حمایت های لازم از او زمینه وفاداری و مراجعات بعدی به فروشگاه اینترنتی را فراهم می آورد. به عبارت دیگر، می توان گفت که بقا و دوام تجاری در گرو ارائه مناسب خدمات فروش و پس از فروش به مشتریان فعلی است.

در آزمون فرضیه ۸ آشکار شد که عامل تبلیغات موثر و هدفمند فروشگاه تاثیر زیادی بر میزان فروش کالاهای ورزشی در فضای مجازی دارد و نتایج آزمون پیرسون نیز نشان می دهد بین تبلیغات اینترنتی موثر و هدفمند فروشگاه و فروش فروشگاه مجازی رابطه مستقیم و معنی داری وجود دارد. این بدین معناست که فروشندگان اینترنتی در صورت استفاده درست و صحیح از این ابزار می توانند با هزینه کمتر، اطلاع رسانی بیشتری انجام دهند و از آن برای شناسایی نام تجاری و محصول خود استفاده کنند.

در دنیای رقابتی کنونی، موفقیت شرکت ها در حفظ و نگهداری و ارتباط با مشتری است. به منظور جلب رضایت مشتریان آشنایی با رفتار آن ها به هنگام خرید اینترنتی و شناخت ویژگی های آنان امری ضروری است. در اکثر موارد در بازارهای ورزشی درخواست مشتریان دائماً تغییر می کند و به دلیل تفوق اطلاعات، تجربیات شخصی و تمیزدهی قوی شخصی، مشتریان ورزشی اغلب خودشان را کارشناس و خبره می دانند. مشتریان بازارهای ورزشی دارای مجموعه نیازهای کامل و شاخصی هستند؛ آن ها حاضرند به شرکتی که بتواند نیازهای آن ها را بهتر برآورده سازد، مبلغی اضافه تر از قیمت فروش پرداخت کنند. بر طبق یافته های برآمده از تحقیق حاضر مبنی بر اهمیت عامل فناوری، سرعت و سهولت استفاده از وب سایت احتمالاً دلیل این امر می تواند این باشد که کشور ما در بستر اینترنت مشکل دارد، عدم دسترسی خیلی از مشتریان به شبکه اینترنت و از همه مهمتر هزینه و سرعت اینترنت در دسترس منجر به کاهش تقاضای خرید اینترنتی از سوی مشتریان شده است. یافته های تحقیق حاضر با پژوهش های دانه (۲۰۱۴)، نیلسن (۲۰۱۲) و بارتش (۲۰۱۰)

همسوست که نشان دادند عامل فناوری به دلایل مختلفی جزو عوامل تاثیرگذار بر توسعه خرید اینترنتی از دیدگاه جامعه می باشد. در مورد این یافته می توان گفت که امروزه تعداد افرادی که از اینترنت استفاده می کنند روز به روز اضافه شده و افراد بیشتری با داد و ستد از طریق دنیای مجازی آشنا می شوند. بنابراین در کشورهای کمتر توسعه یافته یا در حال توسعه مانند ایران بسترهای مناسب استفاده از اینترنت کمتر است و موانع فیزیکی و اقتصادی بزرگ تری بر سر راه به کارگیری خرید از طریق اینترنت نسبت به کشورهای توسعه یافته وجود دارد. در کشور ما این رضایت مشتری هاست که باعث تبلیغ کسب و کار فروشگاه های اینترنتی شده و مشتری های بیشتری را به خرید اینترنتی تشویق می کند. بنابراین اقداماتی در جهت گسترش فناوری از جمله اینترنت و کاهش هزینه های استفاده از اینترنت می تواند تا حدی در ایجاد و گسترش فرهنگ خرید اینترنتی کالاهای ورزشی در بین مشتریان خاص خود موثر باشد.

اینکه چرا عامل امنیت بودن فروشگاه از مهم ترین عوامل تاثیر گذار بر توسعه خرید کالاهای ورزشی از دیدگاه دانشجویان قرار گرفته است، احتمالاً بخش قابل توجهی از این نگرانی ها برای مصرف کنندگان، با توجه به تجارب گذشته در استفاده از وب سایت ها و محیط های مجازی خرید ایجاد می گردد. خرید اینترنتی برای مصرف کنندگان شامل سطحی از ریسک می باشد (قاسمی، ۱۳۹۲). برای مثال، مصرف کنندگان نمی توانند بر امنیت ارسال اطلاعات مالی و شخصی خود در حال انجام خرید اینترنتی نظارت کنند. بنابراین گذر از ساختار سنتی ممکن است همراه با درجه ای ادراک از ریسک برای مصرف کنندگان باشد که این ادراک از ریسک می تواند به صورت ریسک مالی، امنیتی، عملکردی، اجتماعی و روانی با افراد مواجه شود. برای خرید اینترنتی، ریسک مالی، شامل دسترسی نفر سوم به کارت اعتباری و جزئیات مالی اطلاعات مالی خریداران می باشد. احتمال این که یک مشتری کالای ورزشی که دارای اعتماد کمی به وب سایت خریده فروشی بوده و یا به وب به درجه پایینی از امنیت نگاه می کند و در نهایت به یک خریدار اینترنتی تبدیل گردد، وجود ندارد. یافته های تحقیق حاضر با پژوهش های چین جوهانگ (۲۰۱۵) همسوست که نشان داد ریسک خرید اینترنتی به همراه شاخص های آن از مهم ترین عوامل تاثیر گذار بر توسعه خرید اینترنتی کالاهای ورزشی است. پیشرفت اینترنت، جمعیت خرید اینترنتی را افزایش داده است. اگرچه بسیاری از کاربران اینترنت به خاطر نگرانی هایی که در موارد امنیت در باره خرید اینترنتی دارند، از این گونه خرید کردن خودداری می کنند، با این وجود، فروش های اینترنتی به عنوان تجارت هایی بر مبنای اینترنت به سوی رشد بیشتر ادامه می یابند. بنابر این امنیت یکی از عوامل اصلی در جذب و حفظ مصرف کنندگان به عنوان کاربر خدمات خرید اینترنتی است.

نتایج آزمون فریدمن مبین آن است که عامل تبلیغات اینترنتی فروشگاه از بالاترین رتبه و عامل خدمات جانبی فروشگاه به مشتریان از پایین ترین رتبه برخوردار است. تحقیق حاضر تلاش اولیه ای در راستای شناسایی عوامل موثر بر میزان فروش کالاهای ورزشی در فضای مجازی است. بازاریابان باید شرایط دموگرافیک افراد را جهت انجام فعالیت های بازاریابی و جذب مشتری در نظر بگیرند و بیشترین توجه را به گروه های جمعیتی زنان، گروه های سنی ۲۰-۲۵ داشته باشند.

امید است نتایج حاصل از این پژوهش سازمان ها را از عقاید مصرف کنندگان که توضیح دهنده یا پیش بینی کننده استفاده ادامه دار آن ها از تکنولوژی های مدرن است، آگاه تر سازد. این آگاهی به ویژه برای محققان و بازاریابان مهم است، زیرا آن ها لازم است بدانند که چه عواملی باعث استفاده مداوم و توسعه خرید اینترنتی می شود، بخصوص با افزایش تعداد افرادی که از اینترنت جهت خرید کالاهای ورزشی در عصر دیجیتال استفاده می کنند.

منابع

- اسدی، ح. کشاورز، ل. (۱۳۹۲). پیوند رسانه و ورزش. تهران: انتشارات حتمی
- حیدری، ل. و شریفیان، ا. (۱۳۹۳). «بررسی مقایسه ای فوتبال مبتنی بر وب در باشگاه های ایران، انگلستان و یونان». مطالعات مدیریت ورزش. ۶ (۲۳): ۳۶-۲۶.
- سجادی، ن. و رحیمی زاده، م. (۱۳۹۰). «مقایسه بازاریابی آنلاین محتوای رسانه ای و تعامل با هوادار از طریق وب سایت رسمی باشگاه های فوتبال در ایران، آسیا و اروپا». پایان نامه کارشناس ارشد، مدیریت ورزشی، دانشگاه تهران.
- قاسمی، ح.؛ کرمی، ع. و صادقی، ف. (۱۳۹۲). «وضعیت پوشش تلویزیونی مسابقات رشته های ورزشی در شبکه های سیما از دیدگاه متخصصان رسانه ای ورزش کشور». پژوهش های کاربردی در مدیریت. ۲ (۴): ۵۴-۴۳.
- میزانی، م.؛ رحیم زاده، م. و سجادی، ن. (۱۳۹۴). «تعامل با طرفداران از طریق وب سایت باشگاه: مطالعه و مقایسه باشگاه های حرفه ای فوتبال ایران، آسیا و اروپا». مطالعات مدیریت ورزش. ۶ (۲۳): ۷۹-۱۰۲.
- یوسفی، ب.؛ اشرف خزائی، ع. و قبادی یگانه، اکرم. (۱۳۹۲). «شناسایی و رتبه بندی عوامل انگیزشی در مصرف مجازی ورزش (بازی های ویدئویی) فوتبال در پسران نوجوان ایرانی». مدیریت ارتباطات در رسانه های ورزشی. ۲ (۱): ۳۹-۳۱.
- Abeza, G. Z. (2012). "An exploratory study of opportunities and challenges of Social Media in Meeting Relationship Marketing Goals in Sport Organizations". A report submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts in sport and recreation studies. In the Graduate Academic Unit of Faculty of Kinesiology.
- Argan, M., Argan, M. T., Gokalp, B. (2013). "Using FACEBOOK as a sport marketing tool: a content analysis on Turkish soccer clubs". IUYS, 4(1).
- Chen, J., Yen, D., & Chen, K. (2009). "The acceptance and diffusion of the innovative smart phone use". Information & Management, 46, 241-248.
- Chien-Ju H. (2015). "The Analysis of Factors that Influence Female Impulse Buying During Online Transactions". Management Science and Research, 4(2). 19-25.
- Chua, A. Y. K., Goh, D. H. L., & Lee, C. S. (2012). "Mobile content contribution and retrieval: An exploratory study using the uses and gratifications paradigm". Information Processing and Management, 48, 13-22.
- Dae Eun, Kim. (2014). "The impact of smart devices interactivity on customer activity in the sports industry". A thesis presented to the faculty of Arkansas State University in partial fulfillment of the requirements for the Degree of Master of Science in sports administration. Arkansas State University.
- Gijsenberg, M. J. (2014). "Going for gold: Investigating sense of increased advertising around major sports events". International Journal of Research in Marketing, 31, 2-15.
- Hausman, A. Siekpe, J.S; (2009). "The effect of web interface features on consumer online

- purchase intentions**". Journal of Business Research. 62 (1). 5- 13.
- Hennig-Thurau, T., Malhotra, E. C., Frieger, C., Gensler, S., Lobschat, L., Rangaswamy, A., & Skiera, B. (2010). **"The impact of new media on customer relationships"**. Journal of Service Research, 13(3), 311-330.
 - Lane, W., Manner, C. (2011). **"The impact of personality traits on Smartphone Ownership and use"**. International Journal of Business and Social Science, 2(17), 22-28.
 - Lee, T. (2005). **"The impact of perceptions of interactivity on customer trust and transaction intentions in mobile commerce"**. Journal of Electronic Commerce Research, 6(3), 165-180.
 - Bartsch, A. (2012). **"Emotional gratification in entertainment experience. Why viewers of movies and television series find it rewarding to experience emotions"**. Media Psychology, 15, 267-302
 - Nielsen wire (2012). **Re: Two thirds of new mobile buyers now opting for Smartphone's [Blog post]**.
 - Oulasvirta, A., Rattenbury, T., Ma, L., & Raito, E. (2012). **"Habits make smart phone use more pervasive"**. Personal and Ubiquitous Computing, 16(1), 105-114.
 - Sharma, A., & Sheth, J. N. (2004). **"Web-based marketing: The coming revolution in marketing thought and strategy"**. Journal of Business Research, 57, 696-702.
 - Kwak, D.; McDaniel, S. & Kim, K. (2012). **"Revisiting the Satisfaction-Loyalty Relationship in the Sport Video Gaming Context: The Mediating Role of Consumer Expertise"**. Journal of Sport Management, 26, 81-91.

تحلیل کارایی فعالیت های ورزشی استان های ایران (رویکرد توسعه محور)

سمیرا متقی^۱

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۶/۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۵/۷/۱۵

مطالعه حاضر بر آن است تا با رویکردی تحلیلی و توسعه محور، به بررسی کارایی فعالیت های ورزشی استان های ایران بپردازد و هماهنگی نهاده ای و ستاده ای ورزشی این استان ها را به صورت مقایسه ای مورد بررسی قرار دهد. بر این اساس، شاخص های تعداد مجموعه های ورزشی، استخر، مربی فعال و دوره های آموزشی به عنوان شاخص های نهاده ای و شاخص تعداد ورزشکاران عضو تیم ملی به عنوان شاخص ستاده ای (ارتباط مؤثر با توسعه) مورد بررسی و با کاربرد روش تحلیل پوششی داده ها (DEA) و نرم افزار WinDEAP مورد تحلیل قرار گرفته است. نتایج حاصل از تحقیق، به شرح زیر می باشد:

استان های تهران، آذربایجان غربی، فارس، مازندران و همدان از کارایی کامل (نسبت به سایر استان ها) در صنعت ورزش برخوردار می باشند و به عنوان استان مرجع (نماینده) برای سایر استان ها محسوب می شوند. سایر استان های کشور زیر مرز کارایی قرار دارند. در این میان، کمترین میزان کارایی به ترتیب مربوط به استان های خراسان جنوبی، خراسان شمالی و کردستان می باشد.

همچنین، حساس ترین شاخص در این بخش، تعداد ورزشکاران عضو تیم ملی هر استان می باشد که به دلیل توسعه محور بودن تحقیق (ارتباط در سطح بین الملل برای مقاصد توسعه ای) به عنوان شاخص ستاده ای پژوهش، مورد استفاده قرار گرفته است.

به علاوه، با وجود اینکه در مناطقی - مانند اصفهان - با گسترش زیرساخت ورزشی، عایدی توسعه ای ورزشی بهتری به دست می آید، اما توسعه پایدار این مقوله در گرو هزینه - فایده کردن در صنعت ورزش است و این با سرمایه گذاری بیشتر در زمینه زیر ساخت های ورزشی در ۵ استان کارا، صورت می گیرد.

واژگان کلیدی: کارایی، توسعه، فعالیت های ورزشی، شاخص های حساس و استان های ایران

مقدمه

برای بسیاری از مردم، ورزش فعالیتی است که اوقات فراغت آنها را پر می کند، اما اگر با رویکرد مشارکت کنندگان فعال در امور ورزشی به این موضوع بنگریم، قضیه متفاوت می شود؛ تفاوتی که با خود، طیف گسترده ای از هزینه هایی از قبیل خرید تجهیزات و لباس ورزشی، حضور در اماکن ورزشی به عنوان ورزشکار یا تماشاچی، درمان های ناشی از حوادث ورزشی و ... را به همراه دارد. از طرف دیگر، اگر از دیدگاه سیاستمداران این موضوع را موشکافی کنیم، هزینه های ناشی از احداث و نگهداری مکان های عمومی و خصوصی ورزشی (بهبود زیرساخت های ورزشی)، تولید تجهیزات و ابزارآلات مربوطه، حمایت از تیم های ورزشی در سطح منطقه ای و بین المللی، حمایت از حادثه دیدگان ورزشی و ... نیز به جمع هزینه ها اضافه می شود. در کنار آن، مزایای بسیاری از جمله: سلامت جسم و روح، اعتماد به نفس بالاتر، هزینه های درمانی کمتر (به دلیل سلامت بالاتر که از ورزش ناشی شده)، تمایل کمتر به اعتیاد و سایر فعالیت های اجتماعی مخرب (در سطح ملی) و ارتباط با دنیای خارج، واکنش های بشردوستانه، آشتی و صلح بین المللی و ... را برای نیل جامعه به سمت توسعه به ارمغان می آورد (آلبرت^۱، ۲۰۱۳).

استفاده از ابزار ورزش به منظور ترویج صلح و توسعه، موضوع جدیدی نیست؛ بازی های المپیک، مثال بارز این موضوع است. با این حال، در ادبیات توسعه و مباحث صلح، ورزش را به عنوان ابزار لوکسی در نظر می گیرند که به تازگی در راستای مباحث توسعه واقع شده است (خداداد کاشی و کریم نیا، ۱۳۹۵).

شروع ترویج ورزش به عنوان ابزار صلح و توسعه، به شرح زیر مطرح شده است: در سال ۲۰۰۱، بانک توسعه قاره آمریکا^۲ (IDB)، اعلام کرد که از ورزش برای توسعه اقتصادی و اجتماعی استفاده خواهد کرد و در همان سال به شناسایی فرصت های ناشی از ورزش در سازمان ملل با کمک نهادهای مختلف مردم نهاد و ورزشی پرداخته شد.

در سال ۲۰۰۲، این موضوع (استفاده از ورزش برای صلح و توسعه)، در سازمان یونسف مطرح شد و برنامه های همراستا با آن شکل گرفت. این موضوعات منجر به شکل گیری اولین کنفرانس ورزش و توسعه در ۲۰۰۳ گردید و بعد از آن، کارگروه های متعددی برای یافتن بهترین شیوه و دستورالعمل ورزشی برای پیشرفت صلح و توسعه، شکل گرفت که منجر به تصویب قطعنامه ۵۸٫۸ سازمان ملل در استفاده از ورزش برای رواج توسعه و صلح برای کشورها و اعلام سال ۲۰۰۵، به عنوان «سال بین المللی ورزش و تربیت بدنی» و تأسیس کمیته های بین المللی المپیک و پارالمپیک برای حمایت از ورزش در حتی محروم ترین نقاط دنیا، به منظور رواج توسعه در کشورها، شد (سازمان توسعه ورزش امریکا^۳، ۲۰۱۲).

بر این اساس، کارشناسان بین المللی معتقد بودند که ورزش از طرق زیر، منجر به بهبود شرایط توسعه ای کشورها می شود:

الف) ایجاد فیزیک سالم در کودکان: آگاهی آنها نسبت به بدنشان و بهبود توانایی شان و آموزش عادات سلامتی از سنین پایین با گذاشتن واحد تربیت بدنی در مدارس که منجر به تربیت نیروی کار سالم تر، خلاق تر و بهره ورتر در آینده می شود (گراتون و دیگران^۴، ۲۰۰۶).

ب) واکنش های بشردوستانه: در پی جنگ، آفات و یا بحران های انسانی، برنامه های ورزشی می توانند

1. Ahlert, 2013
2. Inter- American Development Bank (IDB)
3. USAID's Development Experience, 2012
4. Gratton, et al, 2006

نقش مهمی را در از بین بردن استرس، درمان مشکلات عاطفی، بازگرداندن احساس عادی و ایجاد فرصتی برای تعامل اجتماعی سالم ایجاد کنند- برای نمونه، در مسابقات المپیک دیده شده که حریفان کشورهایی که با هم در جنگند در مسابقات کاملاً با تعامل با هم روبرو می شوند و سایر مسائل را کنار می گذارند یا مردمی که با مشکلات بسیاری مواجه هستند، با وجود یکنواختی زندگی، زمان مسابقات ورزشی، به دور از هر گونه هیاهویی از لذت بسیاری بهره می برند). به علاوه، فعالیات ورزشی فرصتی است برای جمع کردن مردم به دور هم و یکی شدن آنها در برابر همه مسائل.

ج) آشتی و ایجاد صلح: از آنجا که ورزش یک زبان مشترک است که می تواند مانند پلی به ارتباطات فرهنگی، قومی و جغرافیایی، منجر شود، می توان از آن در ترویج آشتی جوامع (حتی در سطح محلی و قومی) با همدیگر استفاده کرد. ورزش همچنین، با کمک به برقراری ارتباط در جامعه مدنی که گاهی اوقات راه را برای گفتگوی سیاسی هموار می سازد، نقش مهمی در دیپلماسی بین المللی ایفا می کند. برای نمونه، سه کشور تاجیکستان، ازبکستان و قرقیزستان از طریق بازی های مربوط به لیگ بسکتبال، به همگرایی سیاسی رسیدند (لوییز و فادل^۱، ۲۰۱۰).

این کار، در همگرایی مذهبی بچه های کاتولیک و پروتستان ایرلند شمالی و آفریقای جنوبی نیز انجام شد و از مسابقات فوتبال برای همگرایی قومی - قبیله ای در بروندی در سال ۱۹۹۹ بهره گرفته شد- مثال های متعددی از این دست وجود دارد، اما ذکر همین تعداد مختصر در وصف موضوع، کفایت می کند (برور^۲، ۲۰۱۳).

د) بازتوانی و همگرایی معلولان و ناتوانان: استفاده از ورزش در توانبخشی در بیمارستان جانبازان در اروپا و ایالات متحده آمریکا شروع شد، اما امروزه به طور گسترده ای در کشورهای جنگ زده و در حال توسعه، توسط سازمان های ذیربط، به کار گرفته می شود. به علاوه، ترویج توانبخشی فیزیکی افراد ناتوان و کم توان با استفاده از برنامه های ورزشی می تواند تاثیر قابل توجهی در یکپارچگی عاطفی و اجتماعی افراد معلول، از طریق به اشتراک گذاری تجربیات و ایجاد رفاقت با همسنخ داشته باشد. مشارکت افراد معلول در ورزش، همچنین می تواند به تغییر در درک عمومی این افراد در مورد ناتوانی و تمرکز توجه به توانایی و اشتراکات، نه معلولیت و تفاوت، کمک کند. برنامه های ورزشی می توانند در حد امکان، منجر به ادغام شرکت کنندگان معلول و غیر معلول شده و همین امر، بسیاری از تعصبات و مشکلات مربوط به این افراد را کنار می زند.

برای نمونه، گروه بازماندگان مین های زمینی^۳، شبکه ای از این بازماندگان را در ۶ کشور آلوده به مین، ایجاد کرده که در همه آنها، شرکت در فعالیت های ورزشی، به شدت تشویق می شود. برای مثال، این گروه در اردن، یک تیم شای موفق و در بوسنی، یک تیم بسکتبال با ولیچیر خوب را سازماندهی می کند (برور، ۲۰۱۳).

ه) حمایت و تغییرات سیاسی - اجتماعی: برنامه های ورزشی به عنوان یک ابزار مفید برای تغییرات اجتماعی و سیاسی محسوب می شوند، چرا که توانایی گرد هم آوردن افراد، افزایش اعتماد به نفس و تحریک کار گروهی، جلب توجه عمومی و رسانه ها و جذب گروه های محروم را دارد؛ ورزش می تواند به مردم در پیدا کردن یک صدای واحد (هم در سطح فردی و هم اجتماعی) کمک کند و از این طریق، منجر به تغییر افراد در سطح زندگی فردی و اجتماعی شان گردد.

برای نمونه، دختران بسیاری در مصر علاوه بر به کارگیری بهداشت و آموزش، با حضور در تیم ها و کلاس های ورزشی و بالا بردن حس اعتماد به نفس، سن ازدواجشان را به تأخیر انداخته اند و جان خود را حفظ کرده اند.

1. Luiz and Fadal, 2010

2. Breuer, 2013

3. Landmine Survivors Network (LSN)

در کرواسی نیز، طرفداران بین المللی ورزشکاران معلول، در ساخت فضایی مناسب برای ایجاد محیطی برای ورزشکاران برای لیگ بسکتبال با ویلچر و به دنبال آن، فضای کاربران صندلی چرخدار بسیار کوشیدند و به موفقیت هایی نائل آمدند (لویز و فادل، ۲۰۱۰).

ی) افزایش آگاهی و پیشرفت آموزش: یکی از رایج ترین استفاده های ورزش در عرصه توسعه، استفاده از آن به عنوان پیام آورنده آموزش، بهداشت عمومی، ایمنی، محیط زیست و ... است. ورزش همچنین ممکن است برای ترویج و توسعه و یادگیری فردی، استفاده شود. این کار به خوبی می تواند از طریق شهرت ورزشکاران، مربیان و سایر دست اندرکاران ورزشی و از طریق پذیرش عموم، صورت گیرد که به اشکال مختلف، افراد جامعه را تحت الشعاع خود قرار می دهد. برای نمونه، در زامبیا سازمان بین المللی بهداشت خانواده با همکاری سازمان فعالان جوان^۲، اردوگاهی را برای حمایت و تعلیم فوتبال به جوانان ۱۴ تا ۲۵ ساله ایدزی فراهم کرد که به دلیل بحث فوتبال، از جانب همه مورد حمایت واقع شد و از این طریق، به پیشگیری و تنظیم خانواده این افراد پرداختند.

در اوگاندا نیز طرحی به کار گرفته شد که با ایجاد یک لیگ ورزشی به کودکان، بازی سخت، کار گروهی و حرکت به سوی اهداف را نشان می داد. هدف اصلی این پروژه، ارائه یک محیط جایگزین مدارس برای کودکان و حفظ کردن طوطی وار استانداردهاست.

به صورت کلی، اغلب مطالعات انجام شده در مورد ورزش، مزایای بی شماری را برای ورزش در نظر می گیرند (آلرت^۳، ۲۰۱۳) که از بارزترین آن ها می توان به موارد زیر اشاره کرد:

الف) پیشرفت سلامت جسمانی مانند کنترل وزن، بهبود سوخت و ساز، افزایش انعطاف پذیری، هماهنگی و مهارت های حرکتی، تقویت سلامت قلب و عروق و کاهش درد و ...؛
ب) گرایش به شرایط زندگی سلامت تر و عادات غذایی بهتر در افراد ورزشکار (اعم از حرفه ای و غیر حرفه ای)؛
ج) تأثیر بر جنبه های روانی و عاطفی افراد مانند، کاهش استرس و کنترل پرخاشگری، ایجاد خروجی مثبت برای افراد، کاهش افسردگی و اضطراب، افزایش اعتماد به نفس و نهایتاً، عملکرد ذهنی بهتر (سازمان ورزش اتریش^۴، ۲۰۱۲).

د) ایجاد توسعه اجتماعی سالم و تعامل سازنده میان افراد به این صورت که ورزش کمک می کند تا مردم یاد بگیرند که چگونه به اهدافشان از طریق نظم و انضباط و کار سخت دست یابند و این امر تمرین و ممارستی در پرورش تصمیم گیری درست، هدایت مؤثر اهداف و مدیریت موفقیت ها و شکست ها و به عبارتی، تمرین تجربی برای مواجه با مسائل زندگی می باشد. افرادی که در ورزش شرکت می کنند، تجربه ارزشمندی در همکاری و کار گروهی یافته و از این فرصت، در بهبود مهارت های ارتباطی خود استفاده می کنند که این به بهبود توسعه اجتماعی آن ها کمک شایانی می کند (گراتون و دیگران^۵، ۲۰۰۶).

ح) ورزش به مردم این امکان را می دهد تا فرصتی را برای به اشتراک گذاشتن تجارب خود با دیگران و کار کردن به سوی یک هدف مشترک، فراهم آورند و با آموزش این مهارت اجتماعی (به صورت تجربی)، توانایی شان را به عنوان عضوی از جامعه پیشرفت دهند.

1. Luiz and Fadal, 2010
2. Youth Activists Organization (YAO)
3. Ahlert, 2013
4. Sports Econ Austria, 2012
5. Gratton, et al ,2006

ورزش همچنین، جایگزینی برای رفتارهای مخاطره آمیز و یا ضد اجتماعی، مواد مخدر، خشونت، فعالیت های جنایی و ... فراهم می کند (اسکندی دستگیری و دیگران، ۱۳۹۷).

خ) ساخت و سازهای ورزشی برای افراد معمولی و یا کم توان، تولید انواع تجهیزات ورزشی، گسترش ورزش به منظور سرگرمی و یا برای مقاصد حرفه ای، بازاریابی ها و تبلیغات مربوط به ورزش های گوناگون و ...، فرصت های اشتغال بسیاری را هم در زمینه تولید و هم آموزش برای جوامع ایجاد می کند. به علاوه، انجام فعالیتات ورزشی در کنار اشتغال برای نیروی کار، منجر به داشتن نیروی کار سالم تر و در نتیجه بهره وری بالاتر این نیروی کار می شود.

بر این اساس، سازمان بین المللی کار^۱، با همکاری دولت ها و بخش های ورزشی، برنامه های ورزشی را برای بهبود مهارت های جوانان طراحی و به کار گرفته است. برای نمونه، این سازمان در آلبانی با همکاری کمیته ملی المپیک و سازمان ملل متحد، کارگاهی را بنا کرد که در آن ارتباط میان ورزش و سیاست های ملی جوانان بحث و از آن به صورت کاربردی در برنامه های کشور استفاده شد و حداقل استفاده آن، گسترش گردشگری به این کشور بود که بر اساس تمامی مطالعات انجام شده، موارد مذکور (افزایش اشتغال، بهبود بهره وری و رشد تورسیم) همه از موارد بهبود دهنده توسعه جوامع می باشند (خداداد کاشی و کریم نیا، ۱۳۹۵). این مهم در کشور ایران نیز، به جد مورد بررسی قرار گرفته به صورتیکه بر اساس مستندات سند چشم انداز ۲۰ ساله کشور، برنامه پنجم توسعه و طرح جامع ورزش کشور، این مقوله و توسعه آن، مورد توجه قرار گرفته و حتی مشمول بخشودگی های مالیاتی نیز گشته است (تبصره ۶۰ برنامه پنجم توسعه).

اما با این همه، واقعیت آن است که همه فعالیت های ورزشی و حتی همه مناطق، قادر به چنین حضوری نیستند (اسکندری و دیگران، ۱۳۹۷)؛ به صورتی که برای نمونه بر اساس مطالعات صورت گرفته، ورزشکاران آمریکایی آفریقایی تبار، در مقایسه با ورزشکاران آفریقایی، عملکرد بسیار بهتری دارند که این می تواند حاکی از تأثیر منطقه در کارایی ورزشی ورزشکاران باشد (لوییز و فادل^۲، ۲۰۱۰). همچنین، در کشور ایران، فدراسیون های بسیاری مانند اسکواش، بدمینتون، بوکس، بولینگ و بیلیارد و بولس، تکواندو، تیراندازی، تیراندازی با کمان، تنیس، تنیس روی میز، جودو و کوراش، دو و میدانی، قایقرانی، کشتی، کاراته، کوه نوردی و صعودهای ورزشی، نجات غریق و غواصی، والیبال و هاکی، نسبت به سایر فدراسیون ها، ناکارا بوده و از بهره وری قابل قبولی در هزینه کردن منابع، برخوردار نبودند. (قطنیان و دیگران، ۱۳۹۶) همین امر بخصوص در سال های اخیر، اقتصاددانان را بر آن داشته تا به بررسی تحلیلی ورزش از دیدگاه اقتصادی و تبیین کارایی و اثربخشی در رشته های مختلف آن و حتی در کل فعالیتات ورزشی، برای اغلب کشورهای توسعه یافته و حتی در حال توسعه بپردازند و ورزش مولد را به عنوان صنعتی جایگزین و رو به رشد برای نیل به توسعه کشورها مطرح کنند (بانک توسعه قاره آمریکا^۳ (IDB)). به نظر می رسد صرف عنوان ورزش گرفتن، برای هر رشته و در هر منطقه ای، بودجه پذیر بودن فعالیتات ورزشی آن منطقه و حتی رشته ورزشی به خصوص را، به علت مباحث مربوط به مزیت نسبی هر رشته ورزشی در هر منطقه، توجیه نمی کند و همین امر، می تواند کل هزینه های ورزشی انجام شده در منطقه را زیر سؤال ببرد؛ اما مسئله حایز اهمیت در این راستا، مشکل بودن و حتی در مواردی عدم امکان پذیری محاسبه کارایی در این مقوله می باشد که با وجود ناکامی ها و مشکلات موجود در ارزیابی کارایی بخش ورزش (به سبب خدماتی بودن این بخش و تازه مطرح شدن آن در جوامع) به هیچ وجه نمی توان آن را نادیده گرفت، چرا که در اغلب کشورها مانند

1. International Labor Organization (ILO)

2. Luiz and Fadal, 2010

3. Inter- American Development Bank (IDB)

کشور ایران از وزارتخانه ها، سازمان ها و نهادهای حمایتی خاصی برخوردار بوده و سهم مشخصی از بودجه هر کشور را به خود اختصاص داده است. به علاوه، ماهیت خاص تجاری سازی و سرگرمی بودن این مقوله برای بسیاری از افراد، هزینه های بسیار خصوصی ای را توسط بخش های مختلف حقیقی و حقوقی به آن معطوف کرده است. لذا ارزیابی کارایی و اثربخشی این صنعت، هم کمکی به مدیران و سیاستگذاران دولتی در برنامه ریزی بر اساس مناسب ترین شاخص ها و هم کمکی به تجار خصوصی در دستیابی به سود بالاتر از سرمایه گذاری در بخش ورزشی در منطقه و یا رشته خاص می باشد.

بررسی تعیین کارایی هر صنعت یا بخش، یکی از راه های کنترل عملکرد آن می باشد و در این راستا، عمل شاخص سازی برای آن ضروری به نظر می رسد. بطور کلی، بدیهی است که در تعریف هر واقعیت، ملاک ها و معرف هایی لازم است که به کمک آنها بتوان خصوصیات کیفی را به قالب کمی تبدیل و در نتیجه، ویژگی آن واقعیت را به زبان معین بیان کرد. از طریق شاخص ها می توان متغیرهای کیفی را شناخت و راه را جهت بررسی های مقایسه ای، ارزیابی و تحلیل اوضاع هموار ساخت. عمل شاخص سازی، راهی برای اندازه گیری وضعیت، ابزاری برای نمایش روند تغییرات و بیان مشکلات و انگیزه ای برای جستجو در ارائه راه حل ها، کنترل واقعیت و پیش بینی روند امور و مسائل در آینده است.

صنعت ورزش از این امر، مستثنی نمی باشد، زیرا تنها با تعیین شاخص هاست که می توانیم میزان فعالیت های انجام شده در این صنعت را بشناسیم و به مقایسه آن در کشورهای مختلف و یا مقایسه شاخص های مختلف آن در نقاط مختلف یک کشور بپردازیم.

بر این اساس، مطالعه حاضر بر آن است تا با رویکردی توسعه محور، نقش منطقه را در پیشبرد اهداف ورزشی مورد تحلیل قرار دهد، به بررسی کارایی فعالیت های ورزشی استان های ایران (که به لحاظ وضعیت توسعه یافتگی متفاوت می باشند) بپردازد و دریابد که آیا میان ورودی ها و خروجی های ورزشی توسعه گرا در هر استان مطابقت وجود دارد یا خیر؟ به عبارتی، صنعت ورزش در استان های مختلف کشور ایران به صورت خاص و کل کشور به صورت عام می تواند مسیر رسیدن به توسعه را هموار کند یا خیر؟

روش شناسی پژوهش

در این مطالعه بر آنیم تا با استفاده از روش تحلیل پوششی داده ها^۱، به بررسی کارایی فعالیت های ورزشی در استان های کشور ایران با رویکرد توسعه محور بپردازیم. بر این اساس، این پژوهش از نظر هدف، از نوع پژوهش های کاربردی است.

در بخش ادبیات موضوع و جمع آوری اطلاعات از روش کتابخانه ای و تحلیلی استفاده شده است. مدل ریاضی مورد استفاده در این تحقیق، به شرح زیر می باشد (مدل بازده ثابت به مقیاس روش CCR):

$$\max z = \frac{\sum_{r=1}^s u_r y_{r0}}{\sum_{i=1}^m v_i x_{i0}}$$

$$u_r, v_i \geq 0$$

$$i, j = 1, 2, \dots, n$$

در معادله بالا، y نماینده خروجی های مدل و s نشان دهنده تعداد خروجی مدل است. x نیز نشان دهنده

ورودی‌ها و m نشان‌دهنده تعداد ورودی‌هاست. u و v نشان‌دهنده وزن متغیرها در میانگین وزنی می‌باشد. در این رابطه، هدف به دست آوردن مقادیر بهینه u و v می‌باشد؛ به گونه‌ای که نسبت مجموع وزنی محصولات به مجموع وزنی عوامل تولید با میزان کارایی هر بنگاه (استان در این تحقیق) حداکثر گردد. مشکل رابطه فوق این است که دارای بی‌نهایت جواب بهینه می‌باشد. برای جلوگیری از این مشکل می‌توان قید $\sum_{i=1}^n v_i = 1$ را به مدل اضافه کرد و آن را به فرم برنامه‌ریزی خطی تبدیل نمود. پس از افزودن این قید به مدل خواهیم داشت:

$$\begin{aligned} \max z &= \sum_{i=1}^n y_{ij0} u_r & r &= 1, \dots, s \\ \text{st : } \sum_{i=1}^n y_{ij} u_r - \sum_{i=1}^n x_{ij} v_i &\leq 0 & r &= 1, \dots, s \quad i = 1, \dots, n \\ \sum_{i=1}^n x_{ij0} v_i &= 1 & i &= 1, \dots, n \\ u_r, v_i &\geq 0 \end{aligned}$$

این فرم به فرم فزاینده در مسئله برنامه‌ریزی DEA معروف است و دوگان مورد استفاده آن به صورت زیر می‌باشد:

$$\begin{aligned} \min y_0 &= \theta \\ \text{st : } \sum_{j=1}^n \lambda_j y_{rj} &\geq y_{r0} & j &= 1, \dots, n \\ \theta x_{i0} - \sum_{j=1}^n \lambda_j x_{ij} &\geq 0 & j &= 1, \dots, n \\ \theta, \lambda_j &\geq 0 \end{aligned}$$

در واقع θ نسبت بهینه نهاده مورد نیاز برای تحصیل مقدار معینی محصول به میزان مورد استفاده از آن را نشان می‌دهد. مقدار عددی θ بین صفر و یک قرار دارد و هر چه به یک نزدیکتر باشد، نشان‌دهنده سطح کارایی بالاتری است. اندیس λ نیز نشان‌دهنده جهت‌گیری نهاده‌ای در حل مسئله دوگان است (متقی، ۱۳۹۴).

شاخص‌های مورد استفاده در پژوهش

به صورت کلی، بر اساس سرشماری مرکز آمار ایران و با مشارکت وزارت ورزش و جوانان، شاخص‌های صنعت ورزش در کشور ایران را می‌توان به تعداد کل ورزشکاران، تعداد ورزشکاران عضو تیم‌های ملی و شرکت‌کننده در اردوهای تیم ملی، تعداد داوران و مربیان فعال، تعداد ناجیان غریق، تعداد کرسی‌های بین‌المللی کسب شده، تعداد مسابقات برگزار شده کشوری و بین‌المللی در هر استان، تعداد مدال‌های کسب شده در مسابقات داخلی و خارجی، تعداد دوره‌های آموزشی، تعداد هیئت‌های ورزشی، تعداد و مساحت اماکن ورزشی روباز و پوشیده و تعداد کل مجموعه‌های ورزشی به تفکیک جنسیت (هم ساخته شده و هم در دست احداث)، تعداد استخرها، سازمان‌ها و مراکز مشاوره فعال به تفکیک استان تقسیم کرد.

در میان این شاخص‌ها، با توجه به ماهیت ورودی و یا خروجی بودنشان، شاخص‌های تعداد ورزشکاران عضو تیم ملی، تعداد ورزشکاران شرکت‌کننده در اردوهای تیم ملی، تعداد مدال‌ها و کرسی‌های بین‌المللی کسب شده، به عنوان ستاده و سایر شاخص‌ها، به عنوان نهاده محسوب می‌شوند. از آنجا که تحقیق حاضر با رویکرد اقتصادی و توسعه محور در دست بررسی است و شاخص‌های هزینه‌ای

و بودجه ای مربوط به هر استان در دست نیست، شاخص های تعداد مجموعه های ورزشی، استخر، مربی فعال و دوره های آموزشی به عنوان شاخص های نهاد ای استفاده می شوند- برای تمامی شاخص های نهاده ای مذکور، از طرف بخش دولتی و یا خصوصی، هزینه بسیاری صورت گرفته است تا شاخص های ستاده ای حاصل شود- و تنها شاخص تعداد ورزشکاران عضو تیم ملی به عنوان شاخص ستاده ای مطرح می گردد، چرا که از میان شاخص های ستاده ای مذکور، این شاخص، تمامی محورهای مربوط به توسعه را در بر می گیرد و سایر شاخص های دیگر، فقط محورهای ملی را پوشش می دهند.

از آنجا که تاکنون مشابه این فعالیت در داخل کشور صورت نگرفته، شاخص های مذکور، اولین شاخص های به کارگرفته شده در این تحقیق، به منظور بررسی کارایی صنعت ورزش در استان های کشور می باشند. آمار مربوط به شاخص های مذکور، به شرح جدول ۱ می باشند:

جدول ۱: آمار مربوط به شاخص های صنعت ورزش

تعداد دوره آموزشی (نهاده)	تعداد عضو تیم ملی (ستاده)	تعداد استخر (نهاده)	تعداد مجموعه ورزشی (نهاده)	تعداد مربی	تعداد شرکت کننده در اردو	استان ها	
۹۲	۹۸	۱۵	۷۱	۴۴۹۰	۲۸۲	آذربایجان شرقی	۱
۸۲	۱۲۰	۱۵	۳۸	۲۳۴۰	۱۴۳	آذربایجان غربی	۲
۸۹	۴۴	۹	۲۲	۲۲۴۱	۱۵۸	اردبیل	۳
۳۱۴	۲۲۰	۱۷	۸۹	۱۲۸۰۸	۵۳۱	اصفهان	۴
۰	۷۵	۲۹	۳۲	۲۸۲۷	۱۹۰	البرز	۵
۵۶	۲۱	۵	۱۶	۷۵۸	۱۰۰	ایلام	۶
۷۵	۴۴	۴	۲۸	۱۳۰۸	۱۴۴	بوشهر	۷
۰	۴۵۳	۳۲	۱۷	۹۵۷۸	۱۰۷۸	تهران	۸
۴۰	۳۶	۳	۱۵۰	۱۵۷۰	۱۶۱	چهارمحال و بختیاری	۹
۰	۱۰	۵	۳۶	۱۳۰۹	۱۴	خراسان جنوبی	۱۰
۸۹	۱۵۵	۲۱	۱۵۲	۹۷۵۲	۱۸۳	خراسان رضوی	۱۱
۲۱	۳	۳	۷	۳۸۸	۲۹	خراسان شمالی	۱۲
۹۰	۲۷۶	۲۱	۲۳۱	۷۰۴۷	۴۷۸	خوزستان	۱۳
۶۸	۱۱۶	۷	۲۳	۵۰۱۸	۴۲۹	زنجان	۱۴
۵۲	۵۲	۲۱	۲۵	۲۸۱۲	۲۲۵	سمنان	۱۵

۱۶	سیستان و بلوچستان	۱۱۶	۲۶۸	۲۶	۱۱	۲۱	۵۳
۱۷	فارس	۷۲۶	۷۷۱۹	۱۷۹	۲۶	۳۶۱	۵۵۸
۱۸	قزوین	۲۰۳	۱۵۵۹	۳۶	۴	۳۶	۳۱
۱۹	قم	۱۶۷	۱۹۰۴	۲۷	۶	۵۰	۵۰
۲۰	کردستان	۱۴۹	۲۰۲۶	۷۷	۵	۳۰	۱۰۳
۲۱	کرمان	۱۶۱	۳۴۷۱	۱۳۰	۸	۱۰۶	۱۱۶
۲۲	کرمانشاه	۳۲۶	۳۷۰۰	۷۱	۱۳	۱۴۴	۱۸۴
۲۳	کهگیلویه	۸۴	۷۸۶	۵۶	۱۴	۲۴	۱۰۶
۲۴	گلستان	۲۳۰	۳۶۱۴	۳۳	۲	۹۲	۶۵
۲۵	گیلان	۳۸۸	۴۴۵۲	۸۴	۶	۱۴۳	۱۳۷
۲۶	لرستان	۳۴۵	۳۹۵۵	۴۷	۶	۱۰۴	۶۲
۲۷	مازندران	۱۲۵۳	۷۳۹۰	۲۹	۱۰	۳۲۸	۱۶۴
۲۸	مرکزی	۴۰۸	۷۲۶۹	۳۵	۱۲	۷۵	۲۰۵
۲۹	هرمزگان	۷۵	۳۷۰۲	۲۰	۷	۱۳	۷۷
۳۰	همدان	۴۵۴	۲۱۵۲	۳۷	۸	۹۷	۸۰
۳۱	یزد	۱۰۶	۲۲۴۹	۳۸	۲۹	۳۸	۱۶۴

منبع: وزارت ورزش و جوانان (۱۳۹۳)

نتایج آماری جدول ۱ که آماره های توصیفی می باشند، نشان می دهند که استان های مازندران، تهران، فارس، اصفهان و خوزستان به ترتیب بیشترین تعداد دعوت شده به تیم ملی را داشته و همین استان ها منتها با تغییر ترتیب (تهران، فارس، مازندران، اصفهان و خوزستان) بیشترین ورزشکار حضور یافته در تیم ملی به نام خود ثبت کرده اند. بر این اساس، مشخص است که ۵ استان مذکور، بیشترین تأثیر را در عرصه های بین المللی ورزشی برای کشور ایران رقم می زنند.

به علاوه، پر واضح است که استان های اصفهان، خراسان رضوی، تهران، فارس، مازندران و مرکزی، به ترتیب از بیشترین تعداد مربی، استان های خوزستان، فارس، خراسان رضوی و کرمان از بیشترین تعداد مجموعه های ورزشی و استان های تهران، البرز، یزد، فارس و خراسان رضوی از بیشترین تعداد استخر در سال مذکور، برخوردار می باشند.

ارزیابی کارایی صنعت ورزش در استان های ایران

این مقاله با بکارگیری شاخص های تعداد مربی فعال، تعداد مجموعه ورزشی، تعداد استخر و تعداد دوره

آموزشی به عنوان نهاد و شاخص تعداد عضو تیم ملی به عنوان ستاده، به ارزیابی کارایی صنعت ورزش در استان های کشور ایران پرداخته و هزینه - اثربخشی هزینه کرد در بخش ورزش در استان های کشور ایران را در مقابل نتایج حاصله، مورد تحلیل قرار داده است.

داده های مورد استفاده در تحقیق از نتایج مربوط به مطالعات مرکز آمار ایران و وزارت ورزش و جوانان به دست آمده است.

روش مورد استفاده در این مقاله، روش تحلیل پوششی داده ها و نرم افزار به کار برده شده WinDEAP می باشد.

نتایج مربوط به ارزیابی کارایی استان ها در صنعت ورزش در جدول ۲ آمده است:

جدول ۲: بررسی کارایی صنعت ورزش در استان های کشور ایران بر اساس مدل ورودی محور با بازده ثابت به مقیاس

	استان ها	کارایی	استان مرجع	تحلیل حساسیت				
				تعداد مربی فعال (نهاد)	تعداد مجموعه ورزشی (نهاد)	تعداد استخر (نهاد)	تعداد عضو تیم ملی (ستاده)	تعداد دوره آموزشی (نهاد)
۱	آذربایجان شرقی	۷۴	۸-۲	۸۹	۷۴	۷۴	-	۷۴
۲	آذربایجان غربی	۱۰۰	کارا	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	-	۱۰۰
۳	اردبیل	۶۳	۲۷-۲	۷۸	۶۳	۶۳	-	۶۳
۴	اصفهان	۶۰	۸-۱۷	۱۰۰	۶۰	۶۰	-	۶۰
۵	البرز	۷۸	۱۷-۸	۹۴	۷۸	۷۸	-	۷۸
۶	ایلام	۷۵	۳۰	۸۵	۷۵	۷۵	-	۷۵
۷	بوشهر	۸۹	۳۰-۲	۱۰۰	۸۹	۸۹	-	۸۹
۸	تهران	۱۰۰	کارا	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	-	۱۰۰
۹	چهارمحال و بختیاری	۷۲	۲-۳۰	۸۳	۷۲	۷۲	-	۷۲
۱۰	خراسان جنوبی	۴۹	۲-۳۰	۷۸	۴۹	۴۹	-	۴۹
۱۱	خراسان رضوی	۶۰	۱۷-۲-۳۰	۸۵	۶۰	۶۰	-	۶۰
۱۲	خراسان شمالی	۴۵	۲-۳۰	۵۰	۴۵	۴۵	-	۴۵
۱۳	خوزستان	۹۳	۱۷-۸	۱۰۰	۹۳	۹۳	-	۹۳
۱۴	زنجان	۷۹	۳۰-۲۷	۸۵	۷۹	۷۹	-	۷۹
۱۵	سمنان	۶۳	۱۷-۳۰	۸۰	۶۳	۶۳	-	۶۳

۱۶	سیستان و بلوچستان	۸۹	۱۷	۹۴	۸۹	۸۹	-	۸۹
۱۷	فارس	۱۰۰	کارا	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	-	۱۰۰
۱۸	قزوین	۷۵	۲-۳۰	۸۵	۷۵	۷۵	-	۷۵
۱۹	قم	۷۸	۲۷-۸	۸۶	۷۸	۷۸	-	۷۸
۲۰	کردستان	۵۶	۲۷-۲	۷۸	۵۶	۵۶	-	۵۶
۲۱	کرمان	۸۱	۳۰-۱۷	۹۳	۸۱	۸۱	-	۸۱
۲۲	کرمانشاه	۹۳	۲-۱۳	۱۰۰	۹۳	۹۳	-	۹۳
۲۳	کهگلویه	۷۵	۳۰-۲	۸۹	۷۵	۷۵	-	۷۵
۲۴	گلستان	۷۵	۲۷-۳۰-۲	۱۰۰	۷۵	۷۵	-	۷۵
۲۵	گیلان	۸۷	۲۷-۳۰-۲	۱۰۰	۸۷	۸۷	-	۸۷
۲۶	لرستان	۷۶	۱۷-۲۷	۹۴	۷۶	۷۶	-	۷۶
۲۷	مازندران	۱۰۰	کارا	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	-	۱۰۰
۲۸	مرکزی	۵۹	۳۰-۱۷	۹۲	۵۹	۵۹	-	۵۹
۲۹	هرمزگان	۳۷	۳۰-۲۷	۶۵	۳۷	۳۷	-	۳۷
۳۰	همدان	۱۰۰	کارا	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	-	۱۰۰
۳۱	یزد	۶۰	۱۷-۳۰	۸۴	۶۰	۶۰	-	۶۰

مأخذ: یافته های تحقیق

نتایج آماری جدول ۲ که حاصل از برآورد نهاده ها و ستاده ها و ارتباط آنها در صنعت ورزش می باشد، در ۹ ستون به نمایش گذاشته شده که حاکی از این است که استان های تهران، آذربایجان غربی، فارس، مازندران و همدان، نسبت به سایر استان ها به صورت مقایسه ای، از کارایی کامل در صنعت ورزش برخوردار می باشند (عدد ۱۰۰ در ستون کارایی) و سایر استان های کشور زیر مرز کارایی قرار دارند. همچنین بر اساس نتایج جدول مذکور، استان های خراسان شمالی، خراسان جنوبی و کردستان، از کمترین میزان کارایی برخوردار می باشند.

نتایج جدول ۲ همچنین نشان دهنده استان های مرجع است که به عنوان الگوی ورزشی برای هر استان می باشد و در ستون چهارم (استان های مرجع)، به نمایش گذاشته شده است. برای نمونه، بر اساس آمار این ستون، مشخص است که استان های مرجع برای استان ناکارای مرکزی، استان های شماره ۱۷ (فارس) و شماره ۳۰ (همدان) می باشند و این به این مفهوم است که استان مرکزی می تواند این دو استان مرجع را در زمینه مباحث ورزشی، الگوی خود قرار دهد.

نتیجه گیری

ورزش به عنوان یک ظرفیت برای تحول در زندگی افراد، منجر به تقویت قوای جسمی، روانی، عاطفی و رفاه اجتماعی افراد می شود و نقش مهمی در بهبود فرهنگ جوامع ایفا می کند. از این رو، به نظر می رسد که سرمایه گذاری در برنامه های ورزشی بسیار توجیه پذیر است و علاوه بر بخش دولتی، بخش خصوصی را هم به این امر ترغیب می کند، چرا که حمایت از ورزش، وسیله قدرتمندی برای پیشبرد اهداف توسعه در جوامع محسوب می شود.

گرچه در اغلب جوامع، ورزش به عنوان یک ابزاری که قدرت رقابت با سایر ابزار توسعه را ندارد، به حاشیه رانده شده، منتها حضور دولت ها، سازمان ملل متحد، کمیته های بین المللی، سازمان های غیر دولتی و شرکت های بزرگ، جوامع را به نوعی تفکر استراتژیک در باب این صنعت و استفاده از آن فرا خوانده است. آنچه در این میان باید به جد مورد توجه قرار گیرد، هزینه های بسیاری است که در این صنعت انجام می شود؛ هزینه هایی که توسط دولت و بخش خصوصی و در راستای پیشبرد اهداف خاص انجام شده و به نظر می رسد که صرف عنوان ورزش گرفتن برای هر رشته و در هر منطقه ای، قابل توجیه می باشد- غافل از این که رشته های ورزشی مانند سایر بخش های هر صنعت، زمانی در هر منطقه ای قابلیت شکوفایی داد که از مزیت نسبی قابل قبولی برخوردار باشند و عدم توجه کافی به این امر، می تواند کل هزینه های ورزشی انجام شده در منطقه را زیر سؤال ببرد.

بر این اساس، لزوم توجه به مبحث کارایی و اثربخشی در صنعت ورزش بر کسی پوشیده نیست و همین امر پژوهشگران بسیاری را به بحث و بررسی پیرامون کارایی و اثربخشی در صنعت ورزش فرا می خواند؛ اما بیشتر مطالعات صورت گرفته در این زمینه در ارتباط با کارایی رشته ورزشی خاص صورت گرفته (فدراسیون های خاص) و نتایج آنها تأییدی بر عدم کارایی رشته های فاقد مزیت نسبی می باشند. البته مطالعات بسیار محدودی نیز تأثیر منطقه در کارایی ورزشی ورزشکاران را مورد تحلیل قرار دادند که اغلب در خارج از کشور، انجام شده اند و در داخل، کاری با این محتوا انجام نشده و همین امر، مطالعه حاضر را بر آن داشت تا با رویکردی تحلیلی و توسعه محور، به بررسی کارایی ورزش در استان های کشور ایران بپردازد و هماهنگی نهاده ای و ستاده ای ورزشی این استان ها را با استفاده از روش تحلیل پوششی داده ها و به صورت مقایسه ای مورد بررسی قرار دهد و کارایی ورزشی را در سطح منطقه ای تحلیل نماید. نتایج حاصل از تحقیق، به شرح زیر است:

الف) استان های اصفهان، تهران و فارس هم از امکانات ورزشی بالاتری برخوردارند و هم عایدی بهتری در این بخش برای کشور به ارمغان می آورند.

ب) استان های تهران، آذربایجان غربی، فارس، مازندران و همدان از کارایی کامل در صنعت ورزش برخوردار می باشند و سایر استان های کشور زیر مرز کارایی قرار دارند (مقایسه استان ها با یکدیگر). در این میان، کمترین میزان کارایی به ترتیب مربوط به استان های خراسان شمالی، خراسان جنوبی و کردستان می باشد- کارایی در تحقیق مورد نظر، به مفهوم استفاده حداکثری از منابع موجود (نهاده های بخش ورزش) در ایجاد بیشترین ستاده (بیشترین ورزشکاران عضو تیم ملی) می باشد.

به علاوه، استان های کارا به عنوان استان مرجع (نماینده) برای استان های ناکارا معرفی می شوند؛ عبارتی، این طور مطرح می شود که استان های ناکارا با مرجع قراردادن استان های کارا می توانند کارایی خود را افزایش دهند. به عنوان مثال، استان های مرجع برای استان یزد، استان های همدان و فارس می باشند که با توجه به شرایط جمعیتی و فرهنگی، این استان ها می توانند به عنوان الگوی مناسبی برای بحث های ورزشی یزد مطرح شوند.

ج) تعیین شاخص های حساس در صنعت ورزش استان های ایران، از مسائل دیگر مطرح شده در تحقیق می باشد که با حذف هر شاخص و تعیین دوباره کارایی به این هدف نائل می آییم و نتایج آن نشان می دهد که شاخص ستاده ای (تعداد ورزشکاران عضو تیم ملی) حساس ترین شاخص در این صنعت می باشد؛ به صورتی که حذف این متغیر و نامشخصی نتایج دوباره تخمین در تحلیل حساسیت به نوعی نشان دهنده اهمیت این ستاده در تعیین کارایی صنعت ورزش استان ها می باشد.

شاخص نهاده ای حساس در ورزش، تعداد مربیان فعال در سطح استان ها می باشد که حذف آن در تحقیق (جدول ۲) به خوبی نشان دهنده اهمیت این شاخص می باشد، چرا که در بخش تحلیل حساسیت، نبود این متغیر، کارایی تمام استان ها را افزایش داده و بسیاری از آنها را از زیر خط کارا به روی این خط کشانده است. در موضوع مورد بررسی، به غیر از این دو شاخص، سایر شاخص ها حساسیت چندانی ایجاد نمی کنند (به علت شرایط یکسان). این موضوع، به نوعی حاوی این نکته است که شاخص های دیگر (تعداد مجموعه ورزشی، تعداد استخر و تعداد دوره های آموزشی) تقریباً به نسبت تعداد جمعیت و مساحت هر استان و بودجه اختصاصی به آن، از نسبت تقریباً مشابهی برای همه استان ها برخوردار می باشد. بر این اساس، حذف آنها در نتایج، تغییر محسوسی حاصل نخواهد کرد.

د) نتایج مربوط به کارایی، نشان داد که استان های تهران، آذربایجان غربی، فارس، مازندران و همدان از کارایی کامل در صنعت ورزش برخوردارند و سایر استان ها زیر مرز کارایی قرار دارند؛ به عبارتی، از میان ۳۱ استان مورد بررسی در بخش ورزش، تنها نهاده ها و ستاده های این ۵ استان با هم مطابقت داشته است و تنها این ۵ استان در سال مذکور، از منابع موجودشان بهترین و کاراترین استفاده را به لحاظ اقتصادی داشته اند. این در حالی است که امکانات ورزشی استان های آذربایجان غربی، همدان و برخی امکانات مازندران، از استان های دیگر بسیار محدود تر بوده است. این نتیجه ای است که بدون استفاده از تکنیک تحلیل پوششی داده ها و خاصیت جایگزینی متغیرها با یکدیگر در این روش، قادر به پیش بینی آن نخواهیم بود؛ همانطور که نتایج توصیفی نشان می دهد برای نمونه، استان اصفهان دارای یکی از بالاترین آمارهای مربوط به ورزشکاران تیم ملی بوده، اما با رتبه کارایی، تفاوت فاحشی دارد.

ک) مقایسه نتایج دو جدول ۱ و ۲، نشان می دهد که با وجود اینکه در استانی مانند اصفهان، هر چقدر زیرساخت ورزشی را گسترش دهیم، عایدی توسعه ای (تعداد ورزشکار عضو تیم ملی) بهتری به دست می آید، اما توسعه پایدار این مقوله در گرو هزینه- فایده کردن و به عبارتی تعیین کارایی مناسب در صنعت ورزش است و این امری است که در بلند مدت نیز سرمایه گذاران داخلی و حتی خارجی ای را که به دنبال کسب سود از این صنعت می باشند، را به سرمایه گذاری در این راستا فرا می خواند. بر این اساس، پیش بینی می گردد که سرمایه گذاری بیشتر در زمینه زیر ساخت های ورزشی در ۵ استان کارای ورزشی ایران (تهران، فارس، مازندران، همدان و آذربایجان غربی) علاوه بر بهبود شرایط توسعه ورزشی این استان ها (تعداد بیشتر عضو تیم ملی)، سرمایه گذاران بیشتری را (به سبب فایده داشتن این صنعت هزینه بر)، به این استان ها، فرا می خواند. گ) تعیین استان های کارای ورزشی از مناطق توسعه ای مختلف، می تواند به نوعی گواه این مدعا باشد که با وجود کارا بودن استان توسعه یافته تهران در این تحقیق، در صنعت ورزش در کشور ایران عوامل متعددی (به غیر از شاخص های توسعه یافتگی مانند شاخص های زیر ساختی) حائز اهمیت می باشد.

منابع

- اسکندری دستگیری و دیگران. (۱۳۹۷). «رابطه مولفه های ارزیابی عملکرد در کارایی فدراسیون های ورزشی». پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزشی. سال ششم، شماره ۴، ۱۹-۲۶.
- خداد کاشی، فرهاد و کریم نیا، الهام. (۱۳۹۵). «بررسی تأثیر عامل های اقتصادی و اجتماعی بر موفقیت ورزشی کشورها در بازی های المپیک». فصلنامه تحقیقات مدل سازی اقتصادی. شماره ۲۵.
- قطنیان و دیگران. (۱۳۹۶). «محاسبه کارایی و رتبه بندی فدراسیون های ورزشی با استفاده از تحلیل پوششی داده ها». کنفرانس سالانه پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی.
- متقی، سمیرا. (۱۳۹۴). «پراکنش جغرافیایی کارایی در بخش سلامت در استان های ایران با تأکید بر شاخص های بخش سلامت». نگرش های نو در جغرافیای انسانی. شماره ۲۸، ۱۱۴ - ۱۰۵.
- Ahlert, G. (2013). "The German Sport Satellite Accounts (SSA)". Discussion Paper Gesellschaft für Wirtschaftliche Strukturforshung mbH.
- Breuer, C. (2013). "Sport's impact on the economy Experience from Germany". German Sport University Cologne Institute of Sport Economics and Sport Management.
- Burke, O. (2014). "The Impact of Sport on Community Development in Greater August Town, Jamaica". Athens Journal of Sports.
- Gratton, C. et al. (2006). "The economic impact of major sports events: a review of ten events in the UK". The economic impact of major sports events.
- Luiz and Fadal. (2010). "An Economic Analysis of Sports Performance in Africa". Economic Research Southern Africa Working. Paper 162.
- Sports Econ Austria (SpEA, Project lead). (2012). "Study on the Contribution of Sport to Economic Growth and Employment in the EU". Study commissioned by the European Commission, Directorate-General Education and Culture Final Report.
- USAID's Development Experience, Clearinghouse (DEC). (2015). "The role of sports as a development tool".

ارتباط بین سبک رهبری و تنیدگی شغلی در کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان کردستان

سپیده طاهری^۱

ناهید اتقیا^۲

مریم مختاری دینانی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۴/۴/۱۴

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۴/۸/۳۰

این پژوهش با هدف تعیین ارتباط بین سبک رهبری و تنیدگی شغلی در کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان کردستان انجام شد. روش پژوهش، توصیفی و از نوع همبستگی می‌باشد. تعداد ۶۰ نفر به عنوان نمونه پژوهش به صورت تمام‌شمار در مطالعه مشارکت داشتند. در این پژوهش جهت جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه‌های محقق ساخته استفاده شد. روایی صوری و محتوایی هر دو پرسشنامه مورد تأیید ۱۱ نفر از اساتید و متخصصان رشته مدیریت ورزشی قرار گرفت. روایی سازه پرسشنامه‌های مذکور نیز با استفاده از روش تحلیل مولفه‌های اصلی مورد تأیید قرار گرفت. در ضمن، در یک مطالعه مقدماتی و از طریق ضریب آلفای کرونباخ، پایایی پرسشنامه‌ها بررسی شد که در مورد پرسشنامه سبک رهبری ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۰ و در مورد تنیدگی شغلی، ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۶ به دست آمد که مورد تأیید می‌باشد. داده‌های پژوهش نیز با استفاده از آزمون‌های همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه مورد تحلیل قرار گرفتند. نتایج تحلیل همبستگی پیرسون نشان داد که تنها دو سبک رهبری حمایتی و مشارکتی با تنیدگی شغلی ارتباط معناداری داشتند ($p < 0/05$). همچنین، نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه نشان داد در بین ابعاد سبک رهبری، سبک رهبری مشارکتی، حمایتی و آمرانه به ترتیب بیشترین توان پیش‌بینی معنادار برای تنیدگی شغلی را داشتند. با در نظر

۱. کارشناس ارشد، مدیریت ورزشی، دانشگاه الزهرا س، تهران، ایران

۲. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه الزهرا س، تهران، ایران (نویسنده مسئول) E-mali: Natghia2000@yahoo.com

۳. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه الزهرا س، تهران، ایران

گرفتن نتایج به دست آمده در تحقیق حاضر، لازم است مدیران سازمان‌های ورزشی به نوع سبک رهبری اتخاذ شده به ویژه دو سبک رهبری مشارکتی و حمایتی جهت کاهش تنیدگی شغلی کارکنان در محیط‌های ورزشی، توجه ویژه نمایند.

واژگان کلیدی: سبک رهبری، تنیدگی شغلی، کارکنان، اداره کل ورزش و جوانان و استان کردستان

مقدمه

امروزه سازمان‌ها همه جا را فرا گرفته‌اند و زندگی در موسسات یا سازمان‌ها برای امرار معاش و ارائه خدمات به میلیون‌ها انسان در عصر کنونی ضروری است (مورگان و گارس،^۱ ۱۹۹۱). کارآیی و توسعه سازمان‌ها نیز تا حد زیادی در گرو کاربرد صحیح نیروی انسانی است (عظیمی، ۱۳۸۹). نیروی انسانی به عنوان ارزشمندترین سرمایه سازمان در دنیای صنعتی و پرهیاهوی قرن حاضر با مسائل و مشکلات جدیدی روبه روست. از این رو، کارشناسان مدیریت و روانشناسان سازمانی توجه خود را به عواملی که در افزایش و کاهش کارآیی انسان موثر است، معطوف داشته‌اند.

واقعیت این است که یک شغل رضایت‌بخش، ممکن است به مرور زمان به منبع نارضایتی تبدیل شود و شخص را در جهت تنیدگی و فرسودگی شغلی سوق دهد (لی و همکاران^۲، ۲۰۰۵). شیوه‌هایی که آدمیان برای کنار آمدن یا مقابله با رویدادها و محرک‌های تنش‌زا به کار می‌گیرند، با یکدیگر متفاوت اند. عده‌ای با این موقعیت‌ها به طور موفقیت‌آمیز و کارآمد مقابله می‌کنند و حتی می‌توانند آنها را از بین ببرند و برعکس، عده‌ای در مقابل رویدادهای تنش‌زا به قدری درمانده و ناتوان اند که آسیب قابل ملاحظه‌ای به زندگی و سلامت روانی آنها وارد می‌شود (خدادادی، ۱۳۸۳). یکی از این زمینه‌های فشارزا، تنیدگی شغلی^۳ در محیط کار است.

عوامل محیطی بسیاری در ایجاد تنیدگی شغلی موثرند. نتایج تحقیقات مختلف فرنهام^۴ (۱۹۸۳)، فریدمن^۵ (۱۹۹۱)، هینس و المان^۶ (۱۹۹۴)، بکر و شوفلی^۷ (۲۰۰۰)، بروک و همکاران^۸ (۲۰۰۲) نشان می‌دهد عواملی نظیر ماهیت شغل، روابط حاکم بر محیط کار، نقش فرد یا حرفه‌اش در سازمان‌ها و فشارهای ناشی از پیشرفت‌های شغلی، فضا و ساختار سازمان و مشکلات ناشی از ارتباط متقابل افراد یک سازمان و دنیای خارج از آن، مانند کار بیرون در مقابل کار منزل، عمده‌ترین منابع تنیدگی شغلی هستند و بین سطح این فشار و فرسودگی شغلی رابطه وجود دارد (پارکز^۹، ۲۰۰۵). شیوع و گسترش این فشار در محیط کار به ویژه در دهه‌های اخیر، محققان را بر آن داشته که به تحلیل گسترده این موضوع در سازمان و تاثیر آن بر عملکرد کارکنان بپردازند (چان^{۱۰}، ۲۰۰۳). پدیده تنیدگی (استرس) یا فشار عصبی شاید عمومی‌ترین مسئله زندگی روزمره انسان باشد که می‌تواند سلامت جسمی و روانی نیروی کار را به خطر اندازد (ساعتچی، ۱۳۸۶). به اعتقاد التمایر^{۱۱} (۱۹۹۱) تنیدگی شغلی، روی هم جمع شدن عوامل فشارزا و آن گونه وضعیت‌های مرتبط با شغل است که بیشتر افراد نسبت به فشارزا بودن آن اتفاق نظر دارند. لطمه‌ای که به کیفیت زندگی افراد وارد می‌شود به اضافه هزینه‌هایی که برای سازمان می‌تواند به بار آورد، گویای آن است که تنیدگی شغلی معضلی است که ابعاد اقتصادی شایان توجهی را دربرمی‌گیرد (حشم‌دار، ۱۳۸۵).

در مورد تنیدگی شغلی تئوری‌های مختلفی شکل گرفته است. بیشتر مدل‌های عمومی فشار روانی شغلی

1. Morgan & Gareth
2. Lee & et al
3. Job stress
4. Furnham
5. Fridman
6. Hains & Ellmann
7. Bakker & Schaufli
8. Bruce & et al
9. Parkes
10. Chan
11. Oltamyer

در انستیتوی تحقیقات اجتماعی دانشگاه میشیگان بررسی شده است (غضنفری، ۱۳۸۴). مدل میشیگان دارای چهار گروه متغیر اصلی است که به صورت توالی علی دسته‌بندی شده‌اند. بر اساس این مدل، ویژگی‌های سازمانی، بزرگی شرکت، سلسله مراتب سازمانی و شرح شغلی ممکن است باعث به وجود آمدن واکنش‌های فشار روانی و یا احساس فشار شوند. احساس فشار همان پاسخ‌های عاطفی فیزیولوژیکی و رفتاری فرد می‌باشند (مانند نارضایتی شغل، فشار خون بالا، افزایش ضربان قلب و غیبت کارکنان). احساس فشارها در نهایت می‌توانند فرد را به بیماری‌های روانی و جسمی مختلفی همچون افسردگی، بیماری‌های قلبی، سرطان و زخم معده مبتلا کنند (همان). تئوری تناسب شخص- محیط (کپلان و هریسون، ۱۹۹۳)، (فرنهام و سچفیر، ۱۹۸۴) به عنوان فشارهای شغلی در قالب اختلافات و تفاوت‌های بین توانایی‌ها و انگیزه‌های کارمندان و بر نیازهای شغلی آنان توجه دارد (کنی، ۲۰۰۵). بر اساس این مدل تعامل بین متغیرهای محیطی و ویژگی‌های شخص منجر به تنیدگی شغلی می‌شود. بر این اساس فشار روانی شغل ناشی از عدم تناسب شخص، محیط و یا عدم تناسب عینی و عدم تناسب ذهنی است. عدم تناسب عینی به اختلافات بین شرایط و حالت واقعی که کارمند در آن می‌باشد و به شاخص عینی موقعیت کاری برمی‌گردد. ولی عدم تناسب ذهنی به اختلافات بین دیدگاه کارمند نسبت به دیدگاه او نسبت به محیط کار مربوط می‌شود (همان). در مدل فشار شغلی (مدل تقاضا- کنترل)، کاراسک^۴ (۱۹۷۹) بر این عقیده بود که موقعیت‌های کاری بر حسب تعادلی که میان تقاضاهای کارگران و سطح کنترلی که بر آن تقاضا ایجاد می‌کنند، به عنوان راهی برای دستیابی به دیدگاه‌هایی در مورد ارتباط میان نوع شغل و سلامتی هستند.

به اعتقاد اسیپو^۵ (۱۹۹۸) شش بعد وابسته به نقش‌های شغلی که در فراخوانی سطوح متمایزی از تنیدگی اثرگذارند عبارت‌اند از: ابهام نقش^۶، عدم کفایت نقش^۷، اضافه‌بار نقش^۸، حدود نقش^۹، مسئولیت نقش^{۱۰} و محیط فیزیکی^{۱۱}. ابهام نقش به میزان وضوح اولویت‌ها، انتظارات و ملاک‌های ارزیابی افراد در محیط‌های کاری، عدم کفایت نقش بر میزان تناسب آموزش، مهارت‌ها و تجربه شخص با خواست‌های زندگی حرفه‌ای، اضافه بار نقش بر فزونی یافتن خواست‌های شغلی از منابع شخصی و توانایی شخص در انجام آنها، حدود نقش یا تعارض نقش بر تجربه خواست‌ها و وظایف نقش مخالف در محیط کاری، مسئولیت بر میزان احساس مسئولیت شخص برای رفاه دیگران و در نهایت محیط فیزیکی بر میزانی که افراد در معرض آسیب‌های احتمالی موقعیت‌های کاری قرار می‌گیرند، دلالت دارد.

از منظر روانشناختی واضح است که وضعیت محل کار بر وضعیت سلامتی کارمندان تاثیرگذار است. بیشتر مطالعات تحقیقی انجام شده در این حیطه بر ویژگی‌های عوامل تنیدگی‌زا، شناسایی فاکتورهای موثر و مرتبط با

1. Harison
2. Faranham & Schfiyer
3. Cani
4. Karasc
5. Osipow
6. Role ambiguity
7. Role insufficiency
8. Role overload
9. Role boundary
10. Role responsibility
11. Physical environment

عوامل خطرناک تاثیرگذار بر ایجاد تنیدگی متمرکز بوده است (موهنن^۱، ۲۰۰۳). بر این اساس جانسون و هال^۲ (۱۹۸۸) در مدل خود، «حمایت‌های اجتماعی مرتبط به کار» را به عنوان بعد سوم محیط کاری معرفی نمودند. این مدل «تقاضا- کنترل - حمایت» نامگذاری شد (جانسون، ۲۰۰۷). به نظر می‌رسد یکی از مهمترین حمایت‌های اجتماعی مرتبط به کار، نوع سبک رهبری اعمال شده از طرف مدیران سازمان هاست.

عوامل تنیدگی شغلی، معرف هر چیزی است که فرد آنرا تهدید کننده می‌یابد. برخی از منابع تنیدگی با ماهیت شغل و وظایف حرفه‌ای و برخی دیگر به روابط بین فردی در کار مانند تعرض به همکاران و رفتار توهین آمیز از سوی سرپرستان مربوط می‌شوند. در نهایت، برخی عوامل مانند نارسایی امکانات (مانند تجهیزات معیوب یا لوازم نامناسب) بار کاری یا پرداخت و سیستم‌های پاداش غیرمنصفانه از عوامل تنیدگی بافت‌های سازمانی ناشی می‌شوند (اسپکتور^۳، ۲۰۰۲، جین و کوپر^۴، ۲۰۱۲؛ عبداللطیف و همکاران^۵، ۲۰۱۳؛ گارینونی و همکاران^۶، ۲۰۱۳؛ گیل‌بوا و همکاران^۷، ۲۰۰۸؛ یانگ و همکاران^۸، ۲۰۰۸).

در واقع، عمده‌ترین موضوعی که فرسودگی و تنیدگی را سبب می‌شود، روشی است که سرپرستان و مدیران سازمان به عنوان سبک رهبری و کنترل افراد و سازمان برای خود اتخاذ می‌کنند؛ به طوری که می‌توان گفت سبک رهبری یکی از عواملی است که می‌تواند در ایجاد یا کاهش تنیدگی شغلی موثر باشد (عظیمی، ۱۳۸۹). چنانچه مدیران بتوانند در هنگام هدایت کارکنان با آگاهی از ویژگی‌های شخصیتی و فردی افراد و متناسب با آن به اتخاذ سبک رهبری بپردازند، احتمالاً می‌توانند باعث شوند افراد با عوامل فشارزا بهتر کنار بیایند (هرسی و بلانچارد^۹، ۱۹۹۳). سبک‌های رهبری در زمینه ایجاد و یا کاهش تنیدگی شغلی و در نهایت فرسودگی شغلی از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند. همچنین، ماهیت روابط در یک سازمان ارتباط مستقیمی با سبک رهبری در سازمان دارد. بنابراین سبک‌های رهبری مدیر باید بیشترین تاثیر را بر انگیزش کارکنان داشته باشند و از طریق کاهش عوامل تنش‌زا و ایجاد انگیزه‌های فردی از این انگیزش در راستای منافع سازمان و تعالی بهره جویند (عظیمی، ۱۳۸۹).

در مورد تحقیقات انجام شده در این زمینه، نتایج پژوهش پیتتر^{۱۰} (۲۰۰۶) نشان داد که بین سبک رهبری آمرانه و فرسودگی شغلی رابطه مثبت و معنادار، ولی بین سبک رهبری حمایتی و فرسودگی شغلی رابطه منفی و معناداری وجود دارد. در این پژوهش مشاهده شد که تنیدگی شغلی نقش واسطه‌ای را بین سبک رهبری و فرسودگی شغلی ایفا می‌کند. سبک رهبری آمرانه می‌تواند تغییرات فرسودگی شغلی را پیش‌بینی کند، ولی نمی‌تواند تغییرات تنیدگی شغلی را پیش‌بینی کند. سبک رهبری حمایتی و مشارکتی می‌تواند تغییرات تنیدگی و فرسودگی شغلی را پیش‌بینی کنند (سحررو، ۱۳۸۷).

پژوهش شاین^{۱۱} (۲۰۰۶) نشان داد که بین سبک رهبری آمرانه با تنیدگی شغلی رابطه مثبت و معناداری

1. Muhnen
2. Hall
3. Spector
4. Jain & Cooper
5. Abdul Latiff & et al
6. Guarinoni & et al
7. Gilboa & et al
8. Yang & et al
9. Hersey & Blanchard
10. Pitter
11. Shayn

وجود دارد، درحالی که بین سبک رهبری حمایتی و تنیدگی شغلی رابطه منفی و معناداری وجود داشت. در این تحقیق دو سبک رهبری آمرانه و مشارکتی قابلیت پیش‌بینی تغییرات تنیدگی شغلی را نداشتند، ولی سبک رهبری حمایتی قابلیت پیش‌بینی تغییرات در تنیدگی شغلی را داشت (دهبان، ۱۳۸۷). در تحقیق لاین (۲۰۰۳) سبک رهبری آمرانه پیش‌بینی‌کننده تنیدگی شغلی بود، ولی دو سبک رهبری مشارکتی و حمایتی، تنیدگی شغلی را پیش‌بینی نمی‌کردند.

در سطح تحقیقات داخلی انجام شده در این حوزه، نتایج پژوهش سلیمانی (۱۳۸۷) نشان داد که از بین سبک‌های رهبری (آمرانه، حمایتی و مشارکتی) تنها سبک رهبری آمرانه با فرسودگی شغلی رابطه مثبت و معناداری داشت و دو سبک دیگر، رابطه منفی با فرسودگی شغلی نشان دادند. از سوی دیگر، دو سبک رهبری آمرانه و مشارکتی می‌توانستند تغییرات در فرسودگی شغلی را پیش‌بینی نمایند (سحررو، ۱۳۸۷). این در حالی است که در تحقیق دهبان (۱۳۸۷) دو سبک رهبری آمرانه و حمایتی با فرسودگی شغلی ارتباط مثبت و معناداری داشتند، اما تنها سبک رهبری حمایتی قابلیت پیش‌بینی‌کننده تغییرات تنیدگی شغلی را داشت. در تحقیقات حشم‌دار (۱۳۸۵) و طیبی (۱۳۸۶) نتایج به دست آمده نشان داد که به ترتیب دو سبک رهبری حمایتی و مشارکتی پیش‌بینی‌کننده تنیدگی شغلی هستند. همچنین، گیوریان، دیندار و سلطانی (۱۳۹۰) در تحقیقی در زمینه تعیین عوامل موثر بر تنیدگی شغلی معلمان، علاوه بر اینکه نشان دادند که میزان تنیدگی معلمان بیش از حد متوسط است و در این بین زنان تنیدگی شغلی کمتری نسبت به مردان دارند، نتایج نشان داد که وضعیت نامطلوب مالی معلمان بیشترین سهم را در بروز تنیدگی شغلی آنها دارد. نتایج تحقیق نعمت‌طاوسی (۱۳۹۲) در همین ارتباط نشان داد که تعارض بین فردی و محدودیت‌های سازمانی به طور مثبت بر فشار شغلی تأثیرگذار است.

در مورد تحقیقات انجام شده در این زمینه در حوزه ورزش، چهارده چریک و رحیمی (۱۳۸۸) در تحقیقی با هدف بررسی عوامل تنیدگی شغلی مدیران ورزش استان فارس به این نتیجه رسیدند که حقوق به عنوان یک عامل تنیدگی، بالاترین نمره را به خود اختصاص داده است. از سوی دیگر، نتایج تحلیل رگرسیون نیز حاکی از آن بود که عامل‌های شدت و تکرار رویدادهای استرس‌زا هر دو پیش‌بینی‌کننده مثبت و معنادار تنیدگی شغلی هستند، ولی عامل تکرار، قدرت پیش‌بینی بالاتری نسبت به شدت دارد. همچنین، عامل‌های فشار کار و عدم حمایت از سوی سرپرست، پیش‌بینی‌کننده مثبت و معنادار شدت و تکرار رویداد می‌باشند - به ویژه عدم حمایت از سوی سرپرست قدرت پیش‌بینی‌کنندگی بالاتری در شدت و تکرار رویداد استرس‌زا دارد. محرم‌زاده و رجائیان (۱۳۸۵) نیز در تحقیقی با هدف بررسی منابع و عوامل تنیدگی شغلی در مربیان ورزشی استان آذربایجان غربی نشان دادند که ۷۸/۳ درصد مربیان، شیوع عوامل تنش‌زای سازمانی و ۷۳/۹ درصد مربیان، شیوع عوامل تنش‌زای شغلی را در حرفه مربیگری در حد متوسط ارزیابی نمودند، اما میانگین پراکندگی نگرش آزمودنی‌ها، شیوع بیشتر عوامل تنش‌زای شغلی را نسبت به سازمانی نشان داد. همچنین، عامل فناوری و دانش بیشترین عامل تنش‌زای شغلی و حساسیت شغلی، فشار زمان و کمیت و حجم کار در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. عامل وضعیت رفاهی بیشترین عامل تنش‌زای سازمانی بود و عوامل رشد حرفه‌ای نیروهای انسانی، شیوه مدیریت، رتبه‌های بعدی را به خود اختصاص دادند. عامل فقدان حسن توفیق‌طلبی در مربیان، بالاترین رتبه را در میان سایر منابع تنش‌زای شغلی به خود اختصاص داد، درحالی که کمبود اعتبارات تخصیصی رتبه آخر را در میان سایر منابع تنش‌زای شغلی داشت.

یکی از مشکلات رایج که ما را در همه‌سنین مورد حمله قرار می‌دهد، تنیدگی است. تنیدگی به میزان کم می‌تواند

نیروی انگیزشی در جهت بهبود اعمال ما باشد، اما میزان زیاد آن می تواند عواقب معکوسی از خود به جا گذارد (خلیلی و خدابخش، ۱۳۸۹). گزارشات حاکی از آن است که در ایالات متحده تنیدگی شغلی سالانه علت ۶۰ تا ۹۰ درصد مراجعات کارمندان به مراکز پزشکی می باشد. مرور شواهد تجربی متعدد در این زمینه نیز نشان می دهد یکی از پویاترین قلمروهای پژوهشی در قرن اخیر به موضوع محوری تنیدگی مربوط می شود؛ به طوری که قرن اخیر را "قرن تنیدگی" نامیده اند (آلیسون، ۲۰۰۷). بسیاری از تحقیقات انجام شده نیز موید ارتباط نزدیک تنیدگی با شغل است و محیط کار را به عنوان یکی از عوامل اصلی تنیدگی معرفی می نماید. کوپر (۱۹۹۸) نیز معتقد است تنیدگی شغلی نتیجه کنش متقابل میان فرد و محیط کار او است (نئونان و هابارد، ۱۹۹۸). بر این اساس نیاز روزافزون به بررسی و تحقیق علمی پیرامون تنیدگی شغلی ضروری به نظر می رسد (اسدی، ۱۳۷۶).

به اعتقاد شیسلی و همکاران (۲۰۰۰) تنیدگی شغلی بیشتر در مشاغلی پدید می آید که افراد میزان زیادی از ساعات کاری را در ارتباط نزدیک با سایر مردم می گذرانند (لی و همکاران، ۲۰۰۵). یکی از حوزه هایی که کارکنان سازمان ها ارتباط تنگاتنگ و نزدیکی با افراد جامعه دارند، حوزه ورزش است. در سال های اخیر به دلیل توجه ویژه مسئولان به حوزه تربیت بدنی و ورزش، شاهد حجم بالای مراجعه افراد به خصوص جوانان به سازمان های ورزشی هستیم. به نظر می رسد با توجه به ماهیت ورزش در جامعه که همواره با تلاطم و چالش های فراوانی روبروست و نیز با توجه به حجم انبوه مراجعه کنندگان به سازمان های ورزشی، کارکنان این وزارتخانه همواره با این چالش ها دست و پنجه نرم می کنند- در تنیدگی شغلی کارکنان نهادهای ورزشی، سبک رهبری مدیران در رویارویی با این گونه چالش ها اهمیت ویژه ای دارد. این مطلب علاوه بر دلالت بر کمبود پژوهش های انجام شده در این زمینه در ایران، مشخصاً بر مبنای پژوهش های انجام داده شده در استان کردستان، و نیز نتایج گاهی متناقض به دست آمده در همین تحقیقات اندک این سوال را ایجاد می کند که سبک های رهبری (آمرانه، مشارکتی و حمایتی) تا چه میزان بر تنیدگی شغلی کارکنان اداره کل ورزش و جوانان تاثیر گذار است و می تواند پیش بینی کننده تغییرات تنیدگی شغلی در میان کارکنان این اداره کل باشد؟

روش شناسی پژوهش

این پژوهش به لحاظ هدف، از نوع کاربردی و از نظر روش، در دسته تحقیقات همبستگی قرار می گیرد که به صورت میدانی اجرا شد. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان کردستان در تمام سطوح سازمانی (N= ۶۰) بود که تمامی آنها به صورت تمام شمار به عنوان نمونه پژوهش در مطالعه مشارکت داشتند و همگی اقدام به پاسخگویی به سوالات پرسشنامه ها نمودند. از آنجا که درصد کمی از کارکنان، به سختی حاضر به تکمیل پرسشنامه های تحقیق بودند، سعی شد تا حد امکان با هماهنگی لازم و حضور پرسشگر در مواقع مورد نظر آنها و نیز توجیه ایشان در مورد محرمانه بودن پاسخ افراد و عدم ضرورت نوشتن اسامی آنها، مساعدت و همکاری ایشان در تکمیل پرسشنامه ها جلب شود. لذا تمامی نمونه تحقیق اقدام به تکمیل پرسشنامه ها نمودند. در این پژوهش جهت جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه های محقق ساخته استفاده شد. این پرسشنامه ها از طریق بازنگری متون علمی موجود و پرسشنامه های طراحی شده در مورد سبک رهبری و تنیدگی شغلی طراحی شدند. پرسشنامه سبک های رهبری در ۴۲ گویه و سه نوع سبک رهبری آمرانه، مشارکتی و حمایتی طراحی شد که ۱۱ گویه آن مربوط به سبک رهبری آمرانه، ۱۶ گویه مربوط به سبک رهبری مشارکتی و ۱۵ گویه مربوط به سبک رهبری حمایتی بود. پرسشنامه تنیدگی شغلی

نیز در ۲۷ گویه و دو خرده‌مقیاس عوامل فشارزای رفاهی (۸ گویه) و عوامل فشارزای مدیریتی (۱۹ گویه) طراحی شد. پاسخگویی به این پرسشنامه‌ها در مقیاس پنج ارزشی لیکرت بود. روایی صوری و محتوایی هر دو پرسشنامه مورد تأیید ۱۱ نفر از اساتید و متخصصان رشته مدیریت ورزشی قرار گرفت. تعیین روایی سازه پرسشنامه‌های مذکور نیز با استفاده از روش تحلیل مولفه‌های اصلی (PCA) انجام شد که در این مورد نتایج آزمون KMO در مورد پرسشنامه سبک رهبری برابر با ۰/۸۷۲ و در مورد پرسشنامه تنیدگی شغلی ۰/۷۴۶ به دست آمد که در هر دو مورد بالاتر از ۰/۷ بود. همچنین، نتایج آزمون بارتلت در مورد هر دو پرسشنامه $P < 0/05$ بود که نشان‌دهنده تأیید سازه‌های پرسشنامه‌های تحقیق بود. در ضمن در یک مطالعه مقدماتی و از طریق ضریب آلفای کرونباخ، پایایی پرسشنامه‌ها نیز مورد بررسی قرار گرفت. نتایج این آزمون نشان داد که پرسشنامه سبک‌های رهبری و تنیدگی شغلی و خرده‌مقیاس‌های آن از پایایی لازم برخوردار هستند. ضریب پایایی کل و نیز ضریب پایایی هر یک از مولفه‌های این پرسشنامه‌ها به شرح زیر است:

جدول ۱: ضریب پایایی مولفه‌های پرسشنامه سبک رهبری

مولفه	آمرانه	مشارکتی	حمایتی	سبک رهبری
ضریب آلفای کرونباخ	۰/۸۵	۰/۷۹	۰/۹۱	۰/۹۰

جدول ۲: ضریب پایایی مولفه‌های پرسشنامه تنیدگی شغلی

مولفه	عوامل فشارزای مدیریتی	عوامل فشارزای رفاهی	تنیدگی شغلی
ضریب آلفای کرونباخ	۰/۸۳	۰/۸۲	۰/۸۶

داده‌های حاصله با استفاده از شیوه‌های آمار توصیفی و آمار استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در بخش آمار توصیفی از فراوانی نسبی، میانگین و انحراف معیار و در بخش آمار استنباطی از آزمون کلموگروف-اسمیرنف جهت تعیین نرمال بودن داده‌ها و نیز روش‌های آماری همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

بر اساس یافته‌های به دست آمده، ۶۰ نفر کارمند شرکت‌کننده در این تحقیق دارای میانگین سنی ۳۵/۸ سال (با انحراف معیار ۷/۸ سال) بودند. سایر اطلاعات مربوط به آمار توصیفی در جدول زیر خلاصه شده است:

جدول ۳: آمار توصیفی مربوط به متغیرهای جمعیت‌شناختی

جنسیت	مرد ۸۰ درصد	زن ۲۰ درصد		
تحصیلات	دیپلم و زیردیپلم ۲۶/۶ درصد	کارشناسی ۵۱/۷ درصد	کارشناسی ارشد ۱۶/۷ درصد	دکتری ۵ درصد
سابقه اشتغال	۱-۴ سال ۱۹/۳	۵-۸ سال ۱۷/۵	۹-۱۲ سال ۲۶/۳	۱۳-۱۶ سال ۸/۸
			بیش از ۱۶ سال ۲۸/۱	

جهت تعیین نرمال بودن داده‌ها و تعیین نوع آزمون مورد استفاده از آزمون کلموگروف-اسمیرنف استفاده شد.

1. Principal Components Analysis

جدول ۴: نتایج آزمون کلموگروف-اسمیرنف جهت تعیین نرمال بودن داده‌ها

تشدیدگی شغلی	فشارزای رفاهی	فشارزای مدیریتی	حمایتی	مشارکتی	آمرانه	
۶۰	۶۰	۶۰	۶۰	۶۰	۶۰	تعداد
۷۴/۶	۲۴/۸۳	۴۹/۷۷	۴۵/۱۳	۴۷/۳	۳۴/۲	میانگین
۱۶/۹	۵/۹	۱۲/۷	۸/۴۴	۱۰/۴۳	۴/۹۷	انحراف استاندارد
۰/۷۹	۰/۶۹	۰/۶۷	۰/۵۶	۰/۴۹	۱/۰۳	Z کلموگروف اسمیرنوف
۰/۵۷	۰/۷۲	۰/۷۶	۰/۷۹	۰/۹۷	۰/۲۴	سطح معناداری

با توجه به نتایج آزمون کلموگروف-اسمیرنف چون سطح معناداری تمام مؤلفه‌ها بیشتر از $\alpha=0/05$ می‌باشد، بنابراین، توزیع کلیه داده‌ها نرمال بود و برای بررسی فرضیه‌های آماری مربوط به آنها از آزمون‌های پارامتریک استفاده شد.

جدول ۵: ماتریس همبستگی بین سبک‌های رهبری و تشدیدگی شغلی

تشدیدگی شغلی	عوامل فشارزای رفاهی	عوامل فشارزای مدیریتی		
-۰/۰۵	-۰/۰۷۶	-۰/۰۳۲	همبستگی پیرسون	سبک رهبری آمرانه
۰/۷۰۴	۰/۵۶۴	۰/۸۱۰	سطح معناداری	
-۰/۵۷۰	-۰/۴۳۹	-۰/۵۵۸	همبستگی پیرسون	سبک رهبری مشارکتی
۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	سطح معناداری	
-۰/۵۴۶	-۰/۳۴۲	-۰/۵۷۱	همبستگی پیرسون	سبک رهبری حمایتی
۰/۰۰۱	۰/۰۰۷	۰/۰۰۱	سطح معناداری	

بر اساس نتایج ماتریس همبستگی، بین سبک رهبری آمرانه با تشدیدگی شغلی ارتباط معناداری وجود ندارد ($p>0/05$). همچنین، ارتباط بین سبک رهبری آمرانه با دو خرده‌مقیاس عوامل فشارزای مدیریتی و عوامل فشارزای رفاهی نیز معنادار نبود ($p>0/05$)، اما بین سبک رهبری مشارکتی و سبک رهبری حمایتی با تشدیدگی شغلی و نیز بین سبک‌های رهبری مشارکتی و حمایتی با هر دو عوامل فشارزای مدیریتی و عوامل فشارزای رفاهی ارتباط منفی و معناداری وجود داشت ($p<0/05$).

جدول ۶: نتایج آزمون رگرسیون چندگانه جهت پیش‌بینی تنیدگی شغلی از طریق سبک‌های رهبری

Sig	t	ß	R ^۲	F	ضرایب غیراستاندارد		مدل رگرسیون
					خطای استاندارد	B	
۰/۰۰۱	۷/۹۲		۰/۴۱۳	۱۳/۱۳	۱۳/۴۶	۱۰۶/۵	مقدار ثابت
۰/۰۲۸	۲/۲۵	۰/۲۶			۰/۳۹	۰/۸۸	آمرانه
۰/۰۰۴	-۳/۰۳	-۰/۴۹			۰/۲۶	-۰/۷۹	مشارکتی
۰/۰۱۸	-۲/۳۹	-۰/۲۹			۰/۳۰	-۰/۶۴	حمایتی

۲۵۰

جهت پیش‌بینی تنیدگی شغلی با استفاده از ابعاد سبک رهبری از رگرسیون چندگانه استفاده شد. تنیدگی شغلی به عنوان متغیر ملاک و سبک‌های رهبری به عنوان متغیر پیش‌بین وارد مدل رگرسیون شده و به صورت همزمان آزمون شدند. بر اساس جدول فوق و بر مبنای ضرایب رگرسیون چندگانه به دست‌آمده با روش ورود همزمان، $\{R^2 = 0/413 \text{ و } F = 13/13, p < 0/05\}$ ، تمامی ابعاد سبک رهبری قدرت پیش‌بینی تنیدگی شغلی را داشتند.

به‌علاوه، با توجه به میزان R^2 به دست‌آمده، سه مولفه سبک رهبری (آمرانه، مشارکتی و حمایتی) در مجموع قادر به تبیین ۴۱/۳ درصد از تغییرات تنیدگی شغلی بودند. همچنین، با توجه به ضرایب بتای به دست آمده در معادله رگرسیون، سبک رهبری مشارکتی با ضریب استاندارد بتای ۰/۴۹، سبک رهبری حمایتی با ضریب استاندارد بتای ۰/۲۹، و سبک رهبری آمرانه با ضریب استاندارد بتای ۰/۲۶ به ترتیب بیشترین توان پیش‌بینی معنادار برای تنیدگی شغلی را داشتند. در نهایت، معادله رگرسیون پیش‌بینی تنیدگی شغلی با استفاده از سبک‌های رهبری حمایت، مشارکتی و آمرانه به صورت زیر است:

$$(\text{حمایتی} \times 0/29) - (\text{مشارکتی} \times 0/49) - (\text{آمرانه} \times 0/26) + 106/5 = \text{تنیدگی شغلی}$$

بحث و نتیجه‌گیری

به اعتقاد محققان، تنیدگی شغلی می‌تواند از طریق عصبانیت، اعتماد به نفس پایین، ناامیدی، انزوای فزاینده و نیز مشکلات جسمی باعث کاهش کارایی فرد گردد. طبق تحقیقات انجام شده، فشارهای عصبی ناشی از شغل، علاوه بر ایجاد بیماری‌های روانی و جسمی متفاوت، بر عملکرد کاری افراد تأثیر می‌گذارد و مانند آفتی نیروی انسان را به تحلیل می‌برد (وزیرپور و رضوانفر، ۱۳۸۸). لذا هدف اصلی تحقیق حاضر، تعیین ارتباط بین سبک رهبری و تنیدگی شغلی در کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان کردستان بود. نتایج به دست آمده در این تحقیق نشان داد که بین سبک رهبری آمرانه و تنیدگی شغلی ارتباط معناداری وجود ندارد. همچنین، ارتباط سبک رهبری آمرانه با دو خرده‌مقیاس عوامل فشارزای مدیریتی و عوامل فشارزای رفاهی نیز معنادار نبود که با نتایج

به دست آمده در پژوهش‌های شول^۱ (۲۰۰۴)، لاین^۲ (۲۰۰۳)، وتن^۳ (۲۰۰۵)، شاین^۴ (۲۰۰۶) و پیتتر^۵ (۲۰۰۶) و همچنین دهبان (۱۳۸۷)، سلیمانی (۱۳۸۷)، طیبی (۱۳۸۶)، حشم‌دار (۱۳۸۵)، شاطری‌نیا و شاطری (۱۳۸۹) در سطح تحقیقات داخلی غیرهمسو می‌باشد. در این تحقیقات بین سبک رهبری آمرانه و تنیدگی شغلی رابطه مثبت و معناداری وجود داشت. مغایرت نتایج حاضر با نتایج پژوهش‌های قبل می‌تواند به دلیل ماهیت سازمان مورد بررسی در این تحقیقات نسبت به تحقیق حاضر و نیز متفاوت بودن جامعه آماری مورد پژوهش باشد؛ به طوری که به نظر می‌رسد ماهیت جامعه آماری پژوهش‌های پیشین (کارخانجات و مراکز تولیدی) و سبک رهبری مورد نیاز این جوامع با جامعه مورد پژوهش در تحقیق حاضر که یک حوزه ورزشی با روحیات و انتظارات خاص می‌باشد، کاملاً متفاوت بوده و نیازمند اتخاذ یک سبک رهبری مقتدر و آمرانه باشد- در حالی که به نظر می‌رسد در سازمان‌های ورزشی به دلیل روحیات خاص ناشی از ورزش در مخاطبان و جامعه هدف این نوع سازمان‌ها، اتخاذ سبک رهبری آمرانه در تضاد با روحیات ورزشی افراد قلمداد می‌گردد و همین امر منجر به بروز اختلاف در نتایج تحقیق حاضر در مقایسه با نتایج سایر تحقیقات مشابه قبلی شده است.

به‌علاوه، در پژوهش حاضر بین تنیدگی شغلی و سبک رهبری مشارکتی و سبک رهبری حمایتی ارتباط منفی و معناداری وجود داشت. این نتیجه علاوه بر اینکه با مبانی نظری موجود در زمینه تنیدگی شغلی و سبک رهبری همسوست، با نتایج به دست آمده در پژوهش‌های سلیمانی (۱۳۸۷)، لاین (۲۰۰۳)، شول (۲۰۰۴)، شاین (۲۰۰۶) و پیتتر (۲۰۰۶) نیز همسو می‌باشد. در پژوهش دهبان (۱۳۸۷) بین سبک رهبری حمایتی و تنیدگی شغلی رابطه معناداری مشاهده گردید، اما بین سبک رهبری مشارکتی و تنیدگی شغلی رابطه معناداری گزارش نشد. در پژوهش طیبی (۱۳۸۶) نیز بین سبک رهبری حمایتی و تنیدگی شغلی رابطه معناداری وجود نداشت، اما بین سبک رهبری مشارکتی و تنیدگی شغلی رابطه معناداری مشاهده شد. همچنین در پژوهش حشم‌دار (۱۳۸۵) بین سبک رهبری مشارکتی و تنیدگی شغلی رابطه منفی و معنادار، ولی بین سبک رهبری حمایتی و تنیدگی شغلی رابطه مثبت و معناداری وجود داشت. در توجیه نتایج به دست آمده در تحقیق حاضر و با تاکید و حمایت از مبانی نظری موجود در این زمینه، می‌توان بیان نمود هر چه مدیران از سبک‌های رهبری مشارکتی و حمایتی بیشتر استفاده کنند، میزان تنیدگی شغلی کارکنان آنها کاهش می‌یابد.

همچنین، در مورد اینکه کدامیک از مولفه‌های سبک رهبری پیش‌بینی‌کننده تنیدگی شغلی هستند، نتایج نشان داد که هر سه مولفه سبک رهبری وارد معادله رگرسیون شده و در مجموع قادر به تبیین ۴۱/۳ درصد از تغییرات تنیدگی شغلی بوده‌اند. به این ترتیب که سبک رهبری مشارکتی با ضریب استاندارد بتای ۰/۴۹، سبک رهبری حمایتی با ضریب استاندارد بتای ۰/۲۹ و سبک رهبری آمرانه با ضریب استاندارد بتای ۰/۲۶ به ترتیب بیشترین توان پیش‌بینی معنادار برای تنیدگی شغلی را داشتند. ضرایب استاندارد بتا به این معنی است که به ازای یک واحد تغییر در هر کدام از مولفه‌های سبک رهبری، به مقدار ضریب استاندارد بتای همان مولفه، در تنیدگی شغلی تغییر رخ می‌دهد. در مورد اینکه کدامیک از مولفه‌های سبک رهبری پیش‌بینی‌کننده تغییرات تنیدگی شغلی هستند، در تحقیقات مختلف نتایج متفاوتی به دست آمده است. به عنوان نمونه، در پژوهش لاین (۲۰۰۳) سبک رهبری آمرانه پیش‌بینی‌کننده تغییرات تنیدگی شغلی بود، اما دو سبک رهبری مشارکتی و

1. Choul
2. Lain
3. Veten
4. Shayn
5. Pitter

حمایتی قدرت پیش‌بینی تنیدگی شغلی را نداشتند. این در حالی است که در پژوهش شاین (۲۰۰۶) و دهبان (۱۳۸۷) دو سبک رهبری آمرانه و مشارکتی نمی‌توانستند تغییرات تنیدگی شغلی را پیش‌بینی کنند، ولی سبک رهبری حمایتی قدرت پیش‌بینی تغییرات تنیدگی شغلی را داشت. برخلاف نتایج این دو دسته تحقیق، در تحقیق پیتر (۲۰۰۶) تنها سبک رهبری آمرانه قدرت پیش‌بینی تغییرات تنیدگی شغلی را داشت.

فلدمن (۱۹۸۹) تنیدگی شغلی را واکنش‌های افراد نسبت به عوامل جدید یا تهدیدکننده در محیط‌های کارشان می‌داند (نوربخش، ۱۳۷۸). در واقع، تنیدگی همان فشار روانی است که بر اثر عدم شناخت و ادراک درست از خود و محیط اطراف در یک فرد به وجود می‌آید. در محیط‌های سازمانی، تنیدگی شغلی بر اثر عواملی مانند خواسته‌های مبهم سرپرستان، تاکید بر انجام وظایف شغلی در مدت زمان کم، عدم درک صحیح نظام پاداش سازمانی و ... به وجود می‌آید و چنانچه تنیدگی شغلی کمتر یا بیشتر از میزان معینی شود، نتیجه کار مطلوب نبوده و سبب به خطر افتادن سلامت فرد خواهد شد. به‌علاوه، اغلب الگوهای تنیدگی شغلی در مورد این نکته اتفاق نظر دارند که پیامد واکنش فرد نسبت به عوامل تنیدگی شغلی، فشار شغلی است (اسپکتور، ۲۰۰۲، شافلی و تریس، ۲۰۱۴). بنابراین، به دلیل تایید وجود ارتباط معنادار بین تنیدگی شغلی و نوع سبک رهبری مدیران اداره کل ورزش و جوانان استان کردستان، لازم است مدیران این اداره کل ضمن شناسایی سایر عوامل موثر بر تنیدگی شغلی کارکنان خود، نسبت به اتخاذ سبک رهبری‌ای که کمترین میزان تنیدگی شغلی را برای کارکنان به همراه دارد، اقدام نمایند. در واقع، از آنجا که مواجهه با تجارب تنیدگی‌زا در سطوح مختلف وجه جدایی‌ناپذیر و غیرقابل اجتناب موقعیت‌های کاری محسوب می‌شود و با توجه به اجتناب‌ناپذیر بودن بروز عوامل استرس‌زا در هر محیط شغلی و لزوم پیشگیری از آثار روانی و رفتاری آنها بر کارکنان، با استناد به نتایج تحقیق حاضر، به نظر می‌رسد بکارگیری تمهیدات و اقداماتی از طرف مدیران این اداره کل در جهت اتخاذ سبک رهبری موثر بر جلوگیری از تنیدگی شغلی در کارکنان ضروری است. به عبارت دیگر، مدیران این اداره کل می‌توانند با شناخت ویژگی‌های روحی و روانی کارکنان خود و به تبع آن اتخاذ نوع سبک رهبری متناسب با آن، در جهت کاهش هر چه بیشتر تنیدگی شغلی و اثرات مخرب آن در کارکنان گام بردارند.

با توجه به مطالب فوق، توصیه می‌گردد مدیران اداره کل ورزش و جوانان استان کردستان، به راهکارهای ارائه شده توسط صاحب‌نظران جهت کاهش تنیدگی ناشی از شغل در کارکنان توجه بیشتری نمایند. از سوی دیگر، از آنجا که نتایج تحقیق حاضر نشان داد دو سبک رهبری مشارکتی و حمایتی علاوه بر آنکه ارتباط منفی و معناداری با تنیدگی شغلی دارند، به خوبی توانایی پیش‌بینی تغییرات تنیدگی شغلی را نیز دارند، به نظر می‌رسد بهترین نوع سبک‌های رهبری در محیط‌های ورزشی، دو سبک یاد شده باشد. در تایید این مطلب، یانگ و همکاران (۲۰۰۹) در تحقیق خود نشان دادند که بی‌کفایتی نقش، فشار بین‌شخصی و حمایت اجتماعی توان بالایی برای پیش‌بینی سلامت روانی دارد، اما ضروری است مدیران قبل از هر گونه تصمیم‌گیری در مورد شیوه‌های موثر مقابله با تنیدگی شغلی کارکنان خویش، به شناخت ماهیت سازمان خود بپردازند و روشی مناسب را جهت مدیریت نوع سبک رهبری و روبرو شدن با چالش‌های ناشی از تنیدگی شغلی اتخاذ نمایند. برای تحقیقات آینده نیز پیشنهاد می‌شود، ارتباط تنیدگی شغلی با متغیرهای جمعیت‌شناختی مورد بررسی قرار گیرد. همچنین، بررسی و یافتن راه‌های کاهش تنیدگی شغلی در میان نیروی انسانی در سازمان‌های متفاوت و پست‌های سازمانی مختلف، بررسی جایگاه و نقش تنیدگی شغلی در دستیابی به اهداف سازمان، بررسی ویژگی‌های کارکنانی که از تنیدگی بالا رنج می‌برند و تأثیر مؤلفه‌های تنش‌زا بر میزان اثربخشی سازمان به سایر محققان علاقمند به تحقیق در حوزه تنیدگی شغلی پیشنهاد می‌گردد.

منابع

- اسدی، حسن. (۱۳۷۶). «تحلیل عوامل تنیدگی شغلی و ارتباط آن با اضطراب بین مدیران سازمان‌های تربیت‌بدنی و برنامه و بودجه». رساله دکتری، دانشکده تربیت‌بدنی، دانشگاه تهران.
- ساعتچی، محمود. (۱۳۸۶). روانشناسی بهره‌وری. تهران: انتشارات ویرایش
- سحررو، طیه. (۱۳۸۷). «بررسی سبک‌های رهبری با فرسودگی شغلی در کارکنان بیمارستان اهواز». پایان‌نامه کارشناسی، گروه روانشناسی صنعتی و سازمانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بهبهان.
- حشم‌دار، سینا. (۱۳۸۵). «بررسی رابطه بین سبک‌های رهبری و فرسودگی شغلی در شرکت نفت و گاز گچساران». پایان‌نامه کارشناسی، گروه روانشناسی صنعتی و سازمانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بهبهان.
- خدادادی، محمد. (۱۳۸۳). «هنجار یابی پرسشنامه شیوه‌های مقابله با استرس (لازاروس فولکمن) و مقایسه این شیوه‌ها بین دانشجویان دختر و پسر». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رودهن.
- دهبان، رحیم. (۱۳۸۷). «بررسی رابطه سبک رهبری و تنیدگی شغلی در کارکنان مخابرات امیدیه». پایان‌نامه کارشناسی، گروه روانشناسی صنعتی و سازمانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بهبهان.
- شاطری‌نیا، احمد و شاطری، مصطفی. (۱۳۸۹). رابطه تنیدگی شغلی و تاب‌آوری با فرسودگی شغلی و تاب‌آوری با فرسودگی شغلی در پرستاران.
- طیبی، مسعود. (۱۳۸۶). «پیش‌بینی تنیدگی شغلی بر اساس سبک‌های رهبری در کارکنان دانشگاه آزاد منطقه ۶». پایان‌نامه کارشناسی، گروه روانشناسی صنعتی و سازمانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بهبهان.
- عظیمی، مریم. (۱۳۸۹). «پیش‌بینی فرسودگی شغلی و تنیدگی شغلی بر اساس سبک‌های رهبری (آمرانه، حمایتی و مشارکتی) در کارکنان سیمان بهبهان». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، گروه روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مرودشت.
- گیوریان، حسن؛ دیندار فرکوش، فیروز و سلطانی، شهنواز. (۱۳۹۰). «عوامل موثر بر تنیدگی شغلی معلمان و مدیریت آن». فصلنامه علمی پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی. دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مرودشت، سال دوم، شماره ۳، صص ۱۷۷-۱۸۸.
- نعمت طائوسی، محترم. (۱۳۹۲). «تنیدگی شغلی و بهزیستی عاطفی». نشریه علمی پژوهشی روانشناسی تحولی: روانشناسان ایرانی. سال دهم، شماره ۳۸، صص ۱۰۳-۱۲۱.
- وزیرپور، مهرداد و رضوانفر، مریم. (۱۳۸۸). «بررسی نقش منابع الکترونیکی در تنیدگی‌های شغلی کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه تهران». فصلنامه دانش‌شناسی (علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی و فناوری اطلاعات). سال دوم، شماره ۵.
- هرسی، پاول و بلانچارد، کنت. (۱۹۹۳). مدیریت رفتار سازمانی. قاسم کبیری. چاپ سوم، تهران: انتشارات علمی

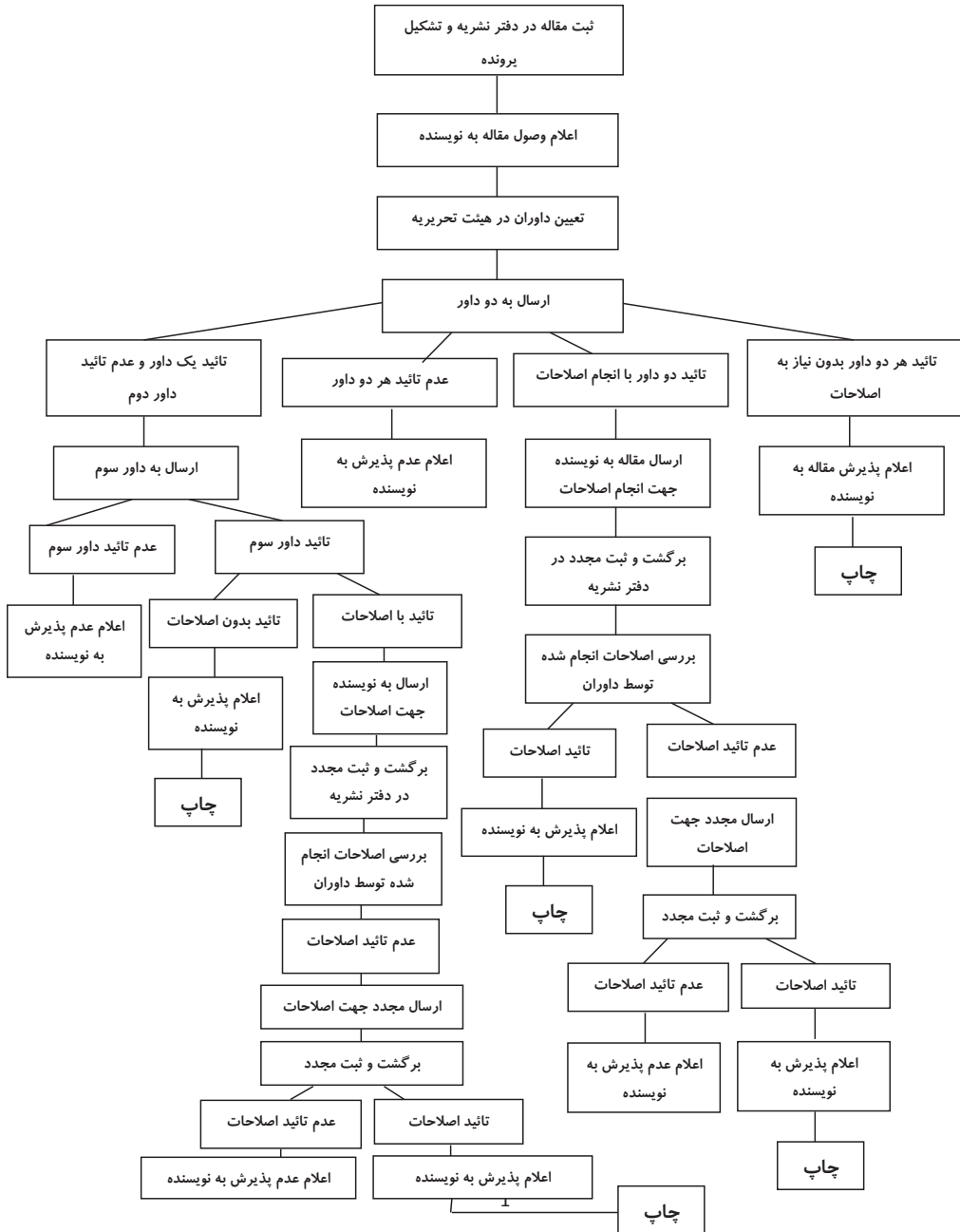
- Abdul Latiff, S. F., Mahdi, A., & Jamadin, N. (2013). "A case study on workplace stress and job performance among the support staff of semigovernment organization in kuching, Sarawak". International Conference on Management and Information Systems September 22-24.
- Allison, M. G. (2007). "Identifying the types of student and teacher behaviors associated with teacher stress". Teaching and Teacher Education. 23, 624-640.

- Bakker, A. B., Schaufli, W.B. (2000). **“Professional burnout: Study among general mediation”**. Journal of Organizational Behavior. Vol (21), 425– 441.
- Bruce, D., Kirk Caldly, R., Shepherd, P., & Furnham, A. (2002). **“The influence of type a behavior and locus of control upon job satisfaction and occupational health”**. Personality and individual differences. Vol (33), 1361- 1371.
- Chan, D. W. (2003). **“Stress coping strategies and psychological distress among secondary school teachers in Hong Kong”**. American Educational Reseach Journal, 1-35.
- David & Decenzo. (1988). **Personal / Human resource management**. Third edition, pretic, Hall International, USA pp: 515-521.
- Friedman, I. (1991). **“High and low burnout schools: schools’ culture aspects of teacher s burnout”**. Education research, 6 Vol (84), 325-333.
- Furnham, A. (1983). **“The A type behavior pattern, mental health and health locus of control beliefs”**. Education research, 6 Vol (84), 325-333.
- Gilboa, S., Shirom, A., Fried, Y., & Cooper, C. (2008). **“A metaanalysis of work demands stressors and job performance: Examining main and moderating effects”**. Personnel Psychology, 61, 227-271.
- Guarinoni, M., Belin, A., Oulès, L., Graveling, R., Crawford, J., Lietzmann, J., Said, A., Konstantinopoulos, G. D., Dobras, M., & Kaminskas, K. A. (2013). **“Occupational health concerns: Stressrelated and psychological problems associated with work”**.
- Hains, D., & Ellmann, P. (1994). **Cognitive-behavior modification: An integrative approach**. New York: plenum.
- Hersey. P. and Blanchard .k.h, (1993). **Management of organizational Behavior, Utilizing Human Resources**. 5th ed. Englewood Cliff ,New Jersey Prenticc-Hall, Inc, pp: 30-48.
- Jain, A. A. K., & Cooper, C. L. (2012). **“Stress and organizational citizenship behaviours in Indian business process outsourcing organizations”**. Management Review, 24, 155-163.
- Lee, A., Matrinek, T., & Others. (2005). **The preliminary program for AHPERD**. National convention exposition, Kyungpook National University.
- Morgan, Gareth. (1991). **Image of organization**. saye publications USA. pp: 11-17.
- Neunan JC, Hubbard J.R. (1998). **Stress in the workplace**. In: *Hubbard J.R. Workman EA. (Eds). Handbook of stress medicine*. 1st Ed. New York: CRC, pp: 9-323.
- Parkes, K. P. (2005). **“Mental health in the oil industry, a comparative study of on shore and off shore Employees”**. Psychological Medicine, 2, 99-113.
- Schaufeli, W. B., & Taris, T. W. (2014). **“A critical review of the Job Demands-Resources Model: Implications for improving work and health”**. In G F. Bauer O. Hämmig, Bridging occupational, organizational and public health, pp. 43-68, Netherlands: Springer.
- Spector, P. E. (2002). **“Employee control and occupational stress”**. Current Directions, 11,

133-136.

- Yang, L., Che, H., & Spector, P. E. (2008). **“Job stress and well-being: An examination from the view of person-environment fit”**. Journal of Occupational and Organizational Psychology, 81,567-587.

فرآیند چاپ مقاله در فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان



Relationship between Leadership Style and Job Stress in Personnel of the Administration of Sport and Youth Kurdistan Province

Sepide Taheri

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

Nahid Atghia

Ph.D., Assistant Professor of Sport Management Department, Alzahra University, Tehran, Iran

Maryam Mokhtari Dinani

Ph.D., Assistant Professor of Sport Management Department, Alzahra University, Tehran, Iran

Received: 5 Sep. 2015

Accepted: 21 Nov. 2015

The research is to study the relationship between Leadership style and Job Stress in personnel of the administration of sport and youth in Kurdistan province. The population was all personnel of the administration of sport and youth in Kurdistan province that was selected as the total number of samples to this research. Two research made questionnaires were used to collect the data. Formal and content validity of both questionnaires were approved by 11 professors and experts in the field of sport management. Also, construct validity was approved through principal components analysis method. However, in a pilot study, Cronbach's alpha coefficient of leadership style questionnaire was assessed 0/90 and Cronbach's alpha coefficient of job stress questionnaire was approved 0/86. Data analysis was performed by Pearson correlation and Multivariate regression. The results of Pearson correlation analysis showed that only Participative and Supportive leadership styles had negative correlation with job stress ($p < 0/05$). Also, results of Multivariate regression analysis showed that Participative, Supportive and Autocratic leadership styles had the most prediction capability for job stress respectively. Thus, it is important to notice to leadership style in sport work place by sport managers specially Supportive and Participative leadership style as an effective factor can decrease the Job Stress.

Key Words: Leadership Style, Job Stress, Personnel, Administration of Sport and Youth, and Kurdistan Province

An Effectiveness Analysis of Sports Activities in Provinces of Iran (Approach of Development)

Samira Mottaghi

Ph.D., Assistant Professor, Economy Department, Payam -e- Noor University, Tehran, Iran

Received: 22 Aug. 2016

Accepted: 6 Oct. 2016

The study is to study the performance of sport activities in the provinces of Iran through an analytical and developmental approach. So it considers the comparative nature of sporting input and output in Iran provinces. Accordingly, we used indicators of the number of sports complexes, swimming pool, active coach and training courses as input indicators and index of the number of athletes in the national team as an output indicator (as an effective communication with development), and have been analyzed with the application of the method of Data Envelopment Analysis (DEA) through WinDEAP software.

The results show that the provinces of Tehran, West Azarbaijan, Fars, Mazandaran and Hamedan have a good performance (compared to other provinces) in the sports industry and are considered as the reference provinces (representatives) for other provinces, while other provinces of the country are below the efficient border. In this case, the least performance is related to the provinces of South Khorasan, North Khorasan and Kurdistan, respectively.

Also, the most sensitive indicator in this section is the number of athletes who are members of the national team of each province, which has been used as the benchmark for research.

Also Despite the fact that in areas (such as Isfahan) sports development is gaining in sport by expanding the infrastructure, the sustainable development of this category depends on the cost-benefit of the sports industry and this will be done by investing in sport infrastructure in the five most effective provinces.

Keywords: Performance, Development, Sports Activities, Sensitive Indicators and Iran Provinces

Ranking Effective Indicators on Selling Sport Products via Virtualization

Masoumeh Babaei Mobarakeh

Master Degree in Physical Education, Payam -e- Noor University, Tehran, Iran

Abdol Mahdi Nasirzade

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Payam -e- Noor University, Tehran, Iran

Beranoosh Nikbin

Ph.D. Student in Organizational Behavior Management, Kharazmi University, Tehran, Iran

Received: 4 Oct. 2017

Accepted: 18 Oct. 2017

The study is to rank the indicators that affect the sale of sports products through cyberspace from the perspective of physical education students of Payam-e- Noor University of Tehran. The statistical population included all female and male physical education students of Payam-e- Noor University of Tehran, whose total number was 1302 (635 women and 667 men). According to Morgan table, 302 individuals were selected by cluster and random sampling from south Tehran, Tehran west, Lavasan, Shahriar, Varamin and Pakdasht branches. A researcher-made questionnaire was used to collect data. Its validity was confirmed by 10 sport management experts and its reliability was calculated by Cronbach's alpha (0.81).

To assess the validity of the questionnaire, content validity and confirmatory factor analysis were used. This research is an applied survey and its information was provided on gathering method. In order to investigate the relationship between variables, the correlation between the types of research is measured. For data analysis, one-sample t-test and two samples, ANOVA test, Pearson correlation test, and Friedman test for ranking the factors were used by SPSS20 software. Factors such as the quality of content and website design, the amount of Internet access, the method of receiving goods and how to pay, the speed and ease of using the website, the reliability of the store, the side services and its effective advertising are factors affecting the sales of goods. On the other hand, it was found that the age and education are important factors in the attitude of individuals towards the impact of store promotions on its sales growth.

Key words: Ranking, Sport Products and Virtualization

weaknesses, 13 points of opportunity and 14 threat points. The presence of coaches and referees at the national and international levels as the most important strength, lack of financial resources and affiliation with the federation as the most important weaknesses, the high statistical community in the province as the most important opportunity and lack of supportive laws and weaknesses in attracting sponsors as the most important threats were known. According to the results of internal matrix (2/71) and external matrix (2/31), strategic position of volleyball board of Tehran province is located in competitive region (ST). Therefore, it is recommended to use its strengths, including the presence of coaches, referees and first level instructors, coaching classes and abundance of volunteers to maximize their use to overcome existing threats. An operational plan has been developed focusing on attracting sponsors, supplying equipment, the requirements of subsidiary boards and the production and distribution of volleyball training programs are among the most important strategies.

Keywords: Strategy, Volleyball, Analysis and SWOT

Designing and Determining Strategies for Development of Tehran Province Volleyball Board

Farzad Nobakht

Ph.D., Assistant Professor, Physical Education and Sport Sciences Department, Mohaghegh Ardabili University, Ardabil, Iran

Ali Hemmati afif

Ph.D., Assistant Professor, Physical Education Department, Emam Khomeini International University, Qazvin, Iran

Hassan Ghareh khani

Ph.D., Assistant Professor, Physical Education and Sport Sciences Department, University of Zanjan, Zanjan, Iran

Fatemeh Nobakht

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

Received:30 May 2018

Accepted:25 Jul. 2018

The success of any sports organization requires strategic planning and providing the right strategies. The study is to analyze strengths, weaknesses, opportunities and threats, determining the strategic position and formulating the strategies for Development of Tehran Province Volleyball Board.

The population consisted of the board of directors, the entire staff of the volleyball board, the heads of the committees and boards of the subsidiary cities, the coaches and experts, the members of the Strategic Council and elite sports and volleyball management in Tehran province that all of them (50 persons) have been selected as samples. A combination of qualitative and quantitative methods was used in this research. In order to collect information in a field, in addition to holding meetings and interviewing members of the Strategic Council, the Swot Identification Questionnaire, open source questionnaire, strategic positioning form, and strategy form were used.

The face and content validity of the questionnaire was confirmed by 17 professors in sport management and members of the Strategic Council and its reliability was higher than 0/8. To analyze the data, descriptive statistics, one-sample t-test and Friedman test, internal and external factors evaluation matrix and strategic positioning matrix were used.

The findings showed that the volleyball board of Tehran province has 12 strength points, 12

Effect of Organizational Culture on Organizational Silence in Iranian Ministry of Sports and Youth

Mahdi Savadi

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Qeshm Branch, Islamic Azad University, Qeshm, Iran

Sirous Ahmadi

Ph.D. Student in Sport Management, Qeshm Branch, Islamic Azad University, Qeshm, Iran

Received: 14 Jun. 2018

Accepted: 1 Jul. 2018

17

The study is to determine the impact of organizational culture on organizational silence in the headquarters of the Ministry of Sports and Youth. The research method used in this study was descriptive-survey method and information was collected by two methods of library and field studies using the Volach's organizational culture questionnaire (1983) and Organizational Silence of Boradas and Vakula (2005). The population (the staff of the Ministry of Sport and Youth about 450) was selected through simple random sampling and based on the Morgan table, a statistical of 205 people were selected as the sample. In order to analyze the data, two SPSS and LISREL software were used. The statistical tests used in this study are Kolmogorov-Smirnov test to determine the normality of the variables, fitness indicators to determine the fit of the model, Pearson correlation test to determine the correlation between variables and regression test to determine the role of independent variable on dependent.

The results showed that organizational culture and all its components (bureaucratic culture, supportive culture and innovative culture) are of a significant effect on organizational silence and its components (managers' attitude towards silence and supervisors' attitudes towards silence and communication opportunities). The organizational culture is of effect on organizational silence in female employees and a significant difference with male employees. Given that supportive culture and innovative culture reduce the level of organizational silence, it is suggested that with the support of employees as well as encouraging innovation, the culture of supportive and innovative innovation is put in place and will weaken the silence of employees.

Keywords: Organizational Silence, Organizational Culture and Ministry of Sports and Youth

Structural Equation Modeling of Marketing Capabilities in Football Clubs of Iran Premier League

Karim Zohrevandian

Ph.D., Assistant Professor, Faculty of Sport Science, Arak University, Arak, Iran

Hashem Koozechian

Ph.D., Full Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran

Mohammad Ehsani

Ph.D., Full Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran

Mojtaba Amiri

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

Received: 7 Jun. 2018

Accepted: 11 Jul. 2018

The study aim was Structural Equation Modeling of marketing capabilities in football Premier League clubs. Research method is mixed with grounded theory method. The Population included marketing managers in clubs, federation and league organization, and faculty members who were expert in sport marketing. Qualitative phase participants were selected by Judgment Sampling; and in quantitative phase, was selected by Convenience Sampling. To collect the data, depth interview (18 samples) was used. Primary codes were 792 that after summarizing codes, they decrease 184 codes and were converted with 16 Axial codes. These codes were classified to 4 groups included football institutional, infrastructure, strategic and operational capabilities. Then, questionnaire designed with 68 items and its face and content validity was confirmed by the experts ideas; and the construct validity was confirmed by confirmatory factor analysis and reliability confirmed by Cronbach's alpha (%88/8). Collected data from the questionnaires were modeling by LISREL software. The quantitative results also showed football institutional capabilities have significant effect on infrastructure marketing capabilities (effect coefficient=0/84, T=6/47); and infrastructure capabilities have significant effect on strategic capabilities (effect coefficient=0/89, T=3/38); and strategic marketing capabilities have significant effect on operational marketing capabilities (effect coefficient=0/92, T=2/65). Given the importance of marketing, Clubs should identify their capacity and use all these capabilities for marketing and customer acquisition. The proposed model can be used as a tool for identification of football marketing capabilities and Conversion Factors of these capabilities to function, that logical and systematic manner to do marketing, and gaining income and financial independence Club, and solve problems.

Keywords: Marketing Capabilities, Modeling, Structural Equation, Football Clubs and Premier League

Anti- doping Rules and the Place of Court of Arbitration in Regulating the Precedent of Lex Sportiva

Aramesh Shahbazi

Ph.D., Assistant professor in International Law, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran

Pouya Berelian

Master Degree in International Law, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran

Received:15 Mar. 2017

Accepted:31 Oct. 2017

15

The study is to examine the structure and functions of the Court of Arbitration for Sport (CAS) in order to highlight a number of problems concerning judicial activities at the global level. First we will outline CAS' organization and functions, from its inception to the present date. Then we will focus on the role of CAS in making lex sportiva, and it will take into account three different functions: the development of common legal principles; the interpretation of global norms and the influence on sports law-making; and the harmonization of global sports law. As a result, the analysis of CAS and its role as law-maker, in fact, allows us to shed light on broader global governance trends affecting areas such as the institutional design of global regimes, with specific regards to the separation of powers and the emergence of judicial activities in realm of international sport law.

Keywords: Court of Arbitration for Sport, International Football Federation, National Football Federation, International Committee of Olympic, Anti-doping Rules and Lex Sportiva

Designing a Model for Acquisition International Seats in Sport by the Representatives of Iran

Loghman Keshavarz

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

Abolfazl Farahani

Ph.D., Full Professor, Sport Management, Payam-e-Noor University, Tehran, Iran

Bahram Bahramipoor

Ph.D. Student in Sport Management, Payam-e- Noor University, Tehran, Iran

14

Received:6 Jun. 2018

Accepted:30 Jun. 2018

The study is to formulate and design a model for acquisition effective international seats in sports by the representatives of Iran. The method of study was mixed. The statistical population of this study includes the faculty members of universities, sport federation presidents, managers, athletes and sports seats representatives who have the necessary knowledge and experience in international sessions ($n=495$). In the qualitative phase, 25 individuals were selected purposefully and in quantitative phase, a sample of 220 people was chosen based on Morgan table. The instrument was a 55-item structured questionnaire to achieve the objectives of the study. The face and content validity of the questionnaire was approved by 20 sports management specialists and its structural validity was confirmed by confirmatory factor analysis. Its reliability was studied in a pilot study with 30 subjects and calculated as 0/83. For data analysis the descriptive statistic and inferential statistics methods including KMO, Bartlett exploratory factor analysis with orthogonal rotation and structural equation modeling by application of AMOS and SPSS23 software were used. The results showed that there are 6 factors as effective components contained within international sport seats were prioritized as follows: communicative (0/932), economical (0/903), social and cultural (0/901), administrative (0/830) and political (0/779) are available. The model was derived from appropriate fitness. The model captured a strong theoretical model for the design of effective international sports seats by the representatives of Iran.

Keywords: Representative, International Seats, Sport and Iran

Relationship between Religiosity and Tendency towards Crime (Case Study: Youth of DareShahr City)

Hossein Moltafet

Ph.D., Assistant Professor, Social Sciences Department, Faculty of Economy and Social Sciences, Shahid Chamran University of Ahwaz, Ahwaz, Iran

Jaber Molaii

Ph.D. Student and Academic Member of Social Sciences Department, Payam-e-Noor University, Tehran, Iran

Received: 5 Mar. 2018

Accepted: 17 Apr. 2018

13

The study is to examine the relationship between religiosity and tendency towards the crime among the youth in DarehShahr, Ilam, Iran. The research method is survey. The Statistical population of the study includes young people aged 18-29 in DarehShahr city. Using Cochran formula, a sample of 376 people have been considered. In this study, multistage cluster sampling method was used and the data gathering tool was a questionnaire. After collecting questionnaires, the data were analyzed using SPSS software and Pearson correlation coefficient test. Findings of the research suggest that there is a reverse and significant relationship between the four dimensions of religiosity and tendency toward crime among young people and there is a reverse and significant relationship between religiousness and tendency towards the youth. Also, the findings show that 56% of variance of dependent variable based on independent variables. Finally, we conclude that in order to reduce the tendency towards the crime of youth, there needs to be an extra effort to promote their religion, especially in the field of rituals.

Keywords: Religion, Belief, Experimental, Outreach, Rite, Crime and DareShahr City

A Study on the Relationship between Academic Socialization and Social Participation among Young Students of University of Tehran

Sohrab Rashtiani

Ph.D. Student in High Educational Management, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran

Hamid Rahimian

Ph.D., Associate Professor, Educational Planning and Management Department, Faculty of Psychology and Educational Sciences, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran

Abbas Abbaspour

Ph.D., Associate Professor, Educational Planning and Management Department, Faculty of Psychology and Educational Sciences, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran

Received: 19 Mar. 2018

Accepted: 8 May 2018

The tendency to college education among young people has continued to increase. On the other hand, social participation has also undergone many changes over recent years. As a science and production center, the university affects the students' most individual and collective behavior. The purpose of this study is «A Study on the Relationship between Academic Socialization and Social Participation among young students of University of Tehran». The statistical population of this research is all students of Tehran University in four groups of humanities, basic sciences, engineering, engineering sciences and medical sciences. 382 students were selected according to the Cochran sampling formula. The research was conducted using descriptive survey method. In theoretical foundations, related theories are used and, at the end of the research theoretical model is designed. The data gathering tool was a questionnaire that was distributed among respondents after validation and reliability. Data were analyzed by descriptive and inferential statistics and analyzed using SPSS software. According to the level of variables, Pearson test was used. Finally, according to the beta of the regression model, the effect of independent variables is as follows: Ethical principles and values with the rate of beta (0/533), age (0/218), socioeconomic level (0/274), scientific success rate (0/433), interaction and communication (0/382) affects the level of social participation of student youth, and the coefficient of determination is equal to: $2/41 = 0/41$.

Key Words: Academic Socialization, Social Participation, Students and Youth

Effect of Using Virtual Social Networks on Family Values (Case Study: Youth in Tehran City)

Zahra Hazrati Someeh

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

Received: 1 Nov. 2017

Accepted: 8 Dec. 2017

11

This study is to identify the impact of social networks on family values in Tehran City. In the theoretical framework, virtual social networking theorists such as Ritzer, Rokeach and Fleur, Giddens, Valdhal and Clapper, Kelly and Wollkhar and from, Inglehart and Koli's views on family values have been used. These methods were used in this study: a survey of descriptive and explanatory sectional view of the nature of an application study and research plan. The statistical population of the 15-29-year-olds in Tehran was sampled (399) using Cochran formula and the samples were selected by random sampling. Questionnaire was used for data collection technique that has content validity and reliability with Cronbach alpha technique took 93/0. The results of the data analysis showed that the duration of use, type of use, type of environment (interactive and interactive), parent awareness and social networking depend on the family values of respondents have a direct and significant effect. The effect of social networks on family values was moderate (12/49 percent). According to regression results, parents' awareness of 6% and the dependence on virtual social networks by 17% can predict the family values of the respondents studied.

Keywords: Social Networks, Family Values, Virtual, Youth and Tehran City

Social Apathy of the Youth and the Cultural-Social Rupture (A Survey on Youth in Boekan City)

Omid Ghaderzade

Ph.D., Associate Professor of Sociology Department, University of Kurdistan, Kurdistan, Iran

Mahdi Radman

Master Degree in Sociology, University of Kurdistan, Kurdistan, Iran

Received: 7 Feb. 2018

Accepted: 3 Mar. 2018

10

Social apathy, as a social problem, presents a barrier to political and social participation. Hence, it becomes increasingly important to closely investigate the indifference among young people as one of the most influential groups in the social and political dynamism in the Iranian society. The current research is to study the extent and the dimensions of social apathy among the youth, from the perspective of social consensus, within the framework of Robert Merton's theoretical system. The study comprises a survey on 400 young people aged between 19-30 whom were interviewed. The findings showed that social apathy is low in 41% of the young people, moderate in 30% and high in 29%. Among the various dimensions of social apathy, objective indifference is rated higher than subjective social apathy. The multivariate regression analysis showed that the social apathy of the youth is directly related to the severity of the relationship with such variables as normative rupture, value rupture, and socio-economic status. The aforementioned variables account for 58.2% of social variation among the youth. Finally, the implications of the findings and the results of the research as pertinent to social and cultural policy-making have been discussed.

Keywords: Youth, Social Apathy, Value and Normative Rupture, Objective Apathy and Subjective Apathy

A Study on Level of Life Skills among the Youth in Yazd Province

Azade Abooci

Ph.D. Student in Counseling, Yazd Branch, Islamic Azad University, Yazd, Iran

Ali Reza Afshani

Ph.D., Associate Professor in Sociology, Yazd University, Yazd, Iran

Manouchehr Ali Nejhad

Ph.D., Assistant Professor in Sociology, Yazd University, Yazd, Iran

Received: 11 Dec. 2017

Accepted: 26 Jan. 2018

9

The present study is to evaluate the life skills among the youth in Yazd province. The statistical population included all the youth in Yazd, Ardakan and Meybod cities aged 15 to 29 years old in 2016 that the total number was 211045. The sample size, based on the Cochran formula, was 953 in the three cities. The sampling method applied in this study was multi-stage cluster. The research's instrument was life skills inventory (Saatchi et al., 1389). The findings of the research indicated that the level of life skills and the level of different aspects of life skills among the youth in Yazd were higher than the theoretical average amount. It was shown that men's life skills were significantly higher than women's, with the increase in the level of the education of parents, the level of life skills in young people increase and employees had a higher level of life skills. There was a significant relationship between the individuals' income and their life skills level, but there was not a significant relationship between the family's income and the life skills. Also, the findings of the present study did not show a significant difference between the level of life skills in terms of marital status. The results of this study indicated that the level of life skills among the youth in Yazd is higher than the theoretical mean, but there is a long way to reach the desired level. Findings of this study indicate the necessity of planning and implementing different programs in order to improve youth's life skills.

Key words: Skill, Life Skills, Social Skills, Youth and Yazd

Structural Equation Modeling Factors Influencing the Rethinking of Youth's Sexual Interactions

Mahdi Soleymani

Ph.D. Student in Sociology, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran

Zia Hashemi

Ph.D., Associate Professor in Sociology, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran

Ali Reza Mohseni Tabrizi

Ph.D., Full Professor in Sociology, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran

Houshang Nayeby

Ph.D., Associate Professor in Sociology, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran

Received: 30 Jan. 2018

Accepted: 10 Mar. 2018

Youth as a social, cultural and biological structure is the basis and groundwork for social changes. Therefore, due to the increasing growth of the rethinking of sexual interactions as well as the increase of inter-gender interactions and changes in its form and content, the purpose of this study was to investigate the most important factors affecting the rethinking of sexual interactions of young people. The statistical population of the study included students from 18 to 29 years old at universities in Tehran. Sampling was done using multi-stage cluster sampling. The sample size was 384 according to Cochran's formula. A questionnaire was used to collect data. The findings of this study showed that there was a significant relationship between Filiarchy, long-term residence of young people in the family, individualism, the use of new communication technologies, the role of women and men, and the socioeconomic status with the amount of rethinking of sexual interactions. The findings of stepwise regression showed that modern communication technologies, individualism, change in the role of women and men, social and economic status, and childbirth, in total involve 18.3% of the variance in the rethinking of sexual interactions of young people. Using the structural equation model of Amos, it was found that changes in the image of a husband and wife through childbearing and individualism, as well as the use of new communication technologies, and the socio-economic base affect the level of rethinking in sexual interactions.

Key Word: Youth, Rethinking of Sexual Interactions, Filiarchy, Family and Individualism

Sports and Youth

Mahdi Savadi: Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Qeshm Branch, Islamic Azad University, Qeshm, Iran / **Sirous Ahmadi:** Ph.D. Student in Sport Management, Qeshm Branch, Islamic Azad University, Qeshm, Iran **17**

Designing and Determining Strategies for Development of Tehran Province Volleyball Board

Farzad Nobakht: Ph.D., Assistant Professor, Physical Education and Sport Sciences Department, Mohaghegh Ardabili University, Ardabil, Iran / **Ali Hemmati afif:** Ph.D., Assistant Professor, Physical Education Department, Emam Khomeini International University, Qazvin, Iran / **Hassan Ghareh khani:** Ph.D., Assistant Professor, Physical Education and Sport Sciences Department, University of Zanjan, Zanjan, Iran / **Fatemeh Nobakht:** Master Degree in Sport Management, Alzahra University, Tehran, Iran **18**

Ranking Effective Indicators on Selling Sport Products via Virtualization

Masoumeh Babaei Mobarakeh: Master Degree in Physical Education, Payam -e-Noor University, Tehran, Iran

Abdol Mahdi Nasirzade: Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Payam -e-Noor University, Tehran, Iran / **Beranoosh Nikbin:** Ph.D. Student in Organizational Behavior Management, Kharazmi University, Tehran, Iran **20**

An Effectiveness Analysis of Sports Activities in Provinces of Iran (Approach of Development)

Samira Mottaghi: Ph.D., Assistant Professor, Economy Department, Payam -e-Noor University, Tehran, Iran **21**

Relationship between Leadership Style and Job Stress in Personnel of the Administration of Sport and Youth Kurdistan Province

Sepide Taheri: Master Degree in Sport Management, Alzahra University, Tehran, Iran / **Nahid Atghia:** Ph.D., Assistant Professor of Sport Management Department, Alzahra University, Tehran, Iran / **Maryam Mokhtari Dinani:** Ph.D., Assistant Professor of Sport Management Department, Alzahra University, Tehran, Iran **22**

Educational Sciences, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran / **Abbas Abbaspour:** Ph.D., Associate Professor, Educational Planning and Management Department, Faculty of Psychology and Educational Sciences, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran **12**

**Relationship between Religiosity and Tendency towards Crime
(Case Study: Youth of DareShahr City)**

Hossein Moltafet: Ph.D., Assistant Professor, Social Sciences Department, Faculty of Economy and Social Sciences, Shahid Chamran University of Ahwaz, Ahwaz, Iran / **Jaber Molaii:** Ph.D. Student and Academic Member of Social Sciences Department, Payam-e-Noor University, Tehran, Iran **13**

**Designing a Model for Acquisition International Seats in Sport by the
Representatives of Iran**

Loghman Keshavarz: Ph.D., Associate Professor, Sport Management, Payam-e-Noor University, Tehran, Iran / **Abolfazl Farahani:** Ph.D., Full Professor, Sport Management, Payam-e-Noor University, Tehran, Iran / **Bahram Bahramipoor:** Ph.D. Student in Sport Management, Payam-e-Noor University, Tehran, Iran **14**

**Anti- doping Rules and the Place of Court of Arbitration in Regulating the
Precedent of Lex Sportiva**

Aramesh Shahbazi: Ph.D., Assistant professor in International Law, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran / **Pouya Berelian:** Master Degree in International Law, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran **15**

**Structural Equation Modeling of Marketing Capabilities in Football Clubs of Iran
Premier League**

Karim Zohrevandian: Ph.D., Assistant Professor, Faculty of Sport Science, Arak University, Arak, Iran / **Hashem Koozechian:** Ph.D., Full Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran / **Mohammad Ehsani:** Ph.D., Full Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran / **Mojtaba Amiri:** Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Faculty of Management, Tehran University, Tehran, Iran **16**

Effect of Organizational Culture on Organizational Silence in Iranian Ministry of

CONTENTS

Structural Equation Modeling Factors Influencing the Rethinking of Youth's Sexual Interactions

Mahdi Soleymani: Ph.D. Student in Sociology, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran / **Zia Hashemi:** Ph.D., Associate Professor in Sociology, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran / **Ali Reza Mohseni Tabrizi:** Ph.D., Full Professor in Sociology, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran / **Houshang Nayebi:** / Ph.D., Associate Professor in Sociology, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran 8

A Study on Level of Life Skills among the Youth in Yazd Province

Azade Abooei: Ph.D. Student in Counseling, Yazd Branch, Islamic Azad University, Yazd, Iran / **Ali Reza Afshani:** Ph.D., Associate Professor in Sociology, Yazd University, Yazd, Iran / **Manouchehr Ali Nejhad:** Ph.D., Assistant Professor in Sociology, Yazd University, Yazd, Iran 9

Social Apathy of the Youth and the Cultural-Social Rupture (A Survey on Youth in Boekan City)

Omid Ghaderzade: Ph.D., Associate Professor of Sociology Department, University of Kurdistan, Kurdistan, Iran / **Mahdi Radman:** Master Degree in Sociology, University of Kurdistan, Kurdistan, Iran 10

Effect of Using Virtual Social Networks on Family Values (Case Study: Youth in Tehran City)

Zahra Hazrati Someeh: Ph.D., Assistant Professor in Sociology, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran 11

A Study on the Relationship between Academic Socialization and Social Participation among Young Students of University of Tehran

Sohrab Rashtiani: Ph.D. Student in High Educational Management, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran / **Hamid Rahimian:** Ph.D., Associate Professor, Educational Planning and Management Department, Faculty of Psychology and

Editorial Board:

Kiumarth Ashtarian

Associate Professor of Political Science Department, Faculty of Law and Political Sciences, University of Tehran

Mohammad Javadi pour

Associate 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.39** ● **Spring 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*