



فصلنامه علمے

مطالعات راہبردی ورزش و جوانان

- شماره: ۵۱ ● بهار ۱۴۰۰ ● شایا: ۲۲۴x - ۱۷۳۵
- صاحب امتیاز: وزارت ورزش و جوانان
- مدیر مسئول: محمدرضا فضلے زنجانے
- سردبیر: سید نصرالہ سجادی
- مدیر داخلے و ویراستار: زهرا کمالیان
- صفحہ آرا: جعفر خدادی
- چاپ و صحافے: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی

مرکز مطالعات و پژوهشهای راهبردی

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

فصلنامه مطالعات راہبردی ورزش و جوانان دارای اعتبار علمے - پژوهشے $\frac{۳}{۱۸/۸۰۳۳}$ از $\frac{۱۳۹۳}{۱/۲۵}$ وزارت علوم، تحقیقات و فناوری است و در پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC) نمایه مے شود.

هیئت تحریریه: (به ترتیب الفبا)

سید عبدالحمید احمدی

دانشیار تربیت بدنی (فیزیولوژی ورزشی) جهاد دانشگاهی

محمد جوادی پور

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

سید نصراله سجادی

استاد تربیت بدنی (مدیریت و برنامه ریزی) گروه مدیریت ورزشی دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه تهران

غلامرضا شعبانی بهار

استاد تربیت بدنی (مدیریت و برنامه ریزی) گروه مدیریت و برنامه ریزی در تربیت بدنی دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه علامه طباطبائی

رسول صادقی

دانشیار جامعه شناسی گروه جمعیت شناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

فرزاد غفوری

دانشیار تربیت بدنی (مدیریت و برنامه ریزی) گروه مدیریت و برنامه ریزی در تربیت بدنی دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه علامه طباطبائی

کوروش فتحی واجارگاه

استاد برنامه ریزی درسی گروه آموزش عالی دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه شهید بهشتی

رضا قراخانو

استاد تربیت بدنی (فیزیولوژی ورزشی) گروه تربیت بدنی دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس

شهلا کاظمی پور

دانشیار جامعه شناسی گروه جمعیت شناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

عباسعلی گائینی

استاد تربیت بدنی (فیزیولوژی ورزشی) گروه فیزیولوژی ورزشی دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه تهران

مشاوران علمی و همکاران این شماره:

امیر حسین واعظی، حسن کلاشلو، سید محسن بنی جمالی، حمیدرضا نیکخواه، شهرام فرج زاده موالو، لطیف سعادت‌ی سیدبگلو، مهدی شکرانی، محمد مهدی شمسایی، جعفر سطوتی، ستار پروین، غلامرضا تاج بخش، فرشاد امامی، سید محمد حسین رضوی، محمد رسول خدادادی، مهدی نادری نسب، فرزاد نوبخت، فرشاد تجاری، علی همتی عقیف، کریم زهره وندیان، رسول طریقی، سیاوش خداپرست سرشکه، محمد پورکیانی، احمد محمودی، رسول فرجی، شمس الدین رضایی، سجاد غلامی ترکسلویه، سید مصطفی طیبی ثانی، صمد گودرزی، محمدرضا اسماعیلی، باقر مرسل، محمد نصیری، شهلا کاظمی پور ثابت، سهیلا علیرضائزاد، فهیمه نظری، آذر رشتیانی، مستوره صداقت، فهیمه مومنی فر، فاطمه فاضلی دینان، زینب مندعلی زاده، الناز شیری، فهیمه میرزائی، افسانه روحانی، سمیه رهبری، آزاده ناصریان، فریده عقیلی و لیلا میرآقاسی.

اهداف فصلنامه:

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

شرایط چاپ مقالات:

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

راهنمای تنظیم مقالات

فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان

۱. مقاله‌های قابل پذیرش در فصلنامه عبارت‌اند از گزارش‌های علمی از مطالعات تحقیقی که شامل چکیده فارسی و انگلیسی، مقدمه، روش، یافته‌ها، بحث و تفسیر، نتیجه‌گیری و منابع باشند.
۲. حجم مقاله‌ها باید بین ۱۵ تا ۲۵ صفحه A4 (هر صفحه حدود ۴۰۰ واژه) و در فرمت word 2007 به پایین با فونت Blotus 14 تایپ شده باشد.
۳. ساختار مقاله‌ها باید شامل اجزای زیر باشد:
 - **صفحه عنوان:** ضروری است که عنوان کامل مقاله در کوتاه‌ترین و زیباترین شکل، نام کامل نویسندگان، بالاترین مدرک، مقطع و رشته تحصیلی، دانشگاه یا سازمان متبوع و رتبه علمی یا پست سازمانی هر یک از نویسندگان (به فارسی و انگلیسی)، نشانی پستی، تلفن ثابت، تلفن همراه، نامبر و نشانی الکترونیکی نویسنده مسئول درج شود.
 - **چکیده فارسی و انگلیسی:** لازم است که چکیده‌ای سازمان یافته حداکثر در ۲۵۰ واژه، به زبان فارسی و انگلیسی در بر گیرنده بخش‌های هدف، روش، یافته‌ها و نتیجه‌گیری به صورت فشرده و منعکس کننده اهم مطالب مقاله به همراه ۳ تا ۶ کلمه به عنوان واژگان کلیدی (به گونه‌ای که مقاله بر مبنای آن نمایه سازی شود) ارائه گردد.
 - **مقدمه:** شامل طرح مسئله، پیشینه تحقیق، خلاصه‌ای از تعاریف، اصول، تئوری‌ها، مجهولات بجا مانده از تحقیقات قبلی، چارچوب نظری، فرضیه‌ها یا پرسش‌ها، 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 نویسنده‌ای 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، کوتاه 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

جوانان و موانع ازدواج

سید محسن بنی جمالی، سهیلا صادقی فسایی ۹۱

عوامل ساختاری زمینه ساز مصرف پورنوگرافی در اینترنت در بین جوانان شهر تهران؛ یک مطالعه کیفی

فریده خلیج آبادی فراهانی ۱۳۸

بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر گرایش دینی، اخلاق، پیشرفت تحصیلی و اوقات فراغت جوانان استان همدان

حسن قرا باغی، وحید صالحی، کاظم دلروز ۷۸

عوامل حکمرانی بهینه در روابط بین‌الملل ورزش ایران

ماندانا رسولی، سید نصرالله سجادی، نسرین مصفا، نازنین راسخ ۹۷

تدوین راهکارها و پیامدهای موثر بر حمایت مالی از ورزش همگانی ایران

سمیه رهبری، عباس خدایاری، حبیب هنری، علیمحمد امیرتاش ۱۱۳

تأثیر سبک‌های رهبری بر اشتیاق شغلی با میانجی‌گری پدیده صخره شیشه‌ای زنان در ورزش جمهوری اسلامی ایران

رمیصا جالسیان، علی فهیمی نژاد، باقر مرسل، سید مصطفی طیبی ثانی ۱۱۳۸

تأثیر سرمایه فکری بر نوآوری سازمانی کارکنان وزارت ورزش و جوانان

شهرام نظری، محسن احمدی، کامران عیدی پور ۱۵۳

شناسایی راهکارها و پیامدهای حضور زنان در استادبوم فوتبال به‌عنوان تماشاگر

اکرم فراهانی، عزت اله شاه منصور، زینب مندعلی زاده ۱۶۹

سنجش نقش ورزش در بر ساخت گرایش‌های هویت خواهان

سید محمد تقی رئیس السادات، افشین متقی، سید نصرالله سجادی، حسین ربیعی ۱۸۵

بررسی موانع فرهنگی و اجتماعی مشارکت زنان سالمند شهر تهران در برنامه‌های ورزش همگانی

حمیده صادقی، سید سعید آقائی، بهرام قدیمی ۲۰۳

تحلیل جامعه‌شناختی رویکردهای نوین ورزش‌های المپیک در توسعه صلح و دوستی بین‌الملل

کیکاوس سعیدی، بهرام قدیمی، کاوه خبیری، محمدعلی اصلانخانی ۲۱۷

ارزیابی میزان هوشمندی استراتژیک سازمانی در وزارت ورزش و جوانان

مهران تیشه‌گران، مظفر یکتایار، مژگان خدامرادپور، سید صلاح‌الدین نقشبندی ۲۳۹

طراحی مدل توسعه گردشگری ورزشی با تأکید بر عوامل طبیعی (مطالعه موردی: استان لرستان)

پوریا بهاران، حمید فروغی پور، نجف آقایی ۲۵۵

اولویت بندی مولفه‌های سرمایه گذاری بخش خصوصی با تأکید بر رویدادهای ورزشی ملی و بین‌المللی

مصطفی علی یاری، مهدی سواد، حمیدرضا سایبانی ۲۷۳

طراحی و تبیین چارچوب تعیین شایستگی کانونی شغلی در ورزشکاران حرفه‌ای

الهام شکرانی، محمدرضا برومند، عباس خدایاری ۲۹۳

طراحی مدل مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه فرهنگی ورزشی استقلال تهران

شایان شهسواری نیک، سید صلاح‌الدین نقشبندی ۳۰۹



جوانان و موانع ازدواج

سید محسن بنی جمالی^۱

سهیلا صادقی فسایی^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۶/۲۲

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۹/۲۹

مطالعه حاضر با هدف شناخت فرآیندهایی از زندگی جوانان که مانع ازدواج ایشان می‌شود، با روش کیفی بر اساس بیانی که جوانان از تأخیر در ازدواج ارائه می‌دهند و تحلیل و تفسیری که از موقعیت می‌سازند، در جستجوی شناخت عوامل تأخیر ازدواج جوانان مطابق با روایت خود ایشان است. این مطالعه بر اساس مصاحبه نیمه ساختاریافته با نمونه‌ای متشکل از ۲۵ فرد ۱۹ تا ۴۰ ساله انجام گرفته و از شیوه تحلیل تماتیک سود برده است تا بر اساس آن مقولات و مضمون‌های اصلی تعیین‌کننده تأخیر در ازدواج استخراج و تحلیل شود. مطالعه نشان می‌دهد که مسئله مهم در بازداشتن جوانان از ازدواج، نداشتن شغل است که باعث کاستی در اطمینان نسبت به توانایی اداره زندگی پس از ازدواج می‌شود. شرایط نامطمئن، مسئله مهم دیگری است که با پیش‌بینی ناپذیر کردن زندگی و ترس از آینده باعث تأخیر در ازدواج می‌شود. در این میان، ناتوانی خانواده در حمایت از ازدواج فرزندان شدت مسئله را مضاعف می‌سازد. تله گذار به بزرگسالی و شلوغی زندگی، به عنوان دو مفهوم جدیدی که در این مطالعه معرفی می‌شوند، دو عامل دیگر تعیین‌کننده در بازداشتن از ازدواج است. مسئله مهمی که به طور ویژه از سوی زنان مطرح می‌شود، نگرانی از انتخاب نشدن است. ترس از محدود شدن آزادی نیز هم در مردان و هم در زنان، مطرح می‌گردد. مسئله بی‌اعتمادی به جنس مخالف که نتیجه روابط بین دو جنس و گرایش به دوستی‌های خارج از ازدواج است، به واسطه ترسی که از ازدواج ایجاد می‌کند، مانع مهم

۱. رئیس گروه مطالعات مدیریت، مرکز مطالعات و پژوهش‌های راهبردی، وزارت ورزش و جوانان، تهران، ایران (دکترای تخصصی جامعه‌شناسی، دانشگاه تهران، تهران، ایران) (نویسنده مسئول)

E-mail: Banijamali@ut.ac.ir

۲. دانشیار، جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

دیگری در ازدواج جوانان تلقی می‌شود. در مواردی ناآشنایی با ازدواج و زندگی متأهلی و در نتیجه سردرگمی در چگونگی راهبری و مدیریت آن، مانع مهم دیگر ازدواج جوانان تلقی می‌شود. سرانجام بیان می‌گردد که پیچیده و سخت شدن ازدواج به عنوان پدیده‌ای جدید، بازدارنده‌ای مهم در ازدواج جوانان است.

واژگان کلیدی: جوانان، جوانی، گذار به بزرگسالی، ازدواج و موانع ازدواج

مقدمه

ازدواج جوانان در ایران همواره یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های اجتماعی و محور گفتگوهای سیاستی بسیار بوده است. به تبع آن مسئله «مشکلات و موانع ازدواج» نیز همیشه به عنوان یکی از موضوعات کلیدی عرصه مطالعات و سیاست‌های اجتماعی مطرح بوده است. شاید هیچ حوزه‌ای از امور جوانان به اندازه ازدواج شاهد سیاست‌گذاری و طرح‌های اجرایی مختلف و متنوع نبوده باشد. سند «سیاست ملی جوانان جمهوری اسلامی ایران»^۱ در فصلی مستقل و مفصل به سیاست‌گذاری ازدواج جوانان پرداخته است (۱۳۸۴: ۵۴). «برنامه ساماندهی ازدواج جوانان در برنامه چهارم توسعه»^۲ (۱۳۸۳) و «آیین‌نامه اجرایی»^۳ آن (۱۳۸۳) نیز به زعم خود بر ساماندهی ازدواج جوانان متمرکز بوده است. «قانون تسهیل ازدواج جوانان»^۴ حتی اهتمام به امر ازدواج را وارد حوزه قانون می‌کند تا ضمانت اجرایی محکم‌تری در این حوزه ایجاد نماید. در «سیاست‌های کلی جمعیت» (۱۳۹۳: بند ۲) و «سیاست‌های کلی خانواده» (۱۳۹۵: بندهای ۴، ۶، ۹، ۱۴) نیز مسئله ازدواج مورد توجه قرار گرفته است. به همین ترتیب در «قانون برنامه ششم توسعه»^۵ (۱۳۹۵: مواد ۹۴، ۱۰۲، ۱۰۴) و در «برنامه ملی کنترل و کاهش طلاق» (۱۳۹۵) نیز به طور وسیعی موضوع ازدواج پیگیری می‌شود؛ ضمن آنکه اهتمام به این موضوع سرانجام در «قانون اهداف، وظایف و اختیارات وزارت ورزش و جوانان»^۶ به عنوان بخشی از وظایف وزارتخانه معین می‌شود. علیرغم تمامی این فعالیت‌ها، مسئله ازدواج همچنان باقی و محل مناقشه و گفتگوهای بسیار و نیز عرصه رقابت‌های سیاسی پر دامنه است. به همین دلیل انبوهی از مطالعات که تنها به مسئله مشکلات و موانع ازدواج می‌پردازد، شکل گرفته است. مطالعات فوق عموماً به بحث تأخیر در ازدواج نظر داشته و اینکه این وضعیت در پی چه فرآیندها و نتیجه چه عواملی بوده است. بسیاری از این مطالعات که گاهی حتی به نگرش سنجی نزدیک است، بر مطالعات کمی تکیه دارد و به جنبه‌های ذهنی و معنایی عمیق نمی‌پردازد. مقاله حاضر در چنین فضایی در جستجوی شناخت عوامل بازدارنده‌ای است که مانع ازدواج جوانان می‌شود، اما مسئله را از خلال تجربه‌های زیسته خود جوانان پیگیری می‌کند و از تفاسیری که ایشان از موضوع می‌کنند، سود می‌برد. بدین ترتیب، مسئله مطالعه حاضر دریافت تجربه‌های جوانان از مسائل و مشکلاتی که در ازدواج با آن رو به رو هستند و نیز شرح تفاسیری است که از این موضوع دارند.

ادبیات پژوهش

مطالعه در موضوع مشکلات و موانع ازدواج بسیار پرسابقه است. در یکی از قدیمی‌ترین این تحقیقات - که البته در بین دانشجویان انجام شد و منعکس‌کننده شرایط خاص ایشان و نه تمام جوانان است - خرازی، مطلق و صدریان (۱۳۸۱) اساسی‌ترین مشکل ازدواج دانشجویان را عدم یافتن فرد مناسب با توجه به معیارهای ازدواج

۱. مصوب شورای عالی جوانان در اردیبهشت ماه سال ۱۳۸۴ و مصوب هیئت وزیران در مرداد ماه سال ۱۳۸۴

۲. مصوب شورای عالی جوانان در آبان ماه سال ۱۳۸۳ و مصوب هیئت وزیران در اسفند ماه سال ۱۳۸۳

۳. مصوب هیئت وزیران در تاریخ ۱۳۸۳/۱۲/۱۲

۴. مصوب مجلس شورای اسلامی ایران در تاریخ ۱۳۸۴/۹/۲۷

۵. مصوب مجلس شورای اسلامی ایران در تاریخ ۱۳۹۵/۱۲/۱۴

۶. مصوب مجلس شورای اسلامی ایران در تاریخ ۱۳۹۹/۶/۱۶

فرد و نیز ترس از افت تحصیلی تشخیص می دهند. همزمان مصری نژاد (۱۳۸۱) نیز در مطالعه‌ای عمومی تر بیان می دارد که تلاش برای کسب استقلال مالی و ارتقای سطح تحصیل، علت اصلی به تعویق افتادن ازدواج زنان است. این واقعیت عیان می ساخت که زنان در حال تجربه شرایط جدیدی هستند که با تمایل به پیشرفت از طریق ارتقای تحصیلی و گرفتن شغل و در نهایت ایجاد استقلال و یافتن توانایی خودمختاری توضیح داده می شود. محمودیان (۱۳۸۳) در مطالعه‌ای درباره سن ازدواج ضمن تأیید تلویحی این امر، بیان می دارد که میزان تحصیلات با افزایش سن ازدواج همبسته است. نیز شهرنشینی، اشتغال زنان، ازدواج‌های آزادتر، برابری بیشتر جنسیتی و نسبت خویشاوندی دورتر اثر مستقیمی بر سن ازدواج باقی گذارده است. به همین ترتیب میزان تحصیلات، محل سکونت، نسبت خویشاوندی با همسر و قومیت اثر معنی داری بر سن ازدواج دارد. با این حساب هر چه افراد در چارچوب‌های سنتی تر خویشاوندی و در هماهنگی با ساختارهای قومیتی عمل می کنند، سریع تر ازدواج می کنند. نیک منش و کاظمی (۱۳۸۵) نیز در مطالعه‌ای درباره دختران و پسران بالای ۲۵ سال شهر زاهدان مطرح می کنند که مهم ترین دلیل ازدواج نکردن دختران به اظهار خود ایشان، نیافتن فرد مناسب و نیز ادامه تحصیل است. طرح همزمان ادامه تحصیل و نیافتن فرد مناسب ضمن آنکه نشان می دهد تحصیل و تمایل به پیشرفت به عنوان بازدارنده ازدواج عمل می کند، تلویحاً نشانه‌ای از ارتقای اجتماعی حاصل از تحصیل و پیدایش مسئله یافتن فرد مناسب برای ازدواج است.

مطالعه نیک منش و کاظمی (۱۳۸۵) به تحولات دیگری نیز در این زمینه اشاره دارد. پسران در بیان علت تأخیر ازدواج خود به مشکلات اقتصادی و بیکاری اشاره می کنند. این امر ضمن آنکه نشانه‌ای از آشکار شدن مشکل اقتصادی و رفاهی در منع ازدواج می باشد، بیانی از آن است که پسران با طبیعت متفاوتی در ازدواج رو به رو هستند. همین موضوع در آنجا که میزان امید به ازدواج نزد پسران بیشتر از دختران به دست می آید نشان می دهد که مسئله ازدواج بسیار متأثر از جنسیت است. بر همین سیاق صادقی، قدسی و افشار کهن (۱۳۸۶) مطرح می کنند که مطابق نظر جوانان، موقعیت ایده آل ازدواج برای پسران، بعد از اشتغال به کار و کسب شرایط مناسب مالی و برای دختران، بعد از اتمام تحصیلات دانشگاهی و رسیدن به استقلال اقتصادی است. با این نگاه، مسئله ازدواج برای پسران و دختران ماهیت متفاوتی می یابد؛ به گونه‌ای که برای پسران فقدان دسترسی به فرصت‌های اقتصادی و نداشتن شغل و برای دختران نبودن فرد مناسب مانع ازدواج تلقی می شود.

علیرغم آنکه بعدها طیبی نیا (۱۳۹۳) اهمیت بیشتر موانع فرهنگی و اجتماعی را نسبت به موانع اقتصادی و حاکمیتی در تأخیر ازدواج جوانان مطرح می کند، اما نقیسی و حمیدی (۱۳۹۴) بیان می دارند که عوامل اقتصادی و اجتماعی همچنان مهم ترین عوامل تعیین فضای مفهومی نگرش به موانع ازدواج است. مطابق با مطالعه ایشان متغیرهای شاغل بودن (در بین عوامل اقتصادی)، مسئولیت پذیری (در بین عوامل اجتماعی)، نیافتن فرد مناسب (در بین عوامل فردی)، و اعتقادات مذهبی (در بین عوامل فرهنگی) اهمیت بیشتری در شکل یابی نگرش به ازدواج دارد. در مطالعه سازمان ملی جوانان (۱۳۸۸) با موضوع عوامل مؤثر بر تأخیر ازدواج جوانان نیز مطرح می شود که هر چند ویژگی‌های فرهنگی مهم ترین معیار جوانان در انتخاب همسر است، اما در نهایت این عوامل اقتصادی مثل وضعیت اشتغال و رفاه و مسکن است که مانع ازدواج ایشان

می‌شود. همان مطالعه بیان می‌دارد که ادامه تحصیل نیز نقش مهمی در به تعویق انداختن ازدواج دارد. مطابق مطالعه فوق پسران در ادامه تحصیل در جستجوی ارتقای شغلی و دختران در جستجوی ارتقای اجتماعی هستند تا از آن طریق موقعیت‌های بهتری را در ازدواج برای خود بیافرینند. رستگار، رحیمی و عظیمی (۱۳۹۴) نیز مطرح می‌کنند که عوامل اجتماعی و سپس اقتصادی بیشترین تأثیرگذاری را بر دیررسی ازدواج جوانان دارد. مطابق با کار آنها عواملی مانند ادامه تحصیل و مهاجرت باعث به تعویق افتادن ازدواج جوانان می‌شود. محمدی سیف و عارف (۱۳۹۴) نیز در تحلیل ثانویه خود از مطالعات انجام شده درباره ازدواج جوانان مطرح می‌کنند که نداشتن شغل، مشکل مالی و ترس از آینده به همراه نداشتن مسکن و بالا بودن اجاره‌بهای آن و همینطور ادامه تحصیل مهم‌ترین عوامل بازدارنده جوانان از ازدواج است. در این باره نصرتی‌نژاد، شریفیان و محمدی (۱۳۹۵) ابراز می‌دارند که از بین عوامل مختلفی که در کار ایشان مورد بررسی قرار گرفته است، تنها هزینه‌های ازدواج و وضعیت شغلی مردان بر دیرنگامی ازدواج در شهرستان طارم تأثیر می‌گذارد. سرانجام التجایی و عزیززاده (۱۳۹۵) در بررسی تأثیر عوامل اقتصادی و فرهنگی بر سن ازدواج مطرح می‌کنند که متغیرهای تورم و بیکاری مهم‌ترین تعیین‌کننده‌های سن ازدواج مردان و زنان است.

گستره وسیعی از متغیرهایی که در مطالعه ازدواج جوانان مطرح شده است و روابطی که بین آنها جریان دارد، نشانه‌ای از وسعت و پیچیدگی موضوع و بازتابی از دگرپرسی‌های وسیع اجتماعی است که در این حوزه همچنان ادامه دارد. در مجموعه مطالعات فوق همواره تحصیل به عنوان یکی از متغیرهای تعیین‌کننده مطرح بوده است. متعاقب تحصیل، مسئله فقدان زوج مناسب و در مطالعات بعدی نیز جنبه‌های سخت ازدواج مثل شغل، مسکن و تأمین مالی به عنوان مسئله رخ نموده است. بعدها هرچند از سوی مطالعات مختلف اهمیت بیشتر عوامل فرهنگی و اجتماعی نسبت به عوامل اقتصادی و حاکمیتی در شکل‌دهی به ازدواج جوانان مطرح شده، اما مطالعات بسیاری نیز همچنان بر عوامل اقتصادی و اجتماعی تأکید می‌کند. از این منظر، عوامل محدودکننده ازدواج طی دهه‌های ۸۰ و ۹۰ از عوامل اجتماعی به عوامل اقتصادی و زیرساختی منتقل شده است. در همین حال موضوع مهمی که می‌تواند مجموعه مطالعات فوق را به هم نزدیک کند، هم‌زمانی و تعامل بسیاری از متغیرها در شکل دادن به مسئله تأخیر در ازدواج است که باعث می‌شود نوعی ترکیب منحصر به فرد از عوامل فوق به عنوان موانع ازدواج رخ نماید.

روش‌شناسی پژوهش

مطالعه حاضر مطالعه‌ای مبتنی بر مصاحبه^۱ است تا بر اساس آن فهم عمیق و توصیف پرمایه‌ای^۲ از تجربه پاسخگویان و نیز روایت‌های ایشان از مشکلات و موانع ازدواج حاصل آید. روش جمع‌آوری اطلاعات نیز مصاحبه نیمه‌ساختار یافته^۳ است که ضمن متمرکز بودن بر سؤالات و محورهای از پیش تعیین شده منعطف است و آزادی عمل مناسبی را برای دنبال کردن آن جنبه‌هایی که از سوی مصاحبه‌شونده مهم تشخیص داده

1. Interview study
2. Thick descriptions
3. Semi-structured

می‌شود، در اختیار وی می‌گذارد (برینکمان، ۲۰۱۳: ۱۹). تأکید بر آزادی عمل مصاحبه‌شونده در طرح جزئیات و مباحثی که بدان علاقه‌مند است، وجه عمیق مطالعه را برجسته می‌سازد. راپلی (۲۰۰۷: ۱۶) مطرح می‌کند که مصاحبه مناسب‌ترین قالب برای دریافت اطلاعات عمیق است ضمن آنکه در فرآیند تعامل چهره به چهره بازنمایی کاملی از زندگی روزمره فراهم می‌آورد و بنابراین بیش از هر چیزی مشوق مطرح کردن تجربه زیسته است. نیز مصاحبه بیش از هر روش دیگری افراد دخیل در گفتگو را برای بیان توصیفات پرمایه یا ضخیم از طریق پاسخ‌های با جزئیات فراوان به سؤال‌ها ترغیب می‌کند (ن. ک. به راپلی، ۲۰۰۷، ص. ۱۶). اجرای مصاحبه‌ها، فردی و چهره به چهره یعنی رودرو است تا ارتباط و تعامل صمیمانه‌تری بین طرفین مصاحبه شکل گیرد (ن. ک. به برینکمان، ۲۰۱۳: ۲۷). روش تحلیل نیز شامل سه مرحله تقلیل داده‌ها با ایجاد کدها (ن. ک. به رولستون، ۲۰۱۴: ۳۰۴)، سازماندهی مجدد داده‌ها با ایجاد مقوله‌ها (ن. ک. به رولستون، ۲۰۱۴: ۳۰۴) و سرانجام بازنمایی و تفسیر داده‌ها با استفاده از تحلیل تمی^۱ است. تمام مراحل تحلیل به ترانویسی اطلاعات وابسته است که به دقت و با وسواس بسیار انجام شده است. در ترانویسی نیز از زبان عامیانه استفاده شده است تا خواننده بهتر با متن مصاحبه ارتباط یابد و فضای فرهنگی-طبقاتی آن را بهتر کسب کند.

موردها با توجه به دورویه انتخاب مبتنی بر اطلاعات^۲ و نیز انتخاب مبتنی بر حداکثر تغییرات^۳ (ن. ک. به راپلی، ۲۰۱۴: ۵۷ و مرکز، ۲۰۰۷) ساخته شد. بیشتر موردها جوانان ۲۲ تا ۳۰ سال هستند، اما افراد با وضعیت افراطی سنی ۱۹ و ۴۰ سال نیز در مطالعه حضور دارند. افرادی از هر دو جنس و نیز با وضع تأهل مجرد و متأهل از طبقات اجتماعی مختلف نیز در میان موردها هستند. برای ساختن موردها، در مکان‌های عمومی از جمله پارک‌ها، افرادی که ضوابط انتخاب را تأمین می‌کردند به مصاحبه دعوت می‌شدند. سپس، در صورت قبول دعوت، مصاحبه در فضای پارک صورت می‌گرفت تا مصاحبه‌کننده فضای امن‌تر و راحت‌تری داشته باشد. مصاحبه‌ها تا ایجاد اشباع نظری ادامه یافت. در نهایت ۲۵ نفر مورد پرسش قرار گرفت که از آن میان ۲۰ مصاحبه برای تجزیه و تحلیل انتخاب شد.

تجزیه و تحلیل و بحث

در تحلیل اطلاعات، پس از ترانویسی مصاحبه‌ها، با در نظر گرفتن اطلاعات زمینه‌ای پاسخگویان و مرور یادداشت‌های میدانی، متن مصاحبه‌ها بارها و بارها خوانده شد و هر بار ضمن ایجاد کدهای اولیه، یادداشت‌های تحلیلی نیز به بخش‌های مختلف متن ترانویسی شده الصاق گردید. در هر بار خواندن متن، کدها پالایش و تصحیح می‌شد. سپس از ترکیب کدها مقوله‌ها ایجاد و از تحلیل و مقایسه آنها، باز هم با در نظر داشتن اطلاعات زمینه‌ای و یادداشت‌های تحلیلی، تم‌ها استخراج و بر اساس آنها نیز مفاهیم مرتبط با مسائل و مشکلاتی که از منظر پاسخگویان مانع ازدواج تلقی می‌شد شکل یافت. تم‌ها و مفاهیم بر اساس عوامل زمینه‌ای مثل سن، جنس و طبقه تحلیل و ارتباط آنها با یکدیگر، در اینکه چگونه عوامل مختلف در تعامل

1. Thematic analysis
2. Information-oriented
3. Maximum variation cases

و ترکیب با یکدیگر سبب‌ساز وضعیتی می‌شوند که در آن ازدواجی صورت نمی‌پذیرد، واکاوی گردید. نتیجه مجموعه‌ای از عوامل و فرآیندهایی شد که ازدواج جوانان را تحت تأثیر قرار می‌دهد و به عنوان مانع و مشکل ازدواج بر ساخت می‌شود. در ادامه، مجموع عوامل فوق و فرآیندهای متناظر با آن معرفی و تشریح می‌شود.

● نداشتن شغل

هر چند این اعتقاد وجود دارد که نبود شرایط مالی مناسب مانع مهم ازدواج است، اما تأکید صریح‌تر بر نداشتن شغل به عنوان مانع ازدواج آشکار می‌سازد که مسئله اصلی حداقل برای بخش زیادی از جوانان پیش‌بینی ناپذیری زندگی و فقدان امکان تأمین زندگی مشترک پس از ازدواج به علت نداشتن شغل است. مرد جوان متأهل ۲۷ ساله که دارای لیسانس و کارمند قراردادی در بخش دولتی است بیان می‌کند که تنها پس از یافتن شغل مناسب است که راه ازدواج خود را هموار می‌بیند:

«... یکی از دلایلی که باعث شد ... حالا ما دو سال عقد بمونیم خوب همین مشکل بود که شرایط کاری خوب نبود. اون موقع مساعد نبود» (مصاحبه ۷ بند ۱۴۸)

حتی برای دختر سی ساله دارای لیسانس و کارمند، نداشتن شغل برای ازدواج بسیار با اهمیت می‌نماید: «... همین که از نظر کاری به یه سطحی برسم، به یه حدنصابی برسم که بتونم یه شغل دائم برای خودم داشته باشم ... اگه بتونم به یه همچین شغلی دست پیدا کنم خب مطمئناً شرایطم برای ازدواجم بهتر می‌شه، فراهم‌تر می‌شه.» (مصاحبه ۱ بندهای ۸۰-۸۲)

اهمیت داشتن کار برای ازدواج بسیار وابسته به طبقه است. آنها که سطح طبقاتی پایین‌تری دارند، بر داشتن کار به عنوان اصلی‌ترین زمینه ازدواج تأکید دارند. منبع توانایی برای آنها تنها کار است و همین ضرورت داشتن کار را برای آنها حیاتی می‌سازد. به همین دلیل نیز فاصله آنها تا ازدواج گاه تنها کار است و بلافاصله پس از اینکه از حیث شغلی به ثبات می‌رسند، ازدواج می‌کنند.

اهمیت داشتن شغل به عنوان مهم‌ترین عامل تسهیل‌کننده ازدواج تابعی از جنسیت نیز هست. داشتن شغل به عنوان زمینه‌ساز ازدواج برای مردان با اهمیت می‌نماید. تأکید زن سی ساله مجرد و دارای لیسانس ارتباطات بر کار مردان به عنوان ضرورت ازدواج موردی از تأیید فرض مرد به عنوان نان‌آور خانواده است:

«به نظرم آقایون ... باید بتونند توی جامعه‌ای مثل جامعه ما و توی شهری مثل شهر تهران حقوقی ... داشته باشن که ... یه زندگی متوسط معمولی داشته باشن [را اداره کنن] این حقوق و باید بتونن در بیان ...» (مصاحبه ۱۰ بند ۱۳۰)

● شرایط نامطمئن

شرایط نامطمئن مانع دیگر ازدواج است. در شرایطی که آینده شغلی و شرایط کاری نامشخص و نامعلوم است نمی‌توان انتظار داشت برای ازدواج اقدامی صورت پذیرد یا برنامه‌ای تدارک دیده شود. شرایط نامطمئن به عنوان ویژگی عصری جامعه جدید از سوی بلاسفلد و میلز (۲۰۱۰، ص. ۴۸ تا ۵۲)، کرتسوس (کرتسوس، ۲۰۱۰، ص. ۳) و فرلانگ و کارتمل (فرلانگ و کارتمل، ۲۰۰۷) نیز مطرح شده است. طبق نظر آنان، زندگی جوانان بی‌ثبات‌تر و با عدم قطعیت بیشتری همراه شده است. جوان سرباز زیردپلم از خاستگاه طبقاتی پایین

شرح می دهد که چگونه شرایط نامطمئن باعث می شود وی امکان ازدواج نیابد: «... وضع طوریه که نمی شه مثلاً کسی رو در نظر گرفت. اگه کسی و در نظر بگیری می بینی بعد يك سال بعد ... نمی شه پیش بینی کرد ...» (مصاحبه ۱۲ بند ۲۱۱)

وی تا بدان حد با شرایط نامطمئن رو به روست که بر اساس آن معتقد است برای ازدواج حتماً باید خانه ملکی داشته باشد وگرنه با کاری که دارد خانه اجاره ای تناسبی با ازدواج وی نخواهد داشت:

«اگه کارمون همین کار ساختمونی باشه باید یه پنج شش سالی انجام بدیم این کار و تا یه درآمدی درست و حسابی داشته باشیم که پس اندازی داشته باشیم بتونیم خونه بخریم. ... اجاره ام می شه کرد، ولی مثلاً اجاره باید هر ماه یه پولی در بیاری که یه کار دائمی داشته باشی بتونی اجاره بدی. اگه کار دائمی نداشته باشی، اجاره نمی شه در آورد داد. کار ساختمانی در حدی یه که مثلاً نمی شه پیش بینی کرد مثلاً این ماه چقدر کار می کنی این ماه می تونی کار کنی یا نه این ماه می تونی این اجاره ای که می خوای به این خونه بدی در بیاری یا نه. ولی اگه بتونی چند سال کار کنی یه درآمدی داشته باشی که بتونی یه خونه ای بخری واسه خودت باشه، دیگه بعدش راحتی. می گی اگه این کار نشد می رم سر کار دیگه ای. حالا درآمد کمتر یا بیشتر فرق نداره. یه جوروی زندگی را می چرخونیم. ولی مال اجاره باید هر ماه اون حدی که بخوای اجاره بدی پولی که می خوای واسه اجاره بدی اونو باید در بیاری ... نمی شه پیش بینی کرد بتونی اون پولی که می خوای اجاره بدی اونو در بیاری و خرج زندگی رم بدی ...» (مصاحبه ۱۲ بند ۱۶۶)

دلایلی از سوی پاسخگویان وجود دارد که به دلیل شرایط پیش بینی ناپذیر و نامطمئن از وارد شدن به مسیر ازدواج پرهیز می کنند. مرد ۲۸ ساله کارمند شرکت بیمه با خاستگاه طبقاتی متوسط که دارای مدرک لیسانس و در شرف ازدواج است، تأکید می کند که جوانان واقعاً توانایی ازدواج و بر عهده گرفتن مسئولیت را ندارند:

«... الان هر کدوم از دوستانم وقتی من و می بینند می گن واقعاً تو دل شیر داشتی ازدواج کردی. تو الان این وضعیت اقتصادی با این وضعیت درآمدی چه جوروی می خوای از پس خرج و مخارج زندگی بر بیای. چه جوروی می خوای مسکنت رو مهیا کنی. چه جوروی می خوای مثلاً یه وسیله ای داشته باشی برای رفاه حال همسرت که مثلاً حالا حداقل ... یه وسیله ای داشته باشی ...» (مصاحبه ۱۱ بند ۱۶۴)

مرد سی و شش ساله مجرد و دارای تحصیلات فوق دیپلم نیز در این باره می گوید:

«... من از سی سالگی می خواستم ازدواج کنم. شیش ساله الان دارم در جا می زنم. دختر مردم و چه جوروی بیارم. پنجاه میلیون صد میلیون از کجا بیارم خونه رهن کنم. قبلاً باز ... کار می کردیم می گفتیم بالاخره در می یاریم. وقتی الان دارم می بینم فردا اگه بیارم ... آینده که قابل پیش بینی نیستش چه جوروی پیش بینی کنیم ... آدم نمی دونه فردا چی می شه ...» (مصاحبه ۱۵ بند ۶۰)

● ناتوانی خانواده

به واسطه نقشی که خانواده در مدیریت ازدواج فرزندان دارد و حمایتی که از آنها در این مسیر می کند، (صادقی فسایی و بنی جمالی، ۱۳۹۸: ۱۶۷-۱۹۲) ناتوانی خانواده در تأمین هزینه های ازدواج می تواند به عنوان بازدارنده مهم ازدواج ایشان ظاهر شود. در مواردی تأکید می شود که ترس جوان ها از ازدواج به دلیل آن است

که اگر خانواده به آنها کمک نکند نمی‌توانند ازدواج کنند ضمن آنکه نخواهند توانست از پس مشکلات ازدواج و زندگی آینده برآیند. در این باره زن ۲۷ ساله متأهل با مدرک فوق لیسانس و کار حق التدریسی مطرح می‌کند: «... ساپورت چه خانواده پسر چه خانواده دختر اگه نباشه واقعاً ازدواج هیچوقت نمی‌تونه ازدواج موفق باشه» (مصاحبه ۲۰ بند ۳۱۳)

زن سی ساله متأهل و دانشجوی دکترا که دارای کار تمام وقت است اشاره دارد که مقدمات ازدواج وی مثل جهیزیه و مثل آن عموماً توسط خانواده فراهم گشته و خود وی در آن نقشی نداشته است (مصاحبه ۱۳ بند ۲۵۸). این مسئله در موقعیت‌هایی مثل شرایط نامناسب زندگی والدین، بازنشسته بودن ایشان و یا وجود فرزندان بزرگ‌تر (مصاحبه ۱۵ بند ۱۲۶) تشدید می‌شود. پسر مجرد ۲۲ ساله کارگر که در تهران به همراه برادر خود زندگی می‌کند، توانایی خانواده را در حمایت از ازدواج خود رد می‌کند (مصاحبه ۳ بند ۱۰۸) و اظهار می‌دارد:

«... الآن من داداش از خودم بزرگ‌تر دارم. مثلاً سه چهار تا دارم سن شون ام بالاییه (ا) ازدواج ام نکردن. خانواده کاری باهاشون نداره. می‌گن می‌خوای ازدواج کن می‌خوای ازدواج نکن...» (مصاحبه ۳ بند ۱۰۷)

در مورد زنان نیز که فرض بر حمایت خانواده از ازدواج ایشان است، همین مسئله وجود دارد. دختر ۲۴ ساله دانشجوی فوق لیسانس و نیز کارمند شرکت حسابرسی در این باره اشاره دارد:

«حمایت خانواده‌ها مون رو نداریم. خانواده‌ها مون در شرایطی نیستن که اصلاً بتونن واسه ما عروسی بگیرن» (مصاحبه ۲۱ بند ۱۵۱)

دختر سی ساله دارای لیسانس و کارمند در شرکت خصوصی نیز بیان می‌دارد:

«... برای ازدواج حالا اگه بخوام به فکر تهیه جهیزیه باشم باید روی پول خودم حساب کنم، چون روی کمک خونواده نمی‌تونم حساب کنم... چون به اون صورت پس اندازی ندارند» (مصاحبه ۱ بند ۸۰-۸۲)

البته در مواردی برآورد از قابلیت خانواده در حمایت از ازدواج علیرغم ناامیدانه بودن همدلانه است. دختر سی ساله مجرد و دارای لیسانس ارتباطات اذعان می‌دارد:

«... پدر و مادرا خودشون کاراشون را کردند بندگان خدا. دیگه چقدر زیر بار قرض و قسط و هزینه‌های عجیب غریب برندن. به نظرم اصلاً منطقی نیست.» (مصاحبه ۱۰ بند ۱۶۸)

و یا زن ۳۰ ساله کارآفرین که دارای تحصیلات فوق لیسانس مدیریت صنعتی است، می‌گوید:

«خانواده‌ها خودشون هزینه دارن. بعضی اوقات نمی‌تونن بچه‌هاشون رو ساپورت کنن» (مصاحبه ۱۸ بند ۳۰۷)

صادقی فسایی و بنی جمالی (۱۳۹۸: ۱۶۷-۱۹۲) مطرح می‌کنند که در برآیند شرایط نامطمئن و ناتوانی خانواده در حمایت از ازدواج جوانان، جوانان و خانواده آنها در مدیریت ازدواج کرخت و بی حرکت شده‌اند؛ نوعی مات‌شدگی که فضای ازدواج را از خود متأثر ساخته است.

اهمیت نقش خانواده در وقایع مربوط به گذار و ازدواج در مطالعات مختلف در سطح جهان نیز تأیید می‌شود. جونز و همکاران (۲۰۰۶) مطرح می‌کنند که خانواده و والدین فعالانه در تشکیل زوجیت فرزندان

دخالت دارند. جونز (۲۰۰۹: ۹۷) بیان می‌دارد جوانانی که خانواده‌هایشان قادر به تأمین هزینه‌های گذار ایشان نیستند، با مشکل رو به رو خواهند بود. از نگاه لگاردی و روسپینی (۲۰۰۶) جوانان برای ساختن دوباره نظم و رودررویی با شرایط نامتعیین به خانواده متکی هستند. وین و وودمن (۲۰۰۶) بر ضرورت برگرداندن خانواده به کانون مطالعات جوانان تأکید می‌کنند. هاینتز (۲۰۰۹) تأکید دارد که اثر مخاطره (مثلاً در ازدواج) به وسیله ساختارهای خانوادگی پالایش می‌شود. لگاردی (۲۰۰۶: ۳۳ و ۳۴) از آن بحث می‌کند که خانواده در تقابل با عدم قطعیت موجود در زندگی جوانان میدان‌دار و در فضای بی‌ارجاع حاصل از تغییرات توسعه‌ای جهانی شدن، لنگری مطمئن و پناه جوانان است (لگاردی، ۲۰۰۶).

● تله گذار به بزرگسالی

در جهان جدید، تحصیل مقدمه اصلی هر کاری شده است. بنابراین فرد ناچار به تحصیل و کسب مهارت‌های شغلی در سطحی است که بتواند مزیت‌های لازم برای حضور در بازار کار را به دست آورد. هیلمرت مطرح می‌کند که موقعیت افراد در زندگی تابعی از منابع در دسترس، فرصت‌ها و محدودیت‌هایی است که خود تابع شرایط رقابت است (هیلمرت، ۲۰۱۰: ۶۲). شرایط رقابت نیز با گسترش قابل توجه آموزش همبسته است، زیرا کسانی که مدارج تحصیلی کمتری دارند از سطوح مختلف بازار کار حذف می‌شوند (هیلمرت، ۲۰۱۰: ۷۳). به این ترتیب گرفتن گواهی‌نامه علمی یا حرفه‌ای برای ورود به کار هم برای زنان و هم برای مردان در همه جا امری ضروری و معمول شده است. مرد جوان متأهل ۲۷ ساله که دارای لیسانس و کارمند قراردادی در بخش دولتی است، درباره اهمیت تحصیل می‌گوید:

«از هر لحاظی حساب بشه، ادامه تحصیل مفید واقع می‌شه. شما از لحاظ کاری بخواید حساب کنید خوب هر چقدر مدرکتون بالاتر باشه به نحوی بهتره...» (مصاحبه ۷ بند ۱۲)

براساس شرایط فوق، تحصیل و حتی گاه کار همراه با تحصیل زمینه‌ای است که به واسطه آن امکان استقلال اقتصادی فراهم می‌آید و براساس آن مقدمات زندگی مستقل بنا می‌گردد. این امر همراه است با انجام خدمت سربازی برای مردان و البته زمانی که طی آن فرد کار مناسب خود را بیابد. تمامی اینها در شرایطی اتفاق می‌افتد که با گسترش آموزش همگانی و عالی از درجات تحصیلی ارزش‌زدایی می‌شود (ن.ک. به شوشول، ۲۰۱۰: ۲۹). نتیجه گرفتار شدن ده ساله در ساختن زمینه‌های استقلال و ازدواج است که در این تحقیق «تله گذار» نامیده می‌شود. مرد چهل ساله مجرد کارمند در بخش دولتی به خوبی چنین فرآیندی را شرح می‌دهد:

«مشکلات اصلی‌ای که حالا من خودم داشتم تو بحث ازدواج يك: کار بوده اولاً تحصیل خُب خود بحث تحصیل حداقل الان دیگه افراد سعی می‌کنند که لیسانس رو داشته باشن و بعد وارد به اصطلاح بازار کار بشند من تا لیسانس گرفتم سنم رسیده مثلاً به بیست و دو سه سال. خدمت رفتم شده بیست و چهار و پنج سال. اومدم تهران تا کار پیدا کردم رسیدم در آستانه بیست و هفت و هشت سال. از بیست و هفت هشت سال تازه شروع کردم که حالا بیام یه وضعیت استیبیلی برای خودم تعریف بکنم. حالا از نظر مالی خونه بخرم، پس اندازی داشته باشم. اینها را تا آدم سر هم بکنم سنم رفته روی ۳۰ سال؛ یعنی الان سن فردی که بخواد مستقل زندگی بکنه و به حساب نیازهای اولیه اقتصادی تو زندگیش را بر طرف بکنه و کمکی از خانواده‌اش نگیره می‌شه ۳۰

سال. از سی سال شما آماده می‌شی برای ازدواج توی کشور ما توی شهر تهران. به نظر من اگر بخواد زندگی از ابتدا درست پایه‌گذاری بشه و مشکل خاصی تو بحث اقتصادی و چیزی نداشته باشی کاری نداشته باشی فکر می‌کنم سن می‌رسه به حول و حوش ۳۰ سال. از سی سال شما شروع می‌کنی. بعد ۳۰ سال هم یه سنی هست که حالا اون مسائل احساسی کمتر شده، یه ذره انسان به سمت مسائل عقلانی - حالا نمی‌دونم درست می‌گم یا نه - یا منطقی بیشتر پیش می‌ره و همین خودش یه ذره تو بحث ازدواج مشکلاتی رو - حالا مشکلات نمی‌خوام بگم - سختی‌هایی را بوجود می‌آره و تو تصمیم یه ذره تأثیرگذار هست. من فکر می‌کنم که قسمت اعظم اش همین نگاه منطقی کردن یا نگاه عقلانی کردن به ازدواج هست که یه ذره به تأخیر انداخته و سخت‌گیری‌هایی رو توی بحث انتخاب به وجود می‌آره.» (مصاحبه ۴ بند ۸۶)

در نتیجه:

«من تا ۳۰ سالگی به صورت جدی به ازدواج فکر نمی‌کردم. چون هنوز فکر می‌کردم که پایه‌های اقتصادی برای ازدواج هنوز محکم نشده...» (مصاحبه ۴ بند ۲۲۶)

مرد جوان بیست و پنج ساله مجرد دارای مدرک لیسانس برق نیز در شرح علت ترجیح خدمت سربازی بر تحصیل می‌گوید:

«دیگه سن مون طوری داشت می‌رفت بالا - مثلاً من اگه می‌خواستم فوق لیسانس بخونم بیست و پنج سالم می‌شد بیست و هفت سال. دیگه از اونور می‌خواستم برم خدمت بیست و نه سالگی می‌شد. حالا رو بیست و نه سالگی ما باید از صفر شروع کنیم. هیچی هم که نداشته‌یم. دیگه شرایط کار و زندگی باز سخت‌تر می‌شه.» (مصاحبه ۸ بند ۱۶)

زنان نیز با چنین تله‌ای رو به رو هستند. دلایلی که دختر سی ساله دارای لیسانس و کارمند شرکت خصوصی در شرح مشکلات ازدواج زنان بیان می‌کند، شرحی از چگونگی رفتاری ایشان در تله گذار است:

«با توجه به سنم... باید ازدواج می‌کردم... یه مدتی گرفتار درس بودم. بعد دیگه دانشگاه که تموم شد به دنبال کار بودم که وقتم و یه جوروی پرکنم. بعد خب از ازدواج فاصله گرفتم از شرایط اش. یا درگیری‌ها باعث شد که هم فرصت اش نباشه هم اینکه خب - آدم وقتی تو محیط کار قرار می‌گیره از محیط‌هایی که ممکنه واسش ارتباطی پیش بیاد حالا یا خونواده واسطه بشن و معرفی کنند، فاصله می‌گیره. بعد باعث می‌شه که نتونه تو اون موقعیت قرار بگیره. حالا موردی براش پیدا بشه بتونه ازدواج کنه» (مصاحبه ۱ بند ۶۲)

دلیل اطلاق این فرآیند طولانی به «تله»، به «عادی شدن» و «چسبندگی» این گذار طولانی مربوط است. با طولانی شدن دوره گذار، گذار به «وضعیت عادی» و «خارج شدن از آن» نگران‌کننده می‌شود. در پرهیز از اضطراب ناشی از تغییر، فرد تمایل می‌یابد تا وضعیت موجود را حفظ کند. حفظ وضع موجود در شرایط گذار به نوعی فرو افتادن بیشتر در تله گذار است. نیز فرد در فرآیند گذار دچار نوعی ذهنیت پیشرفت می‌شود که خلاص شدن از آن بسیار سخت می‌نماید، زیرا همیشه دلایل و مقاصدی برای پیشرفت هست. معمولاً وقتی که فرد کار می‌کند تا شرایط خود را بهبود بخشد، همواره این نگرانی را با خود خواهد داشت که هنوز به شرایط مناسب رفاهی و باثبات نرسیده است و بنابراین هنوز جا برای پیشرفت دارد. مرد چهل ساله مجرد کارمند در

بخش دولتی در این باره می گوید:

«من تا ۳۰ سالگی به صورت جدی به ازدواج فکر نمی کردم، چون فکر می کردم که ... پایه های اقتصادیم برای ازدواج هنوز محکم نشده» (مصاحبه ۴ بند ۲۲۶)

چنین وضعیتی در برنامه ازدواج و آینده زندگی حرفه ای مرد بیست و هشت ساله مجرد و دانشجوی سینما نیز منعکس است:

«هنوز زوده. من درسم به سال دیگه یعنی پایان نامه ام طولانیه متأسفانه. امسال تموم بشه، بعد دکترا می خوام ادامه بدم. شرایطش ام دارم برای ادامه تحصیل اون ور.» (مصاحبه ۲ بند ۱۶۹)

برای خانم ها نیز مسئله پیشرفت و تله متناظر با آن در گذار به بزرگسالی دارای موضوعیت است. دختر مجرد ۲۰ ساله دانشجوی دکتری داروسازی در باره آینده تحصیلی خود می گوید:

«در حال حاضر فکر می کنم که بعد از دوره دکترای عمومی اگر بشه ایشاله برای پی اچ دی شرکت کنم، ولی هنوز شاخه اش رو انتخاب نکردم.» (مصاحبه ۱۶ بند ۱۰)

به همین ترتیب دختر ۲۷ ساله مجرد با کار تمام وقت و دانشجوی فوق لیسانس در وصف برنامه های خود برای آینده و نیز ازدواج اظهار می دارد:

«یه سری برنامه ریزی ها تو زندگی ام دارم و الان همش فکرم این برنامه ریزی هاست. الان نمی تونم فکرم رو متمرکز ازدواج کنم» (مصاحبه ۱۹ بند ۱۴۰)

تله گذار ضرورتاً در طبقات متوسط و بالا اتفاق نمی افتد، بلکه در طبقات پایین هم مشاهده می شود هر چند ماهیتی متفاوت دارد. تله گذار در طبقات پایین وابسته به تحصیل نیست، بلکه بیشتر وابسته به شرایط نامتعین کار است. مرد جوان ۲۲ ساله در گذاری سریع به استقلال رسیده است. وی قبل از دریافت دیپلم ترک تحصیل کرده و در مهاجرت به تهران با برادرش زندگی مستقلی تشکیل داده است. کار وی ناپسامان و بی ثبات است و نسبت به آینده آن اطمینانی نیست ضمن آنکه بیمه نیز ندارد. مجموعه این شرایط باعث شده است تا او در حال مهاجرت دائمی از کاری به کار دیگر باشد:

«... ترک تحصیل کردم ... (برنامه ای هم) ... واسه تحصیل ... ندارم ... مشغولم. الان دارم دنبال یه کار دیگه

می گردم، ولی یه جایی استخدامم الان مرخصی گرفتم که بتونم دنبال کار بهتر بگردم.» (مصاحبه ۳ بند ۱۵)

شرایط ناشی از طبقه، آنها را در شکلی از گذار وارد می کند که هر چند از حیث تحصیلی کوتاه می نماید اما از حیث مدیریت زندگی بسیار طولانی است. آنها به سرعت وارد فضای کسب و کار می شوند، اما پس از آن به علت فقدان مزیت هایی که موقعیت های بالاتری در فضای کسب و کار برای آنها ایجاد کند ناچار به شرایطی از کار تن می دهند که ایشان را بیشتر در تله گذار به زندگی مستقل به خصوص ازدواج نگه می دارد. جوان سرباز زیردیپلم تجربه خود را در این باره اینگونه شرح می دهند:

«... کار ما کار ساختمونیه ... درآمدش خوب نیست. بستگی به موقعیت اش داره. جایی هست کار هستش

جایی هست کار نیست ... بیشتر جاها بیمه نداشت بعضی جاهاش بیمه داشت ... ده روز کار می کردی یه دو سه روز مجبور بودی تعطیل کنی کار نبود ... اصلاً مشخص نیست چه جوریه. مثلاً وضع مون فردا چه جوری

بشه و چند سال دیگه چه جوری بشه ...» (مصاحبه ۱۲ بند ۴۵-۱۰۵)

● ساعت شلوغ زندگی

«شرایط شلوغ» یا «ساعت شلوغ»^۱ زندگی نتیجه موقعیتی است که طی آن فرد مجبور به مدیریت انبوهی از مسائل در زمان کوتاه با منابع محدود است. لوتالر و سوپوتکا نیز در شرح مشکلات جوانان، مفهوم ساعت شلوغ زندگی را به کار می‌گیرند (همان، ص. ۱۲۲). در ساعت شلوغ زندگی فرد مجبور است همزمان به مدیریت مجموعه‌ای از جنبه‌های مختلف بپردازد؛ مثلاً کار پیدا کند، کار خود را بهتر کند، تحصیل کند، مسکنی برای خود بیابد، ازدواج کند و هزینه‌های زندگی مستقل را تأمین نماید. از نگاه سوپوتکا، مجموعه‌ای از اتفاقات مثل طولانی شدن آموزش، افول بارداری، پیشرفت‌ها در وضعیت کار زنان، تغییر در هنجارهای زوجیت و فرزندآوری و کاهش فشار هنجاری برای ازدواج و فرزندآوری سبب شده است تا بسیاری از تصمیم‌گیری‌های زندگی از جمله ازدواج و فرزندآوری به تأخیر بیفتد و به واسطه آن بسیاری از وقایع کلیدی زندگی در دوره‌ای کوتاه تراکم باید (سوپوتکا، ۲۰۱۰، ص. ۱۲۹). در نتیجه در دوره کوتاه و شلوغ زندگی فشار بسیاری بر فرد وارد می‌شود. زن سی ساله لیسانس و مجرد در شرح مشکلاتی که در این زمینه مردان با آن رو به رو هستند می‌گوید: «... برای پسرها این قضیه خیلی سخته؛ ازش می‌خوان عروسی رو بگیره، ازش می‌خوان خون بگیره، ازش

می‌خوان ماشین و بگیره، ازش می‌خوان درآمد خانواده رو تأمین کنه ...» (مصاحبه ۱۸ بند ۱۸۵)

برای جوان کارگر ۲۲ ساله‌ای که در جستجوی کار بهتر است مهاجرت، یافتن کار، تهیه مسکن، تغییر کار، ترفیع در کار، کارهای خانه، مراقبت از برادر و مثل آن همه به یکباره رخ می‌دهد (مصاحبه ۳ بند ۵۶). بسته به موقعیت ممکن است موارد دیگری مثل پرستاری از بچه‌های کوچک، مراقبت از سالخوردگان، انجام دادن کارهای خانواده و مثل آن نیز اضافه شود.

تعدیل در سیاست‌های رفاهی دولت نیز شرایط شلوغ خاص خود را آفریده و اثر ساعت شلوغ زندگی را مضاعف ساخته است. در این مورد مثلاً محدود شدن آموزش رایگان عمومی و عالی باعث کار و تحصیل همزمان و تحمل شرایط سخت در زندگی شده است. نتیجه آن، بردوش داشتن تکالیفی فراتر از توان^۲ است که از آن تعبیر به شرایط شلوغ می‌شود. مرد چهل ساله مجرد کارمند در بخش دولتی در این باره می‌گوید:

«دوران دبیرستان ... بیشتر از اینکه بخوام دنبال تحصیل باشم، دنبال کار بودم و دنبال اینکه حالا هزینه‌های خودمو خودم تأمین بکنم. دوران دانشجویی ام هم متأسفانه همینجوری گذشت و اونجوری که خودم دوست داشتم نتونستم درس بخونم. بیشتر هم کار بود هم تحصیل و رو پای خودم ایستادم تا اینجا» (مصاحبه ۴ بند ۲۰۸)

تجربه کار همراه با تحصیل برای خانم‌ها نیز تجربه آشنایی است. زن سی و یک ساله مطلقه و دانشجوی رشته پرستاری در شرح شرایط برآمده از کار و تحصیل همزمان اظهار می‌دارد:

«... درس خیلی سنگین می‌شه و کار با اون واقعاً منو از پا در می‌آره.» (مصاحبه ۱۷ بند ۸۶)

1. Rush hour
2. Overburden

دختر ۲۴ ساله دانشجوی فوق لیسانس و نیز کارمند شرکت حسابرسی که همزمان به کار تدریس نیز می‌پردازد ضمن آنکه شرح می‌دهد که چگونه نه ساعت در شبانه‌روز درگیر کار است (مصاحبه ۱۹ بند ۹۰) در طرح مشکلات ازدواج در شرایط شلوغ زندگی اظهار می‌دارد:

«... واسه ازدواج... تو این پروسه‌ای که من مشغول کار و تحصیل ام خیلی اتفاق افتاده که تماس گرفتن که تشریف بیارن و خواستگاری‌های متعدد. منتها همین جور الان که دارم جریان زندگی ام را می‌گم انقدر مشغله دارم که اصلاً دیگه فرصت فکر کردن به این قضیه را ندارم... چهار سال خوابگاه را تحمل کردیم - درس‌های سخت - بعد پیدا کردن شغل - دانشگاه ارشد قبول شدن - منزل اینجا چکار کنم... من تو این شرایط اصلاً نمی‌تونم تصمیم بگیرم واسه ازدواج...» (مصاحبه ۲۱ بند ۱۱۵)

جدایی از خانواده و استقلال که به علل مختلف ممکن است پیش آید (مثلاً تحصیل، کار یا مهاجرت) دلیل مهم دیگری برای رودرویی با شرایط شلوغ زندگی است. موقعیت زندگی مستقل آنقدر فرد را درگیر امور روزمره می‌سازد که عملاً مانع برنامه‌ای برای آینده زندگی و ازدواج می‌شود:

«در داستان ازدواج نکردنم فکر می‌کنم که جابجا شدن از شهر محل زندگیم خیلی تأثیرگذار بوده توی این قضیه... حالا مسائل اقتصادی هم تا حدودی بهش مربوط می‌شه... اگر بخوام سه تا مشخصه به شما بدم، یک دوری از خانواده‌ام، اومدن به تهران و مشکلاتش و توی تهران زندگی برا خودم دست و پا کنم کارام و انجام بدم...» (مصاحبه ۴ بند ۲۶۸)

شکل دیگر موقعیت شلوغ به طور ویژه‌ای در بدو ازدواج و آغاز زندگی مشترک رخ می‌نماید. در دوره‌ای کوتاه فرد مجبور است به مدیریت ازدواج بپردازد و در عین حال توانایی مدیریت زندگی مشترک را نیز بیابد (مصاحبه ۷ بند ۲۳۶). دختر جوان سی ساله دارای لیسانس ارتباطات و کارمند در شرح نگرانی‌هایش از آینده می‌گوید: «... از این می‌ترسم که نکنه که مجبور بشم که چند جا کار کنم. اینش خیلی نگرانم می‌کنه (مصاحبه ۱۰ بند ۱۷۶)... بخاطر اجاره خونه، بخاطر هزینه‌هایی که هست آگه بچه‌ای در میون باشه شما این بچه رو چه جوری می‌خواین مدیریت اش کنید» (مصاحبه ۱۰ بند ۱۶۴)

● مسئله اعتماد

شرایط نامطمئن به همراه تله گذار و تله شرایط شلوغ، موقعیتی را شکل داده است که در آن جوانان در روابط بین دو جنس به دوستی‌های خارج از ازدواج گرایش یافته‌اند. در مصاحبه‌ای زن ۳۱ ساله دانشجوی پرستاری شرح می‌دهد که چگونه جوانان چون نمی‌توانند ازدواج کنند خود را سرگرم یک رابطه کافی شاپی کرده‌اند، اینکه در رابطه با جنس مخالف فقط وقت بگذرانند و در عین علاقه‌ای که به یکدیگر دارند پایان مشخص و تعریف شده‌ای نیز برای رابطه خود نداشته باشند و حتی با گذشت زمان به بی‌سرانجامی آن عادت کنند:

«... دیگه جوونا با این وضعیت مالی چه ازدواجی بکنن، دیگه چه جوری جایی برای عشق بذارن، همه عشق و حالشون می‌تونه با هم این باشه که بعد از ظهرها برن کافی شاپ همدیگه رو ببینن، دو تا با هم حرف عاشقانه بززن و تموم بشه بره» (مصاحبه ۱۷ بند ۱۶۸)

چون در دوستی‌ها امکان ازدواج نیست، وابستگی‌های عاطفی در آن به سرانجام نمی‌رسد و تبدیل به تعهد

نمی‌شود. همچنین از آنجا که بر مبنای تعهدی رسمی نیست، بسیار آسیب‌پذیر و شکننده می‌شود. به علاوه با پایان یافتن رابطه‌ای، رابطه دیگری شکل می‌گیرد و موضوع تعهد نیز عوض می‌شود و با عوض شدن پی‌درپی موضوع تعهد، خود تعهد نیز به محاق می‌رود. دختر ۳۰ ساله کارآفرین دارای تحصیلات فوق لیسانس در شرح این مسئله می‌گوید:

«... احساس می‌کنم که به کمی قضیه تعهد و وفاداری رو بهمون کم یاد دادن ... زندگی تعهد می‌خواد. باید قبول کنی که دیگه بعد از اون فقط همین-ه می‌خواد خوشت بیاد می‌خواد نیاد. آگه خوشت نیامد از زندگی ش برو بیرون ولی هیچی، عدم تعهدی توش نباشه چون انقدر روح آدم آسیب می‌بینه از این قضیه تا آخر عمر باهاش می‌مونه.» (مصاحبه ۱۸ بند ۳۱۱)

انعکاس این موضوع در فضای ازدواج مسئله اعتماد و بی‌اعتمادی به جنس مخالف را آفریده است. مرد جوان بیست و پنج ساله مجرد لیسانسه که در حال خدمت سربازی است در این باره اظهار می‌دارد:

«تو جوونا می‌بینی شبکه‌های مجازی هست دوستی‌ها هست. دیگه به قول معروف دلت به ازدواج نمی‌ره. بعد مثلاً دو روز دیگه می‌گی آقا این مثلاً با کسی بوده با کسی نبوده چکار می‌کرده چکار نمی‌کرده. حالا من خودم مثلاً شبکه مجازی بودم. می‌گفتم آیا این هم تو شبکه مجازی بوده همچین کاری می‌کرده همچین کاری نمی‌کرده.» (مصاحبه ۸ بند ۹۰)

دختر سی ساله مجرد و دارای لیسانس ارتباطات نیز می‌گوید:

«اعتماد الان کم شده. من خیلی از پسرهایی که همکارمون هستن می‌بینم حالا به عنوان دوست با همدیگه صحبت می‌کنیم. خیلی هاشون می‌گن ما دیگه به دخترها اعتماد نداریم. دیگه ما دختری را که مثلاً خیلی - ... وقتی که تو با یک نفر دوستی یعنی به همون آدم تعهد داری نه با هزار نفر دیگه ... من پسر رو دیدم می‌گه که من اصلاً مطمئن نیستم دخترم مثلاً الان با منه بعد از ظهر با یکی دیگه است پس فردا با یکی دیگه است. دختره هم فکر می‌کنه این قضیه زرنگی‌یه و فکر می‌کنه کاملاً آدم زرنگی‌یه که اینکار رو داره می‌کنه.» (مصاحبه ۱۰ بند ۲۰۴)

وی در تحلیل مسئله اعتماد موضوع را به مسائل مالی نیز منتسب می‌کند:

«... اعتماد کم شده ... وقتی اقتصاد یک مملکت خدشه‌دار باشه و مشکل مالی داشته باشن جوون‌ها، مطمئناً ازدواج سفید بوجود می‌آد. مطمئناً دخترهایی هستند که صیغه می‌شن. پسرهایی هستن که صیغه می‌کنن و همه این اتفاقات - طرف خیلی عادی بر می‌گرده می‌گه که مثلاً ما با هم ازدواج سفید داریم خیلی معمولی - خوبه دیگه تعهدی به هم نداریم هر موقع از دست هم خسته بشیم می‌ریم یعنی به هم تعهد مالی نداریم ...» (مصاحبه ۱۰ بند ۲۰۲)

● هراس از انتخاب و ازدواج نامناسب

نگرانی از انتخاب نامناسب و هراس از ازدواج ناموفق از دیگر مواردی است که از سوی پاسخگویان در بازداشتن آنها از ازدواج مطرح می‌شود. دختر مجرد ۲۰ ساله دانشجوی داروسازی در این باره می‌گوید:

«من خودم ... به مقدار ترس از ازدواج دارم. نمی‌دونم ... فکر نمی‌کنم مثلاً بتونم ... توی به مدت کم ...

خیلی شناسایی داشته باشم از شون- از این می ترسم» (مصاحبه ۱۶ بند ۱۹۸)
 همان. طور که تصریح شده است چنین ترسی بیش از هر چیز به مسئله شناخت از دیگری مربوط می شود:
 «... اون شخص مقابل رو ... خیلی برام مهمه که ... واقعاً قبول اش داشته باشم. چون چند نفر رو شناختم تو
 این مدت بعد از یه مدتی ... اولش آدم فکر می کنه که آدم بدی نیست بعدش یه هو مثلاً یه رفتارهایی ببینی،
 دلزده بشی و اینجور چیزها ... اون شناختی که پیدا کردم امیدوارم کافی باشه. بعدها مثلاً چیزهای مشکلاتی
 دیگه ای پیش نیاد سر همین که شناخت کم بوده یا خیلی فرق داشتن در یه زمینه هایی» (مصاحبه ۱۶ بند ۱۶۰-
 ۱۶۲)

هراس از ازدواج ناموفق گاهی نیز به مسئله بلوغ اخلاقی منتسب می شود. دختر سی ساله لیسانسیه و کارمند
 در شرکت خصوصی در تشریح آنچه باعث نگرانی وی در آینده زندگی زناشویی اش خواهد شد اظهار می دارد:
 «... شخصیت طرف مقابلم هست که تا چه حد می شه بهش اعتماد کرد و اینکه تا چه حد رشد کرده که بقیه
 عمرش هم همون جوری که روز اول بوده بتونه همونجوری باشه و بمونه ... مشکل اصلی آدم ها اینه که تغییر
 می کنند، بعد از ازدواج و به مرور زمان تغییر می کنند ... فکر می کنم مشکل اصلی آدم ها تو ازدواج مسائل مالی
 نیست یه همچنین چیزی هست که هنوز رشد نکردن از نظر شخصیتی.» (مصاحبه ۱ بند ۱۷۶)
 گاهی نیز نگرانی از ازدواج ناموفق به تجربیات ناخوشایندی ارجاع داده می شود که افراد احتمالاً در محیط
 با آن رو به رو بوده اند. مرد جوان متأهل ۲۷ ساله لیسانسه و کارمند قراردادی بخش دولتی در مسئله هراس از
 عدم موفقیت می گوید:

«... ما دیدیم حالا توی جامعه هم هست ... افرادی می بینید بعد از ده سال ازدواج یه دفعه اصلاً کلاً خونه
 و زندگی رو ول می کنند می رن. اصلاً خبری هم از شون نیست» (مصاحبه ۷ بند ۲۷۴)
 احساس نگرانی از انتخاب نامناسب و هراس از ازدواج متأثر از جنسیت تفسیر می شود. مرد جوان متأهل ۲۷
 ساله لیسانسه و کارمند قراردادی بخش دولتی در شرح تفاوت نگرانی های پسران و دختران در ازدواج می گوید:
 «... دختر شاید ... حالا اگر ترس از ازدواج باشه خوب ترس از این دارند که بالاخره ... می خواد با یه
 شخصی ارتباط جدیدی رو برقرار کنن. این ارتباط اصلاً می تونه موفق باشه نمی تونه موفق باشه. ترس از این
 دارند که ازدواج شون ناموفق باشه و پسر هم از ... اینکه ... احساس می کنه که شاید مثلاً تونه یه خانواده را به
 سرانجام برسونه ...» (مصاحبه ۷ بند ۲۷۲)

● مسئله در معرض انتخاب قرار گرفتن

عاملی که به طور ویژه برای زنان سبب نگرانی است و به عنوان مانع ازدواج خود را می نماید، نگرانی از
 انتخاب نشدن است. دختر سی ساله لیسانس و کارمند شرکت خصوصی در شرح زمینه های ازدواج خود و
 ارتباط آن با مسئله مورد انتخاب قرار گرفتن می گوید:

«... کسی ... که تو سن من هست باید ... صبر بکنم که یه ارتباطی تشکیل بشه یه کسی بیاد یا کسی
 بهم معرفی بشه که بتونم. بعد هم حالا شناختی پیش بیاد و خب اینا بشه نشه، چه جوری بشه. (مصاحبه ۱
 بندهای ۶۰-۶۶) ... خب موردش هم واسم وجود نداره حالا اگر خواستگار داشتم یا کسی رو مدام به ام معرفی

می کردند خب می نشستم نهایتاً بش فکر می کردم به کسی و انتخاب می کردم. فعلاً چون توی جَوّاش نیستم. موردی ندارم که بخوام بش فکر کنم. ترجیح می دم به کمی سنم بالاتر بشه اینکار رو بکنم. ...» (مصاحبه ۱ بند ۱۳۶)

زن ۳۰ ساله مجرد کارآفرین فوق لیسانس نیز در این باره می گوید:

«... واقعاً دوست دارم ازدواج بکنم و فکر می کنم الان تا به حدی به اون آمادگی ذهنی رسیدم برای ازدواج ولی خوب من اون طرفم رو از کجا پیدا بکنم. چه جور باهاش ارتباط برقرار کنم. چطور رابطه مو مدیریت کنم که نتیجه خوبی داشته باشه...» (مصاحبه ۱۸ بند ۳۳۳)

هر چند در مواردی زنان به وجود چنین مشکلی در ازدواج اشاره می کنند، اما در مواردی نیز وجود آن را کاملاً تکذیب می کنند. به نظر می رسد از بین رفتن ساختارهای سنتی انتخاب و ازدواج و نیز فقدان ساختارهای مدرنی که به مدیریت این امر پردازد همراه با نبود محیط هایی که در آن دو جنس در معرض آشنایی و انتخاب یکدیگر قرار گیرند باعث شکل گیری چنین مشکلی در فرآیند ازدواج جوانان به خصوص زنان شده است. مسئله قرار نگرفتن خانم ها در معرض انتخاب تحت تأثیر سن، تحصیلات و وضع طبقاتی است، هر چند ویژگی های فردی نیز بر آن تأثیر می گذارد. موارد با سن بالاتر اشاره صریح تری به این مسئله دارند. نیز موارد با سطح طبقاتی و تحصیلات بالاتر نگرانی کمتری در این باره اظهار می کنند. به نظر می رسد با سطح تحصیلی و طبقاتی بالاتر افراد قدرت چانه زنی بیشتر و در نتیجه شانس بیشتری برای انتخاب شدن داشته باشند.

● سخت شدن ازدواج

مواردی وجود دارد که در آن «پیچیده و سخت شدن ازدواج» بازدارنده ازدواج معرفی می شود. در شرح پاسخگویان این امر پدیده جدیدی است که در گذشته نبوده و یا حداقل به چشم نمی خورده است. زن ۳۰ ساله فوق لیسانس و کارآفرین در این باره می گوید:

«بعضی اوقات به خودم می گم اونقدر هم که فکر می کنیم سخت نیست. شاید زیادی داریم سخت اش می کنیم. مثلاً قبل نا خیلی راحت تر ازدواج می کردن. می رفتن توی زندگی شون و خیلی چیزها را می پذیرفتند. من دقیقاً حالا هی به پدر بزرگ مادر بزرگ مراجعه می کنم. دو نفر بودند پانزده ساله شانزده ساله حالا مربوط به سن و سال خودشون مربوط به دوره خودشون. اومدن هیچ کدوم هم خیلی همدیگه رو دوست نداشتن. رفتن وارد زندگی شدن خیلی تلاش کردن خیلی زحمت کشیدن بچه آوردن بعد انقدم سخت نگرفتن خیلی هم زندگی خوبی داشتن و به هم تعهد داشتن و من در تمام مدت ندیدم حالا من یه مدتی رو با اینها زندگی کردم خوب دیگه اینها هشتاد و پنج سالشونه حالا مثلاً شصت سال با هم زندگی کردن هفتاد سال با هم زندگی کردن ولی من واقعاً ندیدم اصلاً اینا به هم دروغ بگن یا یه چیزی از هم پنهان بکنن یا یکی مثلاً درآمدی داشته باشه به اون یکی نگه. یکی می تونست یه قدمی برداره بر می داشت ... مثلاً تا اون زمانی که من یادمه مامان بزرگ چشم اش کار می کرد مثلاً فرش می بافت کمک می کرد به درآمد زندگی و هیچوقت هم من نمی داشت. می گفت ما دو نفر آدمیم داریم زندگی یو می بریم جلو. بعد از یه جایی هم دیگه که نتونستن کار کنن چند تا سفری که با هم رفتن سفر زیارتی چنان با لذت می رفتن انگار داشتن می رفتن از تمام ثمره زندگی شون لذت

برن و تا آخرین لحظات هم از هم تعریف می‌کردن ... خیلی زندگی قشنگ‌تری بود. حالا اینکه ما انقدر سخت بگیریم. واقعاً بعضی وقت‌ها می‌گم مگه من قراره چند سال زندگی کنم. این سختی‌ها نمی‌دونم بخاطر چیه. شاید هم خودم هم خیلی آدم سخت‌گیری‌ام. شاید دارم شعار می‌دم. نمی‌دونم ولی حداقل این که دوست دارم اینطوری باشه» (مصاحبه ۱۸ بند ۳۳۳)

وی در شرح چگونگی ساده دیدن ازدواج در تعامل با فردی که قصد ازدواج با وی را داشته است می‌گوید: «... خودمون دو تا دره به سطح بودیم. دو تا مون کار می‌کردیم. بعد گفتیم من تنها چیزی رو که می‌خوام ... یه حلقه می‌خوام اونم به خاطر اینکه به نظرم یه خاطره خیلی قشنگ می‌مونه. نه عروسی می‌خوام نه کادو می‌خوام نه هیچ چیزی حتی من مثلاً خونه داشتیم تهران و یه سری وسایل اولیه گفتیم من جهیزیه هم فعلاً نمی‌تونم جور بکنم چون خرجم با خودمه من فعلاً از این‌ها دارم کم کم با همدیگه پیش می‌بریم ... بعد بهش ام‌گفتم چون موقعیت کاری‌اش خیلی در حال جابجایی بود به‌اش گفتم مثلاً واقعاً نگران کار نباش فعلاً من کار دارم من فعلاً درآمد دارم حتی یه جاهایی مثلاً به قرض می‌خورد به مشکل می‌خورد سعی می‌کردم کمک بکنم ... [حتی مهریه را] گفتم یه سکه ...» (مصاحبه ۱۸ بند ۱۸۵)

● عدم آشنایی با ازدواج و زندگی متأهلی

گاهی ناآشنایی با ازدواج و زندگی متأهلی و فقدان دانش درباره آن به عنوان مانعی مهم برای ازدواج مطرح می‌شود. دختر بیست و دو ساله مجرد و دانشجوی روانشناسی در این باره تصریح می‌کند: «... چون خیلی‌ها اصلاً از زندگی متأهلی آشنائیت بی‌ندارن به خاطر همین سمت‌اش هم نمی‌رن کلاً.» (مصاحبه ۹ بند ۱۴۲)

● ترس از محدود شدن آزادی

ترس از محدود شدن آزادی مورد دیگری است که از سوی پاسخگویان به عنوان مانع ازدواج مطرح می‌شود. مرد بیست و هشت ساله مجرد و دانشجوی سینما در شرح کم‌رنگ شدن ازدواج جوانان اظهار می‌دارد: «... نمی‌خوام خیلی بدبینانه بش فکر کنم ولی ... اصلاً کسی دغدغه ازدواج و نداره. اصلاً ازدواج یه چیز گمی‌یه یه چیز غریبی یه واسه ماها. نه من واسه خیلی‌ها. می‌گه خوب چه کار یه آره چرا اینکار و کنم ازدواج کنم خودمو (...). چی می‌گن (...). غل و زنجیر می‌دونن چرا خودمو حصار کنم متأسفانه - می‌گم به خاطر اینکه اون قدرتی که داشتیم و دیگه نداریم - از دل خانواده میایم بیرون پدر و مادر رو بچه‌هاشون دیگه اون قدرت و تسلطی که داشتن و ندارن اون احترام و ندارن ... در کل دیگه مسئله اصلاً ازدواج نیست که شما بگی آقا ازدواج خوبه بده اینجوریه، اونجوریه شما اگه بخوای ازدواج کنی چی. اصلاً کسی بهش فکر نمی‌کنه که بخواد مثلاً راجع به قبل یا بعدش مثلاً بخواد یا حالش تصمیم بگیره چون دغدغه‌اش چیز دیگری است» (مصاحبه ۲ بند ۱۶۷)

دختر دانشجوی بیست و دو ساله مجرد نیز در شرح مقایسه خود با دوستانی که ازدواج کرده‌اند به همین مسئله اشاره می‌کند:

«مقایسه که می‌کنم می‌بینم اون آزادی‌ای که تو زمان دختری‌شون دارن، دیگه ندارن. اون آزادی‌های فکری

که دارن، دیگه ندارن. بخاطر همین نمی دونم شاید دوران مجردی خودم و بیشتر دوست داشته باشم یعنی متأهلی اون‌ها رو زیاد علاقه نداشته باشم.» (مصاحبه ۹ بند ۱۱۴)

اشاره به ترس از محدود شدن آزادی هم از جنبه ایجابی و هم سلبی مطرح است. مرد در شرف ازدواج ۲۸ ساله کارمند و دارای مدرک لیسانس به وجه سلبی این مسئله توجه دارد. وی در شرح علت ازدواج نکردن جوانان به آزادی‌گرایی برآمده از لذت طلبی اشاره می‌کند:

«... به نظر شخصی من نه تنها مسائل اقتصادی بلکه یه سری مسائل اجتماعی فرهنگی هم دخیل هست خوب [در ازدواج نکردن جوانان] جامعه ما الان تو یه مسیری داره میره که به قول معروف گفتنی نه این وری یه نه اون وری (باخنده) ما یه جامعه اسلامی هستیم یه مملکت اسلامی هستیم اما در عین اسلامی بودن خیلی‌ها ... تجدد گریند ... یه آقا پسر جوونی که داره تو این مملکت زندگی می‌کنه شاید به لحاظ فرهنگی این ذهنیت رو داره که ازدواج شاید محدودش می‌کنه من الان آزادی عمل خیلی بیشتری دارم الان آخر معذرت می‌خوام با هر کس که بخوام می‌تونم رابطه داشته باشم دوستی برقرار بکنم و حالا مسائل دیگه. اما وقتی وارد عرصه تأهل و ازدواج بشم این آزادی عمل از من گرفته می‌شه. البته این ذهنیت‌ها واقعاً ذهنیت‌های غلطی هست ها، ولی متأسفانه اپیدمی شده تو جامعه ما.» (مصاحبه ۱۱ بندهای ۱۶-۱۶۲)

در مواردی نیز بر جنبه ایجابی آزادی‌گرایی اشاره می‌شود. دختر ۲۷ ساله متأهل با مدرک فوق لیسانس در شرح دلایل ازدواج نکردن جوانان می‌گوید:

«[ازدواج نکردن جوانان] دلایل مختلفی می‌تونه داشته باشه. یکی از دلایل اش آزادی طلبی‌یه- اینکه خوب من دوست ندارم خودمو در قید و بند یه آدم بذارم ... [ازدواج] آزادیه یه نفر و می‌گیره ... [بعد] ازدواج دیگه آدم به اون آزادی و مثلاً فراغ‌بالی که توی ... مجردی داره [نیست] دیگه دوران متأهلی این چیزا رو نداره» (مصاحبه ۲۰ بند ۳۷۵)

اهمیت وجه ایجابی آزادی‌گرایی در امکان کسب تجربه‌های مفیدی است که در پیش از ازدواج فراهم می‌آید. دختر ۲۷ ساله متأهل با مدرک فوق لیسانس در شرح زمان مناسب برای ازدواج دختر خانم‌ها به این مسئله اشاره دارد:

«به نظر من خوبه که تحصیلاتش رو دختر تا یه حدی در واقع ارتقا بده. تو جامعه باشه. به نظر من ازدواج توی بدو لیسانس و وسط لیسانس حتی انتهای لیسانس خیلی کار درستی نیست. آدم به نظر من دوره لیسانس و خوبه که تو جامعه باشه با آدم‌های مختلف آشنا بشه رفت و آمدهای مختلف پیدا کنه و بعداً ازدواج کنه» (مصاحبه ۲۰ بند ۲۱۷)

نتیجه‌گیری

در جستجوی تجربه‌ها و ذهنیت‌های جوانان از مشکلات و موانع ازدواج و معنایی که از هر یک مستفاد می‌کنند و نیز تفاسیری که در آن باره بیان نمایند، مطالعه حاضر با روش مصاحبه‌ای، و از خلال مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته، با سود بردن از تحلیل تماتیک و با شیوه استدلالی ابدکتیو، مجموعه‌ای از مقولاتی را

شکل داده که کم و بیش در مطالعات پیشین نیز به بسیاری از آنها اشاره شده است. آنچه بعضی از مقولات فوق را از دریافت‌های مطالعات پیشین متمایز می‌کند، صورت‌بندی متفاوت از آنهاست. در مطالعات پیشین متغیرها به عنوان عوامل بازدارنده از ازدواج مطرح می‌شوند، اما در مطالعه حاضر مفاهیمی مثل شرایط نامطمئن، تله گذار به بزرگسالی، ناتوانی خانواده، شرایط شلوغ یا ساعت شلوغ زندگی، ترس از ناکامی در پیشرفت (که در تله گذار به بزرگسالی مورد اشاره قرار می‌گیرد)، نگرانی از محدود شدن آزادی، هراس از انتخاب نشدن، بی‌اعتمادی در کنشگری ازدواج، ترس از ازدواج و سخت شدن ازدواج عمدتاً مفاهیمی فرآیندی و تفسیری هستند و شامل تنها یک متغیر مجرد نمی‌شوند.

مطابق برساخت‌های مفهومی مطالعه حاضر مسئله اصلی در بازداری از ازدواج حداقل برای بخش زیادی از جوانان نداشتن شغل است که باعث می‌شود اطمینان به اداره زندگی در پس از ازدواج کاستی پذیرد. این مسئله به خصوص برای مردان و افرادی از طبقات پایین اهمیت بسیاری دارد. شرایط نامطمئن مفهوم دیگری در بازداری از ازدواج است که ترجمانی از بی‌ثباتی و پیش‌بینی ناپذیری زندگی است. هر چند بخش مهمی از شرایط نامطمئن وابسته به نداشتن شغل است، اما پیش‌بینی ناپذیری زندگی عام‌تر از آن و وابسته به متغیرهای مختلف است. ناتوانی خانواده در حمایت از ازدواج فرزندان، عامل بازدارنده دیگری است که شدت مسئله ازدواج را برای جوانان در شرایط نامطمئن مضاعف می‌سازد. از آنجا که پایه مهم ازدواج جوانان در ایران خانواده است، ناتوانی خانواده در حمایت از ازدواج جوانان، در شرایطی که خانواده حتی گاه یگانه تکیه‌گاه ثبات در شرایط بی‌ثبات و نامطمئن به شمار می‌رود، بسیار تعیین‌کننده ظاهر می‌شود و نقشی مهم در بازداری جوانان از ازدواج می‌یابد. تله گذار به بزرگسالی که در نتیجه طولانی شدن دوره گذار پیش آمده، علت مهم دیگری در بازداری جوانان از ازدواج شده است که اثر آن در شرایط نامطمئن و نیز موقعیت خانواده در ناتوانی حمایت از گذار شدت و وجهی مضاعف می‌یابد. تله گذار در زندگی مردان و زنان وجود دارد هر چند تظاهر آن ممکن است متفاوت باشد. در عین حال علیرغم آنکه تله گذار تا حدود زیادی وابسته به گذار کندرو است، اما ضرورتاً منحصر به طبقات متوسط و بالا نیست و در طبقات پایین نیز به علت فقدان مزیت‌های کاری و نیز نبودن دسترسی به امکاناتی که فرد را در شرایط نامطمئن در جایگاه رقابتی بهتری قرار دهد مشاهده می‌شود. نتیجه تله گذار در طبقات پایین می‌تواند به بازتولید وضعیت طبقاتی ایشان بینجامد تا ضمن تثبیت شرایط نامطمئن سبب بازداشتن ایشان از ازدواج نیز بشود. «شرایط شلوغ» یا «ساعت شلوغ زندگی» در سال‌هایی از زندگی عامل بازدارنده دیگری از ازدواج است که در آن فرد هم‌زمان درگیر مدیریت انواع موضوعات مختلف از جمله: تحصیل، کار، پس انداز، ارتقای شغلی، تهیه مسکن، بنا کردن زندگی مستقل، ازدواج و سامان دادن به زندگی پس از ازدواج در زمانی فشرده و کوتاه می‌شود. ساعت شلوغ در ادامه اثر شرایط نامطمئن، گرفتار شدن در تله گذار و ناتوانی خانواده در حمایت از جوانان، شرایطی را می‌سازد که می‌توان از آن به وضعیت سرگشتگی یا سرگردانی جوانان در ازدواج تعبیر کرد. در کنار تمامی اینها عاملی که به طور ویژه برای زنان مانع ازدواج تلقی می‌شود، نگرانی از انتخاب نشدن است. نگرانی از انتخاب نشدن که در بین زنان مطرح است ترجمانی جنسیتی از همان وضعیتی است که از آن تعبیر به سرگشتگی و سرگردانی در ازدواج می‌شود. وقتی ازدواج درگیر شرایط

نامطمئن، سرگردانی در گذار، شرایط شلوغ و فقدان حمایت خانوادگی می شود، نگرانی از انتخاب نشدن (برای زنان) امری عادی می گردد. نگرانی از انتخاب نشدن برای زنان هر چند از ویژگی های فردی نیز تأثیر می پذیرد، اما کاملاً تحت تأثیر سن، تحصیلات و وضع طبقاتی است. با افزایش سن، نگرانی خانم ها از اینکه در معرض انتخاب قرار نگیرند افزایش می یابد و با افزایش سطح طبقاتی و تحصیلات از این نگرانی کاسته می شود. ترس از محدود شدن آزادی به عنوان عامل بازدارنده دیگری از ازدواج رابطه ای عمیق با مسئله تله گذار و شرایط شلوغ می یابد، زیرا میل به پیشرفت که خود سبب گرفتار شدن در تله گذار و شرایط شلوغ است محرک و برانگیزاننده ترس از محدود شدن آزادی نیز می شود. شرایط نامطمئن و شلوغ و نیز تله گذار آنقدر طبیعی جلوه می کند که ترس از محدود شدن آزادی، به واسطه رابطه ای که پیشرفت می یابد، تردیدناپذیر و غیرقابل صرف نظر کردن می نماید. از این لحاظ افراد در شرایط متعارضی قرار می گیرند. درست است که میل به پیشرفت و آزادی متناظر با آن، برای غلبه بر شرایط نامطمئن و گرفتن شغل ضروری و با اهمیت است، اما درگیر شدن در آزادی برای پیشرفت خود به معنای درگیر شدن بیشتر و گسترده تر با تله گذار و شرایط شلوغ و از آن طریق بازتولید شرایط نامطمئن است. ترس از محدود شدن آزادی تحت تأثیر جنسیت است. مقایسه مردان و زنان بیان می کند که تأکید مردان بر جنبه سلبی این موضوع و زنان بر جنبه ایجابی آن است. برای زنان این مسئله به معنای افزایش ظرفیت کسب تجربه است، در حالی برای مردان این موضوع همبسته آزادی از مسئولیت و فراغت خاطر در پیش بردن اهداف شخصی است. فقدان اعتماد، مسئله مهم دیگری است که به عنوان عامل بازدارنده ازدواج مطرح می شود. شرایط نامطمئن، تله گذار و شرایط شلوغ همراه با ترس از انتخاب نشدن و تأکید بر آزادی موقعیتی را می آفریند که در آن جوانان در روابط بین دو جنس ضمن دور شدن از ازدواج به روابط دوستانه گرایش بیابند. انعکاس این موضوع در فضای ازدواج، مسئله اعتماد را می آفریند و اینکه افراد در کنش ازدواج به جنس مخالف خود اعتماد نکنند. بی اعتمادی می تواند خود به عاملی تبدیل شود که به واسطه آن جوانان دچار نوعی ترس از ازدواج شوند و از آن دوری گزینند. این مسئله به نگرانی از انتخاب نامناسب و هراس از ازدواج ناموفق تعبیر می شود. در مواردی مانع مهم ازدواج جوانان، ناآشنایی با ازدواج و زندگی متأهلی مطرح می شود و اینکه آنها در این باره دانشی ندارند و نمی دانند با چه مسائلی رو به رو خواهند شد. گاهی نیز «پیچیده و سخت شدن ازدواج» به عنوان پدیده ای که در گذشته نبوده، بازدارنده مهم از ازدواج است. سخت شدن ازدواج تا حدود زیادی می تواند برآیند تمام عوامل پیش گفته از جمله: شرایط نامطمئن، نداشتن شغل، گرفتار آمدن در تله گذار و شرایط شلوغ به همراه ناتوانی خانواده در حمایت از فرد باشد؛ امری که با بی اعتمادی به جنس مخالف، نداشتن آگاهی از ازدواج و زندگی متأهلی و ترس از محدود شدن آزادی تقویت می شود.

در تلاش برای ترکیب مفاهیم مطرحه در مطالعه حاضر می توان گفت شرایط نامطمئن، تله گذار به بزرگسالی و شرایط شلوغ سبب نوعی سرگستگی در ازدواج شده است که با ناتوانی خانواده در حمایت سنتی از ازدواج جوانان تقویت می شود. در شرایط اختلال حاصل از این سرگستگی و سرگردانی که در آن دوستی های خارج از ازدواج امری رایج می گردد، فضای اعتماد بین دو جنس نقصان می پذیرد و نوعی هراس از ازدواج شکل می گیرد که به پیچیده تر شدن و ابهام آمیز تر شدن فضای ازدواج می انجامد. مجموع این تحولات پدیده ای است که در

فضای مفهومی پاسخگویان از آن به سخت شدن ازدواج تعبیر می‌شود. در پایان، لازم به یادآوری است که تحریم‌ها بر علیه مردم ایران تقریباً تمام این تحولات را تحت تأثیر قرار داده و شرایط نامطمئن را نامطمئن‌تر و پیش‌بینی‌ناپذیر را پیش‌بینی‌ناپذیرتر ساخته است. تحلیل دامنه اثر تحریم و مشکلات حاصل از آن که بسیار نیز دارای اهمیت است، به طور خاص می‌تواند موضوع مطالعات آتی در این زمینه باشد.

منابع

- احمدی، وکیل و قیصریان، اسحاق. (۱۳۹۳). «بررسی وضعیت ازدواج و مضیقه آن در استان ایلام (در دهه ۱۳۸۰)». فرهنگ ایلام. ۱۵(۴۲)، صص ۵۶-۶۵.
- آیین نامه اجرایی برنامه ساماندهی ازدواج جوانان در برنامه چهارم توسعه. (۱۳۸۳). سازمان ملی جوانان. بازیابی از طریق: <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/125135>
- برنامه ساماندهی ازدواج جوانان در برنامه چهارم توسعه. (۱۳۸۳). سازمان ملی جوانان.
- بنی جمالی، سید محسن. (۱۳۸۰). جوانان و تحصیل، آرمان‌ها، امیدها و واقعیت‌ها. اداره کل مطالعات راهبردی، سازمان ملی جوانان.
- بنی جمالی، سید محسن. (۱۳۸۱). جوانان و موانع ازدواج. اداره کل مطالعات راهبردی، سازمان ملی جوانان.
- بنی جمالی، سید محسن. (۱۳۹۶). «جوانان و گذار به بزرگسالی در شرایط نامتعیین؛ مدیریت و راهبری ازدواج توسط جوانان». رساله دکتری، دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی.
- التجانی، ابراهیم و عزیززاده، مینا. (۱۳۹۵). «بررسی عوامل اقتصادی و فرهنگی مؤثر بر سن ازدواج در ایران: یک مطالعه میان استانی». جامعه پژوهی فرهنگی. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. ۷، صص ۱-۲۳.
- خرازی، محمدعلی؛ حسینی مطلق، سیدمحمد و صدریان، محمدرضا. (۱۳۸۰). «بررسی دیدگاه دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی یزد پیرامون عوامل مؤثر بر ازدواج». مجله دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی- درمانی شهید صدوقی یزد. ۱۹(۱)، ۳۷.
- درودی آهی، ناهید. (۱۳۸۱). «تحولات دموگرافیک و پدیده مضیقه ازدواج در ایران». مجموعه مقالات نخستین همایش انجمن جمعیت شناسی ایران: تحولات اخیر و آینده جمعیت ایران. تهران: مرکز مطالعات و پژوهش‌های جمعیتی آسیا و اقیانوسیه، صص ۱۹۵-۲۰۸.
- دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت الله العظمی سید علی خامنه‌ای (مدظله العالی). (۱۳۹۳). سیاست‌های کلی جمعیت. مؤسسه پژوهشی فرهنگی انقلاب اسلامی. بازیابی از طریق: <https://farsi.khamenei.ir/news-content?id=26440>
- دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت الله العظمی سید علی خامنه‌ای (مدظله العالی). (۱۳۹۳). سیاست‌های کلی خانواده. مؤسسه پژوهشی فرهنگی انقلاب اسلامی. بازیابی از طریق: <https://farsi.khamenei.ir/news-content?id=34254>
- رستگار خالد، امیر؛ رحیمی، ماریا و عظیمی، هاجر. (۱۳۹۴). «نگرش سنجی پدیده دیررسی ازدواج (مورد مطالعه: شهر ایلام)». مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران. ۴(۴)، صص ۶۸۵-۷۰۶.
- سازمان ملی جوانان. (۱۳۸۴). سیاست ملی جوانان در جمهوری اسلامی ایران.
- صادقی فسایی، سهیلا و بنی جمالی، سید محسن. (۱۳۹۶). «جوانان، مقدمات ازدواج و راهبردهای ایشان در رو به رو شدن با ازدواج». فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. ۳۴، صص ۱۹۵-۲۱۹.
- صادقی فسایی، سهیلا و بنی جمالی، سید محسن. (۱۳۹۸). «جوانان، خانواده و مدیریت ازدواج». فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. ۴۴، صص ۱۶۷-۱۹۲.
- صادقی، رسول، قدسی، علی محمد و افشارکهن، جواد. (۱۳۸۶). «واکاوی مسئله ازدواج و اعتبارسنجی یک راه

- حل». پژوهش زنان. (۱۵). صص ۸۳-۱۰۸.
- طیبی نیا، موسی. (۱۳۹۳). «میزان تمایل جوانان به ازدواج و شناسایی موانع و مشکلات آن». فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی جوانان. (۱۶)۵، صص ۸۶-۶۳.
 - کارگروه ملی کنترل و کاهش طلاق و افزایش ازدواج (۱۳۹۵). محوره‌های هفتگانه برنامه ملی کنترل و کاهش طلاق. شورای عالی انقلاب فرهنگی. بازیابی از طریق: http://sbmu.ac.ir/uploads/22_5907_1560844824457_15.pdf
 - کوششی، مجید و قربانی، زهرا. (۱۳۹۱). «مطالعه جمعیت‌شناختی تأثیر جوان همسری بر ازدواج دختران». مطالعات اجتماعی - روان‌شناختی زنان. (۲)۱۰، صص ۱۳۴-۱۰۹.
 - مجدالدین، اکبر و جمالی، احمدرضا. (۱۳۸۵). «بررسی دلایل و اثرات افزایش سن ازدواج دختران روستایی در ایران». پژوهشنامه علوم انسانی. ۵۳، صص ۲۸۶-۲۷۵.
 - مجلس شورای اسلامی ایران. (۱۳۸۴). قانون تسهیل ازدواج جوانان. بازیابی از طریق: <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/97806>
 - مجلس شورای اسلامی ایران. (۱۳۹۵). قانون برنامه پنجساله ششم توسعه جمهوری اسلامی ایران. بازیابی از طریق: <https://shenasname.ir/laws/tosee/plan6/3579>
 - مجلس شورای اسلامی ایران. (۱۳۹۹). قانون اهداف، وظایف و اختیارات وزارت ورزش و جوانان. بازیابی از طریق: <http://dotic.ir/news/7624>
 - محمدی سیف، معصومه و عارف، محمد. (۱۳۹۴). «آسیب‌شناسی تأخیر در سن ازدواج جوانان ایرانی (شناسایی و بررسی مهم‌ترین عوامل فردی، خانوادگی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی)». فصلنامه مهندسی فرهنگی. (۸۶)۱۰، صص ۷۴-۸۹.
 - محمودیان، حسین. (۱۳۸۳). «سن ازدواج در حال افزایش: بررسی عوامل پشتیبان». نامه علوم اجتماعی. ۲۴، صص ۲۷-۵۳.
 - مصری نژاد، شیرین. (۱۳۸۱). «بررسی پیشرفت‌های اقتصادی-اجتماعی زنان و رابطه آن با سن ازدواج در ایران». مجله دانشکده علوم اداری و اقتصاد دانشگاه اصفهان. (۲)۱۴.
 - معاونت مطالعات و تحقیقات سازمان ملی جوانان (۱۳۸۸). عوامل مؤثر بر تأخیر ازدواج از منظر جوانان. سازمان ملی جوانان.
 - نصرتی نژاد، فرهاد؛ شریفیان ثانی، مریم و محمدی نوبری، علی. (۱۳۹۵). «تبیین جامعه‌شناختی دیرنگامی ازدواج در میان جوانان شهرستان طارم». مسائل اجتماعی ایران. (۲)۷، صص ۱۴۱-۱۵۸.
 - نقیبی، سیدابوالحسن و حمیدی، مهرانه. (۱۳۹۴). «سنجش نگرش جوانان نسبت به ازدواج در شهرستان قائمشهر». مجله دانشگاه علوم پزشکی مازندران (نامه دانشگاه). (۱۳۱)۲۵، صص ۱۵۹-۱۶۴.
 - نیک منش، زهرا و کاظمی، یحیی. (۱۳۸۵). «علل و راه حل‌های تأخیر در ازدواج جوانان». مجله علوم تربیتی و روانشناسی. ۳.
- Bhattacharya, K. (2017). **Fundamentals of Qualitative Research, A Practical Guide.** Routledge. Taylor & Francis.

- Blossfeld, H., and Mills, M. (2010). “**How Does Globalization Affect the Life Courses of Young Men and Women in Modern Societies?**” In J. C. Tremmel, *A Young Generation Under Pressure? The Financial Situation and the “Rush Hour” of the Cohorts 1970-1985 in a Generational Comparison*, (pp. 37-56). Springer Verlag Berlin Heidelberg.
- Brinkmann, S. (2013). **Qualitative interviewing**. Oxford University Press.
- Chauvel, L. (2010). “**Comparing Welfare Regime Changes: Living Standards and the Unequal Life Chances of Different Birth Cohorts**”. In J. C. Tremmel, *A Young Generation Under Pressure? The Financial Situation and the “Rush Hour” of the Cohorts 1970-1985 in a Generational Comparison*, (pp. 23-36). Springer Verlag Berlin Heidelberg.
- Furlong, A. (2009). **Handbook of youth and young adulthood: new perspectives and agendas**. Routledge.
- Furlong, A., and Cartmel, F. (2007). **Young People and Social Change: Individualization and Risk in Late Modernity**. Open University Press.
- Heinz, W. R. (2009). “**Youth transitions in an age of uncertainty**”. In A. Furlong, *Handbook of youth and young adulthood: new perspectives and agendas*, (pp. 3-13). Routledge.
- Hillmert, S. (2010). “**Traditional Inequalities and New Insecurities: Long-Term Trends in the Transition to the Labor Market in Germany**”. In J. C. Tremmel, *A Young Generation Under Pressure? The Financial Situation and the “Rush Hour” of the Cohorts 1970-1985 in a Generational Comparison*, (pp. 57-76). Springer Verlag Berlin Heidelberg.
- Jones, G. (2009). **Youth**. Polity Press.
- Jones, G., O’Sullivan, A., and Rouse, J. (2006). “**Young Adults, Partners and Parents: Individual Agency and the Problems of Support**”. *Journal of Youth Studies*, 9(4), 375-392. doi:10.1080/13676260600914374.
- Kretsos, L. (2010). “**The Persistent Pandemic of Precariousness: Young People at Work**”. In J. C. Tremmel, *A Young Generation Under Pressure? The Financial Situation and the “Rush Hour” of the Cohorts 1970-1985 in a Generational Comparison*, (pp. 3-22). Springer Verlag Berlin Heidelberg.
- Leccardi, C. (2006). “**Facing Uncertainty. Temporality and Biographies in the New**

- Century**". In C. L. Ruspini, *A new youth? young people, generations and family life*, (pp. 15-40). Ashgate.
- Leccardi, C., and Ruspini, E. (2006). **A New Youth? Young People, Generations and Family Life**. Ashgate Publishing Limited.
 - Lothaller, H. (2010). **"On the Way to Life-Domains Balance: Success Factors and Obstacles"**. In J. C. Tremmel, *A Young Generation Under Pressure? The Financial Situation and the "Rush Hour" of the Cohorts 1970-1985 in a Generational Comparison*. Springer Verlag Berlin Heidelberg.
 - Merkens, H. (2004). **"Selection Procedures, Sampling, Case Construction"**. In U. Flick, *A Companion to Qualitative Research*, (pp. 165-171). Sage Publications Ltd
 - Rapley, T. (2007). **"Interviews"**. In C. Seale, *Qualitative Research Practice*, (pp. 15-33). Sage Publications
 - Rapley, T. (2014). **"Sampling Strategies in Qualitative Research"**. In U. Flick, *The SAGE Handbook of Qualitative Data Analysis*, (pp. 49-63). SAGE Publications Ltd.
 - Roulston, K. (2014). **"Analysing Interviews"**. In U. Flick, *The SAGE Handbook of Qualitative Data Analysis*. (pp. 297-312). SAGE Publications Ltd.
 - Saldaña, J. (2009). **The Coding Manual for Qualitative Researchers**. SAGE Publications Ltd.
 - Sobotka, T. (2010). **"Shifting Parenthood to Advanced Reproductive Ages: Trends, Causes and Consequences"**. In J. C. Tremmel, *A Young Generation Under Pressure? The Financial Situation and the "Rush Hour" of the Cohorts 1970-1985 in a Generational Comparison*. Springer Verlag Berlin Heidelberg
 - Wyn J., Dan Woodman (2006). **"Youth and social change in Australia"**. *Journal of Youth Studies*, 9(5). 495–514.

عوامل ساختاری زمینه ساز مصرف پورنوگرافی در اینترنت در بین جوانان شهر تهران؛ يك مطالعه کیفی^۱

فریده خلیج آبادی فراهانی^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۶/۲۲

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۸/۱۹

دسترسی گسترده به اینترنت در بین جوانان و مواجهه اجتناب ناپذیر آنها با محتوای خارج عرف جنسی، نگرانی زیادی در مورد اثرات نامطلوب شناختی، روانی، رفتاری و اجتماعی بر آنها ایجاد کرده است. هدف این تحقیق، واکاوی عوامل ساختاری کلان و میانی زمینه ساز مصرف پورنوگرافی در اینترنت از دیدگاه جوانان است. به این منظور پژوهشی کیفی با رویکرد تفسیری و روش تحلیل محتوا انجام شد و تعداد ۵۴ مصاحبه عمیق با دختران و پسران ۱۵ تا ۱۸ ساله شهر تهران در سال ۱۳۹۵ به روش نمونه گیری هدفمند صورت گرفت. عوامل زمینه ساز فوق به شرح زیر استخراج گردید: ۱. پارادوکس یا تضاد ارزش های جنسی در فضای واقعی جامعه؛ ۲. ناهماهنگی بین هجوم فرهنگی نرم و تلاش های رسانه ملی در جهت ارتقای سواد رسانه ای؛ ۳. ساختار هدفمند و هوشمند فضای مجازی و اینترنت برای جذب مخاطبان به محتوای جنسی نامتعارف؛ ۴. ناکارآمدی مدارس در توانمندسازی جوانان در رسانه و آموزش سواد رسانه ای در حوزه آسیب های جنسی. بنابراین مسئولان سیاست گذاران حوزه جوانان ضروری است نسبت به تحولات ارزشی جامعه و نقش آن در آسیب پذیری نسل جوانان در مواجهه با محتوای جنسی نامتعارف در اینترنت و فضای مجازی آگاه باشند و مداخلات ساختاری مناسب در رسانه و مدارس همگام با تغییرات فوق ارائه نمایند. آموزش و فرهنگ سازی در جهت توانمندسازی جوانان و نوجوانان در برابر آسیب های اجتماعی و جنسی فضای مجازی امری بسیار ضروری است.

واژگان کلیدی: جوانان، پورنوگرافی، عوامل ساختاری، اینترنت، فضای مجازی و سواد رسانه ای

۱. این طرح پژوهشی در موسسه مطالعات و مدیریت جامع و تخصصی جمعیت کشور و با حمایت مالی مرکز مطالعات و پژوهش های راهبردی وزارت ورزش و جوانان انجام شده است.

۲. دکترای مطالعات جمعیتی گرایش بهداشت باروری، دانشیار گروه جمعیت و سلامت، موسسه مطالعات و مدیریت جامع و تخصصی جمعیت، تهران، ایران
E-mail: Faridehfarahani2@gmail.com

مقدمه

دوران جوانی و نوجوانی، نوعی گذار از دوران کودکی به بزرگسالی به شمار می آید که نه تنها فرصتی مهم در زندگی است، بلکه زمانی پرخطر برای نوجوانان محسوب می شود. کودکان در سراسر جهان از سال های اول زندگی در معرض برنامه های تلویزیون، ماهواره و فیلم ها هستند. برخی از رسانه های فوق بر «جذابیت جنسی» تاکید دارند و از آن به عنوان یک ویژگی یاد می کنند که افراد می توانند در ارتقای آن بکوشند، در حالی که خطراتی از این نظر نوجوانان را در معرض مخاطراتی چون ایدز و سایر بیماری های مقاربتی قرار می دهند. علاوه بر اینکه اینترنت کودکان و نوجوانان را در معرض اطلاعات پهناور و گسترده جنسی قرار می دهد، آنها را با افراد بی شماری که تمایل دارند در مورد رابطه جنسی صحبت کنند، نیز رو به رو می نماید. نوجوانان در اینترنت احساس امنیت بیشتری می کنند، زیرا هویتشان مخفی باقی می ماند و می توانند به هر اندازه که بخواهند در مورد رابطه جنسی اطلاعات بگیرند. سایت های دوست یابی هم فرصت حرف زدن و ملاقات کردن با افرادی مثل خودشان را برایشان فراهم می کند. همان طور که اولویت های جنسی رفتارهایی اکتسابی هستند، اکثر انحرافات جنسی نیز رفتارهایی اکتسابی هستند و هرزه نگاری (پورنوگرافی) این قدرت را دارد که آنها به این انحراف بکشد.

مطالعات زیادی نقش رسانه های جمعی در طیفی از نگرش ها و رفتارها شامل خشونت، سوء رفتار غذایی، تنباکو و استفاده از الکل را نشان داده اند، ولی فقط مطالعات اندکی اثر رسانه های جمعی را بر رفتارهای جنسی نوجوانان بررسی کرده اند. یک مطالعه مروری در سال ۲۰۱۶ تحقیقات تجربی بین سال های ۱۹۹۵ تا ۲۰۱۵ را در مجلات انگلیسی زبان بررسی نمود. هدف این مطالعه، بررسی مروری شیوع، پیش بینی و عواقب استفاده نوجوانان از پورنوگرافی بود. این تحقیق نشان داد که نوجوانان از پورنوگرافی استفاده می کنند ولی شیوع آن بسیار متفاوت است. پسران بیشتر از دختران، نوجوانانی که در مراحل پیشرفته تر بلوغ اند، افرادی که به دنبال رابطه عاطفی هستند و جوانانی که روابط خانوادگی ضعیف یا آشفته ای دارند، بیشتر از پورنوگرافی استفاده می کنند. استفاده از پورنوگرافی با نگرش های جنسی آزادتر و نگرش های کلیشه ای جنسیتی قوی تر نیز مرتبط است. همچنین مصرف پورنوگرافی با رابطه جنسی بیشتر، رفتارهای جنسی گذری و خشونت جنسی و رفتارهای پرخطر جنسی در جوانان ارتباط دارد (پیترو و والکنبرگ^۱، ۲۰۱۶ و روبرتز، ۲۰۰۰).

مطالعه کیفی بر روی نوجوانان شهر تهران در سال ۱۳۹۵ نشان داد که مواجهه با پورنوگرافی نه تنها تاثیرات روانشناختی مهمی بر نوجوانان دارد (خلج آبادی فراهانی و زاده محمدی، ۱۳۹۸)، بلکه بر شکل گیری هنجارها و ارزش های جنسی نیز تاثیر می گذارد و متعاقباً تاثیرات مهمی بر رفتارهای جنسی نوجوانان دارد (خلج آبادی فراهانی، ۱۳۹۸). همچنین پورنوگرافی یکی از منابع اطلاعات جنسی در بین نوجوانان است که خود باورها و دانش جنسی نادرستی در نوجوانان ایجاد می کند. مطالعه ای ترکیبی در بین نوجوانان ۱۵ تا ۱۸ ساله تحت مراقبت شبانه روزی در تهران نشان داد که بخشی از این نوجوانان درگیر رفتارهای پرخطر جنسی، قلدری و بهره کشی جنسی از همسالان و نگرش های منفی جنسی هستند و مهمترین منبع اطلاعات جنسی

آنها، پورنوگرافی است (رزاقی، ۱۳۹۰).

هر چند شیوع رفتارهای جنسی قبل از ازدواج در ایران در مقایسه با کشورهای غربی کمتر است، ولی شواهد اخیر نشان می‌دهد که سهم قابل توجهی از نوجوانان و جوانان در شهرهای بزرگ و صنعتی توسعه یافته‌ای مانند تهران، رابطه دوستی و صمیمی با جنس مخالف را قبل از ازدواج تجربه می‌کنند و اقلیت مهمی نیز درگیر رفتارهای جنسی قبل از ازدواج شامل رفتارهای پرخطر جنسی می‌شوند (احمدآبادی و همکاران، ۲۰۱۵؛ حیدری مقدم، افتخارزاده مشهدی و فتحی مقدم، ۲۰۱۵؛ خلج آبادی فراهانی، ۲۰۰۸؛ وکیلپان، موسوی و کرامت، ۲۰۱۴ و خلج آبادی فراهانی و همکاران، ۱۳۹۴). مطالعه مروری دیگری از سال ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۹ در زمینه رفتارهای جنسی نوجوانان و جوانان نشان داد که رفتار جنسی قبل از ازدواج در دختران بین ۳/۴ درصد تا ۳۹ درصد و در پسران بین ۱۸/۱ درصد تا ۴۵ درصد متغیر است (خلج آبادی فراهانی^۱، ۲۰۲۰).

موضوع نگران‌کننده این است که نوجوانانی که از نظر جنسی فعال می‌شوند، در معرض خطرات بیشتری از افسردگی و خودکشی قرار می‌گیرند (کوزون^۲ و همکاران، ۲۰۰۳؛ هالفورس و همکاران^۳، ۲۰۰۴ و اور، بیترو اینگرسول^۴، ۱۹۹۱). شروع زودرس روابط جنسی در بین نوجوانان با رفتارهای پرخطر دیگری که تهدیدکننده سلامت اند مانند مصرف الکل و مواد مخدر رابطه دارد. تخیلات شهوانی از طریق اتاق‌های گپ زدن و دیدن تصاویر جنسی، یکی از راه‌های جدید برای ارضای نیازهای جنسی منع شده است (مرآتی، خمیس آبادی و هاشمی‌زاده، ۱۳۹۱).

گرچه عوامل متعددی ممکن است نوجوانان را در معرض خطر رفتارهای جنسی در سنین پایین قرار دهند، مانند نژاد، فقر، استفاده از مواد مخدر و الکل، تاثیر دوستان و تاثیرات والدین (هیوستن، وارتلا و دونراشتاین^۵، ۱۹۹۸)؛ ولی یکی از عوامل بالقوه اما کشف نشده که در شروع زود هنگام روابط جنسی در بین نوجوانان دخیل است، مواجهه با محتویات جنسی نامتعارف (پورنوگرافی) در رسانه‌های جمعی است. درصد مهمی از جوانان در معرض محتویات جنسی از طریق رسانه‌ها هستند؛ به عنوان نمونه، جوانان آمریکایی به طور متوسط، یک سوم زمان روزانه خود را در معرض رسانه هستند و اکثر مواقع این دسترسی، خارج از دید والدین است (روبرتز^۶، ۲۰۰۰). حدود ۹۳ درصد از نوجوانان آمریکایی کاربر اینترنت هستند (میلر^۷، ۲۰۰۲) و پسران بیش از دختران از پورنوگرافی استفاده می‌کنند، در مقابل دختران به برقراری ارتباط عاطفی و عاشقانه علاقه‌مندتر هستند (تاسی^۸، ۲۰۰۱).

شیوع دسترسی به اینترنت در ایران در پیمایش‌های مختلف برآورد شده است. در سال ۱۳۸۰، یک سوم پسران نوجوان ۱۵ تا ۱۸ ساله در تهران دسترسی به اینترنت (۳۴/۳ درصد) داشتند (محمدی و همکاران،

1. Khalajabadi Farahani

2. Kosunen

3. Hallfors et al.

4. Orr, Beiter & Ingersoll

5. Huston, Wartella & Donnerstein

6. Roberts

7. Miller

8. Taci

۲۰۰۶). در سال ۱۳۸۵-۱۳۸۴ ۸۴ درصد دختران دانشجو دسترسی به اینترنت داشتند و ۲۶ درصد همزمان از اتاق‌های چت استفاده می‌کردند. حدود ۷۲ درصد دختران به سایت‌های غیر اخلاقی (پورنوگرافی) دسترسی داشتند، ۳۸/۴ درصد یک یا دو بار، حدود ۱۳ درصد بین ۳ تا ۴ بار و حدود ۲۱ درصد پنج بار و بیشتر، پورنوگرافی تماشا کرده بودند (خلج آبادی فراهانی، ۲۰۰۸). در مطالعه‌ای اخیر در سال ۱۳۹۳ بر روی ۱۳۵۱ پسر دانشجوی دانشگاه‌های آزاد و دولتی تهران با میانگین سنی ۲۲ سال، ۵۶ درصد آنها از سایت‌هایی با محتوای جنسی غیر اخلاقی (پورنوگرافی) - ۱۷ درصد بین یک تا دو بار، ۱۱/۳ درصد بین ۳ تا ۴ بار و ۲۸ درصد پنج بار یا بیشتر - دیدن کرده بودند. این درصدها در بین پسرانی که تجربه روابط جنسی با جنس مخالف قبل از ازدواج را گزارش کرده‌اند، به مراتب بیشتر بود؛ به طوری که در این گروه، ۹۹ درصد به سایت‌های پورنوگرافی - ۱۸/۵ درصد فقط یک یا دو بار، ۱۴ درصد بین ۳ تا ۴ بار و ۵۷ درصد پنج بار و بیشتر - مراجعه کرده بودند (خلج آبادی فراهانی، آخوندی، آذین و شیرزاد، ۲۰۱۴).

علی‌رغم دسترسی گسترده به اینترنت و فضای مجازی در بین نوجوانان و جوانان و مواجهه اجتناب‌ناپذیر نوجوانان از سنین پایین با محتوای خارج عرف جنسی و نگرانی زیاد والدین و مسئولان جامعه ایران در مورد اثرات نامطلوب شناختی، روانی، رفتاری و اجتماعی این مواجهه، هیچ‌گونه مداخله آموزشی جامع و مدونی در سطح خرد و کلان برای حفاظت از سلامت روانی، رفتاری و جنسی جوانان در کشور صورت نگرفته و بخصوص با ورود این پدیده نوظهور، هیچ راهکار و سیاست‌گذاری مشخص و سازماندهی شده‌ای در سطح کلان جامعه برای سلامت کودکان و نوجوانان کشور در عصر فناوری و اینترنت معرفی نشده است. در حالی که مطالعات نشان داده که آموزش سواد رسانه تا حدود زیادی می‌تواند جوانان را از آسیب‌های احتمالی محافظت نماید. به عنوان نمونه، یک برنامه مداخله آموزشی سواد رسانه‌ای با تمرکز بر پورنوگرافی به مدت ۹ جلسه برای نوجوانان در کمیسیون سلامت بوستون در بین سال‌های ۲۰۱۶ تا ۲۰۱۹، تأثیرات مهمی بر اطلاعات، نگرش و قصد رفتاری نوجوانان بر جای گذاشت (روتمن، دالی و آلدرا، ۲۰۲۰).

بیشتر مطالعات پیشینه متمرکز بر عوامل فردی و خانوادگی زمینه ساز مصرف پورنوگرافی در نوجوانان و جوانان بودند، در حالی که عوامل ساختاری سطح کلان و میانی زمینه ساز مصرف پورنوگرافی کمتر مورد توجه محققان قرار گرفته است. هدف این مطالعه، شناسایی عوامل مختلف ساختاری و اجتماعی در سطح کلان و میانی است که شرایط را برای مصرف محتوای جنسی نامتعارف یا پورنوگرافی در اینترنت در بین جوانان و نوجوانان فراهم می‌کنند. سوال اصلی پژوهش حاضر این است:

چه عوامل ساختاری موجب می‌شود که برخی نوجوانان امروزی به استفاده از محتوای جنسی خارج عرف در اینترنت و فضای مجازی گرایش داشته باشند؟
نتایج طرح می‌تواند در طراحی مداخلات و برنامه‌های اجتماعی سطح کلان و میانی برای کاهش آسیب‌های اجتماعی فضای مجازی در بین نوجوانان و جوانان کاربرد داشته باشد.

پیشینه پژوهش

بیشتر مطالعات پیشین پیرامون دسترسی نوجوانان و جوانان به پورنوگرافی ماهیت کمی دارد و بررسی کیفی جامع اندکی در این زمینه صورت گرفته و کمتر به فهم عمیق تجربیات و دیدگاه‌های مخاطبان در مطالعات فوق توجه شده است. همچنین بیشتر مطالعاتی که به عوامل تعیین کننده مصرف پورنوگرافی پرداخته‌اند، بر عوامل فردی مانند جنسیت، سن و انگیزه‌های فردی برای دریافت اطلاعات جنسی تمرکز نموده‌اند (سیتسیکا^۱ و همکاران، ۲۰۰۹) و نقش خانواده و عوامل فردی در مصرف پورنوگرافی بررسی شده است. به عنوان مثال، مطالعات نشان داده‌اند که نوجوانان پسر، نوجوانانی که در مراحل بالاتر بلوغ هستند و روابط خانودگی مخدوش و ضعیف دارند، بیشتر از پورنوگرافی استفاده می‌کنند (پیتر و والکن برگ، ۲۰۱۶؛ قویدل حیدری و همکاران، ۲۰۱۲ و شک و ما^۲)، در حالی که کمتر مطالعه‌ای به بررسی عوامل ساختاری کلان و میانی زمینه ساز مصرف پورنوگرافی در بین جوانان پرداخته است.

همچنین برخی مطالعات ابعاد اخلاقی و حقوقی و آسیب شناسی اجتماعی پورنوگرافی در جوانان را بررسی کرده‌اند. به عنوان نمونه، در مطالعه فصیح رامندی (۱۳۹۶)، مصرف پورنوگرافی در جوانان به سهولت دسترسی، گمنامی کاربران اینترنتی و نبود سواد رسانه‌ای و عدم نظارت منتسب دانسته شده و راهکارهایی در قالب پیشگیری اجتماعی و تدابیر نظارتی، به روز کردن قوانین همگام با پیشرفت فناوری از سوی قانونگذاران پیشنهاد شده است (فصیح رامندی، ۱۳۹۶). گرچه این مطالعه به عوامل اجتماعی موثر بر مصرف پورنوگرافی توجه نموده، ولی یک پژوهش کتابخانه‌ای می‌باشد و عوامل استخراج شده دیدگاه نوجوانان را لزوماً منعکس نکرده است. همچنین در مطالعه دیگری با پدیده پورنوگرافی به عنوان یک آسیب اجتماعی برخورد شده و به دنبال شناسایی بسترهای این آسیب در سطح اجتماعی و خانوادگی و در بطن شبکه‌های اجتماعی بوده‌اند. این مطالعه پیشنهاداتی را در جهت بهبود اوضاع اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی به عنوان عوامل زمینه ساز کلان مصرف پورنوگرافی ارائه کرده و به منظور مبارزه با عوامل جرم زای محیطی، اقداماتی چون: تدابیر آموزشی و تربیتی، اشتغال زایی، کمک به تشکیل خانواده و اقدامات نظارتی را پیشنهاد نموده است (رضوی فرد و همکاران، ۱۳۹۲).

بیشتر آنچه که ما در مورد تاثیر رسانه بر نگرش و رفتارهای جنسی در بین جوانان می‌دانیم، بر اساس مطالعاتی است که در جوامع غربی مانند امریکا و اروپا انجام شده است. از آنجا که رسانه‌های غربی به طور فزاینده‌ای در کل دنیا قابل دسترس هستند، لازم است در مورد تاثیر مواجهه با دستخط‌های جنسی مشاهده شده در رسانه‌های غربی بر هنجارهای فرهنگی در جوامع آسیایی بررسی و تحقیق بیشتری صورت گیرد. یکی از مطالعات کمی که در مورد مصرف پورنوگرافی در بین نوجوانان در ایران انجام شده است، پیمایشی در بین ۳۶۲ دانش آموز سنین ۱۴ تا ۱۵ ساله در ایران بود که با هدف بررسی نقش عوامل مربوط به خانواده بر مصرف پورنوگرافی انجام شد و نشان داد که روابط عاطفی ضعیف در خانواده، رفتار جنسی نوجوان و جنسیت پسر از عوامل تعیین کننده

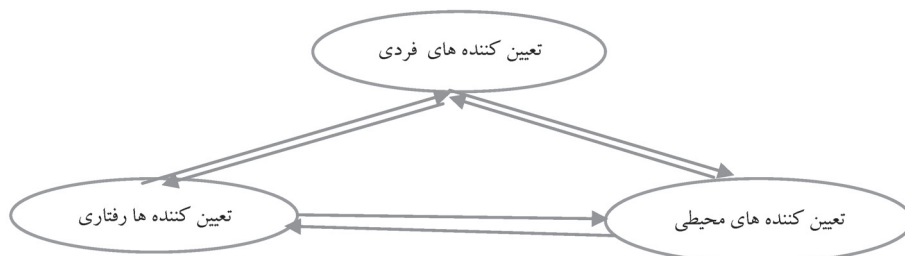
1. Tsitsika

2. Shek & Ma

و یا پیش بینی کننده مصرف پورنوگرافی در بین نوجوانان است (قویدل حیدری و همکاران، ۲۰۱۲). مطالعه دیگری بر روی مصرف کنندگان سایت های پورنوگرافی نشان داد که عواملی مانند سن، تحصیلات و علاقه به موضوعات جنسی، از عوامل مرتبط برای جستجوی فعال و عضویت در سایت های پورنوگرافی هستند و عواملی مانند جنسیت، تجرد و بیکاری با شیوع مصرف پورنوگرافی رابطه معناداری دارند (مسعودی و بدون، ۱۳۹۶). بدین ترتیب، مطالعات پیشین کمتر به فهم عمقی تجربیات و دیدگاه های جوانان در مورد عوامل زمینه ساز مصرف پورنوگرافی در سطح کلان و میانی پرداخته اند. لذا این تحقیق تلاش می کند خلا اطلاعاتی موجود را پر کند و زمینه ارائه راهکارهای سیاستی و اجتماعی برای پیشگیری از آسیب های مربوط به پورنوگرافی در جوانان را فراهم سازد.

مدل نظری پژوهش

مبنای نظری این پژوهش، تئوری «شناختی- اجتماعی» (بندورا، ۲۰۰۹) (شکل ۱) و مدل نظری «تأثیر پذیری افتراقی رسانه»^۲ است (والکنبرگ و پیتر^۳، ۲۰۱۳). تئوری شناختی اجتماعی، یک چارچوب مفهومی عاملی فراهم می سازد که در آن تعیین کننده ها و مکانیسم تأثیر رسانه های جمعی را بر افکار و اعمال انسان توضیح می دهد. رفتار انسان اغلب به صورت روابط علی معلولی یک طرفه توضیح داده می شود. در این قالب ادراکی، رفتار یا توسط تأثیرات محیطی یا به وسیله تمایلات درونی، شکل گرفته و کنترل می شود. تئوری شناختی- اجتماعی، تعامل و عملکرد روانی- اجتماعی را در زمینه علیت متقابل سه گانه توضیح می دهد. در این نگاه تعاملی، خود و جامعه، عوامل فردی (وقایع شناختی، عاطفی و بیولوژیک)، الگوی رفتاری و وقایع محیطی، همه تعیین کننده های تعاملی هستند که به شکل دو طرفه بر هم تأثیر می گذارند.



شکل ۱: تئوری شناختی اجتماعی بندورا (۲۰۰۹)

افراد اغلب خود- توسعه، فعال، خود-تنظیم و خود-بازتاب هستند، نه اینکه فقط ارگانیسم و موجودی عکس العمل محور باشند که شکل گیرنده و تحت تأثیر عوامل محیطی یا نیروهای داخلی قرار گیرند. در

1. Bandura
2. Differential Susceptibility Media Effect Model (DSMM)
3. Valkenueg & Peter

نتیجه، عاملیت شخصی در يك شبکه جامع تاثیرات اجتماعی و ساختاری عمل می کند. در این تعاملات عامل - محور، مردم تنها محصول سیستم های اجتماعی نیستند، بلکه خود تولیدکننده سیستم های اجتماعی نیز به شمار می آیند. عاملیت شخصی و ساختار اجتماعی به عنوان تعیین کننده های مشترک در يك ساختار علی ادغام شده هستند تا يك دوگانه مجزا و جدا از هم (بندورا، ۲۰۰۹). کاربرد نظریه فوق در این تحقیق تعامل بین ساختار اجتماعی و عاملیت شخصی در استفاده از محتوای جنسی نامتعارف یا پورنوگرافی در اینترنت و فضای مجازی در بین نوجوانان و جوانان است.

مدل تاثیر پذیری افتراقی اثرات رسانه شامل مجموعه ای یکپارچه از چهار گزاره مرتبط است که روابط بین رسانه و متغیرهای غیر رسانه ای را که در نظریه های قبلی مربوط به تاثیرات رسانه مطرح شده اند، بیان می کند. مدل فوق هر پنج ویژگی تئوری های قبلی تاثیرات رسانه ای را ادغام می کند. تاثیر رسانه بر فرد به سه متغیر فوق بستگی دارد: ۱. تاثیر پذیری وضعیتی؛ ۲. تاثیر پذیری تکاملی؛ ۳. تاثیر پذیری اجتماعی.^۳

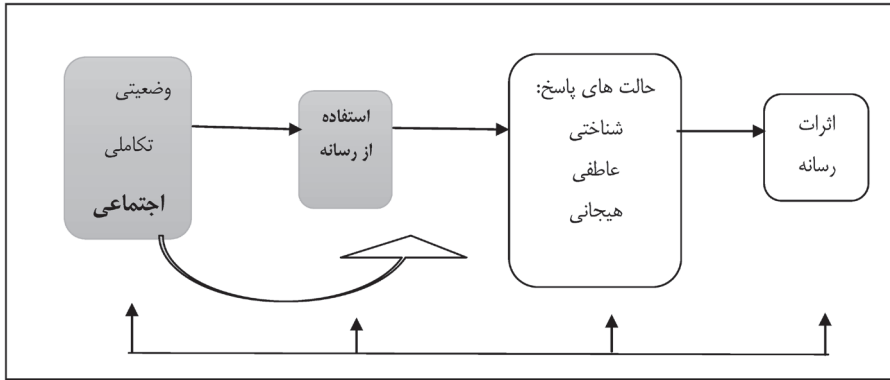
تاثیر پذیری وضعیتی به همه ابعاد مختلف فردی اطلاق می گردد که زمینه انتخاب رسانه و پاسخگویی به رسانه را در فرد فراهم می کند، از جمله: جنسیت، خلق و خو، شخصیت، شناخت (به عنوان مثال، دستخط ها و طرحواره ها)، ارزش ها، نگرش ها، باورها، انگیزه ها و حالات. برخی از این ابعاد (به عنوان مثال، شخصیت، خلق و خو) در طول زمان و شرایط، پایدارتر از سایر موارد هستند.

تاثیر پذیری تکاملی به استفاده انتخابی و پاسخگویی به رسانه ها به دلیل رشد شناختی، عاطفی و اجتماعی تعریف می شود. سطح رشد و تکامل، تعیین کننده تاثیر پذیری و استعداد استفاده از رسانه در تمام مراحل رشد در طول عمر است. با این حال، تاثیر آن در کودکی و اوایل بزرگسالی شدیدتر است و در میانه بزرگسالی و انتهای بزرگسالی کمتر می شود. در بزرگسالی، رشد به راحتی با متغیرهای وضعیتی زندگی موثر بر استفاده از رسانه مخدوش می شود (به عنوان مثال، مراقبت از کودکان، مشکلات سلامتی و عدم تحرک).

تاثیر پذیری اجتماعی در واقع همه عوامل اجتماعی است که می تواند در استفاده انتخابی از رسانه و پاسخگویی فرد به رسانه تاثیر بگذارد. اینها زمینه های اجتماعی هستند که در سطح خرد (زمینه بین فردی مثل مدرسه، کلیسا و کار) و سطح کلان (بافت اجتماعی مانند هنجارها و ارزش های فرهنگی) عمل می کنند. والدین و همسالان می توانند قرار گرفتن در معرض برخی از برنامه های تلویزیونی یا بازی ها را محدود یا تشویق کنند. معمولاً مدارس، سازمان ها یا دولت ها می توانند دسترسی به برخی از وب سایت های اینترنتی را ایجاد یا تشویق کنند. سرانجام، هنجارها و ارزش ها در یک جامعه معین ممکن است افراد را از استفاده از رسانه هایی خاص محروم یا برعکس توانمند سازند. بر اساس این مدل، تاثیرات رسانه ای غیر مستقیم است. سه حالت پاسخ رسانه ای، میانجی گر رابطه بین استفاده از رسانه و تاثیرات رسانه ای است. از بین سه نوع تاثیر پذیری در این تحقیق، تاثیر پذیری اجتماعی مورد نظر و تمرکز این تحقیق می باشد. حالت پاسخ شناختی، احساسی

1. Dispositional
2. Developmental
3. Social

و هیجانی بیشتر در مورد تاثیرات رسانه بر فرد کاربرد دارد که در این مقاله بر آنها تمرکز نمی شود- گرچه در شکل ۲ آورده شده اند.



شکل ۲: چهار جزء مدل تاثیر پذیری افتراقی اثرات رسانه (DSMM)

- اثر رسانه بستگی به سه نوع متغیر حساسیت افتراقی دارد.
- سه حالت پاسخ رسانه نقش میانجی گری رابطه بین مصرف رسانه و تاثیر رسانه را دارد.
- متغیرهای حساسیت افتراقی، دو نقش دارند؛ هم به عنوان متغیرهای پیش بین هستند و هم به عنوان متغیرهای تعدیل کننده عمل می کنند.
- اثرات رسانه، رفت و برگشتی و مبادله ای است.

بخشی از این مدل جامع که مربوط به تاثیر پذیری اجتماعی است، مبنای نظری این تحقیق قرار گرفت. از این جهت که بر اساس این مدل، یکی از مهمترین متغیرهای پیش بین استفاده از پورنوگرافی، جامعه، رسانه و مدرسه در نظر گرفته شده و فرض بر این است که شرایط فرهنگی و فضای واقعی جامعه، فضای مجازی در اینترنت و فضای مدارس به عنوان محیط اجتماعی سطح کلان و میانی می توانند نقش پیش بینی کننده و تعدیل کننده برای مصرف پورنوگرافی در اینترنت داشته باشند. به نظر می رسد هر يك از این عوامل در صورتی می تواند تاثیر پورنوگرافی در نوجوان را افزایش یا کاهش دهند که بتواند بر ابعاد شناختی، عاطفی و هیجانی نوجوانان تاثیر بگذارد. بنابراین در این مقاله نگاه تفسیری نوجوانان در مورد نقش زمینه ساز جامعه، رسانه و مدرسه در مصرف پورنوگرافی در جوانان واکاوی گردیده است.

روش شناسی پژوهش روش اجرا

جامعه این پژوهش را دختران و پسران دوره دوم متوسطه دبیرستان های دولتی و غیر انتفاعی مناطق مختلف شهر تهران تشکیل می دادند. این مطالعه کیفی از نوع اکتشافی است و با توجه به رویکرد تفسیری بنیادی^۱، روش

1. Basic Interpretive Approach

جمع‌آوری داده‌ها مبتنی بر داده‌های طبیعی (مصاحبه عمقی) - که داده‌های طبیعت گرایانه هستند - می‌باشد. هدف این پژوهش، تولید نظریه نبوده، بلکه ارائه توصیفی غنی در مورد عوامل زمینه ساز کلان و میانی ساختاری دسترسی به پورنوگرافی در جوانان مد نظر است.

روش نمونه‌گیری

نمونه‌گیری در این پژوهش، از نوع هدفمند^۲ با حداکثر تنوع بوده است. معیارهای نمونه‌گیری عبارت بودند از: گروه سنی، جنس و مناطق مختلف آموزش و پرورش که معرف تفاوت و تنوع طبقه اقتصادی-اجتماعی است. با توجه به اهمیت آموزش مصاحبه‌گران، تعداد ۲ مصاحبه‌گر خانم و پنج مصاحبه‌گر آقا با تحصیلات کارشناسی ارشد و کارشناسی در رشته‌های علوم اجتماعی طی دو جلسه دو ساعته پیرامون هدف مطالعه، نحوه مصاحبه و نکات مهم در مصاحبه عمقی مورد آموزش قرار گرفتند. به منظور درگیر شدن و غرق شدن در داده‌ها، تعدادی از مصاحبه‌ها را مجری طرح که دانشیار حوزه سلامت باروری است بنا بر سازگاری جنسیتی، خود با دانش آموزان دختر انجام داد تا با ماهیت مصاحبه‌ها، مشکلات احتمالی در انجام مصاحبه‌ها، هماهنگی مدارس و هدایت تحلیل داده‌ها از همان اولین مصاحبه آشنا شود. از مصاحبه‌گران خواسته شد تا قبل از شروع کار میدانی برای بررسی و بازخورد و اصلاح، چند مصاحبه آزمایشی انجام دهند و برای مجری طرح ارسال نمایند. لذا همه مصاحبه‌گران نمونه‌هایی از مصاحبه‌های انجام شده با نمونه‌های در دسترس پیرامون خود (دختران و پسران نوجوان) را به صورت فایل صوتی و پیاده شده برای مجری طرح ارسال نمودند تا بازخورد مناسب جهت بهبود کیفیت مصاحبه و رفع ایرادهای احتمالی صورت گیرد.

جمع‌آوری نمونه

قبل از انجام کار اصلی مصاحبه‌ها، تعدادی مصاحبه و بحث گروهی به صورت آزمایشی انجام شد تا مجری درک درستی از قابلیت اجرای طرح، مشکلات پیش رو و ماهیت مصاحبه‌ها به دست آورد. اداره آموزش و پرورش شهر تهران، پس از اطمینان از شرایط محرمانه بودن اطلاعات، مجوز انجام این طرح را در مدارس در تاریخ ۲۰ تا ۲۵ اردیبهشت ماه سال ۱۳۹۵ صادر نمود. لذا مصاحبه‌ها در طول مدت محدود ۵ روز جمع‌آوری گردید. مجوز انجام این طرح در ۴ منطقه تهران (مناطق ۴، ۵، ۶، ۱۶) که توزیع جغرافیایی مناسبی برای شهر تهران داشتند، گرفته شد. با توجه به محدودیت زمانی و مدت زمان لازم برای هماهنگی با ادارات آموزش و پرورش هر منطقه و کسب مجوز حراست، مناطق آموزش و پرورش در بین مصاحبه‌گران به نحوی تقسیم شد که در هر منطقه در هر روز یک مصاحبه‌گر خانم و یک مصاحبه‌گر آقا جهت کسب مجوزهای لازم و انجام مصاحبه‌ها مراجعه نمایند. بر اساس جدول زمان بندی شده، مصاحبه‌گران در هر روز به اداره آموزش و پرورش منطقه مربوطه مراجعه می‌کردند و پس از هماهنگی، به یک دبیرستان دولتی و یک دبیرستان غیر دولتی از مقطع دوره دوم متوسطه می‌رفتند. مصاحبه‌گران در هر منطقه از ترکیب دو جنس بودند. تیمی متشکل از یک مصاحبه‌گر خانم برای انجام مصاحبه با دختران در دبیرستان‌های دخترانه و یک مصاحبه‌گر مرد برای مصاحبه با

1. Naturalistic
2. Purposive sampling

پسران دانش آموز، چند مصاحبه عمقی در هر روز انجام دادند. بدین ترتیب که در هر کلاس از پایه های پایین، میانه و بالا تعدادی داوطلب برای انجام مصاحبه انتخاب می شد و در محل مناسب مثل کتابخانه یا اتاق مشاور، مصاحبه عمقی انجام می گرفت. اجازه ضبط صدا در مدارس داده نشد. لذا مصاحبه گران با انعطاف کامل، مصاحبه ها را یادداشت می کردند و از ضبط صدا خودداری نمودند.

نمونه ها از بین دانش آموزان در ۱۹ دبیرستان مربوط به ۵ منطقه آموزش پرورش شهر تهران (منطقه ۵، ۶، ۱۶، ۴ و ۱۳) برای مصاحبه ها انتخاب شدند. همچنین تعدادی از مصاحبه ها با دانش آموزان همین گروه سنی در خارج از دبیرستان (پارک، منزل، محل آموزشگاه های علمی) توسط مجری و مصاحبه گران انجام شد (۹ مصاحبه عمقی). تمام معیارهای محرمانگی و بی نام بودن برای اطمینان از گزارش درست و صادقانه نگرش و رفتار، در انجام مصاحبه ها در نظر گرفته شد.

ابزار در مطالعه کیفی، محقق کیفی است که در این مطالعه از مصاحبه گران آموزش دیده زن و مرد برای دانش آموزان دختر و پسر استفاده گردید و مصاحبه عمقی با استفاده از راهنمای موضوعی انجام شد. تعریف پورنوگرافی یا محتوای جنسی نامتعارف در این پژوهش، عبارت بود از: تصاویر و فیلم هایی (یا کلیپ هایی) که موجب تحریک جنسی بیننده شود. سوالاتی که بر اساس راهنمای موضوعی از نوجوانان پرسیده شد، عبارت بودند از: از نگاه شما، چرا جوانان به مصرف محتوای جنسی نامتعارف و یا پورنوگرافی در اینترنت رو می آوردند؟ نقش دوستان، مدرسه، جامعه را چگونه می دانید؟ توضیح دهید.

تجزیه و تحلیل اطلاعات

مصاحبه های یادداشت شده، تایپ شدند. تعداد ۵۴ مصاحبه عمقی پس از بازبینی توسط مجری طرح و مرور کلی جهت تحلیل آماده شدند. فایل های مصاحبه ها در نرم افزار مکس کیو دا نسخه ۱۰ وارد شد و مصاحبه ها با استفاده از توانایی نرم افزار با کدها و یا برجسب هایی بر اساس معانی ظاهری، کد گذاری باز شدند. نوع تحلیل مورد استفاده در این تحقیق کیفی، از نوع تحلیل محتوایی متعارف^۱ از نوع تراکمی^۲ بود. مصاحبه ها، کلمه به کلمه و جمله به جمله در پاسخ به سوالات پژوهش، کد گذاری باز شدند. با استفاده از نرم افزار مکس کیو دا، تعداد ۱۷۶ کد باز به ۵۴ مصاحبه عمقی در پاسخ به سوال تحقیق داده شد که ۱۵۵ کد در قالب طبقات دسته بندی شدند و بقیه در خارج از طبقات قرار گرفتند. بر اساس سوال تحقیق، کدهای باز به سبب اشتراکات مفهومی در دسته ها و طبقات مجزا در سطوح انتزاعی بالاتر قرار گرفتند که این طبقات مرتب بازنگری شد و کدها بین طبقات جابجا گردید تا نهایی شوند. کدهایی که به طور تکرار شده برای هر موضوع آمده است، نشان دهنده اهمیت و میزان اشتراک در بیان آن در بین نمونه مورد بررسی می باشد.

اعتبار و انتقال پذیری نتایج

یکی از روش های تقویت اعتبار و قدرت انتقال پذیری نتایج، مثلث سازی^۳ یا استفاده از روش های مختلف

1. Conventional
2. Summative
3. Triangulation

استخراج داده‌هاست. استفاده از مصاحبه، به همراه یادداشت‌های مصاحبه‌گران و یادداشت‌های کدگذار و تحلیل گر به تقویت اعتبار کمک کرده است. همچنین کسب نظر و دیدگاه ناظر طرح و تایید ایشان در مورد روش تحلیل و کدگذاری و طبقات در مسیر تحلیل داده‌ها انجام شد. برای نشان دادن تکرار پذیری کدهای تکرارشونده، سعی شد برای کدهای تکرارشونده، نقل قول‌های مختلف از افراد با مشخصات متفاوت سنی و جنسی و اقتصادی- اجتماعی ارائه شود.

بازبینی اعضا^۱: محقق در این تحقیق، ضمن درگیر بودن کامل با موضوع در تمام مصاحبه‌ها و ایجاد ارتباط خوب با مشارکت‌کنندگان در تحقیق، در پایان هر مصاحبه انگیزه‌ها و درون مایه‌های مرتبط با موضوع تحقیق را از مصاحبه استخراج کرد و به شرکت‌کننده بازخورد داد تا از درستی آن اطمینان حاصل شود و در صورت داشتن هرگونه مغایرت، اصلاح گردد. برای اعتماد سازی در بین نوجوانان و استخراج دیدگاه‌های درست و واقعی آنها، مصاحبه‌گران و محقق طرح تلاش کردند با ایجاد محیطی دوستانه و غیر قضاوتی، رابطه خوبی با آنها برقرار نمایند و موجب افزایش اعتبار نتایج طرح گردند.

بازتاب یا موقعیت محقق^۲: مجری طرح، بانویی عضو هیات علمی است که سال‌ها در حوزه جوانان و سلامت جنسی تحقیق و پژوهش کرده و از تسلط کافی به انجام پژوهش کیفی برخوردار است. ایشان در تمام طول تحقیق سعی کرد فرضیات و پیش فرض‌های مربوط به عوامل زمینه ساز مصرف پورنوگرافی را در حین مصاحبه و تحلیل داده‌ها و کدگذاری کنار بگذارد و نتایج را به آنها آلوده نکند. همچنین با ارائه آموزش‌های لازم به مصاحبه‌گران زن و مرد، به آنها کمک کرد که در تمام طول تحقیق از آلوده شدن نتایج به دیدگاه‌های خود مطلع باشند و نظرات و دیدگاه‌های شرکت‌کنندگان را با نظرات شخصی خود در انجام مصاحبه، آلوده نکنند و از ایجاد خطا در اعتبار نتایج بپرهیزند.

بررسی هم‌تایان^۳: به دلیل ماهیت ذهنی تحلیل و تفاوت افراد، توافق کامل کدگذاری‌ها بین افراد به طور کامل میسر نبود؛ ولی چون صحت و اجماع محققان از نحوه کدگذاری به اعتبار نتایج کمک می‌کرد، در این مطالعه، کدها و طبقات با دو نفر از پژوهشگران کیفی تحقیق در میان گذاشته شد و در مورد آنها اجماع حاصل شد. در انتخاب شرکت‌کنندگان برای مصاحبه عمقی، حداکثر تنوع در شرکت‌کنندگان با تجربیات و دیدگاه‌های مختلف به کار گرفته شد.

آزمون سنجش دقیق^۴: در کنار همه راهبردهای بالا، تمام مراحل تحقیق و تحلیل با جزئیات توضیح داده شد تا مطالعات مشابه بتوانند با مشخصات مشابه انجام شوند و نتایج از قابلیت مقایسه با مطالعات مشابه برخوردار باشند.

1. Member Check
2. Reflexivity and Researcher position
3. Peer review
4. Audit Trial

یافته‌های پژوهش

تعداد ۵۴ مصاحبه عمقی با نوجوانان ۱۵ تا ۱۸ ساله شهر تهران با مشخصات متنوع سنی، جنسی، تحصیلات والدین، اقتصادی و توزیع جغرافیایی در شهر تهران انجام شد که مشخصات جمعیت شناختی و اقتصادی-اجتماعی نوجوانان شرکت کننده در این مطالعه در جدول ۱ آمده است:

جدول ۱: مشخصات جمعیت شناختی و اجتماعی- اقتصادی نوجوانان شرکت کننده در مطالعه

تعداد	متغیر	تعداد	متغیر
	نوع مدرسه		جنس
۳۸	دولتی	۲۵	دختر
۱۶	غیر انتفاعی	۲۹	پسر
	تحصیلات مادر		تحصیلات پدر
۲	ابتدایی	۲	ابتدایی
۴	راهنمایی و متوسطه	۶	راهنمایی و متوسطه
۲۳	دیپلم	۱۹	دیپلم
۱۸	فوق دیپلم و لیسانس	۱۶	فوق دیپلم و لیسانس
۱	فوق لیسانس و دکترا	۴	فوق لیسانس و دکترا
۶	بدون پاسخ	۷	بدون پاسخ
	مناطق آموزش و پرورش در تهران		وضعیت اقتصادی
۱۵	منطقه ۴	۱	ضعیف/متوسط رو به پایین
۱۱	منطقه ۵	۲۶	متوسط/متوسط رو به بالا
۴	منطقه ۸ و ۱ و ۶	۱۴	خوب
۵	منطقه ۱۳	۳	عالی
۱۰	منطقه ۱۶	۱۰	بدون پاسخ
۸	بدون پاسخ		

با توجه به اینکه نوجوانان در میزان استفاده از اینترنت و فضای مجازی و ماهیت استفاده از آن، همچنین جستجوی فعال محتویات جنسی در اینترنت و فضای مجازی با هم تفاوت‌های زیادی داشتند، سوالی که در این مقاله واکاوی شد این بود که چه عواملی در ساختارهای کلان و میانی جامعه زمینه ساز استفاده و دسترسی به این محتوا در برخی از نوجوانان می‌شود و برعکس برخی از نوجوانان کمتر به دنبال جستجوی فعال این محتویات هستند؟

عوامل به دست آمده، بر اساس اشتراکات مفهومی به چند دسته تقسیم شدند (جدول ۲):

جدول ۲: طبقات و زیر طبقات عوامل ساختاری سطح کلان و میانی زمینه ساز مصرف پورنوگرافی توسط نوجوانان

زیر طبقات	طبقه اصلی	حیطه	
● باز شدن و رها شدگی افسار گسیخته در جامعه (۴۰) ● بسته بودن و محدودیت در جامعه (۲۱)	۱. پاراداکس یا تضاد ارزش های جنسی در فضای واقعی جامعه (۴۰)	فضای واقعی جامعه	عوامل ساختاری سطح کلان
● ضعف فرهنگ سازی در جامعه از طریق رسانه ملی (۷) ● انتشار هدفمند محتوای جنسی نامتعارف گاه با اهداف سیاسی (جنگ نرم) (۸)	۲. ناهماهنگی بین هجوم فرهنگی نرم و تلاش های رسانه ملی در جهت ارتقای سواد رسانه ای	فضای مجازی و رسانه	
● نمادهای محرک و مشوق برای بازدید از لینک های خارج عرف ۱۸+ (۱۸) ● مواجهه ناخواسته و اجباری (۲۰) ● دسترسی راحت (۲۱) ● جذابیت (۷)	۳. ساختار هدفمند و هوشمند فضای مجازی و اینترنت برای جذب مخاطبان به محتوای جنسی نامتعارف (۶۶)		
● ضعف آموزش و کیفیت آن در مورد سواد رسانه ای در مدارس (۱۹) ● ضعف مشاوره قابل اعتماد پذیری در مدارس (۸)	۴. ناکارآمدی مدارس در توانمندسازی جوانان در رسانه و آموزش سواد رسانه ای در حوزه آسیب های جنسی (۳۴)	سیستم آموزشی	عوامل ساختاری سطح میانی

عوامل ساختاری سطح کلان

در حیطه ساختاری، برخی طبقات و زیر طبقات عوامل زمینه ساز استفاده از پورنوگرافی در جامعه استخراج گردید:

۱. پارادوکس یا تضاد ارزش های جنسی در فضای واقعی جامعه

از نگاه نوجوانان، ترکیبی از رها شدگی افسار گسیخته در جامعه در عین حال محدودیت های هنجاری و قانونی در جامعه منجر به نوعی تضاد ارزشی در نسل جوان شده است که از نظر ساختاری زمینه ساز گرایش جوانان و نوجوانان به محتوای نامتعارف جنسی یا پورنوگرافی در اینترنت و فضای مجازی می گردد. این دو عامل، مهمترین دلایل ساختاری در جامعه استخراج شد. هرچند تعداد محدودی از نوجوانان انتشار و توسعه این محتوا را در اینترنت با اهداف جنگ نرم و اهداف سیاسی بیان کردند.

یکی از دلایلی که نوجوانان برای مواجهه فعال با محتویات جنسی در اینترنت آوردند، فضای بازتر جامعه

در برخورد با برخی مسائل اجتماعی نسبت به گذشته بود. به اعتقاد آنها، بسیاری از سخت گیری های گذشته در تعامل با جنس مخالف در جامعه و نحوه پوشش زنان و مردان و مدل مو و غیره کم رنگ شده است و به نظر برخورد با این نوع رفتارها، سهل گیرانه تر شده است. همچنین به نظر آنها، تحمل برای تنوع رفتارها و پوشش ها افزایش یافته است. پسری ۱۷ ساله از دبیرستان دولتی منطقه ۴ در این مورد اینگونه گفت:

«الان فضا خیلی بازتره دیگه... مثلا اون دوران عوض شده دیگه. الان مثلا با بیست سال پیش همیشه مقایسه کرد. مثلا بابام بهم می گفت بیست سال پیش اگر با تیشرت می رفتی بیرون، میومدی آستینتو رنگ می زدن. یا مثلا موهات بلند بود، میومدن کوتاه می کردن. مرد بودی... الان خیلی فرق کرده. جامعه خیلی بازتر شده...» همچنین نبود محدودیت برای تبلیغات در فضای مجازی و اینترنت برای تحریک حس کنجکاوی افراد در مورد مسائل جنسی است که قبلا» این نوع تبلیغات به این شکل گسترده وجود نداشت. حتی تبلیغ برای اینترنت پرسرعت به طور غیر مستقیم تبلیغی برای مشاهده راحت تر فیلم است که جوانان را تشویق به خرید اینترنت پرسرعت می کند. اکنون دسترسی به اطلاعات برای همه بدون هیچ محدودیتی در اینترنت وجود دارد. به عنوان نمونه، هیچ تضمینی وجود ندارد که مجردان از آموزش های جنسی که مخصوص متاهلان است، استفاده نکنند. لذا دسترسی راحت به این فضای باز برای همگان ایجاد شده است. دختری ۱۸ ساله از مدرسه دولتی منطقه ۱۶ در این مورد می گوید:

«تو کانال های مرتبط هست. بیشتر روابط زناشویی هست. عکس، فیلم مثلا برای تبلیغ می زنن زن لخت تو اسلام شهر، اما تو کانال می بینی این چیزا نیست؛ یعنی بیشتر برای تبلیغ و جذب افراد می نویسن. من الان کانال بازیگران ایرانی هم میرم از هر صد تا عکس بازیگر، ۸۰ تا تبلیغ های جنسی است. شاید یکی دو تاش تبلیغ رژیم ها و زیبایی و تناسب اندام و اینا باشه.»

این باز شدن فضای جامعه و فضای مجازی، متعاقب دسترسی گسترده به اینترنت و فضای مجازی در بستر جامعه ای شکل می گیرد که به طور تاریخی و سنتی و فرهنگی دارای محدودیت ها و تابوهای زیادی بوده است. لذا این باز تر شدن و دسترسی افسار گسیخته به محتویات فضای مجازی نوعی کنجکاوی تشدید شده در جوانان ایجاد کرده است. دختری ۱۷ ساله از دبیرستان دولتی منطقه ۱۳ در مورد تفاوت جامعه ایران یا جوامع دیگر به علت تغییر فضای جامعه این چنین می گوید:

«... تو ایران یه دفعه این چیزا باز شده؛ یعنی محیط بسته بود بعد یک دفعه باز شد و فرهنگ غربیا هم که اومد تو کشور باعث شده که فضا باز بشه و همه یه دفعه تشنه بشن و رابطه جنسی یا این چیزها و بخصوص ارتباط با جنس مخالف.»

بنابراین، تلاقی دو پدیده و همزمانی هنجار محافظه کارانه جنسی با هنجارهای آزادتر جنسی در فضای مجازی و فضای واقعی، نوعی دوگانگی و پارادوکس در جوانان ایجاد می کند و خود می تواند زمینه ساز جستجوی بیشتر این محتوا در فضای مجازی شود.

● باز شدن و رها شدن افسار گسیخته در جامعه

نحوه پوشش زنان عاملی تحریک کننده برای جوانان

یکی از عوامل محرک برای جستجوی موضوعات جنسی در اینترنت، نحوه پوشش آزاد برخی زنان در جامعه بیان شد که موجب تحریک پسران برای این موضوعات می‌شود- هرچند برخی دیگر این تغییر در پوشش زنان را معلول فضای مجازی و اینترنت دانستند. تفکیک اینکه تغییر در نوع پوشش معلول دسترسی به اینترنت و فضای مجازی و هنجار آزاد در این فضا است و یا خود علت این پدیده است، خیلی سخت بود. پسری ۱۷ ساله از مدرسه غیر انتفاعی منطقه ۸ اظهار داشت:

«..... خب الان مثلا همینجا. دم بازار دوم که بری، تحریک میشی و باید جای دیگه خودتو خالی کنی! دم همین بازار دوم، ماشالله آن قدر وضعیت دخترا خوبه که آدم تحریک میشه. دیگه بیرون نمیتونه بیاد کاری کنه...!»

در واقع در فضای واقعی، زمینه تحریک و کنجکاوی با نوع پوشش محرک دختران ایجاد می‌شود و پسران بیشتر در این مورد در فضای مجازی جستجو می‌کنند. دختری ۱۸ ساله از دبیرستان دولتی منطقه ۱۶ در این مورد گفت:

«بعضی از دخترا با وضعی که میان بیرون و بی حجاب و آرایشی که دارن، پسرها را تحریک می‌کنن و همین باعث میشه بیشتر برن سمت این چیزا تو اینترنت یا بیرون. بیشتر همین دخترا باعث میشن پسرها به این راه ها برن.»

حتی دختران هم با نگاه انتقادی، نوع پوشش باز زنان را عاملی برای تحریک پسران و تشویق برای دنبال کردن موضوعات جنسی در اینترنت و فضای مجازی دانستند.

شیوع بالای رفتارهای جنسی در بین همسالان به علت تغییرات ارزشی حوزه ازدواج

یکی از باورهای که در بین برخی جوانان وجود داشت و ارتباط آن با مصرف پورنوگرافی دیده شد، همه گیر بودن ارتباط دوستی با جنس مخالف در بین همسالان بود که موجب تشویق آنان به جستجوی موضوعات جنسی و ارتباطات مجازی با جنس مخالف در فضای مجازی و اینترنت می‌شود. پسری ۱۶ ساله از دبیرستان غیر انتفاعی منطقه ۵ در مورد شیوع روابط قبل از ازدواج در بین جوانان این طور گفت:

«رابطه جنسی که همه جا هست حتی من دوستانم را که می‌بینم رابطه دارن.»

وقتی محقق از او می‌پرسد منظورت رابطه جنسی است، اظهار بی اطلاعی می‌کنه ولی در مورد رابطه دوستی با جنس مخالف اطمینان دارد:

«نه جنسی را نمیدونم. منظورم اینه که دوست پسر دارن.»

همچنین دختری ۱۶ ساله از دبیرستان دولتی منطقه ۱۶ گفت:

«من بیشتر دوستانم اینطوری هستن (رابطه جنسی دارن) کسی مثل خودم پیدا نمی‌کنم. خیلی کم دیدم.

شاید دو سه نفر بودن که این کار را نمی‌کردن. همه دارن. کسی نیست که بگه من نیستم.»

به عقیده تعداد اندکی از نوجوانان، انگیزه ازدواج در پسران خیلی کم شده است، در حالی که در دختران

این انگیزه بیشتر است، ولی مورد مناسب ازدواج در دسترس نیست و زمانی که دختران امیدی به ازدواج خوب ندارند، تن به روابط جنسی قبل از ازدواج می‌دهند. دختر ۱۸ ساله از دبیرستان دولتی منطقه ۱۳ در مورد افزایش سن ازدواج و مضیقه ازدواج برای دختران علی‌رغم تمایل به ازدواج در آنان این چنین گفت: «بله ازدواج که دیگه سنش رفته بالا. اصلا دیگه کسی نمیداد ازدواج کنه. تمایل تو دخترا زیاده، ولی اون کسی که می‌خوان نیست.»

در واقع زمانی که دختران از ازدواج ناامید شوند، ممکن است به دنبال ارتباطات خارج ازدواج و قبل از ازدواج تمایل پیدا کنند. همین دختر در این مورد چنین گفت:

«... معلومه که ازدواج برای دخترا مهمه. برای هر کسی ازدواج خوب مهمه، ولی شاید آدم ناامید بشه از ازدواج خوب و اونجا دیگه تن بده.»

این تحولات ارزش‌های جنسی می‌تواند عاملی برای جستجوی بیشتر فضای مجازی و اینترنت در مورد موضوعات جنسی و ارتباطات با جنس مخالف باشد.

● بسته بودن و محدودیت در جامعه (۲۱ مورد)

به نظر می‌رسد بسته بودن جامعه، از یک سو و تلاقی آن با فضای آزاد مجازی و اینترنت، از سوی دیگر باعث می‌شود که جوانان از طریق فضای مجازی و اینترنت بتوانند تا حدودی هیجانات جنسی جمع شده و محدود شده خود را تخلیه کنند. تقریباً نیمی از نوجوانان معتقد بودند به علت اینکه تعامل با جنس مخالف در ایران همیشه در خانواده و جامعه از محدودیت زیادی برخوردار بوده، نوجوانان بیشتر گرایش دارند که با باز شدن فضای مجازی و اینترنت به سراغ محتویات جنسی و رابطه با جنس مخالف بروند. در واقع محدودیت‌ها را به گرایش بیشتر برای تجربه کردن ربط دادند. به عنوان مثال، پسر ۱۶ ساله از مدرسه غیر انتفاعی منطقه ۱۶ در مورد تاثیر امر و نهی و محدودیت‌های شدید در تعامل با جنس مخالف و نقش معکوس آن در گرایش به جنس مخالف و جستجوی مسائل جنسی در اینترنت این گونه توضیح داد:

«وقتی به یکی میگن یک کاری رو نکن، مسلماً اون کار رو می‌کنه یا حداقل ترغیب میشه که اون کار رو بکنه. یک سری محدودیت‌های شاید اضافی تر در حال حاضر جامعه ما یا اصلاً نحوه تربیت بچه‌های ما تویه این جامعه هست؛ یک سری محدودیت‌های زیاد از حدی که مثلاً شخص تا وقتی نرفته دانشگاه، با هیچ دختری صحبت نکرده. این یک چیز عادیه که بخوای با یکی صحبت کنی که از جنس مخالف باشه. الان متأسفانه تا اونجایی که من میدونم خیلی خانواده‌ها هستن که بچه‌ها رو میترسونن یا میگن اصلاً اجازه نداری این کارو بکنی. مسلماً شخصی که اینطوری بشه، همون قضیه است که میگن نکن... نکن... بعد بیشتر ترغیب میشه بره این کار رو بکنه.»

دختر ۱۵ ساله از دبیرستان دولتی در مورد نقش تربیتی خانواده‌ها برای تعامل با جنس مخالف در کودکی و ایجاد نوعی تشنگی در نوجوانی در مورد جنس مخالف، این چنین گفت:

«البته به نظرم اگه رابطه دختر و پسر عادی بود، دیگه این مشکلات به وجود نمیومد؛ یعنی آن قدر جنس مخالف جذاب و پیچیده نبود، دیگه اینا طرفش نمیرفتن. باید از اول آن قدر این مسئله را مهم و پیچیده نشون

ندن تو خانواده ها. آن قدر این مسئله چیز عجیبی نباشه. آگه از اول که کوچیک هستن با هم ارتباط داشته باشن، شاید بزرگتر که شدن آن قدر برای هم جالب نباشن.»
در واقع از نگاه برخی نوجوانان، محدودیت های شدید در خانواده و جامعه موجب کنجکاوای بیشتر می شود.

در ابعاد کلان نیز محدودیت های موجود در جامعه از نگاه نوجوانان موجب کنجکاوای بیشتر برای موضوعات جنسی می شود. آنها حتی محدودیت ها و برخوردهای قانونی که در جامعه از نظر کنترل حجاب وجود دارد، را به گرایش جوانان به سمت محتوای جنسی در اینترنت ربط دادند؛ به طوری که پسری ۱۷ ساله از دبیرستان غیرانتفاعی در منطقه ۴ گفت:

«آقا مثلا گشت ارشاد میاد خانوم های بد حجاب رو میگیره! درسته. خب مسلما اون کسی که مثلا از بیرون از یه دید دیگه داره نگاه میکنه، میگه ایشون یه عقیده ای داره، ایشون یه فکری داره. همه آدما که نباید مثلا چادری باشن یا مثلا حجاب کامل داشته باشن. هرکسی یه عقیده ای داره، هرکسی یه زندگی ای داره. مثلا کسی هم بوده که به اجبار حتی یه شال نازک آنقدی هم انداخته رو سرش که فقط از زیر فیلترها یا صافی های گشت ارشاد اینا رد شه.»

پسر ۱۵ ساله از دبیرستان غیر انتفاعی منطقه ۱ چنین گفت:

«اونجا که شاید حتی یه قدم پامون رو از مرزش بذاریم اونور، هزار نفر بیان بگن اونجا مرز کفاره و اونجا جهنم و برزخ هستش و از این داستان ها، ببینید من اونجا رو از نزدیک لمس کردم. اونجا نه خبری از این فسادها هست، نه این که نباشه ها ولی به این مشهودی نیستش و برای مردم مثلا همین بحث اینترنت، اونجا اینترنت خیلی عالی بود و همه استفاده می کردن. همه جا در دسترس بود. خب اینجا میان برای این که مردم نرن سمتش، میگیرن مردم رو؛ یعنی سرعت اینترنت رو کم میکنن، هی اینو فیلتر میکنن، اونو فیلتر میکنن.»

در ادامه در مورد تجربه خودش در سفری به خارج از ایران توضیح داد و تاثیر سرعت اینترنت و نبود محدودیت در دسترسی به اینترنت پرسرعت در خارج و وجود محدودیت در ایران را این چنین توصیف کرد:
«این تنها عاملش نیست، ولی به نظرم خیلی تاثیر داره. من روز اولی که اومدم پامو گذاشتم تو فرودگاه اونجا، خب یه اینترنت خیلی خوبی به گوشیم وصل شد. من تا دو روز سرم رو از توی گوشیم بیرون نمی آوردم. همش برو اینو دانلود کن، اونو دانلود کن، اون آهنگ رو میخواستم، اون فیلم رو میخواستم. بعدش عادی شد. ولی وقتی که میخوای مثلا یه سروری میاد یه اینترنت خیلی خوبی ارائه میده.... سریع میان اون سرور رو قطع میکنن، مردم لج میکنن. یه جوری میشه گفت که مثلا عقده ای میشن. مثلا ایرانی هایی که اونجا باهاشون در ارتباط بودم، خیلی ها می اومدن می گفتن که پسر من میاد ایران یه جوری میشه! میگه که خب چرا؟ مگه من میخوام چیکار کنم! با اینترنت که اینجور میکنن؟ حالا فرق میکنه آدمی که ذهنش آلوده باشه با این اینترنت این کار رو میکنه با اون اینترنت هم، این کار رو میکنه ولی به نظر من مسئله مهمیه.»

دختری ۱۷ ساله از دبیرستان دولتی منطقه ۱۶ در مورد نتیجه عکس محدودیت های اجتماعی چنین گفت:
«تو جامعه هم همینطور. آگه خیلی فشار باشه، فساد هم بیشتر میشه. مثلا از وقتی که گشت ارشاد زیاد شد،

بی‌حجابی هم بیشتر شد؛ یعنی هیچ تأثیری تو کم شدن فساد نداشته که بیشتر شده.»
برخی نوجوانان انتقال رفتارهای جنسی از فضای واقعی و بیرونی جامعه به فضای خصوصی را ناشی از محدودیت‌های حوزه عمومی دانسته و تأثیر معکوس محدودیت و اجبار را یادآوری کرده‌اند. به عنوان مثال دختری ۱۸ ساله، از مدرسه دولتی منطقه ۱۳ گفت:

«مثلاً جامعه ما به جامعه اسلامی. آن قدر بستنش که... آگه مثلاً به جایی بود که بتونن خودشونو ارضا کنن، آن قدر به فکر این چیزا نبودن. الان اگر دختره اصلاً نخوادم با پسره کاری انجام بده، پسره میگه آگه می‌خوای با من باشی باید این کار را انجام بدی؛ اینجوری شده جامعه. بیشتر دوستی‌ها دیگه تو تلگرام و اینترنت و آن لاین شده یعنی تو خیابون دیگه کمتر کسی به کسی گیر میده. بیرونم که بخوای بری یا با گشت ارشاد طرفی یا با اینکه بابات زنگ میزنه کجایی. همش تحت فشاری. می‌خوای بیرون بری، آن قدر استرس می‌کشی که کوفت میشه؛ یعنی آزادی اصلاً وجود نداره. گشت ارشاد هست الان خیلی. الان بیشترم شده. پشت ماشینم بشینی، ماشین را میزنن کنار تا تپیت را نگاه میکنن. آگه بد باشه، جریمت می‌کنن. پررو بازی هم در بیاری، ماشینت را می‌خوابونن. بله. دیگه الان همه را دارن می‌کنن تو خونه. آره پسر و دخترا آگه اکیبی با هم برن بیرون، بهشون گیر میگن که شما با هم چه صنمی دارید. نباید این طوری باشه، چون جامعه وقتی توش زور باشه، معلومه قبول نمی‌کنن. مگه این رضاشاه نبود که میخواست به زور چادر را از سر زنها بکشه، قبول نمی‌کردن. الانم به زور دارن چادر می‌کنن سر مردم. تلویزیون که اصلاً خوب نیست. من خودم فقط ماهواره میبینم، فیلم‌های ترکیه‌ای و هالیوودی را می‌بینم. اصلاً خوشم نمیاد از تلویزیون.»

با توجه به دیدگاه تعدادی از نوجوانان در مورد اثر معکوس اجبار و محدودیت در جامعه بر رفتارهای نوجوانان می‌توان گفت که اجبارها موجب محدودیت‌های اجتماعی می‌شوند و در نتیجه، روابط در فضای مجازی راحت‌تر و بیشتر شکل گیرد.

جوانان جدایی جنسیتی در مدارس ایران، محدودیت‌های اعمال شده توسط والدین از دوران کودکی بدون اطلاع رسانی صحیح و اصولی در مورد فضای مجازی و اینترنت و روابط با جنس مخالف، محدودیت‌های سلبی در جامعه مانند گشت‌های ارشاد و... را با گرایش بیشتر جوانان به فضای مجازی و اینترنت برای مواجهه با موضوعات جنسی و ارتباط با جنس مخالف ربط دادند. جالب این است که بخصوص جوانانی که خیلی نگران آبرو و حیثیت خود در خانواده و جامعه هستند، با استفاده از فضای مجازی می‌توانند به خواسته خود بدون نگرانی برسند.

۲. ناهماهنگی بین هجوم فرهنگی نرم و تلاش‌های رسانه ملی در جهت ارتقای سواد رسانه‌ای

● ضعف فرهنگ سازی در جامعه از طریق رسانه ملی

نبود فرهنگ سازی، فقدان سواد رسانه‌ای و کم‌کاری رسانه ملی از مواردی بود که تعداد معدودی از نوجوانان به عنوان علل گرایش جوانان به سایت‌های غیر اخلاقی به آنها اشاره کردند. پسری ۱۸ ساله از مدرسه دولتی منطقه ۴ در مورد نبود فرهنگ سازی در ایران اینگونه گفت:

«فرهنگ سازی نشده. این چیزارو تو خارج از کشورم داریم، تو اروپا هم داریم تازه با کیفیت خیلی بالاتر.»

کسی که آگه خیلی داغون باشه میره سمتش، ولی خب خلیام نمیرن سمتش؛ یعنی یه چیزایی تو جامعه عادی شده. مثلا رابطه دختر و پسر یه ذره عادی، آن قدر گیر نمیدن. آن قدر فرهنگشون رفته بالا که سمت هر چیزی نمیرن. فرهنگ سازی نشده.»

از نبود جذابیت رسانه ملی نیز به عنوان عاملی برای گرایش جوانان به فضای مجازی و اینترنت یاد شده است. آنها کم کاری صدا و سیما جمهوری اسلامی را مسئول برخی رفتارها دانسته‌اند؛ به طوری که نمایش برخی فیلم‌ها را در صدا و سیما مشوقی برای جستجوی این مطالب در اینترنت دانستند- اینکه فیلم‌های سانسور شده‌ای را نشان می‌دهد که افراد را تشویق به دانلود فیلم اصلی می‌کند. پسری ۱۷ ساله از مدرسه دولتی منطقه ۴ گفت:

«به نظرم تو جامعه ما اصلا چیز بازدارنده‌ای وجود نداره. همه چیز تشویق کننده است. حتی تلویزیون جمهوری اسلامی ایران هم تشویق کننده است با این فیلمای خارجی که نشون میده.»

حتی سایت‌های جایگزین و جذاب برای جوانان که بتواند اطلاعات درستی به نوجوانان بدهند به اندازه کافی وجود ندارند. پسری ۱۷ ساله از مدرسه غیر انتفاعی منطقه ۱۶ گفت:

«یعنی نگاه کنید توی یک سایت سکسی و جنسی، همه مباحث هست؛ اما یک سایت درست و درمون واسه جوونا - مثلا سایتی که جوونا رو نصیحت کنه، آگه نصیحت نمیکنه مسائل دینی رو درست و درمون به جوونا بگه - نیست!»

در واقع کم کاری مسئولان آموزشی در این حوزه، گویا عرصه را برای فعالیت این سایت‌ها و محتوای نامتعارف کاملاً باز گذاشته بدون اینکه هیچ فعالیت قوی آموزشی در جهت مخالف صورت بگیرد.

به اعتقاد برخی، حتی سیستم امنیت کشور می‌توانست با استفاده از سیستم قوی فیلترینگ جلوی خیلی از سایت‌ها و مطالب غیر اخلاقی را بگیرد؛ چنانچه مثالی از تجربه در آمریکا زده شد. پسری ۱۷ ساله از مدرسه غیر انتفاعی منطقه ۱۶ در مورد ضعف ساختاری در مورد فیلترکردن چنین گفت:

«الان اگر هم فیلتر کنن، اینهمه فیلتر شکن هست که همه دارن استفاده میکنن. خب دیگه نباید ایران آن قدر ضعیف باشه...! الان تو آمریکا آن قدر سایتاشون قویه که فیلتر شکن و هات اسپات کار نمیکنه! مثلا نگاه کن سایت بورس رو که یه پسر ۱۶ ساله ایرانی حک کرده بود. ما الان یه فامیل داریم آمریکا ازش پرسیدم وضعیت سایتا چطوره؟ گفتش آن قدر امنیتش بالاست که حتی سایتای سکسی بالا نیامد... تموم سایتاشون امنیتش بالاست نه فیلتر کار میکنه نه هیچی!»

در تایید این موضوع دختری ۱۷ ساله از مدرسه دولتی گفت:

«مثلا چند سال پیش ایران اومد اینارو فیلتر کنه، ولی باز اون کانال‌ها باقی موندن. با قفل شکن و فیلتر شکن می‌شه این کانالها را باز کرد؛ یعنی به امید خودش فیلتر کرده؟»

در این اظهارات یک دوگانگی به چشم می‌خورد. از یک سو جوانان، علت گرایش خود به این سایت‌ها را محدودیت در جامعه و خانواده می‌دانند و از سوی دیگر، پیشنهاداتی مبنی بر محدود کردن دسترسی به این سایت‌ها را می‌دهند به نظر دو نوع رویکرد متقابل و متضاد فکری در جریان است. این پارادوکس و دوگانگی

در تفسیر نوجوانان در علل زمینه ساز دسترسی به محتوای جنسی خارج عرف در جوانان از مشخصات بارزی است که لازم است در تحلیل ها در نظر گرفته شود.

● انتشار هدفمند با اهداف سیاسی (هجوم فرهنگی نرم یا جنگ نرم) (۸ مورد)

تعداد محدودی از نوجوانان دارای گرایشات مذهبی اعتقاد داشتند که این فعالیت ها در فضای مجازی و اینترنت برای دسترسی جوانان به مضامین جنسی، به صورت سازماندهی شده و هدفمند با اهداف سیاسی است. در واقع آن را نوعی جنگ نرم معرفی کردند که با اهداف سیاسی صورت می گیرد. پسری ۱۸ ساله از مدرسه دولتی منطقه ۱۶ گفت:

«.... بالاخره کشورهایی که مخالف ما هستند، این سایتا و فیلمارو میسازن که جوونا رو منحرف کنن. خب وقتی جوان توی این شبکه ها میره، تحریک میشه مثلاً توی این سایتا بره....»
وقتی علت را از او جویا شدیم، گفت:

«خب میدونن توی جنگ سرد موفق نمیشن. منظورم اینه میخوان بچه هارو گرایش بدن به خلاف شریعت و منحرفشون کنن دیگه و اسلامو از بین ببرن. اون موقع که امام خمینی اومد انقلاب کرد، همه جوونای ما اعتقاد به غیرت و میهن داشتن به اسلام داشتن. اون موقع فضای کشور هم بدتر بود، ولی چی؟ اون موقع کشورهای خارجی هم نمیتونستن تحریکشون کنن. بعد که دیدن نمیتونن از راه سلاح وارد بشن، جنگ نرم راه انداختن. ببین، اصل کار دشمن ماست. اینجا هدف اونا اسلامه ماست. درسته؟؟ هرکی جلو دینشه دیگه!! تظاهرات ما واسه دین ما بوده. این دشمنان هستن که نمیخوان دین مارونق داشته باشه. میخوان ما مثل اونا بی دین باشیم. میخوان حالا که از طریق سلاح نمیتونن، این طوری بیان جوونای مارو که آینده سازن رو بگیرن.»

به اعتقاد این نوجوانان، غرب در تلاش است که ناتوانی در جنگ نظامی را با جنگ فرهنگی جبران کند. همچنین برخی از نوجوانان با نوعی خود آگاهی و نگاه انتقادی نسبت به محتوای رسانه ها، این نوع محتوا را محصولی خاص برای کشورهای توسعه نیافته دانسته اند که برای کشورهای دیگر با هدف تخدیر اذهان جوانان ساخته اند. پسری ۱۷ ساله از مدرسه غیر انتفاعی منطقه ۱۶ چنین گفت:

«ببین تو آمریکا به او با ما گفتن فیس بوک داری؟ او گفتش من یک گوشی ساده دارم واسه تماس با خانواده همین. بعد بهش میگن پس چرا اینارو ساختید؟ میگه واسه دشمنامون! یا مثلاً بایکی از سایتای جنسی صحبت کرده بودن. گفته بود ما اینارو برای دشمنامون میسازیم. بعد بهش گفته بودن میزاید بقیه اینارو ببینن؟ طرف قاطی کرده بود که نه به هیچ عنوان. فقط برای دشمنامون میسازیم. اینا بالاخره مرتبط با غربه دیگه که میخوان ذهنو درگیر کنن. همین فرد قبل از او با ما که بوش بود میگفت که باید از طریق ذهن مردم و تغذیه شون نه از طریق احکام و مسائل شرعی شون عمل کرد.»

دختری ۱۸ ساله نیز تولید محتوای جنسی نامتعارف را هدفمند و برای تاثیرگذاری منفی بر نسل جوان دانسته و گفته است:

«....به نظر من کسی که به همچین کانال یا گروهی را درست میکنه، انگیزش خراب کردن فکر و ذهن جوان هاست، چون یه آدم عادی دنبال این نیست که وقت، فکر و هزینه شورا بذاره برای تبلیغ این گروه های

مبتذل توی تلگرام یا اینستاگرام. مطمئنا کسی پشت اینهاست که تصمیم داره فکر ما را به سمت این مطالب سوق بده تا از مشکلات جامعه یا مسائلی که باید سرگرممون کنه و دغدغه ما باشه، دور بشیم.»

اگرچه این مورد موضوع مهمی بود، ولی فقط توسط ۸ نوجوان مطرح شد که نشانگر این است که سهم کمی از نوجوانان به اهداف زمینه‌ای این نوع محتوا با نگاه نقادانه می‌نگرند. از این رو، این موضوع نیازمند کار فرهنگی و آموزش سواد رسانه‌ای به نوجوانان و اندیشیدن به انگیزه‌های سازنده‌های چنین محتوای نامتعارف جنسی است.

۳. ساختار هدفمند و هوشمند فضای مجازی و اینترنت برای جذب مخاطبان به محتوای جنسی نامتعارف (۶۶ مورد)

● نمادهای محرك و مشوق برای بازدید از لینک‌های خارج عرف ۱۸+ (۱۸ مورد)

نماد ۱۸+ در واقع برای تحریک کاربر برای بازکردن لینک مورد نظر به کار می‌رود. نوجوانان معتقدند که این نماد، انگیزه و کنجکاوی را برای دیدن لینک مورد نظر افزایش می‌دهد و گاه اصلا موضوع لینک مربوطه جنسی نیست و فقط یک شگرد برای افزایش بازدید کننده است. برخی نوجوانان علت این کنجکاوی را بسته بودن جامعه و ندانستن اطلاعاتی دانست که جوانان تشنه آگاهی از آنان هستند. در واقع نوعی شگرد برای وسوسه کردن نوجوانان و افراد است که در آن عکس‌ها، فیلم‌ها و داستانک‌های جنسی گذاشته می‌شود. پسری ۱۸ ساله از دبیرستان دولتی منطقه ۴ در مورد علامت مثبت ۱۸ گفت:

«بیشتر مطلب‌هایی که می‌زنن ۱۸+، اصلا الکیه و ۱۸+ نیست. بیشتر تحریکمون میکنه که دنبالش بریم و آدم هم که کلا کنجکاوه...»

در واقع این علامت، راهکاری برای جذب کاربر برای مشاهده سایت و ایجاد کنجکاوی است. او همچنین گفت:

«قبلا معنی ۱۸+ این بود که مطلب مهمیه و حتما بخونید، ولی الان بیشتر یعنی مطالب جنسی است که این علامت رو داره و اصولا داستانی طولانیه درباره رابطه دختر و پسر یا عکس و فیلم و جک‌های ۱۸+.»

دختری ۱۸ ساله در این مورد اینگونه توضیح داد:

«... خیلی وقتها وقتی تو به کانالی هستم مثلا کانال دانلود آهنگ و اینا می‌بینم تبلیغ یه کانالهایی رو میکنه با نام مثبت ۱۸ که معمولا عکسهای مستهجن و نامناسب داره. مردم کنجکاو میشن...»

● مواجهه ناخواسته و اجباری «تله لینک‌های غیر اخلاقی» (۲۰ مورد)

ماهیت فضای مجازی و اینترنت به گونه‌ای است که به طور ناخواسته افراد را وادار به دیدن موضوعات غیر اخلاقی می‌کند. حتی افرادی که به طور فعال به جستجوی این مطالب نمی‌پردازند، اینترنت آنها را در «تله‌هایی» گیر می‌اندازد که مجبور به باز کردن لینک‌های غیر اخلاقی می‌شوند. به عنوان نمونه، برای دانلود آهنگی خاص نیاز به عضویت در کانالی خاص است که پس از عضویت، متن‌ها و فیلم‌های غیر اخلاقی را در دسترس قرار می‌دهند. در واقع نوعی اجبار در مواجهه اتفاق می‌افتد. حتی برخی نوجوانان می‌گفتند که در سایت‌های معمولی مثل آموزش پرورش هم که می‌خواهیم برویم، بعضی اوقات با موضوعات غیر اخلاقی

مواجه می شویم. بیشتر این مطالب در قالب تبلیغات است. برخی از این فیلم ها را حتی نمی توان به راحتی بست و گویا شما را مجبور می کند تا فیلم را تا انتها ببینید. در واقع نوعی هوشمندی در دسترسی به این مطالب وجود دارد تا در دسترس همه قرار گیرد. برخی نوجوانان که عضو برخی گروه های شبکه های مجازی بودند نیز اظهار می داشتند حتی وقتی خودشان گروه را ترک و یا بلوک می کنند، مجدد آنها را عضو می نمایند و این گونه مطالب غیر اخلاقی را برایشان ارسال می کنند.

به عنوان مثال، پسری ۱۸ ساله از دبیرستان دولتی منطقه ۴ گفت:

«مثلا جدیداً به چیزی رو مد کردن که وقتی میخوای بری به چیزی رو دانلود کنی - به آهنگی رو - ارجاعت میده به کانالی تو تلگرام که باید عضو بشی. من یکی دوبار فکر کردم باید اول کاناله رو عضو شم بعد دانلودش کنم. کاناله رو عضو شدم و دیدم متن ها و عکسهای شر و ور و شهوانیه.»

در واقع کاربر اینترنتی به شکلی غیر منتظره و ناخواسته، با این نوع محتوای جنسی مواجه می شود که به طور هوشمند، رهایی از آنها دشوار می باشد و فرد ناچار به دیدن و دانلود عکس یا فیلم است. در مورد هوشمندی این نوع تبلیغات برای اجبار کاربر برای تماشای محتوای جنسی، دختری ۱۸ ساله از مدرسه غیر انتفاعی منطقه ۴ گفت:

«حتی به فیلم می ذاره که همه چیز را توضیح می ده و امکان نداره که نصفه نیمه تموم بشه. حتی در شکل سه پارت هم دیده می شود. در مورد متن ها هم همینطور. داستان هایی را می نویسند و زیرش نوشته می شود داستان شماره یک، دو و ...»

لذا ساختار هوشمند فضای مجازی و اینترنت ماهیتی ویژه برای جذب و اجبار مخاطب به مصرف محتوای نامتعارف جنسی را داراست که زمینه ساز دسترسی و مصرف این نوع محتوا در نوجوانان می شود.

● دسترسی راحت (۲۱ مورد)

یکی از عوامل زمینه ساز ساختاری، دسترسی راحت و نسبتاً ارزان به اینترنت است؛ به طوری که برخی از نوجوانان اظهار می داشتند که به راحتی با خرید یک بسته اینترنتی، می توان به هر سایت اینترنتی دسترسی داشت. پسری ۱۷ ساله از مدرسه غیر انتفاعی منطقه ۱۶ گفت:

«دسترس دارن، ولی خب خودتون نمیرن! دیگه الان بحث دسترسی نیست. ۲ تومن میدی، میری به بسته میخوری و ...»

غیر از اینترنت، در دسترس بودن سایت های جنسی بدون نیاز به فیلتر شکن نیز از عوامل زمینه ساز دسترسی نوجوانان به موضوعات جنسی در اینترنت است. پسر ۱۷ ساله از مدرسه دولتی منطقه ۴ در مورد دسترس بودن فیلتر شکن می گوید:

«یعنی مثلاً همین تو کشوره خودمون چندتا سایت داریم که بدون نیاز به فیلتر شکن می تونی وقتتو پر کنی باهاش!»
غیر از راحتی دسترسی، شیوع فیلم های مستهجن و عکس های نامتعارف در فضای مجازی و اینترنت روز به روز در حال افزایش است. دختر ۱۷ ساله از مدرسه دولتی منطقه ۶ در مورد افزایش سایت های جنسی گفت:
«از همون موقع هم که شروع کردم، اینها (فیلم پورنو) بود. اما الان نسبت به اول خیلی بیشتر شده است.»

کلاً این جور چیزها بیشتر شده است. اول اینقدر زیاد نبود، اما الان بیشتر سایت ها در همین مورد است و با موبایل وارد این سایت ها شدم.»

به اعتقاد نوجوانان، سایت های آموزش جنسی که در خود ایران تبلیغ می شوند به طور مداوم در جستجوهای اینترنتی ظاهر می شوند. پسری ۱۷ ساله از دبیرستان غیر انتفاعی منطقه ۱۶ چنین گفت:

«به جای فیلتر کردن، برن سایتای آموزش جنسی خودمونو درست کنن و دنبال بزرگ کردن فلان و فلان نباشند. مثلاً میری سوالات امتحان نهائی سرچ کنی، بعد میبینی که آموزش مسائل سکسی برات میاد.»

در برخی مکان های عمومی وای فای رایگان (اینترنت رایگان) ارائه می دهند که این خود عاملی برای راحتی دسترسی است. برخی از لینک ها در تلگرام و اینستاگرام معرفی می شوند که افراد آن ها را در داخل سایت ها جستجو و باز می کنند. پسر ۱۷ ساله از مدرسه غیر انتفاعی منطقه ۵ در مورد وجود اینترنت حتی در مکان های عمومی و انگیزه رفتن به آنجا به دلیل اینترنت رایگان این چنین گفت:

«بیشتر دوست دارم وقتی با دوستانم میرم قهوه خونه، برم توفضای مجازی. البته پدر و مادرم نمیدونن من میرم قهوه خونه و قلیون میکشم. آخه قهوه خونه ها وای فای رایگان داره. خیلی خوبه.»

● جذابیت، هیجان و نوآوری ساختار فضای مجازی برای سنین نوجوانی

یکی از دلایل ساختاری تسهیل کننده دسترسی به موضوعات جنسی، به روز بودن و جذابیت محتوای اینترنت و فضای مجازی برای سنین نوجوانی است؛ به طوری که مصاحبه شوندگان اظهار می داشتند که گیفت ها و عکس ها هر روز جدید می شوند و خسته کننده نیستند و مشوق هایی برای جذب مخاطب برای کانال های ویژه دارند. بخصوص نوجوانان برخی نکات غیر اخلاقی در قالب طنز را به اشتراک می گذارند و بر این عقیده هستند که این نوع جوک ها ماهیت طنز بیشتری دارند. یکی از دلایل این جذابیت استفاده از برخی شوگردها برای جذب بیشتر مخاطب است؛ مثل بیان عنوان «پرهیجان ترین فیلم» که شاید خیلی هم هیجان نداشته باشد، ولی با این واژه نوجوانان را جذب می کنند. پسری ۱۷ ساله از مدرسه دولتی منطقه ۴ در مورد علت اعتیاد جوانان به اینترنت این چنین توضیح داد:

«خیلیا اعتیاد پیدا میکنن، ولی تا حالا ندیدم که خسته بشه یا کسی بخواد ول کنه، چون هر روز مطالب و عکسها و گیف های جدید میاد و اصلاً خسته کننده نیست.»

یکی از دلایل گرایش به این نوع محتوا، ایجاد حس کنجکاوی و هیجان در کاربر نوجوان است. دختری ۱۷ ساله از دبیرستان دولتی چنین توضیح داد:

«... جمله هایی که می گن مثل بیایید هیجان و انگیزه؛ من خودم همیشه دنبال هیجانم مثلاً ارتفاع و... وقتی میگن باهیجان ترین چیز، میری لینکو میزنی و وارد لینک که میشی می بینی چیزای پرهیجانی هست.»

موارد یاد شده، برخی از عوامل پیچیده ساختاری سطح کلان بودند که از دیدگاه نوجوانان زمینه ساز مصرف پورنوگرافی است.

عوامل ساختاری سطح میانی

۱. ناکارآمدی مدارس در توانمندسازی جوانان در رسانه و آموزش سواد رسانه‌ای در حوزه آسیب‌های جنسی (۳۴ مورد)

یکی از عوامل تاثیر گذار ساختاری سطح میانی، ناکارآمدی مدارس در توانمند سازی نوجوانان برای استفاده درست از فضای مجازی و اینترنت است. برخی از زمینه‌های مهم عبارت‌اند از: نبود آموزش در حوزه سواد رسانه‌ای و آموزش در مورد آسیب‌های احتمالی فضای مجازی و در صورت وجود آموزش‌ها، ضعف کیفیت آموزش‌های جاری در مدارس و نبود مشاور معتمد و قابل اطمینان. از میان سایر عوامل تاثیرگذار به انتقال برخی اطلاعات توسط معلمان، تبادل فیلم و عکس در مدرسه، برخی محدودیت‌های شدید در مدارس و آوردن گوشی در برخی مدارس توسط دانش آموزان می‌توان اشاره کرد.

● ضعف آموزش و کیفیت آن در مورد سواد رسانه‌ای در مدارس (۱۹ مورد)

تعداد محدودی از دانش آموزان اظهار داشتند که هیچ نوع آموزشی در زمینه فضای مجازی و آسیب‌های آن از مدارس دریافت نکرده‌اند. زمانی که در مورد آموزش در مدارس سوال شد، پسری ۱۸ ساله از مدرسه دولتی منطقه ۴ این چنین گفت:

«نه من که ۱۲ ساله دارم درس می‌خونم، تا حالا مدرسه صحبتی نکرده و هیچ نقشی هم نداشته.»

همچنین پسری ۱۸ ساله از همین منطقه نیز وقتی در مورد این آموزش‌ها سوال شد، گفت:

«به هیچ عنوان.»

وقتی در مورد نقش معلم در مقایسه با نقش والدین در آگاه سازی نوجوانان سوال شد، گفت:

«معلم‌ها که اصولاً خودشونو در این باره دخالت نمیدن.»

همچنین وقتی در مورد نقش مدرسه در اطلاع رسانی در مورد فضای مجازی و آسیب‌های آن سوال شد، پسری ۱۷ ساله از مدرسه دولتی منطقه ۴ گفت:

«نه مدرسه هیچ کاری برای ما انجام نداده.»

وقتی سوال شد که آیا در مدرسه فردی وجود دارد که بتواند این آموزش‌ها را ارائه کند، گفت:

«نه کسی نیست. مثلاً یه معلم داریم که خالی بندی زیاد میکنه و چیزای مهم رو بیشتر توضیح میده. البته ایشون آگه بخوان، تواناییشو دارن که انجام بدن - ولی تا به حال انجام نداده. چند بار ازش خواستیم که برامون توضیح بده و توضیح داده.»

وقتی مصاحبه‌گر در مورد معلم پرورشی در مدرسه سوال کرد، این گونه پاسخ داد:

«نه، ولی یک معلم داریم که زیاد درک و فهم درباره این جور چیزا نداره. بیشتر درباره زندگی و واقعیت‌های زندگی صحبت میکنه و به حرفاش هیچ کس اهمیت نمیده.»

وقتی سوال شد آیا معلم‌ها در مورد مسائل جنسی نیز براتون صحبت می‌کنند، گفت:

«چرا. شده امسال معلم علومون توضیح داد. پارسال هم همین طور که جزو درسمون بود.»

به نظر می‌رسد که معلم‌ها مهارت طرح موضوعات فوق را ندارند و صحبت‌های آنها بیشتر حول مباحث

زیستی جنسی بوده و مباحث اجتماعی و روانی آن کمتر مورد بحث در مدارس قرار می‌گیرد. همچنین، معلم‌ها تمایلی به بحث در این حوزه ندارند.

وقتی در مورد میزان سواد رسانه‌ای در دانش‌آموزان و آموزش در مورد معایب و مزایای اینترنت و فضای مجازی سوال شد، پسری ۱۷ ساله از مدرسه غیر انتفاعی منطقه ۴ گفت:

«...کسی تا حالا نیومده این حرفو بزنه. فکر کنم یکی از مشکلات هم همین باشه. یا توی تلویزیون هم شاید گفته باشن، ولی نه نقد زیاد که هرکی دیده باشه و برخورد کرده باشه! استفاده کردن از اینترنت. خودم زیاد نه، استفاده از برنامه نه. بیشتر برنامه‌ای که خیلی بد بوده مته ویجت، همش ویجت بوده دیگه. فیلتر کردن، ولی نیومدن بگن که آقا این واسه چی فیلتر کردن؟ یا مثلا برنامه‌ای مٹ وایبرو اینا.. الان دیگه همه تو تلگرامن. هیچ کاریم نمیشه کرد. حالا این برنامه رو اگه فیلتر کنن، برنامه دیگه‌ای میاد. مدرسه هیچ آموزشی نداده. هیچی.»

علی رغم اینکه عده‌ای معتقد بودند آموزشی در مدارس در مورد رسانه دریافت نکرده‌اند، برخی دیگر از نوجوانان به طور محدود آموزش‌هایی دیده‌بودند، اما از نوع آموزش‌ها ناراضی بودند که در زمان مناسب و با کیفیت مناسب و توسط فرد مناسب ارائه نشده بود. به عنوان مثال، در پاسخ به اینکه آیا کسی در مدرسه در مورد رسانه و آسیب‌ها صحبت می‌کند، پسری ۱۸ ساله از مدرسه دولتی منطقه ۴ در مورد کیفیت پایین آموزش توسط معلم دینی گفت:

«فکر کنم اگه کسی هم بتونه انجام بده، معلم دینی هست که کاری هم انجام نداده برامون.»

در مورد متخصصانی که مدرسه دعوت می‌کند نیز اعتقاد بر این بود که برخی مفید هستند، ولی برخی با نوعی رویکرد قهری و تهاجمی در مورد موضوع صحبت می‌کنند که موجب می‌شود در دانش‌آموزان تاثیر پذیری مثبتی نداشته باشد. به عنوان مثال، پسری ۱۷ ساله از مدرسه دولتی منطقه ۴ گفت:

«همون‌یه حاج آقای بوده که اول دبیرستان و سوم راهنمایی صحبت کرده. اینکه باعث تنوع طلبی میشه، بعد باعث میشه پدر به بچه خودش نظر داشته باشه و از اینجور چیزا. یه چیزه گنگیه، زیاد یادم نیست.»

وقتی مصاحبه‌گر پرسید آیا این صحبت‌ها تاثیر گذار بوده است، او پاسخ داد:

«نصیحتاش آره تاثیر داشته، منظورم اینه اگه چنین اتفاق‌هایی بیوفته، میتونه تاثیر زیادی داشته باشه. مثلا کسی که میاد. مثلا این حاج آقا اومد و خیلی خوب با ما صحبت کرد. مثلا یکی میاد با توپ پر میاد. اونو اصلا از سره لج هم شده بچه‌ها کار برعکس انجام میدن. پس تاثیر میزازه نحوه برخورد.»

بنابراین، سیستم آموزشی جاری از برخی سخنرانانی استفاده می‌کند که در مورد موضوع نوعی جبهه‌گیری می‌کنند و موجب عدم توجه دانش‌آموزان و نوعی تشویق بیشتر برای دنبال کردن چنین مضامینی می‌شوند.

وقتی در مورد کیفیت آموزش‌های جاری سوال شد، دختری ۱۸ ساله از مدرسه دولتی منطقه ۵ در مورد تجربه خود در مدرسه که یکی از افراد نیروی انتظامی جهت آموزش آسیب‌های اینترنت و فضای مجازی آموزش‌هایی را ارائه می‌داد، چنین گفت:

«از نیروی انتظامی یه نفر اومد، ولی زیاد خوب صحبت نکرد. برای ما سرگرمی بود، فقط از درس فرار

کردیم، همین.»

یا وقتی سوال شد که آیا در مدرسه کسی را برای آموزش دعوت می کنند و به چه میزان مفید است، دختری ۱۷ ساله از مدرسه دولتی منطقه ۱۳ چنین گفت:

«خیلی کم. توی دو سال تحصیلی شاید یک بار یکی آوردن اون هم معلم فیزیک ما می گفت رفته بودیم یک مدرسه دیگه و اونجا دیدیم یه آقایی در رابطه با این چیزها صحبت می کنه. ما هم تصمیم گرفتیم این کار را بکنیم.»

وقتی در مورد تاثیر سخنرانی ها سوال شد، گفت:

«بله، چند تا نکته را گفت که مثلا گوشیتونو تنها تو اتاق نبرید یا دوربین گوشیتون را بپوشونین که نتونه ازتون عکس بگیره و نکات دیگه را گفت.»

به نظر می رسد که بیشتر نکات آموزشی در حوزه امنیت سایبری بوده و کمتر محتوای جنسی نامتعارف جنسی به طور شفاف مورد بحث قرار گرفته است. برخی نوجوانان اعتقاد داشتند این صحبت ها خیلی تاثیر نداشته است. پسری ۱۸ ساله از مدرسه غیر انتقاعی منطقه ۴ گفت:

«تو مدرسه یه حرفایی میزنن... گاهی وقتا مدیرمون یه حرفایی میزنه.. ولی نه خیلی تاثیر نداشته ... نه اون طور.»

در کل، این آموزش ها منطبق با نیازهای دانش آموزان در این حوزه نبوده و توسط دانش آموزان با استقبال رو به رو نشده است. دختری ۱۸ ساله در مورد اینکه محتوای آموزشی چگونه باشد تا تاثیر مثبت داشته باشد، گفت:

«ما خیلی چیزایی که تو مدرسه بود را جدی نمی گرفتیم. شاید ماهی یه نفر را می آوردن صحبت کنه، اما آن قدر که ادبی و اینا صحبت می کردن و بازش نمی کردن، کسی گوش نمی داد. راجع به مضراتش اصلا صحبت نمیکردن که دقیقا بخوان بگن این اثرات منفی را داره. کسی جدی نمی گرفت و زیاد تاثیر نداشت.»

به نظر می رسد این آموزش ها جذاب نبوده و موجب اثرگذاری بر نوجوانان نشده است.

دانش آموزان انتظار داشتند اطلاعات در زمان مناسبی قبل از مواجهه نوجوانان با بلوغ برایشان باز می شد و درباره آسیب ها و مشکلات و تاثیرات فضای مجازی به طور شفاف با آنان صحبت می گردید. پسری ۱۷ ساله از مدرسه دولتی منطقه ۴ در مورد نبود آموزش ها در مدارس در سن مناسب این چنین گفت:

«در مدرسه باید از ابتدایی میومدن به بچه ها میگفتن که قبل از بلوغ این مسائل هست. قبلاش مثلا عادی میکردن که مثلا اینجوری هست و شما نباید برید سمتش. معاینش اینه، ضررهاش اینه. بچه ها قبل از بلوغ باید میدونستن که یهو وارده یه دنیای جدید نشن. مثلا ما از راهنمایی که او میدیم دبیرستان، اصلا دنیامون عوض شد.»

در مورد نبود آموزش در مدارس پسری ۱۷ ساله از مدرسه دولتی منطقه نیز این چنین گفت:

«فکر میکنم، چجوری بگم مثلا آموزش ندادن که از این کارا پیشگیری بشه. بعد این باعث شده که به نظر من این اتفاق شدید تر بشه؛ این اتفاقی که بچه ها برن سمت این چیزا.»

به نظر می رسد نبود اطلاعات قبل از مواجهه باعث تشدید تاثیرات منفی رویارویی با محتوای نامتعارف در فضای مجازی و آسیب های بیشتر در جوانان می شود. در واقع به اعتقاد آنها، این موضوعات باید در مدرسه

آموزش داده شود، چون والدین توانایی باز کردن این موضوعات را به تنهایی ندارند. پسری ۱۶ ساله از مدرسه غیر انتفاعی منطقه ۵ گفت:

«به نظر من باید این آگاهی ها را مدرسه ها به بچه ها بدن، چون پدر و مادرها نمی تونن خیلی باز اینها را به بچه هاشون بگن؛ ولی معلم و مدیر یا مشاور می تونه بگه. درحالی که مدرسه ما اینکار رو نمی کنه یعنی آموزش نمیده.»

بنابراین به اعتقاد دانش آموزان، ساختار آموزشی نیز خیلی نوجوانان را آماده ورود به فضای مجازی نکرده و آنها را در مورد آسیب های احتمالی مواجهه با پورنوگرافی و ارتباطات اینترنتی با جنس مخالف محافظت نمی کند. به اعتقاد دانش آموزان والدین مهارت لازم برای آموزش در مورد مسائل فوق را ندارند و این مسئولیت مهم بر عهده سیستم آموزشی است که باید انجام شود.

● ضعف مشاوره قابل اعتماد در مدارس (۸ مورد)

یکی از مسائل مطروحه، نبود مشاور قابل اعتماد در مدرسه است؛ به طوری که دانش آموزان ترجیح می دهند مسائل حساس خود را با او در میان نگذارند. در مورد معلم پرورشی، یا مدارس معلم پرورشی و مشاور ندارند و یا در صورتی که داشته باشند، زمان مربوط به فعالیت های پرورشی را به سایر دروس مانند ورزش اختصاص می دهند. پسر ۱۸ ساله از مدرسه دولتی منطقه ۴ در پاسخ به سوال اینکه آیا معلم پرورشی در مدرسه دارند، این چنین گفت:

«داریم، ولی همیشه زنگ پرورشی میریم ورزش میکنیم.»

در واقع يك نیاز پاسخ داده نشده توسط دانش آموزان در مدرسه وجود دارد که به آن توجه نمی شود و آن مشاوره در مدرسه است. پسر ۱۸ ساله دیگری از همین منطقه، در مدرسه دولتی گفت که کسی رو در مدرسه ندارند که تخصص داشته باشد و وقتی در مورد معلم پرورشی سوال شد، گفت:

«نه نداریم. پارسال بود که امسال قهر کرد و رفت.»

لذا حضور مشاور و معلم پرورشی به طور ثابت و فعال در مدارس گزارش نمی شود و اگر هم باشند، گویا وظیفه خود را در این حوزه بخوبی انجام نمی دهند. پسری ۱۶ ساله از مدرسه غیر انتفاعی منطقه ۵ در مورد مشاور مدرسه خود این چنین گفت:

مشاور داریم، ولی نمیدانم حرفها را بزنه. ولی من مدرسه قبلی که بودم، مربی پرورشی مون درباره این چیزا برامون حرف میزد.»

گویا بسته به مدرسه، وضعیت حضور مشاور و مربی پرورشی و کیفیت فعالیت آنها متفاوت است.

یکی از دانش آموزان پسر ۱۷ ساله از مدرسه دولتی منطقه ۴، در مورد نقش مدرسه در آموزش مسائل و آسیب های جنسی ناشی از فضای مجازی اعتقاد داشت که خود مسئولان مدرسه عمدا اغماض می کنند و خیلی به این مسائل توجه ندارند. او اعتقاد داشت مدارس این آموزش ها را مسئولیت خود نمی دانند. وقتی مصاحبه گر از او پرسید مدرسه چکار می تواند بکند، او پاسخ داد:

«مدرسه چون اصلا بهش مربوط نیست، هیچ کاری نمیتونه انجام بده. چون توی مدرسه بیشتر وقت ها

خودش این اتفاق ها میوفته و هیچی نمیگن.»

محقق از دانش آموز خواست تا بیشتر توضیح بدهد و پرسید که آیا منظورت این است که مسائل جنسی تو مدرسه اتفاق میوفته و کادر مدرسه متوجه میشن و کاری انجام نمیدن؟ و او توضیح داد:

«اصلا مدرسه کلا جنسی است. یه بار پدر من رو به خاطر اینکه کلمه اسگل رو گفتم، مدرسه خواسته بود و همون موقع جلوی پدر من دو نفر کارای جنسی داشتن انجام میدادن شوخی شوخی. مدرسه هم آگه ببینه فقط تذکر میده، ولی زیاد گیر نمیدن. ولی آگه اسم کسی بد در بره، بهش زیاد گیر میدن.»

برخی سختگیری های مدرسه نیز باعث می شود دانش آموزان کمتر مسائل خود را با مشاور در میان بگذارند. در دسترس نبودن مشاور در مدارس نیز یک عامل بود که ذکر شد. دختری ۱۸ ساله از مدرسه دولتی در مورد صحبت با مشاور مدرسه این گونه گفت:

«مشاور مدرسه را که ما اصلا نمی بینیم. بقیه هم هیچ حرفی نمی زنند. شاید به خاطر اینکه فکر می کنن صحبت در این مورد اصلا تاثیری ندارد.»

دختری ۱۶ ساله در مورد اینکه آیا تاکنون با مشاور مدرسه یا معلمی در مدرسه در مورد مسائل شخصی صحبت کرده، گفت:

«نه، نشده. منع می کنن. می گن کلا گوشه نباشه. معلم پرورشی هم نداریم. با معلم دینی مونم راحت نیستیم.» بنابراین اگر نوجوانان نیاز به دریافت خدمات مشاوره ای در موارد خاص مواجهه با آسیب های فضای مجازی داشته باشند، مدرسه چنین خدمات مشاوره ای را از نظر ساختاری پیش بینی نکرده است.

بحث و نتیجه گیری

این مقاله با هدف کشف دیدگاه های نوجوانان دختر و پسر دبیرستانی دوره اول در تهران از عوامل زمینه ساز مصرف محتویات جنسی نامتعارف در اینترنت و فضای مجازی در بین نوجوانان در سال ۱۳۹۴-۱۳۹۵ با استفاده از ۵۴ مصاحبه عمقی انجام شد. این تحقیق کیفی، تحلیل محتوایی موضوعی از نوع استقرایی با رویکرد تفسیری است. بر اساس این مطالعه، عوامل مختلفی به طور پیچیده در تعامل با یکدیگر در سطوح مختلف ساختاری، خانوادگی و فردی در تسهیل گرایش به سمت محتویات جنسی در اینترنت توسط نوجوانان بر ساخته شده اند که در این مقاله به عوامل ساختاری سطح کلان و میانی پرداخته می شود.

بیشتر مطالعات پیشین به دنبال شناسایی عوامل علی و پیش بینی کننده سطح فردی و خانوادگی مصرف پورنوگرافی در بین نوجوانان و جوانان بوده و کمتر به عوامل ساختاری کلان و میانی توجه کرده اند. در مطالعات پیشین نشان داده شد که نوجوانان پسر، نوجوانانی که در مراحل بالاتر بلوغ هستند و افرادی که روابط خانودگی مخدوش و ضعیف دارند، بیشتر از پورنوگرافی استفاده می کنند (پیتر و والکنبرگ، ۲۰۱۶، شک و ما، ۲۰۱۶ و قوبدل حیدری، ۲۰۱۲). بیشتر مطالعات پیشین از نوع کمی بوده و کمتر مطالعات مکاشفه ای و کیفی به عوامل

1. Peter and Valkenburg

2. Shek & Ma

ساختاری کلان و میانی زمینه ساز مصرف پورنوگرافی در بین نوجوانان پرداخته‌اند. از این جهت این مطالعه کاملاً نوآورانه است و خلا اطلاعاتی مهمی را در این حوزه پر می‌کند.

بر اساس بسیاری از نظریه‌های رفتاری، مجموعه‌ای از عوامل در سطوح مختلف بر رفتار موثر هستند. نظریه‌ای که اساس این پژوهش بود، «مدل نظری تاثیرپذیری افتراقی رسانه» است که در این مدل، غیر از عوامل وضعیتی (فردی)، عوامل مربوط به مراحل رشد و تکامل فرد و عوامل اجتماعی و محیطی بر مصرف فرد از رسانه تاثیر می‌گذارند (والکنبرگ و پیتر، ۲۰۱۳). این تاثیر مبادله‌ای و دو سویه است و استخراج استقرایی عوامل ساختاری و اجتماعی زمینه ساز مصرف رسانه - در این مطالعه، منظور پورنوگرافی در اینترنت است - در سطح کلان و میانی علاوه بر عوامل فردی و خانودگی، منطبق بر این دیدگاه نظری است.

از بین عوامل ساختاری سطح کلان و میانی، نوعی تضاد ارزشی در جامعه، ره‌اشدگی افسار گسیخته در جامعه در عین حال وجود محدودیت‌هایی در برخی حوزه‌ها، ناهماهنگی بین هجمه جنگ نرم در قالب فضای مجازی جذاب و مشوق برای دسترسی به محتوای جنسی نامتعارف و تلاش‌های ضعیف و منفعلانه رسانه ملی در جهت ارتقای سواد رسانه‌ای بخصوص در مورد محتوای نامتعارف اخلاقی، انتشار محتوای نامتعارف در اینترنت با اهداف سیاسی و در نهایت، ناکارآمدی سیستم‌های آموزشی مدارس در سطح میانی از جمله دلایل مهم گرایش به این محتویات در فضای مجازی در بین نوجوانان مطرح شد.

به نظر می‌رسد تاثیرات محیط اجتماعی با مصرف محتوای جنسی نامتعارف، تاثیراتی دو سویه و متقابل و رفت و برگشتی است؛ به طوری که باز شدن محیط، از سویی می‌تواند موجب گرایش به محتوای فوق شود و برعکس مصرف محتوای فوق نیز می‌تواند سبب باز شدن هنجارهای جنسی جامعه گردد. این یافته در راستای مدل‌ها و دیدگاه‌های نظری است که بر اثر مبادله‌ای رسانه تاکید دارند؛ به این ترتیب که عواقب و نتایج استفاده از رسانه، خود بر استفاده از رسانه تاثیر می‌گذارد و برعکس. این اثر متقابل و مبادله‌ای رسانه در «تئوری شناختی اجتماعی بندورا» نیز تاکید شده است (بندورا^۱، ۲۰۰۹). همچنین عادی شدن^۲ موضوعات جنسی با مواجهه پورنوگرافی توسط جوانان در مطالعات دیگر نیز نشان داده شده است (لوفگرن مارتسون و منسون^۳، ۲۰۱۰).

از سوی دیگر، محدودیت‌های هنجاری در جامعه و خانواده به طور همزمان موجب گرایش بیشتر نوجوانان به این محتوا می‌شود. ماهیت جذاب و نوآورانه و دسترسی آسان به فضای مجازی و محتوای فوق و ضعف فرهنگ سازی و برنامه‌های آموزشی در این حوزه در رسانه ملی، موجب دسترسی بیشتر نوجوانان به این محتوا می‌شود و در سطح میانی نیز مدارس و محیط‌های آموزشی از ارائه آموزش‌ها و مشاوره‌های مرتبط خود داری می‌کنند و این امر نیز به دسترسی بیشتر به این محتوا منجر می‌گردد.

علاوه بر عوامل ساختاری بالا، برخی تحولات ارزشی کلان در جامعه شامل نوع پوشش بانوان در جامعه،

1. Bandura

2. Normalisation

3. Lofgren-Martensson & Mansson

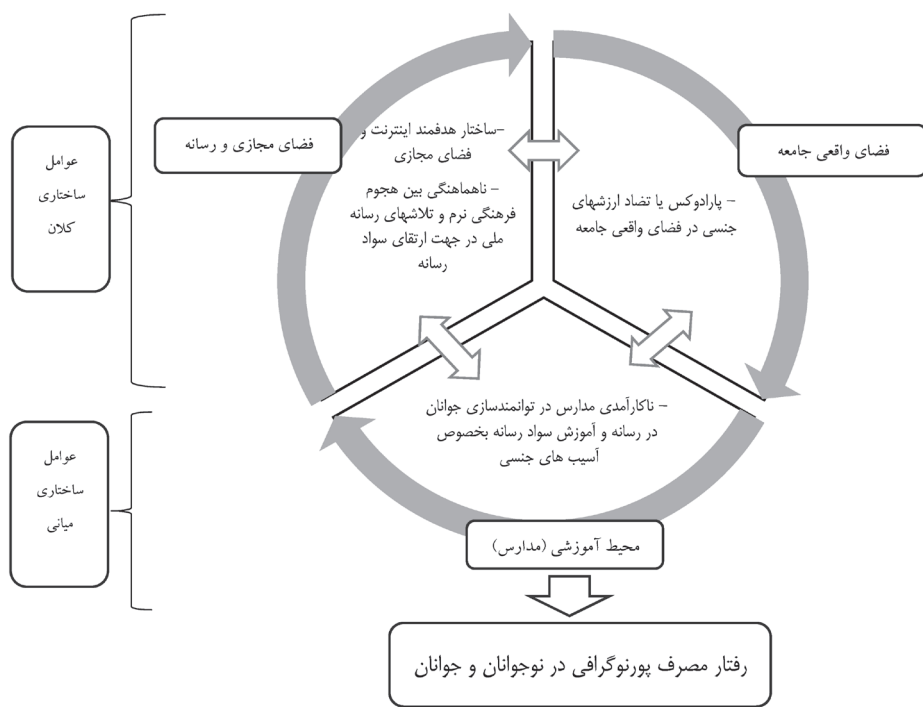
شیوع رفتارهای جنسی در بین همسالان و تغییر در ماهیت ازدواج نیز شرایط را برای گرایش به این محتویات افزایش می دهند. به نظر می رسد این عوامل در این جا به عنوان عوامل زمینه ساز گرایش به محتویات جنسی در اینترنت مطرح شده اند، در حالی که در جایی دیگر به عنوان تاثیرات مواجهه با محتویات جنسی در اینترنت بیان گردیده اند. به نظر می رسد این دو ارتباط تنگاتنگی با هم دارند و هر دو یکدیگر را تقویت می کنند. هم مواجهه موجب تغییر در نوع پوشش زنان، افزایش ارتباطات جنسی خارج ازدواج و کاهش ازدواج می شود و هم برعکس این عوامل خود باعث گرایش به محتویات جنسی می شود که این حاکی از اثرات مبادله ای رسانه است. این روند، تاثیر مبادله ای رسانه و جامعه را هم منعکس می کند که مطابق با نظریه تاثیر پذیری افتراقی رسانه است (والکنبرگ و پیتر، ۲۰۱۳).

به نظر می رسد نوجوانان در مورد نقش محدودیت ها در اجتماع و تاثیر آن بر گرایش به محتویات جنسی دچار نوعی سردرگمی و تردید بودند، زیرا از یک سو، این محدودیت ها را عاملی برای کنجکاوی بیشتر نوجوانان برای مسائل جنسی می دانستند و از سوی دیگر، باز شدن جامعه و تحولات مهم ارزشی در نوع پوشش، رفتار جنسی و ازدواج را عاملی برای گرایش فوق معرفی می کردند. علاوه بر تغییرات ارزشی فوق، همزمان محدودیت های هنجاری و مذهبی در جامعه نیز باعث ایجاد نوعی تضاد ارزشی در بین جوانان شده است و آن را مسئول گرایش به دسترسی به محتوای جنسی خارج عرف در اینترنت و فضای مجازی دانسته اند. این می تواند نشانه نوعی حالت بینابینی در ارزش های جنسی در جامعه و یا حالتی گذار باشد که همزمان بودن محدودیت و نگرش های و رفتارهای رهایی بخش جنسی در جامعه موجب ایجاد نوعی سردرگمی در علل و راهکارها شده است؛ چنان که حدود يك سوم دختران دانشجو در تهران در مورد هنجار جنسی دچار ابهام بوده اند (خلیج آبادی فراهانی^۱، کلند^۲، ۲۰۱۵) که می تواند این یافته را تا حدودی تبیین نماید.

علاوه بر عامل ساختاری فوق در فضای واقعی جامعه، ماهیت جذاب محتوای ارائه شده در ساختار فضای مجازی و اینترنت، از يك سو و جاماندن رسانه های رسمی و ملی از اطلاع رسانی و ارتقای سواد رسانه ای در بین نوجوانان و جوانان، از سوی دیگر عاملی زمینه ساز در سطح کلان است. بنابراین تحولات وضعیت فضای واقعی و هنجارهای جنسی در آن و همچنین عرضه محتوای جذاب و هدفمند در فضای مجازی در حوزه موضوعات جنسی بخشی از عوامل ساختاری زمینه ساز استفاده از پورنوگرافی در بین جوانان و نوجوانان است. به نظر می رسد محرك های محیطی هم در فضای واقعی و هم در فضای مجازی موجب تاثیرات شناختی، عاطفی و هیجانی در نوجوانان و تشویق آنها به جستجوی بیشتر در زمینه پورنوگرافی و تاثیر بر رفتارهای جنسی آنها می گردد (خلیج آبادی فراهانی، زاده محمدی، ۱۳۹۸ و خلیج آبادی فراهانی، ۱۳۹۸)

1. Khalajabadi Farahani

2. Cleland



شکل ۱: عوامل ساختاری سطح کلان و میانی مصرف محتوای جنسی نامتعارف در بین نوجوانان

در سطح میانی، مدارس با انکار موضوع و ضعف در آموزش و عدم ارائه مشاوره زمینه ساز مصرف پورنوگرافی در بین جوانان و بروز آسیب های مرتبط می شوند. ناکارآمدی مدارس در آموزش موضوعات مربوط به استفاده صحیح از اینترنت و فضای مجازی و سواد رسانه ای، نبود مشاوره صحیح و قابل اطمینان و پایین بودن کیفیت آموزش ها به طور تکرار شونده توسط نوجوانان به عنوان یکی از عوامل زمینه ساز گرایش نوجوانان به این محتویات بر شمرده شده است. مطالعات قبلی نیز نشان داده اند که آموزش سواد رسانه ای در مورد پورنوگرافی، تاثیرات نگرشی و قصد رفتاری در نوجوانان در حوزه مصرف پورنوگرافی خواهد داشت (روتمن^۱ و همکاران، ۲۰۲۰).

این تحقیق نوعی سردرگمی، تضاد و ابهام در دیدگاه و تفاسیر نوجوانان از جنبه های مختلف دسترسی به محتویات جنسی و تاثیرات آن را نشان می داد. به نظر می رسد در برابر این پدیده جدید، یعنی مواجهه گسترده همگانی با محتویات جنسی یا هرزه نگاری جنسی در اینترنت، نوعی دستپاچگی در همه اقصاء، در رویارویی با آن اتفاق افتاده است؛ به طوری که رفتار نوجوانان، والدین و مسئولان مدارس حاکی از گاهی انکار و گاهی شتاب زدگی، از هم گسیختگی و اضطراب در مواجهه با این پدیده نوظهور است. نوجوانان در اظهار نظرات

خود گاه محدود بودن در جامعه و خانواده را و گاه آزاد بودن بیش از حد را مسئول گرایش به این محتویات می دانستند که این محدودیت و بسته بودن هم در مورد جامعه و هم خانواده و هم فرد صادق بود. به نظر می رسد این موضوع از پیچیدگی زیادی برخوردار است و به علت نبودن ماهیت آن، فرد، خانواده و مدرسه هنوز موضع گیری مشخصی نداشته و جایگاه خود را در مواجهه با این محتویات پیدا نکرده اند و در حال بازاندیشی مداوم هستند.

این پژوهش دارای برخی محدودیت ها و مشکلات در روند اجرای کار میدانی بود. به دلیل حساسیت موضوع، زمان قابل توجهی (حدود شش ماه) برای کسب مجوزهای لازم از اداره آموزش و پرورش استان تهران و موافقت مدیران مدارس صرف شد که کار میدانی را زمان بر و با دشواری همراه ساخت. همچنین، پس از کسب مجوز، تنها مدت زمان محدودی جهت انجام کار میدانی در مدارس اختصاص داده شد که به علت همزمانی با آزمون های پایان ترم و عدم همکاری برخی مدارس به دلیل کمبود وقت برای سال های آخر دبیرستان، کار میدانی با سختی همراه شد. همین امر موجب گردید که امکان بازخورد سریع محقق و مجری طرح به مصاحبه گران به علت حجم کار در یک هفته وجود نداشته باشد. همچنین امکان انجام تحلیل همزمان با جمع آوری داده ها نبود که این یک راهبرد ترجیحی در مطالعات کیفی است. لذا فرصت اصلاح مصاحبه ها در طول کار میدانی وجود نداشت.

بدیهی است که این نتایج می تواند در سیاستگذاری اجتماعی در دو حوزه فرهنگ سازی در فضایی حقیقی و فضای مجازی و آموزش سواد رسانه ای در مدارس کاربرد داشته باشد. سیاستگذاران و برنامه ریزان سطح کلان جامعه لازم است با بازنمایی انگیزه ها و اهداف تولیدکنندگان محتوای جنسی نامتعارف در اینترنت و فضای مجازی و تاثیرات زیستی، روانی و اجتماعی این رفتار، در بین نوجوانان و جوانان فرهنگ سازی کنند و آموزش هایی مناسب برای حفظ نسل جوان در رسانه های مختلف ملی و همچنین مدارس و سایر مراکز آموزشی ارائه نمایند. نظارت بر محتوای فضای مجازی و ایمن سازی آن نیز از جمله اقداماتی است که در کنار فرهنگ سازی و آموزش ضروری می باشد.

منابع

- خلیج آبادی فراهانی، فریده. (۱۳۹۸). «مواجهه با محتوای خارج عرف جنسی (پورنوگرافی) در اینترنت و فضای مجازی و تاثیر آن بر رفتار جنسی و روابط بین فردی نوجوانان در تهران». خانواده پژوهی. ۱۵(۱)، صص ۱۲۷-۱۵۳.
- خلیج آبادی فراهانی، فریده و علی زاده محمدی. (۱۳۹۸). «مواجهه با پورنوگرافی در اینترنت و تاثیرات روانشناختی بر نوجوانان در شهر تهران؛ یک مطالعه کیفی». رسانه و فرهنگ (پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی). ۹(۲)، صص ۵۵-۹۰.
- رزاقی، رضا. (۱۳۹۰). «ارزیابی سلامت جنسی نوجوانان تحت مراقبت شبانه روزی و اثربخشی برنامه جامع آموزشی جنسی (تربیت جنسی) بر دانش، نگرش و خود پنداره جنسی». پایان نامه دکترای تخصصی، روان شناسی عمومی، دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی.
- رضوی فرد، بهزاد؛ رباط جزئی، محمد تقیو عمرانی، گلسا. (۱۳۹۲). «چالش سلامت جنسی نوجوانان جدا شده از خانه». فصلنامه رفاه اجتماعی. ۴۸، صص ۷۳-۹۲.
- سعودی، حمید و بهروان، حسن. (۱۳۹۶). «تیین جامعه شناختی عوامل مرتبط با عضویت، بازدید و ماندگاری کاربران در گروه های اینترنتی غیر اخلاقی». نشریه رسانه و فرهنگ. سال ۷ (۱)، صص ۱۲۳-۱۴۶.
- فصیح رامندی، منصوره. (۱۳۹۸). «ملاحظات اخلاقی و حقوقی در مواجهه نوجوانان با پورنوگرافی در فضای مجازی». فصلنامه اخلاق زیستی. ۳۴، صص ۸۱-۹۳.
- مرآتی، علیرضا؛ خمیس آبادی، مرضیه و هاشمی زاده، وجیهه. (۱۳۹۱). «بررسی آسیب های حضور در محیط مجازی برای دختران». نخستین کنگره ملی فضای مجازی و آسیب های اجتماعی نوپدید، تهران، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی. https://www.civilica.com/Paper-NOPADID01-NOPADID01_060.html
- Ahmadabadi, Z., Panaghi, L., Madanipour, A., Sedaghat A., Tira, M., Kamrava, s., & Gh., M. (2015). "Cultural Scripts, Reasons for having sex and regret: A Study of Male and Female University Students". *Sexuality & Culture*. doi:10.1007/s12119-015-9277-2.
- Bandura, A. (2009). "Social cognitive theory or mass communication". In J. Bryant & M. B. Oliver (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 94-124). New York: Routledge
- Ghavidel-Heydari, M., Kazemi, Y., & Nickmanesh, Z. (2012). "Predictors of Adolescents' Pornography: Level of Sexual Behavior and Family Environment". *Journal of Family and Reproductive Health*, 6(4), 165-168.
- Hallfors, D., Waller, M., Ford, C., Halpern, C., Brodish, P., & Iritani, B. (2004). "Adolescent depression and suicide risk: association with sex and drug behaviour". *American Journal of Preventive Medicine*, 27(3), 224-231.
- Hedayati Moghaddam, MR., Eftekharzadeh Mashhadi, I., Fathimoghadam, F., & Pourafzali, SJ. (2015). "Sexual and Reproductive Behaviors among Undergraduate

- University Students in Mashahd, a City in Northeast of Iran**". *J Reprod Infertil*, 16(1), 43-48.
- Huston, A., Wartella, E., & Donnerstein, E. (1998). **"Measuring the effects of sexual content in the media: a report to the Kaiser Family Foundation"**. Retrieved from Menlo Park, CA: Available at: www.kff.org/entmedia/loader.cfm?url=/commonspot/
 - Khalajabadi Farahani, F., Akhondi, M., Azin, A., & Shirzad, M. (2014). **"HIV Risk-perception and sexual risk-taking behaviors among male college-students in Tehran"**. Avicenna Research Institute (Unpublished Report) (In press).
 - Khalajabadi Farahani, F. (2008). **"Sexual Norms, Attitude and Conduct among female college students in Tehran"**. PhD Thesis, London School of Hygiene and Tropical Medicine. Retrieved from: <http://researchonline.lshtm.ac.uk/68۲۳۸۷/>
 - Khalajabadi Farahani, F., & Cleland, J. (2015). **"Perceived norms of premarital heterosexual relationships and sexuality among female college students in Tehran"**. *Culture, Health & Sexuality*, 1-18. doi:10.1080/13691058.2014.990515
 - Khalajabadi-Farahani, F. (2020). **"Adolescents and Young People's Sexual and Reproductive Health in Iran: A Conceptual Review"**. *Journal of Sex Research*, 57(1), 1-38. doi:10.1080.00224499.2020.1768203/
 - Kosunen, E., Kaltiala-Heino, R., Rimpela, M., & Laippala, P. (2003). **"Risk-taking sexual behaviour and self-reported depression in middle adolescence— a school-based survey"**. *Child Care Health Dev.*, 29, 337-344.
 - Lofgren-Martensson, L., & Mansson S.A. (2010). **"Lust, Love, and Life: A Qualitative Study of Sweden Adolescents' Perceptions and Experiences with Pornography"**. *Journal of Sex Research*, 47(6), 568-579.
 - **Materials in Chinese Adolescents in Hong Kong**. *Journal of Pediatric Adolescent Gynecology*, 29, 12-29.
 - Miller, M. (2002). **"Teenagers and internet safety"**. Retrieved from: GIAC Security Essentials Certification (GSEC) <https://www.giac.org/paper/gsec/2081/teenagers-internet-safety/103566>
 - Mohammadi, M. R., Mohammad, K., Khalajabadi Farahani, F., & et.al. (2006). **"Reproductive knowledge, attitude and behaviour of adolescent males in Tehran"**. *International Family Planning Perspective*, 32, 35-44.
 - Orr, D., Beiter, M., & Ingersoll, G. (1991). **"Premature sexual activity as an indicator of psychosocial risk"**. *Pediatrics*, 87, 141-147.
 - Peter, J., & Valkenburg, P. M. (2016). **Adolescents and Pornography: A Review of 20 Years of Research**. *ANNUAL REVIEW OF SEX RESEARCH SPECIAL ISSUE*, 509-531.

- Roberts, D. (2000). **“Media and youth: access, exposure, and privatization”**. *Adolesc Health*, 27 (2 suppl), 8-14.
- Rothman, E. F., Daley, N., & Alder, J. (2020). **“A Pornography Literacy Program for Adolescents”**. *Public Health Practice*, 110(2). doi:10.2105/AJPH.2019.305468
- Shek, D. T. L., & Ma, C. M. S. (2016). **A Six-Year Longitudinal Study of Consumption of Pornographic**.
- Steele, J., & Brown, J. (1995). **“Adolescent room culture - studying media in the context of everyday life”**. *Journal of Youth and Adolescence*, 24, 551-576. doi:10.1007/BF01537056.
- Taci, C. L. (2001). **Developing an Interment attitude scale for high school student**. London.: Black Coach press
- Tsitsika, A., Critselis, E., Kormas, G., Konstantoulaki, E., Constantopoulos, A., & Kafetzis, D. (2009). **“Adolescent Pornographic Internet Site Use: A Multivariate Regression Analysis of the Predictive Factors of Use and Psychosocial Implications”**. *CyberPsychology & Behavior*, 2(5). <https://doi.org/10.1089/cpb.2008.0346>
- Vakilian, K., Mousavi, S. A., & Keramat, A. (2014). **“Estimation of sexual behavior in the 18-24”**. 7-28.
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2013). **“The differential Suceptibility to media effect models”**. *Journal of Communication*, 63(2), 221-243.

بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر گرایش دینی، اخلاق، پیشرفت تحصیلی و اوقات فراغت جوانان استان همدان

حسن قرا باغی^۱
وحید صالحی^۲
کاظم دلروز^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۷/۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۱۱/۱۲

شبکه‌های اجتماعی از رسانه‌های نوین به شمار می‌روند که بر پایه مشارکت همگانی بنا شده‌اند. در حال حاضر، کاربران به‌ویژه جوانان روزانه زمان قابل توجهی را در فضای مجازی می‌گذرانند؛ به‌گونه‌ای که این شبکه‌ها به عاملی تأثیرگذار بر بسیاری از مؤلفه‌های زندگی افراد تبدیل شده‌اند. پژوهش حاضر به منظور شناسایی اهداف، میزان و نحوه استفاده جوانان استان همدان از شبکه‌های اجتماعی مجازی و نیز تأثیر این شبکه‌ها بر چهار متغیر گرایش دینی، اخلاق، پیشرفت تحصیلی و اوقات فراغت جوانان انجام شد. جامعه آماری پژوهش را کلیه افراد ۱۸ تا ۳۵ سال استان همدان تشکیل می‌دادند. حجم نمونه آماری پژوهش شامل ۴۱۲ نفر بود که با استفاده از فرمول کوکران محاسبه شد. ابزار اندازه‌گیری پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته با مقیاس لیکرت بود که روایی صوری و محتوایی آن مورد تأیید متخصصان قرار گرفت. همچنین، پایایی پرسشنامه با استفاده از روش آلفای کرونباخ مقدار قابل قبول ۰/۷۹ به دست آمد. یافته‌های پژوهش حاکی از تأثیر منفی این شبکه‌ها بر گرایش‌های دینی و اخلاق جوانان، اثر مثبت آن بر فعالیت‌های تحصیلی و پیشرفت تحصیلی و عدم معنی‌داری

● بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر گرایش دینی، اخلاق، پیشرفت تحصیلی و اوقات فراغت جوانان استان همدان

در زمینه تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر اوقات فراغت جوانان می‌باشد. نتایج نشان می‌دهد که اغلب جوانان روزانه بین ۱-۲ ساعت را صرف استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌کنند. همچنین، شبکه اجتماعی تلگرام، واتساپ، اینستاگرام، ایتا و سروش پلاس در صدر پر مخاطب‌ترین شبکه‌های اجتماعی خارجی و داخلی قرار دارند و چت و جستجو در اینستاگرام بیشترین فراوانی رفتار جوانان را در این شبکه‌ها تشکیل می‌دهند.

واژگان کلیدی: جوانان، شبکه اجتماعی، گرایش‌های دینی، اخلاق، پیشرفت تحصیلی و اوقات فراغت

مقدمه

عصر اطلاعات و جامعه شبکه‌ای عنوان جهان امروزی است که تعاملی شدن^۱، انعطاف پذیری^۲، جهانی سازی^۳ و مجازی سازی^۴ مهم ترین ویژگی های آن است (مبارکی و شرفی، ۱۳۹۸). فناوری های ارتباطی^۵ و اینترنت^۶، پدیده هایی در حال رشد هستند که همه روزه تعداد کاربران آنها افزایش پیدا می کنند (آیتاک^۷، ۲۰۱۸). از سال ۱۹۹۰، رسانه های جدید بر مبنای اینترنت مفهوم جدیدی از مکان را تولید کردند که «فضای مجازی»^۸ نامیده شده است. این فضا، دنیای جدید و عجیبی است که در جای دیگری قرار گرفته و ویژگی هایی برای آن قائل هستیم که از آنچه ما «دنیای واقعی»^۹ می نامیم، کاملاً متفاوت است (فرقانی، مظفری و کیهان، ۱۳۹۸). در حیطه فضای مجازی، شبکه های اجتماعی^{۱۰} یکی از شگفت انگیزترین پدیده هاست. فیس بوک^{۱۱}، اینستاگرام^{۱۲}، پیام رسان های مختلف و موارد دیگر زمینه را برای ارتباط افراد با یکدیگر فراهم می کنند. بارزترین ویژگی این شبکه ها را می توان اطلاعات و اخباری که در آن ها منتشر می شود، دانست (نعمتی فر و صفورایی پاریزی، ۱۳۹۸).

عنوان شبکه اجتماعی اینترنتی یا وب محور با قالب امروزی برای نخستین بار در سال ۱۹۶۰ در دانشگاه ایلینویز^{۱۳} در ایالات متحده آمریکا مطرح شد و پس از آن در سال ۱۹۹۷ نخستین سایت شبکه اجتماعی به نام سیکس دگریس^{۱۴} اجازه ایجاد پروفایل^{۱۵} را به کاربران داد تا آن ها بتوانند فهرستی از دوستانشان ایجاد کنند. گسترش مفهوم تجارت در وب سایت های اجتماعی در سال ۲۰۰۲ باعث به وجود آمدن شبکه های اجتماعی استر فرند^{۱۶}، اورکات^{۱۷} و لینکدین^{۱۸} و رشد قارچ گونه این سایت ها در فضای مجازی شد. در سال ۲۰۰۶، دسترسی عمومی مردم به فیس بوک آزاد شد، زیرا قبل از آن، این سایت تنها به صورت پایلوت^{۱۹} در دانشگاه هاروارد^{۲۰} استفاده می گردید. تویتتر نیز در همین سال پا به عرصه شبکه های اجتماعی گذاشت (قرباغی، یوسفی افراشته و صالحی، ۱۳۹۷). مفهوم شبکه های اجتماعی در ایران به طور گسترده در حدود سال ۱۳۸۳ هجری

1. Becoming interactive
2. Flexibility
3. Globalization
4. Virtualization
5. Communication technologies
6. Internet
7. Aytac
8. Cyberspace
9. real world
10. Social Media
11. Facebook
12. Instagram
13. University of Illinois
14. Six degrees
15. Profile
16. Esther Friend
17. Orkut
18. LinkedIn
19. pilot
20. Harvard University

شمسی با حضور شبکه خارجی «اورکات» در میان کاربران ایرانی رواج پیدا کرد و در مدت کوتاهی به قدری سریع رشد کرد که پس از برزیل و آمریکا، ایران سومین کشور حاضر در اورکات شد (افراسیابی، ۱۳۹۳). شبکه‌های اجتماعی به کاربران^۱ این امکان را می‌دهند که محتوای اطلاعاتی را جهت انتشار در سایت‌ها، وبلاگ‌ها^۲ و شبکه‌های اجتماعی ایجاد کنند. کاربر شبکه‌های اجتماعی می‌تواند خالق اطلاعات، تفسیرکننده یا بازنگر اطلاعات در جامعه اجتماعی باشد (دثو^۳، ۲۰۱۴). همچنین شبکه‌های اجتماعی در جهت رونق کسب‌وکار از طریق تحقیق و توسعه محصول، فروش، بازاریابی و ارائه خدمات به مشتری می‌توانند نقش سودمندی را ایفا کنند. (جیتونگا^۴، ۲۰۱۳) به کارگیری شبکه‌های اجتماعی مزایای مختلفی را برای کاربر فراهم می‌کند؛ مانند تسهیل همکاری بین دوستان، گسترش ارتباطات انسانی و افزایش بهره‌وری شرکت‌ها در جهت توسعه ارتباط با مشتریان (جانگ^۵ و همکاران، ۲۰۱۷).

شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز همانند سایر پدیده‌های جدید فناوری اطلاعات، تعریف جامعی ندارد. با وجود این، بیشتر صاحب‌نظران و پژوهشگران از شبکه‌های اجتماعی مجازی به عنوان مکانی مجازی برای برقراری ارتباط و به اشتراک گذاری محتوا یاد می‌کنند که بر تمام جنبه‌های زندگی افراد تأثیر گذاشته است (کین^۶، ۲۰۱۴) در واقع، شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث تقویت و گسترش ارتباطات اجتماعی در فضای اینترنتی می‌شوند. کاربران اطلاعاتی مانند عکس، اطلاعات شخصی، علایق و محل کار خود را بر روی صفحه شخصی خود قرار می‌دهند که این اطلاعات باعث تقویت و گسترش ارتباطات در فضای مجازی می‌شوند (یرمولایوا^۷ و همکاران، ۲۰۰۹).

شبکه‌های اجتماعی مجازی، گونه‌هایی از رسانه‌های اجتماعی اند که بیشترین شباهت را به جامعه انسانی دارند و فارغ از محدودیت‌های زمانی، مکانی، سیاسی و فرهنگی، امکان ارتباط با شمار زیادی از افراد را به فرد می‌دهند. لذا آسیب‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی که زمان چندانی هم از پیدایش آن‌ها نمی‌گذرد، به موضوع موردعلاقه بسیاری از پژوهشگران تبدیل شده است. همگام با رشد شبکه‌های اجتماعی مجازی، در رابطه با استفاده افراطی و وابستگی افراد به ویژه نوجوانان و جوانان به این شبکه‌ها نوعی نگرانی جدی به وجود آمده است (گرنث، پوتنزا، وینستین و گورلیک^۸، ۲۰۱۰). پژوهش‌های انجام شده نشان‌دهنده این است که در جهان به صورت تقریبی بیش از ۳۰۱ میلیون نفر از نوعی وابستگی افراطی به شبکه‌های اجتماعی رنج می‌برند؛ به طوری که این وابستگی به شکل معناداری در فعالیت‌های روزانه فرد ایجاد اختلال می‌کند (تادانی و چانگ^۹، ۲۰۱۸). بر طبق نظریات جدید، وابستگی به شبکه‌های اجتماعی اشاره به استفاده افراطی

1. users
2. Sites and blogs
3. Du
4. Gitonga
5. Chang
6. Kin
7. Yermolayeva
8. Grant, Potenza, Weinstein, Gorelick
9. Thadani, Cheung

از این شبکه‌ها دارد که موجب بی‌قراری فرد در زمان عدم دسترسی و ترس از نبود این شبکه‌ها می‌شود (بیپتا، پراملی، کاردلا و گوپینات^۱، ۲۰۱۵). وابستگی به اینترنت با نشانه‌هایی همچون اضطراب و تفکرهای وسواسی همراه می‌باشد افراد وابسته در انجام فعالیت‌های روزانه خود دچار اشکال می‌شوند و نمی‌توانند عدم دسترسی به شبکه‌های اجتماعی را کنترل کنند (کاس و گریفت، ۲۰۱۵). در زمینه استفاده از رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی مجازی نظریه‌هایی توسط صاحب‌نظران ارائه شده‌اند که در ادامه به بررسی برخی از آنها می‌پردازیم:

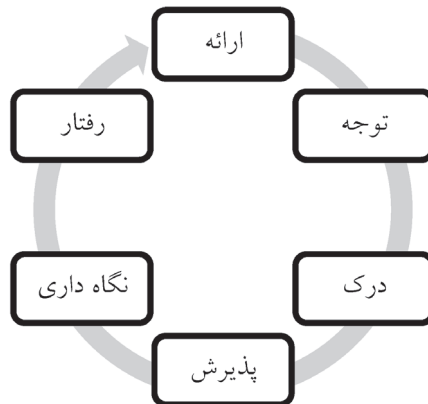
● نظریه اهلی سازی تلفن هوشمند

یکی از مشهورترین نظریه‌های موجود در زمینه تحلیل رسانه‌های اجتماعی مبتنی بر موبایل، نظریه‌ای است که با عنوان «اهلی سازی تلفن هوشمند»^۲ ارائه شده است. نظریه اهلی سازی پیش از این در حوزه رسانه‌های صوتی و تصویری مورد توجه بوده است (دی رور، نیکو و باومن^۳، ۲۰۱۶). نظریه پرورش یافته اهلی سازی بر سه فرض استوار است: ۱- کنشگران فعال؛ ۲- مصرف رسانه؛ ۳- بستر اجتماعی (فرقانی، مظفری و کیهان، ۱۳۹۸). فرآیند اهلی سازی فناوری در زمینه شبکه‌های اجتماعی دو بعد فردی و اجتماعی دارد: بعد اجتماعی اهلی سازی به کارکرد فناوری در پیشبرد روابط اجتماعی اشاره دارد. در سطح فردی نیز فناوری رسانه‌ای جدا از قابلیت‌های روابط اجتماعی در نظر گرفته شده و فرد باید با ابزار فناوری در موقعیت‌های شخصی و روزمره زندگی ارتباط برقرار کند و نوآوری برای اهلی شدن نیازمند به راه یافتن در ساحت‌های شخصی زندگی نیز هست (فرقانی و بدیعی، ۱۳۹۴).

● نظریه گلوله جادویی^۴

نظریه «گلوله جادویی» اشاره بر این دارد که رسانه‌های گروهی تأثیر مستقیم، فوری و قدرتمندی بر روی مخاطبان دارند. این نظریه معتقد است که رسانه‌ها تأثیر بسیار قوی، عمیق و یکنواختی بر روی سطح وسیعی از مخاطبان دارند که می‌توان با ارسال مستقیم پیام همانند شلیک کردن یک گلوله و یا تزییق یک آمپول در آنان از طریق طراحی یک پیام مشخص، آنان را وادار به عکس العمل نمود و پاسخ دلخواه و مورد انتظار را از آنان دریافت کرد. نظریه گلوله جادویی بر این باور است که پیام همانند یک گلوله است که از دهانه یک تفنگ (یک رسانه) به مغز یک نفر (مخاطب یا دریافت‌کننده) شلیک می‌شود (ساروخانی، ۱۳۹۴: ۹۸). مک‌گوایر^۵ این نظریه را گسترش داد و مدلی برای آن ارائه نمود. او فرایند اثر پیام رسانه‌ای بر مخاطب را دارای شش مرحله به شرح شکل ۱ صورت‌بندی نمود (متانی، رئیسی نافیچی و تقی زاده، ۱۳۹۸). بر مبنای این نظریه، شبکه‌های اجتماعی در حال حاضر با شلیک و تزییق اطلاعات مدنظر در ذهن و جان مخاطبان اثرگذاری فراوانی دارند و در نهایت باعث شکل‌گیری رفتار مدنظر مدیران این شبکه‌ها در بین مخاطبان این شبکه‌ها می‌شوند.

1. Bipeta, Yerramilli, Karredla, Gopinath
2. Kuss, Griffiths
3. Domestication of smartphones and mobile
4. de Reuver, Nikou, Bouwman
5. Magic bullet theory
6. McGuire



شکل ۱: مدل اثر پیام رسانه‌ای بر مخاطب مک گوایر (متانی، رئیسی نافچی و تقی زاده، ۱۳۹۸)

● نظریه کاشت^۱

نظریه «کاشت یا پرورش» جورج گربرن^۲، برکنش متقابل میان رسانه و مخاطبانی که از آن رسانه استفاده می‌کنند و نیز بر چگونگی تأثیرگذاری رسانه‌ها بر مخاطبان تأکید دارد. فرض اساسی این نظریه آن است که بین میزان مواجهه و استفاده از رسانه و واقعیت محتوا و برنامه‌های آن رسانه ارتباط مستقیم وجود دارد؛ به این صورت که ساعت‌های متمادی مواجهه با رسانه باعث ایجاد نگرش موافق با محتوای رسانه می‌شود (بایلی و اوچلانکی^۳، ۲۰۱۰: ۷۶). نظریه کاشت برای اشاعه الگویی از تحلیل، تبیین شده است تا نشان‌دهنده تأثیر بلندمدت رسانه‌هایی باشد که اساساً در سطح برداشت اجتماعی عمل می‌کنند. در واقع، محور بحث این است که اهمیت تاریخی رسانه‌ها بیشتر در ایجاد شیوه‌های مشترک در انتخاب مسائل و موضوعات و چگونگی نگرستن به رخدادها و وقایع است. این شیوه‌های مشترک محصول استفاده از فناوری و نظام ارائه پیام است که نقش واسطه را به عهده دارد و به دید مشترک و درک مشترک از جهان اطراف منجر می‌شود. گربرن محصول چنین فرایندی را «کاشت الگوهای مسلط ذهنی» می‌نامد (لتیل جان، ۱۳۹۴). بر اساس نظریه کاشت، می‌توان استنباط کرد که میزان استفاده و مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی و واقعی تلقی کردن محتوای شبکه‌های اجتماعی اینترنتی بر هویت فرهنگی کاربران مؤثر است. می‌توان گفت هر چه میزان استفاده و مدت زمان عضویت در شبکه‌ها اجتماعی افزایش یابد، احتمال تأثیرپذیری کاربر بیشتر است. برعکس هر چه میزان، مدت زمان استفاده و مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی کاهش یابد، احتمال تأثیرپذیری وی کمتر خواهد بود (عدلی پور و همکاران، ۱۳۹۳: ۸۳).

1. The Caltivation Theory
 2. Gerbner, J.
 3. Bailey Arlene & Ojelanki

● نظریه ساخت یابی

نظریه «ساخت یابی» گیدنز از جمله نظریه‌های مهم علوم ارتباطات اجتماعی است که می‌توان از آن در تبیین تأثیر شبکه‌ها اجتماعی بر ارزش‌های اجتماعی استفاده کرد. بر اساس این نظریه، هر چند ساختارها توسط کنش و کردارها اجتماعی آرمیان ساخته می‌شود، ولی برخی مواقع رفتار و کنش آدم‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد و همین‌طور، کنش و کردار آدمیان بر روی ساختارها تأثیر می‌گذارند و باعث تغییر، تولید و بازتولید آن‌ها می‌شوند. در نظریه ساخت یابی، فرد و ساخت نظام اجتماعی در زمان و مکان به همدیگر ارتباط پیدا می‌کنند و قلمرو مطالعات علوم اجتماعی بررسی اعمال اجتماعی است که در پهنه زمان و مکان نظم پیدا کرده‌اند. گیدنز به وضوح بر اهمیت کردار اجتماعی بسیار تأکید می‌کند. همچنین با اطمینان به این امر اعتقاد دارد و می‌داند که رفتار اغلب به صورت‌های کامل بازتولید می‌رود، اما از این مسئله نیز آگاه است که تغییر و تحریف در کردار، بخشی از زندگی اجتماعی است؛ یعنی هر رسم و روال اجتماعی دربرگیرنده فرصت‌ها و موقعیت‌هایی است که امکان نوآوری را فراهم می‌کند و کردار در هر موقعیتی دارای امکاناتی است که می‌تواند نتایج تعجب‌برانگیز را به بار آورد. با استفاده از نظریه ساخت یابی گیدنز می‌توان استنباط کرد که هر چه کاربران به فعالیت بازتابانه و مشارکت جویانه در شبکه اجتماعی بپردازند، بیشتر در تولید معنا سهیم هستند و لذا احتمال تأثیرپذیری آن‌ها بیشتر است، ولی هر چه کاربران منفعل و غیر مشارکت جویانه در شبکه اجتماعی حضور یابند، کمتر در بازتولید معنا سهیم هستند و احتمال تأثیرپذیری آن‌ها کمتر خواهد بود (فرامرزیانی، هاشمی و فرهنگی، ۱۳۹۵: ۱۳۳).

در حوزه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تأثیر آن بر نوجوانان و جوانان در ابعاد مختلف، پژوهش‌های متعددی در داخل و خارج از کشور انجام گرفته است که در ادامه به تعدادی از آنها اشاره می‌شود: موسوی (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «شیوع اعتیاد به اینترنت و وضعیت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در نوجوانان و جوانان ایرانی در سال ۹۷» گزارش می‌کند که شیوع کلی اعتیاد شدید به اینترنت، ۲/۴ درصد و برحسب جنسیت در پسران، ۲/۹ درصد و در دختران، ۲ درصد و برحسب گروه‌های سنی در نوجوانان، ۲/۵ درصد و در جوانان، ۲/۳ درصد است.

توکلی و منصور لکوریج (۱۳۹۹) در پژوهش خود با عنوان «تأثیر شبکه‌های اجتماعی در تغییر ویژگی‌های شخصیتی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب» گزارش داده‌اند که ۴۷ درصد از تبیین واریانس مربوط به تغییر ویژگی‌های شخصیتی و انزوای فردی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب متأثر از شبکه‌های اجتماعی است.

بور، بلیاد و ژیان باقری (۱۳۹۹) در پژوهش خود با عنوان «اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی بر اساس روان‌بنه‌های ناسازگار و تحریف‌های شناختی با میانجی‌گری جو عاطفی خانواده در دانشجویان» گزارش داده‌اند که تحلیل معادله‌های ساختاری نشان می‌دهد افرادی که دچار خلأ عاطفی هستند، با گرایش افراطی به شبکه‌های اجتماعی، خلأ و نیاز خودشان را به صورت مصنوعی پاسخ می‌دهند.

نعمتی فر و صفورایی پاریزی (۱۳۹۸) در پژوهش خود با عنوان «بررسی تأثیر استفاده از شبکه‌های

اجتماعی بر حجاب و پوشش کاربران با تأکید بر ابعاد دین داری (مورد مطالعه: کاربران زن شبکه اجتماعی اینستاگرام)» به این یافته‌ها رسیده‌اند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر ابعاد اعتقادی و مناسکی (مربوط به متغیر دین داری) تأثیر مستقیم دارند و میزان اعتماد به شبکه‌های اجتماعی و میزان رضایت از شبکه‌های اجتماعی بر بعد پیامدی مربوط به متغیر دین داری به ترتیب دارای بیشترین اثر گذاری هستند.

یارگر روش و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهش خود با عنوان «استفاده آسیب‌زا از شبکه‌های اجتماعی مجازی در مادران جوان» به این نتایج رسیدند که رضایت زناشویی و رابطه مادر- کودک در استفاده آسیب‌زا و مشکلات رفتاری نقش واسطه‌ای معنادار دارند. در بخش دیگری از این پژوهش که به صورت کیفی انجام گرفت، یافته‌های نتایج کمی مورد تأیید قرار گرفت و نشان داد که وابستگی به شبکه‌ها در ارتباط با همسر و فرزند مداخله می‌کند و سبب ایجاد مشکلات رفتاری در کودکان می‌شود.

فروتی و بحرانی (۱۳۹۸) در پژوهشی دیگر با عنوان «سنجش تأثیر شاخص‌های روانی و عملکردی بر تمایل دانشجویان به استفاده از شبکه‌های اجتماعی» تأثیر سه شاخص را بر تمایل دانشجویان به شبکه‌های اجتماعی تأیید کردند. از بین شاخص‌های عملکردی، دو شاخص ارزش و اعتماد و از بین شاخص‌های روانی، منافع و باورهای مشترک بر میزان استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی تأثیر معناداری دارند، ولی تأثیر سایر شاخص‌ها معنادار نبود.

در بخش ارتباط با جنس مخالف نیز پژوهش‌هایی انجام گرفته است؛ از جمله طالعی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهش «آسیب‌شناسی ارتباط با جنس متفاوت در شبکه‌های اجتماعی مجازی: یک مطالعه پدیدارشناسی با نوجوانان» گزارش کرده‌اند که شبکه‌های اجتماعی مجازی سبب تسهیل هر چه بیشتر ارتباط نوجوانان با جنس متفاوت و تقویت این روابط می‌شوند و زمینه را برای ارتباط آن‌ها در دنیای واقعی و پیامدهای آسیب‌زای آن فراهم می‌کنند.

استفاده از شبکه‌های اجتماعی در زمینه‌های مختلفی مورد بررسی قرار گرفته است؛ به عنوان مثال، روزبهبانی، ساروخانی و پروین (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «بررسی جامعه‌شناختی مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی و تسامح قومی در بین شهروندان تهرانی (با تأکید بر گفتگوی اجتماعی)» به این نتیجه رسیدند که فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی، امکان برقراری ارتباط و گفتگو را به‌عنوان سازوکاری مناسب جهت تقویت پیوندهای فرهنگی، اجتماعی و سیاسی بین خرده‌فرهنگ‌ها و نیز قومیت‌های یک جامعه فراهم می‌نمایند و در نتیجه تسامح بین آن‌ها را ارتقا می‌بخشند.

حسین پور و بشیری (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «رابطه استفاده از شبکه پیام رسان تلگرام در گرایش جوانان به جرائم اخلاقی» به این یافته‌ها رسیدند که محتوای شبکه اجتماعی تلگرام در تبلیغ سبک‌های زندگی غربی، اطلاع‌رسانی نامطلوب، ترویج بی‌بندوباری، کم‌رنگ کردن ارزش‌های مذهبی و تضعیف نظارت خانوادگی تأثیر داشته است.

شبکه‌های اجتماعی همانند دیگر حوزه‌های مربوط به زندگی اجتماعی، بر روی فعالیت‌های آموزشی و تحصیلی دانش‌آموزان و دانشجویان نیز اثر گذار بوده‌اند. الواری و مقامی (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «بررسی

تأثیر اجتماع یادگیری بر مهارت‌های اجتماعی و پیشرفت تحصیلی دانشجویان دانشگاه علامه طباطبائی» نشان دادند که اجتماع یادگیری (مجازی) بر مهارت‌های اجتماعی تأثیر دارد و آن را افزایش می‌دهد؛ چنان‌که بین میزان پیشرفت تحصیلی دانشجویان در دو گروه آزمایش و کنترل تفاوت معنی‌داری وجود دارد. به عبارت دیگر، دانشجویانی که با روش اجتماع یادگیری آموزش دیده‌اند، از پیشرفت تحصیلی بیشتری برخوردار بوده‌اند.

یافته‌های پژوهش مالمیر و همکاران (۱۳۹۵) با عنوان «تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر پیشرفت تحصیلی و یادداری دانشجویان پرستاری در آموزش زبان انگلیسی» نشان داد میزان پیشرفت تحصیلی و یادداری دانشجویانی که زبان انگلیسی را از طریق شبکه اجتماعی مجازی آموزش دیدند، بیش‌تر از میزان پیشرفت تحصیلی یادداری دانشجویانی بود که به روش سنتی زبان انگلیسی را آموزش دیدند.

امامی ریزی (۱۳۹۵) در پژوهش خود با عنوان «تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر پیشرفت تحصیلی دانشجویان» نشان داده است که بین نمره پیشرفت تحصیلی دانشجویانی که کاربر عادی شبکه‌های اجتماعی و دارای اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی خفیف و دارای اعتیاد به شبکه‌های مجازی شدید تفاوت معنادار وجود دارد.

دامنه تأثیر شبکه‌های اجتماعی بسیار گسترده است و پژوهشگران متعددی با توجه به حیطه تخصصی و زمینه علمی خود به این موارد گسترده پرداخته‌اند. به عنوان نمونه، خانیکی و خجیر (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در توسعه جامعه مدنی ایران»، به شناسایی نقش مثبت و منفی شبکه‌های اجتماعی مجازی در توسعه جامعه مدنی ایران و میزان استفاده از هر یک از آن‌ها بین فعالان مدنی شهر تهران پرداخته‌اند.

در زمینه تأثیرات استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر روی گرایش‌های دینی نیز پژوهش‌های زیادی انجام گرفته است. از جمله شریفی و شهرستانی (۱۳۹۶) در پژوهش خود با عنوان «بررسی رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی موبایلی (تلگرام) با رفتار و اخلاق اجتماعی کاربران با رویکرد دینی فرهنگ در دانشگاه آزاد اسلامی» گزارش کرده‌اند که بین میزان استفاده از تلگرام و متغیرهای آسیب به روابط خانوادگی، روابط جنسی نامناسب، عدم رعایت ادب و عدم خود واقعی، رابطه معنادار مشاهده شد. نتایج به دست آمده از پژوهش حاکی از آن است که استفاده از تلگرام تأثیر نامطلوبی بر رفتار و اخلاق اجتماعی کاربران دارد.

در پژوهش دیگری با عنوان «بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب بر هویت دینی دانشجویان دهه دوم و سوم انقلاب اسلامی (مورد مطالعه: دانشگاه‌های همدان)» نیز موسیوند و همکاران (۱۳۹۶) گزارش می‌دهند که کاربست مؤلفه‌های شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب، ۶۲ درصد از تغییرات هویت دینی را تبیین می‌کند که از بین شاخص‌های تشکیل‌دهنده هویت دینی، شاخص‌های احساسی و اعتقادی به ترتیب بالاترین اولویت‌ها و شاخص پیامدی از پایین‌ترین اولویت برخوردار است. بنابراین، بین میزان استفاده کاربران از شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب و هویت دینی آنان رابطه معناداری وجود دارد.

دامنه پژوهش‌ها در زمینه تربیت دینی به عنوان یکی از حوزه‌های حساس در ارتباط با شبکه‌های اجتماعی گسترده است؛ از جمله پژوهش هدایتی و همکاران (۱۳۹۵) با عنوان «آسیب‌شناسی شبکه‌های اجتماعی

مجازی موبایل محور در زمینه تربیت دینی) نشان می‌دهد هر چه مدت زمان عضویت، میزان استفاده، میزان مشارکت و فعال بودن دانش‌آموزان در استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی افزایش پیدا می‌کند، از میزان تربیت دینی‌شان کاسته می‌شود.

حساسیت به شبکه‌های اجتماعی و رصد کردن تأثیر آن‌ها بر زندگی اجتماعی در حوزه‌های مختلف محدود به جامعه ایرانی نیست و در کشورهای مختلف این شبکه‌ها و تأثیرات اجتماعی آن‌ها با دقت نظر بررسی می‌شود. از جمله در کشور پاکستان، عباس^۱ و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهش خود بر دانشجویان دانشگاه‌های منتخب، با عنوان «تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر رفتار یادگیری در آموزش پایدار» این‌گونه گزارش داده‌اند که این مطالعه برای بررسی رفتار دانشجویان در استفاده از رسانه‌های اجتماعی، از نظریه رضایت اجتماعی استفاده می‌کند. یافته‌ها نشان داد که استفاده از رسانه‌های اجتماعی در پاکستان علاوه بر جنبه‌های مثبت بر پیشرفت تحصیلی، تأثیر منفی بر رفتار دانشجویان دارد.

اگرچه تفاوت‌های فرهنگی و اعتقادی در بین کشورها و جوامع مختلف، موضوع‌های پژوهش را تحت تأثیر قرار می‌دهد، اما در همه جوامع شبکه‌های اجتماعی و تأثیر گذاری آن‌ها بر روی جنبه‌های مختلف زندگی اجتماعی با حساسیت دنبال می‌شود.

در پژوهشی که توسط فو، زیو، ژوآ و یو^۲ (۲۰۱۸) با عنوان «اختلال در جهت‌گیری در جوانان مبتلا به اعتیاد به اینترنت: شواهدی از توجه در تکالیف شبکه محور» انجام گرفت نتایج نشان داد بسیاری از مردم برای مدیریت و دور شدن از احساسات ناخواسته خود، همچون استرس، تنهایی، افسردگی و اضطراب به اینترنت و شبکه‌های مجازی روی می‌آورند. آن‌ها اینترنت را آسان‌ترین راه برای خروج از این احساسات می‌دانند که همین نقطه آغاز وابستگی به اینترنت است. با توجه به یافته‌های پژوهش اگرچه کاربران برای رهایی از تنش‌ها به سمت شبکه‌های اجتماعی گرایش پیدا می‌کنند، ولی در ادامه تحت تأثیر استفاده افسارگسیخته، این گرایش‌ها به اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و به طور کلی اینترنت منجر می‌شود.

از دیدگاهی دیگر با موضوع پذیرش شبکه‌های اجتماعی به عنوان یک دستاورد نوآورانه، چن و کئو^۳ (۲۰۱۷) در تحقیق خود با عنوان «مقاومت در برابر نوآوری و پیامدهای راهبردی رسانه‌های اجتماعی» به این نتیجه رسیدند که بر اساس دیدگاه سنتی، دانش‌داری بسیار با ارزشی است و اگر دارندگان دانش، بر این باور باشند که با اشتراک دانش، چیز با ارزشی به دست نخواهند آورد، در مقابل این رفتار مقاومت خواهند کرد.

با نگاهی به پژوهش‌های انجام شده در زمینه تأثیر گذاری شبکه‌های اجتماعی شاید بتوان گفت تأثیر این شبکه‌ها بر روی زندگی خانوادگی از بیشترین فراوانی برخوردار است. در این راستا مک دانیل، دروینو کرونز^۴ (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان «رفتارهای مرتبط با خیانت و رضایت زناشویی در سایت‌های رسانه‌های اجتماعی» به این نتیجه رسیده‌اند که رسانه‌های اجتماعی مجازی مسیری یکنواخت برای رفتارهایی که ممکن

1. Abbas

2. Fu, Xu, Zhao, Yu

3. Chen, Kuo

4. Mc Daniel, Drouin, Cravens

است به صورت بالقوه به روابط زوجین صدمه بزند، فراهم می‌کند- مثل برقراری ارتباط با یک دوست جایگزین که ممکن است منجر به ایجاد تعارض، شکاف در رابطه و در نهایت طلاق شود.

دیری نیاید که نظام‌های آموزشی در کشورهای مختلف تحت تاثیر شبکه‌های اجتماعی قرار گرفتند و این تاثیر گذاری هم با نگاه خوشبینانه مورد استقبال قرار گرفت و هم با نگاه آسیب شناسی به تاثیرات این شبکه‌ها در عملکرد تحصیلی یادگیرندگان و دیگر مخاطبان مد نظر قرار گرفتند. پژوهش چیزوبا^۱ (۲۰۱۷) با عنوان «تأثیر سایت‌های شبکه‌های اجتماعی^۲ بر عملکرد تحصیلی دانشجویان دانشگاه پلی تکنیک ایبا در نیجریه» نشان می‌دهد که بیشتر شرکت‌کنندگان در پاسخ به سؤال‌های پرسشنامه تأیید کردند که SNS^۳ها در مباحث درسی برای آن‌ها تأثیر مثبت می‌گذارد. این تأثیرگذاری در عملکرد تحصیلی به ویژه از نظر بحث با همکلاسی‌ها، ارتباط با استاد راهنما یا مدرس و تقسیم تکالیف بوده است.

۸۱

نتایج پژوهش تازر^۴ و همکاران (۲۰۱۷) با عنوان «بررسی تأثیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر پیشرفت دانشگاهی و نگرش‌های آینده‌نگر بر دانشجویان معلمان» نشان می‌دهد که دانشجویان معلمان آینده‌نگر که دارای حساب‌های کاربری برای استفاده از رسانه‌های اجتماعی هستند در مقایسه با دانشجویان معلمان که هیچ حساب رسانه اجتماعی ندارند، نمرات بهتری در آزمون‌های پیشرفت تحصیلی کسب می‌کنند.

کارپینسکی^۵ و همکاران (۲۰۱۶) در پژوهشی با عنوان «کاوش در استفاده از سایت شبکه‌های اجتماعی و عملکرد علمی در میان دانشجویان دانشگاه‌های ایالات متحده و اروپا» به این نتیجه رسیدند که بین میزان استفاده از این رسانه‌ها و تفکر عمیق و اهمیت به اهداف اخلاقی زندگی، ارتباط معنادار و معکوس وجود دارد. راسل و کلیتون^۶ (۲۰۱۴) پژوهشی با عنوان «چرخه سوم: تأثیر استفاده از شبکه اجتماعی توئیتر در رابطه با خیانت و طلاق» انجام داده‌اند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان می‌دهد که استفاده افراطی از توئیتر می‌تواند منجر به افزایش میزان مناقشه در میان همسران شود. چنین شرایطی می‌تواند بسترساز اختلاف میان همسران و جدایی منجر به طلاق گردد.

کمپل^۷ (۲۰۱۲) در پژوهشی با عنوان «رابطه بین استفاده از شبکه اجتماعی فیس‌بوک و دین‌داری در بین بزرگسالان» گزارش داده است که استفاده از شبکه اجتماعی فیس‌بوک باعث تضعیف دین‌داری (گرایش دینی، اعتقادات دینی و میزان پایبندی دینی) کاربران آن می‌شود.

یافته‌های تیلر^۸ (۲۰۱۲) در پژوهشی با عنوان «شبکه‌های اجتماعی و جهانی شدن» نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترکیب با نفوذ قدرت‌های غربی، حرکتی را به سوی همگن‌سازی جهان آغاز کرده‌اند که این حرکت سبب ایجاد تضاد و ستیز در جهان و حرکت برخی ملت‌ها به سوی شکست و تضعیف

1. Chizoba

2. SNS

3. Social Networking Service

4. Tezer

5. Karpinski

6. Russell, Clayton

7. Campbell

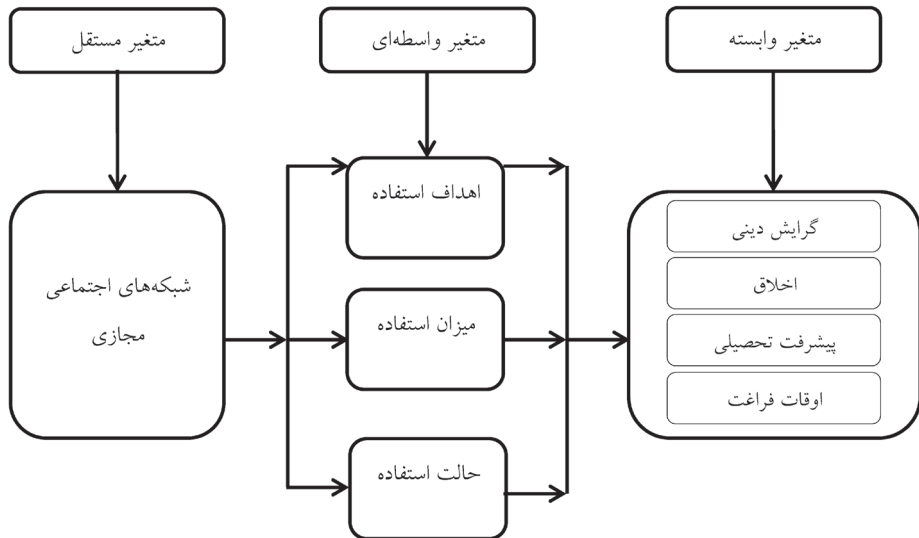
8. Tyler

هویت ملی و سنت‌هایشان شده است.

همانگونه که اشاره شد، شبکه‌های اجتماعی یکی از پرطرفدارترین رسانه‌ها هستند که مخاطبان بسیاری به ویژه از قشر جوان دارند. افراد در شبکه‌های اجتماعی می‌توانند هویتی کاملاً دلخواه داشته باشند و بر پایه همان هویت دلخواه، ارتباط مجازی خود را با دیگران گسترش دهند. لذا با توجه به استقبال گسترده کاربران اینترنتی به ویژه جوانان از شبکه‌های اجتماعی و افزایش ضریب نفوذ شبکه‌های اجتماعی به خصوص با گسترش تلفن‌های همراه هوشمند در بین افراد جامعه به ویژه جوانان نمی‌توان کارکرد شبکه‌های اجتماعی را به عنوان یکی از کارگزاران جامعه‌پذیری نادیده گرفت و یا حذف نمود، بلکه باید با تعامل درست با این پدیده نوظهور مواجه شد تا از این طریق بتوان از الگوپذیری‌های متفاوت و آسیب‌های بنیادین بر جامعه، نهاد خانواده و جوانان جلوگیری نمود. در پژوهش حاضر مهم‌ترین مسئله پاسخ به دو پرسش اساسی است: نخست، بررسی میزان گرایش جوانان استان همدان به شبکه‌های اجتماعی مجازی و دیگری، فرصت‌های احتمالی و چالش‌ها و آسیب‌های احتمالی از سوی این شبکه‌ها برای جوانان که در قالب سؤالات زیر مطرح خواهد شد:

۱. آیا استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر گرایش دینی جوانان تأثیر دارد؟
 ۲. آیا استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اخلاق جوانان تأثیر دارد؟
 ۳. آیا استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر پیشرفت تحصیلی جوانان تأثیر دارد؟
 ۴. آیا استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اوقات فراغت جوانان تأثیر دارد؟
- بر اساس سؤالات فوق و با توجه به مبانی نظری و پیشینه پژوهش، فرضیات زیر مطرح شدند:
۱. استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر گرایش دینی کاربران جوان تأثیر دارد.
 ۲. استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر اخلاق کاربران جوان تأثیر دارد.
 ۳. استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر پیشرفت تحصیلی کاربران جوان تأثیر دارد.
 ۴. استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر اوقات فراغت کاربران جوان تأثیر دارد.

همچنین، در این پژوهش از مدل مفهومی زیر استفاده شده است:



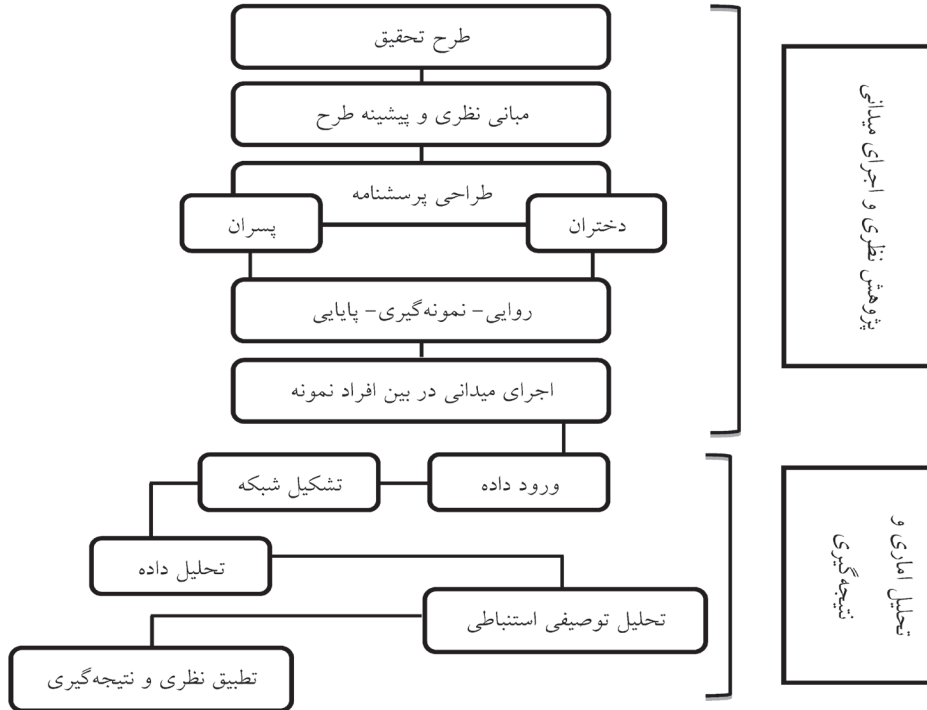
شکل ۲: مدل نظری پژوهش

روش شناسی پژوهش

مطالعه حاضر به لحاظ هدف، جزو پژوهش‌های کاربردی و از لحاظ ماهیت، در زمره مطالعات توصیفی است که به دنبال شناسایی وضعیت گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی با تأکید بر بررسی تأثیر این شبکه‌ها بر گرایش دینی، اخلاق، پیشرفت تحصیلی و اوقات فراغت در بین جوانان استان همدان می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش کلیه جوانان استان همدان می‌باشند. بر اساس تصویب «شورای عالی جوانان» مورخه ۱۳۹۷/۹/۱۱ کلیه افراد ۱۸ تا ۳۵ سال جوان محسوب می‌شوند^۱ و بر اساس آخرین سرشماری صورت گرفته جمعیت جوان استان همدان ۶۲۷۴۴۲ نفر اعلام شده است. روش نمونه‌گیری هم به صورت خوشه‌ای چندمرحله‌ای بود. حجم نمونه آماری موردنیاز بر اساس فرمول کوکران محاسبه و در نهایت ۴۳۰ نفر به عنوان گروه نمونه در نظر گرفته شدند.

به منظور ساخت و تهیه ابزار جمع‌آوری اطلاعات، ابتدا مبانی نظری پژوهش مورد بررسی قرار گرفت و در نهایت برای جمع‌آوری اطلاعات و داده‌ها، از پرسشنامه‌های محقق ساخته استفاده شد. روایی پرسشنامه با استفاده از فن روایی محتوایی بر اساس نظرات و بازخوردهای ده نفر از افراد صاحب نظر در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی به دست آمد. همچنین برای به دست آوردن پایایی پرسشنامه ابتدا پرسشنامه در بین حدود ۱۰ درصد از افراد جامعه توزیع و با استفاده از روش آلفای کرونباخ میزان پایایی آن مقدار قابل قبول ۰/۷۹ به دست آمد. شکل ۳، نمودار اجرای روش پژوهش را نمایش می‌دهد:

1. <https://iqna.ir/fa/news/3768972>



شکل ۳: نمودار اجرای روش پژوهش

یافته‌های پژوهش

به منظور تحلیل داده‌های حاصل از پژوهش ابتدا جدول‌های توزیع فراوانی و توصیفی گزارش شده‌اند. همچنین برای بررسی معنی داری هر یک از گویه‌های مربوط به وضعیت شبکه‌های اجتماعی مجازی و جوانان علاوه بر جدول توصیفی، با استفاده از آزمون t تک نمونه‌ای به سؤال‌های پژوهش پاسخ داده شد. جدول ۱، توزیع فراوانی نمونه آماری پژوهش را برحسب شهر محل زندگی نشان می‌دهد:

جدول ۱: توزیع فراوانی نمونه برحسب شهر

ردیف	شهر	فراوانی	درصد فراوانی	ردیف	شهر	فراوانی	درصد فراوانی
۱	همدان	۱۱۰	۲۵/۶	۶	رزن	۳۲	۷/۴
۲	ملایر	۷۴	۱۷/۲	۷	کبودرآهنگ	۳۵	۸/۱
۳	نهاوند	۴۵	۱۰/۵	۸	بهار	۳۰	۷/۰
۴	اسدآباد	۳۵	۸/۱	۹	تویسرکان	۲۹	۶/۷
۵	رزن	۳۲	۷/۴	۱۰	فامنین	۴۰	۹/۳
مجموع:				۴۳۰			

همان گونه که مشاهده می شود، بیشترین فراوانی با تعداد ۱۱۰ نفر از همدان و کمترین فراوانی با تعداد ۲۹ نفر از تویسرکان بوده است. جدول ۲، توزیع فراوانی نمونه برحسب شبکه های اجتماعی مورد استفاده را نشان می دهد:

جدول ۲: توزیع فراوانی نمونه برحسب شبکه های اجتماعی مورد استفاده

ردیف	عنوان	فراوانی	درصد فراوانی	ردیف	عنوان	فراوانی	درصد فراوانی
۱	تلگرام	۴۱۶	۹۶/۷	۶	لایکی	۳۵	۸/۱
۲	واتساپ	۴۰۵	۹۴/۱۸	۷	تانگو	۲۶	۶/۰
۳	اینستاگرام	۳۹۰	۹۰/۸	۸	توییتر	۲۲	۵/۱
۴	فیس بوک	۵۳	۱۲/۳	۹	اپتا	۱۶	۳/۷
۵	لاین	۳۸	۸/۸	۱۰	سروش پلاس	۱۵	۳/۴۸

با توجه به اینکه در اینجا هر شرکت کننده بیش از یک گزینه را می توانست انتخاب کند، مجموع پاسخ ها بیش از مجموع پاسخ دهندگان است. داده های جدول بیانگر آن است که پر استفاده ترین شبکه تلگرام است که ۹۶/۷ درصد از پاسخ دهندگان از آن استفاده کرده اند. رتبه دوم به واتساپ تعلق دارد که حدود ۹۴/۱۸ درصد از پاسخ دهندگان از آن استفاده می کنند. جدول ۳، بیانگر اهداف جوانان در استفاده از شبکه های اجتماعی است:

جدول ۳: اهداف استفاده از شبکه های مجازی

ردیف	هدف استفاده	میانگین رتبه	ردیف	هدف استفاده	میانگین رتبه
۱	تفریح سرگرمی	۴/۹۴	۸	شغلی	۸/۳۲
۲	خانوادگی	۶/۱۲	۹	هنری	۸/۳۵
۳	علمی	۶/۶۵	۱۰	ورزشی	۸/۳۸
۴	اجتماعی	۷/۲۳	۱۱	تحصیلی	۸/۶۸
۵	خبری	۷/۲۳	۱۲	مذهبی	۸/۷۰
۶	آموزشی	۷/۲۷	۱۳	دوست یابی	۹/۳۷
۷	اقتصادی	۷/۹۵	۱۴	سیاسی	۱۸/۸۶

در این سؤال از پاسخ دهندگان خواسته شده بود، ۱۴ گزینه مربوط به هدف استفاده از شبکه های مجازی را بر اساس اولویت های خود از نمره ۱ (مهم ترین اولویت) تا نمره ۱۵ (کم ترین اولویت) رتبه بندی کنند. همان طور که در جدول مشخص است، برای تفریح و سرگرمی میانگین رتبه های داده شده به این گزینه ۴/۹۴ بوده است که بر اساس انتخاب بیشترین عدد ۱ و کمترین رتبه میانگینی محسوب می شود. در واقع می توان گفت تفریح

و سرگرمی، اولین هدفی است که پاسخ‌دهندگان دنبال می‌کرده‌اند. پس از آن، هدف‌های خانوادگی، علمی، اجتماعی، خبری، آموزشی اقتصادی، شغلی، هنری، ورزشی، تحصیلی، مذهبی، دوست‌یابی و در نهایت هدف سیاسی به عنوان آخرین اولویت در هدف استفاده افراد از شبکه‌های اجتماعی مجازی بیان شده است. جدول ۴، توزیع فراوانی افراد نمونه را بر اساس میزان ساعات استفاده از شبکه‌های مجازی در روز نشان می‌دهد:

جدول ۴: میزان ساعات استفاده از شبکه‌های مجازی

ردیف	ساعات استفاده در روز	فراوانی	درصد فراوانی	ردیف	ساعات استفاده در روز	فراوانی	درصد فراوانی
۱	کمتر از ۱ ساعت	۹۳	۲۱/۶	۵	۴ تا ۵ ساعت	۴۵	۱۰/۵
۲	۱ تا ۲ ساعت	۱۰۳	۲۴/۰	۶	۶ تا ۷ ساعت	۲۴	۵/۶
۳	۲ تا ۳ ساعت	۵۸	۱۳/۵	۷	بیش از ۷ ساعت	۴۱	۹/۵
۴	۳ تا ۴ ساعت	۶۶	۱۵/۳	مجموع		۴۳۰	۱۰۰/۰

در جدول بالا، درصد فراوانی و درصد تراکمی مشخص شده است. رایج‌ترین میزان استفاده ۱ تا ۲ است که توسط ۱۰۳ نفر معادل ۲۴ درصد انتخاب شده است. در جدول ۵، نتیجه رتبه‌بندی انواع استفاده از شبکه‌های مجازی توسط پاسخ‌دهندگان مشخص شده است:

جدول ۵: انواع حالت‌های استفاده از شبکه‌های مجازی

ردیف	هدف استفاده	میانگین رتبه	ردیف	هدف استفاده	میانگین رتبه
۱	چت با دوستان	۲/۹۵	۵	پیگیری افراد معروف	۵/۰۳
۲	مطالعه	۳/۷۱	۶	پیگیری مطالب طنز	۴/۹۲
۳	عکس و فیلم	۳/۷۴	۷	مدیریت صفحه، گروه، کانال	۵/۴۲
۴	پیگیری دوستان	۴/۴۳	۸	بی‌هدف	۵/۸۵

در این سؤال پرسشنامه از پاسخ‌دهندگان خواسته شده بود، ۸ گزینه مربوط به نوع استفاده از شبکه‌های مجازی را رتبه‌بندی کنند. همان‌طور که در جدول مشخص است برای مثال گزینه اول مربوط به چت است که کمترین رتبه‌ای که به آن داده شده است ۱ و بیشترین رتبه آن ۸ بوده است. میانگین رتبه‌های داده شده به این گزینه ۲/۹۵ بوده است که کمترین رتبه محسوب می‌شود. در واقع می‌توان گفت بیشترین شکل استفاده از شبکه‌های مجازی، چت است.

در جدول ۶ نتایج به‌دست‌آمده از توصیف جوانان استان همدان از شرایط فرهنگی حاکم بر جو عمومی

شبکه‌های اجتماعی پربازدید در استان همدان بر مبنای متغیرهای کلیدی پژوهش آمده است. لازم به ذکر است که نتایج حاصل در واقع نمایش میانگین و انحراف معیار گویه‌های مربوط به وضعیت فرهنگی شبکه‌های مجازی است که از پاسخ به سؤالات پرسشنامه در زمینه توصیف وضعیت موجود و همچنین رعایت این عنصر از سوی خود فرد و با در نظر گرفتن میانگین نظری ۳ به دست آمده است.

جدول ۶: میانگین و انحراف معیار گویه‌های مربوط به وضعیت گرایش دینی، اخلاق، پیشرفت تحصیلی و اوقات فراغت جوانان در

شبکه‌های مجازی

متغیر	ردیف	گویه	میانگین	انحراف معیار
گرایش دینی	۱	همه افراد در شبکه‌های اجتماعی حدود دینی را رعایت می‌کنند.	۳/۳۹	۱/۳۱
	۲	من در شبکه‌های اجتماعی حدود دینی را رعایت می‌کنم.	۲/۴۷	۱/۱۹
	۳	هدف برخی افراد و محتواها در شبکه‌های اجتماعی، حمله به اعتقادات دینی است.	۳/۴۹	۱/۲۴
اخلاق	۴	در شبکه‌های اجتماعی محتواهای غیراخلاقی منتشر نمی‌شود.	۳/۴۲	۱/۳۵
	۵	اغلب افراد در شبکه‌های مجازی حریم‌های اخلاق را رعایت می‌کنند.	۳/۰۲	۱/۳۰
	۶	در شبکه‌های اجتماعی، حریم خصوصی افراد را به خطر می‌افتد.	۲/۵۴	۱/۲۲
	۷	افراد مختلف ممکن است با عضویت در شبکه‌های اجتماعی درگیر نوع نادرستی از فرهنگ ارتباطاتی با جنس مخالف شوند.	۲/۱۵	۱/۰۴
	۸	با استفاده از شبکه‌های اجتماعی، دانش آموزان و دانش جویان می‌توانند به یادگیری بپردازند.	۲/۲۹	۱/۰۴
پیشرفت تحصیلی	۹	استفاده افراطی از شبکه‌های اجتماعی باعث افت تحصیلی دانش آموزان و دانش جویان می‌شود.	۲/۳۴	۱/۱۴
	۱۰	شبکه‌های اجتماعی می‌توانند باعث تبادل اطلاعات تخصصی و عمومی افراد با یکدیگر شوند.	۲/۳۴	۱/۴۵
اوقات فراغت	۱۱	در اوقاتی که در بین جمع خانواده و دوستان هستم مایلم از شبکه‌های اجتماعی استفاده نمایم.	۳/۱۲	۱/۲۸
	۱۲	بیشتر اوقات فراغت خود را به بررسی محتوای شبکه‌های اجتماعی می‌پردازم.	۳/۱۰	۱/۲۹
	۱۳	پرداختن به شبکه‌های مجازی من را از انجام برنامه‌های جدی زندگی ام باز می‌دارد.	۲/۹۹	۱/۳۱
	۱۴	بازدید از شبکه‌های اجتماعی، بخش بزرگی از برنامه زندگی من است.	۳/۱۲	۱/۳۶
	۱۵	دوستانم در شبکه‌های اجتماعی هر روز برایم پیام می‌گذارند.	۲/۶۳	۱/۳۳

در جدول بالا میانگین و انحراف معیار برای گویه‌های پرسشنامه مشخص است. حد وسط ۳ است. در گویه‌هایی که میانگین کمتر از ۳ دارند، پاسخ‌دهندگان با آن‌ها موافق بوده‌اند و با گویه‌هایی که میانگین بالای ۳ دارند، اعلام مخالفت بیشتری کرده‌اند.

گویه شماره ۱ دارای میانگین ۳/۳۹ است و بیانگر این است که به‌طورکلی پاسخ‌دهندگان بر این باور بوده‌اند که در شبکه‌های اجتماعی گرایش دینی افراد تضعیف می‌گردد. گویه شماره ۲ دارای میانگین ۲/۴۷ است که در واقع نشان می‌دهد افراد خود را در رعایت شئون دینی مقید گزارش کرده‌اند. گویه شماره ۳ بیانگر این است پاسخ‌دهندگان بر این باور بوده‌اند که در شبکه‌های اجتماعی عده‌ای از افراد تعمداً به انتشار محتوای غیراخلاقی می‌پردازند.

گویه شماره ۴ بیانگر این است پاسخ‌دهندگان معتقدند که محتواهای غیراخلاقی به‌وفور در این شبکه‌ها دیده می‌شود. گویه شماره ۵ بیانگر این است پاسخ‌دهندگان بر این باور بوده‌اند که افراد در این شبکه‌ها به رعایت حدود اخلاقی اهمیت کمتری می‌دهند. گویه شماره ۶ بیانگر این است که پاسخ‌دهندگان اعتقاد دارند حریم خصوصی افراد در شبکه‌های مجازی به خطر نمی‌افتد. گویه شماره ۷ بیانگر این واقعیت است که دنیای مجازی به آن‌ها امکان برقراری روابط اجتماعی آسان‌تری با جنس مخالف را می‌دهد.

گویه شماره ۸ بیانگر این است که پاسخ‌دهندگان معتقدند با استفاده از شبکه‌های اجتماعی، دانش‌آموزان و دانشجویان می‌توانند به یادگیری بپردازند. گویه شماره ۹ بیانگر این است که پاسخ‌دهندگان بر این باور بوده‌اند که استفاده افراطی از شبکه‌های اجتماعی باعث افت تحصیلی دانش‌آموزان و دانش‌جویان می‌شود.

گویه شماره ۱۰ بیانگر این است که پاسخ‌دهندگان اعتقاد دارند شبکه‌های اجتماعی می‌توانند باعث تبادل اطلاعات تخصصی و عمومی افراد به یکدیگر شوند. گویه شماره ۱۱ دارای میانگین ۳/۱۲ است و بیانگر این است که به‌طورکلی پاسخ‌دهندگان بر این باور بوده‌اند که در بین جمع خانواده و دوستان از شبکه‌های اجتماعی کم‌تر استفاده می‌کنند. گویه شماره ۱۲ دارای میانگین ۳/۱۰ است که در واقع نشان می‌دهد بیشتر اوقات فراغت خود را به بررسی محتوای شبکه‌های اجتماعی نمی‌پردازند.

گویه شماره ۱۳ بیانگر این است پاسخ‌دهندگان بر این باور بوده‌اند که حضور در شبکه‌های اجتماعی افراد را از انجام برنامه‌های جدی زندگی بازمی‌دارد. گویه شماره ۱۴ بیانگر این است که بازدید از شبکه‌های اجتماعی، بخش بزرگی از برنامه زندگی آن‌ها نیست و گویه شماره ۱۵ نشان می‌دهد که دوستان این افراد به صورت روزانه برای آن‌ها پیام ارسال نمی‌کنند.

در ادامه و بر اساس تحلیل نتایج ارائه شده در جدول ۷، به سؤال‌های پژوهش در زمینه تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی پاسخ داده می‌شود و فرضیات مطرحه مورد آزمون قرار می‌گیرند.

جدول ۷: نتایج آزمون t تک نمونه‌ای برای مقایسه میانگین به دست آمده برای گویه گرایش دینی، اخلاق، پیشرفت تحصیلی و اوقات فراغت جوانان

ردیف	مؤلفه	میانگین	انحراف معیار	مقدار t نظری: ۳		
				t	درجه آزادی	سطح معنی داری
۱	تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر گرایش دینی جوانان	۲/۸۷	۰/۷۱	-۳/۶۰	۴۲۹	۰/۰۰*
۲	تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اخلاق جوانان	۲/۵۶	۰/۷۶	-۱۱/۸۹	۴۲۹	۰/۰۰*
۳	تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر پیشرفت تحصیلی جوانان	۳/۲۷	۰/۷۱	۷/۰۰	۴۲۹	۰/۰۰*
۴	تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اوقات فراغت جوانان	۲/۹۹	۰/۸۰	-۰/۲۳	۴۲۹	۰/۱۵

به منظور ارائه پاسخ به سؤالات پژوهش در زمینه تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر ۴ متغیر گرایش دینی جوانان، اخلاق جوانان، پیشرفت تحصیلی و اوقات فراغت، با استفاده از آزمون t تک نمونه‌ای به بررسی و تحلیل یافته‌های پژوهش پرداختیم. گفتنی است که بنا بر نظر کارشناسان و متخصصان، میانگین نظری ۳ برای پاسخ به سؤالات در نظر گرفته شد. همچنین برای قضاوت درباره اینکه میانگین به دست آمده برای هر مؤلفه با میانگین نظری یا حد وسط ۳ دارای تفاوت معنی دار و قابل تعمیم به کل جامعه است یا صرفاً دارای تفاوت جزئی و غیرقابل تعمیم است، آزمون آماری t تک نمونه‌ای یکی از بهترین آزمون‌ها خواهد بود. نتایج این آزمون در جدول ۷ آمده است. در این جدول میانگین و انحراف معیار، مقدار t، درجه آزادی و سطح معنی داری مشخص است. موافقت و مخالفت با گویه‌هایی که سطح معنی داری برای آن‌ها از ۰/۰۵ پایین‌تر است را می‌توان به کل جامعه تعمیم داد. همچنین مقادیر t منفی نشانه پایین بودن میانگین به دست آمده از میانگین نظری (موافقت با تأثیر منفی آن) و مقادیر t مثبت بیانگر بیشتر بودن میانگین آن مؤلفه نسبت به میانگین نظری ۳ (موافقت با تأثیر مثبت آن) است.

سؤال اول: آیا استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر گرایش دینی جوانان تأثیر دارد؟

با توجه به یافته‌های جدول ۷، مقدار t به دست آمده برابر با -۳/۶۰ و سطح معنی داری ۰/۰۰ نشان می‌دهد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی عامل تضعیف گرایش دینی در بین جوانان می‌باشد و فرض پژوهش مبنی بر تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر گرایش دینی جوانان تایید می‌گردد- البته این اثرگذاری به صورت منفی است.

سؤال دوم: آیا استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اخلاق جوانان تأثیر دارد؟

طبق نتایج جدول ۷، مقدار t به دست آمده برابر با $11/89$ - و سطح معنی داری $0/00$ نشان می‌دهد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی عامل قوی در ایجاد اختلال اخلاق در بین جوانان است و فرض پژوهش مبنی بر تأثیر استفاده از شبکه‌های مجازی بر کاهش اخلاق جوانان تأیید می‌گردد - البته این اثرگذاری به صورت منفی است.

سؤال سوم: آیا استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر پیشرفت تحصیلی جوانان تأثیر دارد؟

با توجه به یافته‌های جدول ۷، مقدار t به دست آمده برابر با $7/00$ و سطح معنی داری $0/00$ نشان می‌دهد که جوانان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی را عامل افزایش پیشرفت تحصیلی خود می‌دانند و فرض پژوهش مبنی بر تأثیر استفاده از شبکه‌های مجازی بر کاهش اخلاق جوانان تأیید می‌گردد - البته این اثرگذاری به صورت مثبت است.

سؤال چهارم: آیا استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اوقات فراغت جوانان تأثیر دارد؟

طبق نتایج جدول ۷، مقدار t به دست آمده برابر با $0/23$ - و سطح معنی داری $0/15$ نشان می‌دهد که جوانان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی را عامل تأثیرگذاری بر کم و کیف اوقات فراغت خود نمی‌دانند و میانگین به دست آمده هم تفاوت معنی داری با حد متوسط پاسخ‌ها ندارد. در واقع باید گفت پاسخ‌دهندگان موافقت یا مخالفت خاصی با این گویه ابراز نکرده‌اند و فرض پژوهش مبنی بر تأثیر استفاده از شبکه‌های مجازی بر کاهش اوقات فراغت جوانان تأیید نمی‌گردد.

بحث و نتیجه‌گیری

امروز با رسانه‌ای شدن جهان اجتماعی، این رسانه‌ها هستند که دگرگونی‌های ساختاری و فرهنگی عمیقی را نه تنها در نهادهای اجتماعی، بلکه در روابط اجتماعی بین انسان‌ها به وجود آورده‌اند. در همین راستا، رسانه‌ها به افراد این امکان را داده‌اند که با افرادی آن‌سوی فضای اجتماعی خود ارتباط گرفته، کنشگری کنند و اشکال جدیدی از رابطه، معنا، عواطف و احساسات مرتبط با پیوندهای انسانی محقق شود. شبکه‌های اجتماعی به عنوان یکی از فعال‌ترین رسانه‌های اجتماعی، به دلیل جذابیت ذاتی بیش از سایر رسانه‌ها مورد توجه قرار می‌گیرند و استفاده از آن‌ها روبه افزایش است. شبکه‌های اجتماعی مجازی، بیشترین شباهت را به جامعه انسانی دارند و فارغ از محدودیت‌های زمانی، مکانی، سیاسی و فرهنگی، امکان ارتباط با شمار زیادی از افراد را به فرد می‌دهند. لذا آسیب‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی که زمان چندانی هم از پیدایش آن‌ها نمی‌گذرد، قابل تامل و با اهمیت هستند؛ چرا که این شبکه‌ها نیز مانند سایر شبکه‌های ارتباطی می‌توانند در جهت مثبت و منفی به کار گرفته شوند. شبکه‌های اجتماعی مجازی فواید زیادی دارند، اما آسیب‌های ناشی از آن‌ها نیز گریبان‌گیر جوانان و به‌طورکلی جامعه و خانواده‌ها شده است.

مقاله حاضر به دنبال شناسایی میزان گرایش جوانان استان همدان به شبکه‌های اجتماعی مجازی و مشخص کردن تأثیرات استفاده از این شبکه‌ها بر ۴ متغیر گرایش‌های دینی، اخلاق، پیشرفت تحصیلی و اوقات فراغت در زندگی جوانان می‌باشد.

ابتدا گونه‌های مختلف شبکه‌های اجتماعی مجازی مورد استفاده در بین جوانان استان همدان شناسایی شد. بر اساس یافته‌ها، شبکه اجتماعی تلگرام با ۹۶/۷، پیام‌رسان واتساپ با ۹۴/۱۸ و شبکه اجتماعی اینستاگرام با ۹۰/۰۸، پرطرفدارترین شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین جوانان استان همدان هستند. در گام دوم، اهداف افراد از عضویت و استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی مورد بررسی قرار گرفت که در این زمینه یافته‌ها نشان داد که اهداف جوانان استان همدان به ترتیب اهمیت عبارت‌اند از: تفریح و سرگرمی، اشتراک محتوای خانوادگی، جستجو و بهره‌مندی علمی، بهره‌گیری خبری و اجتماعی، دریافت محتوای آموزشی، افزایش ظرفیت‌های اقتصادی، افزایش آگاهی شغلی، تقویت جنبه‌های هنری، آگاهی از محتوای برنامه‌های ورزشی، تامین اهداف تحصیلی، دریافت محتوای مذهبی، دوست‌یابی و درنهایت، هدف سیاسی. در گام سوم، بررسی زمان حضور افراد در این شبکه‌ها نشان داد بیشترین زمان حضور در شبکه‌های اجتماعی برای جوانان ۱ تا ۲ ساعت با ۲۴ درصد از فراوانی است. زمان‌های کمتر از ۱ ساعت با ۲۱/۶ درصد، ۳ تا ۴ ساعت با ۱۵/۳ درصد، ۲ تا ۳ ساعت با ۱۳/۵ درصد و ۴ تا ۵ ساعت با ۱۰/۵ درصد در رتبه‌های بعدی قرار دارند و متأسفانه ۹/۵ درصد از جوانان هم بیش از ۷ ساعت از وقت خود را در شبانه‌روز در این شبکه‌ها سپری می‌کنند.

بررسی تأثیرات استفاده این شبکه‌های اجتماعی بر گرایش‌های دینی جوانان نشان می‌دهند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر وضعیت گرایش دینی جوانان تأثیرات منفی داشته و عملاً باعث ترویج مشکلاتی در این زمینه برای جوانان می‌گردد. این نتیجه با یافته‌های پژوهش نعمتی فر، صفوریایی پاریزی (۱۳۹۸)، عبدالرحمانی، حسین پور و بشیری (۱۳۹۷)، موسیوند، صفایی، صفایی شکیب و ویسه (۱۳۹۶) و کمپل (۲۰۱۲) همخوانی دارد. در تحلیل این نتیجه پژوهش می‌توان گفت که استفاده آزاد از شبکه‌های اجتماعی مجازی در جوانانی بیشتر رواج دارد که اعتقادات و باورها و درنهایت تربیت دینی آن‌ها ضعیف‌تر است. البته این مسئله از عوامل دیگری نیز سرچشمه می‌گیرد؛ چون به‌صورت منطقی رژیم مصرف برای محتوای رسانه‌های اجتماعی طراحی و فراگیر نمی‌شود، این رسانه‌ها و امکانات اطلاعاتی و ارتباطی، بیشتر مروج فرهنگ مادی نگر و لذت‌جو و فردگرایانه هستند که یکی از جنبه‌های آسیب‌زای آن کاهش تعلقات دینی و اخلاقی در جوانان است.

یافته‌های پژوهش در مورد تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اخلاق جوانان گویای تأثیرات منفی این عامل بر روی این متغیر است و این یافته با نتایج پژوهش‌های بور، بلیاد و ژیان باقری (۱۳۹۹)، طالعی و همکاران (۱۳۹۸)، روزبھانی، ساروخانی و پروین (۱۳۹۸)، عبدالرحمانی، حسین پور و بشیری (۱۳۹۷)، شریفی و شهرستانی (۱۳۹۶)، مک دانیل، دروینو و کرونز (۲۰۱۷)، کارپینسکیو همکاران (۲۰۱۶) و راسل و کلیتون (۲۰۱۴) همسویی دارد. می‌توان گفت حضور بیش از حد در فضای مجازی، از یک سو سبب وقت‌گذاری کمتر برای خانواده و کاهش نظارت خانواده بر کنش‌های افراد می‌شود و از سوی دیگر، وجود روابط ناسالم در فضای مجازی، فرد را به این شبکه‌ها وابسته می‌کند و باعث دریافت و یا ارسال محتوای خارج از عرف و در فضای مجازی می‌شود که این امر به اخلاق فرد آسیب می‌زند.

همچنین یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر پیشرفت

تحصیلی جوانان تأثیرات مثبت دارد. یافته‌های پژوهش‌های الواری و مقامی (۱۳۹۷)، مالمیر و همکاران (۱۳۹۵)، امامی ریزی کیرا (۱۳۹۵)، حجازی و همکاران (۱۳۹۵)، عباس و همکاران (۲۰۱۹)، چیزوبا (۲۰۱۷) و تازر و همکاران (۲۰۱۷) مؤید این نتیجه پژوهش است. عامل تأثیرگذاری مثبت شبکه‌های اجتماعی بر بهبود پیشرفت تحصیلی جوانان را می‌توان در ویژگی‌های اصلی شبکه‌های اجتماعی چون تعاملی بودن، مشارکتی بودن و امکان استفاده از محتوای چندرسانه‌ای دانست. در محیط‌های مجازی آموزشی، افراد خود مسئول یادگیری‌شان هستند و فعال‌اند که همین عوامل موجب بهبود پیشرفت می‌گردد.

یافته این پژوهش در زمینه تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اوقات فراغت جوانان نشانگر تأثیرات مشخص مثبت و یا منفی نیست و این یافته با نتایج یافته‌های حاصل از پژوهش‌های موسوی (۱۳۹۹)، توکلی و منصور لکوریج (۱۳۹۹)، خانیکی و خجیر (۱۳۹۷) و فو، زیو، ژوآ و یو (۲۰۱۸) که تا حدود زیادی همخوانی دارد. در تحلیل این نتیجه نیز باید گفت که شبکه‌های اجتماعی در ابعاد مختلف زندگی افراد تأثیر می‌گذارند و تغییرات زیادی در زندگی و نحوه زندگی آنها ایجاد می‌کنند؛ از جمله می‌توانند تغییراتی بر سبک زندگی افراد ایجاد کنند و نوعی جدیدی از سبک زندگی یا همان سبک زندگی مجازی را به وجود آورند. یکی از ابعاد سبک زندگی که می‌توان گفت تا حدود زیادی تحت تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی است، اوقات فراغت می‌باشد. نکته اصلی اینجاست که کاربران که از شبکه‌های اجتماعی مجازی برای پر کردن اوقات فراغت خود استفاده می‌کنند، اغلب دو حالت دارند: یا به صورت بی‌هدف در شبکه‌های مختلف گشت زنی می‌کنند و یا اینکه به صورت هدفمند، اوقات فراغتشان را با توجه به شبکه‌های اجتماعی مجازی برنامه‌ریزی می‌نمایند. بر این اساس، نتیجه پژوهش مؤید تأثیرات مشخص مثبت و یا منفی در این زمینه نبوده است.

بدین ترتیب، در دنیای کنونی که انفجار اطلاعات در آن به وقوع پیوسته و بخش عظیمی از انسان‌ها به‌ویژه جوانان در معرض پیامدهای آن قرار گرفته‌اند، بسیاری از متغیرها معنای گذشته خود را از دست داده‌اند و شدت و دامنه تغییرات به حدی است که در برخی موارد چالش‌ها و بحران‌های اجتماعی جدید را پدید آورده است. با توجه به اهمیت این موضوع و شناخت رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی و اوقات فراغت، این پژوهش نشان می‌دهد که فرآیند انتقال و نظارت در زمینه ارزش‌ها، باورها و رفتارها از خانواده و اجتماعات محلی به رسانه‌های جمعی به‌ویژه رسانه‌های اجتماعی ملی و بین‌المللی منتقل شده و برای جلوگیری و کاهش مسائل احتمالی نیاز به یک برنامه ریزی هماهنگ و منطبق با این فرآیند است.

منابع

- افراسیابی، محمدصادق. (۱۳۹۳). مطالعات شبکه‌های اجتماعی و سبک زندگی جوانان. تهران: انتشارات سیمای شرق
- الواری، شادی و مقامی، حمیدرضا. (۱۳۹۷). «بررسی تأثیر اجتماع یادگیری بر مهارت‌های اجتماعی و پیشرفت تحصیلی دانشجویان دانشگاه علامه طباطبائی». فصلنامه روان‌شناسی تربیتی. دوره ۱۴، شماره ۴۷، صص ۷۵-۹۳.
- امامی ریزی، کبرا. (۱۳۹۵). «تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر پیشرفت تحصیلی دانشجویان». مجله راهبردهای آموزش در علوم پزشکی. سال ۹، شماره ۳، صص ۲۰۶-۲۱۴.
- بور، سمانه؛ بلیاد، محمدرضا و ژیان باقری، معصومه. (۱۳۹۹). «اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی بر اساس روان بنه‌های ناسازگار و تحریف‌های شناختی با میانجی‌گری جو عاطفی خانواده در دانشجویان». اندیشه و رفتار. دوره چهاردهم، شماره ۵۵، صص ۶۷-۷۹.
- توکلی، سعید منصور و لک‌ورج، محمدهادی. (۱۳۹۹). «تأثیر شبکه‌های اجتماعی در تغییر ویژگی‌های شخصیتی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب». فصلنامه مدیریت و چشم‌انداز آموزش. سال دوم، شماره اول.
- خانیکی، هادی و خجیر، یوسف. (۱۳۹۷). «نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در توسعه جامعه مدنی ایران». فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات. سال نوزدهم، شماره ۴۴.
- روزبهرانی، منیر؛ ساروخانی، باقر و پروین، ستار. (۱۳۹۸). «بررسی جامعه‌شناختی مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی و تسامح قومی در بین شهروندان تهرانی». فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین. سال پنجم، شماره ۲۰، صص ۳۱۳-۳۵۶.
- ساروخانی، باقر. (۱۳۹۴). جامعه‌شناسی ارتباطات. تهران: انتشارات اطلاعات
- شریفی، سید مهدی و شهرستانی، عقیده. (۱۳۹۶). «بررسی رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی موبایلی (تلگرام) با رفتار و اخلاق اجتماعی کاربران با رویکرد دینی». فرهنگ در دانشگاه اسلامی. دوره ۷، شماره ۲۴، صص ۲۷۷-۲۹۸.
- طالعی، علی؛ اسمعیلی، معصومه؛ فلسفی نژاد، محمدرضا؛ کاظمیان، سمیه و برجعلی، احمد. (۱۳۹۸). «آسیب‌شناسی ارتباط با جنس متفاوت در شبکه‌های اجتماعی مجازی: یک مطالعه پدیدارشناسی با نوجوانان». تحقیقات علوم رفتاری. دوره هفدهم، شماره ۱، پیاپی ۵۵.
- عبدالرحمانی، رضا؛ حسین پور، جعفر و بشیری، هادی. (۱۳۹۷). «بررسی نقش مصرف شبکه پیام‌رسان تلگرام در گرایش جوانان به جرائم اخلاقی». دو فصلنامه پژوهش‌های انتظامی - اجتماعی زنان و خانواده. صص ۴۷-۶۶.
- عدلی پور، صمد؛ قاسمی، وحید و میرمحمدتبار، سید احمد. (۱۳۹۳). «تأثیر شبکه اجتماعی فیس‌بوک بر هویت فرهنگی جوانان شهر اصفهان». تحقیقات فرهنگی ایران. سال هفتم، شماره ۱.
- فرامرزیانی، سعید؛ هاشمی، شهناز و فرهنگی، علی‌اکبر. (۱۳۹۵). «نقش رسانه‌ها مجاز در تغییرات ارزش‌ها اجتماعی با تأکید بر شبکه‌ها اجتماعی تلگرام و فیس‌بوک». توسعه اجتماعی. دوره دهم، شماره ۴.

- فرقانی، محمد مهدی؛ مظفری، افسانه و کیهان، امیر. (۱۳۹۸). «نقش شبکه‌های اجتماعی موبایلی در بازتولید هویت قومی دانشجویان کرد دانشگاه‌های تهران». فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین. سال پنجم، شماره ۱۸، صص ۹۷-۱۲۹.
- فرقانی، محمد مهدی و بدیعی، بهار. (۱۳۹۴). «فرآیند اهلی سازی فناوری رسانه‌ای: تجربه زیسته جوانان ایرانی در پذیرش تلفن همراه هوشمند». فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین. شماره ۴، صص ۱۷۸-۱۳۳.
- فروتنی، زهرا و بحرانی، عطیه. (۱۳۹۸). «سنجش تأثیر شاخص‌های روانی و عملکردی بر تمایل دانشجویان به استفاده از شبکه‌های اجتماعی». فرهنگ در دانشگاه اسلامی. سال نهم، شماره دوم، صص ۲۳۱-۲۵۱.
- قرباغانی، حسن؛ یوسفی افراشته، مجید و صالحی، وحید. (۱۳۹۷). «تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر حجاب و عفاف، هویت دینی و فردی، تعامل با خانواده و افسردگی و انزوا در بین جوانان». فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. پیاپی ۴۲، صص ۲۵۷-۲۷۲.
- کریمی، فریده؛ صابری، زهرا و کریمی، مه‌لقاء. (۱۳۹۴). «شبکه‌های اجتماعی و تأثیر آن بر اخلاق جامعه». دومین کنفرانس ملی جامعه‌شناسی و اخلاق، تهران.
- مال میر، مرتضی؛ زارع، محمد؛ فیض‌آبادی، نرگس و ساریخانی، راحله. (۱۳۹۵). «تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر پیشرفت تحصیلی و یادداری دانشجویان پرستاری در آموزش زبان انگلیسی». مجله ایرانی آموزش در علوم پزشکی.
- مبارکی، احسان و شرفی، محمد. (۱۳۹۸). «بررسی رابطه بین استفاده از ماهواره، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی و نگرش به دوستی با جنس مخالف قبل از ازدواج». فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، سال پنجم، شماره ۱۸، صص ۱۳۱-۱۶۶.
- متانی، مهرداد؛ رئیس نافع، ابوالقاسم و تقی زاده، نسرین. (۱۳۹۸). «بررسی ارتباط بین استفاده از رسانه‌های جمعی و پایبندی به فرهنگ شهروندی (مطالعه موردی: افراد ۱۸ سال به بالا در شهر قائم‌شهر)». فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه آزاد واحد شوشتر. دوره ۱۳، شماره ۴. پیاپی ۴۷.
- موسوی، ولی اله. (۱۳۹۹). «شیوع اعتیاد به اینترنت و وضعیت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در نوجوانان و جوانان ایرانی». مجله طب نظامی. دوره ۲۲، شماره ۳، صص ۲۸۱-۲۸۸.
- موسیوند، مریم؛ صفایی، صفی‌الله؛ صفایی شکیب، علی و ویسه، مهدی. (۱۳۹۶). «بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب بر هویت دینی دانشجویان دههٔ دوم و سوم انقلاب اسلامی (مورد مطالعه: دانشگاه‌های همدان)». فرهنگ در دانشگاه اسلامی. دوره ۷، شماره ۲۵، صص ۵۰۳-۵۲۴.
- نارمنجی، سید مهدی؛ ریاحی نیا، نصرت؛ نوکریزی، محسن و زره ساز، محمد. (۱۳۹۹). «بررسی تأثیرگذاری رفتار اشتراک‌گذاری اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سرمایه اجتماعی». پژوهش‌نامه پردازش و مدیریت اطلاعات. دوره ۳۵، شماره ۳۵، صص ۶۰۴-۶۳۳.
- نعمتی فر، نصرت‌الله؛ صفورایی پاریزی، محمد مهدی. (۱۳۹۸). «بررسی تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر حجاب و پوشش کاربران با تأکید بر ابعاد دین‌داری». دو فصلنامه علمی - پژوهشی دین و ارتباطات. سال بیست و ششم، شمار اول پیاپی (۵۵)، صص ۳۶۲-۳۶۵.
- یاریگر روش، محیا؛ عامری، فریده؛ فرح بیجاری، اعظم و دهشیری، غلامرضا. (۱۳۹۸). «استفادهٔ آسیب‌زا از

شبکه‌های اجتماعی مجازی در مادران». فصلنامه خانواده و پژوهش شماره ۴۶، صص ۸۱-۶۳.

- Abbas Jaffar, Aman Jaffar, Nurunnabi Mohammad, Shaheer Bano. (2019). **“The Impact of Social Media on Learning Behavior for Sustainable Education: Evidence of Students from Selected Universities in Pakistan”**. Sustainability 2019, 11, 1683; doi:10.3390/su11061683.
- Aytac, K.Y. (2010). **“Investigating the Impact of Internet Dependency on Student Teachers’ Loneliness of Adiyaman University”**. Journal of Education and Training Studies, 6 (2), 58-64.
- Bailey, Arlene & Ojelanki, Ngwenyama. (2010). **“Bridging the generate gap in ICT use: Interrogating Identity, Technology and interactions in community Telecenters”**. Common wealth secretariat.
- Bipeta, R. Yerramilli, S. S. Karredla, A. R. & Gopinath, S. (2015). **“Diagnostic Stability of Internet Addiction in obsessive-compulsive disorder: Data from a naturalistic one-year treatment study”**. Innovations in Clinical Neuroscience, 12 (1), 14 -23
- Campbell, H. (2012). **“The Relationship between Facebook use and Religiosity among Emerging Adults”**. Ph. D Thesis, University of South Carplina.
- Chang, S. E. Liu, A. Y. & Shen, W. C. (2017). **“User trust in social networking services: A comparison of Facebook and LinkedIn”**. Computers in Human Behavior, 29, 312-302
- Chen, P.T. & S.C. Kuo. (2017). **“Innovation Resistance and Strategic Implications of Enterprise Social Media Websites in Taiwan through Knowledge Sharing Perspective”**. Technol. Forecast. Soc. Change: <http://dx.doi.org/10.1016/j.techfore.2017.02.002>
- Chizoba, P. (2017). **“The Effect of Social Networking Sites on Academic Performance of Students of Abia State Polytechnic”**. American Journal of Art and Design. 2(4): 100-104. doi: 10.11648/j.ajad.20170204.13
- Du, J. (2014). **“The information journey of marketing professionals: Incorporating work task-driven information seeking, information judgments, information use, and information sharing”**. Journal of the Association for Information Science and Technology, 65 (9): 1850–1869.
- De Reuver Mark, Nikou Shahrokh, Bouwman Harry. (2016). **“Domestication of smartphones and mobile applications: A quantitative mixed-method study”**. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2050157916649989>
- Fu, J. Xu, P. Zhao, L. & Yu, G. (2018). **“Impaired Orienting In Youth With Internet Addiction: Evidence From The Attention Network Task (ANT)”**. Psychiatry Research, 264, 54-57

- Gitonga, M. M. A. (2013). **“Information sharing among humanitarian organizations in Kenya”**. M.A. thesis. University of Nairobi.
- Grant, J. E. Potenza, M. N. Weinstein, A. & Gorelick, D. A. (2018). **“Introduction to Behavioral Addictions”**. The American Journal of Drug and Alcohol Abuse, 36(5), 233–241.
- Karpinski, A.C.P.A. Kirschner, I. Ozer, J.A. Mellott & P. Ochwo. (2013). **“An Exploration of Social Networking Site Use, Multitasking, and Academic Performance among United States and European University Students”**. Computers in Human Behavior, 29: 1182-1192.
- Kin, W. H. (2015). **“Social media marketing and its influence on international entrepreneurship”**. Doctoral dissertation.
- Kuss D.J. & Griffiths, M. D. (2015). **Internet Addiction: A Real Addiction? In: Internet Addiction in Psychotherapy. Palgrave Studies in Cyber psychology.** Palgrave Pivot, London
- McDaniel, Brandon.T., Drouin, M., Cravens, J.D. (2017). **“Do You Have Anything to Hide? Infidelity- Related Behaviors on Social Media Sites and Marital Satisfaction”**. Computers in Human Behavior, Volume 66, pp. 88-95. Retrieved from: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.031>
- Russell B. & Clayton, MA. (2014). **“The Third Wheel: The Impact of Twitter Use on Relationship Infidelity and Divorce”**. Cyberpsychology Behavior and Social Networking, Vol. 17, No. 7. Retrieved from: <https://doi.org/10.1089/cyber.2013.0570>
- Tezer Murat, Taşpolat Ata, Sami Kaya Ömer, Fatih Sapanca Hamza. (2017). **“The impact of using social media on academic achievement and attitudes of prospective teachers”**. International Journal of Cognitive Research in Science, Engineering and Education, Vol. 5, No. 2, 2017.
- Tyler, T. (2012). **“Social networking and Globalization”**. Mediterranean Journal of Social Sciences, Vol. 4, No. 6.
- Yermolayeva, Y.A, Pempek, T.A & Calvert, S.L. (2009). **“College students’ social networking experiences on Facebook”**. Journal of Applied Developmental Psychology, 30, 227-238.

عوامل حکمرانی بهینه در روابط بین‌الملل ورزش ایران

ماندانا رسولی^۱

سید نصرالله سجادی^۲

نسرین مصفا^۳

نازنین راسخ^۴

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۸/۲۷

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۱۰/۱۷

پژوهش حاضر باهدف بررسی روابط بین‌المللی ورزش ایران از منظر حکمرانی بهینه انجام شد. این تحقیق از منظر روش گردآوری داده‌ها، توصیفی است که به شکل میدانی در دو ساختار حاکمیتی عمده نظام ملی ورزش کشور یعنی وزارت ورزش و جوانان (در بخش دولتی) و کمیته ملی المپیک (در بخش غیر دولتی) به اجرا درآمد. این پژوهش از بعد هدف ادر زمره تحقیقات کاربردی است و ماهیت روش تحقیق مورد استفاده، پیمایشی در محدوده زمانی مشخص به حساب می‌آید. روش پژوهش حاضر، آمیخته است که با استفاده از تکنیک دلفی و تحلیل عامل تاییدی CFA صورت پذیرفته است. جامعه آماری تحقیق شامل تمامی دست‌اندرکاران ورزش در دو بخش دولتی (وزارت ورزش و جوانان) و غیر دولتی (نهاد عمومی غیر دولتی، کمیته ملی المپیک) بود. نمونه‌گیری در هر دو بخش به صورت کل شمار انجام شد و در نهایت، ۱۵۰ پرسشنامه کامل و صحیح مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. ابزار پژوهش شامل بررسی اسناد و مدارک، پرسشنامه محقق ساخته بر مبنای «اصول اساسی جهانی حکمرانی بهینه در المپیک و سازمان‌های ورزشی» ارائه شده توسط

E-mail: Mandirass@yahoo.com

۱. دکترای مدیریت ورزشی، پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

۲. استاد تمام، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

۳. استاد تمام، گروه آموزشی روابط بین‌الملل، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

۴. دانشیار، پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی، تهران، ایران

کمپته بین‌المللی المپیک (۲۰۰۸) و مصاحبه نیمه‌ساختار یافته بود. پس از جمع‌آوری داده‌ها، تجزیه و تحلیل آن‌ها با استفاده از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی توسط بسته‌های آماری SPSS21 و PLS نسخه ۳ انجام گرفت.

نتایج پژوهش نشان داد که شاخص‌های برازش مدل از مقدار قابل قبول و مطلوب برخوردار است و مدل تحقیق تأیید می‌شود. همچنین مقدار ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA) با مقدار ۰/۰۶۹ و CFI با مقدار ۰/۹۱۸ به دست آمد. بارهای عاملی نشان داد که بالاترین بارعاملی مربوط به انسجام و استقلال درونی ($\lambda = 0/866$) و به ترتیب به قرار شفافیت ($\lambda = 0/850$)، پاسخگویی ($\lambda = 0/793$)، انضباط ($\lambda = 0/781$)، مسئولیت‌پذیری ($\lambda = 0/709$)، حاکمیت قانون ($\lambda = 0/651$) و مشارکت و دموکراسی ($\lambda = 0/613$) بود. الگوی حاضر می‌تواند سازمان‌های ورزشی کشور را در شناسایی اولویت‌های مربوط به روابط بین‌المللی ورزش ایران از منظر حکمرانی بهینه یاری کند و از هدر رفت سرمایه‌های مشهود و نامشهود در حوزه بین‌الملل جلوگیری نماید.

واژگان کلیدی: حکمرانی بهینه، روابط بین‌الملل و ورزش ایران

مقدمه

واژه «حکمرانی»، واژه جدیدی است که به جای واژه قدیمی «دولت» به کار می‌رود. بانک جهانی، حکمرانی را به صورت «روشی که بر اساس آن قدرت بر مدیریت اقتصادی يك کشور و منابع اجتماعی آن برای رسیدن به توسعه اعمال می‌شود» تعریف می‌کند (مبارک و آذریبوند، ۱۳۸۸). در واقع، حکمرانی سیستمی است که توسط آن سازمان‌ها مدیریت و اداره می‌شوند. حکمرانی بر روی چگونگی دستیابی سازمان به اهدافش، نوشتن قوانین و مقررات، فرآیندهای تصمیم‌گیری سازمانی، تعیین ابزارهای بهینه‌سازی و نظارت بر عملکرد و چگونگی نظارت و ارزیابی ریسک اثرگذار است (مهرابی، ۱۳۹۶). کافمن و همکارانش^۱ (۲۰۰۷) در بانک جهانی برای بیان حکمرانی شش شاخص حق اظهار نظر و پاسخ‌گویی، ثبات سیاسی، حاکمیت قانون، کنترل فساد، کیفیت بوروکراسی و اثربخشی دولت را بیان کردند و اعتقاد غالب بر این است که هر قدر در کشور، دولت پاسخ‌گوتر، کارآمدتر و ثبات سیاسی بیشتر، مقررات اضافی و هزینه‌ها کمتر و حاکمیت قانون گسترده‌تر و فساد محدودتر باشد، گفته می‌شود که حکمرانی خوب برقرار است (کافمن و همکاران، ۲۰۰۷).

از سوی دیگر، با گسترش ارتباطات بین جوامع در عرصه بین‌المللی و همکاری و توافقات در قالب نهادهای منطقه‌ای و بین‌المللی به عنوان کنشگران جدید، فصلی نوین در چارچوب تعاملات و روابط بین‌المللی گشوده شد که عمدتاً متمرکز بر روابط بین دولت‌ها بود (مصفا، ۱۳۹۲). سال‌ها بعد از اینکه شکل‌گیری دولت‌ها از سال ۱۶۴۸^۲، بازیگرانی غیردولتی نیز به وجود آمدند که حاکمیت آن‌ها را تحدید می‌کردند. این بازیگران، انحصار نقش دولت‌ها را در عرصه بین‌المللی شکستند. البته ظهور و حضور این بازیگران به مشروعیتی بستگی داشته و دارد که دولت‌ها به آن‌ها می‌دهند (رضایی، ۱۳۸۷). نظر به این موضوع، یکی از حوزه‌هایی که به طور مستقیم از اعمال حکمرانی خوب تأثیر می‌پذیرد، حوزه ورزش است و از نظر عموم پذیرش شده است که ساختارهای حکمرانی، تأثیر قابل توجه بر روی عملکرد سازمان‌های ورزشی دارد. برای مدت طولانی، بخش ورزش تحت نظارت خودمختاری و بدون کنترل توسط یک نهاد خارجی فعالیت می‌کرد، زیرا پیشنهاد می‌شد ورزش مستقل از سیاست و سایر سازمان‌های دولتی باشد (گیرارت^۳ و همکاران). آن دسته از سازمان‌های ورزشی که نتوانند کیفیت حکمرانی را در سازمان‌های خود ارتقا بخشیده و بسترهای اندازه‌گیری و ساز و کار سنجش آن را مفروض نکرده باشند، به سازمان‌های فاقد مقررات، مشروعیت و اثربخشی و مستعد برای حدوث موارد مغایر با کدهای اخلاقی منظور می‌شوند (گیرارت، ۲۰۱۸). در ۲۰ سال گذشته ورزش به طور چشمگیری تکامل یافته و نقل و انتقال ورزشکاران حرفه‌ای زمینه تجاری شدن ورزش را فراهم ساخته است. رویدادهای ورزشی بزرگ، میلیون‌ها بیننده و صدها هزار نفر از هواداران را به خود جلب کرده و برای مجریان مسابقات، تولید درآمد قابل توجهی داشته است. حمایت‌های مالی و فعالیت‌های تجاری نیز به صورت تصاعدی رشد کرده و به تناسب آن، علاقه رسانه‌ها به ورزش نیز روز به روز افزایش یافته است. رقابت‌های نخبگان ورزشی،

1. Kauffman

۲. امروزه قدرت کشورها بر اساس معیاری به نام «دولت ملی» تعیین می‌شود. دولت ملی به معنی جدید پس از قرارداد وستفالیایا شروع شد. پیمان وستفالی، پیمان‌نامه‌ای است که پس از پایان جنگ‌های سی ساله مذهبی در اروپا (۱۶۱۸-۱۶۴۸) میان کشورهای اروپایی در سال ۱۶۴۸ میلادی بسته شد.

3. Geeraert

تغییر سبک زندگی و دیگر ابتکارات به ترغیب مشارکت مردمی در ورزش کمک کرده، رفته رفته نقش دولت‌ها در سرمایه‌گذاری و تصمیم‌سازی سازمان‌های ورزشی کم‌رنگ‌تر شده و زمینه خودگردانی سازمان‌های ورزشی را سرعت بخشیده است (مهرابی، ۱۳۹۶). همچنین، پیوند اجتناب‌ناپذیر ورزش با سیاست نشان می‌دهد که ورزش یک ابزار حاشیه‌ای در روابط بین‌المللی نیست، بلکه می‌تواند نقش سازنده‌ای را در روابط بین‌المللی بازی کند (گودرزی و همکاران، ۱۳۹۱) درحقیقت ترکیبی از منافع عمومی، دولت‌ها و حاکمیت‌های خصوصی حاکم بر نتایج ورزشی در چالش‌های مختلف، اهمیت عمومی بالایی را برای حکمرانی ورزشی رقم می‌زند^۱ و از آنجا که توسعه روابط بین‌الملل به خودی خود از موارد بسیار مهم در سازمان‌های مختلف است، نقش سازمان‌های ورزشی نیز در توسعه روابط بین‌الملل و برقراری ارتباط مؤثر با کشورها و نهادهای بین‌المللی از سهم بالقوه و اهمیت بالایی برخوردار است (کریمی فرد، ۱۳۹۲). امروزه ضروری است که سازمان‌های ورزشی برای دست‌یابی به اهدافشان از دیپلماسی ورزشی استفاده نمایند. دیپلماسی ورزشی، مفهومی پویا است و با عنایت به توان ایفای نقش تعاملات بین فرهنگی در ذات ورزش، در واقع نوعی دیپلماسی فرهنگی تلقی می‌شود (مانزنریتز^۲، ۲۰۰۸) که می‌تواند ارتباطات بین‌المللی به ویژه در سازمان‌های ورزشی را بهبود بخشد. در تایید این مدعا، ملکوتیان (۱۳۸۸) در پژوهشی بیان می‌کند که ورزش و ورزشکاران گاهی به عنوان تسریع‌کننده در ایجاد رابطه میان دولت‌ها عمل کرده‌اند. جامی‌الاحمدی و همکاران (۱۳۹۳) نیز به این نتیجه رسیدند که علیرغم توجه بیشتر کشورهای جهان به مقوله دیپلماسی ورزشی و بهره‌گیری از ظرفیت‌های آن برای پیشبرد صلح و گسترش چهره مثبت از کشور خود در عرصه بین‌المللی، جمهوری اسلامی ایران و دستگاه دیپلماسی کشور از ظرفیت‌های این بخش غافل بوده و ورزش و سازمان‌های ورزشی سهم زیادی در سیاست خارجی ایران ندارند.

تاثیر ورزش و سازمان‌های ورزشی در توسعه روابط بین‌الملل، پس از صدور «بیانیه هزاره سوم» نمایان‌تر شد. در پی صدور «بیانیه هزاره سوم» در سازمان ملل متحد با حضور سران ۱۸۹ کشور، این بیانیه به یکی از مرجع‌ترین اسناد توسعه‌ای تبدیل شد. بر اساس این بیانیه، سازمان‌های بین‌المللی در ابتدای هزاره سوم تبدیل به یکی از مهم‌ترین بازیگران عرصه روابط بین‌الملل با گستره تأثیرگذاری وسیعی در سطح ملی و بین‌المللی در تمامی موضوعات مبتلابه جوامع و جامعه بین‌المللی وارد شده‌اند (کریمی فرد، ۱۳۹۲). به این ترتیب، مصوبه بند پنج قطعنامه شماره ۵۵/۲ سازمان ملل متحد مشهور به «قطعنامه هزاره سوم» (۲۰۰۰) که حصول معیارهای بر شمرده (شفافیت، دموکراسی، تساوی و...) را در قالب حکمرانی خوب اشعار می‌نماید، الهام بخش مصوبات بسیار دیگری در عرصه ورزش شده است؛ چرا که «کمیته بین‌المللی المپیک»^۳ به عنوان یکی از اصلی‌ترین نهادهای بین‌المللی حاکمیتی ورزش، در خلال «سمینار خودمختاری جنبش المپیک و ورزش‌ها» در فوریه ۲۰۰۸، اصول اساسی جهانی حکمرانی بهینه در جنبش المپیک و ورزش‌ها را رسماً اعلام

1. The Transnational Governance of Sports, 2019

2. Manzenreiter

3. International Olympic Committee (IOC)

نمود (چپلت و مکونجیچ^۱، ۲۰۱۳) که این مدل با توجه به نهادگرا بودن (سامتی و همکاران، ۱۳۹۰) چارچوب مفهومی قابل اتکایی را برای سنجش وضعیت و نقش سازمان‌های ورزشی در توسعه و برقراری روابط بین‌الملل به دست می‌دهد.

حال آن‌که گزارش کمیسیون اصل ۹۰ قانون اساسی (۱۳۹۴) نشان داد که فدراسیون فوتبال در لایه‌های مختلف خود با مسائل غیراخلاقی و تخلف‌هایی چون: رشوه، تبانی، دوپینگ، شرط بندی غیرمجاز، جعل و استفاده از اسناد مجعول، تصدیق نامه‌های خلاف واقع، فرار مالیاتی، مصرف الکل، رواج خرافه‌گرایی و قراردادهای غیرواقعی دست به گریبان است که ناشی از مشکلات ساختاری اساسنامه فدراسیون، عدم نظارت و اعمال وظایف مطرح در اساسنامه از سوی مجمع فدراسیون فوتبال، سوء مدیریت و تصمیمات خلاف قانون، افزایش بی‌رویه نرخ دستمزد مربیان و بازیکنان، عملکرد ضعیف و توأم با تبعیض ارکان قضایی فدراسیون و اعمال نفوذ یا عدم اجرای احکام قطعی در بعضی از پرونده‌های مهم است (احمدزاده و همکاران^۲، ۲۰۱۲). در این زمینه، ثابت شده است که پیوستن به استانداردهای حکمرانی خوب اثر مثبت بر عملکرد و رشد سازمانی دارد و حکمرانی خوب، وسیله‌ای است تا سازمان‌های ورزشی مطمئن شوند قادر هستند ورزش خود را در یک جهان ورزشی به شدت پیچیده هدایت کنند (گرارت، ۲۰۱۳). از سوی دیگر، نتیجه عدم حکمرانی خوب در سازمان‌های ورزشی عواقب منفی بسیاری بر جامعه دارد و مراقبت از ورزش به شیوه‌های مسئولانه و شفاف، بزرگ‌ترین مسئولیت سازمان‌های ورزشی است (چاپلت و کویر مابوت^۳، ۲۰۰۸). شیوه حکمرانی غیرمؤثر نه تنها تأثیر منفی بر ورزش دارد، بلکه به طور کلی ضعف اعتماد به صنعت ورزش را به همراه خواهد داشت (کمیته ورزش استرالیا^۴، ۲۰۱۲). موارد اشاره شده نشان می‌دهد که سوء مدیریت همواره در ورزش وجود داشته و علت آن فراگیر نبودن استانداردهای حکمرانی خوب در سازمان‌های ورزشی بوده است. لذا به نظر می‌رسد که مدل حکمرانی بهینه بتواند به عنوان یکی از مبنای معتبر در بررسی و ارزیابی وضعیت تعاملات بین‌المللی سازمان‌های حاکمیتی ورزشی ملی که در تحقیق حاضر وزارت ورزش و جوانان (در بخش دولت) و کمیته ملی المپیک (در بخش غیردولتی) انتخاب شده‌اند، ارزشمند واقع گردد. علاوه بر این باید توجه داشت عمده سازمان‌های ورزشی بین‌المللی، قاره‌ای و ملی نیز تاکنون با وضع سیاست‌ها، راهبردها، قوانین و دستورالعمل‌ها و درج در اسناد، به این پیوستار ملحق شده‌اند. در واقع مسئله‌امروزی این دسته سازمان‌های ورزشی معتبر، شناسایی و توسعه مکانیزم‌های کنترل در حکمرانی است (انجمن عمومی فدراسیون‌های بین‌المللی ورزشی^۵، ۲۰۱۹). با توجه به این موارد، مهمترین سوال پژوهش حاضر این است: وضعیت ایران در تعاملات با سازمان‌ها و مجامع بین‌المللی با توجه به اصول حکمرانی خوب که مورد پایش نظام حاکمیتی بین‌المللی است، چگونه و بر چه مدلی مبتنی است؟

1. Chappelet and Mjkonjic

2. Ahmadzadeh etal

3. Chappelet and Kubler-Mabbott

4. Australian Sports Commission

5. General Association of International Sport Federations "GAIFS"

روش شناسی پژوهش

این تحقیق از منظر روش گردآوری داده‌ها، توصیفی است که به شکل میدانی در دو ساختار حاکمیتی عمده نظام ملی ورزش کشور یعنی وزارت ورزش و جوانان (در بخش دولتی) و کمیته ملی المپیک (در بخش غیردولتی) به اجرا درآمد. پژوهش حاضر از بعد هدف تحقیقی کاربردی، از نظر زمان تک مقطعی و به لحاظ ماهیت روش تحقیق مورد استفاده، پیمایشی در محدوده زمانی مشخص به حساب می‌آید. روش تحقیق پژوهش، آمیخته بوده که با استفاده از تکنیک دلفی و تحلیل عامل تاییدی CFA صورت پذیرفته است. جامعه آماری تحقیق شامل تمامی دست‌اندرکاران ورزش در دو بخش دولتی (وزارت ورزش و جوانان) و غیر دولتی (نهاد عمومی غیر دولتی، کمیته ملی المپیک) بود. در بخش معاملات ورزشی، جامعه تحقیق بخش دولتی در وزارت ورزش شامل مجموعه مدیران، مشاوران و کارشناسان حوزه‌های امور بین‌الملل (اعم از درون دستگاهی و یا کارشناسان برون ساختاری دستگاه‌های متعامل مثل وزارت امور خارجه) و توسعه ورزش قهرمانی و نمایندگان دستگاهی عضو مجامع بین‌المللی (اعم از حاضر و سابق) مرتبط بود. در کمیته ملی المپیک نیز اعضای هیئت اجرایی (اعم از حاضر و سابق)، مسئولان فدراسیون‌های ورزشی المپیک درگیر در ساختار، پرسنل و کارشناسان واحد امور بین‌الملل، مدرسان دوره‌های مدیریت روابط بین‌الملل در ورزش (کمیته و آکادمی ملی المپیک)، نمایندگان و اعضای مجامع بین‌المللی مرتبط و نیز اساتید دانشگاهی فعال مرتبط، جامعه تحقیق را تشکیل می‌دادند. نمونه‌گیری در هر مجموع به صورت کل شمار انجام شد و در نهایت ۱۵۰ پرسشنامه کامل و صحیح مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. ابزار پژوهش شامل بررسی اسناد و مدارک، پرسشنامه محقق ساخته با ۶۹ گویه در طیف لیکرت پنج درجه بر مبنای «اصول اساسی جهانی حکمرانی بهینه در المپیک و سازمان‌های ورزشی»^۱ ارائه شده توسط کمیته بین‌المللی المپیک (۲۰۰۸) و مصاحبه نیمه ساختار یافته بود. ضریب نسبی روایی محتوا (۰/۸۵) از طریق روش لاوشه با مخاطب قرار دادن ۱۸ تن از صاحب نظران مدیریت ورزشی حاصل و پایایی کل پرسشنامه (۰/۸۹) نیز طی آزمون آلفای کرونباخ به تایید اساتید متخصص و آزمون‌های مربوطه رسید. پس از جمع‌آوری داده‌ها نیز تجزیه و تحلیل آن‌ها با استفاده از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی توسط بسته‌های آماری SPSS ۲۱ و PLS نسخه ۳ انجام گرفت.

یافته‌های پژوهش

جدول ۱، توزیع فراوانی و درصد فراوانی نمونه‌های تحقیق را بر اساس ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نشان می‌دهد. با توجه به جدول ۱، ۳۷/۳ درصد از نمونه زن و ۶۲/۷ درصد مرد بودند. همچنین از نظر سنی، بیشترین تعداد نمونه را افراد ۴۱ تا ۵۰ سال با درصد فراوانی ۴۴ درصد تشکیل می‌دادند. ۶۰/۷ درصد از نمونه‌ها دارای مدرک تحصیلی بودند.

1. Global Basic Principles of Good Governance in the Olympics and Sports Organizations (see www.olympic.org)

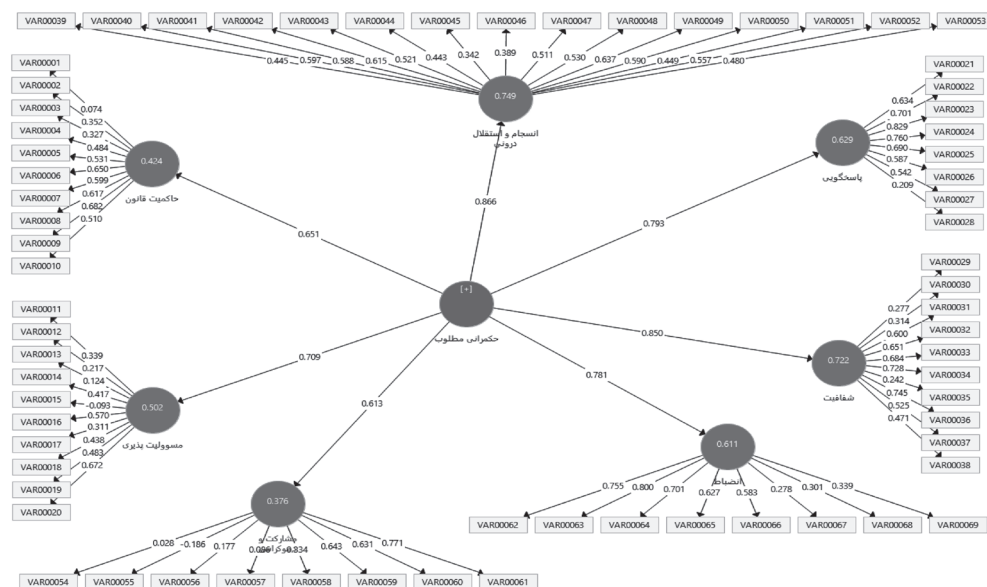
جدول ۱: توزیع فراوانی و درصد فراوانی ویژگی‌های جمعیت شناختی

شاخص آماری	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	زن	۵۶
	مرد	۹۴
سن	زیر ۳۰ سال	۸
	۳۱ الی ۴۰ سال	۲۴
	۴۱ الی ۵۰ سال	۶۶
	۵۱ الی ۶۰ سال	۳۹
تحصیلات	بالای ۶۰ سال	۱۳
	دیپلم یا فوق دیپلم	۱۷
	لیسانس	۹۱
	فوق لیسانس	۳۴
	دکتری	۸

برای بررسی طبیعی بودن توزیع متغیرهای تحقیق از آزمون کلموگروف-اسمیروف استفاده شد و نتایج نشان داد که تمام توزیع‌ها (متغیرها و مؤلفه‌ها) از لحاظ آماری نرمال می‌باشند. بر اساس عوامل هفت گانه شناسایی شده موثر بر حکمرانی مطلوب در ارتباط بین المللی ورزشی وزارت ورزش و جوانان و کمیته ملی المپیک، مدل عوامل موثر بر حکمرانی مطلوب در ارتباط بین المللی ورزشی وزارت ورزش و جوانان و کمیته ملی المپیک با توجه به این عوامل طراحی شد.

جدول ۲: مسیرهای مدل عوامل حکمرانی بهینه موثر در ارتباط بین المللی ورزشی وزارت ورزش و جوانان و کمیته ملی المپیک

P value	مقدار T	ضرایب رگرسیونی استاندارد	مسیرهای مدل عوامل موثر بر حکمرانی مطلوب در ارتباط بین المللی ورزشی وزارت ورزش و جوانان و کمیته ملی المپیک
۰/۰۰۱	۱۱/۲۳۱	۰/۸۶۶	انسجام و استقلال درونی ← حکمرانی مطلوب در ارتباط بین المللی ورزشی وزارت ورزش و جوانان و کمیته ملی المپیک
۰/۰۰۱	۷/۹۱۹	۰/۶۵۱	حاکمیت قانون ← حکمرانی بهینه در ارتباط بین المللی ورزشی وزارت ورزش و جوانان و کمیته ملی المپیک
۰/۰۰۱	۸/۳۰۶	۰/۷۰۹	مسئولیت پذیری ← حکمرانی بهینه در ارتباط بین المللی ورزشی وزارت ورزش و جوانان و کمیته ملی المپیک
۰/۰۰۱	۱۰/۷۳۵	۰/۸۵۰	شفافیت ← حکمرانی بهینه در ارتباط بین المللی ورزشی وزارت ورزش و جوانان و کمیته ملی المپیک
۰/۰۰۱	۱۰/۲۹۳	۰/۷۹۳	پاسخگویی ← حکمرانی بهینه در ارتباط بین المللی ورزشی وزارت ورزش و جوانان و کمیته ملی المپیک
۰/۰۰۱	۷/۵۲۱	۰/۶۱۳	مشارکت و دموکراسی ← حکمرانی بهینه در ارتباط بین المللی ورزشی وزارت ورزش و جوانان و کمیته ملی المپیک
۰/۰۰۱	۹/۸۹۰	۰/۷۸۱	انضباط ← حکمرانی بهینه در ارتباط بین المللی ورزشی وزارت ورزش و جوانان و کمیته ملی المپیک



شکل ۱: مدل عوامل موثر بر حکمرانی مطلوب در ارتباطات بین‌المللی ورزشی وزارت ورزش و جوانان و کمیته ملی المپیک

همان‌گونه که جدول ۲ و شکل ۱ نشان می‌دهد، نتایج حاکی از این است که همه عوامل حکمرانی بهینه موثر در ارتباط بین‌المللی ورزشی وزارت ورزش و جوانان و کمیته ملی المپیک شناسایی شده از مقدار T^1 و بار عاملی قابل قبول و مثبتی برخوردارند و به عنوان عوامل حکمرانی بهینه در ارتباط بین‌المللی ورزشی وزارت ورزش و جوانان و کمیته ملی المپیک محسوب می‌شوند. در جدول ۳، شاخص‌های نیکویی برازش مدل ارائه شده است که براساس آنها می‌توان گفت آیا مدل از برازش قابل قبولی برخوردار می‌باشد یا خیر. قبل از اینکه مقادیر شاخص‌های برازش مدل ارائه شود ابتدا این شاخص‌های معرفی و مقادیر قابل قبول برای هر شاخص بیان می‌شود (جدول ۴).

جدول ۳: معرفی شاخص‌ها و مقادیر قابل قبول برای هر شاخص

شاخص‌های برازندگی مدل مفهومی		برازش قابل قبول
Chi-Square	کای اسکوار (کای دو)	-
Degrees of Freedom (df)	درجه آزادی	-
χ^2/df	نسبت کای اسکوار به درجه آزادی	مقدار بین ۱ تا ۳
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	ریشه دوم میانگین خطای برآورد	کمتر از ۰/۰۸
Comparative of Fit Index (CFI)	شاخص برازش تطبیقی	بیشتر از ۰/۹
Normed of Fit Index (NFI)	شاخص برازش هنجار شده	بیشتر از ۰/۹
Incremental of Fit Index (IFI)	شاخص برازش افزایشی	بیشتر از ۰/۹

۱۰۵

جدول ۴: شاخص‌های برازش مدل عوامل حکمرانی بهینه موثر در ارتباطات بین‌المللی ورزشی وزارت ورزش و جوانان و کمیته ملی المپیک

شاخص‌های برازش	مقادیر شاخص‌ها	تفسیر
کای اسکوار (کای دو)	۸۲۰/۱۹	-
درجه آزادی	۴۸۰	-
نسبت کای اسکوار به درجه آزادی (χ^2/df)	۱/۷۱	مطلوب
ریشه دوم میانگین خطای برآورد (RMSEA)	۰/۰۶۹	مطلوب
شاخص برازش تطبیقی (CFI)	۰/۹۱۸	مطلوب
شاخص برازش هنجار شده (NFI)	۰/۹۰۴	مطلوب
شاخص برازش افزایشی (IFI)	۰/۹۰۹	مطلوب

بر اساس نتایج جدول ۴ شاخص‌های برازش مدل از مقدار قابل قبول و مطلوب برخوردار است و مدل تحقیق تأیید می‌شود. مقدار ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA) با مقدار $0/069$ و CFI با مقدار $0/918$ هستند.

با توجه به وضعیت عوامل حکمرانی بهینه موثر در ارتباطات بین‌المللی ورزشی وزارت ورزش و جوانان و کمیته ملی المپیک، نمودار زیر به دست می‌آید:



نمودار رادار عوامل حکمرانی بهینه موثر در ارتباطات بین‌المللی ورزشی وزارت ورزش و جوانان و کمیته ملی المپیک

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف تدوین الگوی تعاملات بین‌المللی ورزشی جمهوری اسلامی ایران از منظر حکمرانی بهینه انجام شد و نتیجه تحقیق مدلی هفت مولفه‌ای شامل مولفه‌های حاکمیت قانون، مسئولیت‌پذیری، پاسخگویی، شفافیت، انسجام و استقلال درونی، مشارکت و دموکراسی و انضباط را به عنوان مدل تعاملات بین‌المللی ورزشی جمهوری اسلامی ایران نشان داد. نتیجه به دست آمده با بخشی از نتایج تحقیقات حسینی و همکاران (۱۳۹۶)، راسخ و جوادی پور (۱۳۹۶)، حسینی و همکاران (۱۳۹۶)، احمدی و همکاران (۱۳۹۷)، مهربایی و همکاران (۱۳۹۷)، هنری و لی (۲۰۰۴)، چاپلت و مارکونیچ (۲۰۱۳) و ماویری (۲۰۱۲) همسو بود. در تمامی تحقیقات نام برده نیز برخی از عوامل حکمرانی بهینه موثر شناسایی شدند که با برخی از عوامل شناسایی شده در این تحقیق مشابه بودند. همچنین باید توجه داشت که با توجه به بارهای عاملی به دست آمده، به ترتیب عوامل انسجام و استقلال درونی ($\lambda=0/866$)، شفافیت ($\lambda=0/850$)، پاسخگویی ($\lambda=0/793$)،

انضباط ($\lambda = 0/781$)، مسئولیت پذیری ($\lambda = 0/709$)، حاکمیت قانون ($\lambda = 0/651$) و مشارکت و دموکراسی ($\lambda = 0/613$) از اهمیت و تاثیرگذاری بیشتری بر تعاملات بین المللی در ورزش کشور برخوردار هستند و گویه های هر مولفه نیز دارای بارهای عاملی متفاوتی بودند که به ترتیب اهمیت در تفسیر هر مولفه در ادامه آمده است.

در تفسیر مدل به دست آمده باید بیان داشت که با توجه به اینکه در نظام بین الملل، سازمان های ورزشی به ویژه کمیته ملی المپیک و فدراسیون های ورزشی به عنوان سازمان های غیرانتفاعی و غیر وابسته به دولت تعریف شده اند، لازم است که در ایران نیز این سازمان های ورزشی دارای انسجام و استقلال درونی باشند و از دخالت دولت در امور و تصمیمات و انتخابات و انتصابات آن ها جلوگیری شود، چرا که دخالت دولت ها در امور فدراسیون های ورزشی می تواند نقض قوانین بین المللی تلقی شود و زمینه تعلیق فدراسیون و به تبع آن، کاهش تعاملات مثبت ورزش کشور با سازمان های بین المللی را فراهم نماید. البته این موضوع به معنای عدم ارتباط و همکاری دولت با فدراسیون های ورزشی نیست، بلکه باید در عین حفظ استقلال، همکاری و تعاملات بین مجموعه سازمان های ورزشی با دولت و سیاست های دستگاه متولی ورزش کشور نیز وجود داشته باشد. در واقع، کمیته ملی المپیک و فدراسیون های ورزشی لازم است در تعامل کامل با دولت و سازمان های ورزشی دولتی، استقلال بدون قید و شرط خود را داشته و به صورت منسجم و هماهنگ با دستورالعمل های به روز IOC و فدراسیون های جهانی، به رویه سازی ساز و کارهای داخلی اقدام نمایند. همچنین، تدوین منشور اخلاق سازمانی با عنایت به ارزش ها، قوانین و فرهنگ سازمانی محیط ملی در کنار اهتمام به مصادیق اخلاق ورزشی مورد توجه در خانواده بین المللی ورزشی را در دستور کار قرار گیرد و تعاریف و مصادیق کدهای اخلاق ورزشی IOC نظیر مبارزه با دوپینگ، تبانی، دستکاری نتایج و ... اطلاع رسانی و به ذی نفعان آموزش داده شود. از سوی دیگر، وجود شفافیت در سازمان ورزشی و تصمیمات مدیران آن نیز می تواند بستر حکمرانی بهینه در سازمان را مهیا نماید. در این زمینه مواردی همچون: تبیین شفاف وظایف و تکالیف واحدهای سازمانی پیرامون خط مشی های عمومی حاکمیتی بین المللی ورزش، وضع ضوابط و مقررات داخلی مدیریتی ورزشی مشخص در همراستایی با ضوابط ناظر بین المللی، ارائه اطلاعات مربوط به قواعد و توصیه های سازمان های بین المللی مرتبط به صورت مستمر و دوره ای برای ذینفعان، تبیین شرایط کاندیداتوری نفرات حوزه ملی در پست ها و مناصب بین المللی مبتنی بر توانایی و شایستگی ها، روندهای شفاف و مورد کنترل برای احراز شرایط انتخاب و ثبت نامزدی افراد در انتخابات - که در نهایت منتج به انتخاب نفرات شایسته تر می شود - مورد توجه است. تعیین شفاف رویه های مالی فعالیت های برون مرزی، نحوه تعاملات با نهادهای بین المللی با رعایت دستورالعمل های مرتبط، شفافیت عضویت ها و هزینه کرد در اعزام های ورزشی و تدوین شفاف نظام حقوق و پاداش و دیگر مزایای اعزام شوندگان (تیم ها، مسئولان، مقامات، اعضای مجامع بین المللی و ...) باید در سرفصل امور مورد توجه قرار گیرد تا بر میزان شفافیت عملکردها و تصمیمات سازمانی بیفزاید. این امر از بسیاری جهات مورد توجه فدراسیون های بین المللی و نیز سازمان ها و نهادهای حاکمیتی بین المللی ورزشی از جمله IOC است.

علاوه بر موارد یاد شده، لازم است که در رعایت مسائل بین‌المللی سازمانی در سازمان‌های ورزشی کشور انضباط وجود داشته باشد که نقطه آغاز رعایت آن از سطح مدیران است و به تدریج به تمام مجموعه تسری می‌یابد. در این راستا لازم است که آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های انضباطی منطبق با قوانین و قواعد و رویه‌های بین‌المللی تدوین و تلاش شود تا آثار آن به ساز و کارهای داخلی سرایت نماید. همچنین، لازم است که تامین رویه‌های داخلی در تحقق توصیه‌های عمومی بین‌المللی نظیر حق مشارکت ورزشکاران، گروه‌های خاص ذی‌نفعان مانند بانوان و ... تسریع یابد، چرا که در صورت عدم تسریع قوانین بین‌المللی در ورزش کشور، بدون شک تعاملات بین‌المللی ورزش کشور زیر سوال می‌رود، دچار خدشه می‌شود و جایگاه ورزش کشور و نیز فدراسیون‌های ورزشی با تزلزل و مشکلات عدیده‌ای رو به رو می‌گردد.

در رتبه بعدی بار عاملی موثر، عامل پاسخگویی مطرح است. آنچه از عملکرد سازمان در این مفهوم انتظار می‌رود پاسخگو بودن مجموعه افراد نسبت به خروجی سازمان در برابر افراد، شاکله‌ها و محیط‌هایی است که به شکلی حق قضاوت در مورد رفتار و عملکرد سازمانی را دارا هستند (به عنوان مثال، پاسخگویی کمیته ملی المپیک نسبت به IOC و یا پاسخگویی بالقوه وزارت ورزش و جوانان به کمیته بین‌الدول تربیت بدنی و ورزش یونسکو¹ و نیز مصوبات کنفرانس بین‌المللی وزرا و مقامات ارشد مسئول در امر تربیت بدنی و ورزش²). از این رو، پاسخگویی مستلزم وجود شرایط آزاد و امن برای پرسشگری است. در متغیرهای پنهان این عامل نیز مشخص گردید که مقامات ملی تنها خود را ملزم به پاسخگویی نسبت به قواعد و مراجع ملی می‌دانند. از طرف دیگر، وجود ناهمگونی در انطباق و پیوستن به روندهای جهانی مورد توصیه نظام‌های بین‌المللی ورزشی به جهت نبود التزام به اصل پاسخگویی مطرح است. لزوم پی‌گیری مستمر الزامات نظام‌های حاکمیتی بین‌المللی در جهت تامین روند پاسخگویی متناسب در حوزه ملی نیز مشهود است و پاسخگویی نمایندگان در مجامع بین‌المللی نسبت به مواضع سازمان ملی خود با ضعف بارزی بروز یافته که خود به عنوان عامل ضعف در دیپلماسی ورزشی به شمار می‌رود و کاستی تامین قدرت لازم در عرصه‌های تصمیم‌سازی و بازیگری در نقش حکمروایی را تایید می‌نماید.

در کنار انضباط، لازم است که تمامی مدیران و دست‌اندرکاران ورزش کشور، در قبال مسئولیت‌های خود مسئولیت‌پذیر و نسبت به فعالیت‌ها و تصمیماتشان پاسخگو باشند، زیرا این امر به اعتماد‌پذیری بین‌المللی کمک می‌کند. بدین منظور لازم است تا مسئولیت‌پذیری در توازن ارتباط با گروه‌های مخاطب تعریف شود، چرا که این موضوع می‌تواند درک تعامل با دنیا را توسعه بخشد و مسئولیت‌پذیری در حوزه ملی، انطباق با سیاست‌های سازمان‌های بین‌المللی مرتبط و پاسخگویی متناسب بدان‌ها را تسهیل نماید. اهمیت مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی به این دلیل است که مسئولیت‌پذیری داخلی با کارایی سازمانی در حوزه بین‌المللی ارتباط مستقیم دارد و عدم مسئولیت‌پذیری در از بین رفتن انسجام ملی و به تبع آن، وفاق و سازگاری با مصادیق حوزه

1. The Intergovernmental Committee for Physical Education and Sport (CIGEPS)- UNESCO

2. International Conference of Ministers and Senior Officials Responsible for Physical Education and Sport (MINEPS)

بین‌المللی نمود می‌یابد. البته باید توجه داشت که فقدان مسئولیت‌پذیری، تابعی از جانمایی غیر صحیح افراد و گماردن نفرات در سمت‌هایی نامنطبق با توانایی‌های فردی در نظام بین‌المللی به خصوص کسب کرسی‌هاست. لذا لازم است در انتخاب و انتصاب افراد در پست‌های حساس سازمانی، به شایسته‌سالاری و قابلیت‌های افراد توجه ویژه شود، چرا که ضعف در مسئولیت‌پذیری، با ناآگاهی به روندها و رویه‌های ملی و بین‌المللی همراه می‌شود و موجبات عدم تعامل مناسب با سایر سازمان‌های ورزشی بین‌المللی را به همراه دارد.

همچنین، به منظور استقرار حکمرانی بهینه در سازمان‌های ورزشی کشور، لازم است که قانون بر تمامی فعالیت‌های سازمانی حکمفرما شود، چرا که در سایه قوانین و مقررات است که می‌توان به دستیابی به اهداف سازمانی و عدم سوءمدیریت در فعالیت‌های سازمانی امیدوار بود. بدین ترتیب، حکمرانی بهینه بر روی نوشتن قوانین و مقررات تأثیر می‌گذارد و موجب تنظیم مدون‌بایدها و نبایدهای الزامات حاکم بر ورزش و سازمان‌های ورزشی می‌شود که این قوانین و مقررات خود باید در چارچوب قوانین بین‌المللی ورزش و قوانین و مقررات کشور باشد. یکی از مهم‌ترین فعالیت‌ها در این زمینه، همانا پایش اساسنامه فدراسیون‌های ملی در زمینه‌های هم‌راستا با نهادهای متناظر بین‌المللی است که می‌تواند علاوه بر جلوگیری از تعلیق فدراسیون، موجبات بهبود تعاملات بین‌المللی را نیز فراهم آورد. علاوه بر اساسنامه، سایر قوانین و مقررات لازم نیز باید توسط افراد مسلط به قوانین بین‌المللی ورزش و توانمند در حوزه قانونگذاری تدوین و به مرحله اجرا گذاشته شود و در تمام بدنه سازمان‌های ورزشی حاکمیت یابد. حضور و قطعیت بسیاری از این موارد کماکان در حوزه ملی محل تامل و بهبود اساسی است.

در همین راستا و جهت استقرار حکمرانی بهینه در سازمان‌های ورزشی کشور، لازم است که سبک مدیریت مدیران سازمان‌های ورزشی به سوی مدیریت مشارکتی و ارتقای دموکراسی سوق یابد و جهت تحقق مردم‌سالاری، مشارکت عمومی ذینفعان و همراستایی قوانین ملی و قواعد دولتی با سرفصل‌های محوری نظام‌های مدیریت ورزش بین‌المللی افزایش یابد. همچنین، وجود محیط باز برای حضور نمایندگان جمیع گروه‌های ذینفعان، باید زمینه ظهور ایده‌ها و افکار مختلف برای وضع سیاست‌های حوزه ملی منطبق با محورها و برنامه‌های بین‌المللی و بهبود تعاملات بین‌المللی را فراهم آورد. بدین منظور لازم است که هسته‌های مشورتی و کارگروه‌های تخصصی جهت مداخله و مشارکت نیروهای انسانی متخصص و ذینفعان در شاکله‌های تصمیم‌سازی امور فراملی تشکیل شود و قواعد رویه‌ای و حقوق اعضا برای مشارکت در حوزه‌های مشورتی به طور دقیق و روشن تعیین گردد. تنها با انجام این امور می‌توان حس مالکیت افراد و انحصارطلبی‌های سازمانی را کاهش داد و از تضعیف انسجام ملی و مشارکت در رویه‌های نظام‌های بین‌المللی جلوگیری نمود.

در نهایت با توجه به ضعیف‌ترین عناصر احصا شده در هر عامل پیشنهاد می‌گردد:

- محتوای مقررات قانونی منبعث از نظام بین‌المللی به صورت مصرح و قابل دسترس برای همگان به طور منظم و پیگیر منتشر گردد و باید‌ها و نبایدهای آن به صورت مشخص معین شود.
- مسئولیت‌پذیری نسبت به مصادیق بین‌المللی حاکمیتی در حوزه ملی تقویت شود و حوزه‌های مسئولیتی مختلف با وفاق، سازگاری و هماهنگی در میادین بین‌المللی در جهت تحکیم انسجام ملی گام بردارند.

- اعضا و نمایندگان در مجامع بین‌المللی با آگاهی و اشراف کامل محیطی نسبت به حوزه ملی و مواضع سازمان ملی خود پاسخگو باشند.
- خط مشی‌های راهبری و به تبع آن ارتباطات سازمان‌های ملی با سازمان‌های حاکمیتی بین‌المللی به خصوص نهادهای بین‌المللی متناظر به صورت شفاف تبیین شوند.
- همکاری و هماهنگی کمیته ملی المپیک و دولت و سیاست‌های دستگاه‌های متولی ورزش در مسیری مشخص از ارتباطات و به صورت همگام و منسجم با سیاست‌های روز نهادهای حاکمیتی بین‌المللی ورزش شکل پذیرد.
- تدوین آیین‌نامه‌های انضباطی ماخوذ، در انطباق و همراستا با قوانین و قواعد بین‌المللی باشد و اجرای مقررات و تصمیمات انضباطی برای هر فرد متأثر از احکام با امکان استیناف به مراجع قانونی صالح همراه گردد.
- به منظور حکمرانی بهینه در سازمان‌های ورزشی کشور به ویژه وزارت ورزش و جوانان و کمیته ملی المپیک، این سازمان‌ها با ملاحظه مولفه‌های یاد شده و نیز میزان اهمیت آن‌ها در استقرار حکمرانی، زمینه حکمرانی بهینه در سازمان و متعاقب آن، بهبود و ارتقای تعاملات بین‌المللی ورزشی را فراهم نمایند تا منطبق با روند جریانات روز بین‌المللی در قاعده‌های رسمی حاکمیتی بین‌المللی ورزشی به عنوان عنصر ملی فعال همگرا، با پتانسیل بالا در ایفای نقش بازیگر در عرصه تصمیم‌سازی بین‌المللی مطرح باشند و امکان استفاده بهینه از فرصت حاصل از زمینه ورزش در سایر مولفه‌های منتج به منافع ملی فراهم آید و نمود پیدا کند.

منابع

- جامی الاحمدی، عبدالرحمن؛ کلاشی، مازیار و کیانی، وحید. (۱۳۹۳). «نقش قهرمانان ورزشی کشورها در پیشبرد و تقویت دیپلماسی عمومی در عرصه بین‌المللی». نخستین همایش علمی انجمن تربیت بدنی و علوم ورزشی. تهران، دانشگاه شهید بهشتی.
- رضایی، علیرضا. (۱۳۸۷). «روندهای نظام بین‌الملل در هزاره سوم». وبلاگ دانش سیاست و روابط بین‌الملل.
- سامتی، مرتضی؛ رنجبر، همایون و محسنی، فضیلت. (۱۳۹۰). «تحلیل تأثیر شاخص‌های حکمرانی خوب بر شاخص توسعه انسانی (مطالعه موردی: کشورهای جنوب شرقی آسیا (ASEAN))». پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی. سال اول، شماره چهارم، صص ۱۸۳-۲۲۳.
- سجادی، سید نصراله. (۱۳۹۳). مدیریت روابط بین‌الملل در ورزش. تهران: نشر پیشگامان
- کریمی فرد، حسین. (۱۳۹۲). «جایگاه سازمان‌های بین‌المللی در سیاست‌های خارجه جمهوری اسلامی ایران». فصلنامه سازمان‌های بین‌المللی. سال اول، شماره چهارم، صص ۱۴۱-۱۷۸.
- گودرزی، محمود؛ اسدی، حسن و خبیری، مهدی. (۱۳۹۱). سیاست و ورزش. ساری: نشر موج قلم
- مبارک، اصغر و آذریبوند، زیبا. (۱۳۸۸). «نگاهی به شاخص‌های حکمرانی خوب از منظر اسلام و تأثیر آن بر رشد اقتصادی». فصلنامه اقتصاد اسلامی، ۹ (۳۶)، صص ۱۷۹-۲۰۸.
- مصفا، نسرین. (۱۳۹۲). «نقد کتاب سازمان‌های بین‌المللی و حکمرانی جهانی». فصلنامه سازمان‌های بین‌المللی، شماره ۴، صص ۲۳۱-۲۳۹.
- ملکوتیان، مصطفی. (۱۳۸۸). «ورزش و سیاست». فصلنامه سیاست، دوره ۳۹، شماره ۲.
- مهربانی، قاسم. (۱۳۹۶). «طراحی مدل حکمرانی در فدراسیون‌های ورزشی». رساله دکتری در رشته مدیریت و برنامه ریزی در تربیت بدنی، دانشگاه تهران، پردیس البرز.
- Ahmadzadeh, A., Dousti, M., Farzan, F. (2012). "Identifying of sport cultural challenges in Iran (Case study: Mazandaran province)". International Journal of Sport Studies, 2, pp: 250-254.
- Australian Sports Commission. (2012). **Sports Governance Principles**. Available from: <http://www.ausport.gov.au>.
- Chappelet, J., Kübler-Mabbott, B. (2008). **The International Olympic Committee and the Olympic system: the governance of world sport**. Routledge Global Institutions the CUNY Graduate Center, New York, pp: 1-230.
- Chappelet, JL. Mrkonjic, M. (2013). "Existing governance principles in sport: a review of published literature". Alm J. Editor. *Action for good governance in international sports organisations Final Report*. Copenhagen: Play the Game/Danish Institute for Sports Studies.
- Geeraert, Arnout. (2013). "Good Governance in International Non-Governmental Sports Organizations". Research Institute for European Policy in Sport and Physical Activity Research Group KU. Leuven, Belgium.

- Geeraert, A., Alm, J., & Groll, M. (2014). “**Good governance in international sport organizations: an analysis of the 35 Olympic sport governing bodies**”. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 6(3), 281–306.
- Geeraert, Arnout. (2018). **National Sport Governance Observer**. Play the Game. Denmark.
- General Association of International Sport Federations, “GAIIFS”. (2019). **Review of Governance of International Federation Member of ARIFS and AIMS**. Lausanne Switzerland.
- Kaufman, D., Kraay, A., & Mastruzzi, M. (2007). “**Governance Matters IV: Governance Indicators for 1996-2006**”. World Bank Policy Research Working, Paper No. 4280.
- Manzenreiter, Wolfram. (2008). “**Football diplomacy, Post-colonialism and Japan’s quest for normal state status**”. *Sport in Society*, 11(4): 417.
- Meaning, Wolfgang. (2017). **Governance in Sport Organization**. Hamburg Contemporary Economic Discussions.No.60. University of Hamburg
- School of Transnational Governance. (2019). **Policy Brief: The Transnational Governance of Sports**. European University Institute.



تدوین راهکارها و پیامدهای موثر بر حمایت مالی از ورزش همگانی ایران

سمیه رهبری^۱
عباس خدایاری^۲
حبیب هنری^۳
علیمحمد امیرتاش^۴

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۱۰/۲۶

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۱۲/۱۴

هدف از پژوهش حاضر، تدوین راهکارها و پیامدهای موثر بر حمایت مالی از ورزش همگانی ایران بود. با توجه به ماهیت اکتشافی موضوع، از روش پژوهش کیفی استفاده شد. گردآوری داده‌ها با استفاده از مصاحبه و بررسی اسناد صورت گرفت. پس از انجام ۲۱ مصاحبه عمیق و نیمه ساختاریافته با متخصصان ورزش همگانی و حمایت مالی، مقوله‌های اصلی پس از تکمیل فرایند کدگذاری استخراج گردید. نمونه‌گیری به صورت هدفمند و گلوله برفی تا حد اشباع نظری ادامه یافت. نتایج تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار تحلیل کیفی مکس کیودا، طی سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی به دست آمد.

نتایج کدگذاری باز حاکی از آن بود که ۴۵ نشان می‌تواند در زمینه راهکارها و پیامدهای موثر بر حمایت مالی از ورزش همگانی ایران نقش داشته باشد. سپس در کدگذاری محوری، نشان‌ها در ۶ مفهوم جهت راهبردهای موثر توسعه جذب حامیان مالی، بسترسازی جذب حامیان مالی، بهبود قوانین برای حامیان مالی،

۱. دکترای مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
E-mail: Abaskhodayari96@gmail.com

۲. دانشیار، گروه تربیت بدنی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران (نویسنده مسئول)

۳. دانشیار، مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

۴. استاد تمام، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

بهره مندی از نیروی متخصص، تعامل با رسانه ها، اعطای تسهیلات به حامیان مالی و در ۲ مفهوم برای پیامدهای حمایت مالی از ورزش همگانی ایران با عنوان مزایای حمایت مالی برای فدراسیون، مزایای حمایت مالی برای شرکت های حامی طبقه بندی شدند. با توجه به نتایج تحقیق می توان با استفاده از راهکارهای ارائه شده در جهت توسعه ورزش همگانی گام های موثری برداشت.

واژگان کلیدی: ورزش همگانی، حمایت مالی، راهکار و ایران

مقدمه

«ورزش همگانی» توسط کمیته پیشرفت ورزش شورای اروپا به عنوان يك عبارت و فراهم نمودن فرصت‌هایی برای افراد علاقه مند به ورزش کردن در زمان اوقات فراغت جهت مشارکت در فعالیت‌های ورزشی بدون هیچ گونه محدودیت ناشی از وضعیت اجتماعی، نژادی و معلولیت تعریف شده است. آنچه از این تعریف استنباط می‌گردد، این است که همه افراد باید از ورزش کردن بهره مند و ورزش حق همه افراد است (زوربا، ۲۰۱۲). ورزش همگانی دارای فوائد بی شماری است که همین نکته بر لزوم تلاش هر چه بیشتر برای شناسایی راهکارهای موثر بر توسعه ورزش همگانی در جامعه در قالب یک الگوی کاربردی اشاره دارد. ورزش همگانی و قهرمانی و میزبان اهمیت سرمایه گذاری روی آنها، از چالش‌های مهم دولت هاست. از یک سو، منافع کلان ورزش قهرمانی موجب ترغیب سیاستگذاران به توسعه آن شده و از سوی دیگر، خیل عظیم مخاطبان با نیازهای کاملا متفاوت و علاقه به ورزش تفریحی و همگانی، سیاستگذاران را بر سر دوراهی قرار داده است. ظاهرا هنوز دولت‌ها نتوانسته‌اند بین گرایش مردم و راهبردهای تعیین شده توازن برقرار کنند (غفرانی و همکاران، ۱۳۸۸).

بدون شک، همگانی شدن ورزش در میان مردم نیازمند منابع مالی است. در حوزه ورزش‌های تفریحی، منابع مالی شامل بودجه دولتی، بودجه نهادهای عمومی، حامیان مالی، کمک‌های مردمی و در نهایت، حمایت مالی شرکت‌های بیمه‌ای با رویکرد افزایش سطح سلامت عمومی می‌باشد (احسانی، ۱۳۹۳). «حامی مالی» یا اسپانسر، فرد یا شرکتی است که گاهی اوقات فرد، فعالیت و یا کار خاصی را پشتیبانی می‌کند و یا فرد یا گروهی است که امکانات را برای طرف قراردادش تهیه می‌کند (پیتس و استوتلار^۱، ۲۰۰۷). حمایت مالی به یکی از منابع اصلی تامین بودجه در هر دو سطح ملی و بین‌المللی در ورزش، هنر، محیط زیست، رسانه‌ها، پروژه‌های بشردوستانه و جامعه، آموزش و پرورش و زمینه‌های دیگر تبدیل شده است. حمایت مالی به نفع عموم مردم است که امکان استقرار یا پخش و گسترش وقایع و فعالیت‌هایی را فراهم می‌آورد که شاید توجیه اقتصادی هم نداشته باشند. بنابراین، حمایت موفق به نفع همه طرف‌های ذیربط از جمله حامیان مالی، سازمان‌ها، رسانه‌ها، مجریان طرح، تماشاگران و عموم مردم است. از سال ۱۹۸۷، نرخ حمایت‌های مالی در جهان رشد بسیاری داشته است (کراپتون^۲، ۲۰۰۴). در سال ۲۰۰۷، شرکت‌های آمریکای شمالی بیش از ۹۳ / ۱۴ میلیارد دلار صرف سرمایه‌گذاری حمایت مالی کرده‌اند که بیش از دو سوم از این حمایت‌ها در ورزش سرمایه‌گذاری شده است (وایت و همکاران^۳، ۲۰۱۰). حمایت‌های مالی در قدیم به صورت امروزی نبودند و بیشتر حالت کمک‌های خیریه داشتند؛ چنان‌که صرفا کمک مالی به شخص یا تیم ورزشی می‌شد بدون آنکه هدف مشخص و یا توقعاتی را در ازای آن

1. Zorba
2. Pitts & Stotler
3. Crapton
4. Weight et al.

داشته باشند (جیفر و رز،^۱ ۱۹۹۹) ولی از بعد از سال‌های ۱۹۸۰ حمایت مالی به طور تخصصی تری دنبال شد و امروزه موضوعی کاملاً حرفه‌ای و تخصصی قلمداد می‌شود. همان طور که سطح حامیان ورزشی در هر سال رشد می‌کند، دلایل مشارکت حامیان نیز بیشتر می‌شود. امروزه داشتن حامی مالی به صورت بخش لاینفک درآمدزایی باشگاه‌ها در آمده است. مرور مطالعات در این زمینه نشان می‌دهد که برخی تحقیقات به بررسی انگیزه حمایت شرکت‌ها از مسابقات المپیک پرداخته‌اند (آپستلو پولو و پاپادیمیتریو^۲، ۲۰۰۴؛ کانگ و استوتلار^۳، ۲۰۱۱). از جمله تحقیقات مرتبط در این زمینه می‌توان به عصاره دزفولی و همکاران (۱۳۹۷) اشاره کرد که اظهار داشتند ورزش همگانی شرکت ملی نفت ایران در موقعیت راهبردی WT قرار دارد. با وجود این، تمامی ۱۲ راهبرد تدوین شده برای تحقق رسالت و اهداف بلندمدت آن انتخاب شدند. بنابراین شرکت ملی نفت ایران برای به حداقل رساندن ضعف‌ها و دوری از تهدیدها باید از راهبرد تدافعی (تغییر یا رها کردن) استفاده کند. پیتربارندز^۴ (۲۰۱۷) نیز در تحقیقی با عنوان «برنامه ملی، دانش و نوآوری در ورزش و فعالیت بدنی در کشور هلند»، به سه ابزار اصلی این برنامه اشاره نمود: مشوق‌های ورزشی محله‌ای، انگیزش ورزشی، کمک مالی به پروژه‌های ورزشی و تمرینی و به اشتراک‌گذاری تخصص و دانش در سطح ملی و محلی برای ایجاد شبکه در سطح محلی بین سازمان‌های ورزشی و سازمان‌های غیرانتفاعی محلی مانند مدارس و سایر نهادهای عمومی. نتایج مطالعه پوال و همکاران^۵ (۲۰۱۷) هم نشان داد که محدودیت‌های بودجه در مقامات محلی متعاقباً منجر به کاهش هزینه برای خدمات غیر اختیاری از جمله توسعه ورزش و تفریح و سرگرمی جامعه شده بود. این مطالعه همچنین حاکی از این بود که اهداف سیاسی مرتبط با افزایش و گسترش مشارکت در ورزش بین سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۴ به میزان قابل ملاحظه‌ای به دست نیامده‌اند، زیرا سطح مشارکت در ورزش برای گروه‌های کم درآمد تغییر کمی داشته است. همچنین نتایج پژوهش رستم‌زاده و همکاران (۱۳۹۳) حاکی از این بود که سرمایه‌گذاری دولت در ورزش اثر معنی‌داری بر رشد اقتصادی ندارد. پژوهش شریفیان و حیدری فرد (۱۳۹۶) نیز نشان داد که تمامی عوامل مورد بررسی در پژوهش، مانع از مشارکت خیرین در توسعه فضاهای ورزشی بوده‌اند و میزان ممانعت آن‌ها به ترتیب اولویت عبارت است از: مانع قانونی - اجرایی، اعتقادی، فرهنگی - اجتماعی و مانع مربوط به خود ورزش. نتایج مطالعه جوادی پور و رهبری (۱۳۹۶) هم نشان داد که مؤلفه‌های مؤثر بر سیاست‌گذاری ورزش همگانی ایران شامل مؤلفه‌های سازمانی، باورها و فرهنگ‌ها، شرایط اقتصادی، تحلیل، تفسیر و تدوین علمی و مطالعات و پژوهش‌هاست. آکلان و همکاران^۶ نیز (۲۰۱۰) نشان دادند وسایل ارتباط جمعی دارای نقش بالقوه بالایی در ورزش به خصوص ورزش بانوان می‌باشند، اما به دلایلی به وظایف خود به خوبی عمل

1. Jiffer & Roos
2. Apostolopoulou & Papadimitriou
3. Kang & Stotlar
4. Piter Barendse
5. Paul et al.
6. Akalan et al.

نمی نمایند. انجمن ارزیابی و برنامه ریزی ویکتوریا^۱ (۲۰۱۴) تدوین قانون و سیاست گذاری در بخش های مختلف مانند سیاست های برنامه ریزی شهری، سیاست های حمل و نقل فعال، سیاست های آموزشی مانند اختصاص زمان برای کلاس های تربیت بدنی، سیاست های ورزشی، سیاست های سلامتی، سیاست های محیط زیست، سیاست های محل کار و سیاست های سرمایه گذاری را در مشارکت در فعالیت های ورزشی مؤثر و مفید می داند. برای تأیید این موضوع رمضانی نژاد و هژبری (۱۳۹۶) در تحقیق خود اظهار داشتند که برای توسعه ورزش ایران، ابتدا باید پیوند استراتژیک نهاد ورزش با نهادهای بهداشت و سلامتی، اقتصاد، فرهنگ و نظام تربیتی در سطح حاکمیت و سیاستگذاری برقرار شود. سپس با یادگیری سیاست های ورزشی و الگوسازی بومی، مدل های کاربردی و متناسب ایران را به کار گرفت.

مطالعه مبانی نظری و ادبیات پیشینه نشان می دهد که ضرورت توجه به ورزش برای همه در سطوح ملی و بین المللی مورد تأکید بوده است. در ایران نیز با توجه به دولتی بودن اقتصاد و افزایش تحریم های اقتصادی و کاهش قیمت نفت در بازارهای جهانی، بودجه ورزش با توجه به تورم موجود در جامعه پاسخگوی نیاز فدراسیون های ورزشی نیست و مسئولان ورزشی خواستار خودکفایی اقتصادی فدراسیون های ورزشی هستند. در چنین شرایطی از مدیران ورزشی انتظار می رود با تدبیر و برنامه ریزی بتوانند بودجه مورد نیاز خود را از منابع بالقوه کسب کنند و به تدریج از وابستگی خود به دولت بکاهند. از سوی دیگر، ساختار ورزش ایران ساختار پیچیده ای است. محیط حاکم بر ورزش ایران اعم از محیط سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و حقوقی بسیار پیچیده و غیرقابل پیش بینی و دارای شکاف های بسیاری است. بنابراین برای حل معضلات اقتصادی ورزش، سازمان های ورزشی باید از اتکای صرف به منابع دولتی دست بردارند و به دنبال سایر منابع کسب درآمد و تأمین مالی باشند. لذا شناخت راهبردهای مؤثر در جهت توسعه حمایت مالی از ورزش همگانی و منابعی که موجب تأمین مالی در این بخش از ورزش می شود، می تواند موجب بحث و مطالعه قرار گیرد به خصوص در کشور ما که تا کنون تحقیق نظامند و کافی در این زمینه انجام نشده است.

تلاش تحقیق حاضر در استفاده از نظرات هر دو قشر دانشگاهی و اجرایی موضوعی است که بر غنای آن افزوده است، چرا که افراد اجرایی از نزدیک درگیر موضوع هستند و به خوبی با نقص ها و کاستی ها آشنایی دارند. از سوی دیگر، متخصصان دانشگاهی نیز می توانند از بعد نظری به اعتبار پژوهش کمک نمایند. به بیان دیگر، حامیان مالی و فدراسیون ورزش های همگانی دو طرف یک قرارداد حمایت مالی هستند که به طور مستقیم در جریان امور و موانع موجود قرار دارند و نظرات آن ها بر پایه شرایط و وضعیت موجود خواهد بود که البته متخصصان دانشگاهی نیز جنبه های نظری را به این دیدگاه ها اضافه خواهند کرد. همچنین با توجه به اینکه در کشور ایران، الگوی جامعی از حمایت مالی ورزش همگانی وجود ندارد و حامیان مالی جهت سرمایه گذاری معیار و ملاک مشخصی ندارند، این موضوع باعث می شود ریسک سرمایه گذاری، احتمال بروز مشکلات مابین دو طرف و عدم موفقیت سرمایه گذاری افزایش یابد. نتایج این تحقیق می تواند در بهبود وضعیت سرمایه گذاری حامیان مالی، کاهش ریسک سرمایه گذاری، جذب بیشتر منابع مالی به

ورزش‌های همگانی، رضایت افراد شرکت‌کننده در ورزش همگانی و حامیان مالی و در نتیجه بهبود تعاملات آن‌ها در قالب معیارهای ارتباط طرفین و همچنین بهبود وضعیت ورزشی کشور به طور کلی مفید باشد. با توجه به مطالب یاد شده و مشکلات موجود، این مقاله در پی تدوین راهکارها و پیامدهای حاصل از به کارگیری آنها بر حمایت مالی از ورزش همگانی ایران می‌باشد.

روش شناسی پژوهش

این پژوهش، یک پژوهشی کاربردی محسوب می‌شود. رویکرد تحقیق حاضر نیز از نوع کیفی^۱ است. پژوهش کیفی، فرآیند پیچیده‌ای است که انجام آن مستلزم صرف وقت نسبتاً طولانی می‌باشد و داده‌ها به روش استنباط استقرایی تحلیل می‌شوند. جامعه آماری این پژوهش کلیه افراد متخصص و خبره در زمینه ورزش همگانی کشور شامل مدیران و کارشناسان این حوزه و اعضای هیئت علمی و اساتید دانشگاه بودند که در این زمینه تحقیق و پژوهشی داشتند. این افراد به روش نمونه‌گیری زنجیره‌ای^۲ یا گلوله برفی^۳ انتخاب شدند؛ بدین صورت که شرکت‌کنندگان اگر افراد دیگری را می‌شناختند که در زمینه مورد بررسی دارای تجربیات و دیدگاه‌هایی بودند، برای شرکت در مطالعه معرفی می‌نمودند و جمع‌آوری اطلاعات تا اشباع نظری داده‌ها ادامه یافت. در این مطالعه با ۲۱ نفر مصاحبه انجام شد که از مصاحبه هجدهم به بعد، داده‌ها تکراری و به اشباع نظری رسیده بود. لازم به ذکر است که اشباع نظری به این معنی است که دیگر، داده‌ها طبقات جدید و متفاوتی ایجاد نمی‌کنند و یا به ویژگی‌های طبقات موجود نمی‌افزایند. در این حالت، داده‌های اضافی، کمکی به تکمیل و مشخص کردن مقوله دیگری نمی‌کنند و نمونه‌ها از آن پس، مشابه به نظر می‌رسند. در ادامه و پس از تکمیل مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌ساختاریافته با ۲۱ نفر از متخصصان ورزش همگانی و حمایت مالی، اطلاعات به دست آمده مقوله بندی گردید و سپس، داده‌ها از طریق مرتبط کردن سیستماتیک مقوله‌ها در یک مدل دیداری، مجدد مورد تحلیل قرار گرفت. پس از شناسایی نشان‌ها، از سه محقق آشنا به این حیطه خواسته شد تا مؤلفه‌های مختلف را طبقه بندی کنند. در همین زمینه برای تحلیل مصاحبه‌ها، از روش استقرایی منطقی استفاده شد؛ به این صورت که پس از اجرا و ویرایش مصاحبه‌ها، نظرهای مختلف در گروه‌های مفهومی یکسان کدگذاری و طبقه بندی و سپس به صورت کیفی تحلیل شدند. کدگذاری در این تحقیق به صورت باز و محوری انجام گرفت. در کدگذاری باز، پژوهشگر با مرور مجموعه داده‌های گردآوری شده، تلاش می‌کند که مفاهیم پنهانی آن را بازشناسد. این مرحله کدگذاری باز نامیده می‌شود، چرا که پژوهشگر بدون هیچ محدودیتی به نامگذاری مقوله‌ها می‌پردازد. به بیان دیگر، پژوهشگر برای تعدد کدها و مقوله‌ها محدودیتی قائل نمی‌شود. در کدگذاری محوری نیز هدف تعیین رابطه بین مقوله‌های ایجادشده در مرحله کدگذاری باز است.

برای شناخت مبانی نظری، ادبیات و پیشینه تحقیق مرتبط با موضوع، از طریق رجوع به اطلاعات موجود

1. Qualitative research
2. Chain Referral
3. Snowball

در پایگاه‌های اینترنتی، کتاب‌ها، مجلات و نشریات مختلف، مطالب مربوط به هر یک گردآوری شد. در بخش دوم، گردآوری اطلاعات از طریق بررسی و تجزیه و تحلیل اسناد بالادستی در حوزه‌های حمایت مالی و ورزش همگانی و دیگر اسناد مرتبط در وزارت ورزش و جوانان و فدراسیون ورزش همگانی صورت گرفت. همچنین، برای بررسی سؤالات پژوهش و شناسایی مقوله‌ها از مصاحبه فردی نیمه ساختاریافته استفاده شد. نتایج تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار تحلیل کیفی مکس کیودا (MAXQDA) طی سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی به دست آمد. این نرم افزار به عنوان یک برنامه جهانی جهت آنالیز انواع داده‌های ساختاریافته مانند مصاحبه‌ها، مقالات، رسانه‌ها، نظر سنجی، توییت‌ها و ... و مدیریت پروژه‌های کامل تحقیقاتی کاربرد دارد. لذا انواع داده‌های مربوط به مصاحبه‌ها، گروه‌های تمرکز، نظر سنجی آنلاین، صفحات وب، تصاویر، فایل‌های صوتی و تصویری، صفحات گسترده، داده‌های کتابشناسی و حتی توییت توئیتر و غیره وارد شد و از امکاناتی نظیر سازماندهی این داده‌ها در گروه‌های مختلف، ارتباط داده آن‌ها به یکدیگر، به اشتراک گذاری و همچنین مقایسه کارهای صورت گرفته با دیگر اعضای تیم کاری استفاده گردید. جهت تایید روایی و اطمینان پذیری داده‌ها، یافته‌ها به تعدادی از مصاحبه شونده‌گان ارائه شد و نظراتشان دریافت و دوباره پرسیده شد. گوبا و لینکلن^۱ (۱۹۹۴) معتقدند برای تایید روایی و دقت علمی در پژوهش‌های کیفی با استفاده از مفهوم قابلیت اعتماد و عناصر چندگانه آن، راهبردهای متعددی نظیر بازبینی در زمینه کدگذاری، تایید نتایج با مراجعه به آزمودنی‌ها، تایید همکاران پژوهشی و ... وجود دارد. در پژوهش حاضر نیز به کسب نظر اساتید و متخصصان امر در مورد روند پژوهش به منظور افزایش اعتبار پژوهش اقدام گردید. همچنین برای تایید دقت علمی، از بازبینی کدگذاری‌ها (پایایی باز آزمون) و تایید همکاران پژوهشی بهره گرفته شد.

یافته‌های پژوهش

در ابتدا ویژگی‌های عمومی نمونه‌های مورد مطالعه در این تحقیق ارائه می‌گردد. این ویژگی‌ها در قالب متغیرهای جنسیت، سن، مدرک تحصیلی و سابقه کاری قرار داشت. یافته‌های تحقیق نشان داد که ۹۰/۴۷ درصد نمونه‌ها مرد و ۹/۵۳ زن بودند. ۵۱/۳۹ درصد نمونه‌ها دارای سابقه کاری کمتر از ۱۵ سال، ۱۸/۰۴ درصد دارای سابقه کاری ۱۵ تا ۲۰ سال، ۲۱ تا ۲۵ سال بودند. ۸۰/۹۵ درصد مصاحبه شونده‌گان بیش از ۴۵ سال سن داشتند. همچنین ۸۰/۹۵ درصد از مصاحبه شونده‌گان دارای مدرک تحصیلی دکتری تخصصی بودند.

جدول ۱: توصیف ویژگی‌های جمعیت شناختی مصاحبه‌شوندگان

جمع کل		بخش متغیر	
درصد	تعداد		
۹/۵۳	۲	زن	جنسیت
۹۰/۴۷	۱۹	مرد	
۵۱/۳۹	۱۱	کمتر از ۱۵ سال	سابقه کاری
۱۸/۰۴	۴	۱۵-۲۰ سال	
۱۸/۰۴	۴	۲۱-۲۵ سال	
۱۳/۲۸	۳	بیش از ۲۵ سال	
۰	-	کمتر از ۳۵ سال	سن
۹/۵۲	۲	۳۵-۴۰ سال	
۹/۵۲	۲	۴۰-۴۵ سال	
۸۰/۹۵	۱۷	بیش از ۴۵ سال	
۸۰/۹۵	۱۷	دکتری تخصصی	مدرک تحصیلی
۴/۷۶	۱	دانشجوی دکتری	
۱۳/۲۸	۳	کارشناس ارشد	
۱۰۰	۲۱	جمع	

کدگذاری

اقدامات و راهبردهای موثر بر حمایت مالی از ورزش همگانی ایران

در این پژوهش برای تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده از مصاحبه، از روش کدگذاری باز، محوری و گزینشی استفاده گردید. در این روش پس از گردآوری داده‌ها و تنظیم آن‌ها به صورت نوشتاری، بخش‌هایی از متن‌های نوشتاری مثل عبارت و یا جمله انتخاب و به صورت اطلاعات کدگذاری شده، شماره‌گذاری شدند. کدگذاری باز، فرایندی تحلیلی است که از طریق آن مفاهیم، شناسایی شده و ویژگی‌ها و ابعاد آن‌ها در داده‌ها کشف می‌شوند. در ضمن کدگذاری باز، داده‌ها به بخش‌های مجزا تفکیک گردیدند و برای به دست آوردن مشابهت‌ها و تفاوت‌ها، با دقت بررسی و پرسش‌هایی درباره پدیده‌هایی که داده‌ها حاکی از آن‌اند، مطرح شدند.

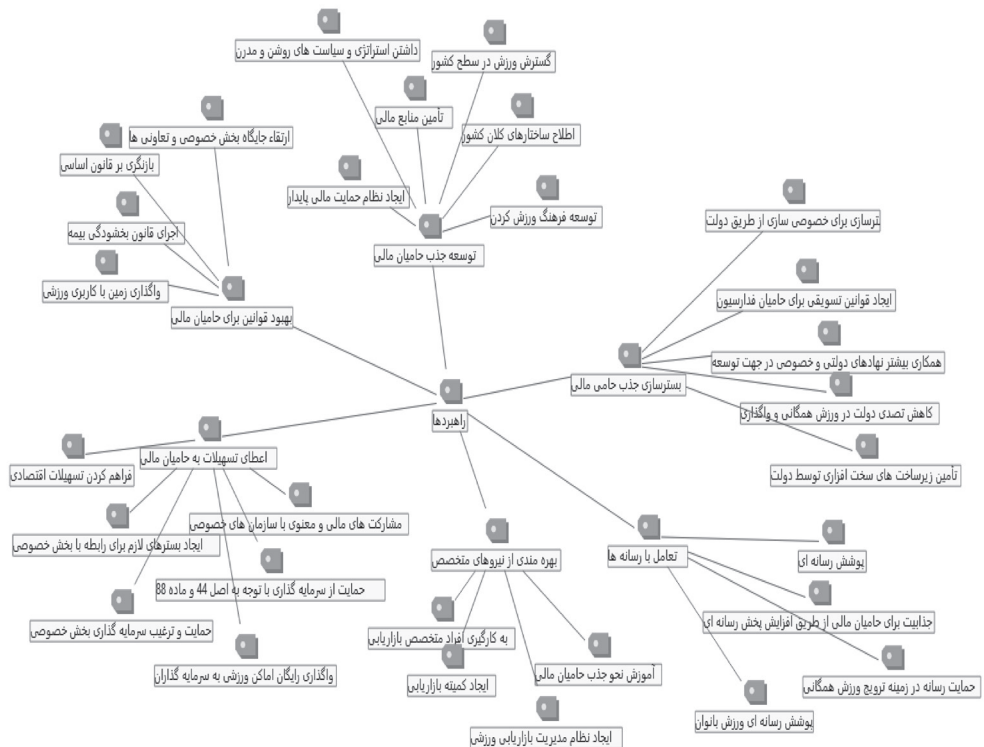
در فرایند کدگذاری محوری نیز مقوله‌ها به زیرمقوله‌ها و پیوندادن مقوله‌ها در سطح ویژگی‌ها و ابعاد

در دستور کار قرار می‌گیرد. این کدگذاری، به این دلیل محوری نامیده شده است که کدگذاری حول یک مقوله تحقیق می‌یابد. در این مرحله، محقق، یک مقوله مرحله کدگذاری باز را انتخاب می‌کند و آن را در مرکز فرآیندی که در حال بررسی آن است قرار می‌دهد و سپس، دیگر مقوله‌ها را به آن ربط می‌دهد. در فرایند کدگذاری گزینشی شرایط مختلفی که (طبقات) در مرحله کدگذاری محوری بیان شده است، با هم ادغام می‌شوند و تجزیه و تحلیل کلی صورت می‌گیرد. بر اساس دیدگاه مشارکت کنندگان پژوهش، ۶ مقوله (توسعه جذب حامیان مالی، بسترسازی جذب حامیان مالی، بهبود قوانین برای حامیان مالی، بهره‌مندی از نیروی متخصص، تعامل با رسانه‌ها و اعطای تسهیلات به حامیان مالی)، به عنوان راهبردهای موثر بر فرآیند حمایت مالی از ورزش همگانی کشور شناسایی گردید (جدول ۲).

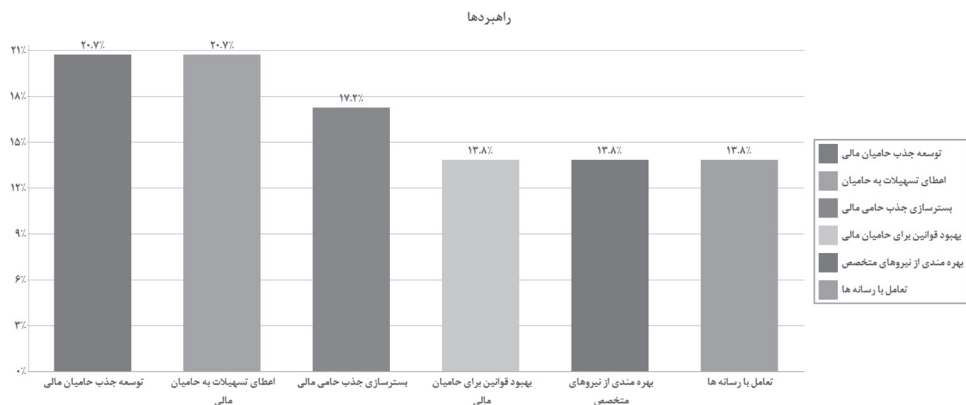
جدول ۲: کدگذاری اقدامات و راهبردهای حمایت مالی از ورزش همگانی کشور

کدگذاری محوری	کدهای باز	ردیف
بسترسازی جذب حامی مالی	بسترسازی برای خصوصی سازی از طریق دولت	۱
	ایجاد قوانین تشویقی برای حامیان فدراسیون ورزش های همگانی مانند معافیت های مالیاتی	۲
	همکاری بیشتر نهادهای دولتی و خصوصی در جهت توسعه ورزش همگانی	۳
	کاهش تصدی دولت در ورزش همگانی و واگذاری به بخش خصوصی	۴
	تامین زیرساخت های سخت افزاری توسط دولت و سایر ارگان های متولی ورزش همگانی اعم از شهرداری، آموزش و پرورش، نیروهای مسلح، وزارت علوم و ...	۵
توسعه جذب حامی مالی	داشتن راهبرد و سیاست های روشن و مدون برای توسعه ورزش همگانی و توسعه صنعت ورزش در کشور	۶
	گسترش ورزش در سطح کشور از طریق توسعه مشارکت دستگاه ها، سازمان ها و نهادهای دولتی و خصوصی و بهره گیری از آمایش سرزمین برای شناسایی ظرفیت های توسعه ورزش همگانی	۷
	ایجاد نظام حمایت مالی پایدار در کشور	۸
	اصلاح ساختارهای کلان کشور	۹
	تامین منابع مالی از طریق مشارکت بخش خصوصی	۱۰
	توسعه فرهنگ ورزش کردن از طریق آموزش، پژوهش، تبلیغ و اطلاع رسانی جامع رسانه ای	۱۱
بهبود قوانین برای حامیان مالی	ارتقای جایگاه بخش خصوصی و تعاونی ها در عرصه فعالیت های ورزشی با توجه به اصل ۴۴ قانون اساسی	۱۲
	بازنگری بر قانون اساسی که دولت در آن همه کاره است	۱۳
	اجرای قانون بخشودگی بیمه در بخش سلامتی مردم	۱۴
	واگذاری زمین با کاربری ورزشی جهت توسعه ورزش همگانی	۱۵

اعطای تسهیلات به حامیان مالی	۱۶	فراهم کردن تسهیلات اقتصادی برای شرکت های حامی ورزش همگانی
	۱۷	مشارکت های مالی و معنوی با سازمان های خصوصی و دولتی
	۱۸	ایجاد بسترهای لازم برای رابطه برد- برد بین سرمایه گذاران و مدیران ورزش همگانی
	۱۹	حمایت از سرمایه گذاری در بخش ورزش همگانی با توجه به اصل ۴۴ و ماده ۸۸
	۲۰	حمایت و ترغیب سرمایه گذار بخش خصوصی به سرمایه گذاری در ورزش همگانی
	۲۱	واگذاری رایگان اماکن ورزشی به سرمایه گذاران بخش خصوصی حداقل به مدت یک سال (اجاره به شرط تملیک)
بهره مندی از نیروهای متخصص	۲۲	به کارگیری افراد متخصص بازاریابی ورزشی و تشکیل آژانس های تخصصی بازاریابی و تربیت و پرورش و آموزش افراد با تأکید بر ورزش همگانی
	۲۳	ایجاد کمیته بازاریابی، سرمایه گذاری و حمایت مالی در فدراسیون
	۲۴	ایجاد نظام مدیریت بازاریابی ورزشی در ورزش همگانی کشور و تقویت آن
	۲۵	آموزش نحوه جذب حامیان مالی و سرمایه گذاران به مدیران ورزش همگانی
تعامل با رسانه ها	۲۶	پوشش رسانه ای
	۲۸	ایجاد جذابیت برای حامیان مالی از طریق افزایش پخش رسانه ای
	۲۹	پوشش رسانه ای ورزش بانوان و ایجاد جذابیت برای حامیان در رادیو
	۳۰	حمایت رسانه در زمینه ترویج ورزش های همگانی



شکل ۱: راهکارهای مؤثر بر حمایت مالی ورزش همگانی



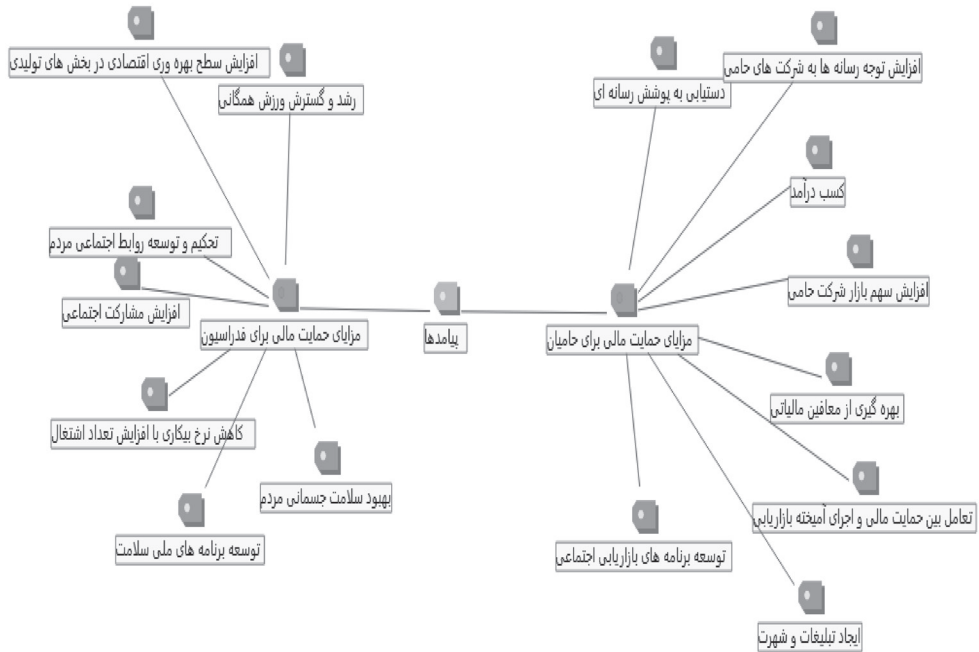
نمودار ۱: اهمیت راهکارهای مؤثر بر حمایت مالی ورزش

پیامدها و نتایج حمایت مالی از ورزش همگانی کشور

بر اساس نتایج حاصل از تحلیل مصاحبه با مدیران مشارکت کننده در پژوهش، آنها به پیامدها و نتایج متعددی در صورت اجرای مطلوب حمایت مالی از ورزش همگانی کشور اشاره داشتند که در ۲ دسته طبقه‌بندی شد: مزایای حمایت مالی برای فدراسیون و مزایای حمایت مالی برای شرکت‌های حامی. در جدول ۳، به این پیامدها و نتایج اشاره شده است:

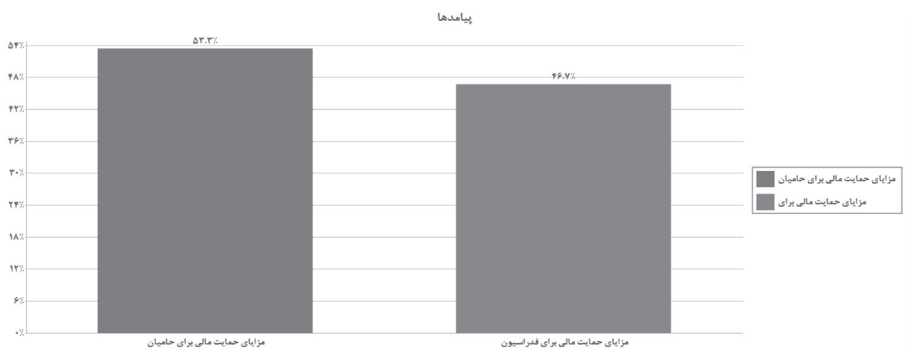
جدول ۳: کدگذاری پیامدهای حاصل از به کارگیری راهبردهای حمایت مالی از ورزش همگانی کشور

کدگذاری محوری	کدهای باز	ردیف
مزایای حمایت مالی برای فدراسیون	رشد و گسترش ورزش همگانی در جامعه	۱
	تحکیم و توسعه روابط اجتماعی مردم جامعه	۲
	افزایش سطح بهره‌وری اقتصادی در بخش‌های تولیدی و اقتصادی	۳
	افزایش مشارکت‌های اجتماعی	۴
	کاهش نرخ بیکاری با افزایش اشتغال افراد در برنامه‌ها و رویدادهای حوزه ورزش همگانی به عنوان کارشناس رسمی، داوطلب و شرکت‌کنندگان	۵
	توسعه برنامه‌های ملی سلامت	۶
	بهبود سلامت جسمانی مردم	۷
مزایای حمایت مالی برای حامیان مالی	دستیابی به پوشش رسانه‌ای صوتی و تصویری، مطبوعاتی و چاپی	۸
	افزایش توجه رسانه‌ها به شرکت‌های حامی	۹
	کسب درآمد طولانی مدت از سرمایه‌گذاری در ورزش همگانی به دلیل استقبال عمومی مستمر برای حضور در ورزش همگانی	۱۰
	افزایش سهم بازار شرکت‌های حامی مالی	۱۱
	بهره‌گیری از معافیت‌های مالیاتی حاصل از تبلیغات ورزشی	۱۲
	توسعه برنامه‌های بازاریابی اجتماعی	۱۳
	تعامل بین حمایت مالی و اجزای آمیخته بازاریابی	۱۴
	ایجاد تبلیغات و شهرت برای شرکت‌های حامی	۱۵



۱۲۵

شکل ۲: پیامدهای حاصل از به کارگیری راهبردهای حمایت مالی ورزش همگانی



نمودار ۲: اهمیت پیامدهای حاصل از به کارگیری راهبردهای مؤثر بر حمایت مالی ورزش

بحث و نتیجه گیری

هدف اصلی این پژوهش، تدوین راهکارها و پیامدهای موثر بر حمایت مالی از ورزش همگانی در کشور ایران بود. پاسخ دهندگان در پاسخ به سوالات مرتبط با هدف اصلی تحقیق به تشریح این موارد پرداختند. در نهایت از تحلیل جملات و دیدگاه‌های این افراد، ۴۵ کد استخراج و در دو محور راهکارها و پیامدها طبقه بندی شد. نتایج تحلیل داده ها با عناوین راهکارها (توسعه جذب حامیان مالی، بسترسازی جذب حامیان مالی، بهبود قوانین برای حامیان مالی، بهره مندی از نیروی متخصص، تعامل با رسانه ها و اعطای تسهیلات به حامیان مالی) و پیامدها (مزایای حمایت مالی برای فدراسیون و مزایای حمایت مالی برای شرکت های حامی) تعیین و تدوین شد.

بسترسازی جذب حامی مالی از جمله راهکارهای پیشنهادی در زمینه موضوع اصلی تحقیق بود؛ کدهایی شامل بسترسازی برای خصوصی سازی از طریق دولت، ایجاد قوانین تشویقی برای حامیان فدراسیون ورزش های همگانی مانند معافیت های مالیاتی، همکاری بیشتر نهادهای دولتی و خصوصی در جهت توسعه ورزش همگانی، کاهش تصدی دولت در ورزش همگانی و واگذاری به بخش خصوصی، تامین زیرساخت های سخت افزاری توسط دولت و سایر ارگان های متولی ورزش همگانی و غیره. در این زمینه، نتایج این پژوهش با یافته های علیزاده (۱۳۷۸)، کلیر (۱۳۹۱)، شاپیرو (۲۰۰۹) و کرافورد و گادبی (۱۹۸۷) همسو بوده است. همچنین این نتایج با یافته های تحقیقات تندنویس و همکاران، (۱۳۸۴) و ویکر و همکاران (۲۰۰۹) مبنی بر برگزاری مسابقات ورزش های همگانی و اهدای جوایز و ایجاد زیرساخت های ورزشی متناسب با رده های سنی مختلف همخوانی داشته است. برگزاری با کیفیت مسابقات ورزش های همگانی، گردهمایی ها و همایش های ورزش های همگانی و گردشگری در کشور موجب رونق بخش های مختلف این بخش از ورزش و جذب ورزشکاران بیشتری به این حوزه و به تبع آن ایجادها فرصت های سرمایه گذاری برای صنایع خرد و کلان و نیز حمایت مالی شرکت های مختلف داخلی و خارجی خواهد شد. توجه به ورزش همگانی بانوان و ایجاد زیرساخت های حضور آنان می تواند نقش بسزایی در گسترش فرهنگ ورزش و بهبود سلامت جامعه و سرمایه گذاری در آن داشته باشد.

راهکار پیشنهادی بعدی، توسعه جذب حامی مالی به طرق زیر بود: داشتن راهبرد و سیاست های روشن و مدون برای توسعه ورزش همگانی، توسعه صنعت ورزش در کشور، گسترش ورزش در سطح کشور از طریق توسعه مشارکت دستگاه ها، سازمان ها و نهادهای دولتی و خصوصی، بهره گیری از آمایش سرزمین برای شناسایی ظرفیت های توسعه ورزش همگانی، ایجاد نظام حمایت مالی پایدار در کشور، اصلاح ساختارهای کلان کشور، تامین منابع مالی از طریق مشارکت بخش خصوصی، توسعه فرهنگ ورزش کردن از طریق آموزش، پژوهش، تبلیغ و اطلاع رسانی جامع رسانه ای. یافته های پژوهش با یافته های ملازاده (۱۳۹۱)، اولیویر (۲۰۰۳)، کویسک (۲۰۱۰)، فراز یانی (۱۳۹۶)، ملک اخلاق و همکاران (۱۳۹۶) و هینمن، (۲۰۰۵) که به اعطای تسهیلات کم بهره، ارائه وام های کم بهره با بدون بهره جهت ساخت و نگهداری اماکن ورزشی و اختصاص ۲ درصد از مالیات قانونی بر فعالیت های ورزشی تأکید داشته اند، همخوان است. بهبود قوانین برای

حامیان مالی از جمله راهکارهایی بود که در زمینه حمایت مالی از ورزش همگانی پیشنهاد شد. ارتقای جایگاه بخش خصوصی و تعاونی ها در عرصه فعالیت های ورزشی با توجه به اصل ۴۴ قانون اساسی، بازنگری بر قانون اساسی که دولت در آن همه کاره است، اجرای قانون بخشودگی بیمه در بخش سلامتی مردم، واگذاری زمین با کاربری ورزشی جهت توسعه ورزش همگانی در این دسته بندی قرار گرفتند. این یافته با نتایج تحقیق قیامی راد و همکاران (۱۳۸۶)، نادریان و همکاران (۱۳۸۶)، هنرور و همکاران (۱۳۸۶)، فانگ و همکاران (۲۰۰۶) و ساموئل و همکاران (۲۰۱۳) همخوانی دارد.

اعطای تسهیلات به حامیان مالی از جمله فراهم کردن تسهیلات اقتصادی برای شرکت های حامی ورزش همگانی، مشارکت های مالی و معنوی با سازمان های خصوصی و دولتی، ایجاد بسترهای لازم برای رابطه برد- برد بین سرمایه گذاران و مدیران ورزش همگانی، حمایت از سرمایه گذاری در بخش ورزش همگانی با توجه به اصل ۴۴ و ماده ۸۸، حمایت و ترغیب سرمایه گذار بخش خصوصی به سرمایه گذاری در ورزش همگانی و واگذاری رایگان اماکن ورزشی به سرمایه گذاران بخش خصوصی حداقل به مدت یک سال (اجاره به شرط تملیک) نیز راهکار پیشنهادی بعدی بود. نتایج پژوهش با یافته های پژوهش ملازاده (۱۳۹۱)، سالاری (۱۳۹۱) و مهدی زاده و همکاران (۱۳۹۲) مبنی بر ضعف سیاست های جذب سرمایه گذاری بخش خصوصی، تأثیر متغیرهای اقتصادی و فرهنگی بر جذب سرمایه گذاری، تأثیر عوامل سیاسی، حقوقی، اجتماعی، مدیریتی و سازمانی بر سرمایه گذاری بخش خصوصی، تأثیر عوامل سازمانی، مدیریتی، روان شناختی، درون فردی و حمایتی اجتماعی بر سرمایه گذاری در ورزش همگانی و نتایج تحقیقات احسانی و همکاران (۱۳۹۳) و شعبانی و همکاران (۱۳۹۳) که به تأثیر عوامل بیرونی و درونی و فقدان برنامه ریزی مدون و فقدان مدیریت واحد در ورزش همگانی در جذب بخش خصوصی برای سرمایه گذاری پرداخته بودند، همخوانی داشت. در این زمینه می توان بر این نکته تأکید کرد که ایجاد و جذب منابع مالی به مهارت، دانش و شناخت کافی از وضعیت فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، مذهبی و استفاده از روش های کارآمد مدیریتی متناسب با نیاز جامعه نیاز دارد (جمشیدیان و مظفری، ۱۳۸۹).

بهره مندی از نیروهای متخصص نیز در دسته بندی بعدی راهکارها جهت حمایت مالی از ورزش همگانی قرار گرفت؛ مواردی شامل به کارگیری افراد متخصص بازاریابی ورزشی و تشکیل آژانس های تخصصی بازاریابی، تربیت و پرورش و آموزش افراد با تأکید بر ورزش همگانی، ایجاد کمیته بازاریابی، سرمایه گذاری و حمایت مالی در فدراسیون، آموزش نحوه جذب حامیان مالی و سرمایه گذاران به مدیران ورزش همگانی و غیره. بازاریابی و جذب سرمایه گذاری از منابع مهم درآمد اقتصادی محسوب می شود و کشورهای جهان سعی دارند تا با سرمایه گذاری های کلان در بخش بازاریابی برای جذب هر چه بیشتر سرمایه به عنوان منبع درآمد مناسب اقدام کنند. در بررسی تأثیر حمایت مالی باید گفت که براساس یافته های ریچمن (۲۰۰۶)، بوئوف (۲۰۰۶) و آلدرایس (۲۰۰۷) اگر حامیان مالی در زمینه سازی ورزش به صورت احداث اماکن ورزشی عمومی، سرمایه گذاری کنند، به رضایتمندی عمومی و در نتیجه افزایش امکان شرکت در فعالیت های ورزش همگانی منجر خواهند شد. همچنین در این زمینه کورن ول و همکاران (۲۰۱۱) معتقد هستند که حمایت مالی

یک راه خوب برای به دست آوردن مزیت رقابتی متمایز را فراهم می کند.

آخرین راهکار پیشنهادی، تعامل با رسانه‌ها از راه‌های زیر بود: پوشش رسانه‌ای، ایجاد جذابیت برای حامیان مالی از طریق افزایش پخش رسانه‌ای، پوشش رسانه‌ای ورزش بانوان و ایجاد جذابیت برای حامیان در رادیو و حمایت رسانه در زمینه ترویج ورزش‌های همگانی. در این زمینه قاسمی (۱۳۹۵) پیشنهاد کرد که نظر به ظرفیت‌های ورزش همگانی و لزوم کسب نتیجه در حداقل زمان ممکن، یکی از بهترین روش‌ها، نوعی از آگهی تبلیغاتی به نام آگهی خدمات عمومی با ویژگی‌های خاص خود است. از جمله تحقیقات همسوی دیگر با این پژوهش می توان به یافته‌های گودرزی و همکاران (۱۳۹۴)، ایرج پور و همکاران (۱۳۹۵) و عرب نرمی و همکاران (۱۳۹۵) اشاره کرد که نشان دادند تلویزیون ایران نسبت به ورزش همگانی رویکرد مناسبی ندارد و این مسئله نیازمند تغییر نگرش در مدیران سازمان نسبت به این موضوع است. بنابراین توصیه می شود که برنامه مناسبی در جهت تعامل با رسانه‌ها و استفاده از ظرفیت‌های آن‌ها برای توسعه فرهنگی ورزش کشور و ایجاد انگیزه و آگاهی نسبت به فعالیت بدنی در ابعاد مختلف انجام شود. به دیگر سخن، پوشش رسانه‌ای مطلوب و در عین حال گسترده رقابت‌های ورزشی در سطح ملی موجب آگاهی و شناخت بسیار وسیع مشتریان از محصولات و خدمات شرکت‌های حامی خواهد شد و این موضوع مدیران شرکت‌ها را به حمایت بیشتر از ورزش ترغیب می کند.

قطعا بسترسازی برای حمایت مالی از ورزش همگانی از طریق اقدامات و سیاست‌گذاری‌های مناسب و مدیریت صحیح دولت امکان پذیر خواهد بود. هدایت صحیح پولی که در بخش ورزش هزینه می شود و متعلق به همه مردم است و حتی اختصاص حامی دولتی به فدراسیون ورزش همگانی که به دلایل گوناگون در جذب حامی مالی با مشکلاتی روبه رو است، می تواند کمک قابل توجهی به آنها باشد. البته بحث حمایت مالی از ورزش همگانی ایران به این معنا نیست که هیچ کمکی از دولت دریافت نکنند. همان طور که دولت وظیفه دارد برای ورزش قهرمانی هزینه کند، موظف است شرایطی را فراهم کند تا فدراسیون ورزش همگانی نیز بتواند بدون دغدغه مالی برنامه‌های خود را اجرایی نماید. همچنین فدراسیون‌ها مکلف هستند تا به عنوان یک نهاد غیردولتی و مستقل، بخشی از هزینه‌های جاری خود را تامین کنند و فقط نباید به فکر هزینه باشند.

یکی از مهمترین مسائلی که ورزش کشور به آن مبتلاست، بزرگ بودن بیش از اندازه بدنه دولت می باشد. بخش بسیاری از همان بودجه بسیار اندک ورزش، صرف هزینه‌های پرسنلی و جاری مربوط به دولت می شود. به نظر می رسد کوچک شدن و کیفی شدن بدنه دولت می تواند تاثیرات مثبتی بر ساختار و تشکیلات ورزش کشور و رسیدگی به امور اساسی داشته باشد. فدراسیون ورزش همگانی به دلیل اهمیتی که دارد، نیازمند پشتیبانی و حمایت‌های دولتی می باشد تا بتواند خود را اداره کند. عدم یکپارچگی سیستم نظارتی، کم رنگ بودن نقش نظارتی وزارت ورزش در آیین نامه‌های مالی، مشخص نبودن حد نصاب معاملات مالی فدراسیون‌ها، اختیارات زیاد رئیس فدراسیون که می تواند باعث ایجاد تعهدات مالی بسیار برای فدراسیون شود، از مهمترین دلایلی است که دولت را ملزم به بازنگری آیین نامه‌های مالی کرده است. لذا از دولت انتظار می رود که علاوه بر شناسایی و اقدام برای رفع مشکلات حقوقی و قانونی ورزش، نظارت دقیق و ارزیابی صحیحی از عملکرد

فدراسیون‌های ورزشی از جمله فدراسیون ورزش‌های همگانی داشته باشد. مدیریت صحیح و علمی ورزش کشور، اجرای برنامه‌ها و عملیاتی ساختن راهبرد‌هایی که هم اکنون در فدراسیون‌های مختلف روی کاغذ می‌آید، نیازمند کار تیمی و سازمانی و خلاق و نوآور با کارکنانی متخصص و شایسته است.

در بخش نتایج و پیامدهای موثر بر حمایت مالی از ورزش همگانی کشور حاصل از تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها می‌توان از دو مقوله مزایای حمایت مالی برای فدراسیون و مزایای حمایت مالی برای شرکت‌های حامی نام برد. بر اساس یافته‌های پژوهش جمشیدی و همکاران (۱۳۹۰) می‌توان گفت که سرمایه‌گذاری شرکت‌های بیمه در ورزش همگانی در راستای اهداف شرکت‌های بیمه و توسعه ورزش کشور نقش مهمی را ایفا می‌کند. نتایج قانندی و همکاران (۱۳۹۴) نیز نشان داد که نگرش متخصصان و مدیران ورزش درباره نقش ورزش همگانی و قهرمانی بر توسعه اجتماعی تمامی شاخص‌ها به جز عدالت اجتماعی در حد زیاد است و برای استفاده از ورزش در راستای توسعه اجتماعی باید برنامه‌ریزی مناسب انجام گیرد. همچنین به کارگیری راهکارهای پیشنهادی، دربرگیرنده مزایایی برای حامیان مالی می‌باشد؛ این مزایا شامل دستیابی به انواع پوشش‌های رسانه‌ای، افزایش توجه رسانه‌ها به شرکت‌های حامی، کسب درآمد طولانی مدت از سرمایه‌گذاری در ورزش همگانی به دلیل استقبال عمومی مستمر برای حضور در ورزش همگانی، افزایش سهم بازار شرکت‌های حامی مالی، بهره‌گیری از معافیت‌های مالیاتی حاصل از تبلیغات ورزشی و غیره است. فراند و همکاران (۲۰۱۳) در کتاب «حمایت مالی در ورزش؛ راهبردهای موفقیت آمیز»، ایجاد پیوستگی با جوانان از راه ارتباط دادن برند با علائق و تفریحات آنها، خلق یک تجربه فراموش‌نشدنی یعنی تجربه‌ای منحصر به فرد در رابطه با برند، اطمینان از اینکه آن برند، برندی تلقی می‌شود که زندگی روزمره را بهبود می‌بخشد، اطمینان از اینکه آن برند، پیش‌تاز و پویا تلقی می‌شود و اطمینان از اینکه آن برند، در سطح محلی و جهانی حامی معتبری محسوب می‌شود را از جمله مزایای حمایت مالی در ورزش برای حامیان مالی معرفی کردند.

نتایج پژوهش هانو و همکاران (۲۰۱۶) نیز مبنی بر این بود که شرکت‌ها به طور عمده از طریق حمایت مالی به دنبال دیده شدن هستند. همچنین، دیوید نیکل و همکاران (۲۰۱۱) به این نتیجه رسیدند که افزایش میزان فروش و گسترش بازار فروش شرکت‌های حامی بر اثر موفقیت سیاست‌های حمایت‌های مالی بوده است.

با توجه به این که رویکرد علمی و متوازن به صنعت ورزش موجب توسعه پایدار جوامع می‌گردد، امروزه ورزش تبدیل به یک صنعت پر رونق شده است. لذا با اطمینان می‌توان اذعان کرد که توسعه و همگانی کردن تربیت بدنی و ورزش در جامعه نه تنها هزینه نیست، بلکه یک سرمایه‌گذاری پر سود به شمار می‌آید. در حقیقت، توسعه و همگانی کردن ورزش در کشور به واسطه افزایش میزان اشتغال و تولید، جذب گردشگران و رونق توریسم، پیشگیری از انحرافات و ناهنجاری‌های رفتاری و افزایش سطح سلامتی و بهداشت جسمی و روانی افراد، به طور مستقیم و غیرمستقیم، بلند مدت و کوتاه مدت یک سرمایه‌گذاری پر فایده محسوب می‌شود. مطالعات علمی نشان داده است که این سرمایه‌گذاری علاوه بر افزایش بهره‌وری در تولید، موجب پیشگیری از بیماری‌های غیر مسری و کاهش هزینه‌های بهداشتی و درمانی می‌شود.

بر اساس یافته‌های این پژوهش، بخش اعظم موانع خودکفایی مالی ورزش همگانی به نهادهای حکومتی از

جمله دولت برمی گردد که اقدامات اساسی جهت رفع این موانع در درجه اول باید از طرف این نهادها صورت پذیرد. این کار می تواند با اصلاح ساختارهای تصمیم گیرنده، تعیین چارچوب های قانونی مناسب و نظارت درست بر آن و همکاری و اتحاد استراتژیک بین بخش های مختلف حکومت محقق شود.

همچنین، برخی از موانع تامین مالی به ساختار و تشکیلات و نحوه اداره فدراسیون ورزش های همگانی برمی گردد که با اقدامات اساسی و اصلاح ساختارها در راستای بازاریابی و تامین مالی و بهره گیری از افراد متخصص و آشنا به علم روز دنیا مرتفع خواهد شد.

منابع

- اتقیا، ناهید. (۱۳۸۴). «تعامل بازاریابی و مدیریت ورزشی». نشریه پژوهش در علوم ورزشی. (۱).
- احسانی، محمد؛ صفاری، مرجان؛ امیری، مجتبی و کوزه چیان، هاشم. (۱۳۹۳). «طراحی مدل ورزش همگانی ایران». مطالعات مدیریت ورزشی. ۲۷، صص ۸۷-۱۰۸.
- جمشیدی، رحیم؛ کارگر، غلامعلی و هنری، حبیب. (۱۳۹۰). «بررسی ضرورت سرمایه‌گذاری شرکت‌های بیمه در ورزش همگانی». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه علامه طباطبائی.
- حیدری، محمد؛ صابری، علی و کارگر، غلامعلی. (۱۳۹۷). «فراتحلیل مطالعات عوامل و راهکارهای جذب مردم برای توسعه ورزش همگانی در ایران». پژوهش در ورزش تربیتی. ش ۶: صص ۱۷-۳۴.
- رستم زاده، پرویز؛ صادقی، عباس؛ عصار، حسین و یآوری، کاظم. (۱۳۹۳). «اثر سرمایه‌گذاری دولت در بخش ورزش بر رشد اقتصادی در ایران». فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی. ش ۱۴، صص ۱۷۷-۲۱۰.
- رمضان‌نژاد، رحیم و هژبری، کاظم. (۱۳۹۶). «مبانی توسعه ورزش و کاربرد آن در ورزش ایران». فصلنامه مجلس و راهبرد. ۹۱(۲۴)، صص ۲۳۳-۲۶۳.
- شریفیان، اسماعیل و حیدری فرد، سمیه. (۱۳۹۶). «شناسایی موانع مشارکت خیرین در احداث و توسعه فضاهای ورزشی». مطالعات مدیریت ورزشی. ۹(۴۱)، صص ۸۱-۹۶.
- شعبانی، عباس؛ غفوری، فرزاد و هنری، حبیب. (۱۳۹۳). «مطالعه سیاست‌ها و راهبردهای ورزش همگانی نظام جامع توسعه ورزش کشور». مجله مدیریت ورزشی دانشگاه تهران. ۶(۲۷)، صص ۱۵-۳۰.
- عرب نرمی، بتول؛ گودرزی، محمود؛ سجادی، سید نصرالله و خیبری، محمد. (۱۳۹۵). «تلویزیون و توسعه ورزش همگانی: یک نظریه برخاسته از داده‌ها». مطالعات مدیریت ورزشی. ش ۸، صص ۱۷-۴۰.
- عصاره دزفولی، محسن؛ علم، شهرام و ضرغامی، مهدی. (۱۳۹۷). «تدوین برنامه راهبردی توسعه ورزش همگانی در شرکت ملی نفت ایران». پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی. ۸(۱۵)، صص ۴۵-۵۰.
- غفوری، فرزاد؛ هنرور، افشار؛ هنری، حبیب و منیره، علی. (۱۳۸۶). «مطالعه انواع ورزش‌های همگانی و تفریحات مطلوب جامعه و ارائه مدل برای برنامه ریزی‌های آینده». طرح پژوهشی سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران.
- فرازبانی، فاتح؛ کشاورز، لقمان؛ فراهانی، ابوالفضل و موسوی جهرمی، یگانه. (۱۳۹۵). «تبیین الگوی سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش ایران». پایان‌نامه دکتری تخصصی، دانشگاه پیام نور تهران.
- قاسمی، حمید. (۱۳۹۵). «رویکردهای تبلیغ رسانه‌ای ورزش همگانی با تأکید بر آگهی‌های خدمات عمومی (PSA)». چکیده مقالات دومین همایش بین‌المللی ورزش همگانی، تهران.
- گودرزی، محمود؛ اسلامی، ایوب و علیدوست قهفرخی، ابراهیم. (۱۳۹۴). «شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ ورزش همگانی از طریق سیمای جمهوری اسلامی ایران». پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. شماره ۳ (۱۵)، صص ۱۱-۲۷.
- Akalan, Chengiz and etc. (2012). "The Role of Mass Media in Women's Sport". European Journal of Sports and Exercise Science, 1, 6-13.
- Apostolopoulou, A., & Papadimitriou, D. (2004). "Welcome Home: Motivations and Objectives of the 2004 Grand National Olympic Sponsors". Sport Marketing

- Quarterly, 13: 180-92.
- Crawford, D. W., & Godbey, G. (1987). **“Deconceptualizing barriers to family”**. Leisure Sciences, 9(2), 27-119.
 - Ferrand, Alin. Torrigiani, Luigigino. Camps, Andreu. (2015). **“Sports sponsorship successful strategies”**. Translation by Farshad Tojari, Hossein Poursolatani Zarandi, Tehran, Physical Education and Sports Science Research Institute.
 - Funk, D. Tennille, B. (2006). **“The role of socio-psychological a culture – education motive in marketing international sport Tourism: A cross – cultural perspective”**. Tourism management.
 - Guba, E. G. & Lincoln, Y. S. (1994). **Competing Paradigms in Qualitative Rresearch**. Handbook of Qualitative Research. London: Sage.
 - Heinmann, K. (2005). **Sport and the Welfare State in Europe**. European College of Sport Science.
 - Javadipour, M. Rahbari, S. (2018). **“Pathology of the Policy-Making Process in Sport for All in Iran”**. Annals of Applied Sport Science, 3(6): <http://aassjournal.com/article-1-594-en.html>. Article in press.
 - Jiffer, M., & Roos, M. (1999). **Sponsorship- a Way of Communicating**. Stockholm: Ekerlids Forlag.
 - Kang, K., & Stotlar, D (2011). **“An Investigation of Factors Influencing Decision Making for Participation in the Olympic Partners Sponsorship: A Case of Samsung”**. International Journal of Applied Sports Science, 23: 225-50.
 - Numerato, D. (2009). **“The institutionalization of regional public sport policy in the Czech Republic”**. International Journal of Sport Policy, 1(1): 13–30. 23.
 - Piter, B. (2017). **“National Program, Knowledge and Innovation in sport and Physical Activity in the Netherlands”**. Second International Sport for all Conference, Tehran.
 - Pitney, A. Parker, J. (2009). **Qualitative research in physical activity and the health professions**. Canada: Human Kinetics. 56
 - Pitts B.G, Stotler D.K. (2007). **Fundamentals of Sport marketing**. Fitness Information Technology: USA.
 - Richman, H & Alderice, I. (2006). **Sport, Media and sponsorship aspects**. Mosby collage publisher, Eoront, Santaclara. PP: 51-63.
 - Samuel, A. R. (2015). **“Does stadium construction create jobs and boost incomes? The realised economic impacts of sports facilities in New Zealand”**. New Zealand Economic Papers, 2(50): 153-176.
 - Shehu, J. Mokgwath, Martin M. (2007). **“A Discourse Analysis of the National Sport**

- and Recreation Policy for Botswana**". Sport, Education and Society, 12(2), 193-210.
- Weight, E., Taylor, K., & Cuneen, J., (2010). **"Corporate Motives for Sport Sponsorship at Mid-Major Collegiate Athletic Departments"**. Journal of Issues in Intercollegiate Athletics, 3: 119-130.
 - Zorba, E. (2012). **"The Perception of Sport for all in the World and in Turkey"**. The online Journal of Recreation and Sport, 4(1),
 - Victorian Curriculum and Assessment Authority. (2010). **VCE physical education (2011-2014)**. Unit 3: Social Ecological Model. Melbourne: Victorian Curriculum and Assessment Authority.

تأثیر سبک‌های رهبری بر اشتیاق شغلی با میانجی‌گری پدیده صخره شیشه‌ای زنان در ورزش جمهوری اسلامی ایران

رمیصا جالیسیان^۱

علی فهیمی نژاد^۲

باقر مرسل^۳

سید مصطفی طیبی ثانی^۴

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۱۱/۲۶

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۳/۲۴

پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر سبک‌های رهبری بر اشتیاق شغلی با نقش میانجی‌گری پدیده صخره شیشه‌ای در بین مدیران زن سازمان‌های ورزشی ایران انجام شد. روش پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ شیوه اجرا، توصیفی همبستگی بود که به شکل پیمایشی انجام شد. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه مدیران زن شاغل در سازمان‌های ورزشی کل کشور بود. نمونه آماری این پژوهش با توجه به جامعه نامحدود و با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای تصادفی، ۴۰۰ نفر انتخاب شد. ابزارهای پژوهش، پرسشنامه‌های «سبک رهبری تحولی - تعاملی» چالشتری (۱۳۸۹)، «رهبری خدمتگزار» لاب (۱۹۹۹)، «اشتیاق شغلی» شائوفلی و سالانوا (۲۰۰۷) و «صخره شیشه‌ای» نصیری (۱۳۹۴) بود که روایی پرسشنامه‌ها مورد تأیید صاحب‌نظران ورزشی قرار گرفت و پایایی پرسشنامه‌ها از طریق آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۸۷، ۰/۸۹، ۰/۹۰ و ۰/۸۷ محاسبه گردید. تحلیل داده‌ها با استفاده از آمار توصیفی و استنباطی و با کمک نرم‌افزارهای اس. پی. اس. اس و پی. ال. اس. صورت پذیرفت.

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد شاهرود، شاهرود، ایران

۲. استادیار، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد شاهرود، شاهرود، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Afahimi77@gmail.com

۳. استادیار، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد شاهرود، شاهرود، ایران

۴. استادیار، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد شاهرود، شاهرود، ایران

نتایج نشان داد که تأثیر منفی و معناداری بین سبک‌های رهبری مدیران و پدیده صخره شیشه‌ای و بین پدیده صخره شیشه‌ای بر اشتیاق شغلی زنان وجود دارد. سبک‌های رهبری نیز بر اشتیاق شغلی مدیران تأثیر دارد. در نهایت، وجود تأثیر مثبت و معنادار سبک رهبری مدیران بر اشتیاق شغلی از طریق نقش میانجی صخره شیشه‌ای تأیید گردید. به طور کلی براساس یافته‌های پژوهش می‌توان بیان کرد که با توجه به تغییرات امروزی به خصوص در محیط‌هایی که زنان به عنوان مدیر قرار دارند، مدیران می‌توانند با بهره‌گیری از سبک‌های رهبری و ابعاد آن در افزایش اشتیاق شغلی زنان موثر باشند.

واژگان کلیدی: سبک‌های رهبری، اشتیاق شغلی، صخره شیشه‌ای و ورزش

مقدمه

سازمان‌های امروزی به‌عنوان عامل کلیدی توسعه اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی جوامع بشری، نقشی حیاتی در امر آموزش سرمایه انسانی ایفا می‌کنند. تجزیه و تحلیل عوامل مؤثر در رشد و توسعه جوامع بشری اعم از پیشرفته و در حال رشد بیانگر آن است که کارآمد و اثربخش بودن نظام آموزشی در هر کشور به رشد و توسعه همه‌جانبه آن کشور کمک شایانی می‌کند (لیک^۱، ۲۰۰۲). یکی از مهم‌ترین معیارها برای سنجش درجه توسعه‌یافتگی یک کشور، میزان اهمیت و اعتباری است که زنان در آن کشور دارا هستند. زنان پس از ورود به سازمان‌ها، همگام با مردان شروع به رشد و بالندگی می‌کنند و سطوح گوناگون سازمان را پشت سر می‌گذارند، اما هرچه زنان به سطوح بالاتر سازمانی می‌رسند، سرعت رشد و ارتقای آن‌ها کاهش می‌یابد. این اصطلاح، به‌روشنی جایی را در سازمان نشان می‌دهد که هیچ دلیل روشنی نیست که زنان نتوانند به آنجا دست یابند، ولی در واقعیت، دستیابی زنان به آنجا ممکن نیست (نصیر و همکاران، ۱۳۹۴). این پدیده بیان می‌کند احتمال اینکه زنان در پست‌های مدیریتی با خطر شکست و انتقاد بالا انتصاب شوند، از مردان بیشتر بوده است و اگر بخواهیم ارتباط بین نحوه عملکرد و جنسیت را در نظر بگیریم، مشخص می‌شود واحدهایی که زنان مدیریت آن را بر عهده‌دارند، به‌طور عمده، در بحران قرار دارند (رایان و هسلم، ۲۰۰۷). از جمله موانع پیش روی بانوان برای کسب کرسی‌های مدیریتی می‌توان به «صخره شیشه‌ای» اشاره نمود. این اصطلاح برای اولین بار در سال ۱۹۸۶، در مجله‌ی وال استریت به‌منظور تشریح موانع نامرئی که زنان را از پیشرفت به‌طرف مشاغل بالاتر متوقف می‌کند، به کار گرفته شده است. صخره شیشه‌ای شامل موانع ساختگی مبتنی بر تعصبات نگرشی یا سازمانی است که موجب شکست زنان و اقلیت‌ها در دستیابی به سطوح بالای سلسله‌مراتب می‌شود (کاتر و همکاران^۲، ۲۰۰۱).

عدم توجه به پدیده صخره شیشه‌ای در سازمان‌ها، اشتیاق شغلی در کارکنان را کاهش می‌دهد. اشتیاق شغلی مؤلفه‌ای مهم و مثبت در سلامت کارکنان و عاملی مؤثر در ایجاد نگرش‌های مثبت مرتبط با شغل و اکتساب منابع شغلی و منابع فردی، به‌ویژه خودکارآمدی است که به انسجام و وحدت میان کارکنان منجر می‌شود و به شکل مستقیم یا غیرمستقیم مسیر رشد، تعالی و موفقیت را برای کارکنان و سازمان فراهم می‌آورد (نصیری و لیک نبی و همکاران، ۱۳۹۴). اشتیاق شغلی به‌عنوان یک حالت ذهنی مثبت نسبت به شغل تعریف می‌شود که با ویژگی‌های شوق داشتن به کار، وقف کار شدن و جذب در کار توصیف می‌گردد. به‌جای یک حالت خاص و موقتی، اشتیاق شغلی به یک حالت روان‌شناختی ثابت و فراگیر اشاره دارد (نوری و همکاران، ۱۳۸۹). با توجه به اینکه ابعاد اشتیاق شغلی در این تحقیق برگرفته از پژوهش شائوفلی و سالانوا (۲۰۰۷) می‌باشد، وی مؤلفه‌های اشتیاق شغلی را شامل شوق داشتن به کار، وقف شدن برای کار و جذب کار شدن بیان می‌کند. شور و شوق به وسیله سطوحی از انرژی، انعطاف‌پذیری و نشاط روانی توصیف می‌گردد و برای دستیابی به موفقیت در رقابت‌ها و مبارزه‌ها عنصر حیاتی به شمار می‌آید (هایسی^۳، ۲۰۰۹)، به نقل از

1. Lick

2. Cotter et al

3. Haysi

میرزادارانی، ۱۳۹۲)، از طرفی، وقف کار شدن به عنوان درک احساس معنی داری از انجام کار، داشتن احساس اشتیاق و غرور از انجام کار و احساس چالش‌انگیز بودن کار تعریف می‌شود (کوپر‌هاکیم و ویس و سواران^۱، ۲۰۰۵) و جذب کار شدن با تمرکز عمیق فرد نسبت به کار و به سختی جدا شدن از کار، گذشت سریع زمان و فراموش کردن همه چیزهای اطراف حین انجام کار توصیف می‌گردد (گونزالس و همکاران^۲، ۲۰۰۶).

در توالی وجود صخره شیشه‌ای، زنان در مشاغل مدیریتی عالی سازمان ناکارآمد عمل می‌کنند یا ناکارآمد درک می‌شوند. این ناکارآمدی پیامدهای منفی فردی و سازمانی همچون: ترک سازمان، استعفا از شغل مدیریت و برگشت به شغل قبلی، کاهش انگیزش، افزایش استرس ناشی از ترس شکست، عدم اعتماد به زنان به عنوان مدیر، قوی شدن تعصبات کلیشه‌ای درباره زنان و ... را به ارمغان می‌آورد. پیامدهای سازمانی آن عبارت‌اند از: ناکارآمدی سازمان، کاهش بهره‌وری، افزایش جابه‌جایی مدیران، کاهش تعهد سازمانی و انتصاب زنان به شغل‌های چالشی. گاهی این پیامدها باعث می‌شود هر سازمانی که مدیران ارشد آن از زنان باشند، افراد به عملکرد منفی و ناکارآمدی آن سازمان فکر کنند (ضرغامی فرد و بهبودی، ۱۳۹۳). در همین راستا، هر سازمان نیازمند یک سبک رهبری خاص است و بی‌شک همه مدیران می‌دانند که موفقیت آنان به نیروی انسانی موجود در سازمان‌ها بستگی دارد و این‌اندیشه در آنان موجب شده است تا به دنبال سبک مناسب در اداره امور سازمان‌ها باشند. در ادبیات مدیریت، سبک‌های مختلفی از رهبری شناخته و تعریف شده است؛ به عنوان نمونه می‌توان از «رهبری تحول‌آفرین»، «رهبری خدمتگزار» و «رهبری تعاملی» نام برد (عباسی و تیموری، ۱۳۸۸). باس و استون (۲۰۰۳) رهبری تحول‌آفرین را فرآیند ایجاد تعهد به اهداف سازمانی و توانمند ساختن پیروان جهت به تحقق رساندن اهداف تعریف می‌نماید (حسینی و شیرازی، ۱۳۹۳). اوبورو^۳ (۲۰۱۱) هدف از رهبری تبدیلی را اطمینان از شناخت درست مسیر، نیل به هدف توسط بازیگران داخلی، رفع موانع بالقوه سیستم و انگیزش بازیگران جهت دستیابی به اهداف از قبل تعیین شده می‌داند (فرچپور، ۱۳۹۳). رهبری خدمتگزار نیز یکی از نظریه‌های رهبری است که علایق پیروان را بر علایق شخصی رهبر مقدم می‌دارد و بر رشد و توانمندسازی پیروان تأکید دارد (اسپیرز^۴، ۲۰۰۴). گرین لیف^۵ واضح نظریه رهبری خدمتگزار، رهبر خدمتگزار را کسی می‌داند که دید مشترکی از موفقیت ترسیم می‌کند. آن‌ها تلاش می‌کنند پیروان خود را رشد دهند و به جای استفاده از قدرت برای سلطه و نفوذ بر آنان، کارکنان را توانمند سازند. در نتیجه پیروان چنین رهبرانی، خود نیز رهبرانی خدمتگزار خواهند شد (یوکل^۶، ۲۰۰۶). ویژگی‌های خاص رهبری زنان مثل به کار بردن سبک مشارکتی و تحول‌گرا، میانه‌رو بودن و پرهیز از مخاطره می‌تواند زنان را در اداره شرایط بحرانی سازمان کمک کند. این می‌تواند توجیهی برای انتصاب زنان به موقعیت‌های مشکل‌دار و بحرانی باشد. زنان سبک مدیریت مشارکتی همراه با ملاحظه‌کاری را اعمال می‌کنند که این در بیشتر مواقع به نفع زنان تعبیر شده

1. Cooper-Hakim & Viswesvaran
2. Gonzalez et al.
3. Oyeroo
4. Spears
5. Greenlife
6. Yull

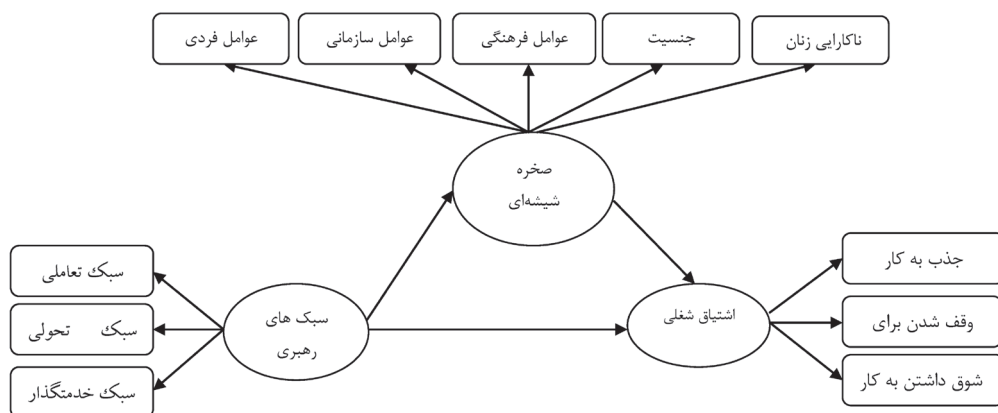
است. برخی مطالعات درباره سبک رهبری زنان ادعا می‌کند که آن‌ها سبک مشارکتی و دموکراتیک را اعمال می‌کنند، در مقایسه با مردان که بیشتر دستوری، قاطع و پیشگامانه و با اعتمادبه‌نفس بالا عمل می‌نمایند (وسترلوند و نیدرلی^۱، ۲۰۰۳؛ آگلی^۲، ۲۰۰۴؛ انتوناکیس^۳، ۲۰۰۳).

با توجه به اهمیت نقش سبک‌های رهبری در پدیده صخره شیشه‌ای زنان و اشتیاق کارکنان، پژوهش‌های مختلفی در این زمینه انجام شده است. از جمله نصیری و لیک بنی و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهش خود به این نتایج دست یافتند که اثر مستقیم صخره شیشه‌ای بر اشتیاق شغلی منفی و معنادار است. حجبی (۱۳۹۴) نیز نشان داده است که متغیرهای سازگاری، ثبات هیجانی، تجربه‌پذیری، خودارزیابی، ویژگی‌های شغلی، سبک رهبری تحول‌گرا، فرصت ارتقای شغلی و رضایت شغلی بر اشتیاق به کار کارکنان تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. نتایج پژوهش ضرغامی فرد و همکاران (۱۳۹۳) نشان داده است که زنان مدیر در سازمان‌های دولتی ایران همانند مدیران زن در کشورهای غربی با پدیده صخره شیشه‌ای مواجه‌اند. همچنین باور نداشتن به توانایی‌های زنان مدیر، حاکمیت کلیشه‌های منفی درباره زنان و فرهنگ مردسالاری، محدودیت‌های عرفی و مذهبی برای فعالیت مدیریتی زنان، همگی موجب می‌شود زنان از فرصت‌های برابری در انتصابات مدیریتی در مقایسه با همکاران مرد خود برخوردار نباشند. بیات (۱۳۹۳) در پژوهش خود نشان داده که موانع حضور زنان در پست‌های مدیریتی سازمان‌های ورزشی از نظر بیشتر مصاحبه‌شوندگان، نبود شرایط مساوی بین زنان و مردان برای رشد در سازمان‌ها و عدم اعتماد به زنان در فرهنگ ایران بوده است. آکار (۲۰۱۵) نیز بیان می‌کند که مدیران زن با موانع قابل توجهی در دستیابی به موقعیت‌های سطح بالا در سازمان فناوری اطلاعات رو به رو می‌شوند. بر این اساس، پژوهشگران امیدوارند با شناسایی سبک‌های رهبری و ویژگی صخره شیشه‌ای و آزمون ارتباط این متغیرها با اشتیاق شغلی به صورت کلی بتوانند سازمان‌ها را به سوی فرهنگی سوق دهند که مشوق و پذیرای عقاید، آرا، دغدغه‌های کاری بانوان و پذیرای فرهنگ کار تیمی باشد، زیرا سازمان‌ها در محیط متلاطم امروزی نیازمند چنین کارکنانی هستند. حال، با توجه به اهمیت مطالب گفته‌شده و با بررسی ادبیات پژوهش در روند مطالعه متغیرهای پژوهش در منابع موجود، مشخص شد که تاکنون نقش صخره شیشه‌ای و سبک‌های رهبری در رابطه با اشتیاق شغلی بررسی نشده است و پژوهشی که این مؤلفه‌ها را باهم مدنظر داشته باشد مشاهده نشده است. همچنین اگر قصد بر این است که اشتیاق شغلی افراد در سازمان توسعه پیدا کند، ضروری است که موانع ارتقا و چالش‌های حضور زنان در پست‌های مدیریتی از بین برود. هنگامی که زنان در سازمان‌ها با عواملی همچون: ترس از موفقیت، عدم حمایت سازمانی، فرهنگ مردسالاری، عدم تعادل بین مسئولیت‌های کاری و زندگی و عدم بهره‌برداری صحیح از آموزش‌های ضمن خدمت رو به رو باشند و مسائلی نظیر عدم تشویق، عدم حمایت و برخورد صحیح مدیران صورت می‌گیرد، کارکنان زن نمی‌توانند اشتیاق لازم نسبت به شغل خود داشته باشند. در همین راستا، می‌توان بیان کرد مدیریت در قرن حاضر نیازمند رویه مناسبی برای استفاده بیشتر و بهتر از نیروی زنان در عرصه مدیریت است و کشورهای در حال توسعه

1. Vesterlond & Nidrlı
2. Agli
3. Entonaks

به این نتیجه رسیده‌اند که به منظور تحقق اهداف توسعه‌ای خود ناگزیر از مشارکت دادن زنان در مشاغل مدیریتی‌اند. مسئله مورد توجه در این پژوهش، یافتن سبک رهبری مؤثر در بالا بردن سطح اشتیاق شغلی کارکنان زن با توجه به نقش میانجی صخره شیشه‌ای است. با توجه به مطالب فوق محققان درصدد پاسخ‌گویی به این سؤال می‌باشند:

چه ارتباطی بین سبک‌های رهبری و پدیده صخره شیشه‌ای وجود دارد و هر کدام از این متغیرها چه تأثیری بر اشتیاق شغلی مدیران زن کشور دارند؟
بر همین اساس، مدل مفهومی اولیه پژوهش در شکل ۱ ترسیم گردید.



شکل ۱: مدل مفهومی اولیه پژوهش

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ شیوه اجرا، توصیفی همبستگی بود که به شکل پیمایشی انجام شد. جامعه آماری در این پژوهش شامل کلیه مدیران زن شاغل در سازمان‌های ورزشی کل کشور می‌باشد که طبق آمار اخذ شده از وزارت ورزش و جوانان کشور تعداد آنان به صورت نامحدود در نظر گرفته شد. نمونه آماری این پژوهش با تأکید بر جدول حجم نمونه مورگان برای جامعه نامحدود، بیشترین تعداد یعنی ۳۸۴ نفر انتخاب گردید و در نهایت تعداد ۴۰۰ پرسش‌نامه توزیع شد. برای نمونه‌گیری در این پژوهش از روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای استفاده شد؛ به طوری که از بین ۳۱ استان کشور ۱۰ استان، از شمال، جنوب، شرق، غرب و مرکز مورد مطالعه قرار گرفت: تهران، سمنان، خراسان رضوی، خراسان جنوبی، مازندران، اصفهان، مرکزی، خوزستان، کرمانشاه و بوشهر و به تناسب تعداد ادارات ورزش فعال در این استان‌ها، پرسش‌نامه توزیع و جمع‌آوری گردید. برای جمع‌آوری اطلاعات این پژوهش از روش‌های مطالعه کتابخانه‌ای به منظور گردآوری مبانی نظری و پیشینه تجربی پژوهش استفاده شده است. همچنین جهت جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز از پرسشنامه «سبک رهبری تحولی - تعاملی» چالستری (۱۳۸۹) شامل ۴۵

گویه، پرسشنامه «رهبری خدمتگزار» ر لاب (۱۹۹۹) دربرگیرنده ۲۸ گویه، پرسشنامه «اشتقاق شغلی» شائوفلی و سالانوا (۲۰۰۱) شامل ۱۸ گویه و پرسشنامه «صخره شیشه‌ای» نصیری و همکاران (۱۳۹۴) استفاده گردید. این پرسش‌نامه‌ها در مقیاس ۵ ارزشی لیکرت تنظیم شده بودند و روایی آنها توسط ۱۲ نفر از اساتید مدیریت ورزشی مورد تأیید قرار گرفت. پایایی پرسش‌نامه‌ها نیز با استفاده از آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۸۷، ۰/۸۹، ۰/۹۰ و ۰/۸۷ محاسبه شد. پس از گردآوری اطلاعات به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها، از آزمون کالموگروف-اسمیرونوف (جهت بررسی نرمال بودن داده‌ها) و آزمون بارتلت (کفایت حجم نمونه) استفاده گردیده و در نهایت به منظور بررسی فرضیات و آزمون مدل از مدل‌سازی معادلات ساختاری بهره‌گیری شده است. همچنین برای محاسبات و تحلیل‌های آماری از رایانه، نرم‌افزار SPSS 23 و نرم‌افزار پی ال اس (pls) جهت ارائه مدل نهایی پژوهش استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

نتایج حاصل از ویژگی‌های جمعیت شناختی در جدول ۱ گزارش شده است.

جدول ۱: ویژگی‌های جمعیت شناختی شرکت‌کنندگان

متغیر	تعداد	درصد	
نمونه بر اساس استان	تهران	۷۷	۱۹/۶
	سمنان	۴۱	۱۰/۵
	خراسان رضوی	۵۲	۱۳/۳
	خراسان جنوبی	۱۸	۴/۶
	مازندران	۳۹	۹/۹
	اصفهان	۴۸	۱۲/۲
	مرکزی	۲۲	۵/۶
	خوزستان	۳۶	۹/۲
	کرمانشاه	۳۲	۸/۲
	بوشهر	۲۷	۶/۹
	سن	۲۱ تا ۳۰ سال	۷۲
۳۱ تا ۴۰ سال		۱۷۰	۴۳/۴
۴۱ تا ۵۰ سال		۱۱۱	۲۸/۳
بیشتر از ۵۱ سال		۳۹	۹/۹

۹/۴	۳۷	دیپلم و فوق‌دیپلم	تحصیلات
۴۵/۷	۱۷۹	لیسانس	
۳۲/۹	۱۲۹	فوق‌لیسانس	
۱۲/۰	۴۷	دکتری	
۱۹/۶	۷۷	زیر ۱۰ سال	سابقه خدمت
۲۰/۹	۸۲	۱۱ - ۱۵	
۲۴/۰	۱۱۳	۱۶ - ۲۰	
۳۵/۵	۴۳	بالای ۲۱ سال	

نتایج حاصل از ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نشان داد از لحاظ سنی، بیشتر آزمودنی‌ها در رده سنی ۳۱ تا ۴۰ سال (۴۱ درصد) و کمترین آن‌ها در رده سنی ۵۱ سال به بالا بودند (۹ درصد) که از این بین ۹ درصد دارای مدرک کاردانی و پایین‌تر، ۴۶ درصد دارای مدرک کارشناسی، ۳۳ درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد و ۱۲ درصد دارای مدرک دکتری بودند. همچنین به لحاظ سابقه خدمت، بیشتر آزمودنی‌ها (۲۴ درصد) دارای سابقه کاری ۱۶ تا ۲۰ سال و کمترین افراد (۱۶ درصد) دارای سابقه کاری بیشتر از ۲۶ سال بوده‌اند.

مدل اولیه تحقیق با استفاده از روش معادلات ساختاری (SEM) و با کمک نرم‌افزار پی. ال. اس. (PLS) مورد بررسی و آزمون قرار گرفت. نتایج مربوط به آزمون مدل نهایی در شکل ۱ (مقدار ضریب معنی‌داری و مقدار t) ترسیم شده است که دلیل بر تأیید مدل می‌باشد.

اینک به بررسی برازش مدل اندازه‌می‌پردازیم. بدین منظور پایایی، پایایی مرکب، روایی و اگرآ و روایی همگرا به شرح جدول زیر بررسی گردید:

جدول ۲: ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی مرکب مدل اندازه‌گیری

سازه‌ها	آماره	آلفای کرونباخ	پایایی مرکب (CR)
سبک‌های رهبری	۰/۸۷۱	۰/۸۷۱	۰/۹۲۲
صخره شیشه‌ای	۰/۸۷۸	۰/۸۷۸	۰/۹۱۲
اشتیاق شغلی	۰/۹۰۷	۰/۹۰۷	۰/۹۴۲

با توجه به نتایج جدول ۲ و طبق نظر موس و همکاران^۱ (۱۹۹۸) که در مورد متغیرهای با تعداد سؤالات اندک، مقدار ۰/۶ را به عنوان سرحد ضریب آلفای کرونباخ معرفی کرده‌اند (داوری و رضازاده، ۱۳۹۳) و نیز از آنجا که پایایی مرکب (CR) برای هر سازه در صورتی که بیش‌تر از ۰/۷ باشد نشان از پایداری درونی مناسب برای مدل اندازه‌گیری دارد، می‌توان گفت که پایایی مرکب نیز در محدوده مورد قبول واقع شده و از پایداری درونی مناسب مدل اندازه‌گیری حکایت دارد.

جدول ۳: نتایج ارزیابی روایی ابزار اندازه‌گیری بر اساس بارهای عاملی و شاخص t

بار عاملی	شماره سؤال پرسشنامه	سازه	بار عاملی	شماره سؤال پرسشنامه	سازه	
۰/۹۴۵	۱ الی ۲۰	رهبری تعاملی	سبک‌های رهبری	۰/۷۵۰	۱ الی ۳	عوامل فردی
۰/۲۵۴ ۰/۹۲۶	۲۱ الی ۴۵ حذف سؤالات ۳، ۵، ۹، ۱۱، ۱۹	رهبری تحولی		۰/۸۰۷	۴ الی ۶	عوامل سازمانی
۰/۸۰۳	۴۶ الی ۷۳	رهبری خدمتگزار		۰/۸۹۱	۷ الی ۹	عوامل فرهنگی
۰/۸۷۵	۱۳ الی ۱۸	جذب به کار	اشتیاق شغلی	۰/۸۲۳	۱۰ الی ۱۲	جنسیت
۰/۹۵۷	۷ الی ۱۲	وقف شدن برای کار		۰/۸۲۸	۱۳ الی ۱۵	ناکارایی زنان
۰/۹۲۱	۱ الی ۶	شوق داشتن به کار				

۱۴۳

با توجه به نتایج جدول ۳، بارهای عاملی تمام سؤالات پرسشنامه بیش‌تر از $0/4$ بوده است. بنابراین در حد قابل قبولی قرار دارند. مقادیر t نیز برای تمام سؤالات بزرگ‌تر از $1/96$ بوده است. از این رو، در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی‌دار هستند.

جدول ۴: نتایج روایی همگرا در مدل اندازه‌گیری

سازه‌ها	آماره	روایی همگرا (AVE)
سبک‌های رهبری		۰/۷۹۸
صخره شیشه‌ای		۰/۶۷۴
اشتیاق شغلی		۰/۸۴۴

با توجه به نتایج جدول ۴، روایی همگرا در تمام سازه‌ها بیش‌تر از $0/4$ بود و این موضوع مناسب بودن مدل اندازه‌گیری را تأیید می‌کند.

جدول ۵: نتایج ماتریس فونل و لارکر جهت ارزیابی برازش مدل اندازه‌گیری (روایی واگرا)

سازه	اشتیاق شغلی	سبک رهبری	صخره شیشه‌ای
اشتیاق شغلی	۰/۸۷۷		
سبک رهبری	۰/۴۴۵	۰/۸۳۲	
صخره شیشه‌ای	-۰/۷۴۱	-۰/۳۵۵	۰/۷۶۶

با توجه به نتایج جدول ۵، جذر AVE که در قطر اصلی ماتریس آمده، بیش تر از میزان همبستگی هر سازه با دیگر متغیرهاست. بنابراین، روایی و اگرایی مدل اندازه‌گیری تأیید می‌گردد. در ادامه، برازش مدل ساختاری مورد بررسی قرار گرفت. یک مدل ساختاری روابط میان سازه‌های مختلف (متغیرهای پنهان) را مشخص می‌کند و برخلاف مدل‌های اندازه‌گیری به سؤالات (متغیرهای آشکار) کاری ندارد. در بررسی مدل ساختاری، ضرایب معنی‌داری t و معیار R^2 یا ضریب تعیین بررسی می‌شوند که در جدول ۶ ارائه شده‌اند.

جدول ۶: مقادیر معیارهای برازش مدل ساختاری

سازه‌های پیش‌بین	سازه ملاک	ضریب مسیر (β)	شاخص t	ضریب تعیین (R^2)
سبک رهبری	صخره شیشه‌ای	-۰/۳۱۱	۴/۱۰۹	۰/۰۹۷
صخره شیشه‌ای	اشتیاق شغلی	-۰/۶۰۰	۹/۸۵۴	۰/۴۸۲
سبک رهبری	اشتیاق شغلی	۰/۲۰۹	۲/۳۲۹	-
سبک رهبری - صخره شیشه‌ای	اشتیاق شغلی	۰/۱۸۶	۳/۶۵۷	-

با توجه به شکل ۲، مقادیر t برای تمام سؤالات و روابط میان متغیرها بزرگ‌تر از ۱/۹۶ بوده و در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی‌دار هستند که نشان از تأیید مدل و روابط بین متغیرها دارد. از طرفی، با توجه به نتایج نشان داده شده در جدول ۶، مقدار R^2 از ۰/۶۷ بیش تر بوده که نشان از تأیید مدل با استفاده از معیار مذکور می‌باشد و قدرت بالای پیش‌بینی متغیرهای درون‌زا را اثبات می‌کند. همچنین در جدول ۶، میزان اثر هر یک از سازه‌های پیش‌بین بر سازه ملاک آورده شده است که در میان آن‌ها «صخره شیشه‌ای» (ضریب مسیر = ۰/۶۰۰) بیشترین تأثیر را بر اشتیاق شغلی و پس از آن «سبک رهبری» (ضریب مسیر = ۰/۳۱۱) بر صخره شیشه‌ای و پس از آن «سبک رهبری» (ضریب مسیر = ۰/۲۰۹) بر اشتیاق شغلی اثرگذار بودند.

در نهایت برازش کلی مدل GOF بررسی گردید. در مدل‌سازی مسیری، PLS معیاری برای سنجش تمام مدل وجود ندارد. با وجود این، یک معیار کلی برای نیکویی برازش به نام شاخص GOF توسط تنهاوس و همکاران (۲۰۰۹) پیشنهاد شد. مدل کلی شامل هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری می‌شود و با تأیید برازش آن‌ها، بررسی برازش در یک مدل کامل می‌گردد. برازش کلی مدل اندازه‌گیری با «شاخص اشتراکی»^۱ و برازش کلی مدل ساختاری با «شاخص افزونگی»^۲ مورد ارزیابی قرار می‌گیرند. مقادیر مربوط به این دو شاخص در جدول ۷ ارائه شده است:

1. Communality
2. Redundancy

جدول ۷: مقادیر شاخص‌های اشتراکی و افزونگی

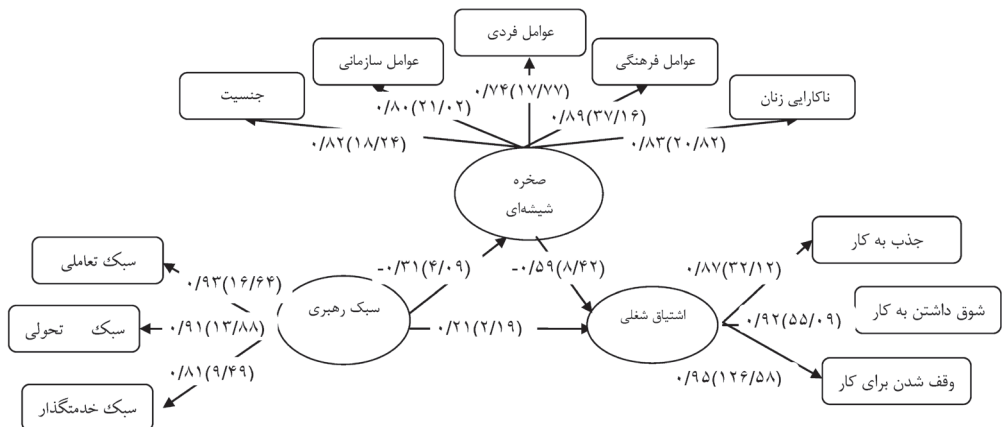
سازه‌ها شاخص‌ها	اشتیاق شغلی	توانمندسازی	سبک رهبری	صخره شیشه‌ای
شاخص اشتراکی	۰/۶۰۰	۰/۴۹۷	۰/۵۳۳	۰/۴۹۰
شاخص افزونگی	۰/۳۷۲	۰/۵۴۰	۰/۴۲۱	۰/۰۵۳

هر دو شاخص اشتراکی و افزونگی باید برای تمام مؤلفه‌ها بزرگ‌تر از صفر باشد تا مدل تأیید گردد. بنابراین با توجه به نتایج جدول ۷ که هر دو شاخص در هر چهار سازه مثبت و بزرگ‌تر از صفر بودند، در نتیجه برازش کلی مدل اندازه‌گیری (کیفیت مناسب مدل اندازه‌گیری) و مدل ساختاری (توانایی بالای مدل ساختاری در پیش‌بینی کردن) تأیید گردید. در نهایت، جهت محاسبه GOF مدل باید از فرمول ۱ استفاده شد و طبق نظر وتزلس و همکاران (۲۰۰۹) سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به ترتیب به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی معرفی گردیدند (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲).

$$GOF = \sqrt{\text{Communalities} \times R^2}$$

فرمول ۱:

با توجه به داده‌های جداول ۶ و ۷، مقدار میانگین شاخص اشتراکی ۰/۵۳ و مقدار ضریب تعیین (R²) برابر با ۰/۴۹ به دست آمد. همچنین، با استفاده از فرمول ۱ مقدار معیار GOF معادل ۰/۵۱ حاصل گردید که با توجه به دسته‌بندی وتزلس و همکاران (۲۰۰۹) نشان از برازش قوی مدل کلی پژوهش دارد.



شکل ۲: برازش نهایی مدل پژوهش در دو حالت ضریب مسیر و (شاخص t)

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر که با هدف بررسی تأثیر سبک رهبری و پدیده صخره شیشه‌ای بر اشتیاق شغلی زنان ورزش کشور انجام گرفت، از جمله اولین تلاش‌هایی است که در راستای توجه به ورزش بانوان و مدیریت و ارتقای شغلی آن‌ها در ورزش کشور انجام می‌شود. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که تأثیر منفی و معناداری بین سبک‌های رهبری مدیران و پدیده صخره شیشه‌ای وجود دارد. نتایج پژوهش در این بخش با نتایج پژوهش فریدل و همکاران (۲۰۰۹)، آکار (۲۰۱۵)، ضرغامی فرد و همکاران (۱۳۹۳)، سلیمیان و ناظری (۱۳۹۲) و جام جور (۱۳۹۲) به نوعی همسو می‌باشد. در بررسی فریدل و همکاران (۲۰۰۹) گزارش شده است که اثر ویژگی‌های رهبری خدمتگزار بر کاهش نگاه جنسیتی مورد قبول می‌باشد. پژوهش حاضر نیز به این نتایج دست یافته است که انتخاب سبک‌های رهبری مدیران می‌تواند بر پدیده صخره شیشه‌ای تأثیر منفی و معناداری داشته باشد. به عبارت دیگر، نوع سبک رهبری می‌تواند پدیده صخره شیشه‌ای را در سازمان کاهش دهد. جام جور (۱۳۹۲) و سلیمیان و ناظری (۱۳۹۲) موانع ارتقای شغلی زنان را به سطوح مختلف مدیریتی ناشی از عوامل اجتماعی، سیاسی، فردی، فرهنگی، سازمانی بیان کرده بودند. این نتایج، تأیید کننده نتایج پژوهش حاضر است، چرا که عوامل فردی و سازمانی مانند انتخاب نوع سبک رهبری می‌تواند تأثیر معناداری بر پدیده صخره شیشه‌ای داشته باشد. می‌توان استدلال کرد که ویژگی‌های خاص رهبری زنان، مثل به کار بردن سبک رهبری تعاملی و خدمتگزار می‌تواند زنان را در اداره شرایط بحرانی سازمان کمک کند. از آنجا که وجود پدیده صخره شیشه‌ای انکارناپذیر است، لذا رهبر با انتخاب و به کارگیری نوع سبکی که در پیش می‌گیرد، می‌تواند باور زنان را نسبت به صخره شیشه‌ای را تغییر دهد. پس با به کارگیری سبک رهبری مناسب می‌توان پدیده صخره شیشه‌ای را از طریق تغییر باورها تا حدودی کاهش داد. در نتیجه زنان بیش تری خواهند توانست به سطوح بالای سازمانی برسند. به این ترتیب به رهبران برای ایفای نقش رهبری تحولی خود به منظور تقویت باورهای مثبت و تضعیف باورهای منفی در جهت کاهش پدیده صخره شیشه‌ای در سازمان موارد زیر پیشنهاد می‌شود: تبیین دقیق و روشنی از مأموریت و چشم‌انداز سازمان برای کارکنان خود به عمل آورند و در این راستا اهداف و راهبردهای مشخصی داشته باشند. همچنین از طریق سبک رهبری تعاملی و دادن حس تعلق و مهم بودن برای سازمان، توجه و تمجید و تصمیم‌گیری مشارکتی، می‌توان به افزایش انگیزه، تعهد شغلی و عملکرد شغلی کارکنان زن کمک کرد و از این طریق اشتیاق آنان را جلب نمود.

بخش دیگری از نتایج پژوهش مدعی وجود تأثیر منفی و معنادار مؤلفه‌های پدیده صخره شیشه‌ای بر اشتیاق شغلی زنان بود. نتایج این فرضیه با نتایج پژوهش نصیری ولیک بنی و همکاران (۱۳۹۴) هم‌راستا می‌باشد. به نوعی که پژوهش نصیری ولیک بنی و همکاران (۱۳۹۴) نشان داده است که اثر مستقیم صخره شیشه‌ای بر اشتیاق شغلی منفی و معنادار است. به طور کلی، یافته‌های پژوهش‌ها نشان داده است که زنان در سازمان‌های دولتی ایران، همانند مدیران زن در کشورهای غربی، با پدیده صخره شیشه‌ای مواجه‌اند. پس این مطالعه هم مانند مطالعات قبلی، استحکام این پدیده را تأیید می‌کند. بر اساس نتایج به دست آمده می‌توان بیان کرد هنگامی که زنان در سازمان با عواملی همچون: ترس از موفقیت، عدم حمایت سازمانی، فرهنگ مردسالاری،

سطح حقوق و پرداخت‌ها، اقلیت زنان در سازمان، دامنه محدود مسئولیت‌ها، عدم تعادل بین مسئولیت‌های کار و زندگی و عدم بهره‌برداری صحیح از آموزش‌های ضمن خدمت برای زنان روبه‌رو هستند و در کنار این مسائل عدم تشویق، حمایت و برخورد صحیح مدیران در زمینه بیان مخالفت‌های کارکنان زن در مسائل سازمان و ضعف اطلاع‌رسانی و آگاهی به موقع کارکنان زن از جانب مدیریت نسبت به تغییرات، مأموریت‌ها، اهداف، برنامه‌ها و پیشرفت‌های سازمانی می‌تواند در کاهش اشتیاق شغلی کارکنان زن مؤثر باشد. در نتیجه، می‌توان گفت مدیریت در قرن حاضر نیازمند استفاده بیشتر و بهتر از نیروی زنان در عرصه مدیریت است و کشورهای در حال توسعه به این نتیجه رسیده‌اند که به منظور تحقق اهداف توسعه‌ای خود ناگزیر از مشارکت دادن زنان در مشاغل مدیریتی‌اند. پس اتخاذ تدابیر علمی و برنامه‌ریزی‌های لازم و مقتضی تسهیل شرایط ورود برای حضور و بقای زنان در اجتماع باید در نظر گرفته شود و گروه‌های مصلح باید موضع‌گیری مناسب‌تری به حضور زنان در جامعه به منزله نیمی از جمعیت آن در نظر بگیرند. این مهم میسر نمی‌شود مگر آنکه همگان ابتدا به این باور برسند که راه توسعه بدون توجه به نقش زنان پیموده نخواهد شد. در کشور ما نیز، دوران‌دیشان و مصلحان جامعه به اهمیت این موضوع پی برده و در پی افزایش سهم مشارکت زنان در سمت‌های مدیریتی‌اند تا بدین وسیله شاهد افزایش ظرفیت‌های لازم برای تصدی پست‌های مدیریتی به وسیله زنان باشیم. در نهایت، می‌توان گفت آنچه در حوزه منابع انسانی اهمیت بیشتری دارد، پیامدهای فردی و سازمانی حاصل از وجود صخره شیشه‌ای در سازمان‌هاست. بنابراین، مسئولان و مدیران ارشد سازمان‌ها برای از بین بردن این پیامدهای منفی باید عوامل پدیدآورنده صخره شیشه‌ای را در سازمان‌های خود شناسایی و در جهت رفع آن تلاش کنند.

نتایج پژوهش همچنین وجود تأثیر مثبت و معنادار سبک‌های رهبری مدیران بر اشتیاق شغلی مدیران را نشان داد که نتایج این بخش با نتایج پژوهش‌های ممیوند (۱۳۹۰)، قانع نیا (۱۳۹۳)، حجبی (۱۳۹۴)، خرم پور و همکاران (۲۰۱۲) و اهرهات (۲۰۰۴) هم جهت می‌باشد؛ به نوعی که پژوهش ممیوند (۱۳۹۰) نشان داده است که بین سبک‌های رهبری با انگیزش شغلی و اشتیاق شغلی در کارکنان همبستگی مثبت و معنادار وجود دارد. همچنین پژوهش قانع نیا (۱۳۹۳) نیز حاکی از آن است که آموزش رفتارهای رهبری مثبت به مدیران باعث افزایش سرمایه روان‌شناختی، اشتیاق شغلی، اعتماد سازمانی و عملکرد شغلی کارکنان می‌شود. پژوهش حجبی (۱۳۹۴) نیز نشان داده است که متغیرهای سازگاری، ثبات هیجانی، تجربه‌پذیری، خودارزیابی، ویژگی‌های شغلی، سبک رهبری تحولی، فرصت ارتقای شغلی و رضایت شغلی بر اشتیاق به کار کارکنان تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. سبک رهبری از طریق الگوسازی و توسعه ویژگی‌ها و خصوصیات آن قابل انتقال و توسعه می‌باشد و می‌تواند با گسترش مهارت‌های رهبری به ارتقای اشتیاق شغلی کمک نماید. همچنین رهبران معمولاً در سطحی از بلوغ حرفه‌ای و شخصیتی قرار دارند که با الگوسازی رفتارهایشان در سازمان به همکاران و کارمندان‌شان جهت می‌دهند و این خود نشان‌دهنده تناسب سبک رهبری برای به کارگیری در سازمان می‌باشد. از طرف دیگر، یکی از مشخصه‌های رهبران صداقت و راستگویی است که نشان‌دادن این ویژگی‌ها از سوی رهبران و ایجاد یک فرهنگ مبتنی بر شفافیت و راستگویی جو اعتماد را در سازمان توسعه می‌دهد.

در بخش دیگری از نتایج تأثیر مثبت و معنادار سبک رهبری مدیران بر اشتیاق شغلی از طریق نقش میانجی صخره شیشه‌ای مشاهده گردید. پژوهش‌های آکار (۲۰۱۵)، زرغامی فرد و همکاران (۱۳۹۳) و سلیمیان و ناظری (۱۳۹۲) نشان دادند که ارتباط معناداری بین سبک‌های رهبری و پدیده صخره شیشه‌ای وجود دارد. همچنین نتایج پژوهش‌های قانع نیا (۱۳۹۳)، حبشی (۱۳۹۴)، خرم پور و همکاران (۲۰۱۲) و اهرهات (۲۰۰۴) نشان دهنده آن بودند که ارتباط معناداری بین سبک‌های رهبری و اشتیاق شغلی وجود دارد و پژوهش نصیری ولیک بنی و همکاران (۱۳۹۴) و بیات (۱۳۹۳) نیز نشان داده‌اند که پدیده صخره شیشه‌ای بر اشتیاق شغلی تأثیرگذار می‌باشد؛ به نوعی که نصیری ولیک بنی و همکاران (۱۳۹۴) به این نتیجه دست یافته‌اند که اثر مستقیم صخره شیشه‌ای بر اشتیاق شغلی منفی و معنادار است. همچنین بیات (۱۳۹۳) نیز در پژوهش خود موانع حضور زنان در پست‌های مدیریتی سازمان‌های ورزشی را نبود شرایط مساوی بین زنان و مردان برای رشد در سازمان‌ها و عدم اعتماد به زنان در فرهنگ ایران بیان می‌کند و معتقد است که زنان عامل فرهنگی را بیشتر دخیل می‌دانستند، ولی مردان عوامل فردی را عامل اولیه موانع مدیریتی زنان قلمداد کردند. توجه به موانع فرهنگی و فرهنگ‌سازی از طریق رسانه‌ها کمک خواهد کرد تا زنان نیز پا به پای مردان در امور مدیریتی سازمان‌های ورزشی سهیم باشند. نتایج این پژوهش‌ها به نوعی استحکام فرضیه پژوهش را نشان می‌دهد. در استدلال این نتایج باید گفت که بهره‌گیری درست و منطقی از استعدادها و توانایی‌های زنان در مشاغل مدیریتی در راستای بهره‌وری نیروی انسانی از مباحث مهم است. برخورد زنان با صخره شیشه‌ای در تصدی مشاغل مدیریتی، چالشی با خطر شکست و انتقاد بالا موجب ناکارآمدی و بی‌علاقگی آن‌ها می‌شود که این ناکارآمدی، پیامدهای منفی فردی و سازمانی به همراه دارد. می‌توان گفت آنچه اهمیت بیشتری در حوزه منابع انسانی دارد، پیامدهای فردی و سازمانی حاصل از وجود صخره شیشه‌ای در سازمان‌هاست. بنابراین، مسئولان و مدیران ارشد سازمان‌ها برای از بین بردن این پیامدهای منفی باید عوامل پدیدآورنده صخره شیشه‌ای را در سازمان‌های خود شناسایی و در جهت رفع آن تلاش کنند. برطرف کردن علل فردی - سازمانی کلیشه‌های منفی سازمانی بوده که حرکت و تلاش جمعی مدیران سازمان را در این زمینه می‌طلبد. همچنین، باید در خط‌مشی‌گذاری‌ها و اجرای آن‌ها بازنگری شود. درنهایت، با توجه به یافته‌های پژوهش، می‌توان به مدیران سازمان‌های ورزشی پیشنهاد داد تا با کاربرد تشویق‌هایی اخلاقی و مبتنی بر شایستگی، انگیزه کارکنان زن را افزایش دهند و با ایجاد جوی پر از اعتماد، اطمینان را از طریق مشارکت و دخالت دادن بانوان در حل مسائل و تصمیم‌های سازمان حاصل کنند و با دادن آزادی عمل، آموزش‌ها و کلاس‌های ضمن خدمت خلاق بودن را تشویق کنند و این باور را در کارکنان زن به وجود آورند که آنان جزء مهمی از سازمان و سرمایه سازمان محسوب می‌شوند و افکار و نوآوری‌هایشان مورد توجه و احترام است تا میزان توانمندی و اشتیاق آنان افزایش یابد.

منابع

- بیات، پریش. (۱۳۹۳). «اولویت بندی موانع مدیریت زنان در ورزش به روش تحلیل سلسله مراتبی AHP». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه پیام نور تهران.
- جام جور، طاهره. (۱۳۹۲). «آسیب شناسی مدیریت زنان از دیدگاه مدیران زن در شهر بندرعباس». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه هرمزگان.
- حجبی، صدیقه. (۱۳۹۴). «بررسی عوامل موثر بر اشتیاق به کار کارکنان (مورد مطالعه: اداره کل بنادر و دریانوردی استان بوشهر)». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه خلیج فارس.
- سلیمیان، معصوم علی و ناظری، مهناز. (۱۳۹۲). «بررسی موانع ارتقای شغلی زنان به سطوح مختلف مدیریت در سازمان های دولتی منطقه غرب مازندران». مقاله همایش های ایران، کنفرانس بین المللی مدیریت، چالش ها و راهکارها.
- شیرازی، علی و حسینی، زهرا. (۱۳۹۴). «بررسی تأثیر سبک های نظریه رهبری تمام عیار بر فرسودگی شغلی: ارائه الگوی ساختاری». اولین همایش ملی کسب و کار همدان.
- ضرغامی فرد، مژگان و بهبودی، محمدرضا. (۱۳۹۳). «پدیده صخره شیشه ای: بررسی تجربه ها و چالش های زنان در پست های رهبری سازمان». مدیریت فرهنگ سازمانی. دوره ۱۲، شماره ۲، صص ۲۱۱-۱۹۱.
- عباسی، ابراهیم و تیموری، سعید. (۱۳۸۸). «بررسی رابطه بین سبک رهبری و عملکرد سازمانی فرهنگی و هنری شهرداری تهران در دو دوره مدیریت». مجله مدیریت فرهنگی. شماره ۱، صص ۵۶-۳۷.
- قانع نیا، مریم. (۱۳۹۳). «اثر بخشی آموزش رفتارهای رهبری مثبت بر سرمایه روانشناختی، اشتیاق شغلی، اعتماد و عملکرد شغلی کارکنان شرکت ملی صنایع پتروشیمی». رساله دکتری، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز.
- میرزادارانی، حسین. (۱۳۹۲). «اشتیاق شغلی دریچه ای به سوی نشاط اجتماعی». علوم اجتماعی. شماره ۶۲، صص ۶۱-۷۰.
- میرکمالی، سید محمد؛ شاطری، کریم و یوزباشی، علیرضا. (۱۳۹۲). «تبیین نقش رهبری تحول آفرین در گرایش به خلاقیت». دو فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی. شماره ۳، صص ۲۱-۳۱.
- ناستی زایی، ناصر و حنا آبادی، حسین. (۱۳۹۵). «رابطه عدالت سازمانی با رفتار سازمانی مثبت گرا و اشتیاق شغلی از دیدگاه اعضای هیئت علمی دانشگاه علوم پزشکی زاهدان». پژوهش در آموزش علوم پزشکی. دوره ۸، شماره ۱، صص ۱۲-۲۱.
- نصیری ولیک بنی، فخرالسادات و عمادی پاشاکلائی، سید علی. (۱۳۹۴). «تحلیل همبستگی سبک رهبری تحولی - تعاملی مدیران با رضایت شغلی کارکنان». مطالعات مدیریت بهبود و تحول. شماره ۷۹، صص ۱۰۱-۱۱۸.
- نصیری ولیک بنی، فخرالسادات؛ اردلان، محمدرضا و بهشتی راد، رقیه. (۱۳۹۴). «بررسی تأثیر صخره شیشه ای بر اشتیاق شغلی با نقش میانجی سکوت سازمانی (مطالعه موردی: کارکنان زن دانشگاه بوعلی سینا همدان)». زن در توسعه و سیاست. دوره ۱۳، شماره ۳، صص ۳۷۷-۳۹۸.
- نعامی، عبدالزهرا و پیریایی، صالحه. (۱۳۹۰). «رابطه ابعاد انگیزشی شغلی خود تعیین کنندگی با اشتیاق شغلی

- در کارکنان شرکت ذوب آهن اصفهان». فصلنامه مشاوره شغلی و سازمانی. دوره سوم، شماره ۹، صص ۲۳-۴۱.
- نوری، ابوالقاسم؛ عریضی، حمیدرضا و زارع، راضیه. (۱۳۸۹). «ارتباط مؤلفه‌های اشتیاق شغلی با ابعاد تعهد سازمانی». فصلنامه تازه‌های روانشناسی صنعتی/سازمانی. سال اول، شماره ۵، صص ۹-۱۵.
- نویدی، پرویز. (۱۳۹۴). «بررسی رابطه بین رهبری خدمتگزار و معنویت در محیط کار با سرمایه اجتماعی در بانک کشاورزی استان همدان». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه بوعلی سینا، همدان.
- Acara, P. (2015). **“Gender Differences in Promotions to Top Level Management Positions: An Examination of Glass Cliff in the IT Sector”**. International Conference on Leadership, Technology, Innovation and Business Management, Procedia - Social and Behavioral Sciences, 210:223 – 230.
- Adler, P, seok-woo, K. (2002). **“Social capital: prospects for a new concept”**. Prospects for a New Concept, the Academy of Management Review, Vol. 27, No. 1, p. 17.
- Annemijn J., Bruno G., Darya H., Frank V., Giel V., Jaime J., Julia K., Leonardo, N. (2016). **“Insights booklet honours program Change Leaders”**. This booklet is written for the Change Leaders honours program of 2015/2016 at the University of Twente.
- Bass, B. Avolio, B., Jung, D., & Berson, Y. (2003). **“Predicting unit performance by assessing transformational and transactional leadership”**. Journal of Applied Psychology, 88, pp. 207- 218.
- Cooper-Hakim, A., & Viswesvaran, C. (2005). **“The construct of work commitment, testing an integrative framework”**. Psychological Bulletin, 131, 241-259.
- Leaf, R. F. (1970). **The Servant as leader. The Greenleaf center, Indianapolis I. Greenleaf R. K; Servant leadership: A journey into the nature of legitimate power and Greatness.** Paulist Press, Mahwah, NJ.
- Ryan, M. K. Haslam, S. A. (2005). **“The glass cliff: Evidence that women are over-represented in precarious leadership positions”**. British Journal of Management, 16, 81-90.
- Ryan, M. K. Haslam, S. A. (2007). **“The glass cliff: Exploring the dynamics surrounding women’s appointment to precarious leadership positions”**. Academy of Management Review, 32, 549-572.
- Sarkus, D. J. (1996). **“Servant-leadership in safety: advancing the cause of and practice”**. Professional Safety, Vol. 41 (6), 26-32.
- Schaufeli, W. & Salanova, M. (2007). **“Work engagement: an emerging psychological concept and its implications for organizations”**. In S. W. Gilliland.
- Stone, A. G, Russell, R. F and Patterson, K., (2003). **“Trans formational versus servant leadership: a difference in leader focus”**. Leadership & Organization Development Journal, 25 (4), 349-361.

- SuSong- J., Yong, L. (2009). **“The Effect of Servant Leadership on Job Autonomy, Trust in Supervisor and Creativity. Korean Industrial Economic Association”**. Review of business & economics, 22(4), 1911-1937.
- Wilson-Kovacs, D. M. Ryan, M. Haslam, A. (2006). **“The glass-cliff: women’s career paths in the UK private IT sector”**. International Equal Opportunities, 25 (8), 674-687.
- Yukl, G. (2006). **Leadership in organization, pearson Prentice Hall**. 6TH Edition.



تأثیر سرمایه فکری بر نوآوری سازمانی کارکنان وزارت ورزش و جوانان

شهرام نظری^۱
محسن احمدی^۲
کامران عیدی پور^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۷/۲۳

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۱۱/۸

هدف از انجام تحقیق حاضر، بررسی تأثیر ابعاد سرمایه فکری (سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه ارتباطی) بر نوآوری کارکنان وزارت ورزش و جوانان بود. روش تحقیق به صورت توصیفی-کاربردی و جامعه آماری شامل تمامی کارکنان وزارت ورزش و جوانان (۷۷۲ نفر) بود که بر اساس جدول مورگان تعداد ۲۶۰ نفر از آنان به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار تحقیق شامل پرسشنامه‌های استاندارد «سرمایه فکری» بونتیس و همکاران (۲۰۰۰) و «نوآوری سازمانی» ساعتچی و همکاران (۱۳۸۹) بود که پایایی آنها به ترتیب ۰/۸۹ و ۰/۹۳ به دست آمد و روایی محتوایی آن نیز توسط اساتید مدیریت ورزشی تایید شد. از ضریب همبستگی پیرسون جهت بررسی ارتباط بین متغیرها و مدل معادلات ساختاری جهت بررسی رابطه علی و معلولی متغیرها به وسیله نرم افزارهای SPSS و Lisrel استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد که سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای تأثیر مثبت معناداری بر نوآوری سازمانی در وزارت ورزش و جوانان دارند. بر اساس مقادیر بارهای عاملی مشاهده شد که سرمایه انسانی بیشترین تأثیر را بر نوآوری سازمانی دارد. در نهایت می‌توان گفت که سازمان‌هایی که دارای سطوح بالایی از سرمایه فکری می‌باشند، با

E-mail: Shahram.nazari@yahoo.com

۱. استادیار، گروه تربیت بدنی، دانشگاه فرهنگیان، پردیس شهید چمران، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

۲. کارشناس ارشد تربیت بدنی، دانشگاه ایوان کی، سمنان، ایران

۳. دکترای تربیت بدنی، دانشگاه رازی کرمانشاه، کرمانشاه، ایران

القای دانش و ایده‌های جدید و افزایش توانایی فهم و به‌کارگیری آن‌ها، نوآوری سازمانی را تسهیل می‌کنند. این نوع از سرمایه‌های فکری با ایجاد فرصت‌های جدید رقابتی و همچنین استفاده از دانش و فناوری‌های نوین موجب نوآوری‌های اساسی در خدمات و فرایندهای سازمانی جدید خواهد شد.

واژگان کلیدی: سرمایه رابطه‌ای، سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و نوآوری

مقدمه

امروزه سازمان‌ها با محیطی رو به رو هستند که مشخصه آن افزایش پیچیدگی، جهانی شدن و پویایی است. در این شرایط سازمان‌ها برای ادامه حیات خود با چالش‌های نوینی مواجه هستند که برون‌رفت از این چالش‌ها مستلزم توجه بیشتر به توسعه، تقویت مهارت‌ها و توانایی‌های درونی است. این مهم از طریق مبانی دانش سازمانی^۱ و سرمایه فکری^۲ صورت می‌گیرد که سازمان‌ها از آن‌ها برای رسیدن به عملکرد بهتر استفاده می‌کنند (چوپانی و همکاران، ۱۳۹۱). در عصری که اطلاعات و دانش اهمیت چندانی پیدا کرده است، سرمایه فکری به عنوان یک عامل تولید ثروت در مقایسه با سایر دارایی‌های مشهود و فیزیکی ارجحیت بیشتری یافته است (بونتیس^۳، ۱۹۹۸) و دارایی‌های فکری به خصوص سرمایه‌های انسانی جزو مهم‌ترین دارایی‌های سازمانی محسوب می‌شوند و موفقیت بالقوه سازمان‌ها ریشه در قابلیت‌های فکری آن‌ها دارد (آبیسکرا^۴، ۲۰۰۶). سرمایه فکری روی شاخص‌های کیفی و غیرمالی برای دورنماهای راهبردی آینده تأکید دارد و شاید بتواند با محیط منحصر به فردی که سازمان‌های غیرانتفاعی در آن فعالیت می‌کنند، هماهنگ شود. سرمایه فکری با ارائه شناخت بیشتر درباره چگونگی تخصیص منابع سازمانی، به استقرار راهبردی سازمان‌های غیرانتفاعی کمک می‌کند. هم‌زمان، سرمایه فکری سازمان را توانا می‌سازد تا با ارائه اطلاعات معنی‌دار به ذینفعان سازمانی، عملکرد خودشان را بهبود بخشند. سرمایه فکری به سازمان‌ها در مورد تلاش برای تطبیق با هدف‌های اجتماعی و بازرگانی خود کمک می‌کند. سرمایه فکری، مناسب‌ترین مفهوم مدیریت راهبردی برای سازمان‌های غیرانتفاعی است (گارسیا^۵، ۲۰۰۳). سرمایه فکری اصطلاحی برای ترکیب دارایی ناملموس بازار، دارایی فکری، دارایی انسانی و دارایی زیر ساختاری است که سازمان را برای انجام فعالیت‌هایش توانمند می‌سازد (بیلی^۶، ۲۰۰۷).

گازور^۷ (۲۰۱۳) سرمایه فکری را با عنوان «ماده فکری که برای ایجاد دارایی با ارزش بیشتر شکل گرفته، حفظ شده و به کار بسته شده است» تعریف می‌کند. به طور کلی از تعاریف ارائه شده در مورد سرمایه فکری دو نتیجه کلی استخراج می‌شود:

۱. دارایی‌های ناملموس (سرمایه فکری) نمی‌توانند به خودی خود در حالت ایستایی بمانند. به بیان دیگر، این دارایی‌های دانشی نمی‌توانند به طور جدا از ارزش دارایی‌های دیگر در سازمان ارزش خود را حفظ کنند.
۲. سرمایه فکری نتیجه اثرات شبکه‌ای استفاده از انواع منابع سازمانی، انسانی و فکری می‌باشد (موریتسن و همکاران^۸، ۲۰۰۴).

-
1. Organizational knowledge
 2. Intellectual Capital
 3. Bontis
 4. Abeysekera
 5. Garcia
 6. Bailey
 7. Gazor
 8. Mouritsen et al.

از منظر صاحب نظران و محققان متعددی سرمایه فکری به سه جزء سرمایه انسانی^۱، سرمایه ساختاری^۲ و سرمایه رابطه‌ای^۳ تقسیم می‌شود (رامیرز و همکاران^۴، ۲۰۰۷): سرمایه انسانی به قابلیت‌ها، مهارت‌ها و تخصص اعضای انسانی اطلاق می‌شود. منابع انسانی می‌توانند به منزله روح و فکر منابع سرمایه فکری باشند. این سرمایه در پایان روز کاری با ترک سازمان از سوی کارکنان از سازمان خارج می‌شود. اهم شاخص‌های سرمایه انسانی عبارت‌اند از: شایستگی‌های حرفه‌ای و تخصصی کارکنان کلیدی، تحصیلات، تجربه، تعداد افراد سازمان با زمینه قبلی مرتبط و همچنین توزیع دقیق مسئولیت‌ها در ارتباط با مشتریان و ذینفعان (رودو و همکاران^۵، ۲۰۰۲). سرمایه ساختاری، مجموعه سازوکارها و ساختارهایی است که از سرمایه انسانی پشتیبانی می‌کند و سرمایه‌ای است که وقتی کارکنان سازمان را ترک می‌کنند، در سازمان باقی می‌ماند (بولن^۶، ۲۰۰۵). سرمایه ساختاری به صورت مجموع دارایی‌هایی تعریف می‌شود که توانایی خلاقیت سازمان را ممکن می‌سازد. مأموریت، چشم‌انداز، ارزش‌های اساسی، راهبردها، نظام‌های کاری و فرایندهای درونی یک سازمان می‌توانند در زمره این نوع دارایی‌ها شمرده شوند (سید نقوی و همکاران، ۱۳۹۱). بونتیس و سرنکو^۷ (۲۰۰۹) سرمایه ارتباطی (رابطه‌ای) را دانش نهفته در روابط سازمان با مشتریان و تأمین‌کنندگان خود می‌دانند و با این تعریف، این مؤلفه تنها جزو سرمایه رابطه‌ای است که در تئوری خارج از مرزهای سازمانی قرار می‌گیرد. سرمایه مشتری یا ارتباطی شامل وابستگی‌های برون سازمانی مانند وفاداری مشتریان، حس شهرت و روابط سازمان با تأمین‌کنندگان منابع آن می‌باشد. به طور کلی می‌توان گفت که مهم‌ترین جزء اصلی و اساسی سرمایه فکری، سرمایه انسانی است و دو سرمایه دیگر، تابعی از سرمایه انسانی هستند. در واقع بدون سرمایه انسانی، امکان رشد و توسعه آن‌ها محدود است (چن^۸، ۲۰۰۸).

از سوی دیگر، سازمان‌های امروزی برای آنکه بتوانند در پارادایم جدید رقابت میان سازمان‌ها که فضایی کاملاً رقابتی و دانش‌محور است، به حیات خود ادامه دهند، باید به نوآوری^۹ به‌عنوان یک راهبرد ضروری در عصر کنونی نگاه کنند و ضمن شناخت تغییر و تحولات محیطی برای رویارویی با آن‌ها، شاخص‌های سازمانی تأثیرگذار بر نوآوری سازمانی را شناسایی نمایند و به این تغییرات مناسب‌ترین پاسخ‌ها را بدهند (بورقانی فراهانی و همکاران، ۱۳۹۵). نوآوری، استفاده از دانش فنی و اجرایی جدید برای ارائه محصول جدید و یا خدمت به مشتریان شامل تجهیزات، محصولات، خدمات، فرایندها، سیاست‌ها و طرح‌ها می‌باشد (لین^{۱۰}، ۲۰۰۷). آمابیل^{۱۱} (۱۹۹۸) نوآوری سازمانی را پیاده کردن و اجرای موفقیت‌آمیز ایده‌های خلاق در

1. Human capital.
2. Structural capital.
3. Relational capital.
4. Ramirez et al.
5. Rodov et al.
6. Bollen
7. Bontis & Serenko
8. Chen
9. Innovation
10. Lin
11. Amabile

سازمان تعریف می‌کند و در این میان، دانش به‌عنوان منبع عمده برای نوآوری و بهره‌وری سازمانی از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار است.

از آنجا که دانش و دارایی‌های دانشی به‌عنوان اساس و پایه سرمایه‌های فکری در سازمان، از الزامات اساسی نوآوری سازمانی به‌حساب می‌آیند، می‌توان انتظار داشت که با افزایش و ارتقای سرمایه‌های فکری در سازمان، عملکردهای نوآورانه را تشویق و بدین ترتیب نوآوری سازمانی را افزایش دهد (لیو و همکاران^۱، ۲۰۱۷). اوکانر، راس و ویکر^۲ (۲۰۰۷) در ارزیابی قابلیت نوآوری سازمانی دریافتند که سرمایه انسانی در این سازمان‌ها با دانش و نگرش مناسب و نیز با گذراندن دوره‌های آموزش تخصصی، سرمایه‌ساختاری با استقرار راهبرد پویا و طراحی ساختار سازمانی منعطف، سرمایه رابطه‌ای با ایجاد روابط مطلوب با مشتریان و ذینفعان داخلی و خارجی در ایجاد زمینه ظهور نوآوری سازمانی نقش مهمی دارند. کیم و همکاران^۳ (۲۰۱۹) در تحقیقی با عنوان «پیامدهای رفتار سازمانی مثبت: نقش سرمایه‌های سازمانی در ارتقای مهارت‌های شغلی کارکنان در سازمان‌های ورزشی» دریافتند که محیط سازمانی حمایتی مثبت بر سرمایه روانی تأثیر می‌گذارد و در نتیجه منجر به سطوح بالایی از مهارت‌های شغلی کارکنان می‌شود. ژانگ و همکاران^۴ (۲۰۱۷) در پژوهشی دریافتند که سرمایه فکری به‌طور مستقیم بر نوآوری و قابلیت انعطاف‌پذیری کارکنان در ۱۰ کشور مورد تحقیق تأثیر داشتند. کیانتو، سانتز و آرامبارو^۵ (۲۰۱۷) در پژوهشی از نظر کارکنان شرکت‌های اسپانیایی دریافتند که روش‌های مدیریت منابع انسانی مبتنی بر دانش، اثر مثبت معناداری بر روی سرمایه انسانی، سرمایه ارتباطی و سرمایه ساختاری به‌عنوان مؤلفه‌های سرمایه فکری دارد و همچنین این مؤلفه‌ها اثر مثبت معناداری بر روی عملکرد نوآوری کارکنان داشتند. حسینی و رضوی (۱۳۹۵) در پژوهشی در اداره کل ورزش و جوانان استان یزد دریافتند که رکود یادگیری و رکود تجربه بر چشم‌انداز مشترک، اشتراک دانش، تعهد به یادگیری و نوآوری سازمانی تأثیر معناداری داشت. طوطی‌فر و ضیاء (۱۳۹۳) در پژوهشی از نظر کارآفرینان کسب‌وکارهای کوچک ورزشی استان تهران با هدف تأثیر سرمایه فکری بر نوآوری دریافتند که ابعاد سرمایه انسانی و سرمایه رابطه‌ای بر نوآوری کسب‌وکارهای کوچک ورزشی تأثیر معناداری دارند و متغیر سرمایه ساختاری پیش‌بینی‌کننده نوآوری در کسب‌وکارهای کوچک ورزش نیست. فریدفتحی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی از نظر کارکنان وزارت ورزش و جوانان دریافتند که مدیریت استعداد بر تسهیم دانش و نوآوری و تسهیم دانش بر نوآوری تأثیر مثبت معناداری دارند. همچنین مشخص شد که تسهیم دانش در ارتباط بین مدیریت استعداد و نوآوری نقش میانجی را دارد.

با توجه به مطالب بیان شده و نتایج تحقیقات می‌توان گفت که دلیل ضعف راهکارهای سنتی در شرایط رقابتی کنونی، توجه مدیران سازمان‌ها به سرمایه فکری و تأثیرگذاری آن بر نوآوری سازمانی برای ایجاد مزیت

1. Liu et al.
2. O'Connor, Roos & Vickers
3. Kima et al.
4. Zhang et al.
5. Kianto, Sáenz & Aramburu

رقابتی و پویایی سازمانی با هدف بقای سازمان ضروری به نظر می‌رسد. راه چاره سازمان‌ها برای موفقیت در آینده و هماهنگی با تغییر و تحولات پرشتاب محیطی، تبدیل شدن به یک نظام نوآور است. بنابراین، دو عنصر کلیدی در زمینه بقا و پیشرفت سازمان‌ها در شرایط رقابتی عصر حاضر، توجه به سرمایه‌های فکری سازمان به عنوان مهم‌ترین سرمایه و تبدیل سازمان به نظامی خلاق و نوآور به منظور پویایی و هماهنگی با شرایط محیطی است. در این میان، سازمان‌های ورزشی نیز از این قاعده مستثنی نیستند و اثربخشی کارکنان به مهارت‌های آنان و دیگر دارایی‌های نامشهود سازمان بستگی دارد، به همین دلیل توجه به مدیریت سرمایه‌های فکری در سازمان‌های ورزشی ضروری است. در وزارت ورزش و جوانان نیز ضرورت دارد تا مدیران از تا از مزایای رقابتی و توانایی‌های فکری کارکنان خود آگاهی داشته باشند تا بتوانند در جهت انجام وظایف خود عملکرد بهتری داشته باشند. این تحقیق به وزارت ورزش و جوانان کمک می‌کند تا مزایای رقابتی خود را بهتر بشناسد و با توجه به توانایی خود اقدام به برنامه ریزی بهتر نماید. همچنین ضرورت دارد که در وزارت ورزش و جوانان مطالعات علمی در زمینه سرمایه فکری و تاثیر آن بر متغیرهای سازمانی و از جمله نوآوری سازمانی صورت بگیرد که مطالعات اندکی در این زمینه انجام شده است. نوآوری در ورزش را به مفهوم ایجاد فرصت‌های محیطی مناسب به همراه به‌کارگیری نیروی انسانی خلاق و شایسته برای اخذ ایده‌ها و نظرات افراد و سپس استفاده از این افکار در جهت طراحی سیاست‌ها و برنامه‌های مورد نیاز و نو، برای بهبود سطح سلامتی و رقابت ورزشی در بین افراد جامعه تعریف کرده‌اند. با این روند، هم زمینه‌های جدیدی در ورزش کشور ایجاد می‌شود و هم سود و فوائد اقتصادی ناشی از اجرای آن به این بخش کمک بیشتری خواهد کرد. نوآوری سازمانی در سازمان‌های ورزشی تحت تأثیر عوامل و متغیرهای متعددی قرار می‌گیرد؛ به این معنا که برخی عوامل باید وجود داشته باشد تا نوآوری سازمانی یک سازمان شکل بگیرد. عواملی که به عنوان متغیر تأثیرگذار در این پژوهش در مدل آورده شده، ابعاد سرمایه فکری است. از سوی دیگر، مروری بر تحقیقات انجام شده نشان می‌دهد که موضوع تأثیر سرمایه فکری و ابعاد آن بر نوآوری در سازمان‌های ورزشی کمتر از سوی محققان مورد توجه قرار گرفته است. لذا با توجه به یافته‌های پژوهش‌های گذشته و با عنایت به نقشی که دانش و سرمایه‌های فکری در توسعه و نوآوری سازمان‌ها ایفا می‌کند، محقق بر آن شد که به تحلیل تأثیر سرمایه فکری بر نوآوری کارکنان وزارت ورزش و جوانان به عنوان متولی ورزش کشور بپردازد. بنابراین سؤال اصلی تحقیق این است:

آیا بین ابعاد مختلف سرمایه فکری (سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای) با نوآوری کارکنان وزارت ورزش و جوانان ارتباطی وجود دارد؟

روش شناسی پژوهش

از آنجاکه هدف تحقیق حاضر، تعیین ارتباط سرمایه فکری و ابعاد آن (سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری سرمایه رابطه‌ای) با نوآوری کارکنان وزارت ورزش و جوانان می‌باشد، پس تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات، توصیفی و از نوع همبستگی و به طور مشخص مبتنی بر مدل معادلات

ساختاری^۱ است. جامعه آماری تحقیق شامل تمامی کارکنان وزارت ورزش و جوانان می باشد که تعداد آن‌ها مطابق با استعلام از مرکز فناوری اطلاعات، ارتباطات و تحول اداری (گروه آمار) وزارت ورزش و جوانان ۷۷۲ نفر بود. لذا با توجه به جدول مورگان کرجسای، تعداد ۲۶۰ نفر به روش تصادفی طبقه‌ای به عنوان نمونه انتخاب شدند. چون احتمال عدم بازگشت تعدادی از پرسشنامه وجود داشت، تعداد ۳۲۰ پرسشنامه توزیع شد که در نهایت ۲۴۵ پرسشنامه عودت داده شد و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. به منظور سنجش متغیرهای تحقیق از دو پرسشنامه استاندارد استفاده شده است:

پرسشنامه «سرمایه فکری» بویتیس و همکاران (۲۰۰۰): این پرسشنامه شامل ۱۵ گویه و سه مؤلفه سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای بر اساس طیف پنج گزینه‌ای لیکرت (کاملاً مخالفم=۱ تا کاملاً موافقم=۵) بود.

پرسشنامه «نوآوری سازمانی» ساعتچی و همکاران (۱۳۸۹): این پرسشنامه شامل ۲۴ گویه بوده که بر اساس مقیاس پنج ارزشی لیکرت (کاملاً مخالفم=۱ تا کاملاً موافقم=۵) نمره گذاری شدند. روایی و پایایی پرسشنامه «سرمایه فکری» در تحقیقات خوراکیان (۱۳۹۶) و عبدالملکی و همکاران (۱۳۹۵) و روایی و پایایی پرسشنامه «نوآوری سازمانی» در تحقیقات میرکمالی و همکاران (۱۳۹۵) و شهلائی (۱۳۹۴) مورد تأیید قرار گرفته است. در این تحقیق نیز به منظور محاسبه پایایی درونی از روش آلفای کرونباخ استفاده شد؛ چنان که بخش کوچکی از جامعه آماری (۳۰ نفر) انتخاب و پرسشنامه‌ها به شکل مقدماتی در جامعه توزیع گردید که پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها، ضرایب پایایی درونی برای پرسشنامه‌های سرمایه فکری، $\alpha=0/89$ و نوآوری سازمانی، $\alpha=0/93$ به دست آمد. روایی محتوایی پرسش نامه‌ها نیز توسط ۸ نفر از اساتید مدیریت ورزشی مورد تأیید قرار گرفت. در نهایت به منظور بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها از آزمون کلموگروف اسمیرنوف و ارتباط بین متغیرهای تحقیق از ضریب همبستگی پیرسون با استفاده از نرم افزار SPSS نسخه ۲۴ و همچنین مدل معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار لیزرل نسخه ۸/۸ استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی پژوهش نشان داد که ۱۴۵ نفر از پاسخگویان مرد و ۱۰۰ نفر زن بودند. ۶۳ نفر مجرد و ۱۸۲ نفر متأهل بودند. ۴۷ نفر دارای مدرک تحصیلی فوق دیپلم، ۱۱۵ نفر لیسانس، ۷۷ نفر فوق لیسانس و ۶ نفر دکتری بودند. ۸۱ نفر از نمونه آماری دارای مدرک تربیت بدنی و ۱۶۴ نفر مدرکی غیر از تربیت بدنی داشته‌اند. حداقل سابقه خدمت ۱ سال و حداکثر ۳۲ سال بوده است.

جدول ۱: یافته‌های توصیفی متغیرهای تحقیق

متغیرها	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد
ابعاد سرمایه فکری	۲۴۵	۴/۳۴	۰/۵۰
	۲۴۵	۲/۲۸	۰/۵۷
	۲۴۵	۴/۱۲	۰/۵۸
سرمایه فکری	۲۴۵	۴/۲۵	۰/۴۸
نوآوری سازمانی	۲۴۵	۳/۷۶	۰/۴۷

بر اساس یافته‌های حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها در جدول ۱، میانگین سرمایه فکری $4/0 \pm 25/48$ و میانگین نوآوری سازمانی $3/76 \pm 0/47$ به دست آمده است. همچنین از بین ابعاد سرمایه فکری، بالاترین میانگین مربوط به میانگین سرمایه انسانی ($4/34 \pm 0/50$) بود.

۱۶۰

جدول ۲: نتایج آزمون کلموگروف-اسمیرنوف

متغیر	تعداد	آماره	
		Z	سطح معناداری
سرمایه فکری	۲۴۵	۰/۹۶۱	۰/۳۱۴
نوآوری سازمانی	۲۴۵	۰/۷۶۸	۰/۵۹۷

نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد که چون سطح معناداری متغیرهای اصلی تحقیق (سرمایه فکری و نوآوری سازمانی) بیشتر از $0/05$ است، بنابراین توزیع داده‌ها نرمال می‌باشد و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار پارامتریک باید استفاده کرد.

جدول ۳: ماتریس همبستگی پیرسون بین سرمایه فکری و نوآوری سازمانی

تعداد	ضریب همبستگی	نوآوری	سطح معناداری
۲۴۵	۰/۷۱	سرمایه انسانی	۰/۰۰۱
۲۴۵	۰/۵۲	سرمایه ساختاری	۰/۰۰۱
۲۴۵	۰/۶۶	سرمایه رابطه‌ای	۰/۰۰۱
۲۴۵	۰/۷۹	سرمایه فکری	۰/۰۰۱

بر اساس نتایج ضریب همبستگی پیرسون در جدول ۳ مشاهده می‌شود که بین سرمایه فکری و نوآوری سازمانی ($r=0/79$, $Sig=0/001$) در کارکنان وزارت ورزش و جوانان ارتباط مثبت معناداری وجود دارد. همچنین یافته‌ها نشان داد که بین ابعاد سرمایه فکری (سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای) با

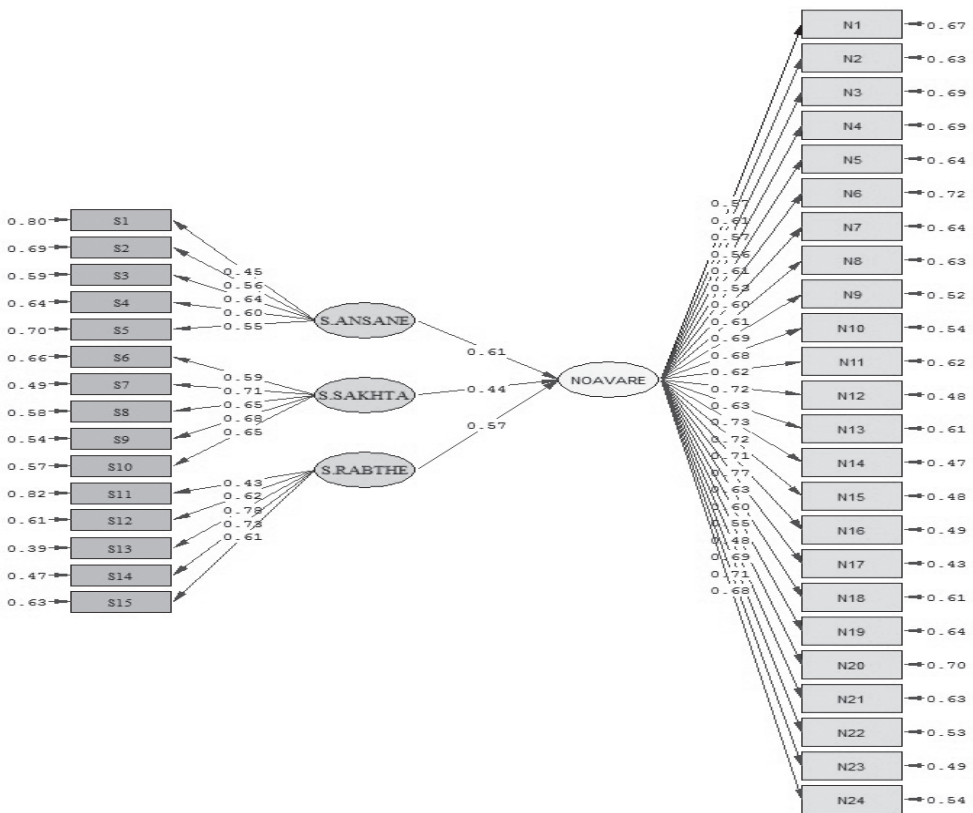
نوآوری سازمانی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد که بر اساس یافته‌ها بالاترین همبستگی بین سرمایه انسانی و نوآوری سازمانی ($r=0/71$ ، $Sig=0/001$) به دست آمد.

در ادامه به منظور بررسی تأثیر ابعاد سرمایه فکری (سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای) از مدل معادلات ساختاری استفاده شد. در این مدل ابعاد سرمایه فکری متغیرهای مستقل و نوآوری سازمانی به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شد.

جدول ۴: بارهای عاملی و مقادیر آماره t مدل روابط متغیرها تحقیق

مسیر	بارعاملی	مقدار t	سطح معناداری
← سرمایه انسانی	۰/۶۱	۹/۱۱	۰/۰۰۱
← سرمایه ساختاری	۰/۴۴	۶/۰۲	۰/۰۰۱
← سرمایه رابطه‌ای	۰/۵۷	۷/۶۰	۰/۰۰۱

۱۶۱



شکل ۱: مدل ساختاری تحقیق در حالت استاندارد

بر اساس نتایج به دست آمده مدل معادلات ساختاری شکل ۱ و جدول ۴، سرمایه انسانی ($\text{Sig}=0/001$)، سرمایه ساختاری ($t=9/11$, $\text{Sig}=0/001$)، سرمایه سازمانی کارکنان وزارت ورزش و جوانان دارند. همچنین با مقایسه ضرایب مسیر (بارهای عاملی) به دست آمده برای سرمایه انسانی ($\beta=0/61$)، سرمایه ساختاری ($\beta=0/44$) و سرمایه رابطه‌ای ($\beta=0/57$) مشخص شد که سرمایه انسانی بیشترین تأثیر را بر نوآوری سازمانی دارد و بعد از آن سرمایه رابطه‌ای بیشترین تأثیر را داشته است.

جدول ۵: شاخص‌های برازش مدل ارتباطی ابعاد سرمایه فکری و نوآوری سازمانی

تفسیر	مقادیر شاخص‌ها	مقدار مطلوب	شاخص‌های برازش
-	۱۶۰۹/۳۴	-	کای اسکوار (کای دو)
-	۶۹۶	-	درجه آزادی ^۲
مطلوب	۲/۳۱۱	کمتر از ۳	نسبت کای اسکوار به درجه آزادی ^۳
مطلوب	۰/۹۰	بیشتر از ۰/۹	شاخص نیکویی برازش ^۴
مطلوب	۰/۸۳	بیشتر از ۰/۸	شاخص نیکویی برازش تعدیل شده ^۵
مطلوب	۰/۰۴۸	کمتر از ۰/۱	ریشه دوم میانگین خطای برآورد ^۶
مطلوب	۰/۹۴	بیشتر از ۰/۹	شاخص برازش تطبیقی ^۷
مطلوب	۰/۹۱	بیشتر از ۰/۹	شاخص برازش هنجار شده ^۸
مطلوب	۰/۹۳	بیشتر از ۰/۹	شاخص برازش افزایشی ^۹

نتایج برازش مدل ارتباطی مؤلفه‌های سرمایه فکری و نوآوری سازمانی نشان می‌دهد مقادیر شاخص‌های نیکویی برازش و شاخص برازش تطبیقی به‌عنوان شاخص‌های اصلی برازش بالاتر ۰/۹ بوده که نشان از برازش مطلوب مدل می‌باشد. همچنین سایر شاخص‌های برازش از مقادیر قابل قبولی برخوردار هستند. در نهایت بر اساس مقدار ریشه دوم میانگین خطای برآورد می‌توان گفت که مدل از برازش کافی برخوردار است.

1. Chi-Square
2. Degrees of Freedom (df)
3. χ^2/df
4. Goodness of Fit (GFI)
5. Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)
6. Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)
7. Comparative Fit Index (CFI)
8. Normed of Fit Index (NFI)
9. Incremental of Fit Index (IFI)

بحث و نتیجه گیری

امروزه، نوآوری سازمانی روشی نو برای ایجاد ارزش شناخته می شود. نوآوری در سازمان، فرایندی دانش محور است و به کارگیری دانش و سرمایه فکری، نوآوری را در پی دارد. با توجه به این مطالب و با در نظر گرفتن این مسئله که شواهد تجربی اندکی در زمینه بررسی رابطه بین مؤلفه های سرمایه فکری و نوآوری سازمانی به ویژه در بستر سازمان های ورزشی وجود دارد، این تحقیق با هدف اصلی بررسی تأثیر ابعاد سرمایه فکری (سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه ای) بر نوآوری کارکنان وزارت ورزش و جوانان انجام گرفت.

بر اساس نتایج ضریب همبستگی پیرسون مشخص شد که بین مؤلفه سرمایه انسانی با نوآوری سازمانی کارکنان وزارت ورزش و جوانان ارتباط مثبت معناداری وجود دارد. همچنین نتایج معادلات ساختاری نشان داد که سرمایه انسانی تأثیر مثبت معناداری بر نوآوری سازمانی کارکنان دارد و بر اساس مقادیر بارهای عاملی به دست آمده، سرمایه انسانی از بیشترین تأثیر بر نوآوری سازمانی برخوردار است. این نتیجه تحقیق با یافته های تحقیقات طوطی فر و ضیاء (۱۳۹۳)، ژانگ و همکاران (۲۰۱۷) و کیانتو، سانز و آرامبارو (۲۰۱۷) همسو بود. سیلاورجان^۱ و همکاران (۲۰۰۷) نیز شواهد متقاعد کننده ای را یافتند که سرمایه انسانی راه های هموار را برای نوآوری بیشتر فراهم می کند که این به نوبه خود بر عملکرد سازمانی تأثیر می گذارد. در تبیین نتایج تحقیق می توان به تعاریف مطرح شده در مورد مؤلفه سرمایه انسانی اشاره کرد. این مؤلفه سرمایه فکری شامل قابلیت ها و تخصص اعضای انسانی شرکت یا سازمان می شود (مودیش و همکاران، ۲۰۱۰). برخورداری از منابع انسانی باهوش، با انگیزه و با تجربه، پایه تمام فرایندهای نوآوری در سازمان است و منبع اصلی برای کسب و توسعه دانش و ایده های جدید به شمار می رود. افراد و دارایی های انسانی، عوامل حیاتی برای هدایت سازمان به سوی مرز فناوری هایی هستند که ظرفیت سازمان را برای جذب گسترش حیطه های دانشی جدید و متفاوت افزایش می دهند. به همین منوال، شاید منابع انسانی با انگیزه و آموزش دیده رویه های معمول سازمانی را به چالش بکشند و با ارائه ایده های نو موجب ایجاد تغییرات اساسی در آن ها شوند. به این ترتیب، شرکت هایی که سرمایه انسانی مناسبی دارند، می توانند شمار زیادی از ایده های نو را خلق کنند و خدمات نوآورانه متفاوت را به مشتریان ارائه دهند (دلگادو^۲، ۲۰۱۱). بنابراین با توجه به نتایج تحقیق در وزارت ورزش و جوانان می توان گفت هر اندازه کارکنان این سازمان در معاونت ها و واحدهای مختلف، دانش و توانایی یادگیری بیشتری داشته باشند، در صلاحیت ها و مهارت های فنی و تخصصی کارآمدتر باشند و آموزش های اثربخش ترین را برای نوآور شدن و ارائه ایده های جدید دریافت کنند، انتظار می رود میزان نوآوری هم در وزارت ورزش و جوانان افزایش یابد. بر اساس یافته های تحقیق همچنین مشخص شد که بین سرمایه رابطه ای با نوآوری سازمانی ارتباط مثبت معناداری وجود دارد. یافته های معادلات ساختاری نیز نشان داد که سرمایه رابطه ای، اثر مثبت معناداری بر

1. Selvarajan
2. Mouritsen
3. Delgado

نوآوری کارکنان وزارت ورزش و جوانان دارد. بر مبنای مقایسه بارهای عاملی به دست آمده از مدل تحقیق مشخص شد که بعد از سرمایه انسانی، سرمایه رابطه‌ای بالاترین تأثیر را بر نوآوری سازمانی در وزارت ورزش و جوانان دارد. این یافته تحقیق با نتایج پژوهش‌های طوطی فر و ضیاء (۱۳۹۳)، ژانگ و همکاران (۲۰۱۷) و کیانتو، سانز و آرامبارو (۲۰۱۷) همسو بود. در تبیین یافته‌های پژوهش می‌توان گفت که سرمایه رابطه‌ای شامل وابستگی‌های برون‌سازمانی با روابط سازمان با محیط پیرامون است. روابط سازمان با محیط بیرونی خود به‌ویژه مشتریان، شرکا و دیگر سازمان‌ها و شرکت‌ها منبعی بسیار مناسب را برای جمع‌آوری و دستیابی به دانش و اطلاعات بیرونی و در نتیجه بهبود فرایند یادگیری و نوآوری سازمانی فراهم می‌کند. در این زمینه نظریه مشهور کوهن و لوین تال^۱ (۱۹۹۰) پیرامون «ظرفیت جذب» که به توانایی سازمان در شناخت ارزش دانش جدید بیرونی و سپس ادغام و به‌کارگیری آن برای اهداف تجاری اشاره دارد، به‌طور شایان توجهی بر مبنای مؤلفه رابطه‌ای سرمایه فکری پایه‌ریزی شده است. به این ترتیب، نوآوری به‌عنوان فرایندی چندعاملی در نظر گرفته می‌شود که به سطح بالایی از تعاملات با مشتریان و سایر سازمان‌ها نیاز دارد (آدامیدز^۲، ۲۰۰۶). در نهایت می‌توان اشاره داشت که برقراری و حفظ روابط مناسب بین وزارت ورزش و جوانان با دیگر سازمان‌های ورزشی همانند فدراسیون‌های ورزشی، ادارات کل ورزش و جوانان استان‌ها، ادارات و معاونت‌های ورزشی سایر ارگان‌های دولتی و غیردولتی همانند شهرداری‌ها و وزارتخانه‌ها، ورزشکاران و رسانه‌های ورزشی به می‌تواند به عنوان منبعی برای جمع‌آوری، انتقال دانش و اطلاعات و دستیابی به ایده‌های جدید در راستای رشد ورزش کشور به شمار آید.

یافته دیگر تحقیق نشان داد که بین سرمایه ساختاری و نوآوری سازمانی کارکنان ارتباط مثبت معناداری وجود دارد و سرمایه ساختاری اثر مثبت معناداری بر روی نوآوری سازمانی کارکنان وزارت ورزش و جوانان بر جای می‌گذارد. یافته تحقیق با نتایج پژوهش‌های طوطی فر و ضیاء (۱۳۹۳)، ژانگ و همکاران (۲۰۱۷) و کیانتو، سانز و آرامبارو (۲۰۱۷) همسو بود. در تبیین این یافته می‌توان بیان داشت که سرمایه ساختاری در واقع به ساختار و فرایندهای موجود در سازمان اشاره دارد که کارکنان از آن‌ها استفاده می‌کنند و از این طریق دانش و مهارت‌هایشان را به کار می‌گیرند. بخشی مهم از دانش، توانایی و تجارب موردنیاز برای توسعه موفق خدمات جدید به فرایندها و فضای درونی سازمان و در واقع ساختار آن بستگی دارد (دلگادو، ۲۰۱۱). به‌عبارت‌دیگر، سازمان برای مشارکت و درگیر کردن کارکنانش در فرایند نوآوری باید قوانین، زیرساخت‌ها، سازوکارها و رویه‌های مشخصی را ایجاد کند و توسعه دهد. در این زمینه، همان‌طور که وی دی ون^۳ (۱۹۸۶) اشاره می‌کند به‌طورکلی فرایند نوآوری دستاورد جمعی اعضای سازمان محسوب می‌شود؛ جایی که حمایت سازمانی عنصری کلیدی است. به این ترتیب، سرمایه ساختاری، ابزاری برای حفظ دانش و رویه‌های سازمانی به شمار می‌آید و جریان انباشت، نگهداری و توسعه دانش جمعی را تسهیل و تسریع می‌کند. نتایج تحقیق

1. Cohen & Levinthal

2. Adamides

3. Van de Ven

پناهنده و احمدخانی (۲۰۱۴) بیانگر آن بود که سرمایه ساختاری شامل فرایندهای عملیاتی، ساختار درونی سازمان، سیستم‌های اطلاعاتی، فضای سازمانی و غیره تأثیر مستقیم بر بهبود ظرفیت نوآوری در سازمان دارد. امیری و همکاران (۲۰۱۱) نیز در تحقیقی دریافتند که ساختار سازمانی مناسب به عنوان پیش فرض اصلی برای توسعه نوآوری است و نقش اساسی در نهادینه کردن آن در سازمان‌های مختلف دارد. با توجه به مطالب یاد شده می‌توان گفت که سرمایه ساختاری با کمک به دسترسی اعضای وزارت ورزش و جوانان به منابع اطلاعاتی، تسهیل جریان انتقال اطلاعات و تسهیم ایده‌های جدید در بین کارکنان وزارت، فراهم کردن فضای بیشتر برای ایده‌پردازی کارکنان، تقویت ارتباط و تعامل میان کارکنان و مدیران و کمک به پیاده‌سازی مدیریت مشارکتی، موجب تقویت سطح نوآوری در وزارت ورزش و جوانان شود.

در نهایت با توجه به نتایج کلی تحقیق می‌توان گفت که سازمان‌هایی که دارای سطوح بالایی از سرمایه فکری می‌باشند، با القای دانش و ایده‌های جدید و افزایش توانایی فهم و به‌کارگیری آن‌ها، نوآوری سازمانی را تسهیل می‌کنند. به بیان دیگر، این نوع از سرمایه‌های فکری با ایجاد فرصت‌های جدید رقابتی و همچنین استفاده از دانش و فناوری‌های نوین موجب نوآوری‌های اساسی در خدمات و فرایندهای سازمانی جدید خواهد شد. در واقع، سازمان‌هایی که راهبردهایی همچون: برقراری رابطه با مشتریان و تأمین کنندگان به منظور آگاهی از نیازها و خواسته‌هایشان، تربیت نیروی کار از طریق آموزش‌های ضمن خدمت و آشنا کردن آنان با دانش روز و آخرین فناوری‌ها، سرمایه‌گذاری در تحقیق، توسعه و غیره را در پیش می‌گیرند، به احتمال زیاد مسائل را بهتر و سریع‌تر حل می‌کنند و در به‌کارگیری ایده‌های نو موفق‌ترند.

تعامل سه بُعد سرمایه فکری، سازمان را قادر به خلق ارزش و نوآوری می‌سازد و رشد و توسعه سازمان نیز قابل پیش‌بینی می‌شود. از این رو، به مدیران وزارت ورزش و جوانان پیشنهاد می‌شود با نگرشی نظام‌مند ضمن توجه به ویژگی‌های سازمان‌های ورزشی، به مجموعه این مؤلفه‌ها توجه نمایند؛ بدین معنی که برخورداری وزارت ورزش و جوانان از سطح مطلوبی از سرمایه فکری موجب نوآوری‌تر شدن آن خواهد شد.

همچنین پیشنهاد می‌شود که مدیران وزارت ورزش و جوانان به برنامه‌ریزی دقیق در جهت افزایش قابلیت‌ها و مهارت‌های تخصصی کارکنان مبادرت ورزند.

منابع

- بورقانی فراهانی، سهیلا؛ آبدارزاده، پدram و فتوت، بنفشه. (۱۳۹۵). «اثر سرمایه‌های فکری بر نوآوری سازمانی با میانجی‌گری مدیریت دانش و یادگیری سازمانی در رسانه‌های نوشتاری». پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی. دوره ۶، شماره ۱، صص ۴۸-۷۲۳.
- چوپانی، حیدر؛ زارع خلیلی، مجتبی؛ قاسمی، عقیل و غلامزاه، حجت. (۱۳۹۱). «بررسی رابطه بین سرمایه فکری با نوآوری سازمانی (مطالعه موردی: شرکت سهامی بیمه توسعه)». نشریه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی. دوره ۲، شماره ۱، صص ۲۷-۵۸.
- حسینی، حیدر و رضوی، سید محمدجواد. (۱۳۹۵). «تحلیل نقش رکود یادگیری و تجربه بر ابعاد یادگیری و نوآوری سازمانی اداره کل ورزش و جوانان استان یزد». مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش. دوره ۳، شماره ۱۱، صص ۱۰۳-۱۱۱.
- سید نقوی، میرعلی؛ سیندارند، صادق و رامین مهر، حمید. (۱۳۹۱). «بررسی اثرات سرمایه‌های فکری بر عملکرد سازمانی با تأکید بر نقش میانجی یادگیری در شعب بانک صادرات استان تهران». نشریه مدیریت بازرگانی. دوره ۴، شماره ۱۲، صص ۵۳-۷۰.
- طوسی فرد طهران پور، محمد مهدی و ضیاء، بابک. (۱۳۹۳). «تأثیر سرمایه فکری بر نوآوری کسب‌وکارهای کوچک ورزشی استان تهران». نشریه توسعه کارآفرینی. دوره ۷، شماره ۲، صص ۲۳۱-۲۴۵.
- فرید فتحی، مریم؛ روزبهانی، محبوبه؛ فرمند، فرناز و کاظم، بهارک. (۱۳۹۶). «طراحی مدل ارتباطی مدیریت استعداد، نوآوری و تسهیم دانش در وزارت ورزش و جوانان». مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش. دوره ۴، شماره ۱۴، صص ۱۱۳-۱۲۳.
- Abeysekera I. (2006). "The project of intellectual capital disclosure: researching the research". Journal of intellectual capital, 7(1):61-77.
- Adamides E. D., Karacapilidis N. (2006). "Information technology support for the knowledge and social processes of innovation management". Tec novation, 26(1):9-50.
- Amiri, A. Jandaghi, G. Ramezan, M. (2011). "An investigation to the impact of intellectual capital on organizational innovation". European Journal of Scientific Research, 64(3): 472-477.
- Amabile, T. M. (1998). **How to kill creativity**. Boston, MA: Harvard Business School Publishing
- Bontis, N. (1998). "Intellectual capital: an exploratory study that develops measures and models". Management decision, 36(2):63-76.
- Bontis, N., Serenko, A. (2009). "A causal model of human capital antecedents and consequents in the financial services industry". Journal of intellectual capital,

10(1):53-69.

- Bailey, T.C., Snyder, C.R. (2007). **“Satisfaction with life and hope: A look at age and marital status”**. The Psychological Record, 57(2):233.
- Bollen, L., Vergauwen, P., Schnieders, S. (2005). **“Linking intellectual capital and intellectual property to company performance”**. Management Decision, 43(9):85-1161.
- Chen, Y. S. (2008). **“The positive effect of green intellectual capital on competitive advantages of firms”**. Journal of business ethics, 77(3):86-271.
- Delgado, M. (2011). **“The role of intellectual capital assets on the radicalness of innovation: direct and moderating effects”**. UAM-Accenture Working Papers, 5:1-27.
- Garcia-Zamor, J. C. (2003). **“Workplace spirituality and organizational performance”**. Public administration review, 63(3):355-63.
- Gazor, H, Kohkan, F, Kiarazm, A, Rastegari, H. (2013). **“Impact of intellectual capital on performance in audit institutes”**. Asian Journal of Finance & Accounting, 5(1):60.
- Kianto, A, Sáenz, J, Aramburu, N. (2017). **“Knowledge-based human resource management practices, intellectual capital and innovation”**. Journal of Business Research, 81:11-20.
- Kim, M., Chan, A., Kim, H., Joshua, I., Gerald, R. (2019). **“The antecedents and consequences of positive organizational behavior: The role of psychological capital for promoting employee well-being in sport organizations”**. Sport Management Review, Volume 22, Issue 1. Pages 108-125
- Liu, C.H., Gan, B., Luo, B.N., Zhang, Y. (2017). **“Clarifying the effect of organization learning on service innovation: the mediating role of intellectual capital”**. The International Journal of Human Resource Management, 1-28.
- Lin, CY. (2007). **“Factors affecting innovation in logistics technologies for logistics service providers in China”**. Journal of Technology Management in Chinam, 2(1):22-37.
- Maditinos, D., Sevic, Z., Tsairidis, C. (2010). **“Intellectual capital and business performance: an empirical study for the Greek listed companies”**. European

Research Studies, 13(3):145.

- Mouritsen, J., Nikolaj Bukh, P., Marr, B. (2004). **“Reporting on intellectual capital: why, what and how?”**. Measuring Business Excellence, 8(1):46-54.
- O’Connor, A., Roos, G., Vickers-Willis, T. (2007). **“Evaluating an Australian public policy organization’s innovation capacity”**. European Journal of Innovation Management. 10(4):58-532.
- Panahandeh, G. Ahmadvkhani, A. (2014). **“A survey on relationship between intellectual capital and organizational innovation: A case study of banking industry”**. Management Science Letters, 4: 721- 724.
- Rodov, I, Leliaert, P. (2002). **“FiMIAM: financial method of intangible assets measurement”**. Journal of intellectual capital, 3(3):323-36.
- Selvarajan, T.T., Ramamoorthy, N., Flood P.C., Guthrie J.P., MacCurtain S., Liu, W. (2007). **“The role of human capital philosophy in promoting firm innovativeness and performance: Test of a causal model”**. The International Journal of Human Resource Management, 18(8):75-1456.
- Zhang, M., Qi, Y., Guo, H. (2017). **“Impacts of intellectual capital on process innovation and mass customization capability: direct and mediating effects”**. International Journal of Production Research, 1-13.



شناسایی راهکارها و پیامدهای حضور زنان در استادیوم فوتبال به عنوان تماشاگر

اکرم فراهانی^۱
عزت اله شاه منصوری^۲
زینب مندعلی زاده^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۷/۳

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۹/۲۷

هدف این پژوهش، شناسایی راهکارها و پیامدهای حضور زنان در استادیوم فوتبال به عنوان تماشاگر بود. روش تحقیق، توصیفی-تحلیلی با رویکرد کیفی بود و در این راستا از روش دلفی استفاده شد. مشارکت کنندگان در این رویکرد، صاحب نظران رشته مدیریت ورزشی سراسر کشور، روحانیان و پرسنل نیروی انتظامی بودند. برای جمع آوری داده‌ها، از سه دور دلفی استفاده شد (مشارکت کنندگان دور اول ۲۳ نفر و مشارکت کنندگان دور دوم و سوم، ۱۶ نفر بودند). پرسشنامه دلفی در دور سوم در بخش راهکارها شامل ۶ مؤلفه و در بخش پیامدها شامل ۵ مؤلفه بود. برای تعیین درجه هماهنگی و توافق بین افراد بر شاخص‌های به کار رفته از ضریب هماهنگی کندال استفاده شد. نتایج نشان داد که رفع موانع سیاسی، امنیتی، فرهنگی-اجتماعی، اقتصادی، مدیریتی و زیرساختی از جمله راهکارهای مهم جهت حضور زنان بودند. پیامدهای حضور زنان نیز عبارت بودند از: پیامدهای سیاسی، امنیتی، اقتصادی و فرهنگی-اجتماعی.

در نتیجه گیری کلی می‌توان گفت به کارگیری راهکارهای ارائه شده در این تحقیق نیاز به همکاری سیستماتیک نهادهای ذی ربط دارد و حضور زنان منجر به ارتقای جایگاه سیاسی و دموکراسی کشور در منطقه و جهان، کاهش شکاف بین دولت و خواسته بخشی از مردم و کاهش فشارهای سیاسی در زمینه نقض حقوق بشر می‌شود.

واژگان کلیدی: راهکار، پیامد، تماشاگر زن و استادیوم فوتبال

۱. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی، واحد اراک، دانشگاه آزاد اسلامی، اراک، ایران
۲. استادیار، مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی، واحد اراک، دانشگاه آزاد اسلامی، اراک، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: Et.shahmansoori@gmail.com
۳. استادیار، مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه اراک، اراک، ایران

مقدمه

نگاهی به تاریخ حضور زنان در مجموعه‌های ورزشی از زمان یونان باستان نشان از نوعی محدودیت برای حضور و حتی مشارکت آنان در ورزش بوده است. امروزه نیز در قرن بیست و یکم، ۹۰ درصد اخبار، روزنامه‌ها و نیز گفتگوها پیرامون مردان ورزشکار است تا زنان. علی‌رغم این واقعیت که زنان بیشتری نسبت به هر زمان دیگری، به عنوان مشارکت‌کننده در مجموعه‌های ورزشی حضور دارند، اما مقالات زیادی به نقش ورزش در زندگی مردان پرداخته شده به جای اینکه به گونه‌ای برابر و حتی بیشتر به نقش و اهمیت ورزش برای زنان بپردازد (هارگروس^۱، ۱۹۹۴ و پوپ^۲، ۲۰۱۳). در واقع، اهمیت ورزش برای زنان در تمامی ابعاد چه به عنوان طرفدار ورزشی و چه به عنوان ورزشکار، در راستای توانمندسازی به عنوان رویکردی برای تغییر مثبت اجتماعی دنبال می‌شود. علاوه بر این، مفهوم توانمندسازی زنان و عدالت جنسیتی به عنوان پیش برنده و ارتقادهنده کیفیت زندگی زنان در نظر گرفته شده است که در این زمینه نقش ورزش بسیار پررنگ و حائز اهمیت است. نمونه‌ای از این توجه و اهمیت را در اسناد و سیاست‌های سازمان ملل متحد می‌توان مشاهده کرد. این اسناد بر افزایش توجه جهانی به حقوق زنان و تسهیل مشارکت آنان در ورزش تأکید داشته است (بن و همکاران^۳، ۲۰۱۱ و بوتلر^۴، ۲۰۰۸). در این زمینه سیاست‌مداران در انگلستان برای تدوین فرهنگ ورزشی در سال ۱۹۹۴ برنامه‌ای را تدوین کردند که هدف آن ایجاد ارزش و دستاوردهایی برای زنان در تمام زمینه‌های ورزشی بود که موضوعات محوری آن شامل برابری و عدالت در جامعه، توسعه مشارکت، عملکردهای بالای ورزشی، رهبری در ورزش، آموزش، تمرین و توسعه بود (هیلتون^۵، ۲۰۰۱). در واقع، حضور زنان به عنوان تماشاگر با در نظر گرفتن اهمیت و خلأ در ایران، در راستای پر کردن اوقات فراغت، تشویق و ایجاد انگیزه نسبت به مشارکت در ورزش، کاهش شکاف جنسیتی، از بین بردن غرض‌های سیاسی و ارتقای کیفیت زندگی معرفی شده است. به طور کلی، ورزش به عنوان استراتژی سیاسی - اجتماعی مطرح شده است که می‌تواند جهت مشارکت به منظور کاهش بی‌عدالتی و افزایش انسجام اجتماعی در نظر گرفته شود (بایلی و همکاران^۶، ۲۰۰۴). آنچه در جامعه ایران مشهود است، عدم حضور زنان در استادیوم‌های فوتبال است که در آن مردان به عنوان بازیکن هستند و یا اینکه حضور زنان این نوع مجموعه‌های ورزشی با محدودیت مواجه است. دیدگاه‌های مثبت و منفی زیادی در مورد حضور زنان در ورزشگاه‌ها وجود دارد. به نظر برخی از محققان، در هر مکانی که زنان به عنوان تماشاچی حضور داشته‌اند، نزاکت و انضباط بیشتری در میان ورزشکاران و هواداران حاکم بوده است (ابراهیمی و همکاران، ۱۳۸۹)، در حالی که برخی از نخبگان و روحانیان به دلیل نگرانی از عدم رعایت اصول اخلاقی و رفتاری از سوی مردان، زمان حاضر را برای حضور زنان تماشاچی مناسب نمی‌دانند و معتقدند تا هنگامی که این فرهنگ در افراد و در ورزشگاه‌ها ایجاد نشود، حضور تماشاچیان زن، خود سبب بروز مشکلات بیشتری خواهد شد (قراخانلو و

1. Hargreaves
2. Pope
3. Benn
4. Beutler
5. Hylton
6. Bailey

همکاران، ۱۳۸۶). فخارطوسی (۱۳۹۷) حضور بانوان در ورزشگاه‌ها را به عنوان پژوهشی فقهی مورد بررسی قرار داد. وی دو دلیل را از جانب مخالفان حضور زنان در در اماکن ورزشی، معرفی کرده است؛ یکی آیات و روایات و دیگری ممنوعیت اختلاط زنان و مردان. بر اساس پژوهش فخارطوسی، متن این آیات را نمی‌توان شامل همه زنان دانست و این روایات متضمن حکم کلی نیست و از طرف دیگر بر اساس تحلیل وی، ممنوعیت اختلاط، فاقد مستند قرآنی است. همچنین، فخارطوسی، به چهار رویکرد مثبت برای حضور زنان استناد کرده است. نخستین دلیل، قاعده اباحه است که مفاد این اصل - که مورد پذیرش اکثریت علمای شیعه است - مجاز بودن ارتکاب اعمالی است که دلیلی برای ممنوعیت آن وجود ندارد؛ دلیل دوم استناد به حقوق طبیعی است؛ سومین دلیل گزارش‌های فراوانی است که مناسبات آزادانه زنان و مردان را در زمان پیامبر اکرم (ص) و نیز امامان معصوم (ع) نشان می‌دهد؛ چهارمین و آخرین دلیل، سیره متشرعه است که برداشت اولیه و سطحی از این سیره، تجلی ممنوعیت و محدودیت است - در حالی که چنین برداشتی درست نیست. بر اساس دلایل یاد شده، این محقق نتیجه می‌گیرد که بانوان می‌توانند در ورزشگاه‌ها به عنوان تماشاگر در کنار مردان حاضر باشند.

تحقیقات اندکی در مورد حضور زنان به عنوان تماشاگر در ورزشگاه‌ها انجام شده و در خارج از کشور چندین به آن پرداخته نشده است، زیرا زنان در خارج از کشور در حین مسابقات در ورزشگاه به عنوان تماشاگر حضور دارند؛ اما تحقیقات خارجی در مورد شکاف جنسیتی حتی در قرن بیست و یکم نیز انجام شده از جمله تحقیق ویکر و همکاران^۱ (۲۰۱۹) که تغییرات سرمربیان کالج فوتبال زنان در آمریکا را مورد بررسی قرار داده است. نتایج پژوهش آنان نشان داد که تغییر معناداری بین انتخاب سرمربی زن و مرد وجود ندارد و از این رو، مفروضات کلیشه جنسیتی در مورد این تحقیق صدق نمی‌کرد. در مطالعه‌ای دیگر لیچفیلد و همکاران^۲ (۲۰۱۸)، نقش رسانه‌های اجتماعی در سیاست‌های جنسیتی و نژادپرستی در مورد یک تنیسور زن آفریقایی - آمریکایی را مورد تحلیل قرار دادند که نتایج حاکی از تبعیض‌های جنسیتی و نژادی به‌ویژه در فضای مجازی علیه این ورزشکار زن بود. تحقیقات دیگری نیز از جمله مطالعه استروناچ و همکاران^۳ (۲۰۱۸)، دیکسون^۴ (۲۰۱۸) و ریچاردز^۵ (۲۰۱۸) تبعیض در محیط‌های ورزشی در حیطه‌های مشارکت در ورزش و یا رهبری و مدیریت زنان در ورزش را مورد مطالعه قرار داده‌اند. بیشتر تحقیقات داخلی انجام شده نیز بر روی مسائلی همچون: بررسی نگرش اқشار مختلف جامعه درباره حضور تماشاچیان زن در میدان‌ها و رقابت‌های ورزشی مردان (قراخانلو و همکاران، ۱۳۸۶)، تأثیر حضور تماشاگران مرد و زن بر میزان بروز رفتار پر خاشگرانه ورزشکاران (رحمانی نیا و همکاران، ۱۳۸۲)، عوامل مؤثر بر حضور تماشاگران فوتبال در ورزشگاه‌ها (المیری و همکاران، ۱۳۸۸)، تأثیر دوستان، موقعیت اجتماعی و خانواده بر انگیزش جذب تماشاگران به مسابقات لیگ برتر فوتبال

1. Wicker et al.
2. Litchfield et al.
3. Stronach et al.
4. Dixon
5. Richards

ایران (تجاری و ترک فر، ۱۳۹۱) و بررسی عوامل مؤثر بر حضور تماشاگران زن در استادیوم‌های ورزشی ایران (احمدی و همکاران، ۱۳۹۵) تمرکز کرده‌اند. بررسی تحقیقات انجام شده حاکی از آن است که تاکنون تحقیقی به بررسی راهکارها و پیامدهای حضور زنان در ورزشگاه‌ها نپرداخته است. مشکلی که وجود دارد این است که زنان به عنوان نیمی از افراد جامعه حق دارند که از تمام ابعاد و ظرفیت‌های ورزش در جهت کسب سلامت جسم و روح استفاده نمایند، اما شواهد حاکی از آن است که تاکنون زنان ایران نتوانسته‌اند از این شرایط استفاده نمایند. در نتیجه، هدف محققان پاسخ به این سؤال است:

راهکارهای حضور زنان در ورزشگاه‌ها چیست و پیامدهای حاصل از حضور زنان در ورزشگاه‌ها چه می‌تواند باشد.

پاسخ به این سؤال می‌تواند به مدیران، مسئولان ورزشی و برنامه‌ریزان جامعه کمک نماید تا فرآیند حضور زنان در ورزشگاه‌ها را تسهیل نمایند و از این طریق بتوان مانع بهره‌برداری‌های سیاسی و دیدگاه‌های غربی نسبت به حضور زنان به عنوان تماشاگر در ورزشگاه‌های کشور شد و به ترسیم رویکردهای فرهنگی - اسلامی در ورزشگاه‌ها کمک کرد.

روش شناسی پژوهش

روش این پژوهش، توصیفی بود و از رویکرد دلفی استفاده شد. روش نمونه‌گیری به صورت هدفمند بود. بنابراین، در میان خبرگان منتخب شماری از استادان دانشگاهی در حوزه مدیریت و ورزش، مدیران ورزشی در حوزه ورزش زنان، روحانیان و کارکنانی از پرسنل نیروی انتظامی حضور داشتند. علت انتخاب استادان دانشگاهی، تخصص این افراد در حوزه ورزش و علت انتخاب روحانیان، تأثیر تصمیم‌گیری و نظرات این افراد به عنوان مراجع دینی در جامعه و علت انتخاب پرسنل نیروی انتظامی، تجارب ایشان در برقراری نظم و امنیت در ورزشگاه‌ها و سایر میادین ورزشی بود. علاوه بر این، معیار انتخاب مدیران ورزشی در حوزه ورزش، سابقه فعالیت مدیریتی و یا سرپرستی در حیطه ورزش زنان بوده است.

بخش دلفی شامل مشارکت‌کنندگان در پانل دلفی بود که بر این اساس افراد مشارکت‌کننده در مصاحبه را استادان مدیریت ورزشی، روحانیان و برخی از پرسنل نیروی انتظامی تشکیل می‌داد. در بخش پانل دلفی ۲۳ نفر در دور اول (شامل مصاحبه و پرسشنامه اولیه) و ۱۶ نفر در دور دوم (پرسشنامه دلفی) و سوم (پرسشنامه دلفی) در تحقیق مشارکت کردند که از این تعداد، ۹ نفر استاد دانشگاه، ۷ نفر روحانی و ۷ نفر پرسنل نیروی انتظامی بودند.

پرسشنامه مبتنی بر رویکرد دلفی به منظور تعیین گویه‌های مورد نظر استفاده شد که بدین منظور در مرحله اول، از مشارکت‌کنندگان خواسته شد تا گویه‌های مورد نظر را بیان کنند. علاوه بر این از ادبیات پیشینه و مصاحبه‌های انجام‌شده با متخصصان استفاده و در نتیجه گویه‌های استخراج‌شده از مصاحبه‌ها نیز مطرح شده بود که بین اعضای پانل دلفی توزیع شد و نظرات آنان به دست آمد. در مرحله دوم و سوم پرسشنامه پس از اصلاحات و بازخورد حاصل از پاسخ مشارکت‌کنندگان (میانگین و نظر خود آنان) دوباره بین آنان توزیع شد.

در این تحقیق به منظور تحقق این هدف از اجماع سه سویه در روش جمع‌آوری داده‌ها استفاده شد که شامل بررسی مطالعات گذشته، مصاحبه و در نهایت، پرسشنامه بود. علاوه بر این افراد درگیر در پانل دلفی، متخصصان امر بودند. در این تحقیق به منظور حصول از اتکاپذیری، روش اجرای دلفی در سه دور اجرا شد. همچنین، برای تعیین درجه هماهنگی و توافق بین افراد بر شاخص‌های به کار رفته از ضریب هماهنگی کندال^۱ استفاده شد. این مقیاس برای مطالعات مربوط به بررسی دیدگاه خبرگان به‌ویژه دلفی مفید است. مقدار مقیاس بین ۰ تا ۱ است. مقدار مقیاس هنگام توافق کامل برابر یک و در زمان نبود کامل هماهنگی برابر صفر است. لازم به ذکر است برای اعضای پانل دلفی بیشتر از ۱۰ نفر، حتی مقادیر بسیار کوچک این ضریب نیز معنی‌دار است (وو و فونگ^۲، ۲۰۱۱). برای به دست آوردن ضریب هماهنگی کندال از SPSS استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

بخش کیفی شامل مشارکت‌کنندگان در پانل دلفی بود که بر این اساس افراد مشارکت‌کننده در مصاحبه را استادان مدیریت ورزشی، روحانیان و برخی از کارکنان نیروی انتظامی تشکیل می‌دادند. در بخش پانل دلفی ۲۳ نفر در دور دوم و ۱۶ نفر در دور دوم و سوم در تحقیق مشارکت کردند. بر این اساس، ۱۷/۴ درصد رازنان و ۸۲/۶ درصد را مردان تشکیل می‌دادند. میانگین سن پاسخ‌دهندگان ۳۷ سال بود. توزیع درصد میزان تحصیلات نمونه‌ها نشان داد که ۱۷/۴ درصد از پاسخ‌دهندگان دارای مدرک لیسانس، ۳۰/۴ درصد از پاسخ‌دهندگان دارای مدرک فوق لیسانس و ۵۲/۲ درصد از آن‌ها دارای مدرک دکتری بودند. ۶۹/۶ درصد از پاسخ‌دهندگان دارای سابقه مدیریتی بودند و ۳۰/۴ درصد از آن‌ها سابقه مدیریتی نداشتند. راهکارهای تسهیل ورود زنان به استادیوم‌های فوتبال در سه دور دلفی مورد بررسی قرار گرفت و میانگین و انحراف استاندارد میان دور دوم و سوم دلفی به دست آمد که در جدول ۱ نشان داده شده است:

1. Kendall's Coefficient of Concordance (W)

2. Wu & Fong

جدول ۱: میانگین و انحراف استاندارد دور دوم و سوم راهکارهای تسهیل ورود زنان به استادیوم های فوتبال

دوره	دور دوم		دور سوم	گویه ها	رتبه	
	میانگین	انحراف معیار				
سیاسی	۰/۹۵	۳/۸۷	۱/۰۸	۳/۷۰	۱	جدا کردن حضور زنان در ورزشگاه ها از مسانل سیلیسی
	۰/۷۷	۳/۹۳	۱/۱۴	۳/۶۰	۲	جلوگیری از بهره برداری سیاسی از مسئله حضور زنان در ورزشگاه ها
	۰/۷۷	۴/۲۵	۰/۸۱	۴/۱۵	۳	حمایت مناسب دولت و دستگاه های سیاسی از حضور زنان در ورزشگاه ها
امنیتی	۰/۸۳	۴/۱۸	۰/۹۱	۴/۰۰	۴	فراهم کردن فضای امن و تأمین امنیت توسط همکاری بین نهادها
	۰/۸۰	۳/۸۷	۱/۰۷	۳/۸۰	۵	کنترل مبادی ورودی و خروجی
	۱/۰۹	۳/۵۶	۱/۲۸	۳/۶۱	۶	شماره گذاری درست صندلی ها
	۰/۷۲	۴/۴۳	۰/۷۷	۴/۳۰	۷	برخورد قاطع، سریع و مؤثر دستگاه ها و مراجع قضایی با برهم زندگان نظم، افراد خاطی و نابهنجار
	۰/۷۳	۴/۰۰	۰/۷۰	۳/۹۹	۸	جلوگیری از ورود افراد مسئله ساز به استادیوم ها
	۰/۶۳	۴/۰۰	۰/۷۷	۳/۸۰	۹	تنظیم و تدوین قوانین و مقررات مربوط به حفظ امنیت ورزشگاه ها
	۰/۸۵	۴/۲۵	۰/۸۸	۴/۰۰	۱۰	ایجاد فضای ذهنی امن برای کلیه تماشاگران اعم از زن و مرد
	۰/۶۳	۴/۵۰	۰/۷۰	۴/۲۷	۱۱	فرهنگ سازی حضور زنان در ورزشگاه ها توسط رسانه ها
	۰/۶۱	۴/۳۷	۰/۸۱	۴/۰۹	۱۲	فراهم کردن آموزش و آگاهی مناسب نسبت به حضور زنان در جامعه
	۰/۹۶	۴/۰۰	۱/۱۲	۳/۸۶	۱۳	دعوت از خانواده ها برای حضور در ورزشگاه ها و تسهیل آن با فراهم کردن امکانات لازم
فرهنگی - اجتماعی	۰/۸۰	۴/۳۷	۰/۹۹	۴/۰۹	۱۴	حمایت رسانه های جمعی
	۱/۰۲	۴/۱۲	۰/۹۸	۴/۰۱	۱۵	پرزنگ کردن حضور زنان پایبند به اخلاقیات از طریق مصاحبه با این افراد در رسانه ها
	۱/۲۰	۳/۸۷	۱/۳۳	۳/۴۳	۱۶	حضور مسئولان مهم کشوری به همراه همسران و دخترانشان در استادیوم ها
	۰/۸۱	۴/۰۰	۰/۸۸	۳/۴۵	۱۷	تغییر دادن نگرش و بهنجار شناخته شدن حضور زنان در ورزشگاه ها از طریق آگاهی دادن به مدیران و مسئولان رده بالای کشور

۰/۸۹	۴/۰۰	۰/۸۸	۴/۱۳	فراهم کردن سیستم حمل و نقل مناسب و ایمن	۱۸	ز ن س ن ا م ن ا م ن
۰/۹۵	۳/۸۷	۰/۸۵	۴/۱۸	فراهم کردن تجهیزات امنیتی به منظور ایجاد ورودی‌های امن جهت تردد زنان	۱۹	
۰/۷۱	۴/۳۷	۰/۶۵	۴/۳۳	فراهم کردن جایگاه مناسب برای زنان جهت تماشای مسابقات	۲۰	
۰/۶۰	۴/۳۱	۰/۷۱	۴/۱۳	فراهم کردن جایگاه مناسب برای خانواده‌ها جهت تماشای مسابقات	۲۱	
۰/۹۹	۴/۰۶	۰/۸۹	۴/۰۰	فراهم کردن سرویس بهداشتی امن و محفوظ	۲۲	
۰/۹۷	۳/۶۶	۱/۲۳	۳/۷۱	فراهم کردن فروشگاه مناسب جهت رفع نیازهای زنان	۲۳	
۱/۰۲	۳/۸۷	۱/۲۲	۳/۶۷	اختصاص هزینه‌های زیرساختی لازم جهت حضور زنان	۲۴	
۰/۷۵	۳/۸۱	۱/۳۲	۳/۶۱	ارتقای دانش شغلی مدیران ورزشی	۲۵	م د ر م د ر م د ر
۰/۷۱	۳/۸۷	۱/۲۲	۳/۶۵	حمایت و تعامل نهاد‌های مختلف از یکدیگر برای حضور	۲۶	
۰/۵۷	۴/۲۵	۱/۲۸	۳/۵۷	ایجاد ساختار مدیریتی در ورزش زنان	۲۷	
۱/۰۶	۴/۰۶	۱/۰۸	۴/۱۵	ایجاد کانون‌های هواداری ورزش زنان	۲۸	
۰/۷۹	۴/۳۱	۰/۹۱	۴/۰۵	ترغیب حامیان مالی به سرمایه‌گذاری در بخش ورزش زنان	۲۹	ا ق ت ص ا د ی
۱/۰۰	۴/۲۵	۱/۳۵	۳/۵۵	حمایت دولت از حضور زنان با اختصاص یارانه ورزشی	۳۰	
۱/۱۸	۳/۹۳	۱/۱۰	۳/۸۸	ارتقای آگاهی و دانش اسپانسرها در مورد درآمدزایی بیشتر آنان با حضور زنان در استادیوم‌ها	۳۱	

پیامدهای حضور زنان در استادیوم‌های فوتبال نیز همانند راهکارهای ورود زنان به استادیوم‌های فوتبال در سه دور مرحله دلفی مورد بررسی قرار گرفت. میانگین و انحراف استاندارد میان دور دوم و سوم دلفی به دست آمد که در جدول ۲ نشان داده شده است:

جدول ۲: میانگین و انحراف استاندارد دور دوم و سوم پیامدهای حضور زنان در استادیوم های فوتبال

دوره	دور دوم		دور سوم	گویه ها	رتبه
	میانگین	انحراف معیار			
سیاسی	۰/۶۸	۴/۲۵	۰/۹۳	۳/۸۵	۱ کاهش فشارهای بین المللی در برگزاری رویدادهای جهانی
	۰/۹۹	۳/۹۳	۱/۰۰	۳/۸۰	۲ ارتقای جایگاه سیاسی دموکراسی در منطقه و جهان
	۱/۰۳	۳/۵۶	۱/۱۴	۳/۵۰	۳ کاهش شکاف بین دولت و خواسته مردم
	۱/۰۹	۳/۵۶	۱/۴۲	۳/۳۵	۴ کاهش فشارهای سیاسی در زمینه نقض حقوق بشر و
	۱/۱۹	۳/۶۸	۱/۳۵	۳/۵۵	۵ ایجاد برابری و مساوات زن و مرد در بخش ورزش
ایمنی	۱/۰۱	۳/۶۸	۱/۲۲	۳/۳۵	۶ بهبود سرمایه اجتماعی
	۰/۷۵	۳/۸۱	۱/۳۶	۳/۲۰	۷ بهبود مکانیسم های کارآمد کنترل اجتماعی
	۰/۸۵	۳/۷۵	۱/۴۳	۳/۵۵	۸ کنترل بهتر رفتارهای تماشاگران مرد از طریق حضور زنان در ورزشگاه ها
فرهنگی اجتماعی	۰/۵۴	۴/۱۸	۱/۰۳	۳/۷۸	۹ غنی سازی اوقات فراغت سالم و کاهش ناهنجاری های اجتماعی
	۰/۶۳	۴/۰۰	۱/۳۰	۳/۴۷	۱۰ رفتار مطلوب تر و بهنجار در بین تماشاگران
	۰/۶۳	۴/۰۰	۱/۱۴	۳/۷۵	۱۱ ارتقای توسعه ورزش در خانواده ها
	۰/۷۷	۳/۹۳	۱/۱۴	۳/۶۰	۱۲ ایجاد و توسعه فرهنگ حرفه ای در ورزشکاران
	۰/۶۳	۴/۰۰	۰/۷۳	۴/۰۰	۱۳ بهبود نگرش مردم جهان نسبت به جایگاه زنان مسلمان در جامعه
	۰/۶۵	۴/۱۸	۰/۶۶	۴/۰۰	۱۴ ارتقای سطح اعتماد به نفس زنان در مشارکت های فرهنگی و اجتماعی
	۰/۸۰	۴/۱۲	۱/۱۹	۳/۸۰	۱۵ افزایش جذب اسپانسرها (حامیان مالی) در ورزش
اقتصادی	۰/۷۵	۴/۱۸	۱/۰۲	۴/۰۰	۱۶ کمک به بهبود زیرساخت های ورزشی در ورزشگاه ها
	۰/۹۵	۴/۱۲	۱/۱۴	۳/۹۵	۱۷ ایجاد درآمد بهتر از طریق بلیت فروشی و سایر راه های کسب درآمد برای باشگاه ها
	۰/۶۱	۴/۳۷	۰/۶۶	۴/۲۰	۱۸ گرایش بیشتر زنان به ورزش

میزان ضرایب همابستگی کندال در دور سوم برای راهکارها $Kendall W = 0/3161$ ، $\chi^2 = 52/28622$ ، و معنی دار $(p \leq 0/007)$ بود. این ضریب برای پیامدها $Kendall W = 0/2694$ ، $\chi^2 = 31/635$ ، و معنی دار $(p \leq 0/017)$ بود که این مقیاس با توجه به تعداد اعضای سوم دوم دلفی (۱۶ نفر) نشان دهنده میزان نسبتاً مناسبی از توافق است.

بحث و نتیجه گیری

هدف این پژوهش، شناسایی راهکارها و پیامدهای حضور زنان در ورزشگاه‌ها بود. با توجه به نتایج به دست آمده از جدول ۱، اولین راهکار جهت تسهیل حضور زنان در استادیوم فوتبال راهکار سیاسی است که عبارت است از: جدا کردن مسئله حضور زنان در ورزشگاه‌ها از مسائل سیاسی، جلوگیری از بهره‌برداری سیاسی از مسئله حضور زنان در ورزشگاه‌ها و حمایت مناسب دولت و دستگاه‌های سیاسی از حضور زنان در ورزشگاه‌ها. نتایج پژوهش با نتایج تحقیقات احمدی و همکاران (۱۳۹۵)، استوناچ و همکاران (۲۰۱۸) و دیکسون (۲۰۱۸) همخوانی دارد. مشارکت کنندگان در پژوهش احمدی و همکاران (۱۳۹۵) به طور معنی داری تلاش و اراده مسئولان را برای حضور تماشاگران زن در ورزشگاه‌ها ناکافی دانسته‌اند که به نظر می‌رسد این تلاش به نوعی می‌تواند حمایت مناسب دولت و دستگاه‌های سیاسی از حضور زنان در ورزشگاه‌ها باشد. به نظر می‌رسد ورود سیاست‌مداران به عرصه ورزش و تصمیم‌گیری در مورد مسائل، چالش‌ها و موضوعات مرتبط با آن توسط افرادی که آشنایی، تجربه و شناخت کافی از مسائل ورزشی ندارند و به چالش‌های ورزشی نیز با دید سیاسی نگاه می‌کنند، به حل نشدن مسئله حضور زنان ایرانی در ورزشگاه‌ها کمک نموده است. امروزه در کشورهای پیشرفته در همه مواردی که حضور محترمانه زنان با بعضی دشواری‌ها و موانع روبه‌رو است، اقدامات دولت مردان و مدیران جامعه معطوف به حفظ حقوق زنان و برطرف ساختن موانع می‌باشد. بار دشواری‌ها و مشکلات را دولت و حکومت بر دوش می‌گیرد، نه آن‌که با انتخاب ساده‌ترین راه‌ها، صورت مسئله را پاک نمایند. محدودسازی زنان و جلوگیری از دست‌یابی آن‌ها به حقوقشان، آسان‌ترین راه حل است (فرخ طوسی، ۱۳۹۷).

دومین راهکار جهت تسهیل حضور زنان در استادیوم فوتبال، راهکارهای مرتبط با تأمین امنیت شامل فراهم کردن فضای امن و تأمین امنیت توسط همکاری بین نهادها، کنترل ورودی و خروجی ورزشگاه‌ها، شماره‌گذاری درست صندلی‌ها، برخورد قاطع، سریع و مؤثر دستگاه‌ها و مراجع قضایی با برهم‌زنندگان نظم، افراد خاطی و نابهنجار، جلوگیری از ورود افراد مسئله‌ساز به استادیوم‌ها، تنظیم و تدوین قوانین و مقررات مربوط به حفظ امنیت ورزشگاه‌ها و ایجاد فضای ذهنی امن برای کلیه تماشاگران اعم از زن و مرد می‌باشد. بی‌شک حضور زنان در ورزشگاه‌ها به عنوان تماشاگر با پیش‌شرط‌هایی برای مناسب‌سازی ورزشگاه‌ها و فراهم کردن شرایط سالم و امن برای آن‌ها همراه خواهد بود. بیشترین دل‌مشغولی و نگرانی پاسخ‌دهندگان به این پرسشنامه به عنوان نمونه‌هایی از کل جامعه ایران، ناامن بودن فضای کنونی ورزشگاه‌های ایران و احتمال بروز اتفاقات و خطرات بالقوه برای زنان بود. برنامه‌ریزی و احداث مکانی جدا از بخشی که آقایان حضور دارند،

وضع قوانین بازدارنده در زمینه ادبیات نامناسبی که برخی از ورزشکاران و تماشاگران مرد در ورزشگاه‌ها به کار می‌برند، تأکید بر افزایش میزان ادب و نزاکت در ادبیات محاوره‌ای مردان تماشاگر و ورزشکار از جمله مواردی است که می‌تواند منجر به سلامت حضور زنان در مکان‌های ورزشی شود. در این راستا، باتمانی و سجاد زاده (۱۳۹۵) از جمله راهکارهای حفظ امنیت برای حضور زنان در مکان‌های ورزشی را عواملی چون: حضور مأموران نیروی انتظامی، دسترسی راحت به مناطق موردنظر، افزایش تاکسی‌ها و خطوط حمل و نقل عمومی و ایستگاه اتوبوس‌های امن دانستند. در خارج از کشور نیز تحقیقاتی از جمله پژوهش مادسنسن و اک (۲۰۰۸) به منشأ خشونت تماشاگران پرداخته و آن را در سه عامل ویژگی رویداد (حساسیت رویداد، مدت آن، ویژگی جمعیتی)، ویژگی مکانی (دما، سطح سروصدا، نوع مکان، ترتیب صندلی‌ها) و ویژگی پرسنل امنیتی استادیوم (میزان آمادگی، تجارب، حضور آنان) دانسته‌اند. به نظر می‌رسد موانع امنیتی، ساختاری و مدیریتی عواملی در هم تنیده باشند که به عنوان مثال، زیرساخت‌های نامناسب استادیوم‌های ورزشی زمینه را برای ایجاد ناامنی و آشوب از سوی برخی تماشاگران فراهم می‌کند.

سومین راهکار جهت تسهیل حضور زنان در استادیوم ورزشی، راهکار فرهنگی - اجتماعی شامل تقویت فرهنگ حضور زنان در ورزشگاه‌ها توسط رسانه‌ها، فراهم کردن آموزش و آگاهی مناسب نسبت به حضور زنان در جامعه، دعوت از خانواده‌ها برای حضور در ورزشگاه‌ها و تسهیل آن با فراهم کردن امکانات لازم، حمایت رسانه‌های جمعی، پررنگ کردن حضور زنان پایبند به اخلاقیات از طریق مصاحبه با این افراد در رسانه‌ها، حضور مسئولان مهم کشوری به همراه همسران و دخترانشان در استادیوم‌ها، تغییر دادن نگرش و بهنجار شناخته شدن حضور زنان در ورزشگاه‌ها از طریق آگاهی دادن به مدیران و مسئولان رده بالای کشور است. یافته‌های تحقیق قبادی پور (۱۳۹۵)، عبدوی و فخری (۱۳۹۰) و المیری و همکاران (۱۳۸۸) با نتایج پژوهش حاضر در مورد نقش رسانه‌ها در توسعه ورزش زنان همخوانی دارد. امکان حضور خانواده‌ها در ورزشگاه را دلیلی بر اشتیاق بیشتر تماشاگران برای حضور در ورزشگاه و تماشای مسابقات فوتبال دانسته‌اند که با راهکارهای تعریف‌شده در این پژوهش همخوانی دارد؛ چنان‌که درصد زیادی از پاسخ‌گویان به این تحقیق، تعیین مکان مناسب ویژه برای خانواده‌ها و زنان را مناسب می‌دانند. با این همه نگرانی از عدم رعایت اصول اخلاقی و رفتاری از سوی مردان برای پاسخگویان (به ویژه نخبگان و روحانیان) وجود داشت و به همین لحاظ، زمان حاضر را برای حضور زنان تماشاچی مناسب نمی‌دانند و معتقدند تا هنگامی که این فرهنگ در افراد و در ورزشگاه‌ها ایجاد نشود، حضور تماشاچیان زن، خود سبب بروز مشکلات بیشتری خواهد شد. زنان از منظر تربیتی و فرهنگی، نقش مهمی را در جامعه ایفا می‌کنند که این نقش اگر با نقش ورزش در سلامتی فرد ترکیب شود، می‌تواند قشر عظیمی از جامعه را از منظر سلامتی جسم و روح بیمه کند؛ اما بدون تردید با توجه به فضای کنونی جامعه ایران، اولین قدم برای حضور زنان در عرصه‌های ورزشی، بالا بردن آگاهی و نگرش جامعه است. بالا بردن آگاهی جوامع برای حضور زنان تماشاگر در ورزشگاه‌ها و عادی‌سازی این مقوله بیش از هر چیز به اهتمام رسانه‌ها و تبلیغات نیازمند است. شناساندن هنجارها و ناهنجارها، اخلاقیات و غیر اخلاقیات و نیز

جانداختن این مورد که در ایران نیز زنان باید دارای فرصت برابر، مصونیت برابر و حقوق اجتماعی برابر باشند می‌تواند نمونه‌هایی از ایجاد آگاهی در این زمینه باشد.

چهارمین راهکار جهت تسهیل حضور زنان راهکار زیرساختی می‌باشد که شامل فراهم کردن سیستم حمل و نقل مناسب و ایمن، فراهم کردن ورودی‌های امن جهت تردد زنان، فراهم کردن جایگاه مناسب برای زنان جهت تماشای مسابقات، فراهم کردن جایگاه مناسب برای خانواده‌ها جهت تماشای مسابقات، فراهم کردن سرویس بهداشتی امن و محفوظ، فراهم کردن فروشگاه مناسب جهت رفع نیازهای زنان و اختصاص هزینه‌های زیرساختی لازم جهت حضور زنان می‌باشد. به نظر می‌رسد حضور زنان در استادیوم‌ها مشروط به تأمین زیرساخت‌هایی مانند سالن‌های مناسب و حمل و نقل ایمن برای تسهیل رفت و آمد زنان و نیز تجهیزات امنیتی مناسب مانند دوربین‌های مدار بسته و فراهم کردن زیرساخت‌هایی از جمله نصب دوربین‌های مدار بسته به منظور ایجاد امنیت ورودی و خروجی زنان است. در واقع، مقدمات و زیرساخت‌های فراوانی باید فراهم شود تا هم بتوان فضاهای ورزشی را مناسب‌سازی نمود و هم برگزارکنندگان مسابقات را تحت آموزش قرارداد تا وقتی خانواده‌ها در رویدادهایی با حجم جمعیت زیاد در مسابقات حضور پیدا می‌کنند، هم‌شان آن‌ها حفظ شود و هم به آرامش و نشاط ناشی از تماشای یک رویداد ورزشی دست پیدا کنند - چنان‌که نادری و همکاران (۱۳۹۳) مهم‌ترین مطالبات در فضاهای ورزشی مخصوص زنان را تجهیز سالن‌های ورزشی زنان و فعال‌سازی بخش ورزشی موجود دانستند. توسعه فضاهای ورزشی و زیرساخت‌های آن برای زنان می‌تواند یکی از اهداف مهم وزارت ورزش و جوانان باشد.

راهکار پنجم (مدیریتی) شامل ارتقای دانش شغلی مدیران ورزشی، حمایت و تعامل نهادهای مختلف از یکدیگر برای حضور زنان در ورزشگاه‌ها، ایجاد ساختار مدیریتی در ورزش زنان و ایجاد کانون‌های هواداری ورزش زنان بود. اهمیت نقش مدیران در سازمان‌ها به اندازه‌ای است که برخی از صاحب‌نظران وجود یک مدیر قابل و واجد صلاحیت را برای موفقیت سازمان کافی دانسته‌اند. امروزه یکی از چالش‌هایی که سازمان‌های ورزشی و سایر سازمان‌ها را در زمینه انتصاب مدیران تحت تأثیر قرار داده مسئله عدم شایسته‌سالاری، تبعیض و بهره‌وری ناکافی منابع انسانی است. از این رو، جذب مدیران ورزشی لایق و کار آشنا و درگیر با مسائل ورزشی و اهتمام بر افزایش به‌روز دانش و مهارت‌های آن‌ها می‌تواند بسیار کارساز باشد. نفوذ و برتری مردان در عرصه ورزش و تأثیر آن در نگه‌داشتن زنان در حاشیه ورزش تا حد زیادی انجام شده است (قهرمانی و همکاران، ۱۳۹۲). در این راستا، فراهم کردن محیط و اجرای اصلاحیه آموزشی در سال ۱۹۷۲ به عنوان یک قانون بین‌المللی مبتنی بر منع تبعیض جنسیتی در برنامه‌های آموزشی کشورهای جهان از جمله اقدامات قابل توجه بوده است (آکوستا و کارپنتر^۱، ۲۰۱۴). بنابراین با توجه به وجود مشکلات و محدودیت‌های فرهنگی و مدیریتی، کمبود فضاهای ورزشی و تفریحی مختص زنان، نبود لیگ‌های ورزشی معتبر و دائمی مختص زنان، حمایت نکردن از تیم‌های ورزشی زنان و ... ضروری است توجه ویژه‌ای به برطرف کردن این کاستی‌ها مبذول شود و زمینه‌های توسعه مشارکت زنان در ورزش از جمله حضور در ورزشگاه‌ها فراهم گردد.

راهکار ششم جهت تسهیل حضور زنان در استادیوم‌های ورزشی، راهکار اقتصادی است که شامل ترغیب اسپانسرها به سرمایه‌گذاری در بخش ورزش زنان و ارتقای آگاهی و دانش حامیان مالی در زمینه درآمدزایی بیشتر آنان با حضور زنان در استادیوم‌ها می‌باشد. بخش خصوصی باید برای حمایت از ورزش زنان ترغیب شود و این امر در صورتی محقق می‌گردد که فدراسیون‌ها و رسانه‌ها باهم همکاری کنند. در مجموع، به نظر می‌رسد که رفع مشکل حضور زنان مستلزم وجود زیرساخت‌های لازم از جمله مسائل مالی است که این مهم می‌تواند از طریق بخش خصوصی یا حامیان مالی مختلف تامین شود. باتماني و سجاذزاده (۱۳۹۵) بر وجود زیرساخت‌ها به عنوان عوامل مؤثر بر حضور زنان در پارک‌های جنگلی سنندج تاکید کردند. احمدی و رضوی (۲۰۱۵) نیز یکی از ابعاد تحلیلی در مورد حضور زنان در استادیوم‌های ورزشی ایران را بُعد اقتصادی معرفی کردند. ابراهیمی و همکاران (۱۳۸۹) هم در بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر گرایش زنان نسبت به مشارکت در ورزش به عنوان تماشاچی به این نتیجه دست یافتند که زنانی که از پایگاه‌های اقتصادی-اجتماعی بالاتری برخوردار بوده‌اند، گرایش بیشتری به مشارکت در ورزش به عنوان تماشاچی از خود نشان داده‌اند. به نظر می‌رسد عوامل اقتصادی چه در بُعد اجتماعی و در چه بُعد حمایت‌های سازمانی می‌تواند حضور زنان در ورزشگاه را تحت تاثیر قرار دهد.

از پیامدهای سیاسی حضور زنان، کاهش فشارهای بین‌المللی در برگزاری رویدادهای جهانی، ارتقای جایگاه سیاسی دموکراسی در منطقه و جهان، کاهش شکاف بین دولت و خواسته مردم، کاهش فشارهای سیاسی در زمینه نقض حقوق بشر و ایجاد برابری و مساوات زن و مرد در بخش ورزش بود. کشاورز و همکاران (۱۳۹۴) در تحقیقی یکی از تهدیدهای میزبانی رویدادهای بین‌المللی را محدودیت حضور زنان به عنوان تماشاگر در ورزشگاه‌ها بیان کردند. سازمان‌های ورزشی بین‌المللی با اعتراض به عملکرد دولت ایران در محروم کردن زنان از ورود به ورزشگاه، برخی تنبیهات و محرومیت‌ها را علیه ایران وضع کرده‌اند؛ همانند محرومیت ایران از میزبانی در مسابقات لیگ جهانی والیبال و خواهان رفع تبعیض جنسیتی و برداشته شدن ممنوعیت حضور زنان در ورزشگاه‌های کشورمان شده‌اند. از سوی دیگر، بعضی سازمان‌های حقوق بشری نیز با استناد به محرومیت زنان ایرانی از حضور در ورزشگاه‌ها، ایران را به نقض آزادی، برابری و حقوق بشر محکوم کرده‌اند و در واقع این مسئله به چماقی بر سر کشورمان در جوامع بین‌المللی و سیاسی تبدیل شده است. این در حالی است که کشورهای مسلمان همسایه ما که در بیشتر رشته‌های ورزشی سطح پایین تری از ما دارند، محدودیت زنان در ورزشگاه‌ها را از پیش روی خود برداشته‌اند و حتی شاهد آن هستیم که توانستند میزبانی مسابقات مهمی همچون جام جهانی را کسب کنند (خبرگزاری ایمن، ۱۳۹۷). بر این اساس به نظر می‌رسد این مسئله جدا از اعتراضات داخلی، به موضوع جدی امنیتی و حیثیتی نیز برای جمهوری اسلامی ایران تبدیل شده و برخی هزینه‌های سیاسی را نیز بر کشور تحمیل کرده است. در واقع، حضور زنان و خانواده‌ها در ورزشگاه‌ها با رعایت ارزش‌های عرفی نه تنها امنیت اجتماعی را به خطر نمی‌اندازد، بلکه ضامن امنیت ملی مردم محور است و نشاط اجتماعی، رضایتمندی و احساس برابری نیز امنیت ملی را می‌سازد.

پیامدهای امنیتی شامل بهبود سرمایه اجتماعی، بهبود مکانیسم‌های کارآمد کنترل اجتماعی و کنترل بهتر

رفتارهای تماشاگران مرد از طریق حضور زنان در ورزشگاه‌ها به عنوان دومین مؤلفه مورد پرسش از پاسخ دهندگان قرار گرفت. نتایج این تحقیق در زمینه پیامدهای امنیتی با تحقیق، احمدی و همکاران (۱۳۹۵) همخوان می‌باشد. با توجه به فضای تک جنسیتی ایجاد شده در ورزشگاه‌های ایران، به طور معمول ادبیتی در این فضاها به کار گرفته می‌شود که مناسب بیان عمومی نیست. در واقع کم‌کم در استادیوم‌ها با شرایط فرهنگی بحران‌آمیز و نامناسبی روبه‌رو شده‌ایم که به نظر می‌رسد مطلوب شدن فضای موجود استادیوم‌ها، وابسته به حضور زنان است و همچنین با آزاد شدن ورود زنان، فضای فرهنگی استادیوم هم بهتر خواهد شد (خبرگزاری ایرنا، ۱۳۹۷). در نتیجه به نظر می‌رسد حضور زنان در ورزشگاه‌ها، فضای نامناسب فرهنگی در ورزشگاه‌ها را تعدیل و بهبود بخشد. پیامدهای فرهنگی - اجتماعی شامل غنی‌سازی اوقات فراغت سالم و کاهش ناهنجاری‌های اجتماعی، رفتار مطلوب‌تر و بهنجار در بین تماشاگران، ارتقای توسعه ورزش در خانواده‌ها، ایجاد و توسعه فرهنگ حرفه‌ای در ورزشکاران، بهبود نگرش مردم جهان نسبت به جایگاه زنان مسلمان در جامعه و ارتقای سطح اعتماد به نفس زنان در مشارکت‌های فرهنگی و اجتماعی بود. نتایج تحقیق پاتون^۱ (۲۰۰۴)، نیز مؤید همین موضوع در جامعه‌ای دیگر می‌باشد. پیامدهای اقتصادی حضور زنان شامل افزایش جذب حامیان مالی در ورزش، کمک به بهبود زیرساخت‌های ورزشی در ورزشگاه‌ها، ایجاد درآمد بهتر از طریق بلیت‌فروشی و سایر راه‌های کسب درآمد برای باشگاه‌ها و گرایش بیشتر زنان به ورزش می‌باشد. با توجه به اینکه نیمی از جمعیت کشورمان را زنان تشکیل می‌دهند که علاقه‌مندی آن‌ها به ورزش به عنوان هوادار کمتر از مردان نیست، در صورت فراهم شدن امکان حضور زنان در ورزشگاه‌ها به عنوان تماشاگر، شاهد افزایش دوچندان تماشاگر در ورزشگاه‌ها خواهیم بود. البته علاوه بر حضور خود زنان، شاهد همراهی اعضای خانواده و همچنین همراهی بیشتر مردان نیز خواهیم بود که این مسئله به افزایش نشاط و شادابی و سلامت روانی خانواده، افزایش تماشاگر و بهبود فضای رقابت، افزایش درآمدزایی باشگاه‌ها از طریق بلیت‌فروشی و جذب حامیان مالی بیشتر کمک خواهد کرد. بدیهی است که موارد یاد شده به کاستن از مشکلات مالی باشگاه‌ها و خصوصی‌سازی و گرفتن حق بلیت‌فروشی و در نهایت پیشرفت ورزش قهرمانی منجر خواهد شد. نباید از نظر دور داشت که برای پیشرفت و حرفه‌ای شدن ورزش، تیم‌داری دولتی (اداره تیم‌های ورزشی با کمک‌های مالی دولت) راهگشا نیست، بلکه خصوصی‌سازی تیم‌ها و استفاده از حمایت هواداران و بلیت‌فروشی و اسپانسر می‌تواند مسیر حرفه‌ای شدن ورزش قهرمانی ما را رقم بزند و این امر نیازمند فراهم شدن حضور خانواده‌ها به عنوان تماشاگر و علاقه‌مندی آن‌ها به ورزش است. بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر پیشنهاد می‌شود که فرهنگ‌سازی برای حضور زنان تماشاگر در ورزشگاه‌ها از طریق کارشناسان اجتماعی، فرهنگی و ورزشی انجام شود. پیامدها و مزیت‌های حضور زنان در ورزشگاه‌ها به کرات یادآوری و تذکر داده شود تا در میان مشکلات جاری کم‌رنگ و مورد بی‌توجهی قرار نگیرد. همچنین، از ظرفیت‌های رسانه‌های گروهی در این زمینه بیشتر استفاده شود و دستگاه‌ها و مراجع قضایی با برهم‌زنندگان نظم، افراد خاطی و ناهنجار برخورد قاطع، سریع و مؤثر داشته باشند و از ورود افراد مسئله‌ساز به استادیوم‌ها و مجموعه‌های ورزشی جلوگیری شود.

منابع

- ابراهیمی، قربانعلی؛ عسکری، علی و نیک نژاد، محمد رضا. (۱۳۸۹). «بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر گرایش زنان نسبت به مشارکت در ورزش به عنوان تماشاچی». پژوهش‌نامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. ۶ (۱۱)، صص ۶۱-۷۴.
- احمدی، فاطمه؛ رضانی نژاد، رحیم؛ برومند، محمدرضا و قادری، سید نعمت اله. (۱۳۹۵). «بررسی عوامل مؤثر بر حضور تماشاگران زن در استادیوم‌های ورزشی ایران». اولین همایش ملی تحولات علوم ورزشی در حوزه سلامت، پیشگیری و قهرمانی.
- باتمانی، ارسلان و سجاده‌زاده، حسن. (۱۳۹۵). «ارتقای حضورپذیری زنان در فضای ورزشی با رویکرد توسعه امنیت اجتماعی (نمونه موردی: پارک جنگلی توس نوذر سنندج)». کنگره بین‌المللی عمران، معماری و شهرسازی معاصر جهان، تهران.
- پارکز، ژانت بی؛ بیورلی، آر؛ زنگر، کی و کوارترمن، جروم. (۱۳۸۲). مدیریت معاصر در ورزش. محمد احسانی. تهران: انتشارات دانشگاه تربیت مدرس
- تجاری، فرشاد و ترک فر، احمد. (۱۳۹۱). «تأثیر دوستان، موقعیت اجتماعی و خانواده بر انگیزش جذب تماشاگران به مسابقات لیگ برتر فوتبال ایران». پژوهش‌های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی. ۱ (۹)، صص ۷۹-۸۸.
- خبرگزاری ایرنا (۱۳۹۷). «بانوان ایرانی چند گام تا ورود به ورزشگاه». <http://www.irna.ir/fa/News/82704728>
- خبرگزاری ایمننا. (۱۳۹۷). «حضور زنان در ورزشگاه از امنیت ملی تا امنیت فرهنگی». <http://www.Imna.ir/news/356895/>
- رحمانی نیا، فرهاد؛ رضانی نژاد، رحیم و سلطانی، مصطفی. (۱۳۸۲). «مقایسه اثر حضور تماشاگران مرد و زن بر نتایج پرتاب آزاد بسکتبال و بارفیکس پسران دانشجو». نشریه حرکت. شماره ۱۷، صص ۱۳۷-۱۴۸.
- عبدوی، فاطمه و فخری، فرناز. (۱۳۹۰). «نقش رسانه در توسعه فرهنگ ورزش در اوقات فراغت». فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی. ۱۸ (۴)، صص ۳۱-۵۰.
- فخار طوسی، جواد. (۱۳۹۷). حضور زنان در ورزشگاه‌ها؛ پژوهشی فقهی. پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی وابسته به دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، به سفارش مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست جمهوری.
- قبادی پور، مرضیه. (۱۳۹۵). «نقش رسانه در ورزش بانوان». کنگره بین‌المللی علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، تهران.
- قراخلو، رضا و نیسیان، فریده. (۱۳۸۶). «بررسی نگرش اقشار مختلف درباره حضور تماشاچیان زن در میدان‌ها و رقابت‌های ورزشی مردان». پژوهش در علوم ورزشی. ۱۷، صص ۳۳-۵۰.
- قهرمانی، جعفر؛ محرم زاده، مهرداد و سعیدی، شیدا. (۱۳۹۲). «بررسی عوامل بازدارنده مؤثر بر میزان شرکت معلمان زن مقاطع سه‌گانه تحصیلی در فعالیت‌های ورزشی هر مرد». نشریه علمی پژوهشی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. ۲ (۶)، صص ۵۷-۶۶.
- کشاورز، لقمان؛ فراهانی، ابوالفضل؛ رضایی صوفی، مرتضی و ذکایی، حسین. (۱۳۹۴). «تحلیل عاملی نقاط

- قوت، ضعف، تهدیدها و فرصت‌های اخذ و میزبانی رویدادهای بزرگ بین‌المللی ورزشی در ایران». پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. ۴(۱)، صص ۱۱-۲۴.
- معینی فر، حشمت‌السادات. (۱۳۸۸). «بازنمایی کلیشه‌های جنسیتی در رسانه (مطالعه موردی: صفحه حوادث روزنامه همشهری)». فصلنامه تحقیقات فرهنگی. ۲ (۷)، صص ۱۶۷-۱۹۷.
 - المیری، مجتبی؛ نادریان جهرمی، مسعود؛ سلطان حسینی، محمد؛ نصر اصفهانی، علیرضا و رحیمی، محمد. (۱۳۸۸). «بررسی عوامل مؤثر بر حضور تماشاگران فوتبال در ورزشگاه‌ها». نشریه مدیریت ورزشی. ۳، صص ۶۱-۷۳.
 - نادری، احمد؛ شهبازی، مهدی و اکبری، الهام. (۱۳۹۳). «تحلیل انسان‌شناختی ورزش زنان: مطالعه‌ای بر فعالیت‌های ورزشی در پارک‌های بانوان تهران». پژوهش‌های انسان‌شناسی ایران. ۴(۲)، صص ۵۱-۶۸.
 - Ahmadi, F., Razavi, S.M.H. (2015). "An investigation into the cultural-social, economic, administrative and civil-law aspects of the presence of female spectators in Iranian sport stadiums". *International Journal of Sport Studies*, 5 (5), 570-575.
 - Acosta, R. V., & Carpenter, L. J. (2014). "Women in intercollegiate sport: A longitudinal study"—a 37-year update—1977–2014". Retrieved 9 November 2018 from: <http://www.acostacarpenter.org/>.
 - Bailey, Richard, I. Wellard and Dis-more, H. (2004). "Girls' participation in physical activities and sports: Benefits, patterns, influences and ways forward. Centre for physical Education and Sport Research". United Kingdom: Canterbury Christ Church University College. Available from: <http://www.icsspe.org/portal/download/Girls.pdf?PHPSESSID=002ba9b543c789519ae82d8eaf0862b8>.
 - Benn, T., Pfister, G., Jawad, H. (2011). *Muslim women and sport*. Routledge: New York
 - Beutler, I. (2008). "Sport serving development and peace: Achieving the goals of the United Nations through sport". *Sport in Society* 11(4): 359-369.
 - Blau, F. D., & Kahn, L. M. (2017). "The gender wage gap: Extent, trends, and explanations". *Journal of Economic Literature*, 55(3), 789–865.
 - Dixon, C. (2018). "Exploring the Experience of Women in Sport Leadership and Management". *University Research Symposium*, 45. https://ir.library.illinoisstate.edu/rsp_urs/45
 - Hargreaves, J. (1994). *Sporting females, Critical issues in the history and sociology of women's sports*. Routledge: Canada & USA
 - Heilman, M. E., & Caleo, S. (2018). "Combatting gender discrimination: A lack of fit framework". *Group Processes & Intergroup Relations*, 21(5), 725–744.
 - Hylton, K. (2001). *Sport development: policy, process, and practice*. London, New York; Routledge

- Madensen, T.D., Eck, J.E. (2008). **“Spectator violence in stadiums, a report of U.S Department of Justice”**. Available from: https://go.unlv.edu/sites/default/files/page_files/3/Spectator-Violence-in-Stadiums.pdf
- LaVoi, N. M. (2016). **“Introduction”**. In N. M. LaVoi (Ed.), *Women in sport coaching*. (pp. 1–9). New York: Routledge.
- Litchfield, C., Kavanagh, E., Osborne, J., Jones, I. (2018). **“Social media and the politics of gender, race and identity: the case of Serena Williams”**. *European journal for sport and society*, 15 (2): 154-170.
- Patton, R. and Burlington, V. (2004). **“Factors affecting spectator attendance at mens Ncce division one soccer games”**. *International Sport*, 7(2), Pp, 23-33.
- Pope, S. (2013). **“The love of my life, the meaning and importance of sport for female fans”**. *Journal of sport and social issues*, 37(2), 176-195.
- Richards, K. (2018). **“An Examination of Women in Leadership Positions in Sport: A case study of Australian Rules football”**. Doctoral thesis, Charles Sturt University, New South Wales.
- Stronach, M., Mazwell, H., Pearce, S. (2018). **“Indigenous Australian Women Promoting Health through Sport”**. *Sport management review*, <https://doi.org/10.1016/j.smr.2018.04.007>.
- Wicker, P., Cunningham, G.B., Fields, D. (2019). **“Head coach changes in women’s college soccer: an investigation of women coaches through the lenses of gender stereotypes and the glass cliff”**. *Sex roles*, 1: 1-11.
- Wu, C.H, Fong, W. C. (2011). **“Combining the fuzzy analytic hierarchy process and the fuzzy Delphi method for developing critical competences of electronic commerce professional managers”**. *Qual Quant*, 45,751-768.

سنجش نقش ورزش در بر ساخت گرایش‌های هویت‌خواهانه

سید محمد تقی رئیس السادات^۱

افشین متقی^۲

سید نصرالله سجادی^۳

حسین ربیعی^۴

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۱۰/۳

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۳/۱۱

ورزش به مثابه یک واقعیت و رفتار اجتماعی می‌تواند فضایی برای تجلی و بازنمایی کنش‌ها و رفتارهای هویت‌خواهانه باشد. این امر، به‌ویژه در جهان ارتباطاتی و اطلاعاتی امروز و محبوبیت فزاینده شماری از ورزش‌ها، قابل تامل است. هویت‌خواهی از مهمترین شاخص‌های ملی‌گرایی است. در عصر حاضر با وجود گرایش کشورهای به سمت جهانی شدن، ملی‌گرایی و گرایش‌های هویت‌خواهانه نیز همچنان مورد پذیرش ملت‌ها و کشورها هستند. هدف پژوهش حاضر، بررسی چگونگی تاثیر ورزش بر هویت‌خواهی است. روش تحقیق در این پژوهش، پیمایشی است که با تدوین پرسشنامه و روش نمونه‌گیری خوشه‌ای، نظر ۱۲۰ نفر از اعضای هیئت علمی و دانشجویان دکتری رشته‌های مدیریت ورزشی و جغرافیای سیاسی در دانشگاه‌های تهران درباره تاثیر ورزش بر شاخص‌های هویت - شامل هویت ملی، ملیت و ناسیونالیسم و دولت - ملت‌سازی - پرسیده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که ورزش می‌تواند فضایی برای بروز و تقویت هویت ملی باشد؛

مانند نتایج درخشان ورزشکاران ایرانی در المپیک ۲۰۱۲ لندن و افزایش وزن ژئوپولیتیکی ایران در جهان اسلام، ملیت و ناسیونالیسم نیز می‌تواند در مسابقات ورزشی تجلی یابد و تاثیر سیاسی و ژئوپولیتیکی خود را برجای بگذارد؛ مانند قهرمانی کشور قطر در جام ملت‌های آسیا ۲۰۱۹ که به ابزاری برای خودنمایی این کشور در مقابل ژئوپولیتیک تحمیلی عربستان تبدیل شد. همچنین، ورزش می‌تواند فرایند دولت-ملت‌سازی را نیز تحت تاثیر قرار دهد.

پس‌نهاده پژوهش حاضر این است که مدیران، مسئولان و سیاست‌گذاران، نقش ورزش در مسائل هویتی و ملی‌گرایانه به عنوان یک اصل راهبردی در سیاست‌های کلان ملی و کشوری را در نظر گیرند.

واژگان کلیدی: ورزش، هویت، ملیت، ناسیونالیسم و دولت-ملت

مقدمه

ورزش به مثابه یک کوشش جمعی، در دوران مدرن ماهیت و کارکردی چندلایه یافته و به فضایی برای پیوند مولفه‌های سیاسی و اقتصادی در مقیاس‌های گوناگون تبدیل شده است. حکومت‌های ملی و مجامع بین‌المللی با تشکیل وزارتخانه‌ها و سازمان‌های مربوطه در مقیاس ملی و نهادها و انجمن‌ها در مقیاس بین‌المللی توجه ویژه‌ای را به ورزش معطوف داشته‌اند و از نقش و جایگاه آن در راستای توسعه اهداف سیاسی و اقتصادی استفاده می‌نمایند، چراکه رویدادها و فعالیت‌های ورزشی تأثیر روزافزونی بر فعالیت‌های گوناگون انسان، از جمله فعالیت‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی دارند (چرنوشنکو، ۱۳۹۴: ۲۵). ورزش در عصر ارتباطات و جهانی شدن از یک موضوع صرف ورزشی خارج شده و در طول سال‌های متمادی، اثرات ماندگاری در عرصه‌های مختلف اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و تجاری شهرها و نواحی پیرامون گذاشته است (رجانی، ۱۳۹۵: ۵۸)، امروزه اهمیت و جاذبه‌های ورزشی چنان فراگیر و همه‌گیر شده که قسمت مهمی از صنعت توریسم به «توریسم ورزشی» تعبیر می‌شود و علی‌رغم اینکه تأسیسات گسترده، فضا، امکانات و سرمایه‌های زیادی می‌طلبند، بازده اقتصادی، اشتغال‌زایی و شهرت فراوانی را برای شهر میزبان به ارمغان می‌آورد (جرفی و رسولی، ۱۳۹۳: ۱۰)؛ به طوری که معمولاً کشورهای میزبان بازی‌های المپیک و جام جهانی در سال قبل و سال برگزاری رویداد ورزشی در کشورشان، روند رو به رشدی را به لحاظ رشد تولید ناخالص داخلی شاهد هستند. از این گذشته، ورزش در یک چارچوب زمانی کوتاه در اوایل قرن نوزده میلادی - زمانی که بسیاری از ورزش‌ها برای اولین بار نهادها و سازمان‌های حاکم آن‌ها تأسیس شد - متحول گردید و تقریباً در تمام رشته‌های ورزشی تغییراتی برای شکل دادن نظم ورزش به منظور رقابت‌های بین‌المللی، فرآیندی که «ورزشی شدن» نامیده می‌شود، رخ داد؛ توسعه و تحولاتی همچون تأسیس نهادهای حاکم، کتاب قوانین، زمان و فضا که پارامترهایی برای تعامل رقابتی و تغییر آزادتر بازی‌های قومی که از قبل وجود داشته‌اند (الیاس و داوونینگ، ۲۰۱۸: ۲۵). به عنوان یک مثال تاریخی، ورزش تنیس یکی از اولین ورزش‌های مدرن بود که برای بین‌المللی شدن شروع به توسعه شاخصه‌های جهانی کرد. این بازی در سال ۱۸۷۴ توسط آمریکا معرفی شد (کوپر^۱، ۲۰۱۴: ۵۷). اولین مسابقات نیمه‌رسمی تنیس شامل بازیکنانی از آمریکا، کانادا و انگلستان در سال ۱۸۷۸ در نیو پورت ایلات متحده آمریکا برگزار شد. این دوره از مسابقات، طلایه‌دار اولین رقابت تیم‌های بین‌المللی در سال ۱۹۰۰ شد؛ به گونه‌ای که «چلنج کاپ^۲ بین‌المللی تنیس روی چمن» نامیده شد. شرکت در رقابت برای همه کشورهایایی که انجمن رسمی تنیس را برای سازمان‌دهی و توسعه ورزش تأسیس کرده‌اند، آزاد بود (اسمارت^۴، ۲۰۱۷: ۸۶). استدلال شده است که مجموعه این رخدادهای ورزشی به عنوان تعامل و همکاری درونی تعدادی از فرآیندهای پیچیده سیاسی دولت‌ها در مقیاس بین‌المللی حاصل شده است (کوپر، ۲۰۱۴: ۶۰). بنابراین ورزش از سویی به جهانی شدن صلح و از سوی دیگر، به محلی شدن رقابت‌ها کمک می‌کند

1. Elias and Dunning
2. Cooper
3. Challenge Cup
4. Smart

(مالمیر، ۱۳۹۵: ۳۰). ضرورت همگرایی، مشارکت و ترویج همزیستی با رویدادهای جهانی مانند ورزش از اواخر دهه پنجاه و اوایل دهه شصت میلادی به دلیل شرایط ویژه جهانی و رشد تدریجی ارتباطات بیشتر نمود پیدا کرده است. فدراسیون‌های بین‌المللی و انجمن‌های بین‌المللی جام جهانی (غفوری و هنرور، ۱۳۹۶: ۱۰۵)، بازی‌های کشورهای مشترک‌المنافع، حضور قهرمانان ورزشی بین‌المللی، تجارت جهانی پوشاک ورزشی، افزایش قدرت سازمان‌های ورزشی بین‌المللی، رویدادهای بزرگ ورزشی، جهانی شدن رسانه‌ها، مهاجرت بازیکنان و مربیان، تیم‌های فراملی و توسعه ورزش و توریسم ورزشی از مصداق‌های ورزش به‌شمار می‌روند (لوپز و ابراین^۱، ۲۰۱۹: ۸۷). همچنین، ورزش می‌تواند در ترکیب یا تجزیه ساخت و بافت قومی کشورها نیز موثر باشد. به عنوان مثال، عملکرد بازیکنان لهستانی تبار و ترک‌تبار تیم ملی فوتبال آلمان در موفقیت‌های این تیم تأثیرگذار بوده است و به همین دلیل، نگاه‌های نژادپرستانه سابق به مهاجران در آلمان تا حد زیادی تعدیل شده است (خبیری و فتاحی زاده، ۱۳۹۸: ۱۵). با توجه به اهمیت ژئوپلیتیکی ورزش، پژوهش حاضر به بررسی مصادیق هویت خواهانه در ورزش پرداخته است تا مشخص شود که چگونه ورزش می‌تواند به عنوان عامل و نیرویی در جنبش‌های هویت خواهانه و ملت-قومیت محورانه باشد.

استفاده از ورزش به عنوان یک استراتژی برای ارتقای اخلاق و رفتار اخلاقی در ورزش و حفاظت از حقوق بشر باید به عنوان یک سلاح بسیار قدرتمند باشد. ورزش و رویدادهای ورزشی توسط انقلابیون و اصلاح طلبان برای جنگ در مقابل نژادپرستی به کار گرفته شده است (Radchenko, 2018: 132). کمیته المپیک در مورد حقوق بشر (OCHR^۲) در بازی‌های المپیک ۱۹۶۸ مکزیک نقش فعالی بازی کرد. در این بازی‌ها ورزشکاران نامی سیاه پوست اقدام به اعتراض و تحریم بازی‌ها نمودند. آنها بازوهای خود را با باندهای سیاه پوشانده، دستکش‌های سیاه و جوراب‌های سیاه پوشیده بودند و یک شال (دستمال) سیاه به گردن خود آویخته بودند تا به بی‌عدالتی در مورد سیاه‌پوستان در آمریکا اعتراض کنند (Guoqi, 2019: 18). به این ترتیب که اسمیت و کارلوس، قهرمانان سیاه‌پوست آمریکایی در رشته دوومیدانی به هنگام دریافت مدال طلا و برنز خود، با سربهایی به زیر افکنده درحالی‌که دستکش‌های سیاهی به دست داشتند، دست‌ها را به سوی آسمان بلند کردند و به این ترتیب، اعتراض خود را نسبت به رفتار دولت آمریکا در برخورد با سیاهان نشان دادند و افکار عمومی جهان را متوجه وضعیت نامطلوب سیاهان در آمریکا کردند (Alegi, 2018: 20).

ورزش و ضد استعمارگرایی^۳

ورزش به دلیل داشتن ظرفیت و پتانسیل سیاسی و ارزش‌های بی‌آلایش توانسته است به وسیله دولت‌های ضد استعماری یا ورزشکاران ملل جهان سوم و استعمارزده در معرفی استعمار و عاملان آن ایفای نقش کند (Bloyce and Smith, 2019: 11). مثال‌های آن بسیار است که از جمله می‌توان به اقدام سمبلیک مارادونا علیه اشغال جزایر مالویناس توسط انگلیس (Houlihan and Zheng, 2013: 24)، حرکت نمایشی ورزشکاران سیاه‌پوست آمریکا در سال ۱۹۶۸ در زمان قرار گرفتن بر سکوی قهرمانی در مخالفت با نژادپرستی دولت این

1. Lopez & O'Brein

2. Office of Civilian Human Resources

3. Anti-Colonialism

کشور علیه سیاه پوستان (Houlihan and White, 2012: 40)، نبرد چریک‌های فلسطینی با مأموران امنیتی اسرائیل در بازی‌های سال ۱۹۷۲ مونیخ، تحریم بازی‌های المپیک مسکو و لس آنجلس از سوی جمهوری اسلامی ایران به ترتیب به دلیل اشغال افغانستان توسط روس‌ها و زورگویی‌های آمریکا به کشورمان و عدم مسابقه ورزشکاران ایرانی با ورزشکاران اسرائیل به دلیل نامشروع بودن موجودیت آن اشاره کرد (Cho, 2018: 46). در مورد اخیر حتی احتمال حذف ایران از بازی‌های المپیک ۲۰۰۴ وجود داشت، اما ورزشکاران ایران با این اقدام این پیام را به جهانیان دادند که ارزش‌های سیاسی این کشور با سیستم متعارف ورزشی لزوماً مطابق نیست.

ورزش و محیط‌زیست

در بازی‌های جهانی و المپیک‌های اخیر شعارها و فعالیت‌های امیدبخشی در مورد محیط‌زیست و حفاظت از آن بیان شده است و سازمان‌های ورزشی فعالیت‌های مربوط به خود را در التزام به حفظ و نگهداری از محیط‌زیست می‌دانند (Green and Houlihan, 2015: 72) - برعکس بسیاری صنایع دیگر که مخرب محیط‌زیست هستند. در سال ۱۹۹۴ پس از پایان بازی‌های زمستانی لیلی هامر نروژ که طی آن توجه خاصی به حفاظت از محیط‌زیست گردید، رئیس کمیته بین‌المللی المپیک موافقت‌نامه همکاری با برنامه محیط‌زیست سازمان بین‌الملل را به امضا رساند (Grix, 2019: 23). بر این اساس، در سال ۱۹۹۵ کمیسیون ورزش و محیط‌زیست در کمیته بین‌المللی المپیک تشکیل گردید و اولین کنفرانس جهانی در همین سال در شهر لوزان سوئیس برگزار شد (Houlihan, 2017: 36). هدف از تشکیل این کمیسیون، اجرای اقداماتی در جهت افزایش آگاهی زیست‌محیطی در مجامع ورزشی و تلاش به منظور کاهش اثرات مخرب فعالیت‌های ورزشی در عرصه محیط‌های طبیعی می‌باشد. در حال حاضر محیط‌زیست به عنوان سومین رکن المپیزم بعد از ورزش و فرهنگ مطرح می‌باشد (Kahtani, et al, 2013: 66).

ژئوپولیتیک ورزش

ژئوپولیتیک را می‌توان به عنوان علم بررسی رقابت و یا تعامل در نظام جهانی در نظر گرفت؛ رقابت و تعاملی که بر شناخت ویژگی‌ها و واقعیت‌های سرزمینی متکی است (مجتهدزاده، ۱۳۹۱: ۱۱۸). از سوی دیگر، ورزش و مسابقات ورزشی به طور گسترده‌ای وارد زندگی خصوصی، عمومی مردم جهان شده و در رفتار افراد، جوامع، دولت‌ها و رسانه‌ها تاثیر می‌گذارد. صرف نظر از ابعاد زیستی - بهداشتی، اقتصادی و اجتماعی، سرگرمی و تفریحی ورزشی و مسابقات ورزشی این پدیده دارای نتایج سیاسی است که روابط دولت‌ها و گروه‌های اجتماعی را تحت شعاع قرار می‌دهد و با مفاهیمی چون: قدرت ملی، رقابت همگرایی، واگرایی، ستیز و منازعه ناسیونالیسم و ملی‌گرایی، ایجاد وحدت ملی و نظایر آن پیوند می‌خورد و بر نگرش و رفتار دولت‌ها و ملت‌ها نسبت به هم دیگر تاثیر می‌گذارد. ژئوپولیتیک ورزشی که به مطالعه موارد مزبور می‌پردازد، یکی از بسترهای مناسب برای تولید و گسترش گزاره‌های علمی و کاربردی در قلمرو ژئوپولیتیک است (حافظ‌نیا، ۱۳۹۰: ۱۰۸). مفاهیم اساسی در ژئوپولیتیک با ورزش ارتباط نزدیکی دارد. به عنوان مثال، برای بحران ژئوپولیتیکی می‌توان جریان کشمکش مرزی هندوراس و السالوادور را نام برد که بعد از یک مسابقه فوتبال این بحران رو به وخامت گذاشت و به جنگ بین دو کشور انجامید (Swart et al, 2017: 71) یا در بحث انزوای ژئوپولیتیکی می‌توان

به تحریم کشور اسرائیل توسط اعراب در دهه ۷۰ میلادی اشاره کرد که در نهایت فدراسیون‌های ورزش این کشور جزو اروپا محسوب شدند (Merkel, 2015: 381). در بحث‌های هویت ملی می‌توان خوشحالی مردم ولز از صعود کشورشان به بخش نیمه‌نهایی مسابقات یورو ۲۰۱۵ و عدم صعود انگلستان همزمان با جریان خروج انگلستان از اتحادیه اروپا اشاره کرد. همچنین خوشحالی مردم کاتالونیا از پیروزی تیم بارسلونا برابر رئال مادرید، یکی دیگر از این موارد است (Walters, 2018: 30). در بحث وابستگی ژئوپولیتیک و تاثیر آن بر ورزش، باید به کشورهای بلوک شده از تحریم المپیک ۱۹۸۴ توسط شوروی اشاره کرد. بیشتر کشورهای تابع جریان کمونیستی این مسابقات را تحریم کردند و یا برعکس کشورهای حاوی جریان غرب به رهبری آمریکا نیز مسابقات المپیک ۱۹۸۰ مسکو را تحریم کردند (Swart, et al, 2017: 25). در واقع، ژئوپولیتیک ورزش مانند سایر گرایش‌های ژئوپولیتیک و اساساً مانند سایر علوم به مثابه تیغ دو دم عمل می‌کند. کارکرد مثبت آن از طریق ایفای نقش به عنوان عاملی اجتماعی‌کننده و وحدت بخش در شکل دادن و دائمی ساختن بسیاری از ارزش‌های اجتماعی مانند سخت‌کوشی، از خود گذشتگی، بازی منصفانه، وفاداری، تعهد، قابلیت، اعتماد و نظم شخصی ظاهر می‌شود. بعد منفی رویدادهای ورزشی نیز از رهگذر بازتاب پاره‌ای از خشونت‌ها که به شکل برجسته‌ای در جامعه وجود دارد از قبیل نژادپرستی بروز می‌کند (احمدی پور، ۱۳۹۰: ۴۲).

روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق، از نوع توصیفی-تحلیلی بود که به شکل پیمایشی و میدانی انجام گرفت. در این پژوهش، با استفاده از پرسشنامه، به بررسی نظرات متخصصان و کارشناسان در مورد مولفه‌ها و شاخص‌های هویت‌خواهانه در ورزش پرداخته شد. جامعه آماری این تحقیق را تمامی اساتید دانشگاه و دانشجویان دکتری رشته مدیریت ورزشی و جغرافیای سیاسی در دانشگاه‌های دولتی و آزاد تهران تشکیل می‌دادند که تعداد ۱۲۰ نفر با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای به عنوان نمونه تحقیق در نظر گرفته شدند. متغیر هویت در این تحقیق در سه شاخص هویت ملی، ملیت و ناسیونالیسم و دولت-ملت سازی^۱ طبقه‌بندی شد. تجزیه و تحلیل در بخش آمار استنباطی برای پردازش متغیرها و ابعاد اصلی تحقیق با به‌کارگیری بسته‌های نرم‌افزاری آماری SPSS نسخه ۲۱ و Lisrel 8.5، برای بررسی فرض نرمال بودن توزیع آماری از طریق آزمون کولموگروف-اسمیرنوف انجام شد که حاکی از توزیع نرمال داده‌ها بود. در نهایت، از تحلیل عاملی برای اولویت‌بندی شاخص‌های سه‌گانه مرتبط با هویت استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

در این بخش، یافته‌های پژوهش در سه بخش یافته‌های توصیفی، یافته‌های استنباطی و اولویت‌بندی و مقایسه شاخص‌ها ارائه می‌شوند.

در این تحقیق، بیشترین تعداد پاسخ‌دهندگان را مردان با ۶۵/۸۳ درصد (۷۹ نفر) و افراد زیر ۳۰ سال با ۵۶/۶۶ درصد (۶۸ نفر) تشکیل می‌دادند. میانگین سنی پاسخ‌دهندگان ۳۳/۶۸ سال و میانگین سابقه کار آن‌ها

۸/۲۶ سال بود و بیشتر پاسخ‌دهندگان دانشجویان دوره دکتری، با ۶۲/۵۰ درصد (۸۱ نفر) و بقیه اعضای هیئت علمی با ۳۲/۵۰ درصد (۳۹ نفر) بودند. علاوه بر این، بیش از نیمی از پاسخ‌دهندگان را افرادی تشکیل می‌دادند که سابقه کاری آن‌ها کمتر از پنج سال بود. برای تبیین یافته‌های استنباطی در این بخش، ابتدا پیش فرض‌های ورود به نوع آزمون مورد ارزیابی قرار گرفت و برای اولویت بندی هر یک از ابعاد مختلف هویت از تحلیل عاملی مرتبه دوم استفاده گردید. همچنین برای مقایسه و اولویت بندی دیدگاه‌های نمونه‌های تحقیق از بارهای عاملی به دست آمده، از تحلیل عاملی تأییدی بهره گیری شد.

جدول ۱: دیدگاه نمونه تحقیق درباره اثرات ورزش بر هویت ملی

ردیف	گویه‌ها	دیدگاه مثبت	دیدگاه منفی	دیدگاه مبهم	تأثیر مثبت	تأثیر منفی
۱	ورزش در برپا ساختن و تقویت هویت‌های ملی تاثیر دارد.	۸۱/۷	۱/۷	۱۶/۷	۵/۵۹	متوسط
۲	ورزش در قالب رقابت‌های بین کشورها، در تحکیم و تداوم نظام و ستفالیایی کشور - محور تاثیرگذار است.	۵۶/۷	۱۹/۲	۲۴/۲	۴/۶۵	کم
۳	رقابت‌های ورزشی بین کشورها، نیروی ناسیونالیسم را بر می‌انگیزد و تصاویر ذهنی مثبتی بر مرزهای ملی را تقویت می‌کند.	۸۳/۳	۰/۸	۱۵/۸	۵/۷۴	متوسط
۴	ورزشی مانند فوتبال در تقویت روحیه ملی و اتحاد ملی و وفاداری بیش تر به ارزش‌های ملی تاثیرگذار است.	۸۴	۰	۱۵/۹	۵/۹۲	کم
۵	ملت‌ها از طریق پیکارهای ورزشی مانند فوتبال خود را در جهان معرفی می‌کنند و یا به نبرد با یکدیگر می‌روند.	۶۲/۷	۱۷/۵	۱۹/۱	۴/۸۷	کم
۶	کارکرد ورزش، عموماً تجویز و تبلیغ یک هویت ملی خاص است؛ هویتی که بسته به این‌که کدام جناح سیاسی-مذهبی تر با ملی تر- در یک برهه خاص زمانی وجه غالب را داشته، در تغییر بوده است.	۶۳/۴	۱۳/۳	۲۸/۳	۴/۶۳	کم
۷	ورزش مدرن و حرفه‌ای نقش مهمی در ساخت و قوام این جامعه تصویری و پیوند ذهنی ملت‌ها دارد.	۷۹/۲	۲/۵	۱۸/۳	۵/۴۴	کم
۸	وقتی تیم‌های ورزشی یا قهرمانان ملی در صحنه‌های بین‌المللی حاضر می‌شوند و به رقابت با «دیگر» تیم‌های ورزشی و قهرمانان ملی سایر کشورها می‌پردازند، آن تیم ورزشی (مانند فوتبال، والیبال یا کشتی) به نماد ملی تبدیل می‌شود و سرنوشت آن‌ها برای همه اهمیت می‌یابد.	۷۲/۳	۶/۷	۲۱	۵/۰۳	کم
۹	کشورها به زیرکی می‌توانند از ورزش در سیاست هویت‌سازی مد نظر خود استفاده کنند (وقتی همه مردم برای پیروزی و برد تیم‌های ورزشی ملی یا قهرمانان ملی شان یک شعار می‌دهند و در کنار هم قرار می‌گیرند، به نوعی وفاداری‌شان را به نمادهای ملی تقویت می‌کنند. پرچم‌های کشورشان را به دست می‌گیرند، به خاطر سرود ملی و برافراشته شدن پرچم‌شان می‌ایستند و نام کشورشان را با افتخار هم‌آوایی می‌کنند).	۴۶/۷	۲۴/۲	۲۹/۱	۴/۲۸	کم

داده‌های جدول ۱، نشان می‌دهد که دیدگاه‌های پاسخ‌دهندگان به اثرات ورزش بر هویت ملی، در دامنه دیدگاه‌های موافق قرار گرفته و همگی پاسخ‌دهندگان دیدگاه مثبت و موافقی در این مورد اعلام کرده‌اند. از نظر ارزیابی میزان اهمیت نیز همه گویه‌ها در دامنه میزان ارزیابی «مثبت کم» قرار گرفته‌اند.

جدول ۲: دیدگاه نمونه تحقیق درباره اثرات ورزش بر ملیت و ناسیونالیسم

ردیف	گویه‌ها	دیدگاه مثبت	دیدگاه بی‌طرف	دیدگاه منفی	میانگین	نوع اثر	میزان اثر
۱	ورزش می‌تواند در خدمت برخی خرده هویت‌ها و گروه‌های قومی به ویژه آن‌هایی که به دنبال ترسیم سرنوشت مجزا برای خود هستند، نیز قرار گیرد.	۶۶/۶	۱۱/۷	۲۲/۷	۴/۹۰	مثبت	کم
۲	تاثیر ورزش بر گسترش قومیت‌خواهی و جدایی‌طلبی.	۷۶/۶	۱۹/۲	۱۴/۲	۵/۰۹	مثبت	کم
۳	ناسیونالیسم‌های قومی می‌توانند با اتکا به ورزش، در جهت رسیدن به خواست‌های خود استفاده کنند.	۷۶/۷	۵	۱۸/۴	۵/۲۶	مثبت	کم
۴	ورزش و توسعه قدرت و اقتدار قوم‌گرایان و ملی‌گرایان در مقیاس کشوری، منطقه‌ای و جهانی.	۷۶/۶	۶/۷	۱۶/۶	۵/۳۸	مثبت	کم
۵	ورزش و گسترش قلمروزدایی (کم‌رنگی مرزهای سیاسی و جغرافیایی)، تقویت ملی‌گرایی و سرزمین‌محوری.	۶۸/۴	۱۳/۳	۱۸/۴	۵/۰۱	مثبت	کم
۶	اگر برخی از قوم‌گرایان در ایران تقاضاهای قومی خود را از راه لباس تیم فوتبال‌شان و نمادهای ورزشی دنبال کنند و یک تیم فوتبال باشگاهی را جدای از تمام ایران بدانند، ورزش در جهت جدایی‌طلبی قومی عمل نموده است.	۷۸/۳	۷/۵	۱۴/۱	۵/۵۸	مثبت	متوسط
۷	در بسیاری از جوامع چند قومی به ویژه در جنوب غرب آسیا، برخی گروه‌های قومی جدایی‌طلب از ورزش و آوردگاه‌های ورزشی مانند مسابقات فوتبال برای تعقیب خواست‌های جدایی‌طلبانه استفاده می‌کنند و ناسیونالیسم قومی‌شان را در مقابل ناسیونالیسم ملی تحریک می‌نمایند.	۵۳/۳	۲۵	۱۹/۷	۴/۵۱	مثبت	کم
۸	ورزش کارکرد هویت‌ساز برای یک گروه قومی ایفا می‌کند و از آن در راستای تقویت و تحکیم پیوندهای قومی و خودنمایی در برابر هویت کلان ملی استفاده می‌شود.	۶۴/۲	۱۶/۷	۱۹/۲	۴/۸۴	مثبت	کم
۹	ورزش و افزایش جدایی‌های متقابل قومی.	۷۰/۸	۹/۲	۲۱/۲	۵/۰۸	مثبت	کم
۱۰	ظهور و گسترش فعالیت سازمان‌های قوم‌گرا در بستر ورزش.	۷۲/۵	۹/۲	۱۸/۳	۵/۲۴	مثبت	کم
۱۱	ورزش و گسترش جدایی‌خواهی.	۴۳/۳	۳۳/۳	۲۳/۳	۵/۲۸	مثبت	کم
۱۲	ورزش و گسترش تعامل واحدهای جدایی‌خواه‌دار پیوست ژئوپولیتیک در آسوی مرزها (مانند آذری‌ها در ایران).	۸۰/۹	۲/۵	۱۶/۷	۵/۷۰	مثبت	متوسط

طبق جدول ۲، همه پاسخ‌دهندگان دیدگاه خود را به اثرات ورزش بر ملیت و ناسیونالیسم، مثبت و موافق اعلام کرده‌اند. از نظر ارزیابی میزان اهمیت نیز اکثر گویه‌ها از دید پاسخ‌دهندگان در دامنه میزان ارزیابی «مثبت کم» قرار گرفته‌اند.

جدول ۳: دیدگاه نمونه تحقیق درباره اثرات ورزش بر دولت- ملت سازی

رتبه	گویه‌ها	دیدگاه مثبت	دیدگاه بی طرف	دیدگاه منفی	میانگین	نوع اثر	میزان اثر
۱	ورزش در برساخته شدن و تقویت کشورها و ملت‌ها تاثیر دارد.	۷۸/۳	۳/۲	۱۷/۵	۵/۴۱	مثبت	کم
۲	پیروزی‌های تیم ملی کلمبیا در جام جهانی ۲۰۱۴ نمود بارز تاثیر ورزش بر تقویت وحدت ملی بود؛ جایی که همه مردم این کشور (که همواره درگیر نزاع‌های خونین داخلی بوده است) به دلیل این موفقیت‌های بزرگ در کنار یکدیگر حس یکی بودن کردند.	۷۵	۵	۲۰	۵/۲۳	مثبت	کم
۳	ورزش وقتی با ناسیونالیسم عجین می‌شود، ورزش کاران را در قامت سربازان و مبارزینی قرار می‌دهد که برای شکوه و پیروزی یک ملت رقابت می‌کنند و موجب غرور ملی می‌شوند.	۴۵/۹	۲۲/۵	۳۱/۷	۴/۱۵	مثبت	کم
۴	ناسیونالیسم و حس میهن پرستی است که به ورزش کاران می‌آموزد به لباسی که به عنوان ورزشکار ملی بر تن کرده‌اند، فخر بورزند و برای به اهتزاز در آمدن پرچم و سرود ملی شان تلاش نمایند.	۶۹/۲	۱۹/۲	۱۱/۶	۵/۲۰	مثبت	کم
۵	با ورزش و پیروزی‌هایی که به دست می‌آید، عشق به وطن و باور به ارزش‌های ملی در میان مردم نیز تقویت می‌شود.	۷۴/۱	۷/۵	۱۸/۳	۵/۲۳	مثبت	کم
۶	در ورزش عشق به تیم تبدیل به میهن دوستی و دفاع از خاک وطن می‌گردد.	۶۵/۸	۱۸/۳	۱۵/۸	۴/۹۹	مثبت	کم
۷	ورزش وظیفه اثبات هویت دارد و نیز ایجادکننده روح جمعی است و مردم را به طریقه‌ای متحد برای رسیدن به اهداف مشترک، بسیج می‌کند.	۷۹/۱	۲/۵	۱۸/۴	۵/۵۵	مثبت	متوسط
۸	کشورهای مختلف از طریق مسابقات ورزشی به خصوص المپیک یا جام جهانی فوتبال سعی می‌کنند از ظرفیت بالای تبلیغاتی آن‌ها در جهت منافع خود استفاده کنند.	۷۵	۵	۲۰	۵/۱۷	مثبت	کم
۹	در جام جهانی فوتبال ۱۹۹۸ فرانسه، مسابقه فوتبال ایران با ایالات متحده به عنوان قدرت اول جهانی و کشوری که برای دو دهه روابط بسیار خصمانه و تنش‌زایی با آن داشته است، فرصتی بزرگ برای ایران بود تا در صحنه‌ای ورزشی آن را شکست دهد و از آن در راستای تبلیغ و تقویت ارزش‌ها استفاده کند.	۶۰/۹	۱۶/۷	۲۲/۵	۴/۷۸	مثبت	کم
۱۰	از موهبت فوتبال است که یک کشور کوچک (مانند قطر، بحرین، عراق و...) می‌تواند بزرگ شود.	۷۹/۱	۵/۸	۱۴/۹	۵/۴۶	مثبت	کم
۱۱	در سال‌های پس از انقلاب اگر چه ایران دو دوره المپیک را تحریم نمود و نیز علی‌رغم ۸ سال جنگ تحمیلی و تحمل فشارهای بین‌المللی در قالب تحریم‌ها و مجازات‌های مختلف، به طور کل حضور ایران در صحنه المپیک عمدتاً همراه با کسب موفقیت‌های بزرگ بوده است که اوج آن‌ها می‌توان در کسب رتبه ۱۷ با ۴ طلا، ۵ نقره و ۳ برنز دید که ایران را بالاتر از کشورهایی مانند اسپانیا، برزیل، دانمارک، ترکیه، سوئیس، نروژ و کانادا قرار داد. کسب چنین موفقیتی آن‌هم در وضعیتی که ایران در بدترین شرایط بین‌المللی قرار داشت و با سنگین‌ترین تحریم‌ها و فشارهای بین‌المللی روبرو بود، در نوع خود موفقیتی بسیار بزرگ و افتخار آفرین بود که البته در این زمینه مانور تبلیغاتی بسیار گسترده‌ای نیز انجام شد.	۳۲/۵	۱۸/۳	۳۹/۲	۴/۰۶	مثبت	کم
۱۲	دریافت دو مدال برنز در المپیک ۲۰۰۸ پکن و ۲۰۱۲ لندن، توسط تکواندو کاران کشور افغانستان، رتبه این کشور را ۷۹ و ۸۰ در بین ۱۰۰ کشور قرار داد، که در ادوار حضور این کشور در میدان المپیک پیروزی بزرگ و افتخار آفرین به حساب می‌آید. این موضوع با توجه به اینکه کشور ثروتمند و قدرت مندی همچون عربستان سعودی تنها توانسته در تمامی دوره‌هایی که در المپیک حضور داشته است، ۳ مدال (۲ برنز و ۱ نقره) کسب کند این برای افغانستان افتخار و موفقیتی بزرگ و ارزشمند محسوب می‌شود.	۷۹/۱	۱/۷	۱۹/۱	۵/۶۸	مثبت	متوسط

با توجه به جدول ۲، دیدگاه‌های پاسخ‌دهندگان نسبت به اثرات ورزش بر دولت-ملت‌سازی همه در دامنه دیدگاه‌های مثبت قرار گرفته و تمامی پاسخ‌دهندگان دیدگاه مثبت و موافقی در این مورد بیان کرده‌اند. از نظر ارزیابی میزان اهمیت نیز اکثر گویه‌ها از دید پاسخ‌دهندگان در دامنه میزان ارزیابی «مثبت کم» قرار گرفته‌اند.

اولویت‌بندی و مقایسه شاخص‌ها

در این بخش از تحقیق، گویه‌های مربوط به هر کدام از شاخص‌های سه‌گانه مرتبط با هویت (هویت ملی، ملیت و ناسیونالیسم و دولت-ملت‌سازی) مقایسه و رتبه اهمیت هر کدام مشخص شده است. در واقع، وزن دارترین و مهمترین گویه‌ای که با هر کدام از شاخص‌های سه‌گانه تحقیق در ارتباط است، مشخص شده است.

جدول ۴: میانگین و رتبه گزاره‌های مرتبط با اثرات ورزش بر هویت ملی

رتبه	بار عاملی	رتبه	میانگین	رتبه	میانگین	رتبه	میانگین	گویه‌ها	
۱	۰/۹۵	۵۰	۲۱/۷	۱۰	۱/۷	۱/۷	۲/۵	۱۲/۵	ورزش در برساخته شدن و تقویت هویت‌های ملی تأثیر دارد.
۲	۰/۶۵	۱۵	۲۶/۷	۱۵	۱۹/۲	۹/۲	۵/۸	۹/۲	ورزش در قالب رقابت‌های بین کشورها، در تحکیم و تداوم نظام و مستغالیایی کشور-محور تأثیرگذار است.
۳	۰/۹۴	۵۵/۸	۲۱/۷	۵/۸	۰/۸	۰/۸	۳/۳	۱۱/۷	رقابت‌های ورزشی بین کشورها، نیروی ناسیونالیسم را برمی‌انگیزد و تصاویر ذهنی مثبتی بر مرزهای ملی را تقویت می‌کند.
۴	۰/۹۵	۷۰/۶	۱۱/۸	۱/۷	۰	۰/۸	۱/۷	۱۳/۴	ورزشی مانند فوتبال در تقویت روحیه ملی و اتحاد ملی و وفاداری بیش‌تر به ارزش‌های ملی تأثیرگذار است.
۵	۰/۵۵	۱۷/۵	۲۴/۲	۲۱/۷	۱۷/۵	۸/۳	۵	۵/۸	ملت‌ها از طریق پیکارهای ورزشی مانند فوتبال خود را در جهان معرفی می‌کنند و یا به نبرد با یکدیگر می‌روند.
۶	۰/۵۵	۲۱/۷	۲۲/۵	۱۳/۳	۱۳/۳	۶/۷	۱۰/۸	۱۰/۸	کارکرد ورزش، عموماً تجویز و تبلیغ یک هویت ملی خاص است؛ هویتی که بسته به این‌که کدام جناح سیاسی-مذهبی‌تر یا ملی‌تر- در یک برهه خاص زمانی وجه غالب را داشته، در تغییر بوده است.
۷	۰/۸۲	۴۱/۷	۲۲/۵	۱۵	۲/۵	۳/۳	۷/۵	۷/۵	ورزش مدرن و حرفه‌ای نقش مهمی در ساخت و قوام این جامعه تصویری و پیوند ذهنی ملت‌ها دارد.
۸	۰/۷۳	۲۲/۷	۳۲/۸	۱۶/۸	۶/۷	۵/۹	۴/۲	۱۰/۹	وقتی تیم‌های ورزشی یا قهرمانان ملی در صحنه‌های بین‌المللی حاضر می‌شوند و به رقابت با «دیگر» تیم‌های ورزشی و قهرمانان ملی سایر کشورها می‌پردازند، آن تیم ورزشی (مانند فوتبال، والیبال یا کشتی) به نماد ملی تبدیل می‌شود و سرنوشت آن‌ها برای همه اهمیت می‌یابد.
۹	۰/۲۱	۹/۲	۲۰	۱۷/۵	۲۴/۲	۱۰	۱۰/۸	۸/۳	کشورها به زیرکی می‌توانند از ورزش در سیاست هویت‌سازی مد نظر خود استفاده کنند (وقتی همه مردم برای پیروزی و برد تیم‌های ورزشی ملی یا قهرمانان ملی‌شان یک شعار می‌دهند و در کنار هم قرار می‌گیرند، به نوعی وفاداری‌شان را به نمادهای ملی تقویت می‌کنند. پرچم‌های کشورشان را به دست می‌گیرند، به دلیل سرود ملی و برافراشته شدن پرچم‌شان می‌ایستند و نام کشورشان را با افتخار هم‌آوایی می‌کنند).

جدول ۳، نشان می‌دهد که گویه‌های «ورزشی مانند فوتبال در تقویت روحیه ملی و اتحاد ملی و وفاداری بیش‌تر به ارزش‌های ملی تاثیرگذار است» با بار عاملی ۰/۹۵، «ورزش در بساخته شدن و تقویت هویت‌های ملی تاثیر دارد» با بار عاملی ۰/۹۵ و «رقابت‌های ورزشی بین کشورها، نیروی ناسیونالیسم را بر می‌انگیزد و تصاویر ذهنی مبتنی بر مرزهای ملی را تقویت می‌کند» با بار عاملی ۰/۹۴، به ترتیب مهم‌ترین گویه‌های مرتبط با اثرات ورزش بر هویت ملی از دیدگاه آزمودنی‌ها می‌باشند.

جدول ۵: میانگین و رتبه گزاره‌های مرتبط با اثرات ورزش بر ملیت و ناسیونالیسم

رتبه	گویه‌ها	فراوانی	کم منفی	متوسط منفی	زیاد منفی	بی‌اثر	کم مثبت	متوسط مثبت	زیاد مثبت	بار عاملی	رتبه
۱	ورزش می‌تواند در خدمت برخی خرده هویت‌ها و گروه‌های قومی به‌ویژه آن‌هایی که به‌دنبال ترسیم سرنوشت مجزا برای خود هستند، قرار گیرد.	۱۲۰	۵/۸	۶/۷	۹/۲	۱۱/۷	۱۱/۷	۳۱/۷	۱۵/۸	۰/۶۵	۱۰
۲	ورزش برگسترش قومیت‌خواهی و جدایی طلبی تاثیر دارد.	۱۲۰	۴/۲	۵	۵	۱۹/۲	۱۹/۲	۲۸/۳	۲۰/۸	۰/۷۵	۷
۳	ناسیونالیسم‌های قومی می‌تواند با اتکا به ورزش، در جهت رسیدن به خواست‌های خود حرکت کند.	۱۲۰	۶/۷	۷/۵	۴/۲	۵	۵	۳۱/۷	۲۸/۳	۰/۸۸	۳
۴	ورزش و توسعه قدرت و اقتدار قوم‌گرایان و ملی‌گرایان در مقیاس کشوری، منطقه‌ای و جهانی.	۱۲۰	۵	۸/۳	۳/۳	۶/۷	۶/۷	۳۵/۸	۳۰	۰/۸۷	۴
۵	ورزش و گسترش قلمروزدایی (کم‌رنگی مرزهای سیاسی و جغرافیایی)، تقویت ملی‌گرایی و سرزمین-محوری.	۱۲۰	۱۰	۴/۲	۴/۲	۱۳/۳	۱۳/۳	۳۱/۷	۲۱/۷	۰/۷۳	۸
۶	اگر برخی از قوم‌گرایان در ایران تقاضاهای قومی خود را از راه لباس تیم فوتبال‌شان و نمادهای ورزشی دنبال کنند و یک تیم فوتبال باشگاهی را جدای از تمام ایران بدانند، ورزش در جهت جدایی طلبی قومی عمل نموده است.	۱۲۰	۸/۳	۳/۳	۲/۵	۷/۵	۷/۵	۲۰/۸	۴۶/۷	۰/۹۲	۲
۷	در بسیاری از جوامع چند قومی به‌ویژه در جنوب غرب آسیا، برخی گروه‌های قومی جدایی طلب از ورزش و آوردگاه‌های ورزشی مانند مسابقات فوتبال برای تعقیب خواست‌های جدایی طلبانه استفاده می‌کنند و ناسیونالیسم قومی‌شان را در مقابل ناسیونالیسم ملی تحریک می‌نمایند.	۱۲۰	۴/۲	۱۰	۷/۵	۲۵	۲۵	۱۷/۵	۱۰	۰/۵۴	۱۱
۸	ورزش کارکرد هویت‌ساز برای یک گروه قومی ایفا می‌کند و از آن در راستای تقویت و تحکیم پیوندهای قومی خود و خودنمایی در برابر هویت کلان ملی استفاده می‌شود.	۱۲۰	۶/۷	۹/۲	۳/۳	۱۶/۷	۱۶/۷	۲۶/۷	۱۷/۵	۰/۷۹	۶
۹	ورزش و افزایش جدایی‌های متقابل قومی.	۱۲۰	۵/۸	۱۰	۴/۲	۹/۲	۹/۲	۳۱/۷	۲۳/۳	۰/۶۵	۹
۱۰	ظهور و گسترش فعالیت‌سازمان‌های قوم‌گرا در بستر ورزش.	۱۲۰	۶/۷	۵/۸	۵/۸	۹/۲	۹/۲	۳۰/۸	۲۹/۲	۰/۸۴	۵
۱۱	ورزش و گسترش جدایی‌خواهی.	۱۲۰	۹/۲	۸/۳	۵/۸	۳۳/۳	۳۳/۳	۲۰	۷/۵	۰/۴۵	۱۲
۱۲	ورزش و گسترش تعامل واحدهای جدایی‌خواه‌دارای پیوست ژئوپولیتیک در آنسوی مرزها (مانند آذری‌ها در ایران).	۱۲۰	۹/۲	۴/۲	۳/۳	۲/۵	۲/۵	۲۰	۵۴/۲	۰/۹۳	۱

نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد که پاسخ‌دهندگان «ورزش و گسترش تعامل واحدهای جدایی خواه دارای پیوست ژئوپولیتیک در آنسوی مرزها (مانند آذری‌ها در ایران)» با بار عاملی ۰/۹۳، «اگر برخی از قوم‌گرایان در ایران تقاضاهای قومی خود را از راه لباس تیم فوتبال‌شان و نمادهای ورزشی دنبال کنند و یک تیم فوتبال باشگاهی را جدای از تمام ایران بدانند، ورزش در جهت جدایی طلبی قومی عمل نموده است» با بار عاملی ۰/۹۲ و «ناسیونالیسم‌های قومی می‌توانند با اتکا به ورزش، در جهت رسیدن به خواست‌های خود حرکت کنند» با بار عاملی ۰/۸۸ را به ترتیب جزو مهم‌ترین گویه‌های مرتبط با اثرات ورزش بر ملیت و ناسیونالیسم دانسته‌اند.

جدول ۶: میانگین و رتبه گزاره‌های مرتبط با اثرات ورزش بر دولت-ملت‌سازی

رتبه	گویه‌ها	وزن	میانگین	رتبه	میانگین	رتبه	میانگین	بار عاملی	رتبه
۱	ورزش در برساخته شدن و تقویت کشورها و ملت‌ها تاثیر دارد.	۱۲۰	۹/۲	۵	۳/۳	۳/۳	۱۱/۷	۰/۸۸	۳
۲	پیروزی‌های تیم ملی کلمبیا در جام جهانی ۲۰۱۴ نمود بارز تاثیر ورزش بر تقویت وحدت ملی بود؛ جایی که همه مردم این کشور (که همواره درگیر نزاع‌های خونین داخلی بوده است) به دلیل این موفقیت‌های بزرگ در کنار یکدیگر حس یکی بودن کردند.	۱۲۰	۹/۲	۸/۳	۲/۵	۵	۱۴/۲	۰/۸۷	۴
۳	ورزش وقتی با ناسیونالیسم عجین می‌شود، ورزشکاران را در قامت سربازان و مبارزینی قرار می‌دهد که برای شکوه و پیروزی یک ملت رقابت می‌کنند و موجب غرور ملی می‌شوند.	۱۲۰	۱۱/۷	۹/۲	۱۰/۸	۲۲/۵	۲۱/۷	۰/۲۵	۱۱
۴	ناسیونالیسم و حس میهن‌پرستی است که به ورزش کاران می‌آموزد به لباسی که به عنوان ورزشکار ملی بر تن کرده‌اند، فخر بورزند و برای به اهتزاز در آمدن پرچم و سرود ملی‌شان تلاش نمایند.	۱۲۰	۵/۸	۳/۳	۲/۵	۱۹/۲	۱۴/۲	۰/۷۴	۸
۵	با ورزش و پیروزی‌هایی که به دست می‌آید، عشق به وطن و باور به ارزش‌های ملی در میان مردم نیز تقویت می‌شود.	۱۲۰	۸/۳	۶/۷	۳/۳	۷/۵	۱۵/۸	۰/۸۶	۵
۶	در ورزش عشق به تیم تبدیل به میهن‌دوستی و دفاع از خاک وطن می‌گردد.	۱۲۰	۷/۵	۵	۳/۳	۱۸/۳	۲۰	۰/۶۳	۹
۷	ورزش وظیفه اثبات هویت دارد و نیز ایجادکننده روح جمعی است و مردم را به طریقه‌ای متحد برای رسیدن به اهداف مشترک، بسیج می‌کند.	۱۲۰	۱۰	۴/۲	۴/۲	۲/۵	۱۰/۸	۰/۹۱	۱
۸	کشورهای مختلف از طریق مسابقات ورزشی به خصوص المپیک یا جام جهانی فوتبال سعی می‌کنند از ظرفیت بالای تبلیغاتی آن‌ها در جهت منافع خود استفاده کنند.	۱۲۰	۸/۳	۷/۵	۴/۲	۵	۲۰/۸	۰/۷۷	۷
۹	در جام جهانی فوتبال ۱۹۹۸ فرانسه، مسابقه فوتبال ایران با ایالات متحده به عنوان قدرت اول جهانی و کشوری که برای دو دهه روابط بسیار خصمانه و تنش‌زایی با آن داشته است، فرصتی بزرگ برای ایران بود تا در صحنه‌ای ورزشی آن را شکست دهد و از آن در راستای تبلیغ و تقویت ارزش‌ها استفاده کند.	۱۲۰	۳/۳	۹/۲	۱۰	۱۶/۷	۱۹/۲	۰/۶۱	۱۰

۱۰	۱۲۰	۸/۳	۳/۳	۳/۳	۵/۸	۱۵/۸	۲۵	۳۸/۳	۰/۷۹	۶	از موهبت فوتبال است که یک کشور کوچک (مانند قطر، بحرین، عراق و...) می‌تواند بزرگ شود.
۱۱	۱۲۰	۱۲/۵	۱۵	۱۱/۷	۱۸/۳	۱۲/۵	۱۷/۵	۱۲/۵	۰/۲۱	۱۲	در سال‌های پس از انقلاب اگرچه ایران دو دوره المپیک را تحریم نمود و نیز علی‌رغم ۸ سال جنگ تحمیلی و تحمل فشارهای بین‌المللی در قابل تحریم‌ها و مجازات‌های مختلف، به‌طور کل حضور ایران در صحنه المپیک عمدتاً همراه با کسب موفقیت‌های بزرگ بوده است که اوج آن را می‌توان در کسب رتبه ۱۷ با ۴ طلا، ۵ نقره و ۳ برنز دید که ایران را بالاتر از کشورهایمانند اسپانیا، برزیل، دانمارک، ترکیه، سوئیس، نروژ و کانادا قرار داد. کسب چنین موفقیتی آن هم در وضعیتی که ایران در بدترین شرایط بین‌المللی قرار داشت و با سنگین‌ترین تحریم‌ها و فشارهای بین‌المللی روبرو بود، در نوع خود موفقیتی بسیار بزرگ و افتخارآفرین به‌شمار می‌آمد که البته در این زمینه مانور تبلیغاتی بسیار گسترده‌ای نیز انجام شد.
۱۲	۱۲۰	۵/۸	۵	۸/۳	۱/۷	۷/۵	۱۸/۳	۵۳/۳	۰/۹۰	۲	دریافت دو مدال برنز در المپیک ۲۰۰۸ پکن و ۲۰۱۲ لندن، توسط تکواندو کاران کشور افغانستان، رتبه این کشور را ۷۹ و ۸۰ در بین ۱۰۰ کشور قرار داد، که در ادوار حضور این کشور در میدان المپیک پیروزی بزرگ و افتخارآفرین به حساب می‌آید. این موضوع با توجه به اینکه کشور ثروتمند و قدرت‌مندی همچون عربستان سعودی تنها توانسته در تمامی دوره‌هایی که در المپیک حضور داشته است، ۳ مدال (۲ برنز و ۱ نقره) کسب کند، برای افغانستان افتخار و موفقیتی بزرگ و ارزشمند محسوب می‌شود.

۱۹۷

نتایج جدول ۵، حاکی از آن است که «ورزش وظیفه اثبات هویت دارد و نیز ایجادکننده روح جمعی است و مردم را به طریقه‌ای متحد برای رسیدن به اهداف مشترک، بسیج می‌کند» با بار عاملی ۰/۹۱، «دریافت دو مدال برنز در المپیک ۲۰۰۸ پکن و ۲۰۱۲ لندن، توسط تکواندو کاران کشور افغانستان، رتبه این کشور را ۷۹ و ۸۰ در بین ۱۰۰ کشور قرار داد که در ادوار حضور این کشور در میدان المپیک پیروزی بزرگ و افتخارآفرینی به حساب می‌آید. این موضوع با توجه به اینکه کشور ثروتمند و قدرت‌مندی همچون عربستان سعودی تنها توانسته در تمامی دوره‌هایی که در المپیک حضور داشته است، ۳ مدال (۲ برنز و ۱ نقره) کسب کند، برای افغانستان افتخار و موفقیتی بزرگ و ارزشمند محسوب می‌شود» با بار عاملی ۰/۹۰ و «ورزش در بر ساخته شدن و تقویت کشورها و ملت‌ها تاثیر دارد» با بار عاملی ۰/۸۸، از جمله مهم‌ترین گویه‌های مرتبط با تاثیر ورزش بر دولت-ملت سازی می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های این تحقیق نشان داد که ورزش بر گرایش‌های هویت‌خواهانه- شامل هویت ملی، ملیت و ناسیونالیسم و دولت-ملت سازی- اثرگذار است. در واقع، ورزش در طول حیات خود همیشه با گروه‌های قدرت و دولت‌های وقت و همچنین با سیاست‌های کلی قوانین و مقررات عمومی جامعه به شکل‌های مختلف ارتباط داشته است. طی سال‌های گذشته و همگام با فرآیند جهانی شدن، ارتباط بین گروه‌های قدرت و ورزش نمود بیشتری پیدا کرده است؛ به طوری که امروزه ورزش به‌عنوان یک ابزار سیاسی مؤثر در دست گروه‌های

قدرت و سیاستمداران افتاده است. هر کس مدتی در یک سازمان ورزشی به سر برده، به سادگی و وضوح تایید می‌کند که بسیاری از سازمان‌های ورزشی به صورت عوامل بزرگ قدرت و سیاست درآمده‌اند (زرگر، ۱۳۹۴: ۱۷). برخی از کارشناسان و متخصصان علوم ورزشی معتقدند که ورزش ارتباطی مؤثر با سیاست ندارد، اما همه آن‌ها به نحوی در مباحث خویش ورزش را با سیاست به معنایی خاص مرتبط می‌دانند. اینان معتقدند که ورزش در شکل‌های مختلف (آماتور، حرفه‌ای و تفریحی) به عنوان عاملی مؤثر در پیشبرد اهداف دموکراتیک و سیاست‌های کلی آن جامعه در زمینه‌های مختلف اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی و همچنین تقویت سیاست ملی و رفع اختلافات سیاسی بین دولت‌ها مطرح شده است. یک نگاه حرفه‌ای کوتاه و گذرا به تاریخ گذشته ورزش نشان می‌دهد که ورزش به ویژه ورزش‌های قهرمانی پیوسته با سیاست‌های کلی جوامع در ارتباط بوده و از آن تأثیر گرفته است. بی تردید، هنگامی که دوکوبرتن اصول المپیک نوین را در ژانویه ۱۹۸۴ ارائه کرد، ورزش را به طور کامل جدا از سیاست ندیده است. وی امیدوار بود فعالیت‌های ورزشی و بازی‌های المپیک قادر باشد روابط سیاسی بین ملت‌ها را بهبود ببخشند. او امیدوار بود که کمیته بین‌المللی المپیک هر چهار سال، نمایندگان ورزشی همه کشورهای جهان را دور هم جمع کند و روح واحد بین‌المللی توسط بازی‌های جوانمردانه و مصلحانه تقویت گردد (زرگر، ۱۳۹۴: ۱۹). در واقع، ورزش وسیله‌ای برای کسب موقعیت اجتماعی در مقیاس محلی، ملی یا جامعه جهانی است؛ چنان که دولت‌ها انواع یارانه‌ها را برای تیم‌های ملی در بازی‌های المپیک قائل می‌شوند تا بتوانند از طریق ورزشکاران ملی دارای وجهه اجتماعی در مقیاس جهانی گردند. دولت‌ها برای ورزشکاران در داخل کشورشان انواع مراکز ورزشی، باشگاه‌های اختصاصی در مقیاس استانی، ملی و نهادهای آموزشی خاص را ایجاد می‌کنند تا با آماده کردن آن‌ها برای میادین بین‌المللی زمینه را برای موفقیت بیشتر آن‌ها فراهم آورند و از طریق کسب موفقیت آن‌ها در صحنه‌های جهانی، به اعتباری در مقیاس فرامنطقه‌ای و بین‌المللی دست پیدا کنند. کسب اعتبار از طریق ورزش به خصوص در بین گروه‌های قومی و نژادی در داخل یک کشور مرسوم می‌باشد. همچنین در مقیاس جهانی کسب اعتبار از طریق ورزش به ویژه برای کشورهای کوچک یا کشورهای تازه استقلال یافته از اهمیت بالایی برخوردار است که سبب شناسانده شدن این کشورها به جهانیان می‌گردد. موفقیت ورزشی در یک رشته خاص سبب ایجاد هویت خاص در بین یک گروه یا جامعه می‌شود و احساس یکی بودن و متحد بودن را در بین آن‌ها تقویت می‌نماید (رئیس السادات، ۱۳۹۵). از سوی دیگر، ورزش سازوکار مفید و مؤثری برای نزدیک کردن خرده فرهنگ‌ها با یکدیگر است. در مسابقات جهانی اهتزاز پرچم و پخش سرود ملی یک کشور به دنبال پیروزی ورزشکاران وابسته به خرده فرهنگ‌های مختلف و یا فرهنگ اصلی آن کشور بازگوکننده و تأکید کننده وحدت ملی در آن کشور است. ورزش در مقیاس بین‌المللی به گونه‌ای دیگر نیز در تقویت هویت ملی مؤثر است؛ به طوری که پیروزی تیم‌های ورزشی در میدان‌های جهانی باعث افزایش غرور ملی می‌گردد و به طور خودجوش مردم را به سوی جشن و شادمانی می‌برد به ویژه اگر این پیروزی بر یک دشمن قوی سیاسی و یا یک رقیب پرتوان ورزشی باشد که نمونه‌ای از آن به هنگام پیروزی تیم ملی فوتبال جمهوری اسلامی ایران بر تیم‌های ملی فوتبال آمریکا و استرالیا مشاهده شد (ملکوتیان، ۱۳۹۵: ۲۸). همچنین حکومت‌ها در تلاش

برای کسب موقعیت و به رسمیت شناخته شدن، سرمایه‌گذاری زیادی برای تیم‌های ملی‌شان برای شرکت در مسابقات بین‌المللی به خصوص بازی‌های المپیک انجام می‌دهند. مسئولان حکومتی از ورزش بین‌المللی برای مشروعیت بخشیدن حکومتشان در قلمرو جهانی استفاده می‌کنند و اعتقاد دارند که کسب مدال‌ها باعث افزایش وجهه حکومت در جهان خواهد شد (Walters, 2018: 52). این یک دلیل مهم برای این سؤال است که چرا حکومت‌ها پاداش‌های زیادی را برای ورزشکارانی که در سطوح بین‌المللی مدال کسب می‌کنند، پرداخت می‌نمایند. به‌عنوان نمونه، در بازی‌های المپیک ۲۰۰۸ پکن، کشور یونان به هر ورزشکاری که در این بازی‌ها مدال طلا گرفت ۳۰۰/۰۰۰ هزار دلار، نقره ۲۰۰/۰۰۰ هزار دلار و برنز ۱۰۷/۰۰۰ هزار دلار به همراه یک شغل مناسب و قراردادهای تبلیغاتی با ارزش اعطا کرد. کشور روسیه نیز به ورزشکاران طلائی ۵۰/۰۰۰ هزار دلار، نقره‌ای ۳۰/۰۰۰ هزار دلار و برنز ۲۰/۰۰۰ هزار دلار در کنار پاداش‌های دیگر به ارزش ۵۰۰/۰۰۰ هزار دلار پرداخت کرد (Quiroga, A., 2019: 32).

از منظر ژئوپولیتیک، وقتی تیم‌های ورزشی یا قهرمانان ملی در صحنه‌های بین‌المللی حاضر می‌شوند و به رقابت با «دیگر» تیم‌های ورزشی و قهرمانان ملی سایر کشورها می‌پردازند، آن تیم ورزشی (مانند فوتبال، والیبال یا کشتی) به نماد ملی تبدیل می‌شود و سرنوشت آن‌ها برای همه اهمیت می‌یابد. همه از پیروزی آن‌ها و برافراشته شدن پرچم‌شان احساس شرف و شور می‌کنند و از شکست‌های‌شان غمگین و اندوهگین می‌شوند. پیروزی یا شکست هرچه باشد، همه با هم و در کنار هم می‌خندند، احساس شادی و شرف می‌کنند و یا می‌گریزند، اندوهگین می‌شوند و یا حسرت می‌خورند. در این جاست که ورزش تاثیر عمیق خود را در هویت‌سازی و ملت‌سازی نشان می‌دهد. تیم‌های ورزشی‌شان یا قهرمانان‌شان که پیروز می‌شوند، انگار همه آن‌ها پیروز شده‌اند و شکست هم برای همه آن‌هاست. همه آن‌ها که یک جسم و روح واحد هستند و «دیگرانی» که در مقابل تیم‌های ملی‌شان و قهرمانان‌شان می‌ایستند و ملتی «دیگر» هستند، متمایز از «ما»، ملت ما. کشورها به زیرکی می‌توانند از ورزش در سیاست هویت‌سازی مد نظر خود استفاده کنند. وقتی همه مردم برای پیروزی و برد تیم‌های ورزشی ملی یا قهرمانان ملی‌شان یک شعار می‌دهند و در کنار هم قرار می‌گیرند، به نوعی وفاداری‌شان را به نمادهای ملی تقویت می‌کنند. پرچم‌های کشورشان را به دست می‌گیرند، به دلیل سرود ملی و برافراشته شدن پرچم‌شان می‌ایستند و نام کشورشان را با افتخار هم‌آوایی می‌کنند. حتی لباس قهرمانان‌شان به‌عنوان نماد ملی حرمت و تقدس می‌یابد و بدان عشق می‌ورزند و این یعنی تحکیم وفاداری ملی؛ وفاداری ملی که کشورها به آن همواره نیاز دارند و از طرق مختلف تلاش می‌کنند که آن‌ها همواره محکم و استوار نگاه دارند. به همین علت است که برخی معتقدند ورزش تنها یک ماجرای ساده نیست، بلکه یک متن چند لایه است که در شکل دادن هویت جامعه نقش دارد. از منظر ژئوپولیتیک، ورزش مدرن حرفه‌ای هویت‌ساز است و در برساخته شدن و قوام ملت بسیار نافذ است و به همین دلیل است که کشورها در این زمینه بسیار هزینه می‌کنند. همان‌گونه که ورزش می‌تواند در تحکیم هویت ملی و پیشرفت ملت‌سازی در کشورهای مختلف تاثیر مثبتی داشته باشد، در مقابل می‌تواند در خدمت برخی خرده‌هویت‌ها و گروه‌های قومی به ویژه آن‌هایی که به دنبال ترسیم سرنوشت مجزا برای خود هستند نیز قرار گیرد. در چنین وضعیتی می‌توان گفت که کارکرد

ورزش می‌تواند پارادوکسیکال یا متناقض باشد. اگر یک کشور چند قومی نتواند به خوبی از آن در جهت تحکیم وفاداری‌های ملی و تقویت هویت ملی واحد استفاده کند، امکان دارد که ناسیونالیسم‌های قومی بدان دست یازند و از آن در جهت رسیدن به خواست‌های خود استفاده کنند. به عنوان نمونه، تیم ملی فوتبال اسپانیا نماد ملت واحد اسپانیا است و وقتی که تمام مردم این کشور فارغ از تعلقات محلی و قومی‌شان بدان عشق می‌ورزند و نسبت به سرنوشت آن یک احساس واحد دارند، کشور اسپانیا در تحکیم وفاداری‌ها و تقویت هویت ملی واحد موفق خواهد بود، ولی در مقابل اگر مردم کاتالونیا تیم فوتبال خود یعنی بارسلونا را مجزا از تمام اسپانیا بدانند و خواست‌های قومی خود را از طریق لباس آبی و اناری تیم فوتبال‌شان دنبال کنند، ورزش در خدمت جدایی طلبی قومی عمل نموده است. در کشوری مانند اسپانیا که همواره از نظر فرهنگ ملی، هویت ملی، یکپارچگی و انسجام ملی و به طور کلی ملت‌سازی با مسائل و مشکلات بزرگی دست به گریبان بوده است، فوتبال می‌تواند در حل این مسائل و یا حداقل تعدیل آن‌ها و فراهم کردن زمینه برای پیشرفت ملت‌سازی بسیار مهم و اثرگذار باشد (Koch, 2018: 212). در برخی از جوامع چند قومی به‌ویژه در جهان سوم، برخی گروه‌های قومی جدایی طلب از ورزش و آوردگاه‌های ورزشی مانند مسابقات فوتبال در راستای پیگیری خواست‌های جدایی طلبانه استفاده می‌کنند و ناسیونالیسم قومی‌شان را در مقابل ناسیونالیسم ملی تحریک می‌نمایند. در این صورت ورزش کارکرد هویت‌سازی برای یک گروه قومی را ایفا کرده و از آن در راستای تقویت و تحکیم پیوندهای قومی خود و خودنمایی در برابر هویت کلان ملی استفاده می‌شود. آنچه از نتایج این تحقیق برمی‌آید، با یافته‌های پژوهش لویز و اوبرایان^۱ (۲۰۱۹)، ناهمسو است. آنچنان که به نظر می‌رسد ورزش در کشورهایی که تفاوت‌های قومی دارند، بیشتر به عنوان فضایی برای نمایش تعلقات قومی عمل می‌کند؛ درحالی که نتایج تحقیق لویز و اوبرایان نشان می‌دهد که ورزش می‌تواند فضای بیشتری را برای همگرایی درونی و بیرونی کشورها فراهم کند. از سوی دیگر، نتایج این تحقیق با یافته‌های پژوهش سنون جونگ^۲ (۲۰۲۰) مشابهت دارد. همچنان که تحقیق سنون جونگ نیز نشان داد، ورزش بسته به واقعیت‌های ژئوپولیتیک حاکم بر کشورها تغییر نقش می‌دهد و از میان دیگر پدیده‌های اجتماعی، ورزش از ظرفیت بیشتری برای بروز و نمود گرایش‌های هویت خواهانه در چارچوب ناسیونالیسم و قوم‌گرایی برخوردار است.

پژوهش حاضر به مدیران، مسئولان، کارشناسان و برنامه‌ریزان کشور در امر ورزش و ژئوپولیتیک ورزش پیشنهاد می‌کند که نقش ورزش را در مسائل هویتی و ملی گرایانه به عنوان یک اصل راهبردی در سیاست‌های کلان ملی و کشوری در نظر بگیرند. همچنین از پژوهش‌هایی که در زمینه ژئوپولیتیک ورزش انجام می‌شود، در سیاست‌گذاری‌های ورزشی به‌ویژه پیرامون مسائل سیاست خارجی، قومیت‌ها، هویت ملی و مدیریت گسل‌های قومی - مذهبی استفاده شود.

نویسندگان این مقاله تقدیر و تشکر خود را از حمایت و پشتیبانی «صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران کشور» و سایر همکاران در دانشگاه خوارزمی ابراز می‌دارند.

1. Lopez and O'Brien

2. Seon-Jong

منابع

- احمدی پور، زهرا. (۱۳۹۲). «مفهوم سازی ژئوپولیتیک ورزش». فصلنامه ژئوپولیتیک. سال نهم، شماره دوم، صص ۱-۴۸.
- خیبری، محمد و فتاحی زاده، ابوذر. (۱۳۹۸). «دیپلماسی ورزشی: ایجاب و تحدید یک مفهوم راهبردی سیاسی». فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. دوره ۱۸، شماره ۴۳، صص ۱۴۳-۱۶۴.
- جرفی، عبدالامیر و رسولی، آناهیتا. (۱۳۹۳). «جهانی شدن ورزش و تأثیر آن بر سیاست خارجی ایران». فصلنامه علوم سیاسی. سال اول، شماره ۱، صص ۱۸۵-۱۹۶.
- چرنوشنکو، داوید. (۱۳۹۴). مدیریت پایدار ورزش. مهری آذری. تهران: کمیته ملی المپیک
- حافظ نیا، محمد رضا. (۱۳۹۰). اصول و مفاهیم ژئوپولیتیک. مشهد: انتشارات پاپلی
- رجائی، محمدعلی. (۱۳۹۵). «بررسی قابلیت ها و پتانسیل های توریسم ورزشی ایران». اولین همایش ملی ورزش و شهر.
- رئیس السادات، سیدمحمدتقی. (۱۳۹۵). «ژئوپولیتیک ورزش جستاری در صلح جغرافیایی». پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته جغرافیای سیاسی، دانشگاه خوارزمی.
- زرگر، افشین. (۱۳۹۴). «ورزش و روابط بین الملل: جنبه های مفهومی و تئوریک». فصلنامه علوم سیاسی. دوره ۱۱، شماره ۳۱، صص ۷-۴۸.
- غفوری، فرزاد و هنرور، افشار. (۱۳۹۶). «نظر متخصصان تربیت بدنی درباره اثر جهانی سازی بر راهبردهای تربیت بدنی و ورزش». فصلنامه پژوهش در علوم ورزشی. سال سوم، شماره ۱۷، صص ۵۱-۶۱.
- مالمیر، مهدی. (۱۳۹۵). «اثرات ورزش بر توسعه شهری». تهران: سومین همایش ملی شهر و ورزش، دانشگاه شهید بهشتی.
- مجتهدزاده، پیروز. (۱۳۹۱). جغرافیای سیاسی و سیاست جغرافیایی. تهران: انتشارات سمت
- ملکوتیان، مصطفی. (۱۳۹۵). «ورزش و سیاست». فصلنامه سیاست. دوره ۳۹، شماره ۲، صص ۲۵-۳۹.
- Alegi, P. (2018). "Soccer and Human Rights: Chief Luthuli, Alan Paton, Dennis Brutus and the 2010 World Cup". Natal: University of KwaZulu, South Africa.
- Bloyce, D. and Smith, A. (2019). **Sport Policy and Development. An introduction.** Oxon: Routledge
- Cho, H. (2018). **International Sporting Events, Nationalism and Sport Diplomacy: The Evolving Relationships between North and South Korea from 1978 to 2007.** Oxford University Press
- Cooper, I. (2014). **Game, Set and Match: lawn Tennis, From Early Origins to Modern Sport. Sport Histories: Figuration Studies of the Development of Modern Sports.** London: Routledge
- Dowse, S. (2017). **Power Play: International Politics, Germany, South Africa and the FIFA World Cup.** Johannesburg, South Africa: South African Institute of International Affairs (SAIIA)
- Elias, N. and Dunning, C. (2018). "Peace building though sport? An introduction to sport for development and peace". Conflict ology, 4(1): 24-33.

- Green, M. and Houlihan, B. (2015). **Elite Sport Development. Policy Learning and Political Priorities**. London: Routledge
- Grix, J. and Carmichael, F. (2019). “**Why do governments invest in elite sport? A polemic**”. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 4(1): 73-90.
- Guoqi, X. (2019). **The Sport of Ping-Pong Diplomacy, Ch. Five, in Olympic Dreams: China and Sports 1895-2008**. Cambridge, MA: Harvard University Press
- Houlihan, B. (2017). **Sport, Policy and Politics. A comparative Analysis**. London: Routledge
- Houlihan, B. and White, A. (2012). **The Politics of Sports Development. Development of Sport or Development through Sport?** London: Routledge
- Houlihan, B. and Zheng, J. (2013). **The Olympic s and elite sport policy: Where will it all end?** London: Taylor & Francis
- Kahtani, K., Protheroe, J., Slight, S., Demarzo, M., Blakeman, T., Barton, C., Brijnath, B. and Roberts, N. (2013). “**Can the London 2012 Olympics ‘inspire a generation’ to do more physical or sporting activities? An overview of systematic reviews**”. *BMJ Open*, 3(1): 60-75.
- Koch, N. (2018). “**The geopolitics of sport beyond soft power: event ethnography and the 2016 cycling world championships in Qatar**”. *Sport in Society*, 21(12): 210-231.
- Lopez, R.D.A & O’Brien, C. (2019). “**Gymnastics and globalization in spite of cultural difference**”. *International Sports Studies*, 23(1-2): 59-67.
- Merkel, U. (2015). “**The Politics of Sport and Identity in North Korea**”. *The International Journal of the History of Sport* 31(3): 376–90.
- Quiroga, A. (2019). **Football and National Identities in Spain: The Strange Death of Don Quixote**. New York City: Palgrave Macmillan.
- Radchenko, S. (2018). “**It’s Not Enough to Win: The Seoul Olympics and the Roots of North Korea’s Isolation**”. *The International Journal of the History of Sport*, 29(9): 123–139.
- Seon-Jong, K. (2020). “**Sport and politics in the Republic of Korea**”. PhD thesis in fulfilment of the requirements for the award of the Degree of PhD in the School of Linguistic and International Studies, University of Surrey.
- Smart, B. (2017). “**Not playing around: global capitalism, modern sport and consumer culture**”. *Global Networks*, 7(20): 113-134.
- Swart, K., Bob, U., Knott, B. and Salie, M. (2017). “**A sport and sociocultural legacy beyond 2010: A case study of the Football Foundation of South Africa**”. *Development Southern Africa*.
- Walters, G. (2018). “**Bidding for Major Sporting Events: Key Issues and Challenges faced by Sports Governing Bodies in the UK**”. London: Birkbeck University of London



بررسی موانع فرهنگی و اجتماعی مشارکت زنان سالمند شهر تهران در برنامه‌های ورزش همگانی

حمیده صادقی^۱
سید سعید آفائی^۲
بهرام قدیمی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۱۰/۲۵

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۱۲/۷

این پژوهش با هدف بررسی موانع فرهنگی و اجتماعی مشارکت زنان سالمند در ورزش همگانی انجام شد و با استفاده از چارچوب نظری متغیرهای الگویی پارسنز متغیرهای تنوع اهداف مشارکت، سبک زندگی، پایگاه اجتماعی، شبکه روابط اجتماعی، جامعه‌پذیری جنسیتی، ناتوان‌انگاری و علاقه‌های فردی استخراج گردید. پژوهش با روش پیمایشی انجام و از ابزار پرسشنامه محقق‌ساخته برای گردآوری داده‌ها بهره گرفته شد. جامعه آماری پژوهش را زنان سالمند شهر تهران تشکیل می‌دادند که با استفاده از فرمول کوکران، نمونه مورد مطالعه به میزان ۲۸۶ نفر برآورد شد. پس از آزمون روایی پرسشنامه، نمونه‌گیری با روش خوشه‌ای چند مرحله‌ای اجرا گردید و داده‌ها گردآوری شدند.

نتایج نشان داد سبک زندگی که مبتنی بر تحرک کم باشد و پیامد زندگی شهری است، یکی از موانع مشارکت در ورزش همگانی است. در افرادی که روابط اجتماعی آنان محدود است، کمبود روابط اجتماعی به دلیل آگاهی اجتماعی کم سبب کاهش مشارکت در ورزش همگانی می‌گردد. ناتوان‌انگاری در دو بعد سالمندی و جنسیتی که از دیدگاه‌های فرهنگی برخاسته است، به عنوان باوری ریشه‌دار مانعی برای مشارکت‌های ورزشی به شمار می‌رود. از سوی دیگر، هر چه افراد اهداف بیشتری برای شرکت در ورزش‌های همگانی داشته باشند،

۱. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی ورزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲. استادیار، گروه علوم اجتماعی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

۳. دانشیار، گروه جامعه‌شناسی و علوم اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

مشارکت بیشتری نیز پیدا می‌کنند و نبود تنوع در اهداف، انگیزه مشارکت را کاهش می‌دهد. در کنار این عوامل، وجود علاقه‌های فردی به ورزش، تسهیل‌کننده مشارکت ورزشی در زنان سالمند است و رابطه پایگاه اجتماعی-اقتصادی با گرایش زنان سالمند به ورزش همگانی معنادار می‌باشد، اما بین متغیر جامعه‌پذیری جنسیتی با متغیر وابسته همبستگی معناداری در سطح اطمینان ۹۵ درصد دیده نمی‌شود که تک‌جنسیتی بودن جامعه آماری می‌تواند دلیل این نتیجه باشد.

واژگان کلیدی: ورزش همگانی، سبک زندگی، ناتوان‌انگاری، شبکه روابط اجتماعی، جامعه‌پذیری جنسیتی و زنان سالمند

مقدمه

ورزش، نوعی از فعالیت جسمانی و زاینده تفکر انسانی است که هم‌زمان با زیستن و تعامل با انسان‌های دیگر معنا می‌یابد. گرایش فزاینده به ورزش باعث پیدایش مسائل و موضوعاتی شده است که ذاتاً ماهیت اجتماعی دارند. از آنجا که نیازهای حقیقی مردم، در واقع از میان شرایط اجتماعی و اقتصادی سرچشمه می‌گیرد و این امر به ویژه در پی دگرگونی‌های ناشی از رهیافت‌های تغییر اجتماعی، عوامل انتقال فرهنگی، پیشرفت شگفت‌انگیز فناوری و تکامل شیوه‌های اطلاع‌رسانی نمایان‌تر است (شیخی و ممندی، ۱۳۹۰: ۲). بر این اساس ورزش علاوه بر اینکه فعالیتی جسمی و فیزیکی است، برآیند شرایط و موقعیت‌های اجتماعی است که این امکان را برای افراد فراهم می‌سازد.

ورزش به‌عنوان یک ابزار چندبعدی با تأثیرات گسترده، جایگاه و نقش خود را در اقتصاد، سلامت افراد، گذراندن اوقات فراغت، نشاط و شادی، آموزش و پرورش مردم به‌ویژه نسل نوجوان و جوان، ایجاد روابط اجتماعی بین مردم، پیشگیری از ابتلا به بیماری‌ها و کاربردهای فراوان دیگری متجلی ساخته است (اداره کل پژوهش‌های اجتماعی و سنجش برنامه‌ای، ۱۳۸۱: ۲۰). ورزش پدیده‌ای اجتماعی است که پیوندی اندام‌وار با مجموعه نهادها و ساختارهای اجتماعی دارد؛ بدین معنا که دستاوردهای ورزش و فعالیت‌های آن، بطور کلی یک شاخص عمومی است. از یک سو، می‌توان از طریق آن درباره سطح پیشرفت اجتماعی یک جامعه داوری کرد و از سوی دیگر، پیشرفت و ترقی ورزشی نیز به داده‌ها و عوامل اجتماعی حاکم بر جامعه وابسته است (عبدلی، ۱۳۸۶: ۳۵). حال اگر ورزش همگانی به شیوه‌ای که در جوامع مختلف در حال گسترش است، کم‌هزینه و گروهی در برنامه‌های روزانه مدنظر قرار گیرد، پیوند ابعاد اجتماعی ورزش با جامعه‌شناسی بر اثر مشارکت‌های اجتماعی بیش از پیش روشن می‌گردد.

شهرنشینی در بیشتر کشورهای در حال توسعه از جمله در کشور ایران به شدت گسترش یافته است؛ به طوری که جمعیت شهرنشین از ۳۰ درصد در سال ۱۳۳۵ به بیش از ۷۰ درصد در سال ۱۳۹۰ افزایش پیدا کرده است. توسعه و گسترش شهرنشینی در ایران با سرعتی بی‌سابقه و حتی سریع‌تر از کشورهای صنعتی باعث شده که بسیاری از شهروندان آمادگی لازم برای ورود به این زندگی را پیدا نکنند. شهرنشینی رشته‌ای از ارزش‌ها، هنجارها، تجربیات شخصی، عقاید، عادات خاص و غیره را به وجود آورده و در جوامع، تغییرات فرهنگی و اجتماعی ایجاد کرده است (پسی، ۱۳۶۷: ۱۱). دگرگونی در حمل و نقل و رشد مشاغل خدماتی بر اثر پیچیده شدن تقسیم کار اجتماعی از تغییراتی هستند که بر اثر گسترش جمعیت شهرنشین به وجود آمدند و باعث شدند تا سبک زندگی شهری به شیوه‌ای متناسب با فعالیت شهرنشینان تغییر یابد.

دنبال کردن روند فعالیت‌های شهرنشینان نشان می‌دهد که در شهرها مشارکت شهروندان در ورزش و فعالیت‌های بدنی کاهش یافته است. این کاهش محسوس که دلایل روشنی مانند گسترش زندگی شهری دارد، نشان می‌دهد که ورزش همگانی که یکی از الزامات فعالیت بدنی سالم است، در حد پایینی در جریان است (سعیدی و همکاران، ۱۳۹۰: ۳). از سوی دیگر، همین فرهنگ شهرنشینی موجب به حاشیه رانده شدن زنان

و سالمندان در تقسیم کار جدید اجتماعی شده و حضور و فعالیت آنان را به صورت چشمگیری کاهش داده است. گرچه فعالیت‌های ورزشی در نظام تقسیم کار اجتماعی تعریف نشده است، اما حضور مستمر زنان در جامعه روستایی و تحرک اجتماعی آنان تفاوت بسیاری با میزان حضور آنان در جوامع شهری دارد. با کاهش حضور و مشارکت اجتماعی زنان و سالمندان، فعالیت ورزشی آنان نیز بر اثر فرهنگ و سبک زندگی شهری رو به افول نهاده است.

در سال‌های ابتدایی سده بیست و یکم، درصد حضور زنان در فعالیت‌های ورزشی همچنان در بین کشورها متفاوت است. در کشورهای مختلف زنان از نظر تعداد، کمتر از نیمی از مردان در فعالیت‌های ورزشی شرکت می‌کنند (پالم^۱، ۲۰۰۲: ۱۰۰). در ایران نیز با توجه به آمار مشخص شده است که تنها ۳۲/۷ درصد از مردم روزانه ۱۰ دقیقه ورزش می‌کنند. همچنین در تمامی استان‌ها نسبت مردانی که حداقل ۱۰ دقیقه ورزش می‌کنند، به طور چشمگیری بالاتر از درصد زنان می‌باشد که این مسئله می‌تواند به دلیل کمبود امکانات ورزشی برای زنان یا وجود خرده‌فرهنگ‌ها در ایران باشد (سلیمانی‌نیا، ۱۳۹۳: ۲۰). در جامعه ایران نگرش‌های منفی به فعالیت‌های ورزشی بانوان وجود دارد. وجود برخی خرده‌فرهنگ‌ها، باورهای قالبی و تعصبات خانوادگی از جمله این مشکلات است. در طرح پژوهش ملی با عنوان «جایگاه ورزش در اوقات فراغت زنان ایرانی» که در سال ۱۳۸۰ در میان زنان ۲۰ تا ۶۵ ساله شهری در ۱۷۶ شهر کشور صورت گرفته، ۴۵/۸ درصد زنان مورد بررسی اظهار داشته‌اند که ورزش نمی‌کنند (تندنویس، ۱۳۸۰: ۳۲). در سال ۱۳۸۴ طی پژوهشی با عنوان «وضعیت ورزش همگانی ایران»، آمار تعداد شرکت‌کنندگان در ورزش همگانی ۵/۹۲ درصد جمعیت اعلام گردید.

در کنار موانع فرهنگی مشارکت ورزشی زنان در ورزش همگانی، مهم‌ترین مسئله در ارتقای سلامت سالمندان مربوط به حفظ استقلال آنان در فعالیت‌های روزمره، کارکرد روزانه آن‌ها و ادامه زندگی به صورت فعال است. لذا با توجه به مطلب گفته شده و همچنین حرکت هرم جمعیت ایران به سمت میانسالی و افزایش تعداد این قشر در جامعه و مشکلات عدیده‌ای که این مقطع سنی با خود دارد و همچنین با توجه به اهمیت آشکار ورزش‌های تفریحی و جسمانی در سلامتی بدنی و روانی افراد به خصوص سالمندان، پژوهش حاضر در صدد بررسی موانع فرهنگی و اجتماعی مشارکت در ورزش همگانی زنان سالمند در شهر تهران است. از این رو، محقق در پی پاسخگویی به این سؤال است:

چه ارتباطی بین عوامل فرهنگی و اجتماعی با مشارکت زنان سالمند در ورزش همگانی در استان تهران وجود دارد؟

اهمیت موضوع در نرخ رشد جمعیت سالمندان در ایران و توجه به نیازهای آنان در این سنین است. در ایران بررسی‌ها و شاخص‌های آماری حکایت از رشد پرشتاب جمعیت سالمند دارد؛ به طوری که در سرشماری سال ۱۳۹۰ حدود ۸/۲ درصد از جمعیت ایران را افراد بالای ۶۰ سال تشکیل می‌دهند (دهوا و همکاران، ۲۰۰۸: ۴). از طرف دیگر، با افزایش سن احتمال ابتلای سالمندان به بیماری‌های مزمن به طور معنی‌داری

افزایش می‌یابد؛ به طوری که ۸۰ درصد از سالمندان حداقل به یک بیماری مزمن مبتلا هستند که آن‌ها را بیش از سایرین در معرض خطر ناتوانی و مرگ قرار می‌دهد و تقریباً ۴۰ درصد از سالمندان مقیم جامعه، برخی از محدودیت‌های مربوط به بیماری‌های مزمن را تجربه می‌کنند (لی و همکاران، ۲۰۰۸: ۱۷۸). بی تردید، بیماری‌های مزمن از جمله دیابت، مشکلات بالینی، اجتماعی و روانی فراوانی را به دنبال خواهد داشت که این مشکلات به نوبه خود باعث محدودیت فعالیت جسمانی و روانی افراد سالمند می‌شود و کاهش کیفیت زندگی را به دنبال خواهد داشت. این در حالی است که کیفیت زندگی یکی از مهم‌ترین اهداف در ارائه خدمات مختلف اجتماعی و رفاهی به گروه‌های مختلف سنی از جمله سالمندان می‌باشد (کوشیار و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۷۸). فعالیت بدنی مناسب به عنوان عامل پیشگیری و راهبرد درمان پوکی استخوان در زنان و همچنین به منظور پیشگیری از بیماری‌هایی همچون بیماری‌های عروق مغزی، فشار خون بالا، دیابت بلوغ، اضافه وزن و چاقی مورد توجه قرار گرفته است (بیولت و همکاران، ۲۰۱۵: ۷۸). علی‌رغم اهمیت توجه به نیازهای قشر سالمند و حرکت هرم جمعیت ایران به سمت سالمندی، هنوز توجه چندانی به جنبه‌های مختلف زندگی سالمندی نشده است. این امر در کنار موانع فرهنگی فعالیت‌های اجتماعی زنان ضرورت پرداختن به ورزش همگانی در میان زنان سالمند را نشان می‌دهد.

در ایران و جهان مطالعاتی پیرامون ورزش سالمندان صورت گرفته است که به برخی از مهمترین آنها اشاره می‌گردد:

حمید سارانی و همکارانش (۱۳۹۷) در مقاله‌ای با عنوان «عوامل مؤثر بر مشارکت سالمندان ایرانی در فعالیت‌های ورزشی از دیدگاه متخصصان؛ یک مطالعه کیفی» آورده‌اند که سالمندی دوران حساسی از زندگی بشر است و توجه به مسائل و نیازهای این دوران یک ضرورت اجتماعی است. از مسائلی که زندگی سالمندان را تحت تأثیر قرار می‌دهد، ورزش است. ورزش نقش مهمی در سلامتی بدنی و روانی سالمندان دارد. با توجه به اهمیت موضوع، هدف این پژوهش شناسایی عوامل مؤثر بر مشارکت سالمندان ایرانی در فعالیت‌های ورزشی است. این مطالعه از نوع کیفی بود که به روش تحلیل محتوا انجام گرفت. جامعه آماری پژوهش، خبرگان آشنا با موضوع ورزش سالمندی بودند. نمونه‌گیری به روش هدفمند صورت پذیرفت. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، مصاحبه نیمه‌ساختار یافته بود و محقق پس از انجام ۱۴ مصاحبه به اشباع نظری رسید. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از روش تحلیل محتوای کیفی استفاده شد. با تجزیه و تحلیل دست‌نوشته‌های حاصل از مصاحبه‌ها، تعداد دو درون‌مایه اصلی استخراج شد که شامل عوامل فردی (۸ زیرطبقه) و عوامل سازمانی (۴ زیرطبقه) بود. این درون‌مایه‌ها در ۱۲ زیرطبقه انگیزه اجتماعی، انگیزه آمادگی جسمانی، انگیزه پزشکی، انگیزه کسب لذت و آرامش، برخورداری از مشوق‌ها، دانش و آگاهی سالمندان، نیازهای سالمندان، شیوه‌های تبلیغات، سیاست‌های سازمانی، اماکن و تسهیلات و برنامه‌های ورزشی طبقه‌بندی شدند. با توجه به یافته‌های پژوهش، به مسئولان پیشنهاد می‌شود برای برنامه‌ریزی مشارکت سالمندان در فعالیت‌های ورزشی، به عوامل فردی و سازمانی، هم‌زمان توجه شود تا تاثیرگذاری بیشتری صورت گیرد.

احمدعلی آصفی و اسد دستجردی (۱۳۹۵) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی موانع توسعه ورزش همگانی در

دانشگاه‌های دولتی شهر تهران و ارائه راهکارهای کاربردی توسعه آن آورده‌اند که پژوهش آنان از لحاظ هدف جزو تحقیقات کاربردی و روش انجام تحقیق توصیفی از نوع تحلیلی بود. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه اعضای هیئت علمی مرد و زن دانشکده‌های تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه‌های دولتی منتخب شهر تهران بودند که به دلیل محدود بودن تعداد افراد جامعه از روش تمام‌شماری برای نمونه‌گیری استفاده شد. ابزار جمع‌آوری اطلاعات، پرسشنامه‌ای محقق ساخته بود که روایی صوری و محتوایی آن را استادان تأیید کردند و پایایی آن توسط آزمون آلفای کرونباخ محاسبه شد. نتایج تحقیق نشان داد که ۹ دسته مانع در توسعه ورزش همگانی دانشگاه مؤثرند که به ترتیب اولویت عبارت‌اند از: موانع سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی، موانع شناختی، موانع مالی، موانع آموزشی، موانع قانونی، موانع اطلاعاتی، موانع انسانی، موانع فردی و موانع زیرساختی. مانیز و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهشی ورزش و عادات فرهنگی را از نظر جنسیت مورد بررسی قرار دادند. در این مقاله، تصمیم‌گیری‌های فردی در زمینه شرکت در دو فعالیت فراغت «ورزش و فرهنگ» مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است و نتایج نشان داد که هر دو فعالیت فصلی و در مناطق شهری بیشتر رایج هستند. علاوه بر این، مسئولیت خانواده و تعداد افراد خانواده یک عامل بازدارنده شرکت در چنین فعالیت‌هایی هستند.

چارچوب نظری پژوهش

متغیرهای الگویی پارسنز که بر اساس ساختار روابط طبقاتی در جامعه پی‌ریزی شده است، به موانع و فرصت‌های متفاوتی برای مشارکت اجتماعی و ورزشی زنان سالمند اشاره دارد. وی که این دوگانه‌ها را برای تحلیل کنش‌های اجتماعی نسبت به موقعیت و مبتنی بر واقعیت اجتماعی مطرح کرده است، راه‌هایی را پیش روی کنشگران اجتماعی می‌بیند که انتخاب آنان را یکی از مهم‌ترین الزامات به شمار می‌آورد. نخستین متغیر الگویی، عاطفی بودن در برابر خنثی بودن است (تنهایی، ۱۳۹۴: ۲۷۶) که در بحث از موانع مشارکت ورزشی در زمره موانع فردی قرار گرفت. علاقه‌مندی به ورزش یا اجتناب از آن می‌تواند به عنوان یک انتخاب فردی مطرح گردد که بر زمینه‌های اجتماعی استوار نیست. در این دوگانه هیچ مبنایی برای طرح جنسیت و گروه سنی وجود ندارد و صرفاً علاقه‌مندی مورد توجه قرار می‌گیرد.

دومین متغیر الگویی، جهت‌گیری جمعی در برابر جهت‌گیری شخصی است (همان، ۲۶۸). در این معناست که رویکردهای اجتماعی مطرح می‌شوند؛ اینکه هنجارهای اجتماعی از مشارکت ورزشی زنان سالمند حمایت و پشتیبانی می‌کند یا موانعی برای فعالیت ورزشی آنان ایجاد می‌کند. در همین جاست که جامعه‌پذیری جنسیتی، نقش‌های جنسیتی را تفکیک می‌کند و نقش‌های زنان و مردان را به صورت مجزا تعریف می‌نماید. جامعه‌پذیری جنسیتی قصد زیر سوال بردن تفاوت‌های جنسیتی را ندارد، اما وجود فضاهای اجتماعی برابر برای زنان و مردان را از بین برده و باعث شده تا زنان نسبت به مردان از فضاهای کمتری برای ورزش همگانی برخوردار باشند. از طرف دیگر، ارزش‌ها، عرف، هنجار و قوانین تصویری از زن ارائه می‌دهند که ورزش در فضاهای عمومی مانند پارک یا دوچرخه‌سواری می‌تواند کاملاً برخلاف فرهنگی عمومی جامعه باشد. اگر ویژگی سالمندی و ناتوان‌انگاری سالمندان نیز به ویژگی جنسیتی و فرهنگ جنسیت‌محور اضافه گردد، انتظارات

بسیار متفاوت خواهد بود. بنابراین در دومین متغیر الگویی، جهت گیری جمعی بر اساس فرهنگ مسلط بر جامعه تعریف می‌گردد و جهت گیری شخصی بر اساس شیوه کنش افراد که بر اساس اولویت‌های خود انتخاب می‌کنند، تعیین می‌گردد.

سومین متغیر الگویی، عام‌گرایی در برابر خاص‌گرایی است (تنهایی، ۱۳۹۴: ۲۶۸). در این متغیر الگویی، مشارکت ورزشی در ورزش همگانی توسط زنان سالمند به عنوان روابط کنشی مطرح می‌شود که اگر در میان زنان سالمند رواج داشته باشد، مبتنی بر عام‌گرایی است و اگر این مشارکت ورزشی به گروه‌های خاصی مربوط شود، الگوی خاص‌گرایی است. در همین جاست که می‌تواند از پایگاه اجتماعی و گروه‌های منزلتی که و بر و بلن بر آن تاکید دارند، استفاده نمود و روابط گسترده و کنش متقابل با افراد متفاوت در جامعه را به عنوان فرصتی برای گرایش به گروه‌هایی با روابط خاص دانست که از الگوی فرهنگی مسلط فاصله می‌گیرد و فرهنگ جنسیت محور و ناتوان‌انگاری سالمندان را به کناری می‌نهد تا الگوی جدیدی برای فراغت خود برگزینند. از این رو، سبک زندگی که شیوه‌های گذران اوقات فراغت را در نظر دارد نیز مهم جلوه می‌کند و در پشتیبانی از خاص‌گرایی در میان زنان سالمند و گرایش به ورزش همگانی می‌توان نقش برجسته آن را مشاهده نمود.

چهارمین متغیر الگویی، کیفیت ذاتی در برابر جنبه عملی است (همان، ۲۶۹)؛ بدین معنا که آیا زنان سالمند صرفاً به مشارکت ورزشی می‌پردازند تا نیازهای آنچه که نقش‌های انتسابی و خصوصیات فردی به آن‌ها داده را ارضا کنند یا هدف از مشارکت ورزشی در ورزش همگانی از سوی زنان سالمند دارای اهداف متنوعی از قبیل سلامتی، دوری از کم‌تحرکی، فعال بودن، انتخاب شیوه‌ای درست برای گذران اوقات فراغت و غیره است. اهداف مشارکت در ورزش همگانی، از مهم‌ترین تعیین‌کننده‌های کنشگری بر اساس جنبه عملی است.

پنجمین متغیر الگویی، ویژه بودن در برابر پراکنده بودن است (تنهایی، ۱۳۹۴: ۲۶۹). اینکه مشارکت در ورزش همگانی فقط به عنوان یک ورزش برای زنان سالمند دارای اهمیت است یا از این طریق به اهداف دیگری نیز دست پیدا می‌کنند. از جمله می‌توان به آشنا شدن با افراد جدید، گسترش روابط اجتماعی، تبادل اطلاعات، انجام کارهای گروهی و گرهمایی‌هایی با هدف‌های خانوادگی، دوستی، مذهبی و غیره که می‌تواند ورزش و مشارکت ورزشی فقط به عنوان یک بخش از آن مطرح شود.

فرضیه‌های پژوهش

۱. پایگاه اجتماعی - اقتصادی با میزان مشارکت زنان سالمند در ورزش همگانی رابطه‌ای معنادار دارد.
۲. سبک زندگی زنان سالمند با میزان مشارکت زنان سالمند در ورزش همگانی رابطه‌ای معنادار دارد.
۳. شبکه روابط اجتماعی زنان سالمند در سنین فعالیت با میزان مشارکت زنان سالمند در ورزش همگانی رابطه‌ای معنادار دارد.
۴. دیدگاه‌های جنسیت‌محور در جامعه‌پذیری با میزان مشارکت زنان سالمند در ورزش همگانی رابطه‌ای معنادار دارد.
۵. ناتوان‌انگاری سالمندان با میزان مشارکت زنان سالمند در ورزش همگانی رابطه‌ای معنادار دارد.

۶. اهداف متنوع اجتماعی با میزان مشارکت زنان سالمند در ورزش همگانی رابطه‌ای معنادار دارد.
۷. علاقه‌های فردی زنان سالمند با میزان مشارکت ورزشی آنان رابطه معنادار دارد.

روش شناسی پژوهش

روش تحقیق در این پژوهش، توصیفی و از نوع پیمایشی^۱ است. «محقق پیمایش با بررسی تغییرات متغیر بر حسب موردها و جستجوی ویژگی‌های دیگری که به طور منظم با آن پیوند دارد، در پی شناخت علل پدیده‌ها بر می‌آید. تحقیق پیمایشی یکی از روش‌های گردآوری، تنظیم و تحلیل داده‌هاست. تکنیک گردآوری داده‌ها در این روش از تنوع زیادی برخوردار است. در پیمایش می‌توان هر موردی را مشاهده کرد، با آن مصاحبه کرد، به آن‌ها پرسشنامه داد و جز این‌ها» (دواس، ۱۳۸۸: ۱۶-۱۵). در این پژوهش که موانع اجتماعی و فرهنگی مشارکت زنان سالمند در ورزش همگانی مورد مطالعه قرار گرفته، به دلیل گستردگی موضوع مطالعه که شهر تهران را در بر می‌گیرد و نیز حضور موارد مورد بررسی در زمان انجام مطالعه، استفاده از روش پیمایشی ضرورت پیدا می‌کند. در این پژوهش، محقق تلاش کرده تا داده‌های مورد نیاز را از زنان سالمند جمع‌آوری کند. پرسشنامه، رایج‌ترین ابزار گردآوری داده‌ها در تحقیقات علوم اجتماعی است که با روش پیمایشی انجام می‌شوند و شامل مجموعه سؤال‌هایی است که محقق به وسیله آن‌ها از پاسخگویان داده‌های اولیه را به دست می‌آورد. در این تحقیق از آنجایی که حجم نمونه با توجه به جمعیت آماری بالاست، پرسشنامه از نوع بسته به کار گرفته شد تا کار استخراج داده‌ها تسهیل شود. در این پژوهش از روش پیمایش و از پرسشنامه ساخت یافته جهت جمع‌آوری اطلاعات مورد نظر استفاده گردیده است.

جامعه آماری تمام افرادی را در بر می‌گیرد که محقق قصد دارد تا موضوع مورد نظر خود را در میان آنان مورد سنجش قرار دهد (ببی، ۱۳۹۰: ۴۱۶). در این تحقیق جامعه آماری مورد مطالعه عبارت از زنان سالمند شهر تهران می‌باشد که نمونه‌های تحقیق از میان آن‌ها انتخاب شده‌اند. به دلیل گستردگی جامعه مورد مطالعه در تحقیقات پیمایشی، تعریف و تعیین حدود جمعیت از عواملی است که در یک پژوهش باید به طور دقیق و جدی مورد توجه قرار گیرد (سرایبی، ۱۳۷۲: ۱۴). بر اساس آخرین سرشماری در سال ۱۳۹۵ تعداد زنان ۵۰ سال و بیشتر ۱۳۸۸۷۰۲ نفر است که با استفاده از فرمول کوکران تعداد اعضای نمونه ۲۸۶ نفر برآورد شد. شیوه نمونه‌گیری هم به روش خوشه‌ای چندمرحله‌ای بوده است. در مرحله اول، از میان فضاهای مختلف شهری که در آن ورزش همگانی انجام می‌شود، به صورت تصادفی چند منطقه انتخاب شدند و از میان زنان سالمند مشارکت‌کننده نیز به صورت تصادفی ساده نمونه‌های مورد بررسی گزینش گردیدند.

اعتبار و روایی پرسشنامه پیش از آزمون متغیرها و توزیع کلی آن در میان پاسخگویان باید آزمون گردد. اعتبار ابزار پژوهش توسط بازبینی و اعمال نظرات اساتید و متخصصان حوزه جامعه‌شناسی به دست آمد. پس از آن، پرسشنامه در میان ۳۰ نفر از اعضای جامعه نمونه توزیع شد تا روایی پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ مورد محاسبه قرار گیرد.

جدول ۱: روایی ابزار تحقیق

نوع متغیر	نام متغیر	آلفای کرونباخ اولیه	آلفای کرونباخ نهایی	
وابسته	مشارکت ورزشی	۰/۷۹۰	۰/۷۹۰	
	مستقل	پایگاه اجتماعی - اقتصادی	۰/۶۹۵	۰/۷۱۳
		سبک زندگی	۰/۴۹۲	۰/۷۰۸
		علاقه‌های فردی	۰/۵۸۹	۰/۷۴۴
		جامعه‌پذیری جنسیتی	۰/۸۳۶	۰/۸۳۶
		ناتوان‌انگاری	۰/۸۴۵	۰/۸۴۵
		تنوع اهداف مشارکت	۰/۷۷۵	۰/۷۷۵
		شبکه روابط اجتماعی	۰/۵۵۷	۰/۷۰۳

در این پژوهش برای تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار آماری SPSS استفاده شده و آزمون فرضیات با استفاده از آماره‌های متناسب با هر متغیر انتخاب گردیده است.

یافته‌های پژوهش

فرضیه اول: پایگاه اجتماعی - اقتصادی با میزان مشارکت زنان سالمند در ورزش همگانی رابطه‌ای معنادار دارد.

جدول ۲: رابطه پایگاه اجتماعی و مشارکت ورزشی

سطح معناداری	ضریب پیرسون	تعداد پاسخ‌های معتبر	پایگاه اجتماعی و مشارکت ورزشی
۰/۰۰۱	۰/۱۹۹	۲۸۶	

پایگاه اجتماعی - اقتصادی و مشارکت در ورزش همگانی در سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه معناداری را نشان دادند که این رابطه در سطح بسیار ضعیف و مستقیم است. بر این اساس، هر چه پایگاه اجتماعی فرد بالاتر باشد، میزان مشارکت او در فعالیت‌های ورزش همگانی بیشتر شده و هر چه پایگاه اجتماعی پایین‌تر باشد، میزان مشارکت ورزشی کمتر می‌گردد.

فرضیه دوم: سبک زندگی زنان سالمند با میزان مشارکت زنان سالمند در ورزش همگانی رابطه‌ای معنادار دارد.

جدول ۳: رابطه سبک زندگی و مشارکت ورزشی

سطح معناداری	ضریب پیرسون	تعداد پاسخ‌های معتبر	
۰/۰۰۰	۰/۵۵۹	۲۸۶	سبک زندگی و مشارکت ورزشی

سبک زندگی که بر اساس میزان تحرک در شیوه زندگی سنجش شده بود، در سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه‌ای در سطح خوب نشان داد که این رابطه مستقیم بود. بر اساس این نتیجه، هر چه تحرک فرد در شیوه زندگی روزمره بیشتر باشد، مشارکت او در ورزش همگانی نیز بیشتر می‌شود و هرچه فرد در سبک زندگی خود از سکون بیشتری برخوردار باشد، گرایش به ورزش همگانی در او کاهش می‌یابد.

فرضیه سوم: شبکه روابط اجتماعی زنان سالمند در سنین فعالیت با میزان مشارکت زنان سالمند در ورزش همگانی رابطه‌ای معنادار داشته باشد.

جدول ۴: رابطه شبکه روابط اجتماعی و مشارکت ورزشی

سطح معناداری	ضریب پیرسون	تعداد پاسخ‌های معتبر	
۰/۰۰۰	۰/۲۸۶	۲۸۶	روابط اجتماعی و مشارکت ورزشی

میزان گستردگی روابط اجتماعی با مشارکت در ورزش همگانی رابطه‌ای مستقیم را در سطح اطمینان ۹۵ درصد نشان داد که شدت این رابطه، نسبتاً ضعیف بود. رابطه مستقیم این دو متغیر نشان می‌دهد که گسترده شدن روابط اجتماعی موجب مشارکت بیشتر سالمندان در ورزش همگانی می‌شود و برعکس، هر چه روابط اجتماعی زنان سالمند از گستردگی کمتری برخوردار باشد، میزان مشارکت آنان کاهش می‌یابد.

فرضیه چهارم: دیدگاه‌های جنسیت محور در جامعه‌پذیری با میزان مشارکت زنان سالمند در ورزش همگانی رابطه‌ای معنادار دارد.

جدول ۵: رابطه جامعه‌پذیری جنسیتی و مشارکت ورزشی

سطح معناداری	ضریب پیرسون	تعداد پاسخ‌های معتبر	
۰/۵۳۰	۰/۰۳۷	۲۸۶	جامعه‌پذیری جنسیتی و مشارکت ورزشی

رابطه جامعه‌پذیری جنسیتی و مشارکت ورزشی در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار نبود. از آنجا که جامعه آماری از زنان سالمند تشکیل شده و جامعه‌ای تک جنسیتی بود، یکی از دلایل معنادار نبودن رابطه متغیر جامعه‌پذیری جنسیتی و مشارکت در ورزش همگانی، همین امر می‌باشد.

فرضیه پنجم: ناتوان‌انگاری زنان و سالمندان با میزان مشارکت زنان سالمند در ورزش همگانی رابطه‌ای معنادار دارد.

جدول ۶: رابطه ناتوان‌انگاری و ابعاد آن با مشارکت ورزشی

سطح معناداری	ضریب پیرسون	تعداد پاسخ‌های معتبر	
۰/۰۰۰	-۰/۳۰۹	۲۸۶	ناتوان‌انگاری و مشارکت ورزشی
۰/۰۰۰	-۰/۲۴۶	۲۸۶	ناتوان‌انگاری جنسیتی و مشارکت ورزشی
۰/۰۰۰	-۰/۲۸۷	۲۸۶	ناتوان‌انگاری سالمندی و مشارکت ورزشی

ناتوان‌انگاری یکی از متغیرهایی است که از نظریه‌های فمینیستی و سالمندی استخراج شده است. این متغیر بیانگر نگرش اجتماعی به زنان و سالمندان است که موضع ناتوانی برای این دو گروه اتخاذ کرده است. بر اساس پاسخ‌های گردآوری شده، رابطه متغیر ناتوان‌انگاری و مشارکت ورزشی در سطح اطمینان ۹۵ درصد معکوس و در سطح ضعیفی قرار دارد. در واقع این نتیجه نشان می‌دهد که هر چه نگرش ناتوان‌انگاشتن زنان و سالمندان سلطه بیشتری پیدا کند، مشارکت آنان در فعالیت‌های ورزشی کمتر می‌شود و هر چه این نگرش و باور در میان افراد کم‌رنگ‌تر شود، میزان مشارکت آنان در ورزش‌های همگانی افزایش پیدا می‌کند. این متغیر در هر دو بعد جنسیتی و سالمندی وضعیت مشابهی را نشان داد که شدت رابطه نیز بیانگر وضعیت همانند است. فرضیه ششم: اهداف متنوع اجتماعی با میزان مشارکت زنان سالمند در ورزش همگانی رابطه‌ای معنادار دارد.

جدول ۷: رابطه تنوع اهداف و مشارکت ورزشی

سطح معناداری	ضریب پیرسون	تعداد پاسخ‌های معتبر	
۰/۰۰۰	۰/۵۲۴	۲۸۶	تنوع اهداف و مشارکت ورزشی

تنوع اهداف مشارکت ورزشی و میزان مشارکت در ورزش همگانی رابطه‌ای مستقیم و معنادار در سطح اطمینان ۹۵ درصد نشان داد. این رابطه که رابطه‌ای در سطح مطلوب است، بیانگر این نکته می‌باشد که هر چه افراد مشارکت‌کننده در فعالیت‌های ورزشی دارای اهداف متنوع‌تری باشند، مشارکت آنان در ورزش همگانی نیز بیشتر می‌شود و هر چه این تنوع در اهداف کمتر باشد، مشارکت در ورزش همگانی نیز کمتر می‌گردد. فرضیه هفتم: علاقه‌های فردی زنان سالمند با میزان مشارکت ورزشی آنان رابطه معنادار دارد.

جدول ۸: رابطه علاقه‌های فردی و مشارکت ورزشی

سطح معناداری	ضریب پیرسون	تعداد پاسخ‌های معتبر	
۰/۰۰۰	۰/۴۷۸	۲۸۶	علاقه‌های فردی و مشارکت ورزشی

علاقه‌های فردی به عنوان یکی از متغیرهای تاثیرگذار در گرایش به مشارکت ورزشی در میان زنان سالمند شناخته شد و نشان داد که رابطه‌اش با متغیر مشارکت در ورزش همگانی مستقیم و در سطح مطلوب است. هرچه علاقه‌های فردی به ورزش بیشتر باشد، مشارکت در ورزش همگانی نیز افزایش می‌یابد. بنابراین، علاقه فردی به عنوان یکی از زمینه‌های گرایش به ورزش همگانی به شمار می‌رود.

بحث و نتیجه‌گیری

تنوع اهداف برای مشارکت در ورزش همگانی یکی از مهم‌ترین و موثرترین متغیرهای تاثیرگذار در میان زنان سالمند بوده است. سارانی و همکارانش نیز طی مطالعه‌ای کیفی که در سال ۱۳۹۷ انجام داده بودند انگیزه‌های مختلفی از جمله انگیزه پزشکی، آمادگی جسمانی و انگیزه‌های اجتماعی که برای کسب لذت و آرامش است را عواملی موثر در ورزش سالمندی برشمرده بودند. علوی و همکارانش نیز بر بالا رفتن میزان شادکامی در میان سالمندانی که به ورزش اشتغال دارند تاکید کرده‌اند و معتقدند که سالمندان فعال بیش از سالمندان غیرفعال می‌توانند در بالا بردن کیفیت زندگی خودشان دخیل باشند.

جامعه‌پذیری جنسیتی در این مطالعه ارتباط مستقیمی با متغیر مشارکت سالمندان در ورزش همگانی نداشت. این نتیجه، برخلاف مطالعه‌ای بود که آصفی و دستجردی انجام داده‌اند. آنان در سال ۱۳۹۵ در مطالعه موانع توسعه ورزش همگانی به این نتیجه رسیدند که موانع شناختی یکی از اصلی‌ترین موانع در میان سالمندان و زنان برای مشارکت در ورزش همگانی می‌باشد؛ اما از سوی دیگر می‌توان به ناتوان‌انگاری نیز پرداخت که این متغیر نیز یکی از متغیرهای شناختی است که مانع توسعه ورزش همگانی در میان زنان و سالمندان می‌شود. دانش و آگاهی سالمندان که سارانی و همکارانش به آن اشاره می‌نمایند، در همین حوزه می‌تواند بسیار مفید و موثر واقع گردد. به علاوه، تسهیلات و اماکن ورزشی که در این تحقیق در حوزه محدودیت‌های جنسیتی و سنی قرار گرفت نیز از مقوله‌هایی است که می‌تواند با رفع موانع زیرساختی، گامی در راستای توسعه ورزش همگانی در میان سالمندان باشد.

از میان متغیرهای اجتماعی دیگر، متغیر پایگاه اجتماعی نیز به صورت مستقیم تاثیرگذار نبود و این رابطه از آن روست که پایگاه اجتماعی مشارکت‌کنندگان که مخاطبان پرسشنامه بودند، شبیه به هم بود و بنابراین این متغیر از طریق متغیر واسطه که سبک زندگی بود، توانست در تبیین متغیر وابسته نقش داشته باشد. این نکته را نباید نادیده گرفت که سبک زندگی در صورتی تنوع راه‌های انتخابی برای افراد را به وجود خواهد آورد که پایگاه اجتماعی و اقتصادی بتواند موقعیت‌های متفاوتی در اختیار افراد قرار دهد. به عنوان مثال، در مرکز شهر که موقعیت افراد ساکن در این منطقه نسبت به سایر مناطق شهر تهران محدود است، تعداد افرادی که به مشارکت در ورزش همگانی گرایش دارند، بسیار کمتر است. این موضوع دلیلی است برای اینکه حتی موقعیت‌های ساختاری مثل دارا بودن منطقه از پارک‌ها و هوای مناسب برای ورزش همگانی مورد توجه قرار گیرد و از سوی دیگر، موقعیت‌های اجتماعی به وجود آمده برای افراد گسترش یابد. تفاوت در پایگاه اجتماعی موجب می‌شود که افرادی با پایگاه‌های اجتماعی متفاوت، دلایل متنوعی را برای شرکت در ورزش همگانی داشته باشند و این

ارتباطات موجب افزایش شبکه ارتباطات سالمندان گردد.

شبکه ارتباطات و گسترش آن تاثیر بسزایی در گرایش به مشارکت در ورزش همگانی دارد و این موضوع نیز بر اثر فعالیت‌های اجتماعی امکان‌پذیر است. در واقع، برنامه‌های ورزشی برای سالمندان می‌تواند تسهیل‌کننده این روابط باشد و سالمندان را برای برنامه‌ریزی ایام مختلف روز و تحرک در زندگی روزانه مهیا سازد. مجهز شدن سالمندان به مهارت‌های ارتباطی با یکدیگر می‌تواند آنان را از برخی بیماری‌های روانی مانند افسردگی دور کند و توانمند شدن آنان نیز مشوق‌های مثبتی در راستای انجام امور شخصی‌شان به وجود می‌آورد. موتمنی و همکارانش در سال ۱۳۹۳، بی‌توجهی به نیازهای زنان و سالمندان و برآورده نکردن اماکن مناسب برای ورزش این گروه‌های سنی بر اساس فرهنگ مرد-محور را از موانع گسترش ورزش همگانی به شمار آورده‌اند.

سبک زندگی که مبتنی بر علاقه‌های فردی و پایگاه اجتماعی است و در موقعیت‌های ساختاری به فرد امکان انتخاب می‌دهد، یکی از متغیرهای تبیین‌کننده بود که توانست ارتباط بسیاری از متغیرهای دیگر را با متغیر وابسته به صورت غیرمستقیم برقرار نماید. علاقه‌های فردی در انتخاب سبک زندگی پرتحرک یا کم‌تحرک تاثیر بسزایی دارد و این انتخاب‌ها کیفیت زندگی افراد در بخش عوامل فردی و اجتماعی تحت تاثیر قرار می‌دهد. کیفیت زندگی در بخش ساختاری مربوط به عواملی شناختی است که به هنجارها و ارزش‌های اجتماعی مربوط است و در متغیرهای جامعه‌پذیری جنسیتی و ناتوان‌انگاری نهفته است. نگاه مرد-محور که از عوامل شناختی است، در رابطه‌ای متقابل با عوامل ساختاری، تسهیلات را به سمت مرد-محوری سوق می‌دهد و امکان مشارکت زنان را کاهش می‌دهد. گرچه سالمندان و زنان مشارکت‌کننده در ورزش همگانی تا حد زیادی بر این عوامل شناختی فائق آمده‌اند و برای این فعالیت اجتماعی و جسمانی تغییری در نگاه خود به زنانگی و سالمندی به وجود آورده‌اند- همین امر یکی از موفقیت‌های زنان سالمند در زندگی فردی و اجتماعی آنان به شمار می‌رود- اما کیفیت زندگی در بخش فردی و اجتماعی شامل ابعاد متفاوتی است که یکی از آنها بعد جسمی و پزشکی است. افسر فرد و همکارانش نیز در سال ۱۳۹۳ تغییر کیفیت زندگی در زنان سالمند را مورد مطالعه قرار داده‌اند و ورزش را در زمره عوامل تقویت‌کننده برای بهبود کیفیت زندگی دانسته‌اند.

منابع

- آصفی، احمدعلی و اسدی دستجردی، حسن. (۱۳۹۵). «بررسی موانع توسعه ورزش همگانی در دانشگاه‌های دولتی شهر تهران و ارائه راهکارهای کاربردی توسعه آن». نشریه مدیریت ورزشی. شماره ۶، دوره ۸، صص ۸۲۳-۸۴۴.
- بیبی، ازل. (۱۳۹۰). روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی. رضا فاضل. تهران: سمت
- تهایی، ح.ا. (۱۳۹۴). درآمدی بر مکاتب و نظریه‌های جامعه‌شناسی. تهران: بهمن برنا و مرندیز
- پیسی، آرنولد. (۱۳۶۷). تکنولوژی و فرهنگ. بهرام شالگونی. تهران: نشر مرکز
- تندونیس، فریدون. (۱۳۸۰). «جایگاه ورزش در اوقات فراغت زنان ایرانی». حرکت. شماره ۱۲، صص ۱۰۴-۸۷.
- دواس، دی.ای. (۱۳۸۸). پیمایش در تحقیقات اجتماعی. (مترجم: هوشنگ ناییبی). تهران: سمت
- سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران. (۱۳۸۱). طرح اجمالی سند راهبرد توسعه نظام جامع تربیت بدنی و ورزش. تهران: شرکت راد سامانه
- سعیدی، علی اصغر؛ حیدری چروده، مجید و قدیمی، بهرام. (۱۳۹۰). ورزش همگانی و شهروندان تهرانی. تهران: نشر جامعه و فرهنگ
- شیخی، غفور و ممندی، علی. (۱۳۹۰). شرح و بسط نظریه‌های جامعه‌شناسی ورزش. <http://searches.blogfa.com/post-275.aspx>
- عبدلی، بهروز. (۱۳۸۶). مبانی روانی - اجتماعی تربیت بدنی و ورزش. تهران: بامداد کتاب
- Bouillet, T., Bigard, X., Brami, C. Chouahnia, K., Copel, L., Dauchy, S. Delcambre, C., Descotes, J. M., Joly, F., Lepeu, G., Marre, A., Scotte, F., Spano, J.P., Vanlemmens, L. and Zelek, L. (2015). "Role of physical activity and sport in oncology: scientific commission of the National Federation Sport and Cancer CAMI". Crit Rev Oncol Hematol, 94(1), pp. 74-86.
- Dehwah, M., Shuang, Zh., Huang, Q.Y. (2008). "The Association between ACE Gene I/D Polymorphism and Type 2 Diabetes in Han Chinese in Hubei". International J Osteoporosis and Metabolic Disorders, 1(1):1-7.
- Lee, G.K., Chronister, J., Bishop, M. (2008). "The effects of psychosocial factors on quality of life among individuals with chronic pain". Rehabil Couns Bull, 51(3): 177-189.
- Muñoz, Cristina; Plácido, Rodríguez; María J. Suárez. (2014). "Sports and cultural habits by gender: An application using count data models". Economic Modelling, Volume. 36, Pages 288-297.
- Palm, Jurgen & Wolfyang, Baumann. (2002). Sport for all as a departure into the unknown lands of sport. Heusenstamm, Germany

تحلیل جامعه‌شناختی رویکردهای نوین ورزش‌های المپیک در توسعه صلح و دوستی بین‌الملل

کیکاوس سعیدی^۱

بهرام قدیمی^۲

کاوه خبیری^۳

محمدعلی اصلانخانی^۴

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۶/۲۳

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۱۰/۴

امر ورزش امروزه محدوده وسیعی را متوجه خود نموده است. اینک ورزش نماد صلح و همزیستی، تحمل و یکدیگرپذیری و زمینه ساز و سازماندهی کننده ارتباطات اقوام در سطح جهان زیر چتر صلح‌پذیری و امنیت است. هدف از پژوهش حاضر، تحلیل جامعه‌شناختی رویکردهای نوین ورزش‌های المپیک در توسعه صلح و دوستی بین‌الملل است. روش پژوهش حاضر از نوع کمی و کیفی، به لحاظ هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی بود که با بررسی ادبیات پیشینه مرتبط با این زمینه و انجام مصاحبه کیفی (تحلیل محتوا) با ۱۲ متخصص حوزه المپیک، مؤلفه‌ها و گویه‌های توسعه صلح و دوستی بین‌الملل در ورزش‌های المپیک شناسایی شد. جامعه آماری شامل ۳۷ نفر از مدیران ارشد ورزشی حوزه المپیک بود که مصاحبه با نمونه‌های آماری بر مبنای تکنیک گلوله برفی و تا اشیاع نظری پیش رفت. پس از کدگذاری و تحلیل مصاحبه‌های صورت گرفته به تدوین پرسشنامه اقدام شد. در بخش کمی نیز برای تحلیل داده‌ها از

۱. دانشجوی دکترای جامعه‌شناسی ورزشی، گروه جامعه‌شناسی و علوم اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲. دانشیار، گروه جامعه‌شناسی و علوم اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Dr.b.ghadimi@gmail.com

۳. استادیار، فیزیولوژی ورزشی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۴. استاد تمام، گروه رفتار حرکتی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

آمار توصیفی، تحلیل عاملی اکتشافی و تاییدی و نیز آزمون تی جهت تعیین تناسب مدل استفاده گردید. نرم افزارهای مورد استفاده SPSS-۲۲ و لیزرل بودند. در تحلیل عاملی اکتشافی برای تجزیه و تحلیل ۴۱ گویه پرسشنامه اولیه، از روش تحلیل عناصر اصلی با چرخش عمودی و تکنیک واریماکس استفاده شد و مقدار شاخص پایایی بر اساس ضریب آلفای کرونباخ معادل ۰/۷۹۹ به دست آمد. همچنین چهار مؤلفه به عنوان عوامل کلیدی رویکرد نوین المپیک به صلح و دوستی شناسایی شدند که میزان اثرات کلی این مؤلفه‌ها برابر ۵۶/۸۲۳ درصد بوده است.

واژگان کلیدی: ورزش، المپیک، صلح و دوستی بین‌الملل

مقدمه

امر ورزش امروزه محدوده وسیعی را متوجه خود نموده است. ورزش به عنوان یک صنعت بزرگ با پتانسیل بالا حوزه‌های گسترده‌تری را شامل فرهنگ، اقتصاد و سیاست در خود جای داده که همین امر موجب شده تا توجهات بسیاری را به خود جلب نماید. صلح، یک آرمان جهانی و یکی از مهمترین ضرورت‌های زمانه ما است و بنیاد زندگی انسانی را تشکیل می‌دهد. تحقق پیشرفت جامعه و حاکمیت آرامش و خوشبختی نیازمند برقراری صلح است. صلح فقط ارتباط نیست، بلکه عبارت است از: تبادل افکار و ذهنیات، محبت متقابل و پذیرفتن یک دیگر. یکی از اهداف جنبش المپیک، مؤثر بودن در پایان بخشیدن به مناقشات بین‌المللی و سیاسی و توسعه صلح است. روابط سیاسی بین کشورها همواره یکی از نکات مهم و قابل ذکر در مسابقات ورزشی بوده و نقش آن انکارناپذیر است (بریمانی، ۱۳۹۶: ۱۰۹). تحلیل ورزش به ما چیزهای زیادی درباره روابط بین‌الملل می‌آموزد؛ از توسعه صلح و جنگ گرفته تا همگرایی قومیت‌ها و ناسیونالیسم ورزش که یکی از ملزومات اساسی زندگی اجتماعی امروز و از عرصه‌های بسیار مهمی است که حکومت‌ها، افراد و سازمان‌های بین‌المللی با آگاهی کامل از ابعاد سیاسی و اجتماعی آن، همواره تمایل داشته‌اند تا از آن برای دستیابی به اهداف مورد نظر خود بهره‌برداری کنند. از آنجایی که ورزش بر افکار عمومی تأثیر می‌گذارد، از این طریق قادر به تأثیرگذاری بر دیپلماسی عمومی نیز هست. ورزش نماد صلح و همزیستی، تحمل و یکدیگرپذیری و زمینه‌ساز و سازماندهی‌کننده ارتباطات اقوام در سطح جهان زیر چتر صلح‌پذیری و امنیت است (جاوید، ۱۳۹۰: ۶۵).

هنگامی که بارون دو کوبرتین بیش از یک قرن پیش بازی‌های المپیک را احیا کرد، چیزی بیش از بازی کردن و مسابقه دادن در ذهن داشت. وی امیدوار بود که این بازی‌ها مثالی را ارائه دهند که چگونه گروهی از مردم، برای رسیدن به یک هدف مشترک، مانند تبدیل شدن به بهترین ورزشکاران جهان، دنیا را به مکانی بهتر برای زندگی تبدیل می‌کنند. با این حال استفاده از بازی‌های المپیک به عنوان بستری برای درک و صلح بین‌المللی مفهوم اصلی نبود. بازی‌های المپیک باستان در قالب یک آتش بس المپیک در طول مسابقات صلح را تقویت می‌کردند. امروزه، کمیته بین‌المللی المپیک هنوز هم برای پیروی جهانی از آتش بس المپیک در طول بازی‌ها مبارزه می‌کند و متعهد به ارتقای صلح از طریق ورزش و فراتر از آن است (کمیته بین‌المللی المپیک^۱)

عقاید و باورهای مندرج در این جنبش در مورد ظرفیت ورزش برای ارتقای همزیستی مسالمت‌آمیز ریشه تاریخی طولانی دارد. شاید اولین نشانه ارتباط گفتمانی بین ورزش و صلح، به آتش بس المپیک برمی‌گردد که در قلب بازی‌های المپیک باستان قرار داشت. برای تقریباً دوازده قرن، از سال ۷۷۶ قبل از میلاد تا ۳۹۳ میلادی، بازی‌های المپیک و آتش بس المپیک دست به دست هم دادند و در پس زمینه جنگ تقریباً دائمی بین شهرهای درگیر یونان قرار گرفتند (جیالیانوتی^۲، ۲۰۱۱)

در دوران مدرن، بازی المپیک یک رویداد ورزشی صرف نیست، بلکه یک رویداد فرهنگی است که تأثیر

1. International Olympic Committee

2. Giulianiotti

قابل توجهی در سیاست و جامعه بین‌المللی دارد. در منشور المپیک، هدف المپسم این است که همه جا ورزش را در خدمت رشد هماهنگ انسان، با هدف ارتقای جامعه‌ای صلح‌آمیز با حفظ کرامت انسانی قرار دهد (منشور المپیک^۱، ۲۰۰۶).

از زمان پیر دو کوبرتین (۱۹۲۵-۱۸۹۶) نقش المپسم تغییری نکرده است. صلح یکی از اهداف اصلی آن است. در نوشتار کوبرتین، المپسم مفهوم اصلی است و ما هنوز نتوانسته‌ایم دامنه امکانات آن را کشف کنیم. همان‌طور که ابعاد دانش خود را پیش می‌بریم، سعی می‌کنیم در ادامه مسیر خود با تغییر سریع شرایط انسانی و پدیده‌های اجتماعی، اصول اساسی المپسم را در ذهن خود حفظ نماییم. با حمایت خوان آنتونیو سامارانچ (هفتمین رئیس IOC) و ادامه مسیر وی توسط سایر روسا، استراتژی استفاده از ورزش و المپیک به عنوان ابزاری برای تقویت گفتگوها و سازش برای صلح، نیرو گرفته است. کمیته بین‌المللی المپیک با همکاری سازمان ملل متحد یک پروژه پایدار را برای ارتقای صلح از طریق ورزش آغاز کرده است (لی^۲، ۲۰۱۸).

توجه به ارتباطات بین ورزش، صلح و حل تعارض در سال‌های اخیر افزایش یافته است. جنبش «ورزش برای توسعه و صلح»^۳ به عنوان عنصری مهم در جامعه مدنی جهانی ظاهر شده و از اواخر دهه ۱۹۹۰، این جنبش گسترشی ناگهانی و هماهنگی فزاینده‌ای را تجربه کرده است (رامون اسپایج^۴، ۲۰۱۲).

برجسته ساختن ابعاد مثبت ورزش در سطح بین‌المللی، همان ایجاد روابط دوستانه است؛ چنان که می‌توان با راهکارهای مناسب و اتخاذ سیاست‌های مناسب باعث ایجاد شرایطی شد که ورزش، پاکی خود را حفظ و در حل کشمکش‌های بین‌المللی و ایجاد صلح نقش مؤثری را ایفا کند. ورزش بخش مهمی از نظام بین‌الملل است و هم‌زمان از آن شکل می‌گیرد و در آن تأثیر می‌گذارد. درک این مفهوم، راهی به سوی این فهم می‌گشاید که از ورزش می‌توان در ایجاد صلح، روابط دوستانه بین کشورها، توسعه و مبارزه با فقر و جنایت استفاده کرد. تحقق پیشرفت جامعه و حاکمیت آرامش و خوشبختی نیاز به صلح دارد. یکی از اهداف جنبش المپیک، مؤثر بودن در پایان بخشیدن به مناقشات بین‌المللی و سیاسی و توسعه صلح است. (بریمانی، ۱۳۹۶: ۱۰۸).

وسایل ارتباطی شنیداری و دیداری، عرصه ورزش را به صحنه نمایش جهانی تبدیل کرده است؛ به طوری که گرایش فزاینده به ورزش باعث پیدایش مسائل و موضوعاتی شده است که ذاتاً ماهیت سیاسی و اجتماعی دارند (التیامی‌نیا، عزیزآبادی، ۱۳۹۴). تحلیل ورزش به ما چیزهای زیادی درباره روابط بین‌الملل یاد می‌آموزد؛ از توسعه صلح و جنگ گرفته تا هم‌گرایی قومیت‌ها و ناسیونالیسم. ورزش، یکی از ملزومات اساسی زندگی اجتماعی امروز و از عرصه‌های بسیار مهمی است که حکومت‌ها، افراد و سازمان‌های بین‌المللی با آگاهی کامل از ابعاد سیاسی و اجتماعی آن، همواره تمایل داشته‌اند تا از آن برای دست‌یابی به اهداف موردنظر خود بهره‌برداری کنند. از آنجا که ورزش بر افکار عمومی تأثیر می‌گذارد، از این طریق قادر به تأثیرگذاری بر دیپلماسی عمومی نیز هست. ورزش نماد صلح و هم‌زیستی، تحمل و یکدیگرپذیری، زمینه‌ساز و سازمان‌دهی‌کننده

1. Olympic Charter
2. Chungmi Lee
3. sport for development and peace
4. Ramón Spaaij

ارتباطات اقوام در سطح جهان زیر چتر صلح پذیری و امنیت است. نلسون ماندلا می گوید: «ورزش می تواند دنیا را عوض کند، قدرت الهام خلق کند و انسان ها را به گونه ای که تا به حال تصور آن نمی رفته، متحد کند. ورزش می تواند خالق امید و ابزاری برای صلح باشد» (جاوید، ۱۳۹۰: ۸۰). یکی از پدیده های مهم ورزشی که نمایانگر رابطه صلح جهانی و ورزش بوده و همواره یک ارتباط تنگاتنگ با مفهوم صلح داشته، المپیک بوده است. پنج حلقه المپیک با هدف همبستگی قاره های جهان طراحی شده است؛ همان گونه که رنگ های این حلقه ها مختلف اند، ورزشکاران جهان از رنگ ها و نژادهای مختلف با شرایط سیاسی و اجتماعی گوناگون، هر چهار سال یک بار در بزرگ ترین رویداد ورزشی جهان گرد هم می آیند تا جنگ و رقابت آن ها هم صلح و دوستی را با خود بیاورد. اصول اساسی المپیزم بیان می کند که المپیک به دور از هر گونه تبعیض نژادی، سیاسی و جنسیتی و در فضایی کاملاً صلح آمیز در حال انجام است.

۲۲۱

با افزایش سریع و روبه گسترش آثار و نوشته هایی که به بررسی جامعه شناسی ورزش می پردازند، تحلیل علمی تأثیر متقابل ورزش و جامعه نسبتاً تثبیت شده و عناوین موجود در مجموعه ورزش در جامعه جهانی گواه این امر است. این مطالعات نشان می دهد که تحلیل ورزش به ما چیزهای زیادی درباره صلح و روابط بین الملل یاد می دهد؛ از اقتصاد جهانی نئولیبرال و دیپلماسی و جنگ گرفته تا جهانی سازی فرهنگی، شکل گیری هویت ملی و رسانه ها. با وجود این، نمونه های یادشده از روابط میان ورزش و محیط بین الملل تا حد زیاد در نوشته های کارشناسان تاریخ، حقوق، مطالعات ورزشی و به ویژه جامعه شناسی آمده است و متون بسیار کمی از رشته علمی روابط بین الملل به ورزش اختصاص یافته است. بورديو امر ورزشی را که ظاهراً غیرسیاسی است، پهنه و میدانی برای رقابت بر سر قدرت می داند. به گفته وی، مردم داوطلبانه وارد سازمان های ورزشی شده اند و از طریق رقابت، خشونت خود را تخلیه می کنند. حکومت ها نیز سازمان های ورزشی را به رسمیت می شناسند تا از آن طریق به بسیج توده ها و فتح آنان بپردازند. پتانسیل قدرت در ورزش باعث می شود احزاب سیاسی، اتحادیه ها، کلیساها و مراکز سرمایه وارد این عرصه شوند. مارسل موس، جامعه شناس شهیر فرانسوی ورزش را کنشی فرهنگی دانسته و بر آن است که رفتارهای ورزشی از سنخ رفتارهای طبیعی نیستند، بلکه فرهنگی اند و مجموعه ای از رفتارهای نمادی وابسته به حیثیت و موقعیتی را که هر فرد در سلسله مراتب اجتماعی احراز کرده است، در برمی گیرد. تحلیل موس از ورزش به تدریج زمینه تحلیل های سیاسی و اجتماعی گسترده های از ورزش را فراهم کرد (نوع پرست، ۱۳۸۸: ۷). در دهه ۶۰، نوربرت الیاس در تحلیل و تعبیری شگفت انگیز و جدیدی اعلام کرد: «ورزش کلید شناخت جامعه است». به اعتقاد الیاس، تمدن ها و جوامع از سده های گذشته تاکنون با درونی کردن تدریجی فشارهای اجتماعی سخت گیرانه به صلح آمیز شدن رسوم اخلاقی کمک کردند تا آن جا که در این فرآیند خودکنترلی، بدن در خط مقدم جای گرفته است. (شهابی، ۱۳۹۳: ۲۰-۲۱). به لحاظ منطقی، کشوری که حدود یک درصد از جمعیت جهان را داراست، باید حداقل سهمی معادل ۱ درصد ارزش افزوده فوق را داشته باشد؛ ولی سهم این صنعت در تولید ناخالص داخلی ما بسیار کمتر از یک درصد تولید ناخالص جهانی در شاخه ورزش است (صباغیان، ۱۳۹۳: ۱۳۹). بازی های المپیک با المپیداد ورزشی به جشنواره ورزشی گفته می شود که به

عقیده باستان‌شناسان و تاریخ‌نویسان در یونان باستان به انجام می‌رسیده و در اواخر قرن ۱۹ میلادی از نو احیا شد. در دوره باستان، جشن‌ها ابتدا جنبه مذهبی داشته و برای ادای احترام به زئوس (پادشاه خدایان یونان) در صحن مربوط به او در المپیا برگزار می‌شد. در یونان باستان، شرکت‌کنندگان متشکل از مردانی بودند که ثروت و وقت کافی پرداختن به تمرین ورزشی را داشتند. پس از احیای مسابقات در دوران مدرن، تا دهه هفتاد قرن بیستم میلادی شرکت‌کنندگان حتماً باید ورزشکاران غیر حرفه‌ای می‌بودند، ولی طی دهه هشتاد قرن بیستم، درها به روی ورزشکاران حرفه‌ای هم باز شد. بعد از گذشت سال‌ها از احیا شدن، المپیک تبدیل به معتبرترین و بزرگترین رویداد ورزشی در سراسر جهان شد. امروزه بسیاری از ورزشکاران آرزوی شرکت و مدال آوردن در المپیک را دارند (التیامی، ۱۳۹۴: ۱۵۰). افراد در این مسابقات به صورت شخصی شرکت می‌کردند نه به عنوان نمایندگان شهر یا ناحیه‌ای خاص. تمرکز اصلی این مسابقات بر روی ویژگی‌های مردانه مانند قدرت و ورزیدگی که فرهنگ یونانی آن زمان ارج می‌نهاد، پایه‌گذاری شده بود. بر خلاف سنت جاری در ناحیه مدیترانه که بر پوشیدگی تأکید داشت، شرکت‌کنندگان برهنه در مسابقات شرکت می‌کردند - به عنوان مثال، کلمه «ژیمناستیک» از کلمه یونانی به معنی «برهنه» می‌آید (بهرامی، ۱۳۹۳: ۱۰). مورخین نظریات متفاوتی جهت توضیح این موضوع ارائه کرده‌اند: حضور برهنه در بین عموم مردم بدون اینکه شخص تحریک جنسی بشود، نشانگر کنترل شخص بر خودش یا به عنوان بخشی از مراسم مذهبی بود که بر مفهوم گذرا بودن تأکید می‌کرد یا عقیده به اینکه برهنگی قدرت جادویی به آن‌ها در مقابل صدمات می‌داد یا اینکه برهنگی لباس مخصوص افراد از طبقه بالا بود... بدین ترتیب، یونانی‌ها برهنگی را خجالت‌آور نمی‌دانستند. در فراز و نشیب تاریخ یونان و آثار کشف شده در سال ۷۶۶ پیش از میلاد مسیح در می‌یابیم که «تیمائوس» نخستین مورخ یونانی در نوشته‌های خود از مردی بنام «کره ابوس» یاد کرده است که در راه رفتن از همه سریعتر بوده است. این جشن‌ها بیشتر از آن جهت که عاملی برای ورزیده شدن و آماده کردن جوانان برای مقابله با هر نوع تجاوز به خاک یونان بود، رونق گرفت. رشته‌های ورزشی برگزار شده در ادوار مختلف این مسابقات شامل ماده‌های مختلف مسابقات دو، پرش، پرتاب دیسک، پنجگانه باستانی، مشت‌زنی، کشتی، پانکریشن، اسب‌دوانی و ارابه‌رانی می‌شد (التیامی، ۱۳۹۴: ۱۵۲). در المپیک مسکو در سال ۱۹۸۰ و المپیک لس‌آنجلس در سال ۱۹۸۴ طرفین درگیر در جنگ سرد بازی‌های یکدیگر را تحریم کردند. ایالات متحده به همراه ۶۴ کشور دیگر از جمله ایران، المپیک مسکو در سال ۱۹۸۰ را به دلیل حمله شوروی به افغانستان تحریم کردند و تنها ۱۶ کشور غربی و در مجموع، ۸۰ کشور در بازی‌های المپیک مسکو حضور یافتند. از سال ۱۹۵۶ تاکنون این کمترین تعداد کشور حاضر در المپیک بوده است. اتحاد جماهیر شوروی و ۱۴ عضو بلوک شرق (بجز رومانی) هم در دوره بعدی المپیک با بیان این مطلب که امنیت ورزشکارانشان تأمین نیست، در المپیک لس‌آنجلس در سال ۱۹۸۴ حضور نیافتند. تحریم‌کنندگان بازی‌های المپیک سال ۱۹۸۴ هم‌زمان با المپیک لس‌آنجلس در سال ۱۹۸۴ در ماه‌های ژوئیه - اوت در مسکو بین خودشان بازی‌هایی موسوم به جام دوستی را انجام دادند. جمهوری اسلامی ایران به دلیل تغییر مکان مسابقات از تهران به لس‌آنجلس به دلیل شکل‌گیری انقلاب اسلامی، المپیک لس‌آنجلس در سال ۱۹۸۴ را تحریم کرد - جمهوری اسلامی ایران تنها کشوری است که هر دو المپیک (۱۹۸۰ و ۱۹۸۴) را تحریم

کرده است (بهرامی، ۱۳۹۳: ۱۲). در سال ۱۹۸۸ کره شمالی در اعتراض به اینکه با کره جنوبی میزبان مشترک نشده است، در المپیک سئول شرکت نکرد. سه کشور کوبا، اتیوپی و نیکاراگوئه هم به دلیل مشکلات اقتصادی و عدم توانایی فرستادن ورزشکاران خود همگی از حضور در بازی‌ها انصراف دادند، اما برای اینکه توسط IOC تحریم نشوند، رسماً اعلام کردند که این بازی‌ها را تحریم کرده‌اند. ایران بعد از انقلاب اسلامی، همواره مسابقات خود را با اسرائیل بایکوت کرده است - ایران این کار را به طور واضح انجام نمی‌دهد و از راه‌های مشابه استفاده می‌کند تا از تحریم توسط کشورهای دیگر خود را برهاند. در المپیک ۲۰۰۴ در آتن، جودوکار ایرانی آرش میر اسماعیلی به عمد با پرخوری زیاد و افزایش وزن بیش از حد مجاز از مسابقه با حریف اسرائیلی خود (ایهود واکس) محروم شد. چنین اتفاقی در تاریخ برگزاری مسابقات المپیک بی سابقه بوده است (صابوچی، ۱۳۸۹: ۷۶). چندین سازمان در برقراری بازی‌های المپیک نقش دارند. آن‌ها در کنار هم نهضت المپیک را شکل می‌دهند. قوانین و راهکارهایی که این سازمان‌ها بر اساس آن فعالیت می‌کنند در بخش المپیک بیان شده است. کمیته بین‌المللی المپیک (IOC) که اکنون توماس باخ ریاست آن را بر عهده دارد، قلب نهضت المپیک را تشکیل می‌دهد. از این کمیته به عنوان دولت المپیک یاد می‌شود، زیرا کار حل و فصل مشکلات، تصمیم‌گیری‌های حیاتی مانند انتخاب میزبان مسابقات و برنامه‌ریزی برای المپیک بر عهده این کمیته است. سه سازمان در سطحی تخصصی کمیته المپیک را تشکیل می‌دهند:

فدراسیون بین‌المللی (IFs)، هیئت‌های کنترل‌کننده هر ورزش (برای مثال، فیفا یا فدراسیون بین‌المللی فوتبال و فدراسیون بین‌المللی والیبال) و کمیته ملی المپیک (NOCs) که نهضت‌های المپیک در هر کشور را هدایت و کنترل می‌کنند - برای مثال، کمیته المپیک ایالات متحده یا کمیته ملی المپیک در ایالات متحده. کمیته برنامه‌ریزی برای بازی‌های المپیک (OCOGs) مسئول کنترل رویدادهای خاص در المپیک است. در حال حاضر نهضت المپیک ۲۰۲ عضو NOC و ۳۵ عضو IF دارد و OCOGها قبل از هر المپیک تشکیل می‌شوند و پس از خاتمه آن و کامل شدن گزارش‌های کتبی منحل می‌گردند. به بیان دیگر، نهضت المپیک متشکل از هر شخص و ارگانی است که در المپیک نقش دارند، مثل هیئت‌های داوری ورزش ملی، ورزشکاران، رسانه‌ها و حمایت‌کنندگان بازی‌های المپیک. اغلب بازی‌های المپیک در شهرهای اروپایی و آمریکای شمالی برگزار شده‌اند و تنها چند دوره معدود از بازی‌ها در مکان‌های دیگر بوده که این مکان‌ها نیز محدود به شهرهای آسیای شرقی می‌شود. تمامی پیشنهادها برای برگزاری المپیک از سوی آفریقا و آمریکای جنوبی رد شده‌اند. بسیاری بر این باورند که بازی‌های المپیک باید در مناطق فقیرتر دنیا نیز برگزار شود. اقتصاددانان به این نکته اشاره می‌کنند که سرمایه‌گذاری‌های عظیم زیربنایی می‌تواند شهرهای فقیرتر را پس از برگزاری بازی‌ها به شهرهایی با تولید ناخالص داخلی بیشتر تبدیل کند (التیامی، ۱۳۹۴: ۱۰۱). جدای از عناصر سنتی، کشور میزبان هم نمایش‌های هنری از رقص و تئاتر مرسوم در آن کشور را اجرا می‌کند. عناصر سنتی بسیاری در مراسم افتتاحیه بازی‌های المپیک حضور دارند. مراسم معمولاً با برافراشته شدن پرچم کشور میزبان و اجرای سرود ملی آن آغاز می‌شود. بخش سنتی جشن بارژه ملت‌ها شروع می‌شود که در آن ورزشکاران هر کشور به ترتیب در ورزشگاه رژه می‌روند. ورزشکار برجسته هر کشور پرچم آن کشور را در جلوی گروه ورزشکاران آن کشور حمل می‌کند.

به طور سنتی (که از المپیک تابستانی ۱۹۲۸ شروع شد) یونان به دلیل موقعیت تاریخی خود به عنوان مبدأ بازی‌های المپیک، اولین کشور و کشور میزبان، آخرین کشوری هستند که رژه می‌روند- استثنائاً در سال ۲۰۰۴ که المپیک در آتن برگزار شد، یونان آخرین کشوری بود که رژه رفت، ولی پرچم آن جلوتر از بقیه حمل شد. دیگر کشورهای شرکت‌کننده بر اساس حروف الفبای زبان اصلی کشور میزبان و اگر زبان آن کشور به حروف لاتین نباشد، بر اساس حروف الفبای انگلیسی رژه می‌روند. در المپیک تابستانی ۱۹۹۲ در بارسلونا، هر دو زبان اسپانیایی و زبان کاتالان زبان رسمی بازی‌ها بودند، اما به دلیل عوامل سیاسی در حاشیه استفاده از زبان کاتالان، کشورها به ترتیب بر اساس حروف الفبای زبان فرانسوی وارد شدند (شیرازیان، ۱۳۹۶: ۲۳۵). از زمان المپیک تابستانی ۱۹۲۰ پس از جنگ جهانی اول، ۶۸ سال است که پس از روشن شدن شعله المپیک کبوترها را به نشانه صلح رها می‌کنند، اما پس از اینکه چند کبوتر در آتش المپیک در زمان افتتاح المپیک تابستانی ۱۹۸۸ سوختند، این کار متوقف شد. مراسم افتتاحیه در فضای باز اجرا می‌شود. از سوی دیگر، نشانه‌های تاریخی بسیاری نیز در زمان برگزاری مراسم اختتامیه، یعنی پس از اتمام تمامی مسابقات ورزشی، به اجرا گذاشته می‌شود. در ابتدا حمل‌کنندگان پرچم از هر یک از کشورهای شرکت‌کننده در یک ردیف وارد ورزشگاه می‌شوند، اما در پشت آن‌ها دیگر ورزشکاران بدون هیچ نشانه یا دسته‌بندی خاصی رژه می‌روند. این سنت از بازی‌های تابستانی ۱۹۵۶ و به پیشنهاد دانش‌آموزی از ملبورن اجرا می‌شود. به پیشنهاد او با این کار ورزشکاران جهان در کنار یکدیگر «یک ملت» خواهند بود- در المپیک ۲۰۰۶، ورزشکاران با هموطنان خود وارد ورزشگاه شدند و در ادامه جشن همه با هم مخلوط شدند (التیامی، ۱۳۸۹: ۱۷۳). پس از سخنرانی رئیس کمیته برگزاری مسابقات المپیک کشور میزبان، رئیس کمیته ملی المپیک به ایراد سخنرانی می‌پردازد و در پایان سخنرانی خود رسماً مسابقات را خاتمه می‌بخشد. مشعل المپیک خاموش می‌شود و در حالی که سرود المپیک نواخته می‌شود، پرچم المپیک که در مراسم افتتاحیه به اهتزاز درآمده بود، از میله پرچم پایین کشیده می‌شود و به بیرون از ورزشگاه برده می‌شود. به علاوه، نهضت المپیک نمادهای بسیاری دارد که بیشتر آن‌ها نشان‌دهنده ایده‌ها و ایده‌آل‌های کوبرتین هستند. معروفترین نماد در این میان، حلقه‌های المپیک است. این پنج حلقه در هم بافته شده، نمادی از اتحاد میان پنج قاره است- آمریکا یک قاره محسوب شده است. این پنج حلقه در پنج رنگ روی زمینه سفید در پرچم المپیک کشیده شده‌اند. رنگ‌های سفید (رنگ زمینه)، قرمز، آبی، سبز، زرد و سیاه بگونه‌ای انتخاب شده‌است که هر کشوری حداقل یکی از این رنگ‌ها را در پرچم ملی خود دارد. پرچم المپیک در سال ۱۹۱۴ انتخاب شد، اما اولین بار در آنتورپ، ۱۹۲۰ برافراشته شد. این پرچم برای هر یک از جشن‌های بازی‌ها برافراشته می‌شود. شعار رسمی المپیک (Citius, Altius, Fortius) عبارتی لاتین به معنی «سریعتر، قوی‌تر، بالاتر» است. ایده‌های کوبرتین بیش از همه در آیین المپیک نمود دارد. مهمترین مسئله در بازی‌های المپیک، حضور در آن است، نه برنده شدن. همان گونه که در زندگی مهم‌ترین اصل تلاش است نه پیروزی؛ اصل مهم فتح کردن نیست، بلکه خوب جنگیدن است. آتش المپیک در جایگاه مخصوص المپیک روشن می‌شود و مشعل آن را دوندگان به صورت امدادی حمل می‌کنند. این آتش نقش مهمی در مراسم افتتاحیه بازی می‌کند. با اینکه مشعل از قبل در تاریخ بوده است، اما حمل امدادی آن از ۱۹۳۶ آغاز شد (صابونچی، ۱۳۸۹: ۷۶).

ورزش و مسابقات ورزشی علاوه بر اینکه باعث نزدیک تر شدن دشمنان می‌گردد، در موارد زیادی سبب تعمیق و تقویت روابط خوب با دوستان و همسایگان نیز می‌شود. هنری کیسینجر مشاور امنیت ملی دولت ریچارد نیکسون در ژوئیه سال ۱۹۷۱ سفری پنهانی به پکن کرد. یک سال بعد، ریچارد نیکسون، رئیس جمهور آمریکا در سفری رسمی به چین با مائوتسه تونگ دیدار نمود. اینان دیپلمات‌های غیر معمول بودند که برای بازی پینگ پنگ رفتند و در ضمن آن تاریخ را تغییر دادند؛ این برنامه هشت روزه نمایشگر تمایل دو جانبه برای آرام کردن مشکلات قدیمی میان پکن و واشنگتن بود. نخست وزیر چین چوئن لای در یک میهمانی برای میهمانان آمریکایی در «تالار بزرگ خلق» در پکن گفت: «شما فصل جدیدی در روابط بین آمریکا و خلق چین گشودید، ... من مطمئن هستم که این آغاز دوره دوستی ما، قطعاً مورد حمایت مردم دو کشور خواهد بود.» در همان روز (۱۴ آوریل) ایالات متحده یک تحریم تجاری ۲۰ ساله علیه چین را برداشت. در مثالی دیگر، می‌توان به اظهار نظر هاردینگ رئیس جمهور وقت آمریکا اشاره کرد که امیدوار بود که ادامه ارتباطات ورزشی بین ژاپن و آمریکا به بهبود روابط دو کشور کمک کند و یا در بازی‌های آسیایی ۲۰۱۴ م اینچئون کره جنوبی، مردم و مسئولان این کشور با احترام خاصی با ورزشکاران کره شمالی رفتار کردند به شکلی که زمان رژه ورزشکاران در افتتاحیه این بازی‌ها تمام تماشاگرانی که در ورزشگاه حضور داشتند با بلند شدن از جای خود و در دست گرفتن پرچم کره شمالی به تشویق آنان پرداختند (شیرازیان، ۱۳۹۶: ۲۰۹). نقش اولیه ورزش در روابط بین الملل، نقش یک دیپلماسی عمومی است؛ یعنی ورزش به حفظ منافع ملی ثانویه نظیر قابلیت رؤیت، تجلی ایدئولوژی، رشد جایگاه و مشروعیت، آزمون پیشقدمی‌ها در روابط خارجی، رشد و بهبود مبادلات تفاهم فرهنگی و کاهش پتانسیل برای کشمکش عملی از طریق بروز خصومت‌ها در زمین‌های محصور و کنترل شده، کمک می‌کند. نقش ورزش در روابط بین الملل و توسعه ملی نشان دهنده معنا و اهمیت سیاسی ورزش در بسیاری از جوامع است (کارلوس، ۲۰۱۸: ۱۶۲). شمارش مدال‌های طلا در المپیک‌ها دقیقاً بدین علت مهم است که این شمارش به سنجش مشروعیت سیاسی، مدرنیزاسیون یا عزم راسخ افراد تبدیل می‌شود. تمایل افکار عمومی جهان به کسب اخبار و اطلاعات مربوط به رویدادهای ورزشی، از یک سو و انعکاس گسترده وقایع ورزشی از طریق رسانه‌های ارتباط جمعی جهانی، از سوی دیگر باعث شده است که قلمرو ورزش و روابط بین الملل روز به روز به هم نزدیکتر شوند. یکی از نقش‌های مهم ورزش در روابط بین الملل، نقش دیپلماسی عمومی است (ولفگانگ، ۲۰۱۸: ۱۲۲). بدین سان ورزش فعالیت برای همکاری و تعامل بین المللی است و کشورها از آن برای اشاعه ارزش‌ها و باورهای فرهنگی خود در قالب ورزش استفاده می‌نمایند. از این رو، شایسته است که کشورمان تمامی امکانات مادی و معنوی خود را در این زمینه بسیج نماید، چرا که اشاعه اهداف سیاسی و نمایش قدرت ملی کشور با قدرت نرم ورزش به خصوص منش پهلوانی که همواره به عنوان یک باور ورزشی ریشه در تاریخ ایران زمین دارد می‌تواند منزلتی والا در عرصه بین المللی برای جمهوری اسلامی ایران به همراه داشته باشد. شاهد این مدعا، آورد گاه جام جهانی کشتی ۲۰۱۷ در کرمانشاه بود که چند روز پس از فرمان رئیس جمهور جدید آمریکا دونالد ترامپ مبنی بر عدم صدور اجازه ورود هفت کشور مسلمان از جمله ایران اتفاق افتاد که واکنش نظام جمهوری اسلامی ایران در مورد پذیرش

کشتی‌گیران آمریکایی و مطابق با آن میهمان نوازی مردم شریف کرمانشاه از ایشان، توانست تا ضمن نشان دادن ارزش‌های والای فرهنگ ایرانی - اسلامی باعث اشاعه قدرت نرم جمهوری اسلامی گردد و واکنش‌های متعددی از ورزشکاران تیم ملی کشتی ایالات متحده را در فضای رسانه‌ای در پی داشته باشد؛ چنان‌که هر یک به بیان احساسات خود در این زمینه پرداختند و به عنوان سفیران فرهنگی جمهوری اسلامی نوعی شرمندگی سیاسی را علیه اهداف ضد ایرانی دولت متبوع خود به نمایش گذاشتند. مسئولان باید از پناسیل‌های موجود در این عرصه نهایت استفاده را جهت نیل به اهداف نظام اسلامی بنمایند. مدارس خصوصی انگلیس در نیمه دوم قرن نوزدهم تأثیر و نفوذ زیادی بر بسیاری از ورزش‌ها داشت. این مدارس به شکل‌گیری قوانین کمک کردند و تأثیر فوق‌العاده زیادی بر هیئت‌های حاکمه این ورزش‌ها داشتند (رونی، ۲۰۱۲: ۶۵).

کمیته بین‌المللی المپیک از نماینده مجمع مدیران مدارس خصوصی انگلیس دعوت کرد تا در جلسات اولیه آن‌ها حضور یابد. اعضای مجمع مدیران مدارس، رابرت لافان - مدیر مدرسه چلتنهام - را به عنوان نماینده خود برای حضور در جلسات کمیته بین‌المللی المپیک انتخاب کردند. در سال ۱۸۹۷ او یکی از اعضای کمیته بین‌المللی المپیک شد و پس از اولین حضور کمیته در لندن که به سال ۱۹۰۴ اتفاق افتاد، نقش بسیار حیاتی و سرنوشت‌سازی در شکل‌گیری انجمن المپیک بریتانیا داشت که یک سال پس از آن تأسیس شد. به نظر کوبرتن، ورزشکاران باید نجیب زاده باشند (ملکوئیان، ۱۳۸۸: ۱۱۱). در ابتدا این گونه تصور می‌شد که تنها ورزشکاران آماتور دارای این خصلت هستند و ورزشکاران حرفه‌ای اجازه نداشتند در بازی‌های المپیک حضور یابند. مریان شمشیر بازی که انتظار می‌رفت خود نجیب زاده باشند، از این قاعده مستثنی بودند. استثنا قائل شدن در مورد حرفه‌ای‌ها باعث به وجود آمدن منازعه و جنجال بسیاری در سراسر تاریخ معاصر المپیک شده است. جاوید محمد و همکاران (۱۳۹۰) به بررسی عدالت طبیعی بنیان صلح طبیعی از قوانین طبیعی تا حقوق طبیعی پرداختند و اظهار کردند که نظریه عدالت طبیعی علی‌رغم کارایی بی‌ظنیر و کارکرد بسیار قدیمی‌اش در زمینه صلح، هنوز در میان آرای رایج در سطح بین‌الملل عجیب غریب مانده است. سيطرة اندیشه قدرت محورانه مکتب حقوق تحققی و همپرازان آن باعث شده تا اندیشه نوعی درمان طبیعی برای وضعیت بیمارگونه نظام بین‌الملل معاصر نیز همواره ابتر بمانند و روش‌های ارائه شده، تصنعی جلوه کنند. التیامی و همکاران (۱۳۹۴) به بررسی نقش تبعی و تسریع‌کننده ورزش در فراهم کردن شرایط صلح در بین دولت‌ها پرداختند و بیان کردند که در دنیای امروزی ورزش مدرن تعامل زیادی را با سیاست داخلی و بین‌المللی پیدا کرده و این باور ایجاد شده است که ورزش می‌تواند در ارتقای سطح توسعه، ایجاد صلح و حل کشمکش‌ها نقش داشته باشد. ورزش بین‌المللی - که ترکیبی از عواملان دولتی و غیردولتی است - در برخی مواقع به عنوان موضوع مناسب بحث‌های دیپلماتیک در نظر گرفته می‌شود. اجتماعات بزرگ ورزشی مثل المپیک و جام‌های جهانی می‌تواند کشورها را در کنار یکدیگر جمع کند و منجر به شکل‌گیری روابط نزدیک و صمیمانه‌تر بین کشورها شود. در این صورت دیپلماسی ورزشی بهترین کارایی خود را بروز می‌دهد و ملت‌ها می‌توانند صلح، دوستی و تعاون خود را نشان بدهند. موسوی (۱۳۹۶) بر آن است که صلح مصدر است و به معنی آشتی و تسالم و توافق می‌باشد. اصطلاح صلح عبارت است از: «تراضی و تسالم بر امری، خواه تملک عین باشد با منفعت و یا اسقاط دین و یا حق و یا

غیر آن. صلح ممکن است یا در مورد رفع تنازع موجود و یا جلوگیری از تنازع احتمالی یا در مورد معامله و غیر آن واقع شود؛ یعنی در هر مورد که حقی بین دو نفر مشتبه است، یا مورد نزاع قرار گرفته است یا هدف این است که از تنازع احتمالی پرهیز شود. عقدی که بر این مبنا و گذشت‌های متقابل طرفین واقع می‌شود صلح است، هر چند که نتیجه آن ایجاد حق یا انتقال یا اسقاط آن حق باشد. صلح بدوی، معامله مستقلی است که مبتنی بر تسالم می‌باشد و در ردیف بیع و هبه و اجاره یکی از عقود معینه است. صلح در مقام معاملات هر چند نتیجه معامله‌ای را که به جای آن واقع شده است می‌دهد، لیکن شرایط و احکام خاصه آن معامله را ندارد. بنابراین اگر مورد صلح عین باشد در مقابل عوض، نتیجه آن همان نتیجه بیع خواهد بود بدون اینکه شرایط و احکام خاصه بیع در آن مجری شود. اثر صلح در روابط طرفین و نسبت به اشخاص ثالث می‌تواند هم به سود و هم به ضرر آنان واقع شود».

۲۲۷

مرزوقی و همکاران (۱۳۹۶) معتقدند که برقراری عدالت و عدم تبعیض از راه تعلیم و ترویج مفاهیم صلح‌آمیز می‌تواند نویدبخش استفاده از این آموزه‌ها در زندگی آینده افراد باشد. به همین سبب هدف پژوهش پیش رو، تدوین برنامه درسی صلح در آموزش عالی جمهوری اسلامی ایران بوده است. بر اساس نتایج به دست آمده، برنامه درسی صلح (مضمون فراگیر) دارای ابعادی چون: محتوا، منطق، اهداف، روش‌ها و محیط یادگیری به عنوان مضامین سازمان‌دهنده است و هر کدام از این مضامین نیز دارای سطوح و مضامین پایه متنوعی هستند که می‌توانند برای تدوین برنامه درسی صلح به کار آیند. نتیجه آن که آموزش صلح می‌تواند به دانشجویان کمک کند تا دانش و مهارت‌های لازم را برای یک زندگی صلح‌آمیز بیاموزند و این دانش و مهارت را در خانواده، تعاملات اجتماعی و در سطوح ملی و بین‌المللی به کار گیرند. بنابراین لازم است که برای آموزش و ترویج صلح نه تنها به عنوان یک مفهوم وسیع، بلکه به عنوان یک واقعیت ملموس، از همه منابع و امکانات استفاده شود.

کاظم پور و همکاران (۱۳۹۶) به بررسی تاثیر آموزش صلح بر مسئولیت‌پذیری دانش‌آموزان پرداختند. یافته‌های حاصل از اجرای آزمون آنکوا نشان داد که بین دو گروه از لحاظ متغیر وابسته تفاوت معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر، برنامه‌های آموزش صلح باعث افزایش مسئولیت‌پذیری دانش‌آموزان می‌شود. شیرازیان و همکاران (۱۳۹۶) به بررسی صلح و دیپلماسی محیط زیست در نظام آموزش عالی پرداختند و بیان نمودند که آموزش روزافزون مسائل زیست محیطی و گسترش فعالیت‌های مختلف در این عرصه، اختلافات بسیاری را در این زمینه به وجود آورده است. این اختلافات به عنوان یک منبع بالقوه عدم ثبات بین‌المللی و تهدیدی برای صلح و امنیت بین‌المللی محسوب می‌شوند. همواره حل و فصل اختلافات بین‌المللی محیط زیستی در پرتو دیپلماسی و تعاملات بین‌المللی نمود داشته است. در این راستا مناسبات کشورها و تقویت روابط بین‌الملل و پایبندی به تعهدات مشترک بین‌المللی و لزوم تبعیت از قواعد، دو مبنای بسیار مهم در تبیین نقش دیپلماسی محیط زیست، توسعه پایدار و ایجاد صلح است. با این توصیف فرآیند ایجاد و توسعه صلح و آموزش آن در پرتو دیپلماسی محیط زیست در پرتو همکاری‌ها و تعاملات بین‌المللی باید مورد مذاقه قرار گیرد.

بریمانی و همکاران (۱۳۹۶) به بررسی گردشگری، صلح و همگرایی منطقه‌ای (مورد مطالعه: کشورهای

ساحلی خلیج فارس) پرداختند و اظهار داشتند که در شکل سنتی از روابط بین‌الملل، دولت‌ها کنشگران اصلی عرصه بین‌الملل شناخته می‌شوند. آنان هستند که تصمیم به صلح و یا جنگ می‌گیرند، اما با پیچیده شدن فرآیندهای اقتصادی، اجتماعی و تکنولوژیکی دولت‌ها با به کارگیری متخصصان فن‌سالار در پوشش نهاد‌های فراملی گردهم می‌آیند تا در پیوند با هم به عنوان بازیگران کنش‌ورز زمینه‌ساز تشکیل اتحادیه جدید و در نهایت تحکیم همگرایی و صلح منطقه‌ای شوند. بنابراین می‌توان از چنین بستری از فعالیت (گردشگری) و گروه‌های سنی (جوانان) و با تکیه بر تجربیات جهانی از الگوی طرح دوستی (فرانکو-ژرمن) برای همگرایی و صلح منطقه‌ای در بین کشورهای ساحلی خلیج فارس بهره جست.

دلگادو^۱ (۲۰۰۳) در تحقیقی با عنوان «ترکیب ورزش و سیاست: پوشش رسانه‌ای فوتبال جام جهانی ۱۹۹۸. م فرانسه؛ رقابت ایران در برابر آمریکا» به بررسی نقش سیاست در ورزش پرداخت. دلگادو بیان می‌کند که رسانه‌های آمریکا در زمان برگزاری مسابقات در فرانسه، تبلیغات زیادی برای برقراری ارتباط بین ایالات متحده آمریکا و ایران انجام دادند.

ولفگانگ و همکاران^۲ (۲۰۱۸) به بررسی این پرسش که آیا صلح پارلمانی وجود دارد؟ (مطالعه موردی: قدرت وتوی پارلمانی و مداخلات نظامی از کوزوو به داعش) پرداختند. آنها اظهار کردند که این مقاله اثر تأثیر پارلمان در سیاست امنیتی را بررسی می‌نماید. بر اساس نظریه صلح دموکراتیک، آیا دموکراسی‌هایی با قدرت وتوی پارلمانی در مشاغل نظامی کم‌تر از دموکراسی‌های بدون قدرت وتوی قدرت به سر می‌برند. با مطالعه الگوهای مشارکت در ۲۵ تا ۳۵ کشور در پنج مأموریت نظامی، این مقاله شواهد کافی برای چنین صلح پارلمانی را پیدا می‌کند و نشان می‌دهد که این بستگی به ماهیت مأموریت نظامی دارد. اگر یک مأموریت به عنوان یک نمونه آزمایشی همبستگی اتحاد-همان‌طور که در مورد OEF و جنگ عراق بود- محدودیت‌های نهادی داخلی را می‌توان از طریق سیاست‌های اتحادیه قطع کرد. با این حال، کشورها در تصمیم‌گیری در مورد استفاده از نیرو بیشتر اختیار دارند، محدودیت‌های داخلی مانند قدرت‌های پارلمانی در جنگ تأثیری قابل ملاحظه‌ای بر سیاست دولت دارد.

کارلوس و همکاران^۳ (۲۰۱۸) به بررسی دلایل صلح: تجزیه و تحلیل تلفات به بخش مراقبت‌های ویژه در طی مذاکره بر سر روند صلح جامع کلمبیا پرداختند و اعلام کردند که پس از ۵۲ سال جنگ در سال ۲۰۱۲، دولت کلمبیا مذاکراتی را با پروسه صلح آغاز کرد و تا نوامبر ۲۰۱۲ توافقنامه آتش‌بس را به تصویب رساند. ما قصد داشتیم تلفاتی را که قبل و در طی دوره مذاکره بر سر روند صلح جامع کلمبیا به بخش مراقبت‌های ویژه (ICU) بستری شده بود، تحلیل کنیم. یک سری از تلفات جنگی را که در یک دوره مذاکره صلح مورد نیاز مراقبت‌های ICU بود توصیف کردیم. علیرغم محدودیت‌های ما، مطالعه ما کاهش وقوع، شدت و پیامدهای آسیب‌های جنگ را کاهش می‌دهد که احتمالاً بخشی از مذاکره بر سر روند صلح است. البته این نتایج فقط

1. Delgado F.

2. Wolfgang Wagner

3. Carlos A.

باید در تفسیر روابط صلح و سلامتی به وسیله مفاهیم آنها تفسیر شود و نباید تفسیر و استفاده از آن برای هر گونه نتیجه سیاسی صورت گیرد. لذا این سوال مطرح است:
آیا نهادینه شدن آگاهی از صلح و روش های حصول به آن ارتباطی با توسعه صلح و دوستی بین الملل دارد؟

روش شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش گردآوری اطلاعات، آمیخته (کیفی و کمی) است. در مرحله اول که مطالعه تطبیقی بود، پژوهش حاضر به صورت کتابخانه ای به اجرا در آمد و به توصیف و تحلیل جامعه شناختی رویکردهای نوین ورزش های المپیک در توسعه صلح و دوستی بین الملل پرداخته شد. در مرحله دوم که مصاحبه های کیفی بود، از روش پارادایم با رویکردی پراگماتیسم استفاده شد. پس از انجام مرحله اول و گردآوری اطلاعات اولیه در باره عوامل مرتبط با توسعه صلح و دوستی بین الملل در ورزش، متن مصاحبه های نیمه ساختار یافته تهیه و اقدام به مصاحبه با خبرگان شد. پس از مصاحبه با ۱۲ نفر از مدیران ورزشی در حوزه المپیک، اشباع نظری حاصل گردید و پرسشنامه اولیه تحقیق به دست آمد. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه به تایید ۱۰ نفر از اساتید مدیریت ورزشی رسید و روایی سازه آن نیز با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی مورد بررسی و تایید قرار گرفت. پس از تهیه پرسشنامه نهایی تحقیق، پایایی آن نیز در یک مطالعه مقدماتی بر روی ۱۰ نفر از افراد جامعه مورد مطالعه با آزمون آلفای کرونباخ به میزان ۰/۷۹۹ به دست آمد که نشان از پایایی مناسب پرسشنامه دارد. در نهایت، پرسشنامه پس از تایید روایی و پایایی، بین جامعه تحقیق توزیع شد. جامعه آماری تحقیق را متخصصان مدیریت ورزشی در حوزه المپیک (۳۷ نفر) تشکیل می دادند. در بخش کیفی از روش نمونه گیری گلوله برفی استفاده شد. نمونه گیری تا جایی ادامه یافت که محقق به این نتیجه رسید که اطلاعات جدید، همان تکرار اطلاعات قبلی است و دیگر مفهومی جدیدی که نیاز به کد دهی جدید یا گسترش کدهای موجود داشته باشد، به دست نمی داد. در این زمان، نمونه گیری خاتمه یافت. همچنین نمونه گیری در بخش کمی به صورت غیر تصادفی طبقه ای انجام شد. برای تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده، از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. جهت ارائه داده های توصیفی از شاخص های آماری فراوانی، درصد فراوانی و رسم نمودار و جداول استفاده گردید و در تجزیه و تحلیل داده ها در بخش آمار استنباطی، ابتدا در قسمت تطبیقی تحقیق از روش تحلیل محتوای کیفی بر اساس روش پارادایم با رویکردی پراگماتیسم و سپس در بخش کمی آن از آزمون کالموگروف- اسمیرنوف و ضریب برجستگی جهت بررسی توزیع طبیعی داده ها، تحلیل عاملی اکتشافی و تاییدی و نیز آزمون تی جهت تعیین تناسب مدل استفاده گردید. از نرم افزار آماری SPSS نسخه ۲۲ نیز بهره گیری به عمل آمد.

یافته های پژوهش

نتایج توصیفی این پژوهش پس از جمع آوری داده ها در مورد جنسیت، تاهل، سن، سابقه کار و سطح تحصیلات در جدول ۱ آمده است:

جدول ۱: ویژگی‌های جمعیت شناختی وضعیت نمونه آماری

درصد فراوانی	فراوانی	ابعاد	
۳۳/۴	۱۱	زن	جنسیت
۶۶/۶	۲۶	مرد	
۱۷/۱۴	۷	مجرد	تاهل
۸۲/۸۵	۳۰	متاهل	
۱۲	۴	۲۰ تا ۳۰ سال	سن
۲۵/۲	۹	۳۱ تا ۴۰ سال	
۴۵/۵	۱۷	۴۱ تا ۵۰ سال	
۱۷/۴	۷	۵۰ سال به بالا	
۹/۹	۴	۰ تا ۵ سال	سابقه
۱۹/۴	۷	۶ تا ۱۰ سال	
۲۵/۲	۹	۱۱ تا ۱۵ سال	
۲۶/۴	۱۰	۱۶ تا ۲۰ سال	
۱۴	۲	۲۱ تا ۲۵ سال	
۵	۵	۲۶ بالا	
۲۵/۲	۹	کارشناسی	تحصیلات
۵۲/۵	۲۰	کارشناسی ارشد	
۲۲/۳	۸	دکتری	

جدول ۲: نتیجه آزمون بارتلت و شاخص KMO پرسشنامه بررسی نهادینه شدن آگاهی از صلح و روش‌های حصول به آن

۰/۷۹۹		مقدار شاخص KMO
۱۵۴۱/۰۹۹	مجذور X ²	آزمون کرویت بارتلت
۳۶	درجه آزادی	
۰/۰۰۱	سطح معنی داری	

مقدار شاخص KMO معادل ۰/۷۹۹ به دست آمد که چون شاخص به یک نزدیک است، نمونه‌های انتخاب شده برای تحلیل کفایت می‌کند. آزمون بارتلت در سطح ۰/۰۰۱ معنادار می‌باشد که حاکی از مناسب بودن ماتریس همبستگی برای تحلیل عاملی داده‌هاست. علاوه براین، با انجام تحلیل عاملی اکتشافی و دوران عمودی، نه عامل اصلی شناسایی گردید. البته معیار در نظر گرفتن بار هر عامل در هر پژوهش متفاوت می‌باشد؛ برخی از پژوهشگران از نقطه برش حداقل ۰/۳۰ و برخی دیگر از نقطه برش حداکثر ۰/۵۵ استفاده می‌کنند (کاظم نژاد و همکاران، ۱۳۹۰).

جدول ۳: آماره‌های توصیفی برای متغیر پژوهش

مولفه آگاهی از صلح و روش‌های حصول به آن	
میانگین	۳/۴۷۸۰
انحراف معیار	۰/۴۷۸۰
کشیدگی	-۰/۴۸۳

در قسمت کیفی، برای شناسایی نقش رویکردهای نوین ورزش‌های المپیکی در توسعه صلح و دوستی بین الملل، اقدام به مصاحبه با صاحب نظران، خبرگان و مدیران ارشد در این حوزه شد و سپس بر اساس ابعاد شناسایی شده و مورد تأیید افراد یاد شده و با بهره‌گیری از مبانی نظری پژوهش، به شناسایی مولفه‌ها و سپس شاخص‌ها (گویه‌ها) در بخش کمی پژوهش همت گمارده شد. نتایج حاصل از تحلیل محتوای مصاحبه، در جدول ۴ ارائه شده است:

۲۳۱

جدول ۴: نتایج تحلیل محتوای مصاحبه‌ها

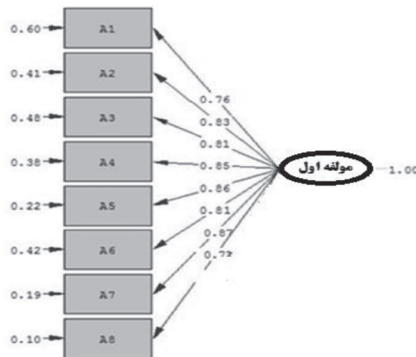
کد مصاحبه شونده	مفاهیم استخراجی (پاسخ‌های ارائه شده)
۳/۵/۹/۱۱/۱۲/۸/۱۳	توجه به آگاهی فراگیران از حقوق و آزادی‌های فردی
۶/۱۳/۱۴/۸/۹/۱	توجه به آگاهی فراگیران از وضعیت صلح و جنگ در جهان معاصر
۷/۱۹/۱۴/۵/۲/۱۰	توجه به آگاهی فراگیران از عدالت اجتماعی و فرصت‌های برابر
۶/۱۱/۴/۷	توجه به آگاهی فراگیران از مبارزه با جنگ طلبی
۸/۱۰/۱/۶	توجه به آگاهی فراگیران از حقوق بشر و آزادی‌های اساسی
۴/۷/۱۲/۱۴	توجه به آگاهی فراگیران از روش‌های مسالمت‌آمیز مبارزه با تبعیض
۱/۵/۹	استفاده از تصاویر مرتبط با صلح در کتاب‌های درسی
۱۳/۴/۹	استفاده از داستان‌ها و ضرب‌المثل مرتبط با صلح در کتاب‌های درسی
۲/۵/۹	تقویت مهارت‌های ارتباطی و گروهی از طریق فعالیت‌های جمعی
۱۲/۱۴	همکاری در خلق و تسهیم دانش گروهی منجر به صلح
۸/۹	توانایی اشتراک مساعی با دیگران در امور مختلف
۹/۱۳/۱۴	توجه به همیاری و مشورت در جامعه امروزی
۱۲/۱۴/۴	مشارکت فعال در مسائل، مشکلات و امور جامعه ملی و محلی
۱۱/۱۳	توجه به آگاهی فراگیران از داشتن اعتقادات و باورهای مستقل
۷/۸/۹/۱۰	توجه به پرورش خودراهبری و تنظیم رفتار شخصی در جهت ایجاد صلح
۱۲/۱۴	توجه به پرورش توانایی نقد و خودارزیابی

۸/۹/۱۳	توجه به پرورش مسئولیت‌پذیری در قبال وظایف و نقش‌های تفویض شده
۳/۱۵/۸	آگاهی از قوانین و مقررات اجتماعی به منظور ایجاد نظم و مسئولیت‌پذیری
۵/۹/۱۰	توجه به پرورش رفتار و عملکرد مبتنی بر قوانین و اصول اخلاقی
۱۴/۹	توجه به پرورش مفهوم ایثار و فداکاری
۷/۹/۱۳	توجه به پرورش مهارت‌های قضاوت مسالمت‌آمیز
۱۲/۴/۶/۷	توجه به پرورش مهارت‌های مذاکره اثربخش در تعارضات
۱/۵	توجه به پرورش مهارت تحقیق در مورد علل تعارضات
۲/۱۵/۶/۱۲	شناسایی راه‌های حل و فصل مسالمت‌آمیز اختلافات و تعارضات
۱۴/۵/۹	توجه به پرورش حفاظت از میراث فرهنگی
۱۳/۵/۹/۱۲	آشنایی با روابط متقابل انسان و محیط (زیستی، اجتماعی)
۷/۸/۳/۱۱/۱۴	احترام قائل شدن برای تنوع و تکثر در جامعه
۹/۱۱/۱۴	حق تساوی قائل شدن برای دیگران بدون در نظر گرفتن رنگ، نژاد و زبان
۵/۷/۸/۶/۹/۱۴	تجاوز نکردن به حقوق دیگران و احترام به هم‌نوع
۱/۳/۶/۱۲	توجه به افکار، ایده‌ها و نظریات دیگران
۴/۸/۹/۱۳	بردباری و شکیبایی و مدارا با دیگران
۱/۳/۱۱/۶/۸	توجه و ابراز علاقه و محبت به دیگران
۱/۹/۱۳/۱۰/۶	تلاش برای ایجاد وحدت و یکپارچگی، یکدلی و یکرنگی در جامعه
۱۴/۱۳/۵	نگران و دل‌مشغول رفاه و آسایش دیگران بودن
۱۱/۲/۱۵/۵/۱۰/۶	احترام به قانون و حقوق دیگران
۱۰/۴/۱۵/۸/۷/۹	توجه به آگاهی فراگیران از روش‌های مسالمت‌آمیز مبارزه با تبعیض

در جدول ۴، مفاهیم اولیه حاصل از تحلیل محتوا ارائه شده است. اطلاعات جدول فوق، بیانگر محور اساسی سؤال پژوهش است. در بخش مفاهیم استخراجی، پاسخ‌های ارائه شده توسط مصاحبه‌شوندگان نشان داده شده که از کدگذاری باز به دست آمده و در ستون سمت چپ یعنی کد، کد مربوط به مصاحبه‌شونده آورده شده است. در برخی از جداول تعدادی از مصاحبه‌شوندگان، به سؤال یا سوالاتی پاسخ نداده و یا در پاسخ به برخی سؤالات به چندین عامل اشاره کرده‌اند. شاخص‌های شناسایی شده، همان گزاره‌های کلامی هستند که از پاسخ به سؤالات به دست آمده‌اند و بعد از استخراج کلیه این گزاره‌های کلامی، برخی دارای اشتراک بودند که بر اساس ادبیات و مبانی نظری موجود دسته‌بندی شدند و براساس آن مفاهیم ثانویه شکل گرفتند. در نهایت ابعاد و مولفه‌های رویکردهای نوین ورزش‌های المپیک در توسعه صلح و دوستی بین‌الملل در چهار مولفه: نهادینه شدن آگاهی از صلح و روش‌های حصول به آن، مهارت در حل مسالمت‌آمیز تعارضات، احترام قائل شدن به تمامی اشکال زندگی و حیات و همچنین احساس همدردی با دیگران در سطوح مختلف از مصاحبه

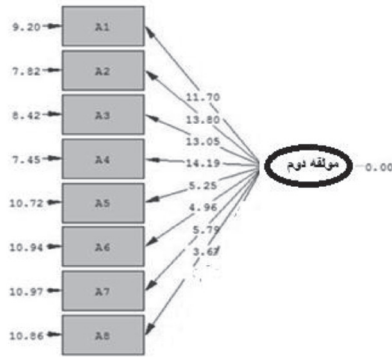
با خبرگان استخراج شد.

شکل ۱، مدل اندازه گیری متغیرهای مکنون (آگاهی از صلح و روش های حصول به آن) را در حالت تخمین استاندارد نشان می دهد. بارهای عاملی مدل در حالت تخمین استاندارد میزان تأثیر هر کدام از متغیرها و یا گویه ها را در توضیح و تبیین واریانس نمرات متغیر یا عامل اصلی نشان می دهد. به عبارت دیگر، بار عاملی نشان دهنده میزان همبستگی هر متغیر مشاهده گر (سؤال پرسشنامه) با متغیر مکنون (عامل ها) می باشد. با توجه به شکل ۱ می توان بارهای عاملی هر یک از سؤالات تحقیق را مشاهده نمود. برای مثال، بار عاملی سؤال اول در بعد آگاهی از صلح و روش های حصول به آن، $0/76$ و سؤال دوم در بعد آگاهی از صلح و روش های حصول به آن، $0/83$ می باشد. به عبارت دیگر، سؤال اول تقریباً 83% درصد از واریانس متغیر شاخص های آگاهی از صلح و روش های حصول به آن را تبیین می نماید و مقدار $0/41$ نیز مقدار خطا می باشد- مقدار واریانس که توسط سؤال اول قابل تبیین نیست- واضح است که هر چه مقدار خطا باشد، ضرایب تعیین بالاتر و همبستگی بیشتری بین سؤال و عامل مربوطه وجود دارد. مقدار ضریب تعیین عددی بین 0 و 1 است که هر چه به سمت 1 نزدیک شود، مقدار تبیین واریانس بیشتر می گردد. همان طور که بارهای عاملی نشان می دهد میزان کلیه بارهای عاملی بالاتر از $0/5$ می باشد که بیانگر روایی همگراست.



شکل ۱: مدل اندازه گیری متغیر مکنون بعد آگاهی از صلح و روش های حصول به آن در حالت تخمین استاندارد

شکل ۲، معناداری ضرایب و پارامترهای به دست آمده مدل اندازه گیری متغیرهای مکنون بعد آگاهی از صلح و روش های حصول به آن (مولفه اول) را نشان می دهد. تمامی ضرایب به دست آمده معنادار شده اند. مقادیر آزمون معناداری بزرگ تر از $1/96$ یا کوچک تر از $1/96$ - نشان دهنده معناداری بودن روابط است. مبنای تأیید یا رد شدن فرضیات (معناداری روابط) بررسی مدل در حالت ضرایب معناداری است. در سطح خطای $0/05$ و آزمون دوطرفه (پیش فرض نرمال) مقادیر بحرانی اعداد $1/96$ و $-1/96$ می باشند. چنانچه ضرایب معناداری بیشتر از $1/96$ و یا کوچک تر از $-1/96$ باشند، فرض صفر رد و فرض یک یعنی وجود ارتباط معناداری تأیید می شود.



شکل ۲: مدل اندازه‌گیری‌های متغیرهای مکنون درون‌زا در حالت ضرایب معناداری

جدول ۵: آماره‌های مربوط به ضرایب تحلیل عاملی تأییدی بعد آگاهی از صلح و روش‌های حصول به آن

P	C.R.	Standardized Estimate	S.E.	Estimate	آگاهی از صلح و روش‌های حصول به آن
۰/۰۰۰	۳/۶۷	۰/۷۷	۹/۸۱۶	۱/۰۹۴	سؤال A8 <
۰/۰۰۰	۵/۷۹	۰/۸۷	۵/۹۷۴	۰/۷۰۳	سؤال A7 <
۰/۰۰۰	۴/۹۶	۰/۸۱	۴/۸۶۹	۰/۵۳۴	سؤال A6 <
۰/۰۰۰	۵/۲۵	۰/۸۶	۶/۵۹۱	۰/۷۴۸	سؤال A5 <
۰/۰۰۰	۱۴/۱۹	۰/۸۵	۷/۷۸۴	۰/۸۹۳	سؤال A4 <
۰/۰۰۰	۱۳/۰۵	۰/۸۱	۷/۷۶۷	۰/۸۹۹	سؤال A3 <
۰/۰۰۰	۱۳/۸۰	۰/۸۳	۹/۵۷۰	۰/۹۸۲	سؤال A2 <
۰/۰۰۰	۱۱/۷۰	۰/۷۶	۹/۳۹۵	۰/۹۹۵	سؤال A1 <

جدول ۶: شاخص‌های برازش مدل ساختاری بعد آگاهی از صلح

GFI	IFI	CFI	AGFI	NFI	RMSEA	X2/df	X2	Df	شاخص
۰/۹۱	۰/۹۱	۰/۹۲	۰/۹۲	۰/۹۳	۰/۰۷۰	۲/۷۰	۷۲/۹۶	۲۷	مقدار

حاصل تقسیم شاخص مجذور کای بر درجه آزادی برابر با $۲/۷۰$ است که در مقایسه با مقدار بحرانی ۵ شاخص قابل قبولی است. شاخص ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA) در این مدل برابر با $۰/۰۷۰$ است که حد مجاز حد مجاز RMSEA، $۰/۰۸$ می‌باشد. شاخص‌های GFI، AGFI و NFI به ترتیب برابر با $۰/۹۲$ ، $۰/۹۲$ و $۰/۹۳$ می‌باشد که نشان دهنده برازش بسیار مناسبی می‌باشند. با توجه به این که مقادیر این شاخص‌ها بالای $۰/۹$ است، در نتیجه نشانگر برازش خوب مدل هستند.

بحث و نتیجه گیری

هدف اصلی پژوهش حاضر، تحلیل جامعه‌شناختی رویکردهای نوین ورزش‌های المپیک در توسعه صلح و دوستی بین‌الملل بود. در دنیای امروزی ورزش مدرن تعامل زیادی را با سیاست داخلی و بین‌المللی پیدا کرده و این باور ایجاد شده است که ورزش می‌تواند نقش مهمی در ارتقای سطح توسعه، ایجاد صلح و حل کشمکش‌ها بین کشورها داشته باشد. ورزش بین‌المللی که شامل ترکیبی از عاملان دولتی و غیردولتی است، در برخی مواقع به عنوان موضوع مناسب بحث‌های دیپلماتیک در نظر گرفته می‌شود. اجتماعات بزرگ ورزشی مثل المپیک می‌تواند کشورها را در کنار یکدیگر جمع کند و منجر به شکل‌گیری روابط نزدیک و صمیمانه‌تر بین کشورها شود. در این صورت ورزش‌های مسابقاتی بهترین کارایی خود را بروز می‌دهند و ملت‌ها می‌توانند صلح، دوستی و تعاون خود را به نشان بگذارند. همچنین همکاری سازمان ملل با کمیته بین‌المللی المپیک و فدراسیون‌های ورزشی می‌تواند نقش موثری را در این راستا ایفا کند. این امر در طبیعت ورزش ریشه دارد که مکانی طبیعی برای ملاقات بین‌المللی به شمار می‌آید. توانایی ورزش در بسیج عمومی و تهییج احساسات، بهره‌گیری از آن جهت توسعه اقتصادی، تبلیغات رسانه‌ای، ایجاد مشروعیت و ملت‌سازی، همگرایی ملی و نقش در توسعه صلح جذابیت‌های ویژه‌ای هستند که حکومت‌ها را در توجه به ورزش ناگزیر ساخته است. خلق مفاهیم جدیدی چون دیپلماسی ورزشی بین قدرت‌های درگیر در عرصه سیاست بین‌الملل نشان از خلق عرصه‌ای جدید برای تعاملات سیاسی و تجلی فرهنگی است. ورزش به خودی خود نه سازنده است نه مخرب، بلکه در شمار ساخته‌های دست بشر است. پس جهت استفاده از ورزش برای رسیدن به صلح جهانی باید همکاری‌هایی بین سازمان‌های دولتی و غیردولتی انجام بگیرد. ایجاد صلح و همکاری، دلایل عمده‌ای است که سبب می‌شود تا ملت‌ها مشارکت در رویدادهای ورزشی را آشکارا تشویق و ترغیب کنند.

هر چند در المپیک، ملت‌های جهان با یکدیگر هم‌بازی می‌شوند و از این طریق، آشنایی میان فرهنگ‌ها صورت می‌گیرد و صلح و دوستی تقویت می‌شوند، اما مرزهای میان ملت‌ها، در فضای مسالمت‌آمیز و دوستانه به شکل بارزی برجسته می‌گردد و تأکید بر تعلقات ملی و تمایزات بین ملت‌ها پذیرفته شده و تأیید می‌گردد. از این منظر، ورزش‌های طرفدار کارکردی آموزشی برای یاد دادن قواعد زندگی اجتماعی و شیوه‌های سازگاری با جامعه و مرزبندی‌های مرسوم پیدا کرده است. المپیک توانسته است بیگانه‌ستیزی در جهان را کاهش دهد، موجب آشنایی مردم کشورها با یکدیگر شود و پیام‌آور صلح باشد. همچنین با ایجاد غرور ملی در مردم یک کشور موجب انسجام ملی می‌شود و با ایجاد احساس علاقه به میهن، مردم یک کشور را به هم پیوند می‌دهد.

رویکردهای نوین ورزش‌های المپیک بویژه با تأکید بر مولفه‌های آگاهی از صلح و روش‌های حصول به آن، مهارت در حل مسالمت‌آمیز تعارضات، احترام قائل شدن به تمامی اشکال زندگی و حیات و احساس همدردی با دیگران در سطوح مختلف می‌تواند در راستای توسعه صلح و دوستی بین‌الملل به افراد و تصمیم‌سازان و تصمیم‌گیرندگان بیاموزد تا دانش و مهارت‌های لازم را برای یک زندگی صلح‌آمیز فراگیرند و این دانش و مهارت را در خانواده، تعاملات اجتماعی و در سطوح ملی و بین‌المللی به کار گیرند.

بنابراین لازم است که برای آموزش و ترویج صلح نه تنها به عنوان یک مفهوم وسیع، بلکه به عنوان یک واقعیت ملموس، از همه منابع در توسعه صلح و دوستی بین‌الملل و امکانات مرتبط استفاده شود. با توجه به نتایج و تحلیل مستندات و تحقیقات پیشین، تاثیر نهادینه شدن آگاهی از صلح و روش‌های حصول به آن در توسعه صلح و دوستی بین‌الملل امری اجتناب‌ناپذیر می‌باشد و ضرورت انجام تحقیقات بیشتر در این حوزه الزامی است.

منابع

- التیامی نیا، رضا و محمدی عزیزآبادی، مهدی. (۱۳۹۴). «نقش تبعی و تسریع کننده ورزش در فراهم کردن شرایط صلح در بین دولت ها». تحقیقات سیاسی و بین المللی. دوره ۷، شماره ۲۲، صص ۱۴۹-۱۷۹.
- بریمانی، فرامرز و حجوانی، فاطمه. (۱۳۹۶). «گردشگری، صلح و همگرایی منطقه ای (مورد مطالعه: کشورهای ساحلی خلیج فارس)». مطالعات فرهنگی و سیاسی خلیج فارس. دوره ۴، شماره ۱۱، صص ۱۰۷-۱۲۱.
- بهرامی، شهاب و عسگری، بهمن. (۱۳۹۳). «ارتباط عملکرد کشورها در رویدادهای چند ورزشی با عملکرد آنها در بازی های المپیک». مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش. دوره ۱، شماره ۳.
- جاوید، محمدجواد. (۱۳۹۰). «عدالت طبیعی بنیان صلح طبیعی از قوانین طبیعی تا حقوق طبیعی». فصلنامه مطالعات حقوق خصوصی (مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی). دوره ۴۱، شماره ۴، صص ۶۱-۸۱.
- شهابی، هوشنگ. (۱۳۸۳). «دیپلماسی ورزش بین ایالات متحده و ایران». گفتگو. شماره ۴۲، صص ۷-۲۶.
- شیرازیان، شیرین و طیبی، سبحان. (۱۳۹۶). «صلح و دیپلماسی محیط زیست در نظام آموزش عالی». پژوهش های روابط بین الملل. دوره ۱، شماره ۲۳، صص ۲۳۳-۲۵۴.
- صابونچی، رضا؛ فروغی پور، حمید و جوهری، مجتبی. (۱۳۸۹). «رابطه توسعه انسانی با کسب مدال المپیک». فصلنامه تحقیقات در علوم زیستی ورزشی. دوره ۱، شماره ۱، صص ۷۳-۷۹.
- صباغیان، علی. (۱۳۹۳). «دیپلماسی ورزشی». مجله مطالعات فرهنگ- ارتباطات. سال شانزدهم، شماره سی یکم، صص ۱۳۰-۱۴۰.
- لورمور، روگر و بودر، آدرین. (۱۳۹۱). ورزش و روابط بین الملل. نصرالله سجادی. تهران: نشر علوم ورزشی (حتمی)
- مرزوقی، رحمت اله؛ محمدی، مهدی؛ شمشیری، بابک و دادگر، همایون. (۱۳۹۶). «تدوین برنامه درسی صلح در آموزش عالی؛ یک مطالعه کیفی». راهبردهای آموزش (راهبردهای آموزش در علوم پزشکی). دوره ۱۰، شماره ۵، صص ۳۸۴-۳۹۶.
- موسوی، سیدابراهیم و علی نژادی، محسن. (۱۳۹۶). «عقد صلح در مقام بیع». نشریه قانون یار. دوره ۴، شماره ۴، صص ۴۹-۶۰.
- نوع پرست، زهرا. (۱۳۸۸). «دموکراسی، عدالت و صلح». نشریه علوم سیاسی. شماره ۹، صص ۵-۲۶.
- وحید، فریدون؛ کریمیان، حبیب الله و کوپایی، محمد. (۱۳۹۱). «تاثیر وسایل ارتباطی جمعی بر همبستگی ملی جوانان و دل بستگی آنها به هویت ایرانی». مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران. سال چهارم، شماره چهارم، صص ۱۲۳-۱۳۲.
- Carlos A. Ordoñez, Ramiro Manzano-Nunez, Maria Paula Naranjo, Esteban Foianini, Cecibel Cevallos, Maria Alejandra Londoño, Alvaro I. Sanchez Ortiz, Alberto F. García, Ernest Moore, E. (2018). "Casualties of peace: an analysis of casualties admitted to the intensive care unit during the negotiation of the comprehensive Colombian process of peace". World J Emerg Surg, 13: 2. Published online 2018 Jan 16. doi: 10.1186/s13017-017-0161-2
- Delgado, F. (2003). "The fusing of sport and politics". Journal of Sport & Social

Issues, 27:293-270

- Giulianotti, R. (2011). **“Sport, Peacemaking and Conflict Resolution: A Contextual Analysis and Modelling of the Sport, Development and Peace Sector”**. *Ethnic and Racial Studies*, 34, no. 2, 207-228.
- International Olympic Committee. (2006). **Olympic Charter**.
- Lee, C. (2018). **“The Goal of Olympism: Peace on the Korean Peninsula through Olympic”**. *Research in Dance and Physical Education*, Vol. 2, No. 2, 11-29.
- Rooney, Paul. (2012). **Sport for Development and Peace: the case of Northern Ireland**. P1-69. <http://www.football4peace.eu/Downloads/Publications>.
- Spaaij, R. (2012). **“Olympic rings of peace? The Olympic movement, peacemaking and intercultural understanding”**. *Sport in Society*, 15(6): 761-774.
- Wolfgang, Wagner. (2018). **“Is there a parliamentary peace? Parliamentary veto power and military interventions from Kosovo to Daesh”**. *Br J Polit Int Relat*. 20(1): 121–134. Doi: 10.1177/1369148117745859.

ارزیابی میزان هوشمندی استراتژیک سازمانی در وزارت ورزش و جوانان

مهران تیشه‌گران^۱

مظفر یکتایار^۲

مژگان خدامرادپور^۳

سید صلاح‌الدین نقشبندی^۴

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۱۱/۲۴

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۱۲/۲۱

هدف از این پژوهش، ارزیابی میزان هوشمندی استراتژیک سازمانی در وزارت ورزش و جوانان بود. این پژوهش به لحاظ هدف، کاربردی و براساس نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی از نوع پیمایشی بود. جامعه آماری تحقیق شامل کارکنان ستادی وزارت ورزش و جوانان (حدود ۸۰۰ نفر) بود که با استفاده از جدول مورگان حجم نمونه آن برابر با ۲۶۰ نفر برآورد شد. در این پژوهش، برای گردآوری داده‌ها از روش نمونه‌گیری غیراحتمالی در دسترس یا اقتضایی و با توجه به رویکرد و نوع متغیرهای پژوهش، از پرسشنامه حسینی و همکاران (۱۳۹۱) استفاده شد که توسط نگارندگان بر مبنای پژوهش‌های پیشین در مورد مفهوم هوشمندی استراتژیک، طراحی گردیده است. مقدار پایایی کل پرسشنامه این پژوهش برابر ۰/۸۴۷ به دست آمد و روایی محتوایی و روایی سازه آن تأیید شد. یافته‌های این تحقیق نشان داد سطح هوشمندی استراتژیک در وزارت ورزش و جوانان در حد بالاتر از میانگین قرار داشت. همچنین مشخص گردید که میزان هوشمندی برون‌سازمانی و درون‌سازمانی و مؤلفه‌های آن‌ها در وزارت ورزش و جوانان در حد بالاتر از میانگین قرار دارد. براین اساس، به وزارت ورزش و جوانان پیشنهاد می‌شود این برنامه یعنی هوشمندی استراتژیک را در سایر سازمان‌های وابسته به خود پیاده‌سازی کند و نقاط قوت و ضعف و منشأ آن را در زمینه هوشمندی استراتژیک شناسایی و تقویت نماید تا از این طریق تجزیه و تحلیل اطلاعات پیرامون خود را بهبود بخشد و کارایی و اثربخشی خود را افزایش دهد.

واژگان کلیدی: هوشمندی، هوشمندی استراتژیک، وزارت ورزش و جوانان

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران
۲. دانشیار، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: Myekhtayar@gmail.com
۳. استادیار، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران
۴. استادیار، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

مقدمه

امروزه برای این که سازمان‌ها در محیط رقابتی به حیات خود ادامه دهند، به ابزارهای جدیدی جهت تصمیم‌گیری و اداره سازمان نیازمندند. از جمله این ابزارها، سیستم‌های هوشمندی استراتژیک سازمانی است. این سیستم‌ها در فضای کسب و کار به سرعت در حال رشد هستند تا از طریق آن، مدیران شرکت‌ها و سازمان‌ها بتوانند تصمیم‌های هوشمندانه‌تری اتخاذ نمایند. با توجه به یافته‌های پژوهشی که در سال ۲۰۱۱ توسط «اتحاد جهانی هوشمندی» بر روی ۹۸۹ شرکت صورت گرفته است، در دنیا روند استفاده از سیستم‌های هوشمند رو به افزایش است و میزان سرمایه‌گذاری بر روی این سیستم‌ها در منطقه خاورمیانه در حدود یک میلیون یورو می‌باشد (اتحادیه جهانی هوشمندی^۱، ۲۰۱۱). به علاوه، بر طبق گزارش گروه پژوهش و بازار موسسه تکناو، بازار جهانی نرم‌افزارهای هوشمندی، در بازه زمانی سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۵، رشد ۷۴/۱ درصدی داشته است (تکناو،^۲ ۲۰۱۵).

هوشمندی استراتژیک فرایندی از شناسایی، گردآوری، تجزیه و تحلیل، توزیع و به‌کارگیری اطلاعات از محیط درونی و بیرونی سازمان است که در دستیابی به مزیت رقابتی و موفقیت در آینده نقش کلیدی را ایفا می‌کند (مارچند^۳، ۲۰۰۷). با استفاده از هوشمندی استراتژیک، سازمان‌ها می‌توانند فعالیت‌های مشتریان، رقبا و تغییرات در محیط بیرونی کسب و کار و درون سازمان خود را پیش‌بینی کنند و تصمیمات مناسب را اتخاذ نمایند (سیتورتا^۴، ۲۰۱۱). علاوه بر این، هوشمندی استراتژیک به عنوان ابزاری کارآمد می‌تواند آنچه را که سازمان نیاز دارد تا از محیط کسب و کار خود بداند، فراهم می‌کند. از این طریق سازمان بینش و بصیرتی درباره فرایندهای کنونی خود به دست آورده، تغییرات آتی را مدیریت و پیش‌بینی می‌کند (تام^۵، ۲۰۰۲).

شواهد و قرائن موجود نشان می‌دهد راه‌حل هوشمندی در کسب و کار سال‌ها وجود داشته و سازمان‌های بسیاری میلیاردها دلار برای اجرا آن هزینه نموده‌اند؛ اما با وجود این، پژوهش‌گران نشان می‌دهند که بیشتر کاربران نهایی و مدیران ارشد هنوز اطلاعاتی را برای اتخاذ تصمیمات صحیح، به‌هنگام و سازگار با موضوعاتی که بدان‌ها نیاز دارند، به دست نمی‌آورند. این کاربران علت این امر را نادرست بودن یا نامناسب بودن داده‌های گردآوری شده دانسته‌اند. در این راستا حدود ۷۲ درصد از آن‌ها بیان می‌کنند که داده‌های سیستم‌های هوشمندی با تمام واحدها سازگار نشده است (رائوش و همکاران^۶، ۲۰۱۳). بنابراین، راه‌حل این مشکل به داده‌ها و فرآیندهای ورای آن مربوط می‌باشد. لازمه این امر شناخت دقیق و صحیح نیازهای اطلاعاتی تمامی بخش‌های سازمان جهت اتخاذ تصمیمات بهینه می‌باشد. برای تحقق این هدف، سازمان باید به شناسایی و به‌کارگیری سیستم هوشمندی استراتژیک توجه نماید (رائوش و همکاران، ۲۰۱۳؛ ماندل و بارنز^۷، ۲۰۱۸).

1. Global Intelligence Alliance

2. Technavio

3. Marchand

4. Seitovirta

5. Tham

6. Rausch et al.

7. Mandel & Barnes

از جمله سازمان‌هایی که به نظر می‌رسد در حوزه ورزش نیاز مبرم به هوشمندی استراتژیک دارد، ادارات ورزش و جوانان هر استان و در رأس آن وزارت ورزش و جوانان می‌باشد. این سازمان‌ها که تأثیر قابل توجهی بر توسعه ورزش در جامعه دارند، نیازمند آن هستند برای دستیابی به مزیت رقابتی و موفقیت در آینده بر مبنای اصول هوشمندی استراتژیک عمل کنند (آزادی و همکاران، ۲۰۱۶). از طرفی، به دلیل گسترده بودن محیط خارجی که سازمان‌های ورزشی با آن درگیر هستند، اهمیت هوشمندی استراتژیک در این سازمان‌ها دوچندان می‌باشد. سازمان‌های ورزشی برای اینکه اطلاعات محیط اطراف خود را سریع‌تر و با دقت بیشتری تجزیه و تحلیل کنند، نتایج حاصله را ذخیره نمایند و در مواقع مقتضی در دسترس تصمیم‌گیرندگان قرار دهند، ناچار هستند جریان تبادل داده‌ها، اطلاعات و دانش را در سازمان و اثربخشی تفکر و تصمیم‌گیری را از طریق هوشمندی استراتژیک بهبود بخشند (آزادی و همکاران، ۲۰۱۶). از آنجا که امروزه ویژگی‌ها و ساختار سازمان‌های یاد شده نسبت به گذشته به دلیل محیط ناپایدار، رقابت جهانی، توسعه روزافزون ارتباطات و مبادلات سریع اطلاعات دچار تغییرات فراوانی شده است، این سازمان‌ها نیازمند آن هستند که برای مصون ماندن از امواج سهمگین محیطی و نیز سازگاری با الزامات رقابتی، اطلاعات محیطی را از طریق هوشمندی استراتژیک کسب نمایند. همچنین این سازمان‌ها می‌توانند از طریق هوشمندی استراتژیک و با تجزیه و تحلیل اطلاعات پیرامون خود، میزان کارایی و اثربخشی خود را بهبود ببخشند و در نتیجه عملکرد بهتری داشته باشند (هوئچین^۱، ۲۰۱۸). این دستاوردها سبب آن شده در حوزه آکادمیک محققان سازمانی ضمن تبیین چرایی و چگونگی تحقق هوشمندی استراتژیک، بر ابعاد و مفاهیم وابسته به آن و اندازه‌گیری این متغیر تمرکز ویژه‌ای داشته باشند. از جمله مطالعاتی که به طور ویژه به بررسی هوشمندی استراتژیک در ورزش پرداخته است می‌توان به پژوهش آزادی و همکاران (۲۰۱۶) اشاره کرد. این تحقیق که جامعه مورد نظر آن کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه بود نشان داد که هوشمندی استراتژیک می‌تواند بی‌تفاوتی سازمانی را نزد کارکنان این سازمان‌ها کاهش دهد. به علاوه از طریق هوشمندی استراتژیک می‌توان برای سازمان‌های مذکور مزیت رقابتی ایجاد کرد. پیش‌تر لیپوتز^۲ (۲۰۰۶) کشف کرد که هوشمندی استراتژیک به عنوان اطلاعاتی درباره محیط‌های رقابتی، سیاسی، اقتصادی و بازار شناخته شده است که در آن سازمان‌ها ترکیبی از دو حوزه تخصصی هوشمندی یعنی هوشمندی رقابتی و هوشمندی کسب و کار را به کار می‌گیرند. با ترکیب این دو نوع هوشمندی، ارزش افزوده در زمینه اطلاعات برای سازمان‌ها به منظور استفاده در تصمیم‌های استراتژیک سازمانی فراهم می‌شود. در ادامه کریگوری^۳ (۲۰۱۰) در تحقیق خود با تأکید بر مبنای هوشمندی از نظر لیپوتز (۲۰۰۶) اذعان نمود که هوشمندی استراتژیک ترکیبی از هوشمندی رقابتی، هوشمندی کسب و کار و مدیریت دانش است و این نوع هوشمندی فرصتی را برای سازمان‌ها فراهم می‌کند تا تمامی اطلاعات و سرمایه‌های فکری خود را در یک سیستم یا پایگاه داده‌ها ترکیب کنند. سیتورتا (۲۰۱۱) در تحقیقی به این نتیجه رسید که

1. Hutchings
2. Liebowitz
3. Grigori

هوشمندی استراتژیک نقش زمینه‌ای یا محوری در تصمیم‌گیری دارد؛ به این معنی که می‌تواند تصویری بزرگ از آنچه در محیط کسب و کار رخ می‌دهد، ایجاد و تعیین نماید. باسیل و همکاران^۱ (۲۰۱۸) نیز به این نتیجه رسیدند که سازمان‌ها در یک محیط آشفته برای دستیابی به هوشمندی استراتژیک به ویژه در زمینه نوآوری و ارتباط با ذی‌نفعان خود باید متفاوت باشند، چرا که شکل‌گیری هوشمندی استراتژیک بر مبنای کارکردهای این عوامل است. در تحقیق فتحي (۱۳۹۷) که به طور اختصاصی در سازمان‌های ورزشی انجام شده، مشخص گردید که شکل‌گیری هوشمندی استراتژیک بر مبنای دو بعد درون‌سازمانی و برون‌سازمانی است. در تحقیق دیگر حسینی و همکاران (۱۳۹۱) نشان دادند که هوشمندی استراتژیک از طریق هوشمندی درون و برون سازمانی اندازه‌گیری می‌شود. همچنین، متوسط بودن میزان هوشمندی استراتژیک در سازمان‌های ایرانی، لزوم درک بهتر و پیاده‌سازی بهینه این نوع سیستم‌ها را بیان می‌کند.

مرور تحقیق‌های پیشین نشان می‌دهد طرح مفهوم هوشمندی استراتژیک بیشتر بر مبنای این بوده است که این برنامه چه نقشی در تصمیم‌گیری دارد. از سوی دیگر، به بررسی این مسئله که چگونه می‌توان از این برنامه در محیط‌های آشفته بهره برد، اشاره شده است. همچنین برخی از این تحقیقات به ابعاد تشکیل دهنده آن پرداخته است. تنها تحقیق حسینی و همکاران (۱۳۹۱) به ارزیابی میزان هوشمندی استراتژیک نزد سازمان‌های ایرانی پرداخته است. در مجموع، تاکنون تحقیقی که سطح این نوع هوشمندی را در وزارت ورزش و جوانان بررسی کرده باشد، یافت نشد و اطلاعاتی پیرامون اینکه میزان هوشمندی استراتژیک در این سازمان در چه سطحی است، وجود ندارد. از آنجا که سیستم‌های هوشمند در سازمان‌های ورزشی نوپا هستند، ضرورت انجام پژوهش جهت بررسی هوشمندی سازمانی به منظور اتخاذ تصمیمات مناسب و استفاده کارآمد از سیستم‌ها آشکار می‌گردد. بنابراین این تحقیق در صدد است تا به منظور کسب اطلاعات بیشتر پیرامون سطح هوشمندی استراتژیک در وزارت ورزش و جوانان و ارائه بازخورد به مدیران آن، به ارزیابی میزان این متغیر از نگاه کارکنان ستادی آن سازمان پردازد.

روش شناسی پژوهش

این پژوهش به لحاظ هدف، کاربردی و براساس نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی از نوع پیمایشی بود. جامعه آماری این پژوهش را کارکنان ستادی وزارت ورزش و جوانان (۸۰۰ نفر) تشکیل می‌دادند. حجم نمونه تحقیق بر مبنای جدول مورگان برابر با ۲۶۰ برآورد گردید و روش نمونه‌گیری، غیراحتمالی از نوع در دسترس یا اقتضایی بود. برای اندازه‌گیری هوشمندی استراتژیک در این تحقیق از پرسشنامه حسینی و همکاران (۱۳۹۱) که مبتنی بر ۲ بعد درون‌سازمانی و برون‌سازمانی و ۹ مؤلفه «هوشمندی رقبا»، «هوشمندی مشتریان»، «هوشمندی تأمین‌کنندگان»، «هوشمندی توزیع‌کنندگان»، «هوشمندی تکنولوژیکی»، «هوشمندی اجتماعی-فرهنگی»، «هوشمندی سیاسی»، «هوشمندی اقتصادی»، «هوشمندی زیست‌محیطی»، «هوشمندی فرایندهای سازمانی»، «هوشمندی اطلاعاتی»، «هوشمندی منابع مالی»، «هوشمندی منابع فیزیکی» و «هوشمندی

منابع انسانی» بود، استفاده شد. تعداد پرسش‌های این پرسشنامه برابر با ۷۸ سؤال بود و نوع امتیازدهی به آن به صورت بسته پاسخ و براساس طیف پنج ارزشی لیکرت (خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم و خیلی کم) بود. این پرسشنامه پیش‌تر در بین شرکت‌های استفاده‌کننده از نرم‌افزارهای هوشمندی کسب و کار در ایران استفاده شده و روایی و پایایی آن به تأیید رسیده است. با این همه، در تحقیق حاضر به دلیل تفاوت در زمینه مطالعه و جامعه هدف، صورت سؤالات تغییر یافت و روایی و پایایی آن دوباره سنجیده شد. برای سنجش روایی محتوایی از دیدگاه صاحب‌نظران (۷ تن از اساتید دانشگاه) و جهت سنجش روایی سازه از کارکنان ستادی این سازمان نظرسنجی به عمل آمد که نتایج آن در بخش یافته‌های پژوهش می‌آید. به علاوه، جهت سنجش پایایی این ابزار از روش آلفای کرونباخ استفاده شد و پایایی کل پرسشنامه برابر ۰/۸۴۷ به دست آمد.

۲۴۳

جدول ۱: پایایی پرسشنامه هوشمندی استراتژیک سازمانی

متغیر	ابعاد	تعداد پرسش‌ها	آلفای کرونباخ
هوشمندی استراتژیک	هوشمندی برون سازمانی	۵۳	۰/۸۲۱
	هوشمندی درون سازمانی	۲۵	۰/۷۳۶
کل پرسشنامه		۷۸	۰/۸۴۷

سرانجام تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق با استفاده از آزمون‌های تحلیل عاملی تأییدی و تی تک نمونه‌ای انجام شد. این تحلیل‌ها با کمک نرم‌افزارهای SPSS و AMOS نسخه ۲۳ در سطح خطای ۰/۰۵ صورت گرفت.

یافته‌های پژوهش

در جدول ۲، یافته‌های جمعیت‌شناختی نمونه‌های مورد بررسی در قالب متغیرهای جنسیت، تحصیلات، سن و سابقه خدمت ارائه شده است:

جدول ۲: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه‌های مورد بررسی

متغیر	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	زن	۴۴/۶
	مرد	۵۵/۴
سن	کمتر از ۳۰ سال	۱۲/۷
	۳۱ تا ۴۰ سال	۴۴/۶
	۴۱ تا ۵۰ سال	۳۳/۱
	بالا تر از ۵۰ سال	۹/۶

۶/۹	۱۸	دیپلم	تحصیلات
۸/۸	۲۳	فوق دیپلم	
۵۲/۳	۱۳۶	لیسانس	
۳۱/۲	۸۱	فوق لیسانس	
۰/۸	۲	دکتری	
۱۱/۹	۳۱	کمتر از ۵ سال	سابقه خدمت
۲۰/۸	۵۴	۶ تا ۱۰ سال	
۲۰/۸	۵۴	۱۱ تا ۱۵ سال	
۲۰/۰	۵۲	۱۶ تا ۲۰ سال	
۲۶/۵	۶۹	بالاتر از ۲۰ سال	

در جدول ۳، روایی سازه ابزار تحقیق در قالب تحلیل عاملی تأییدی با استناد به شاخص‌های بار عاملی، مقدار تی، میانگین واریانس استخراج شده و پایایی مرکب آمده است:

جدول ۳: روایی سازه ابزار اندازه‌گیری

CR	AVE	t-value	λ	گویه	مؤلفه	بعد	متغیر
۰/۸۶۷	۰/۵۶۶	۸/۱۳۷	۰/۷۵	X1	هوشمندی تأمین‌کنندگان	برون‌سازمانی	هوشمندی استراتژیک
		۸/۱۰۷	۰/۷۴	X2			
		۸/۱۸۹	۰/۷۶	X3			
		۶/۹۰۳	۰/۵۷	X4			
		۶/۸۷۵	۰/۵۶	X5			
۰/۸۴۹	۰/۵۸۵	۶/۸۶۵	۰/۶۴	X6	هوشمندی توزیع‌کنندگان		
		۶/۷۸۶	۰/۶۳	X7			
		۶/۷۷۲	۰/۶۳	X8			

ادامه جدول ۳: روایی سازه ابزار اندازه‌گیری

CR	AVE	t-value	λ	گویه	مؤلفه	بعد	متغیر
۰/۸۴۹	۰/۵۸۵	۷/۲۱۱	۰/۷۱	X9	هوشمندی توزیع کنندگان	برون‌سازمانی	هوشمندی استراتژیک
		۴/۳۲۴	۰/۵۲	X10			
		۶/۴۸۷	۰/۵۸	X11			
۰/۸۲۹	۰/۴۹۲	۶/۷۲۶	۰/۵۹	X12	هوشمندی مشتریان		
		۶/۸۰۵	۰/۶۰	X13			
		۶/۸۹۹	۰/۶۲	X14			
		۶/۷۸۱	۰/۶۰	X15			
		۶/۸۷۳	۰/۶۱	X16			
۰/۸۳۹	۰/۵۲۷	۵/۸۴۳	۰/۶۱	X17	هوشمندی رقبا		
		۵/۵۲۴	۰/۵۴	X18			
		۵/۷۸۹	۰/۶۰	X19			
		۵/۶۸۱	۰/۵۸	X120			
		۵/۹۱۵	۰/۶۳	X21			
		۵/۵۶۷	۰/۵۵	X22			
		۵/۴۷۰	۰/۵۳	X23			
۰/۸۷۱	۰/۵۰۴	۶/۲۹۰	۰/۶۵	X24	هوشمندی تکنولوژیکی		
		۵/۷۹۴	۰/۵۵	X25			
		۶/۱۰۸	۰/۶۱	X26			
		۵/۰۴۲	۰/۴۳	X27			
		۵/۸۳۷	۰/۵۵	X28			
		۶/۲۵۵	۰/۶۴	X29			
		۶/۱۶۷	۰/۶۲	X30			
		۶/۰۶۹	۰/۶۰	X31			
		۶/۰۵۸	۰/۶۰	X32			
		۵/۸۱۴	۰/۵۵	X33			
۰/۸۳۲	۰/۵۹۸	۵/۹۸۹	۰/۵۶	X34	هوشمندی اقتصادی		
		۵/۶۷۲	۰/۵۱	X35			
		۶/۴۵۰	۰/۶۴	X36			
		۶/۶۸۵	۰/۷۱	X37			
		۶/۳۰۰	۰/۶۱	X38			
۰/۸۴۸	۰/۵۲۸	۸/۰۵۶	۰/۶۴	X39	هوشمندی سیاسی - قانونی		
		۸/۲۲۵	۰/۶۶	X40			
		۷/۹۴۹	۰/۶۳	X41			

ادامه جدول ۳: روایی سازه ابزار اندازه‌گیری

CR	AVE	t-value	λ	گویه	مؤلفه	بعد	متغیر																																																																																																																																
۰/۸۴۸	۰/۵۲۸	۸/۵۶۱	۰/۷۰	X42	هوشمندی سیاسی - قانونی	برون سازمانی	هوشمندی استراتژیک																																																																																																																																
		۷/۷۰۱	۰/۶۰	X43				۰/۸۴۵	۰/۵۲۴	۸/۲۵۲	۰/۶۷	X44	هوشمندی اجتماعی - فرهنگی	برون سازمانی	هوشمندی استراتژیک	۸/۰۹۴	۰/۶۵	X45	۶/۶۸۳	۰/۵۱	X46	۸/۲۵۹	۰/۶۷	X47	۸/۴۲۴	۰/۶۹	X48	۰/۸۰۳	۰/۵۵۸	۵/۴۷۵	۰/۷۴	X49	هوشمندی زیست محیطی	برون سازمانی	هوشمندی استراتژیک	۵/۳۹۱	۰/۶۸	X50	۵/۲۶۶	۰/۶۳	X51	۴/۲۷۲	۰/۴۰	X52	۴/۳۴۰	۰/۴۱	X53	۰/۸۱۹	۰/۵۷۹	۷/۳۲۰	۰/۶۸	X54	هوشمندی فرایندهای سازمانی	برون سازمانی	هوشمندی استراتژیک	۷/۵۰۹	۰/۷۲	X55	۶/۴۳۲	۰/۵۵	X56	۶/۵۵۳	۰/۵۶	X57	۵/۷۰۹	۰/۴۶	X58	۰/۸۲۷	۰/۵۹۳	۶/۱۷۹	۰/۴۶	X59	هوشمندی منابع مالی	برون سازمانی	هوشمندی استراتژیک	۸/۸۱۲	۰/۶۸	X60	۹/۳۹۵	۰/۷۶	X61	۸/۶۵۲	۰/۶۷	X62	۶/۵۴۶	۰/۴۸	X63	۰/۸۶۶	۰/۵۶۴	۹/۷۰۳	۰/۶۷	X64	هوشمندی منابع انسانی	برون سازمانی	هوشمندی استراتژیک	۸/۵۱۰	۰/۵۸	X65	۱۱/۰۰۰	۰/۷۷	X66	۱۰/۴۹۱	۰/۷۳	X67	۹/۱۵۹	۰/۶۳	X68	۰/۸۰۰	۰/۵۵۰	۵/۵۳۷	۰/۴۲	X69	هوشمندی منابع فیزیکی	برون سازمانی	هوشمندی استراتژیک	۵/۴۲۹	۰/۴۱	X70	۴/۲۳۶	۰/۳۱	X71	۷/۹۱۲	۰/۶۸	X72	۷/۶۵۶	۰/۶۴	X73	۰/۸۲۵	۰/۵۸۵	۳/۶۸۴	۰/۵۴	X74	هوشمندی اطلاعاتی	برون سازمانی	هوشمندی استراتژیک
۰/۸۴۵	۰/۵۲۴	۸/۲۵۲	۰/۶۷	X44	هوشمندی اجتماعی - فرهنگی					برون سازمانی	هوشمندی استراتژیک																																																																																																																												
		۸/۰۹۴	۰/۶۵	X45																																																																																																																																			
		۶/۶۸۳	۰/۵۱	X46																																																																																																																																			
		۸/۲۵۹	۰/۶۷	X47																																																																																																																																			
		۸/۴۲۴	۰/۶۹	X48																																																																																																																																			
۰/۸۰۳	۰/۵۵۸	۵/۴۷۵	۰/۷۴	X49	هوشمندی زیست محیطی			برون سازمانی	هوشمندی استراتژیک																																																																																																																														
		۵/۳۹۱	۰/۶۸	X50																																																																																																																																			
		۵/۲۶۶	۰/۶۳	X51																																																																																																																																			
		۴/۲۷۲	۰/۴۰	X52																																																																																																																																			
		۴/۳۴۰	۰/۴۱	X53																																																																																																																																			
۰/۸۱۹	۰/۵۷۹	۷/۳۲۰	۰/۶۸	X54	هوشمندی فرایندهای سازمانی	برون سازمانی	هوشمندی استراتژیک																																																																																																																																
		۷/۵۰۹	۰/۷۲	X55																																																																																																																																			
		۶/۴۳۲	۰/۵۵	X56																																																																																																																																			
		۶/۵۵۳	۰/۵۶	X57																																																																																																																																			
		۵/۷۰۹	۰/۴۶	X58																																																																																																																																			
۰/۸۲۷	۰/۵۹۳	۶/۱۷۹	۰/۴۶	X59	هوشمندی منابع مالی			برون سازمانی	هوشمندی استراتژیک																																																																																																																														
		۸/۸۱۲	۰/۶۸	X60																																																																																																																																			
		۹/۳۹۵	۰/۷۶	X61																																																																																																																																			
		۸/۶۵۲	۰/۶۷	X62																																																																																																																																			
		۶/۵۴۶	۰/۴۸	X63																																																																																																																																			
۰/۸۶۶	۰/۵۶۴	۹/۷۰۳	۰/۶۷	X64	هوشمندی منابع انسانی	برون سازمانی	هوشمندی استراتژیک																																																																																																																																
		۸/۵۱۰	۰/۵۸	X65																																																																																																																																			
		۱۱/۰۰۰	۰/۷۷	X66																																																																																																																																			
		۱۰/۴۹۱	۰/۷۳	X67																																																																																																																																			
		۹/۱۵۹	۰/۶۳	X68																																																																																																																																			
۰/۸۰۰	۰/۵۵۰	۵/۵۳۷	۰/۴۲	X69	هوشمندی منابع فیزیکی			برون سازمانی	هوشمندی استراتژیک																																																																																																																														
		۵/۴۲۹	۰/۴۱	X70																																																																																																																																			
		۴/۲۳۶	۰/۳۱	X71																																																																																																																																			
		۷/۹۱۲	۰/۶۸	X72																																																																																																																																			
		۷/۶۵۶	۰/۶۴	X73																																																																																																																																			
۰/۸۲۵	۰/۵۸۵	۳/۶۸۴	۰/۵۴	X74	هوشمندی اطلاعاتی	برون سازمانی	هوشمندی استراتژیک																																																																																																																																
		۳/۷۴۱	۰/۵۸	X75																																																																																																																																			

ادامه جدول ۳: روایی سازه ابزار اندازه گیری

متغیر	بعد	مؤلفه	گویه	Λ	t-value	AVE	CR
هوشمندی استراتژیک	درون سازمانی	هوشمندی اطلاعاتی	X76	۰/۵۹	۳/۷۵۴	۰/۵۸۵	۰/۸۲۵
			X77	۰/۶۴	۳/۸۰۷		
			X78	۰/۶۳	۳/۷۹۹		

تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد که مقدار بارهای عاملی برای متغیرهای آشکار در تمامی موارد جز معرف شماره ۷۱ (X71) بیشتر از ۰/۴ می باشد. همچنین مشخص گردید که مقادیر واریانس استخراج شده برای متغیرهای پنهان بزرگتر از مقدار ۰/۵۰ و پایایی آن نیز بزرگتر از مقدار ۰/۷ است. در جدول ۴، میزان نمره‌دهی به متغیر هوشمندی استراتژیک در وزارت ورزش و جوانان از دیدگاه کارکنان ستادی این وزارتخانه با استفاده از آزمون تی تک نمونه‌ای تحلیل می گردد.

جدول ۴: نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای در زمینه متغیرهای هوشمندی رقابتی و ابعاد آن

متغیر / ابعاد	آماره t	درجه آزادی	سطح معناداری	میانگین	انحراف معیار	اختلاف میانگین	فاصله اطمینان ۹۵٪ برای حد	
							حد بالا	حد پایین
هوشمندی استراتژیک	۳۲/۲۹۹	۲۵۹	۰/۰۰۱	۳/۹۸۹	۰/۴۹۳	۰/۹۸۹	۰/۹۲۸	۱/۰۴۹
هوشمندی برون سازمانی	۲۷/۳۷۲	۲۵۹	۰/۰۰۱	۳/۹۶۸	۰/۵۷۰	۰/۹۶۸	۰/۸۹۱	۱/۰۳۸
هوشمندی درون سازمانی	۳۲/۳۳۱	۲۵۹	۰/۰۰۱	۳/۹۹۸	۰/۴۹۸	۰/۹۹۸	۰/۹۳۸	۱/۰۵۹

با استناد به نتایج جدول ۴، مشاهده می شود که میانگین متغیر هوشمندی استراتژیک و ابعاد آن (هوشمندی برون سازمانی و هوشمندی درون سازمانی) بالاتر از حد میانگین است. لذا با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت که هوشمندی استراتژیک و ابعاد آن در وزارت ورزش و جوانان به صورت مطلوب اجرا می شود. در جدول ۵، میزان نمره‌دهی به مؤلفه‌های هر کدام از ابعاد هوشمندی استراتژیک در وزارت ورزش و جوانان از دیدگاه کارکنان ستادی این وزارتخانه با استفاده از آزمون تی تک نمونه‌ای تحلیل می گردد.

جدول ۵: نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای در زمینه مؤلفه‌های بعد درون سازمانی هوشمندی رقابتی

مؤلفه	آماره t	درجه آزادی	سطح معناداری	میانگین	انحراف معیار	اختلاف میانگین	فاصله اطمینان ۹۵٪ برای حد	
							حد بالا	حد پایین
هوشمندی فرایندهای سازمانی	۲۰/۱۴۹	۲۵۹	۰/۰۰۱	۳/۹۱۳	۰/۷۳۰	۰/۹۱۲	۰/۸۲۳	۱/۰۰۱
هوشمندی منابع مالی	۱۸/۲۸۳	۲۵۹	۰/۰۰۱	۳/۸۵۶	۰/۷۵۵	۰/۸۵۶	۰/۷۶۴	۰/۹۴۸
هوشمندی منابع انسانی	۱۹/۶۰۲	۲۵۹	۰/۰۰۱	۳/۹۴۵	۰/۷۷۷	۰/۹۴۵	۰/۸۵۰	۱/۰۴۰
هوشمندی منابع فیزیکی	۲۴/۳۱۹	۲۵۹	۰/۰۰۱	۴/۰۰۴	۰/۶۶۶	۱/۰۰۴	۰/۹۲۳	۱/۰۸۶
هوشمندی اطلاعاتی	۲۸/۵۵۴	۲۵۹	۰/۰۰۱	۴/۱۲۴	۰/۶۳۵	۱/۱۲۴	۱/۰۴۷	۱/۲۰۲

با استناد به نتایج جدول ۵، مشاهده می‌شود که میانگین کلیه مؤلفه‌های بعد درون سازمانی متغیر هوشمندی استراتژیک بالاتر از حد میانگین است. لذا با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که مؤلفه‌های مذکور در وزارت ورزش و جوانان به صورت مطلوب اجرا می‌شود.

جدول ۶: نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای در زمینه مؤلفه‌های بعد برون سازمانی هوشمندی رقابتی

مؤلفه	آماره t	درجه آزادی	سطح معناداری	میانگین	انحراف معیار	اختلاف میانگین	فاصله اطمینان ۹۵٪ برای حد	
							حد بالا	حد پایین
هوشمندی تأمین کنندگان	۲۶/۳۹۴	۲۵۹	۰/۰۰۱	۴/۱۵۴	۰/۷۰۵	۱/۱۵۴	۱/۰۶۸	۱/۲۴۰
هوشمندی توزیع کنندگان	۲۸/۷۲۴	۲۵۹	۰/۰۰۱	۴/۱۴۰	۰/۶۴۰	۱/۱۴۰	۱/۰۶۲	۱/۲۱۹
هوشمندی مشتریان	۳۰/۱۱۸	۲۵۹	۰/۰۰۱	۴/۱۷۰	۰/۶۲۶	۱/۱۷۰	۱/۰۹۳	۱/۲۴۶
هوشمندی رقبا	۲۷/۷۸۵	۲۵۹	۰/۰۰۱	۴/۰۲۶	۰/۵۹۵	۱/۰۲۶	۰/۹۵۶	۱/۰۹۸
هوشمندی تکنولوژیکی	۲۵/۸۹۶	۲۵۹	۰/۰۰۱	۳/۹۲۵	۰/۵۷۶	۰/۹۲۵	۰/۸۵۴	۰/۹۹۵
هوشمندی اقتصادی	۲۵/۲۵۴	۲۵۹	۰/۰۰۱	۳/۹۸۹	۰/۶۳۱	۰/۹۸۹	۰/۹۱۲	۱/۰۶۷
هوشمندی سیاسی- قانونی	۲۰/۰۷۷	۲۵۹	۰/۰۰۱	۳/۸۵۹	۰/۶۹۰	۰/۸۵۹	۰/۷۷۴	۰/۹۴۳
هوشمندی اجتماعی فرهنگی	۲۰/۹۴۶	۲۵۹	۰/۰۰۱	۳/۸۸۶	۰/۶۸۴	۰/۸۸۶	۰/۸۰۵	۰/۹۷۲
هوشمندی زیست محیطی	۲۱/۳۰۰	۲۵۹	۰/۰۰۱	۳/۸۶۹	۰/۶۵۸	۰/۸۶۹	۰/۷۸۸	۰/۹۴۹

با استناد به نتایج جدول ۶، مشاهده می‌شود که میانگین کلیه مؤلفه‌های بعد برون‌سازمانی متغیر هوشمندی استراتژیک بالاتر از حد میانگین است. لذا با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که مؤلفه‌های یاد شده در وزارت ورزش و جوانان به صورت مطلوب اجرا می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از این پژوهش، ارزیابی میزان هوشمندی استراتژیک سازمانی در وزارت ورزش و جوانان بود. یافته‌ها نشان داد که سطح هوشمندی استراتژیک در وزارت ورزش و جوانان در حد بالاتر از میانگین قرار دارد. به عبارت دیگر، نمونه‌های مورد بررسی بر این باور بودند که میزان هوشمندی استراتژیک در سازمان متبوع آن‌ها به خوبی اجرا شده است یا اجرا می‌شود. این یافته به طور نسبی با نتایج مطالعه حسینی و همکاران (۱۳۹۱) مبنی بر اینکه هوشمندی استراتژیک از طریق هوشمندی درون و برون سازمانی اندازه‌گیری می‌شود و میزان هوشمندی استراتژیک در سازمان‌های ایرانی متوسط است، همخوانی دارد. هوشمندی استراتژیک به مثابه داده‌های ورودی در اتخاذ استراتژی مبتنی بر بدها در نظر گرفته می‌شود و حائز اهمیت است که سازمان‌ها به منظور دستیابی به رشد پایدار در محیط رقابتی، هوشمندی به موقع و مناسبی از داده‌ها در محیط باشند (ماندل، ۲۰۱۹).

۲۴۹

در تبیین این یافته می‌توان گفت که آنچه در دنیای امروز سازمان‌های ورزشی را با دنیای چند دهه قبل آن‌ها متمایز می‌کند، محیط ناپایدار، رقابت جهانی و توسعه روزافزون ارتباطات و مبادلات سریع اطلاعات است. سازمان‌های ورزشی برای مصون ماندن از امواج سهمگین محیطی و نیز سازگاری با الزامات رقابتی چاره‌ای جز کسب اطلاعات محیطی از طریق هوشمندی استراتژیک ندارند. به همین دلیل هوشمندی استراتژیک یک مفهوم ضروری در فرآیند مدیریت سازمان‌های ورزشی است، چرا که برای سازمان‌های مذکور این امکان فراهم می‌شود که از طریق هوشمندی استراتژیک و با تجزیه و تحلیل اطلاعات پیرامون خود، میزان کارایی و اثربخشی خود را بهبود ببخشند و در نتیجه عملکرد بهتری در برابر رقبا داشته باشند. همچنین بهبود هوشمندی استراتژیک موجب می‌شود که سازمان‌ها بتوانند اطلاعات محیط اطراف خود را سریع‌تر و با دقت بیشتری تجزیه و تحلیل کنند و نتایج حاصل را ذخیره نمایند و در مواقع مقتضی در دسترس تصمیم‌گیرندگان قرار دهند. این امر جریان تبادل داده‌ها، اطلاعات و دانش را در سازمان تسریع می‌کند و اثربخشی تفکر و تصمیم‌گیری را بهبود می‌بخشد.

همچنین مشخص گردید که میزان هوشمندی برون‌سازمانی و درون‌سازمانی در وزارت ورزش و جوانان در حد بالاتر از میانگین قرار دارد. این یافته به طور نسبی با نتایج مطالعه حسینی و همکاران (۱۳۹۱) همسو است، چون هر دو نشان دادند که سطح هوشمندی برون‌سازمانی و درون‌سازمانی در شرکت‌های استفاده‌کننده از نرم‌افزارهای هوشمندی کسب و کار در ایران در حد متوسطی قرار دارد- با این تفاوت که در تحقیق نام برده مشخص گردید که میزان بهره‌برداری از هوشمندی درون‌سازمانی به نسبت هوشمندی برون‌سازمانی بیشتر است.

در تبیین این یافته می توان گفت که هوشمندی استراتژیک ترکیبی از ابعاد برون سازمانی و درون سازمانی است (فتحی، ۱۳۹۷؛ حسینی و همکاران، ۱۳۹۱ و لیپوتز، ۲۰۰۶) و در دنیای رقابتی کنونی، سازمان هایی موفق خواهند بود که اطلاعات محیط اطراف خود را سریع تر و با دقت بیشتری تجزیه و تحلیل کنند که این جز با بهره گیری از شناسایی عوامل تأثیرگذار درونی و بیرونی از طریق هوشمندی استراتژیک میسر نیست. مدیران برای بهره مندی از هوشمندی استراتژیک در سازمان تحت مدیریت خود باید عوامل درونی و بیرونی سازمان خود را بشناسند و با به کارگیری صحیح این عوامل در راستای بهبود عملکرد سازمان خود اهتمام ورزند. به زعم حسینی و همکاران (۱۳۹۱) هوشمندی برون سازمانی با بصیرت سازمان در شناسایی الگوها و گرایشات محیط بیرونی اشاره و از طریق هوشمندی بازار (هوشمندی تأمین کنندگان، هوشمندی توزیع کنندگان، هوشمندی مشتریان و هوشمندی رقبا) و هوشمندی کلان محیطی (هوشمندی تکنولوژیکی، هوشمندی اقتصادی، هوشمندی سیاسی - قانونی، هوشمندی اجتماعی - فرهنگی و هوشمندی زیست محیطی) اندازه گیری می شود. از سوی دیگر، هوشمندی هایی مانند هوشمندی اطلاعاتی، هوشمندی فرایندهای سازمانی و هوشمندی منابع سازمانی (منابع مالی، منابع انسانی و منابع فیزیکی) هوشمندی از دیدگاه درون سازمانی را اندازه گیری می کنند. به علاوه یافته ها نشان داد که میزان مؤلفه های بعد درون سازمانی متغیر هوشمندی استراتژیک در حد بالاتر از میانگین قرار داد. در این بین، میزان هوشمندی اطلاعاتی نسبت به سایر مؤلفه ها بیشتر بود. این یافته با نتایج مطالعه حسینی و همکاران (۱۳۹۱) مبنی بر اینکه گزارش کردند که هوشمندی منابع مالی و هوشمندی سیاسی از بالاترین هوشمندی برخوردار هستند، ناهمخوان است. این تفاوت در نتیجه می تواند به چند عامل برگردد: نخست اینکه در مطالعه نام برده مؤلفه های ابعاد درون سازمانی و برون سازمانی متغیر هوشمندی استراتژیک به تفکیک اولویت بندی نشده است و این یافته در ارتباط با اهمیت این مؤلفه در کنار هم است. این در حالی است که در تحقیق حاضر اهمیت هر یک از این مؤلفه ها به تفکیک ابعاد هوشمندی استراتژیک بوده است. دوم این که جامعه هدف متفاوت نیز می تواند موجب چنین نتیجه ای شده باشد. در تحقیق حسینی و همکاران (۱۳۹۱) از شرکت های استفاده کننده از نرم افزارهای هوشمندی کسب و کار استفاده شده، ولی در تحقیق حاضر جامعه آماری کارکنان ستادی وزارت ورزش و جوانان بودند.

در تبیین این یافته می توان استنباط کرد که هوشمندی اطلاعاتی، فرایند گردآوری و سازماندهی، تجزیه و تحلیل، توزیع اطلاعات درون سازمانی میان بخش های سازمان و مدیریت و عمل به اطلاعات با رعایت اصول اخلاقی می باشد (سابرینا و همکاران، ۲۰۱۲). در نتیجه، ضرورت وجود پایگاه های اطلاعات داده و سیستم های تحلیل و پردازش داده ها در درون سازمان لازم و حیاتی است. کوین و بیل (۲۰۱۱) معتقدند که هوشمندی اطلاعاتی جزئی از مدیریت دانش کارا به گونه ای اثربخش و یک الگوی کار مدیریتی با رواج فناوری های ارتباطی و قدرت دانش در سازمان است که امروزه، در حکم یک دارایی سازمانی به شمار می آید. سرانجام یافته ها نشان داد که میزان مؤلفه های بعد برون سازمانی متغیر هوشمندی استراتژیک در حد بالاتر از میانگین قرار داد. در این بین، میزان هوشمندی مشتریان نسبت به سایر مؤلفه ها بیشتر بود. این یافته با نتایج مطالعه حسینی و همکاران (۱۳۹۱) ناهمخوان است، چرا که بین نتایج گزارش شده از این تحقیق و تحقیق نام

برده در زمینه اهمیت مؤلفه‌های مذکور تفاوت وجود دارد.

در تبیین این یافته می‌توان گفت که این هوشمندی نیازمندی‌های جاری و آینده مشتریان و فرصت‌های جدید و خلاقانه موجود را در تقسیم بازار ترسیم می‌کند و تغییرات عمده نمایان‌کننده‌ای را که در فرآیندهای بازاریابی و توزیع به وقوع می‌پیوندد، نشان می‌دهد (بارنس، ۲۰۱۹). در این هوشمندی، به طور عمده اطلاعات مشتریان، تامین‌کنندگان، خریداران و توزیع‌کنندگان گردآوری و تجزیه و تحلیل می‌شود. هوشمندی مشتریان تابعی از ارزش‌های مشتریان و سهامداران است که در این میان قدرت مالی نقش تعیین‌کننده‌ای را در محیط‌های استراتژیک ایفا می‌کند. به عبارت دیگر، هوشمندی مشتریان به مبادلات مشتریان کنونی و بالقوه، ویژگی‌ها و اطلاعاتی شخصی آن‌ها و تبادل اطلاعات و دانش و تمایلات فزاینده جامعه هدف اشاره دارد.

در مجموع، می‌توان گفت که میزان هوشمندی استراتژیک از نگاه کارکنان ستادی وزارت ورزش و جوانان در سازمان متبوع‌شان متوسط رو به بالاست. به عبارت دیگر، آن‌ها اذعان داشتند که سطح هوشمندی استراتژیک در وزارت ورزش و جوانان در حد بالاتر از میانگین قرار دارد. همچنین، ابعاد درون‌سازمانی و برون‌سازمانی این متغیر و مؤلفه‌های وابسته به این ابعاد نیز در وزارت ورزش و جوانان به درستی پیاده‌سازی می‌شود.

براین اساس به وزارت ورزش و جوانان پیشنهاد می‌شود این برنامه یعنی هوشمندی استراتژیک را در سایر سازمان‌های وابسته به خود پیاده‌سازی کند، نقاط قوت و ضعف و منشأ آن را در زمینه هوشمندی استراتژیک شناسایی و تقویت نماید تا از این طریق تجزیه و تحلیل اطلاعات پیرامون خود را بهبود ببخشد و کارایی و اثربخشی خود را افزایش دهد.

منابع

- حسینی، سید یعقوب؛ سلیمی فرد، خداکرم و یداله‌ی، شهربانو. (۱۳۹۱). «طراحی مدلی برای اندازه‌گیری هوشمندی استراتژیک سازمانی و اندازه‌گیری میزان آن در بین شرکت‌های استفاده‌کننده از نرم‌افزارهای هوشمندی کسب و کار در ایران». پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی. دوره ۲، شماره ۱، صص: ۲۱-۴۳.
- فرید فتحی، اکبر. (۱۳۹۷). «اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر هوشمندی استراتژیک در سازمان‌های ورزشی با استفاده از روش **AHP Fuzzy**». همایش بین‌المللی پژوهشگاه تربیت بدنی، تهران.
- Basile, G., Kaufmann, H. R., & Savastano, M. (2018). **“Revisiting complexity theory to achieve strategic intelligence”**. International Journal of Foresight and Innovation Policy, 13(1-2), 57-70.
- Barnes, A. (2019). **“A confusion, not a system: the organizational evolution of strategic intelligence assessment in Canada, 1943 to 2003”**. Intelligence and National Security, 34(4), 464-479.
- Claudiu, C. S., Andrei, P., & Gabriela, P. M. (2011). **“Internal environment analysis techniques”**. Annals of Faculty of Economics, 1(2), 731-736.
- Coyne, J. W., & Bell, P. (2011). **“Strategic intelligence in law enforcement: a review”**. Journal of Policing, Intelligence and Counter Terrorism, 6(1), 23-39.
- Ding, L. (2009). **“Analysis on the competitive intelligence in business management”**. Second international symposium on information science and engineering (pp. 327-330). IEEE.
- Fleisher, C. S., & Bensoussan, B. E. (2015). **Business and competitive analysis: effective application of new and classic methods**. FT Press
- Esmaeili, M. R. (2014). **“A Study on the effect of the strategic intelligence on decision making and strategic planning”**. International Journal of Asian Social Science, 4(10), 1045-1061.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). **“Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error”**. Journal of marketing research, 18(1), 39-50.
- Frishammar, J. (2002). **“Characteristics in information processing approaches”**. International Journal of Information Management, 22(2), 143-156.
- Global Intelligence Alliance. (2011). **“Marketing Intelligence in Global Organizations: Survey Finding in 2011”**. <http://www.globalintelligence.com>.

- Grigori, D., Casati, F., Castellanos, M., Dayal, U., Sayal, M., & Shan, M. C. (2004). **“Business process intelligence”**. Computers in industry, 53(3), 321-343.
- Hutchings, R. (2018). **“The Future of Strategic Intelligence”**. Fletcher Sec. Rev., 5, 26.
- Liebowitz, J. (2006). **Strategic intelligence: business intelligence, competitive intelligence, and knowledge management**. Auerbach Publications.
- Mandel, D. R., & Barnes, A. (2014). **“Accuracy of forecasts in strategic intelligence”**. Proceedings of the National Academy of Sciences, 111(30), 10984-10989.
- Mandel, D. (2019). **“Systematic Monitoring of Forecasting Skill in Strategic Intelligence**. Mandel, DR (accepted conditionally). **Systematic monitoring of forecasting skill in strategic intelligence”**. In DR Mandel (Ed.), *Assessment and Communication of Uncertainty in Intelligence to Support Decision Making: Final Report of Research Task Group SAS-114*. Brussels, Belgium: NATO Science an.
- Marchand, D. (2007). **“Leveraging what your company really knows: a process view of strategic intelligence”**. In *managing strategic intelligence: techniques and technologies (pp. 1-13)*. IGI Global.
- Rausch, P., Sheta, A. F., & Ayesh, A. (Eds.). (2013). **Business intelligence and performance management: theory, systems and industrial applications**. Springer Science & Business Media.
- Sabrina, B., Laïd, B., & Jean-Luc, M. (2012). **“Towards an Information Intelligence and knowledge Management Process in the Context of Information Technologies”**. Journal of Organizational Knowledge Management, 2012, 1.
- Seitovirta, L. C. (2011). **“The role of strategic intelligence services in corporate decision making”**. Aalto University School of Economics.
- Technavio. (2015). Global Business Intelligence Tools Market 2011-2015. www.technavio.com.
- Tham, K. D. (2002). **“Towards strategic intelligence with ontology based enterprise modelling and ABC”**. Proceedings of the IBER Conference. Las Vegas, NV.
- Ullman, J. B., & Bentler, P. M. (2003). **“Structural equation modelling”**. Handbook of psychology, 607-634.
- Yadollah, A., Masome, B., Kamran, E., & Bahare, G. (2016). **“Forecasts Indifference**

Organizational Departments of Youth and Sports Kermanshah Province through Strategic Intelligence Managers". *The Social Sciences*, 11: 7088-7091.

- Zhang, X., Majid, S., & Foo, S. (2012). **"Chapter 6 Environmental Scanning—An Emerging Discipline for LIS Education"**. In *Library and Information Science Trends and Research: Asia-Oceania* (pp. 125-147). Emerald Group Publishing Limited.

طراحی مدل توسعه گردشگری ورزشی با تاکید بر عوامل طبیعی (مطالعه موردی: استان لرستان)

پوریا بهاران^۱
حمید فروغی پور^۲
نجف آقایی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۱۰/۲۵

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۱۱/۲۱

هدف از این پژوهش، طراحی مدل توسعه گردشگری ورزشی با تاکید بر عوامل طبیعی در استان لرستان است. روش تحقیق این مطالعه، توصیفی از نوع پیمایش مبتنی بر مدل سازی معادلات ساختاری و به لحاظ هدف از نوع کاربردی است که به شکل میدانی اجرا شد. جامعه آماری پژوهش شامل تمامی گردشگران ورزشی در استان لرستان بود که با توجه به فرمول کوکران و روش نمونه گیری تصادفی خوشه ای در مرحله اول و روش نمونه گیری غیراحتمالی در دسترس در مرحله دوم، ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده های پژوهش بر اساس نظرات خبرگان در چهار بعد زیرساختی، جاذبه های طبیعی، اکولوژی و فعالیت ورزشی مناسب با طبیعت لرستان می باشد. این پرسشنامه ها از لحاظ روایی صوری و محتوایی مورد تأیید اساتید و صاحب نظران متخصص این رشته قرار گرفت. مقدار پایایی ابعاد پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ در بعد زیر ساخت (۰/۹۶)، جاذبه های طبیعی (۰/۹۵) اکولوژی (۰/۹۰) و فعالیت ورزشی

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران

۲. استادیار، گروه تربیت بدنی، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران (نویسنده مسئول)

۳. دانشیار، گروه تربیت بدنی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

(۰/۹۵) گزارش شده است. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی جدول، نمودار، میانگین و انحراف معیار و استنباطی آزمون چولگی و کشیدگی، آزموت تی و سوارا و مدل معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج آزمون t نشان داد عوامل طبیعی مورد بررسی در این مطالعه به ترتیب بعد زیرساختی (۲۳/۸۶۲)، جاذبه های طبیعی (۲۰/۹۲۸)، اکولوژی (۲۷/۹۰۷) و فعالیت ورزشی مناسب با طبیعت لرستان (۲۲/۳۷۴) بر توسعه گردشگری ورزشی در استان لرستان تاثیر داشته اند. از این رو، می توان نتیجه گرفت که مسئولان مرتبط جهت طراحی مدل توسعه گردشگری باید به کلیه شاخص های عوامل طبیعی توجه نمایند.

واژگان کلیدی: توسعه گردشگری ورزشی، عوامل طبیعی، بعد زیرساختی و بعد اکولوژی

مقدمه

امروزه صنعت گردشگری در دنیا، یکی از منابع مهم درآمد است و به عنوان گسترده ترین صنعت خدماتی جهان، جایگاه ویژه‌ای دارد. از این رو، بسیاری از کشورها در رقابتی نزدیک و فشرده، در پی افزایش بیش از پیش منافع و عواید خود از این فعالیت بین‌المللی هستند (لطفی نیا، ۱۳۹۷).

صنعت توریسم از سال ۲۰۰۱ شناخته شده و جهانگردی ورزشی را به عنوان صنعتی جهانی آغاز کرده است. جهانگردی ورزشی، تجربه سفر برای مشارکت یا مشاهده فعالیت‌های مرتبط با ورزش به عنوان یک بازار مهم گردشگری جهان شناخته شده است. سفرهای ورزش محور، در طی دو دهه گذشته به طرز چشمگیری رشد کرده است، اما اخیراً در کانون تحقیقات متمرکز دانشگاهی قرار گرفته است (واسمات^۱ و همکاران، ۲۰۱۹).

صنعت گردشگری، یکی از مهم ترین فعالیت‌های اقتصادی در سراسر جهان به شمار می‌آید (نیک نژاد و همکاران، ۱۳۹۴) که در صورت مهیا بودن زیرساخت‌ها، تغییرات اجتماعی، محیطی و اقتصادی فراوانی را به دنبال داشته است و نقش مهمی در ترغیب سرمایه گذاری در زیرساخت‌ها، ایجاد درآمد برای دولت و اشتغال زایی به همراه دارد (کمایی زاده و رضایی، ۱۳۹۴). توسعه و بالندگی صنعت گردشگری در کشور، سبب ترکیب و به کارگیری هم زمان منابع داخلی و خارجی خواهد شد و با فراهم آوردن فرصتی راهبردی، به اقتصاد محلی تنوع بخشیده، موجب اشتغال زایی، ایجاد درآمد و افزایش ارزش منابع واردشونده به محیط محلی می‌شود. صنعت گردشگری برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی از جمله: بیکاری بالا، محدودیت منابع انرژی و اقتصاد تک محصولی مواجه هستند، از اهمیت بیشتری برخوردار است (نجفی و همکاران، ۱۳۹۸). ایران از جمله کشورهایی است که ذخایر نفتی آن به عنوان منبع اصلی درآمد شناخته می‌شود. از سوی دیگر، کشور ایران از لحاظ غنی بودن آثار تاریخی و طبیعی جزو ده کشور اول توریستی جهان محسوب می‌شود که می‌توان از این فرصت به منظور پایداری در اقتصاد استفاده کرد؛ ولی متأسفانه فقط شش درصد درآمد توریستی دنیا نصیب کشور ما شده که این امر نیازمند برنامه ریزی به منظور توسعه صنعت گردشگری است (جلالی و خادم الحسین، ۱۳۹۴).

طبق آمارهای سازمان جهانی گردشگری، در سال ۲۰۱۷ تعداد گردشگران بین‌المللی به بیش از ۱/۳ میلیارد نفر و درآمد حاصل از این صنعت بالغ بر ۱/۲۳ تریلیون دلار رسیده است. این میزان به معنی افزایش ۴/۲ درصدی سرانه تا سال ۲۰۲۱ است که طبق پیش بینی‌ها به ۲۸۶۰ میلیارد دلار آمریکا می‌رسد. بر این اساس باید بگوئیم که امروزه صنعت گردشگری به یکی از صنعت‌های سودآور دنیا تبدیل شده است. صنعت گردشگری به ویژه به منظور گذران اوقات فراغت یکی از نیازهای اصلی انسان محسوب می‌شود؛ به طوری که این پدیده با تخصیص ۱۰ درصد جمعیت جهان، جابه جایی صلح آمیز تاریخ بشر محسوب می‌شود (سازمان جهانی گردشگری^۲، ۲۰۱۸).

1. Vasmat, Ta

2. World Tourism Organization

النا بوگان^۱ در تحقیقی با عنوان «ویژگی های توسعه گردشگری ورزشی در بخارست رومانی» به دنبال تاثیرات مثبت گردشگری ورزشی در مورد سیاست جامعه و اقتصاد محلی منطقه مورد مطالعه بود و افزایش آگاهی در مورد اهمیت این نوع گردشگری و امکان توسعه آن در مکان های دارای پتانسیل مشابه بود. نتایج این پژوهش نشان داد که جذب گردشگران ورزشی مزایای ملموس و نامحسوسی در ارزش پول محلی و زیرساخت جامعه محلی دارد و تجربه های فرهنگی جدیدی را برای میزبان به ارمغان می آورد (النا بوگان، ۲۰۱۹).

با توجه به اهمیت و اعتبار دو مقوله گردشگری و ورزش، مدیران و مسئولان این دو بخش برای رسیدن به اهداف خود (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی) به گردشگری ورزشی متوسل شدند و این صنعت را به عنوان بعدی در نظر گرفتند که می توان از طریق آن علاوه بر ایجاد اشتغال و رونق اقتصادی، به پیشرفت کشور نیز کمک کرد (امینی و همکاران، ۱۳۹۸).

منابع جهانگردی شامل منابع طبیعی، منابع فرهنگی و منابع انسان ساخت می باشند که خود به نحوی اشکال مختلف جهانگردی را ایجاد می نماید. سرمایه ملی تواریسم هر کشور همانا جاذبه های توریستی آن کشور است؛ یعنی جاذبه های فرهنگی (محل ها و نواحی جالب باستان شناسی، آثار و ابنیه تاریخی، موزه ها، مظاهر فرهنگ جدید، موسسات سیاسی و فرهنگی و...)، سنت ها (جشنواره های ملی، هنر و صنایع دستی، موسیقی، فرهنگ عامه، آداب و رسوم بومی و...)، مناظر زیبا (دورنماهای چشم گیر نواحی زیبای طبیعی، پارک های ملی حیات وحش، حیوانات و پرندگان، سواحل دریا، مراکز کوهستانی و...)، پذیرایی و تفریحات (مشارکت در ورزش و تماشای پارک های سرگرمی و تفریحی، باغ وحش و آبیان، سینما، زندگی شبانه و...) و سایر جاذبه های آب و هوایی، مراکز درمانی چون چشمه های آب معدنی، جاذبه های خرید و... (ملک حسینی، ۱۳۹۶). یکی از مهمترین عواملی که بر توسعه گردشگری ورزشی يك کشور اثرگذار است، منابع طبیعی می باشد. منابع طبیعی شامل آب و هوا، سواحل، دریا و امتداد ساحلی، گیاهان و حیوانات خاص، رودها، دریاچه ها، جنگل ها، کوه ها، غارها، آبشارها، چشم اندازها و مناظر پنهان است. برخی از فعالیت های ورزشی تفریحی که در این جاذبه های طبیعی ورزشی انجام می شوند و بر توسعه گردشگری ورزشی مؤثر هستند عبارت اند از: شکار، ماهی گیری بر روی رودخانه و دریاچه، راهپیمایی، اسب سواری، کوهنوردی، کانوسواری، قایقرانی آب های آرام و خروشان، ورزش های کنار ساحل، اسکی روی آب، قایق سواری، موج سواری، گلف، تیراندازی و شنا (فلاحی و همکاران، ۱۳۹۲).

جکرر^۲ در تحقیقی با عنوان «فرایند انتخاب استراتژی توسعه گردشگری ورزشی متناسب با منابع طبیعی» (مطالعه موردی: آب گرم های طبیعی موجود در بوسنی و هرزگوین) این نکته را مورد تاکید قرار داد که برای جذب گردشگر و حفظ حواشی رقابتی باید روند ها و تغییرات نیازهای گردشگران را به دقت مورد مطالعه قرار داد و یکی از عوامل مهم در جذب گردشگران را داشتن مکان های مجلل به خصوص برای گردشگران جوان در نزدیکی چشمه های آب گرم دانست. این تحقیق همچنین نشان داد مراقبت از سلامت و رفاه جسمانی اخیراً در

کانون توجه مصرف کنندگان گردشگری ورزشی قرار داشته است (جکر و همکاران، ۲۰۲۰). وجود عوامل مهمی نظیر جاذبه‌های گردشگری اعم از تاریخی، فرهنگی و طبیعی تاسیسات و امکانات روبنایی و زیربنایی از قبیل شبکه حمل و نقل، اقامتگاه‌ها و مراکز پذیرایی ضروری است و بدون وجود این امکانات رفاهی حتی با داشتن بهترین جاذبه‌های طبیعی و تاریخی جهان نمی‌توان انتظار رشد این صنعت را داشت (رحیمی، ۱۳۹۶).

یکی از مباحث مهم و اساسی در برنامه ریزی گردشگری، تعیین جایگاه و وضعیت موجود این صنعت در یک منطقه است. این امر با ارزیابی مناطق نمونه گردشگری و شناسایی مناطق مستعد امکان پذیر است، چراکه این مرحله می‌تواند خط مشی توسعه و برنامه‌های آینده گردشگری را ترسیم کند (نجفی و همکاران، ۱۳۹۸). نورول^۱ و همکاران در تحقیقی با عنوان «توسعه پایدار گردشگری ورزش‌های آبی در مالزی با تاکید بر بعد اقتصادی»، هدف تحقیق را مشخص کردن تاثیر ابعاد مالی برای حفظ روند جذب گردشگر ورزشی در رابطه با عرضه و تقاضاهای ورزش‌های آبی دانستند. همچنین این محققان به دنبال ارائه فهرستی از فعالیت‌های ورزشی بودند که امکان استفاده از زیربنای لازم آن ورزش در منطقه مورد مطالعه وجود داشته باشد و بالاترین ضریب جذب گردشگر ورزشی را با تاکید بر بعد هزینه‌ها برای گردشگران ایجاد کنند (نورول و همکاران، ۲۰۲۰).

اجرای طرح‌های توسعه گردشگری، در مراحل مختلف همچون: انتخاب و تعیین محل و ایجاد امکانات و تاسیسات زیربنایی در رابطه با محیط است و به عنوان رکن اصلی جریان گردشگری در تلبور فضایی برای جذب گردشگر نقش مهمی ایفا می‌کند. محیط، بسیاری از جاذبه‌ها را شکل می‌دهد و پیشبرد توسعه جریان گردشگری به کیفیت محیط مورد بازدید بستگی دارد (مجیدی ده شیخ و سایر، ۱۳۹۶). آنچه مسلم است کشور ایران با وجود داشتن ظرفیت‌های بسیار در زمینه گردشگری ورزشی، متأسفانه هنوز نتوانسته است به جایگاه و اعتبار واقعی خود در این زمینه دست یابد، چرا که سهم گردشگری کشور که گردشگری ورزشی نیز جزئی از آن محسوب می‌شود از تولید ناخالص ملی تنها یک درصد است (کوزه چیان و همکاران، ۱۳۹۴).

بر این اساس، انتخاب مکان مناسب و مستعد برای یک فعالیت نیازمند تحقیق در مکان از دیدگاه‌های مختلف است. از این رو مسائل مطرح شده در زمینه گردشگری، یکی از طرح‌های ایجاد شده در کشور، تلاش برای شناسایی مناطق مستعد گردشگری و برنامه ریزی و ایجاد مناطق نمونه گردشگری بوده است. در همین راستا، وجود جاذبه‌های طبیعی و تاریخی بی‌شمار در استان لرستان، از یک سو و شناسایی عوامل تاثیر گزار در جذب گردشگر، از سوی دیگر می‌توانند نقش مهمی در رونق صنعت گردشگری در این استان داشته باشند. وقتی سخن از گردشگری ورزشی متناسب با منابع طبیعی در میان باشد، مسلم است که استان لرستان در رده‌های بالایی قرار می‌گیرد. استان لرستان با توجه به دارا بودن مناطق ممتاز گردشگری طبیعی مانند دریاچه گهر، آبشارهای زیبا، طبیعتی چشمگیر و مناسب برای انواع فعالیت ورزشی، تاریخ کهن و میراث فرهنگی کم نظیر، دارای قابلیت‌های بسیار زیاد برای جذب گردشگر ورزشی است. بی تردید، گردشگری ورزشی

می تواند بر اقتصاد منطقه تاثیر قابل توجهی داشته باشد و در از بین بردن فاصله اقتصادی بین استان لرستان با دیگر استان های موفق در جذب گردشگر ورزشی و توسعه پیشرفت اقتصادی و اجتماعی منطقه نقش مهمی ایفا کند. از آنجا که صنعت گردشگری ورزشی در استان لرستان و جذب کم گردشگران ورزشی به نسبت پتانسیل بالای استان، این ضرورت احساس شد که در چهارچوب یک تحقیق جامع اقدام گردد. از این رو، با در نظر گرفتن مزایای منتخب توسعه صنعت گردشگری در شاخه گردشگری ورزشی شامل جاذبه های طبیعی، عوامل زیر ساختی و ورزش های متناسب با طبیعت منطقه، تحقیقی صورت گرفت تا از نتایج آن در توسعه هر چه بیشتر گردشگری ورزشی در استان لرستان استفاده گردد. بر این اساس، این مطالعه به بررسی و ارائه مدلی جهت تبیین عوامل تأثیرگذار بر توسعه گردشگری ورزشی در استان لرستان می پردازد.

روش شناسی پژوهش

روش تحقیق این مطالعه، توصیفی از نوع پیمایش مبتنی بر مدل سازی معادلات ساختاری و به لحاظ هدف، از نوع تحقیقات کاربردی بود که به شکل میدانی اجرا شد. به منظور دستیابی به طراحی مدل مطلوب توسعه گردشگری ورزشی، از مصاحبه و نظرسنجی خبرگان (روش دلفی) استفاده گردید. همچنین از روش پیمایش مبتنی بر مدل سازی معادلات ساختاری استفاده شد. در چهارچوب راهبردها و روش های مورد اشاره، از ابزارهای مختلفی از جمله بررسی کتابخانه ای، مصاحبه و انجام مصاحبه های اکتشافی با تعدادی از خبرگان و اساتید دانشگاه که حوزه فعالیت آنها مرتبط با مباحث مدیریت گردشگری و مدیریت ورزشی و جغرافیای شهری بود، گردانندگان تورهای گردشگری فعال در این حوزه، گردشگران داخلی و خارجی حاضر در استان و مدیران دستگاه های مرتبط با گردشگری بهره گیری شد. ابزار گردآوری داده ها، پرسشنامه بود که پس از نهایی سازی مدل به شیوه فوق، به منظور اجرای پیمایش در پرسشنامه اصلاحاتی انجام و اجرا شد که مدل توسعه گردشگری ورزشی را بر مبنای مدل پژوهش، مورد آزمون قرار گرفت. جامعه آماری پژوهش شامل تمامی گردشگران ورزشی در استان لرستان می باشند که تعداد آنها در زمره جوامع نامحدود به شمار می آید.

با توجه به گستردگی جامعه آماری و نامشخص بودن تعداد آن، نمونه آماری بر اساس روش کوکران ۳۸۴ نفر از گردشگران ورزشی در استان لرستان در نظر گرفته شدند که به صورت تصادفی خوشه ای چند مرحله ای انتخاب گردیدند. روش نمونه گیری در این مطالعه چند مرحله ای بوده که مرحله اول روش نمونه گیری تصادفی خوشه ای و مرحله دوم روش نمونه گیری غیراحتمالی در دسترس می باشد؛ به این صورت که شهرهای استان لرستان به چند طیف جمعیتی تقسیم بندی شدند و از بین شهرهای هر دسته، یکی از شهرها با قرعه کشی جهت توزیع پرسشنامه ها انتخاب گردید. در نتیجه، شهرهای خرم آباد، بروجرود، دورود، ازنا و الشتر انتخاب شدند. برای انتخاب آزمودنی ها در هر طبقه به صورت در دسترس - از شیوه های نمونه گیری غیر احتمالی - و به منظور جمع آوری داده ها به روش میدانی، از ابزار پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. این بخش شامل دو بعد است: «پرسشنامه اطلاعات جمعیت شناختی» که حاوی سؤالاتی در مورد ویژگی های جمعیتی گردشگران از

قبیل جنسیت، وضعیت تاهل، میزان تحصیلات و بهترین ماه برای گردشگری است؛ (پرسشنامه تخصصی) که شامل ۲۶ گویه براساس مقیاس پنج ارزشی لیکرت می باشد و شامل چهار بعد زیرساختی، جاذبه های طبیعی، اکولوژی و فعالیت ورزشی مناسب با طبیعت لرستان است.

برای تعیین روایی صوری و محتوایی، پرسشنامه های تحقیق مورد تایید اساتید دانشگاه ها و صاحب نظران متخصص این رشته قرار گرفته است. به منظور تأیید متجانس بودن گویه های پرسشنامه از نظر محتوا و ابعاد زیربنایی، تحلیل عاملی تأییدی روی مقیاس ها انجام شد که با توجه به نتایج به دست آمده مقدار آماره t نیز در تمامی موارد بزرگتر از مقدار بحرانی $1/96$ است و نشان می دهد گویه های مذکور به درستی این سازه را مورد سنجش قرار می دهند و روایی سازه پرسشنامه های بازنگری شده، در نهایت تایید شد.

به منظور تعیین پایایی پرسشنامه نیز ابتدا ۴۰ پرسشنامه (به صورت پیش آزمون) بین اعضای نمونه آماری توزیع گردید و با استفاده از نرم افزار SPSS، ضرایب تک تک متغیرها محاسبه گردید که نتایج نشان داد میزان پایایی مولفه ها به شرح زیر است: مولفه های زیرساختی $0/96$ ، جاذبه های طبیعی $0/95$ اکولوژی $0/90$ ، و فعالیت ورزشی $0/95$. چون مقدار آلفا برای تک تک ضرایب بیشتر از مقدار $0/7$ گزارش شد، لذا پرسشنامه ها از پایایی مطلوب برخوردار هستند.

تجزیه و تحلیل داده ها در این مطالعه در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی انجام گرفته است؛ بدین صورت که پس از استخراج داده های پرسشنامه، ابتدا جهت بررسی متغیرهای جمعیت شناختی از روش های توصیفی و در بخش استنباطی از روش دلفی، آزمون کلموگروف-اسمیرنوف و شاخص چولگی و کشیدگی جهت بررسی نرمال بودن توزیع داده ها و آزمون t -تک نمونه ای جهت بررسی وضعیت متغیرها و آزمون سوارا جهت رتبه بندی متغیرها با کمک نرم افزار SPSS (نسخه ۲۱) و تحلیل عاملی تأییدی به کمک نرم افزار Lisrel (نسخه ۸/۸) مورد استفاده قرار گرفت.

یافته های پژوهش

جدول ۱، توزیع فراوانی و درصد فراوانی نمونه های تحقیق را بر اساس ویژگی های جمعیت شناختی نشان می دهد.

جدول ۱: توزیع فراوانی و درصد فراوانی ویژگی های جمعیت شناختی

شاخص	وضعیت	فراوانی	درصد
جنسیت	زن	۲۷۳	۷۱/۱
	مرد	۱۱۱	۲۸/۹
وضعیت تاهل	مجرد	۱۶۰	۴۱/۷
	متاهل	۲۲۴	۵۸/۳

۱۴/۱	۵۴	دیپلم	سطح تحصیلات
۱۳/۵	۵۲	فوق دیپلم	
۴۹/۷	۱۹۱	لیسانس	
۲۲/۷	۸۷	فوق لیسانس	
۱۷/۲	۶۶	فروردین-اردیبهشت	بهترین ماه برای گردشگری
۲۲/۹	۸۸	خرداد-تیر	
۱۱/۵	۴۴	مرداد-شهریور	
۴۱/۷	۱۶۰	آذر-دی	

با توجه به جدول بالا، از مجموع ۳۸۴ نفر نمونه تحقیق، ۷۱/۱ درصد افراد را زن و ۲۸/۹ درصد افراد را مرد تشکیل می‌دادند و ۴۱/۷ درصد افراد مجرد و ۵۸/۳ درصد متأهل بودند. از نظر تحصیلات نیز بیشترین رده مربوط به لیسانس با ۴۹/۷ درصد بوده است. همچنین مشخص شد ۱۷/۲ درصد نمونه تحقیق فروردین-اردیبهشت، ۲۲/۹ درصد خرداد-تیر، ۱۱/۵ درصد مرداد-شهریور، و ۴۱/۷ درصد آذر-دی را بهترین ماه برای گردشگری اظهار داشتند. همچنین نتایج آمار جمعیت شناختی خبرگان تحقیق نشان داد که ۲۰ نفر مرد و ۲۰ نفر زن بودند که ۵۰ درصد آنان مجرد و ۵۰ درصد نیز متأهل بودند. همچنین از نظر تحصیلات نیز بیشترین رده مربوط به لیسانس و فوق لیسانس با ۵۲/۵ درصد بوده است.

در این پژوهش جهت بررسی نرمال بودن توزیع متغیرهای پژوهش از آزمون کلموگروف-اسمیرونوف و شاخص‌های چولگی و کشیدگی آنها استفاده شد.

جدول ۲: بررسی نرمال بودن متغیرها

متغیر	آماره کولموگروف	سطح معنی داری	چولگی	کشیدگی
زیرساختی	۰/۷۵۹	۰/۶۱۲	-۰/۹۸۵	۰/۵۲۵
جاذبه‌های طبیعی	۰/۹۴۴	۰/۳۳۵	-۰/۷۸۲	۰/۲۵۵
اکولوژی	۱/۰۲۱	۰/۱۲۴	-۰/۱۱۴	-۱/۰۵۶
فعالیت ورزشی	۱/۲۶۳	۰/۰۹۵	-۰/۴۵۲	-۰/۵۹۶

با توجه به نتایج جدول ۲، بنابر نتایج آزمون کلموگروف-اسمیرنف، چون مقدار سطح معنی داری برای ابعاد فرهنگی و اجتماعی، اقتصادی، امنیت، زیرساختی، جاذبه‌های طبیعی، تبلیغات، اکولوژی، خدمات گردشگری و فعالیت ورزشی مناسب با طبیعت لرستان، بزرگتر از مقدار خطا $0.05 > sig$ می باشد پس فرض صفر تایید می شود و کلیه متغیرها دارای توزیع نرمال می باشند.

در ادامه به منظور تعیین رتبه بندی ابعاد توسعه گردشگری ورزشی با تاکید بر منابع طبیعی، از آزمون فریدمن استفاده گردید.

جدول ۳: رتبه بندی ابعاد توسعه گردشگری ورزشی با تاکید بر منابع طبیعی

تعداد	آماره کای دو	درجه آزادی	سطح معنی داری (sig)	میزان خطا
۳۸۴	۱۰۴۳/۳۴۰	۸	۰/۰۰۰*	۰/۰۵

۲۶۳

با توجه به نتایج جدول ۳، چون مقدار سطح معنی داری محاسبه شده کوچکتر از مقدار خطا $0.05 > sig$ می باشد، پس فرض یک که دست کم دو بعد از ابعاد توسعه گردشگری ورزشی با تاکید بر منابع طبیعی متفاوت هستند، نتیجه می شود. در ادامه جهت بررسی اثربخشی عوامل طبیعی موثر بر توسعه گردشگری ورزشی از آزمون t -تک نمونه ای استفاده شد.

جدول ۴: نتایج آزمون تی اثربخشی عوامل طبیعی موثر بر توسعه گردشگری

فاصله اطمینان ۹۵%	سطح معنی داری (sig)		درجه آزادی	آماره t	میانگین	بعد
	حد بالا	حد پایین				
۱/۰۴	۰/۸۸	۰/۰۰۱	۳۸۳	۲۳/۸۶۲	۳/۹۶	زیرساخت
۰/۹۶	۰/۸	۰/۰۰۱	۳۸۳	۲۰/۹۲۸	۳/۸۸	جاذبه‌های طبیعی
۰/۹۸	۰/۸۵	۰/۰۰۱	۳۸۳	۲۷/۹۰۷	۳/۹۱	اکولوژی
۰/۹	۰/۷۵	۰/۰۰۱	۳۸۳	۲۲/۳۷۴	۳/۸۳	فعالیت ورزشی مناسب

نتایج آزمون تی نشان داد مقدار سطح معنی داری برای هر چهار عامل کمتر از مقدار خطای $0.05 > sig$ است و همچنین مقدار قدر مطلق آماره "t" برای این چهار عامل به ترتیب برابر است با: زیرساخت‌های جامعه میزبان (۲۳/۸۶۲)، جاذبه‌های طبیعی جامعه میزبان (۲۰/۹۲۸)، اکولوژی جامعه میزبان (۲۷/۹۰۷) و فعالیت ورزشی

مناسب جامعه میزبان (۲۲/۳۷۴) که از مقدار جدول ۱/۹۶ بیشتر هستند. پس می توان چنین برداشت کرد که میانگین این ابعاد، اختلاف معنی داری با عدد ۳ دارند. لذا این ابعاد بر توسعه گردشگری ورزشی (منابع طبیعی) در حد زیادی اثربخش بوده اند. در ادامه، جهت انجام تحلیلی مقایسه ای و برای اطمینان از نتایج اولویت بندی، مولفه های گردشگری ورزشی با روش سوارا نیز تعیین اولویت شد. در روش سوارا، ابتدا کارشناسان، معیارها را به ترتیب اهمیت مرتب می کنند. مهمترین معیار ابتدا قرار می گیرد و امتیاز یک را می گیرد. در نهایت، مولفه های گردشگری ورزشی براساس مقادیر متوسط اهمیت نسبی رتبه بندی می شوند. پس ابتدا مولفه های گردشگری ورزشی براساس میزان اهمیت مرتب شدند. سپس اهمیت نسبی هر معیار نسبت به معیارهای قبلی مشخص گردید. این مقادیر در ستون «متوسط اهمیت نسبی» در جدول ۵ درج شده است که همان (S_i) می باشد.

جدول ۵: اولویت بندی مولفه های گردشگری ورزشی با روش سوارا

وزن نرمال	وزن اولیه	Kj	متوسط اهمیت نسبی	کد معیار
۰/۱۹۴	۱	۱	۱	زیرساختی
۰/۱۶۸	۰/۸۶۲	۱/۱۶	۰/۱۶	اکولوژی
۰/۱۲۸	۰/۶۵۸	۱/۳۱	۰/۳۱	جاذبه های طبیعی
۰/۱۲۲	۰/۶۲۷	۱/۰۵	۰/۰۵	فعالیت ورزشی مناسب با طبیعت لرستان
۱	۵/۱۴۴	جمع کل		



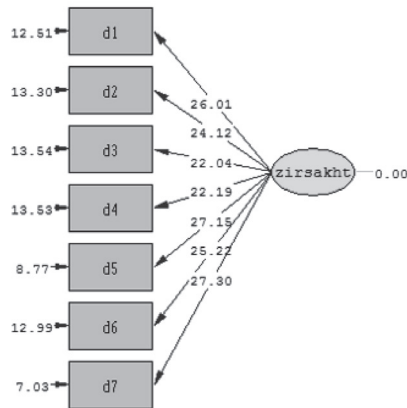
نمودار ۱: وزن نهایی مولفه های گردشگری ورزشی با روش سوارا

با توجه به نتایج جدول ۵، از میان ابعاد توسعه گردشگری ورزشی با تاکید بر منابع طبیعی، بعد زیرساختی در رتبه اول، اکولوژی در رتبه دوم، جاذبه های طبیعی در رتبه سوم و فعالیت های ورزشی مناسب با طبیعت لرستان در رتبه چهارم قرار گرفته اند. در ادامه مدل ساختاری توسعه گردشگری ورزشی بر تاکید بر منابع طبیعی مورد بررسی قرار گرفت.

در این مطالعه، تحلیل عاملی تاییدی با استفاده از تکنیک تحلیل مسیر در نرم افزار آماری لیزرل، برای

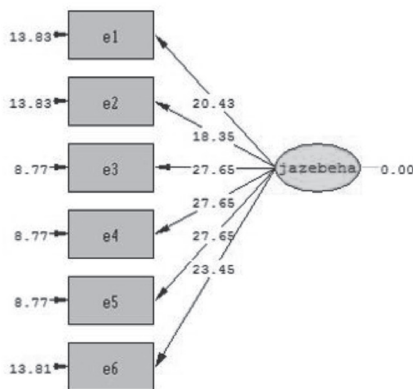
آزمون معناداری عامل ها به کار برده شد. لازم بود که قبل از وارد شدن به مرحله آزمون فرضیات، از صحت مدل اندازه‌گیری اطمینان حاصل شود. در بررسی هر کدام از مدل ها، قبل از تایید روابط ساختاری از مناسب بودن و برازش مطلوب مدل اندازه‌گیری اطمینان حاصل گردید. با توجه به اشکال ۱ تا ۴، مقدار آماره t نیز در تمامی ابعاد مورد بررسی مدل، بزرگتر از مقدار بحرانی $1/96$ بوده است که نشان می‌دهد گویه‌های مذکور به درستی این سازه را مورد سنجش قرار می‌دهند و در مدل باقی می‌مانند. همچنین شاخص‌های برازندگی مدل فوق در دامنه قابل قبول قرار گرفته است. بنابراین تناسب داده‌های گردآوری شده با مدل مطلوب است. لذا برازندگی مدل نهایی قابل تایید می‌باشد و مدل ابعاد مورد بررسی از بهینگی و برازش لازم برخوردار است.

۲۶۵



Chi-Square=33.05, df=14, P-value=0.00000, RMSEA=0.081

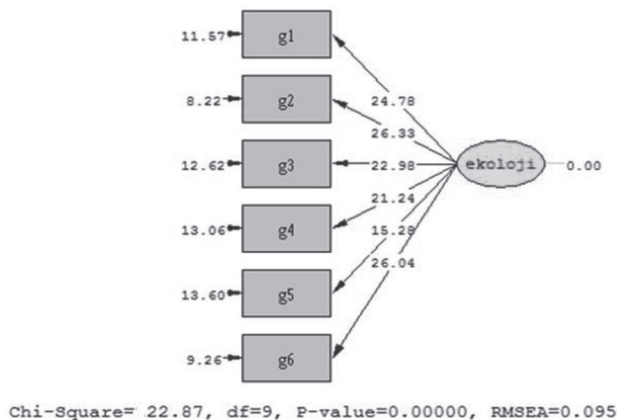
شکل ۱: تحلیل عاملی تاییدی بعد زیرساختی



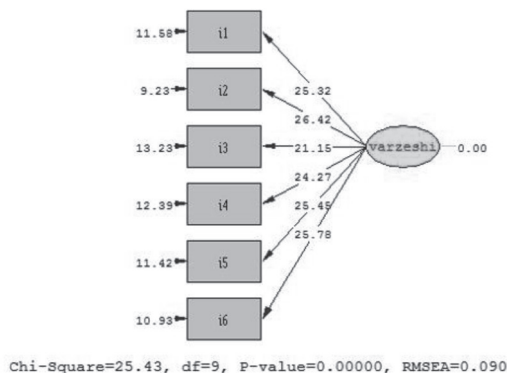
Chi-Square=24.53, df=9, P-value=0.00000, RMSEA=0.089

شکل ۲: تحلیل عاملی تاییدی بعد جاذبه‌های طبیعی

طراحی مدل توسعه گردشگری ورزشی با تاکید بر عوامل طبیعی (مطالعه موردی: استان لرستان)



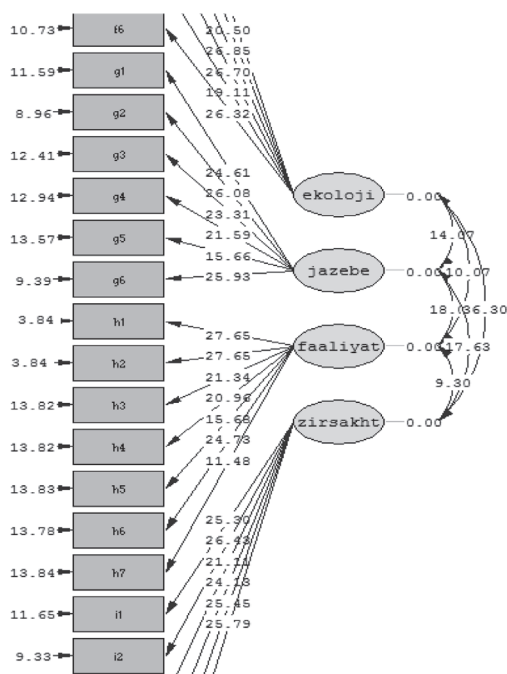
شکل ۳: تحلیل عاملی تأییدی بعد اکولوژی



شکل ۴: تحلیل عاملی تأییدی بعد فعالیت ورزشی مناسب با طبیعت لرستان

تحلیل عاملی تأییدی مدل مفهومی توسعه گردشگری ورزشی با تاکید بر عوامل طبیعی

همان طور که مشاهده شد، این مدل از ۴ بعد و از ۲۵ گویه تشکیل شده است. به منظور تأیید متجانس بودن گویه‌های این بعد از نظر محتوا و ابعاد زیربنایی، تحلیل عاملی تأییدی روی این مقیاس انجام شد. در مجموع برای سنجش مدل مفهومی توسعه گردشگری ورزشی با تاکید بر عوامل طبیعی از ۴ بعد و از ۲۵ گویه استفاده شده است.



شکل ۵: تحلیل عاملی تاییدی توسعه گردشگری ورزشی با تاکید بر عوامل طبیعی

مقدار مشاهده شده	مقدار قابل قبول	نمایه شاخص	نام شاخص
۰/۰۰۰	< ۰/۰۵	p-value	آماره P
۲/۸۵	< ۳	$\frac{\chi^2}{df}$	خی دو بهنجار
۰/۰۹۳	< ۰/۱	RMSEA	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد
۰/۹۰	> ۰/۹	CFI	شاخص برازش تطبیقی
۰/۹۳	> ۰/۹	NFI	شاخص برازش هنجار شده
۰/۹۲	> ۰/۹	NNFI	شاخص برازش هنجار نشده
۰/۹۱	> ۰/۹	GFI	شاخص نیکویی برازش
۰/۹۳	> ۰/۹	IFI	شاخص برازش افزایشی

با توجه به شکل ۵، مقدار آماره t نیز در تمامی موارد بزرگتر از مقدار بحرانی ۱/۹۶ است و نشان می دهد گویه های مذکور به درستی این سازه را مورد سنجش قرار می دهند و در مدل باقی می مانند. شاخص های برازندگی مدل فوق در دامنه قابل قبول قرار گرفته است. بنابراین تناسب داده های گردآوری شده با مدل مطلوب

است. لذا برازندگی مدل نهایی قابل تایید می باشد و مدل مفهومی توسعه گردشگری ورزشی با تاکید بر عوامل طبیعی از بهینگی و برازش لازم برخوردار است.

بحث و نتیجه گیری

هدف از مطالعه حاضر، ارائه مدل توسعه گردشگری ورزشی با تاکید بر منابع طبیعی (مطالعه موردی: استان لرستان) بوده که نتایج به دست آمده به شرح زیر است:

در بعد زیرساخت های جامعه میزبان بر توسعه گردشگری ورزشی (منابع طبیعی) اثر معناداری وجود دارد. اگرچه صنعت گردشگری ورزشی دارای مزایای بسیار است، اما ورود گردشگر ورزشی به یک منطقه بدون توجه به ظرفیت ها و قابلیت های موجود مشکلاتی مانند ترافیک، تغییر هویت اجتماعی، برخوردهای نامناسب اجتماعی و آسیب رساندن به محیط زیست را به دنبال خواهد داشت. نتایج تحقیق حاضر با یافته های اصفهانی و همکاران (۱۳۸۷) که در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که در گردشگری ورزشی داخلی، مهمترین شاخص ها به ترتیب شامل خدمات امنیت و جاذبه های گردشگری می باشد و در گردشگری ورزشی خارجی، مهمترین عوامل به ترتیب امنیت تجهیزات و تسهیلات و رویدادهای ورزشی می باشد، همخوانی ندارد. طبق یافته های محقق در این پژوهش، گردشگری ورزشی داخلی نیز همانند گردشگری ورزشی خارجی ترتیب رتبه بندی اول بعد امنیت و زیر ساخت و تجهیزات و تسهیلات در مراحل بعد (رتبه چهارم) را در جهت توسعه گردشگری ورزشی منطقه به خود اختصاص داده است. نتایج این پژوهش با یافته های تحقیق محمد علی نژاد (۱۳۹۷) در مورد تعیین تاثیر بهبود زیر ساخت های ورزشی و توریسم ورزشی بر توسعه پایدار شهری در شهرستان مشکین شهر که نشان داد زیرساخت های مدیریتی، فرهنگی، نوین و اقتصادی ورزشی بر توسعه پایدار شهری تاثیر گذار می باشد و توریسم ورزشی غیر مرتبط با منابع طبیعی و توریسم ورزش های سنتی منطقه بر توسعه پایدار شهری تاثیر گذار می باشند، همسو می باشد. همچنین نتایج این تحقیق با نتایج تحقیقات هینچ و همکاران، گیبسون و همکاران (۲۰۱۱) و میرزاده (۱۳۹۳) همخوانی دارد و تایید می کند که بعد جاذبه های طبیعی جامعه میزبان بر توسعه گردشگری ورزشی (منابع طبیعی) اثر معناداری دارد. بنا به اشاره ویلیام و سوتار، نواحی خوش منظر و دارای اشکال طبیعی بی نظیر و منحصر به فرد و محیط بکر می توانند تنوع وسیعی از فرصت های فعالیتی را که برای گردشگران جذاب است، ارائه کنند. بنابراین ویژگی های مقصد می تواند در کیفیت تجربه و در نتیجه، رضایتمندی گردشگران و رفتار بعد از خرید آنها، نقش مهمی داشته باشد (ویلیام و سوتار، ۲۰۰۵). نتایج پژوهش کرو و مارتینز^۱ (۲۰۱۷) حاکی از آن بود که مهمانان و گردشگران تمایل به پرداخت قیمت بالاتر یا هزینه اضافه تر در کشورهای اروپایی را دارند اگر که یک هتل با سطح امنیت، نظافت و موقعیت بالاتر به آنها ارائه شود.

رسانه ها در عصر جدید از جمله عوامل تفکیک نشدنی زندگی روزمره هستند که همواره مورد استفاده افراد جامعه قرار گرفته و به تناسب میزان کارایی شان مخاطب را جذب می کنند. (رامانتا همکاران، ۱۱۲: ۲۰۱۷)

قاسمی نژاد و همکاران (۱۳۹۷) در بررسی نقش تبلیغات رسانه‌ها در توسعه گردشگری ورزشی بیشترین نقش تبلیغات رسانه‌ها در زمینه گردشگری ورزشی استان گیلان را به ترتیب در بستر سازی گردشگری فرهنگی و تقویت اقتصاد ورزشی گزارش کرده‌اند. صالحی و همکاران (۱۳۹۷) به بررسی رابطه عوامل روانشناختی پیام‌های تبلیغاتی با ارزش ویژه برند مقاصد گردشگری ورزش‌های آبی پرداختند که با نتایج این پژوهش همسو می‌باشد. بعد اכולوژی جامعه میزبان بر توسعه گردشگری ورزشی (منابع طبیعی) اثر معناداری دارد. نتایج این تحقیق با نتایج تحقیقات آروین و همکاران (۱۳۹۳)، تقوایی و همکاران (۱۳۹۱) با عنوان «بررسی عوامل موثر در پایداری گردشگری شهری با تأکید بر بهسازی و احیای بافت‌های شهری»، ادبی فیروز جاه (۱۳۸۵)، دهقانی (۱۳۸۹) و ماتزاراکیس (۲۰۰۷) همخوانی دارد.

بعد فعالیت ورزشی مناسب با طبیعت جامعه میزبان بر توسعه گردشگری ورزشی (منابع طبیعی) اثر معناداری دارد. نتایج تحقیقات سجاهرودی (۲۰۱۳) با عنوان «شناسایی مهمترین جاذبه‌های معمول طبیعی در توسعه گردشگری ورزشی استان‌های شمالی ایران»، کیم و پاتریک (۲۰۰۵) وو و همکاران (۲۰۱۶)، فراهانی و همکاران (۱۳۹۳)، فلاحی (۱۳۹۲) در بررسی گردشگری ورزشی در قاره آفریقا با عنوان «چشم‌انداز گردشگری ورزشی آفریقای جنوبی» و کوساسی (۲۰۰۵) همخوانی دارد. همچنین بنابر نتایج تحلیل عاملی تاییدی، به درستی کلیه سازه را مورد سنجش قرار گرفتند و در مدل باقی می‌مانند.

بر این اساس، پیشنهاد می‌شود طرح جامع گردشگری استان با توجه به قابلیت‌ها و توانمندی‌های بالقوه و بالفعل مناطق مختلف آن تدوین و اجرایی شود. مدیران محلی و ملی ضمن توجه ویژه به این مهم و توسعه بسترهای لازم برای حضور توأم با رضایتمندی گردشگران و ضمن به دست آوردن میزبانی مسابقات مهم ملی و بین‌المللی به ویژه در رشته‌های پرطرفدار، برگزاری تورنومنت‌ها و مسابقات مختلف ملی و بین‌المللی را توسعه دهند تا علاوه بر جذب بیشتر گردشگر ورزشی، سایر جاذبه‌های گردشگری ورزشی استان را به گردشگران معرفی و زمینه توسعه گردشگری ورزشی را فراهم کنند. لرستان در کنار جاذبه‌های گردشگری و تاریخی، از پتانسیل‌های لازم برای راه‌اندازی مکان‌های مختلف و ایجاد سایت‌های مجهز ورزشی در سطح مناسبی داراست که باید با ایجاد و فراهم آوردن زیرساخت‌ها در استان و ایجاد امکانات و خدمات رفاهی مناسب به هنگام اقامت گردشگران ورزشی و تاسیس کمپ‌ها و اردوگاه‌های ورزشی در مناطق خوش آب و هوای استان برای جذب تیم‌های ورزشی گوناگون که در دوره‌های مختلف آماده سازی خود هستند پیشنهاد گردد.

علاوه بر این، آموزش دست‌اندرکاران و همچنین ارائه خدمات مکمل به ویژه در زمینه بهداشت و درمان در این راستا باید مورد توجه قرار گیرد. همچنین باید تمرکز ویژه‌ای بر بهبود خدمات رفاهی و تفریحی در مراکز اقامتی و هتل‌های منطقه، نیازسنجی خدمات مورد نیاز و همچنین علایق ورزشی بازدیدکنندگان، گسترش تبلیغات و هماهنگی در مدیریت یکپارچه گردشگری ورزشی منطقه اعمال گردد.

با توجه به موقعیت زیرساخت‌های گردشگری منطقه، مسئولان باید در گام اول سعی کنند با بهره‌گیری از فرصت‌ها، نقاط ضعف را در راستای بهبود گردشگری ورزشی منطقه کاهش دهند.

منابع

- ادبی فیروز جاه، جواد. (۱۳۸۵). «بررسی عوامل موثر بر توسعه گردشگری ورزشی کشور با تاکید بر جاذبه‌های طبیعی». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- اصفهانی، نوشین. (۱۳۸۷). «تحلیل عوامل موثر بر جهانگردی ورزشی ایران و ارائه مدل برنامه ریزی استراتژیک». رساله دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه تهران.
- اکبر نجفی، یونس؛ گراوند، علی؛ قومی اویلی، ابوطالب و قاسمی و سومه، جانی. (۱۳۹۸). «انتخاب منطقه نمونه گردشگری در استان خراسان جنوبی با استفاده از تکنیک AHP». مجله توسعه و جغرافیا. شماره ۵۶، صص ۱۳۹-۱۵۸.
- جلالی، محبوبه و خادم الحسینی، احمد. (۱۳۹۴). «سطح بندی مناطق نمونه گردشگری در استان کرمان». فصلنامه برنامه ریزی منطقه ای. دوره ۵، شماره ۱۷، صص ۱۵۱-۱۶۲.
- رحیمی، حسین. (۱۳۹۶). «نقش مناسبات شهر و روستا در توسعه گردشگری روستا (مطالعه موردی: بخش گلپه‌هار شهرستان چناران)». فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری. سال دوازدهم، شماره ۸.
- کمایی زاده، یعقوب و رضایی، محمدرضا. (۱۳۹۴). «تعیین استراتژی بهینه برای توسعه گردشگری دریایی با استفاده از SWOT (مطالعه موردی: جزیره کیش)». فصلنامه علمی- پژوهشی فضای جغرافیایی. دوره ۴، شماره ۷۹، صص ۱۹-۴۳.
- فلاحی، احمد؛ حسنی، احسان و کروبی، مهدی. (۱۳۹۲). «بررسی جاذبه‌های طبیعی موثر بر توسعه گردشگری ورزشی استان کردستان». مجله مطالعات مدیریت ورزشی، شماره ۱۷، صص ۱۵۹-۱۴۷.
- قاسمی نژاد لیچایی، سیده صدیقه؛ رضائی صوفی، مرتضی و محمدی، نصراله. (۱۳۹۷). «بررسی نقش تبلیغات رسانه‌ها در توسعه گردشگری ورزشی (مطالعه موردی: استان گیلان)». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور استان گیلان، مرکز پیام نور رشت.
- کوزه چیان، هاشم؛ خطیب زاده، مهدی و هنرور، افشار. (۱۳۹۴). «نقش ابعاد کیفیت خدمات گردشگری در رضایتمندی گردشگران ورزشی». پژوهش‌های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی، سال ۱ شماره ۱، صص ۳۲-۱۳.
- لطفی نیا، محمد تقی و آمار، تیمور. (۱۳۹۷). «تحلیل نقش گردشگری در تحولات اقتصادی روستاهای هدف گردشگری شرق استان گیلان در دهه اخیر». فصلنامه علمی- پژوهشی جغرافیا. سال هشتم، شماره ۳.
- معجیدی ده شیخ، حکیمه؛ صفراآبادی، اعظم و گلی، علی. (۱۳۹۶). «آمایش منطقه‌های جاذبه‌های گردشگری با تاکید بر توانایی‌های اکوتوریسم استان کهگیلویه و بویراحمد». نشریه پژوهش و برنامه ریزی شهری، سال هشتم، شماره ۲۹.
- ملک حسینی، عباس. (۱۳۹۶). «بررسی نقش حکم‌روایی خوب شهری در مدیریت و برنامه ریزی گردشگری شهر سمنان». فصلنامه علمی پژوهشی نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی. سال نهم، شماره سوم.
- محمدعلی نژاد خیایوی، بتول؛ دادفر، ابراهیم و اسکندری، سیمین. (۱۳۹۷). «تعیین تاثیر بهبود زیر ساخت‌های ورزشی و توریسم ورزشی بر توسعه پایدار شهری در شهرستان مشکین شهر». رساله کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مشکین شهر.
- نیک نژاد، مریم؛ مهدوی، علی و کرمی، امید. (۱۳۹۴). «تعیین مناطق مستعد توسعه اکوتوریسم با استفاده

از فرایند موردشناسی: شهرستان خرم آباد». تحلیل شبکه‌ای مجله جغرافیا و آمایش شهری - منطقه ای. دوره ۷. شماره ۱۴، صص ۱۹۴-۲۱۴.

- Bull C. (2005). **“Sport tourism Destination resource analysis”**. In *J.E.S. igham (Ed)*. Sport tourism.
- Cró, S., & Martins, A. M. (2017). **“The importance of security for hostel price premiums: European empirical evidence”**. *Tourism Management*, 60.
- Evolution and Development in Sports Tourism. (2010). **Report From Philippine sport association**. www.tourism.gov.ph.
- Elena BOGAN.)2019). **“THE PERSPECTIVES OF SPORTS TOURISM DEVELOPMENT IN BUCHAREST, ROMANIA”**. *Quality–Access to Success*, 19(S1)
- Gibson, H. J. (2007). **“Moving beyond the <what is and who of sport tourism to understanding <why>”**. *Journal of Sport Tourism*, 9 (3), 247-265.
- Jerker Sandelin and Justus Fiechtner. (2020). **“Selection process of sport tourism development strategy in Banja Vrućica SPA resort: A quantitative Analysis”**. *Journal of Sports Science and Nutrition*, 1(1): 11-18
- Liu, Z. (2003). **“Sustainable tourism development: A critique”**. *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 11: 459–475.
- NOORUL SHAIFUL FITRI ABDUL RAHMAN. (2020). **“THE SUSTAINABILITY OF NAUTICAL SPORTS TOURISM IN TERENGGANU USING A COST BENEFIT ANALYSIS”**. *Journal of Sustainability Science and Management*, Volume 15 Number 1, 148-161
- Ramanathan U, Subramanian N & Parrott, G. (2017). **“Role of social media in retail network operations and marketing to enhance customer Satisfaction”**. *International Journal of Operations & Production Management*, 37(1), 105-123.
- Weed M. (2005). **“Sport tourism theory and method_Concepts issues and Epistemologis”**. *European Sport management Quarterly*, 3; pp: 229-242.
- Wu, C & Wang. A. (2016). **“Geographical FDI knowledge spillover and innovation of indigenous firms in China”**. *International Business Review*. 25(4), 895–906.
- World Tourism Organization (UNWTO). (2018). **UNWTO facts and figures**. <http://www.unwto.org/facts/menu>.
- World Tourism organization (WTO). (2018). **Sport and tourism shaping global culture**. On www at <http://www.world-tourism.org>.
- Vasmat, Tal. Vasmat, Dist. Hingoli. (2019). **“SPORT-TOURISM DEVELOPMENT IN KOKAN AND WESTERN GHATS: CONSTRAINTS AND POSSIBILITIES”**. *Physical Education*, Volume-9, Issue-9, PRINT ISSN No. 2249 - 555X | DOI:10.36106/ijar

اولویت بندی مولفه‌های سرمایه گذاری بخش خصوصی با تاکید بر رویدادهای ورزشی ملی و بین‌المللی

مصطفی علی یاری^۱

مهدی سوادى^۲

حمیدرضا سایبانی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۹/۱۸

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۱۲/۲۷

با توجه به اهمیت سرمایه گذاری بخش‌های خصوصی در صنعت ورزش، هدف اصلی این پژوهش تدوین مدل عوامل سرمایه گذاری بخش خصوصی با تاکید بر رویدادهای ورزشی ملی و بین‌المللی است. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر شیوه جمع آوری داده‌ها، از نوع توصیفی-تحلیلی است. در بخش کیفی پژوهش، ۳۰ تن به طور هدفمند و در بخش کمی، بر اساس فرمول کوکران ۲۰۰ نفر متشکل از رؤسای قبلی و کنونی فدراسیون‌های ورزشی، مدیران باشگاه‌های خصوصی و دولتی ورزشی، مدیران شرکت‌های حامی مالی، مسئولان قبلی و کنونی سازمان تربیت بدنی و وزارت ورزش و جوانان، برخی اقتصاددانان و حقوقدانان آگاه از موضوع اقتصاد ورزش، اساتید و متخصصان تربیت بدنی و سایر کارشناسان و کلیه اعضای اتاق فکر وزارت ورزش و جوانان ایران به عنوان نمونه تحقیق برگزیده شدند.

برای دست‌یابی به اهداف پژوهش از پرسشنامه ۵۳ سؤالی محقق ساخته استفاده شد. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه به تایید ۱۵ نفر از متخصصان رسید و روایی سازه پرسشنامه با تحلیل عاملی تأییدی مورد تایید قرار گرفت. آلفای کرونباخ برای تمامی سازه‌ها و کل پرسشنامه بالاتر از ۰/۷ بود. برای تحلیل داده‌ها

۱. دانش آموخته دکتری مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، واحد قشم، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم، ایران

۲. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، واحد قشم، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم، ایران (نویسنده مسئول)

۳. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، واحد قشم، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم، ایران

در بخش کیفی از روش دلفی در سه مرحله استفاده شد. در بخش کمی نیز از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی از جمله کلموگروف- اسمیرنف، تحلیل عاملی تأییدی و تحلیل مسیر با کمک نرم‌افزار SPSS 22 استفاده شد.

نتایج نشان داد عوامل اقتصادی به عنوان مهمترین و اولین دسته (۰/۳۲۵)، عوامل مدیریتی (۰/۲۷۸) در رتبه دوم، عوامل فرهنگی (۰/۲۶۷) در رتبه سوم، عوامل حقوقی و قانونی (۰/۲۱۳) در رتبه چهارم و عوامل ساختاری (۰/۱۹۳) در سرمایه گذاری و مشارکت بخش خصوصی در رویدادهای ورزشی ملی و بین‌المللی موثراند. ارائه راهکارهای اقتصادی، مدیریتی و فرهنگی به عنوان مهمترین مولفه‌ها می‌تواند موجب سرمایه گذاری و مشارکت بخش خصوصی در صنعت ورزش ایران گردد.

واژگان کلیدی: اولویت بندی، سرمایه گذاری، بخش خصوصی و رویدادهای ورزشی

مقدمه

به دلیل نقش و اهمیت تربیت بدنی و ورزش در جوامع و تأثیر روزافزون آن در بهبود و ارتقای سطح سلامتی و نشاط عمومی و کسب موفقیت‌های بین‌المللی، جنبش‌ها، سازمان و نهادهای مختلفی به وجود آمده که موجب شکل‌گیری صنعت ورزش شده است. در این صنعت انواع سازمان‌های عمومی و خصوصی به فعالیت مشغول‌اند که برخی ماهیت ورزشی دارند و برخی دیگر بیرون از حوزه ورزش به آن وارد شده‌اند. از سوی دیگر، به دلیل جذابیت ورزش و همچنین مشکلات مالی بسیار زیاد از جمله محدودیت منابع مالی دولتی در ورزش، فرآیندی به وجود آمده است که ورزش با سایر حوزه‌ها برای کسب سود دوطرفه، رابطه برد-برد ایجاد کند که یک از این حوزه‌ها اقتصاد می‌باشد؛ به طوری که ورزش و اقتصاد با یکدیگر در تعامل‌اند و دولت‌ها و شرکت‌های خصوصی با سرمایه‌گذاری در ورزش می‌توانند از منابع بسیار بهره‌مند شوند (احسانی، ۱۳۸۷). بازاریابی و جذب سرمایه‌گذاری، از منابع مهم درآمد اقتصادی محسوب می‌شود و کشورهای جهان سعی دارند تا با سرمایه‌گذاری‌های کلان در بخش بازاریابی برای جذب هر چه بیشتر سرمایه به عنوان منبع درآمد مناسب اقدام کنند. بازاریابی ورزشی نیز در حال حاضر از پرطرفدارترین و پردرآمدترین انواع بازاریابی در جهان، به ویژه در کشورهای توسعه یافته به شمار می‌رود که در زمینه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی تأثیر انکارناپذیری بر کشورها دارد (انتقیا، ۱۳۸۴). بازاریابی، مجموعه‌ای از فعالیت‌های تولیدی، توزیعی و تجاری است که کالاها را سریع‌تر و ساده‌تر به دست مصرف‌کننده نهایی می‌رساند. در آغاز هزاره سوم، جهان ورزش دوران جدیدی را تجربه کرده و تحولات سریع و گسترده‌ای را در تمامی ابعاد ورزشی فراروی خود دارد. از آنجا که روزانه میلیون‌ها دلار در سرتاسر جهان صرف انجام امور مربوط به ورزش می‌شود، بیشتر کشورهای جهان می‌کوشند تا از طریق ورزش تعامل بیشتری ایجاد و برخی از مشکلات خود را حل کنند. از جمله معضلاتی که ورزش کشور ما همچون دیگر عرصه‌ها در زمینه جذب سرمایه‌گذاری در ورزش و نگرش اقتصادی به ورزش با آن مواجه است، بزرگ بودن حجم دولت و گستردگی سطح دخالت و فعالیت آن در بسیاری از فعالیت‌های مرتبط با ورزش است. وظایف وزارت ورزش در ایران نیز بسیار بیشتر از آن چیزی است که در کشورهای پیشرفته مشاهده می‌شود، زیرا در ایران این وزارتخانه باید به امور جوانان رسیدگی کند، بحث مالی و بودجه‌ای را حل کند، به تمامی فدراسیون‌های ورزشی رسیدگی کند، به ادارات تربیت بدنی استان‌ها کمک کند و تمامی مشکلات ورزش را حل کند. با توجه به گستردگی عرصه ورزش، تنوع آن، پراکندگی جغرافیایی کشورمان، مخاطبان و علاقه‌مندان بسیار زیادی که ورزش دارد و همچنین بررسی وضعیت ورزش کشور در ابعاد چهارگانه آن، حضور بخش‌های خصوصی و تعاونی جهت برون‌رفت از این بحران و رشد و توسعه روزافزون آن را ضروری می‌نماید. از این رو، بررسی و تجدیدنظر در وضعیت تصدی‌گری دولت در امر ورزش با توجه به ظرفیت‌هایی که در بخش خصوصی و تعاونی وجود دارد، اجتناب‌ناپذیر و انکارنشدنی به نظر می‌رسد و چنین می‌نماید که اگر امروز به آن نپردازیم، فردا ناگزیر با تحمل هزینه‌های بیشتر به آن خواهیم پرداخت. به طور کلی می‌توان گفت تمامی عرصه‌های ورزش (همگانی، پرورشی، قهرمانی و حرفه‌ای) در اختیار بخش‌های دولتی است و دخالت حداکثری دولت در این عرصه‌ها موجب بالا رفتن

هزینه‌ها، تشکیل نهادهای موازی و عدم توازن مدیریت صحیح شده و عرصه را بر فعالیت‌های بخش‌های خصوصی تنگ کرده، کار آیی و بهره‌وری را به شدت کاهش داده و تعادل و ثبات ورزش را نیز بر هم زده است (کشاوری، ۱۳۹۴). امروزه در میان صاحب‌نظران، دیگر بحث اهمیت و ضرورت ورزش و توجیه آن برای مردم مطرح نیست، بلکه برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در این امر به منظور ارضای نیازهای اجتماعی به‌عنوان ضرورتی اجتناب‌ناپذیر درآمده است. حمایت مالی به‌عنوان یکی از عناصر ارتباطات بازاریابی عبارت است از: فراهم نمودن منابع (مالی، انسانی و تجهیزاتی) به وسیله یک سازمان یا شرکت (حامی مالی) به‌طور مستقیم برای یک حمایت شده (مانند یک تیم ورزشی، شخصیت ورزشی، رویداد ورزشی و...) تا از طریق فعالیت‌های حمایت شده، بازگشت سرمایه و منافع مورد نظر برای سازمان یا شرکت انجام پذیرد. سرمایه‌گذاری نقش مهم و کلیدی در رشد و توسعه اقتصادی ایفا می‌کند. تجربه کشورهای توسعه یافته نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری یکی از عوامل اصلی رشد و توسعه اقتصادی آنها بوده است (پوپپی^۱، ۲۰۱۵). حمایت مالی از ورزش را می‌توان به‌عنوان سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های ورزشی، افراد و رویدادها برای دسترسی به بهره‌برداری از مسائل تجاری، فرهنگی و اجتماعی مربوط به ورزش تعریف کرد (ون‌هردان^۲، ۲۰۱۵). به‌زعم اسکریبر^۳، مشاوره در مورد درخواست حمایت و تضمین از سوی شرکت‌ها برای حمایت مالی از ورزش (رویداد، لیگ، تیم و بازیکن) از مهمترین وظایف بخش بازاریابی سازمان‌ها و باشگاه‌های ورزشی است (اسکریبر، ۲۰۱۵). حمایت مالی ورزشی می‌تواند یک روش ارزشمند برای رسیدن به بازار جدید، افزایش فروش، تغییر گرایش‌ها، افزایش آگاهی، حفظ موجودی مشتریان و ایجاد روابط دائمی با مشتریان باشد (گلعلی‌پور و همکاران، ۱۳۹۴). حمایت مالی ورزشی می‌تواند پدیده فرآیند فروش را افزایش دهد، گرایش‌ها را تغییر دهد، آگاهی‌ها را بالا برد و روابط با مشتریان را دائمی سازد. در دنیای امروز شرکت‌ها ترجیح می‌دهند که از حمایت مالی ورزشی به‌عنوان یک زبان بین‌المللی استفاده کنند، به‌خصوص در ورزش‌های پر طرفدار که بینندگان جهانی و ملی دارد و فراتر از سد زبان و فرهنگ حرکت می‌کند. با توجه به مطالب و تعاریفی که ارائه شد و نقش و اهمیت منابع مالی در رشد و توسعه انواع ورزش‌ها هم در سطح همگانی و هم قهرمانی و هم حرفه‌ای و نیز با توجه به اینکه باشگاه‌های ورزشی در ایران از حق پخش تلویزیونی درآمد قابل توجهی کسب نمی‌کنند، حامیان مالی از منابع حمایتی برای تامین منابع مالی باشگاه‌ها محسوب می‌شوند (کشاوری و همکاران، ۱۳۹۴).

در حال حاضر، ورزش و تفریحات سالم در کشورهای توسعه یافته به‌عنوان یک صنعت مهم و عامل اثرگذار در رشد اقتصاد ملی مورد توجه است و یکی از پردرآمدترین صنایع در قرن بیست و یکم به‌شمار می‌رود. صنعت ورزش با در اختیار داشتن عامل محرکی همچون مسابقات بزرگ ورزشی، امکان بهره‌گیری از فرصت‌های تبلیغاتی و رسانه‌ها را فراهم نموده است که این موضوع خود موجب ایجاد بستر لازم برای تعامل مابین صنعت، تجارت و ورزش گردیده است (آقازاده، ۱۳۸۷). عمده‌ترین منابع درآمدی صنعت ورزش به ترتیب شامل حق

1. Poppy
2. Van herdan
3. Skriber

پخش تلویزیونی، حامیان مالی و درآمد روز مسابقه است. با توجه به رسمیت نیافتن حق پخش تلویزیونی به عنوان یک منبع درآمدی در صنعت فوتبال ایران، لازم است که باشگاه‌ها به عنوان بنگاه‌های اقتصادی و نیز سایر نهادهای ذی‌ربط صنعت ورزش در وضعیت کنونی به موضوع حمایت مالی دید ویژه‌ای داشته باشند. گراتون و تیلور برای رقابت توسط یک شخص یا شرکت جهت کسب منافع یا سود دوجانبه از رویداد ورزشی، سازمان ورزشی را به کار برده و آن را دو طرف قرارداد می‌دانند. از سوی دیگر، هراندز شناساندن محصول، نام یا آرم شرکت با استفاده از وجهه و تصویر بخش‌های مختلف مرتبط با ورزش را تعریف می‌کند (الهی، ۱۳۸۷). مرکز تحقیقاتی دلت و تاج در گزارش سالانه خود درآمد باشگاه‌های حرفه‌ای دنیا را از محل حامیان مالی، پیراهن باشگاه گزارش نموده است. موضوع حامیان مالی به دلیل تأثیرات بسزایی که در توسعه اقتصادی صنعت ورزش به همراه داشته، همواره مورد توجه محققان بوده است. جی یونگ کو به شرایط و نظام اقتصادی کشورها به عنوان عاملی مهم در جذب حامیان مالی اشاره می‌کند. به عنوان مثال، وی وجود ساختار رقابتی در اقتصاد کشورها را به عنوان یک عامل محرک برای توسعه حمایت مالی از ورزش می‌داند. از سوی دیگر، یافته‌های پژوهشی بیانگر آن است که «اصل انتظار سود حاصل از سرمایه‌گذاری» مهم‌ترین عامل جذب سرمایه‌گذاری حامیان مالی در ورزش است (الهی، ۱۳۸۳). نرایان^۱ و همکاران (۲۰۱۶) در تحقیقی با عنوان «ارزش حمایت مالی شرکت‌ها در ورزش چیست؟» به این نتایج رسیدند که استراتژی تجاری و آماری نشان می‌دهد که اوراق بهادار شرکت‌هایی که کریکت را در هند حمایت می‌کنند، کارآمد هستند. یافته‌ها در مقایسه با شواهدی که در ادبیات ورزشی گسترده‌تر می‌توان یافت، نشان می‌دهد که ورزش به طور واقعی بر بازده سهام بیشتر به دلیل عوامل روان‌شناختی تأثیر می‌گذارد. بسکایا^۲ و همکاران (۲۰۱۴) در تحقیقی با عنوان «اثر حمایت مالی در ورزش حرفه‌ای» که تمرکزش بیشتر بر تماشاچیان بود، به این نتیجه رسیدند که هواداران تیم‌های ورزشی استقبال گسترده‌ای از اجناس تبلیغی که در پیراهن بازیکنان بود، کردند. استریلاز در سال ۲۰۱۲، جذب حامیان مالی را بسیار مهم می‌داند و بیان می‌کند هر چه نمایش مسابقات ورزشی در سطوح ملی و بین‌المللی وسیع‌تر باشد، میزان جذب حامیان مالی بیشتر خواهد بود و اهداف و حمایت‌های مالی شرکت‌های بزرگ از ورزش بیان شده است (کشاورز، ۱۳۹۴). هیون و وایت هیل^۳ (۲۰۱۶) در پژوهشی دیگر در مورد سرمایه‌گذاری حامیان مالی در ورزش حرفه‌ای، بیان کردند که در صورتی که اطمینان کافی در سرمایه‌گذاری حامیان مالی وجود نداشته باشد، حمایت‌های مالی با مشکل مواجه خواهد شد. آنها همچنین نتیجه گرفتند در صورتی که حمایت‌های مالی برای شرکت حامی محبوبیت ایجاد نکنند، حامیان مالی از ادامه فعالیت صرف نظر خواهند کرد. البته در تحقیقات دیگری که در کشورهای آسیایی از جمله ژاپن انجام شده، در مورد مسائل مدیریتی مرتبط با پشتیبان‌ها که منجر به درآمدزایی در ورزش شده است نکات قابل تأملی بیان شده که حاکی از تأثیر شگرف اطلاعات مدیریتی در ارتباط با بازاریابی ورزشی است (کشاورز، ۱۳۹۳). همچنان که از نتایج

1. Narayan

2. Biscaia

3. Hyun White Hill

تحقیقات ذکر شده استنباط می‌شود مشارکت بخش‌های خصوصی صنعت کشور در ورزش جنبه‌های مختلفی از جمله فرهنگی و اجتماعی، مدیریتی و اجرایی، حقوقی و قانونی، اقتصادی و مالی، ساختاری دارد. به همین دلیل بررسی وضعیت هر یک از جنبه‌های یاد شده منجر به ارائه راه‌کارهای توسعه آن‌ها می‌گردد و در نتیجه موجبات کمک به مدیران و متصدیان ورزش جهت مشکلات موجود را فراهم می‌آورد.

بدین ترتیب، در تحقیق حاضر به‌عنوان یک پژوهش جدید، موضوع مشارکت بخش‌های خصوصی و جذب حامی به‌عنوان یک مبحث مهم و کاربردی در ورزش کشور مطرح گردیده و سعی خواهد شد با طراحی و تدوین یک مدل مشخص گردد که اولویت بندی مولفه‌های سرمایه‌گذاری بخش خصوصی با تاکید بر رویدادهای ورزشی ملی و بین‌المللی چگونه است.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر شیوه جمع‌آوری داده‌ها از نوع توصیفی-تحلیلی است. در بخش کیفی پژوهش، ۳۰ تن به‌طور هدفمند و در بخش کمی، بر اساس فرمول کوکران ۲۰۰ تن به‌عنوان نمونه تحقیق برگزیده شدند. برای دست‌یابی به اهداف پژوهش، از پرسشنامه ۵۳ سؤالی در پنج مقوله (مدیریتی، ساختاری، فرهنگی و اجتماعی، حقوقی و قانونی و اقتصادی) استفاده شد. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه به تایید ۱۵ نفر از متخصصان رسید و روایی سازه پرسشنامه با تحلیل عاملی تأییدی مورد تایید قرار گرفت. آلفای کرونباخ برای تمامی سازه‌ها و کل پرسشنامه بالاتر از ۰/۷ بود. برای تحلیل داده‌ها در بخش کیفی از روش دلفی استفاده گردید. در بخش کمی نیز از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی از جمله کلموگروف-اسمیرنف، تحلیل عاملی تأییدی و رتبه بندی فریدمن و تحلیل مسیر با کمک نرم‌افزار SPSS 22 استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

جدول ۱: میانگین، انحراف معیار و ضریب آلفای کرونباخ عوامل موثر بر سرمایه‌گذاری بخش خصوصی

عوامل	تعداد گویه‌ها	انحراف استاندارد	ضریب آلفا کرونباخ
عوامل اقتصادی	۱۱	۰/۶۳	۰/۹۱
عوامل مدیریتی	۱۱	۰/۴۸	۰/۸۸
عوامل فرهنگی	۹	۰/۴۱	۰/۸۷
عوامل قانونی	۱۱	۰/۳۷	۰/۸۳
عوامل ساختاری	۱۱	۰/۳۲	۰/۸۱

جدول ۲: اولویت بندی عوامل اقتصادی موثر بر سرمایه گذاری بخش خصوصی

اولویت	گویه ها	میانگین رتبه ای	Chi-square	df	sig
۱	حاکمیت منطق هزینه- فایده در حمایت رویدادهای ورزشی برای بخش های خصوصی	۶/۹۱	۲۵/۱۹	۱۰	۰/۰۰۱
۲	ارائه تسهیلات کم بهره به حامیان مالی در ورزش	۶/۷۲			
۳	ثبات اقتصادی کشور در زمینه سرمایه گذاری در صنعت ورزش	۶/۶۸			
۴	اعطای معافیت های مالیاتی به بخش های خصوصی سرمایه گذار در صنعت ورزش	۶/۵۹			
۵	ارتقای امنیت سرمایه گذاری در کشور	۶/۵۱			
۶	ارائه مشوق های مالی و مالیاتی برای تشویق بخش خصوصی به سرمایه گذاری در ورزش	۶/۴۲			
۷	بهبود و توسعه امنیت اقتصادی و امنیت سرمایه گذاری در صنعت ورزش	۶/۲۹			
۸	شفاف سازی نظام مالی فدراسیون ها و کمیته ملی المپیک در رویدادهای بین المللی	۶/۰۱			
۹	رویه های مناسب و منطقی قیمت گذاری (هزینه حامی) در زمینه حمایت مالی بخش های خصوصی	۵/۸۱			
۱۰	ارتقای منابع درآمدی فدراسیون ها در رویدادهای ورزشی	۵/۶۵			
۱۱	تجاری سازی صنعت ورزش و ایجاد بازار رقابتی برای حامیان جهت سرمایه گذاری در ورزش	۵/۴۵			

همان گونه که در جدول فوق (۲) ملاحظه می شود و با توجه به میانگین رتبه ای مؤلفه های درونی عامل اقتصادی، حاکمیت منطق هزینه- فایده در حمایت از رویدادهای ورزشی برای بخش های خصوصی با میانگین ۶/۹۱ مهمترین عامل و تجاری سازی صنعت ورزش و ایجاد بازار رقابتی برای حامیان جهت سرمایه گذاری در ورزش با میانگین ۵/۱۰ کم اهمیت ترین عامل می باشد.

جدول ۳: اولویت بندی عوامل مدیریتی موثر بر سرمایه‌گذاری بخش خصوصی

رتبه	گویه‌ها	میانگین رتبه ای	Chi-square	df	sig
۱	تدوین خط مشی‌های مدیریتی جهت تأمین امنیت سرمایه‌گذاران در صنعت ورزش	۵/۶۱	۱۸/۸	۱۰	۰/۰۰۱
۲	عدم دخالت انحصارگرایانه دولت در صنعت ورزش به ویژه رویدادهای بین‌المللی	۵/۴۵			
۳	عدم رقابت دولت با بخش خصوصی در زمینه سرمایه‌گذاری در صنعت ورزش	۵/۳۲			
۴	بهره‌گیری مناسب از آژانس‌های بازاریابی و متخصصان بازاریابی ورزشی در صنعت ورزش کشور	۵/۱۸			
۵	ایجاد نهادهای تصمیم‌گیرنده جهت حل و فصل مشکلات مراحل اجرایی سیاست خصوصی‌سازی ورزش	۵/۱۰			
۶	استفاده از نیروهای متخصص بازاریابی در امر مدیریت بازاریابی رویدادهای ورزشی بین‌المللی	۵/۰۲			
۷	تعامل لازم بین دستگاه‌های متولی ورزش و عدم موازی کاری‌ها در زمینه رویدادهای ورزشی	۴/۸۹			
۸	ایجاد انگیزه‌های بیرونی و درونی در بخش خصوصی جهت سرمایه‌گذاری در ورزش	۴/۶۷			
۹	بهره‌گیری از مدیران با تفکر و تخصص تجاری و بازاریابی در ورزش کشور	۴/۵۴			
۱۰	برقراری ارتباط مطلوب انگیزشی با حامیان بالقوه توسط بازاریابان فدراسیون‌های ورزشی و کمیته ملی المپیک	۴/۳۱			
۱۱	تدوین طرح‌های راهبردی و عملیاتی بازاریابی در سطوح مختلف ورزش کشور	۴/۰۲			

همان گونه که در جدول فوق (۳) ملاحظه می‌شود و با توجه به میانگین رتبه‌ای مؤلفه‌های درونی عامل مدیریتی، تدوین خط‌مشی‌های مدیریتی جهت تأمین امنیت سرمایه‌گذاران در صنعت ورزش با میانگین ۵/۶۱ مهمترین عامل و تدوین طرح‌های راهبردی و عملیاتی بازاریابی در سطوح مختلف ورزش کشور با میانگین ۴/۰۲ کم‌اهمیت‌ترین عامل می‌باشد.

جدول ۴: اولویت بندی عوامل فرهنگی اجتماعی موثر بر سرمایه گذاری بخش خصوصی

رتبه	گویه ها	میانگین رتبه ای	Chi-square	df	sig
۱	توجه یکسان به رشته های ورزش حرفه ای در رویدادهای بین المللی توسط مردم	۴/۵۴	۲۱/۲۵	۸	۰/۰۰۲
۲	تمایل جامعه به تجاری شدن ورزش	۴/۳۵			
۳	توسعه شناخت مدیران ورزشی از اهمیت برون سپاری در ورزش	۴/۲۲			
۴	عدم مقاومت مدیران در برابر کاهش تصدی دولت به سبب وابستگی آنان به بخش دولتی	۴/۰۳			
۵	عدم توجه بیش از حد به فوتبال و غفلت از خصوصی سازی سایر رشته های ورزشی	۳/۸۴			
۶	توسعه تبلیغات در زمینه خصوصی سازی ورزش در سطح جامعه	۳/۷۲			
۷	محبوبیت یکسان تمامی رشته های ورزشی در بین مردم	۳/۴۲			
۸	نقش یکسان رسانه های اجتماعی در حمایت از رویدادهای ورزشی در تمامی رشته ها	۳/۰۳			
۹	نقش مطبوعات و نشریات در انعکاس خبری رویدادهای ورزشی و اشاره به حامیان مالی	۳/۰۰			

همان گونه که در جدول فوق (۴) ملاحظه می شود و با توجه به میانگین رتبه ای مؤلفه های درونی عامل فرهنگی اجتماعی، توجه یکسان به رشته های ورزش حرفه ای در رویدادهای بین المللی توسط مردم با میانگین ۴/۵۴ مهمترین عامل و نقش مطبوعات و نشریات در انعکاس خبری رویدادهای ورزشی و اشاره به حامی ها (حامیان مالی) با میانگین ۳/۰۰ کم اهمیت ترین عامل می باشد.

جدول ۵: اولویت بندی عوامل حقوقی و قانونی موثر بر سرمایه‌گذاری بخش خصوصی

رتبه	گویه‌ها	میانگین رتبه ای	Chi-square	df	sig
۱	ارتقای امنیت اقتصادی در زمینه حمایت مالی	۳/۸۶	۳۰/۰۲	۱۰	۰/۰۰۳
۲	حذف قوانین و مقررات دست و پاگیر در امر سرمایه‌گذاری بخش خصوصی	۳/۷۵			
۳	تسهیل قوانین مالیاتی و استفاده از بخشودگی‌های مالیاتی جهت ترغیب سرمایه‌گذاری	۳/۴۶			
۴	تصویب آیین‌نامه‌ها پیرامون موضوع خصوصی‌سازی و سرمایه‌گذاری بخش‌های خصوصی در ورزش	۳/۱۲			
۵	دستورالعمل اجرایی برای فرایند خصوصی‌سازی	۲/۹۴			
۶	همسو شدن مقررات و سیاست‌های اجرایی ارگان‌های قانونی کشور با سیاست خصوصی‌سازی	۲/۸۷			
۷	اعتماد به پایداری سیاست‌های دولت در زمینه حمایت از بخش‌های خصوصی	۲/۸۳			
۸	تدوین چارچوب قانونی منسجم با ضمانت اجرایی لازم برای تأمین امنیت سرمایه‌گذاران در صنعت ورزش	۲/۸۱			
۹	ایجاد بازارهای مالی و منابع تأمین سرمایه برای حامیان ورزشی	۲/۷۹			
۱۰	تقویت قانون کار جهت توسعه سرمایه‌گذاری در بخش‌های خصوصی	۲/۶۹			
۱۱	تقویت قوانین مالیاتی جهت توسعه سرمایه‌گذاری در بخش‌های خصوصی	۲/۶۴			

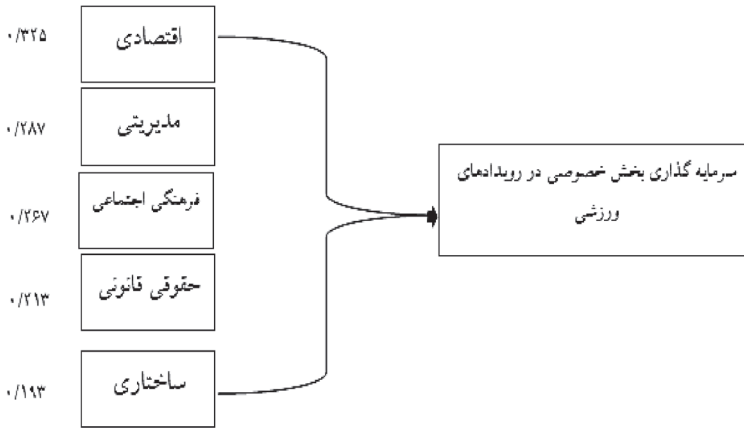
همان گونه که در جدول فوق (۵) ملاحظه می‌شود و با توجه به میانگین رتبه‌ای مؤلفه‌های درونی عامل حقوقی قانونی، ارتقای امنیت اقتصادی در زمینه حمایت مالی با میانگین ۳/۸۶ مهمترین عامل و تقویت قوانین مالیاتی جهت توسعه سرمایه‌گذاری در بخش‌های خصوصی با میانگین ۲/۶۴ کم‌اهمیت‌ترین عامل می‌باشد.

جدول ۶: اولویت بندی عوامل ساختاری موثر بر سرمایه گذاری بخش خصوصی

اولویت	گویه ها	میانگین رتبه ای	Chi-square	df	sig
۱	اصلاح ساختار خصوصی شدن صنعت ورزش	۴/۶۲	۱۹/۴۳	۱۰	۰/۰۰۱
۲	حمایت دولت در تأمین نیازهای بخش خصوصی در ورزش با اعطای یارانه (ارز دولتی)	۴/۴۱			
۳	پرهیز از اقتصاد دولتی و ایجاد بستر لازم برای حضور بخش خصوصی	۴/۳۲			
۴	ایجاد یک نهاد مستقل و متمرکز با مدیریت کارآمد جهت اجرای فرآیند خصوصی سازی در ورزش	۴/۱۱			
۵	توسعه و بهبود نهادهای تخصصی در حوزه خصوصی سازی صنعت ورزش	۴/۱۰			
۶	عدم رقابت و سرمایه گذاری عظیم دولت با بخش های خصوصی در ورزش	۴/۰۸			
۷	توزیع عادلانه اعتبارات و سرانه زیرساخت های فیزیکی بین رشته های ورزشی	۴/۰۶			
۸	حمایت از کارآفرینان و سرمایه گذاران بخش خصوصی	۴/۰۳			
۹	تسهیل فرآیند واگذاری اماکن دولتی ورزشی به بخش خصوصی	۳/۵۶			
۱۰	ایجاد نظام باز اقتصادی و رقابتی در آن، برون گرایی و آزادسازی بازار (پرهیز از انحصار طلبی)	۳/۳۱			
۱۱	فراهم نمودن زیرساخت های سرمایه گذاری و سرمایه داری در ورزش	۳/۲۶			

همان گونه که در جدول فوق (۶) ملاحظه می شود و با توجه به میانگین رتبه ای مؤلفه های درونی عامل ساختاری، اصلاح ساختار خصوصی شدن صنعت ورزش با میانگین ۴/۶۲ مهمترین عامل و تدوین فراهم نمودن زیرساخت های سرمایه گذاری و سرمایه داری در ورزش با میانگین ۳/۲۶ کم اهمیت ترین عامل می باشد.

مدل تحقیق بر گرفته از نتایج تحلیل عامل اکتشافی



جدول ۸: رتبه بندی مولفه‌های مؤثر بر سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش

کل تاثیرات	تاثیر غیر مستقیم	تاثیر مستقیم	تاثیرات
			متغیرها
۰/۳۲۵	---	۰/۳۲۵	عوامل اقتصادی
۰/۲۷۸	---	۰/۲۷۸	عوامل مدیریتی
۰/۲۶۷	---	۰/۲۶۷	عوامل فرهنگی
۰/۲۱۳	---	۰/۲۱۳	عوامل قانونی
۰/۱۹۳	---	۰/۱۹۳	عوامل ساختاری

بنا بر داده‌های جدول بالا، کل مدل تحقیق با توجه به شاخص‌های سنجش برازش نیکویی مدل مناسبی را نشان می‌دهد. نتایج تحلیل مسیر نشان داد که عوامل اقتصادی با تاثیر ۰/۳۲۵ مهمترین عامل در خصوصی سازی و عوامل ساختاری با تاثیر ۰/۱۹۳ کم اهمیت ترین عامل در سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در رویدادهای ورزش ملی و بین‌المللی هستند.

بحث و نتیجه‌گیری

تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش درباره مهم ترین عوامل مؤثر بر سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در رویدادهای ملی و بین‌المللی به ترتیب عبارت بود از: ۱- عامل اقتصادی؛ ۲- عامل مدیریتی؛ ۳- عامل

فرهنگی؛ ۴- عامل حقوقی قانونی؛ ۵- عامل ساختاری. عامل اقتصادی به عنوان مهمترین عامل مؤثر در تحقیقات قره خانی (۱۳۹۰)، چالشتری (۱۳۹۰)، قره خانی (۱۳۸۹) و سلیمی (۲۰۱۲) و همچنین این عامل بدون در نظر گرفتن اولویت در تحقیقات امیری (۱۳۹۰)، یزدانی (۱۳۹۰)، رهام (۱۳۹۰)، سلطان حسینی (۱۳۸۹)، رجبی (۱۳۸۸)، بنویت سگاین (۲۰۰۷)، توماس (۲۰۰۵)، روی (۲۰۰۰) و کیالدینی (۲۰۰۰) گزارش شده است و با نتایج تحقیق حاضر همخوانی دارد. این موضوع نشان دهنده اهمیت این عامل در جذب سرمایه است، هرچند از نظر اولویت و ترتیب تفاوت هایی بین تحقیقات مشاهده می شود. احتمالاً دلیل این تفاوت ها با تحقیق حاضر، توجه خاص تحقیقات قبلی به یک بخش از ورزش مثل حرفه ای یا قهرمانی یا توجه روی ورزشی خاص مثل فوتبال یا به صورت تمرکز روی منطقه یا استانی خاص با شرایط متفاوت باشد، در حالی که تحقیق حاضر به صورت جامع روی ورزش و در سطح کشور انجام شد.

۲۸۵

بحث عوامل اقتصادی و تأمین هزینه های رویدادهای ورزشی اعم از سرمایه گذاری در بعد تجهیزات و تاسیسات ورزشی، اساس سرپا ماندن آن هاست و ادامه حیات شان با وجود مشکلات مالی و اقتصادی امکان پذیر نیست. از آنجا که درآمد زایی و سودآوری، اصلی ترین عامل حضور بخش خصوصی، شرکت ها، کارخانجات و صنایع در تمامی عرصه ها از جمله ورزش است، با وجود موانع مالی و اقتصادی امیدی به حضور این بخش ها در ورزش نمی رود. این یافته با یافته های هادی خلیلی (۱۳۹۱) که در تحقیق خود با عنوان «بررسی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر اجرای ماده ۸۸ قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت در ورزش کشور» که عوامل نهادی و سازمانی را در رتبه اول اهمیت معرفی کرد و عوامل اقتصادی را در رتبه سوم قرار داد، مغایرت دارد. به نظر می رسد علت مغایرت این نتیجه تحقیق حاضر با یافته تحقیق خلیلی در این باشد که اجرای این قانون بیش از آن که به عوامل اقتصادی و مالی وابسته باشد، بیشتر به بستر فرهنگی اجتماعی و ساختار مناسب نهادی و سازمانی نیازمند است، در حالی که مشارکت بخش خصوصی در تمام عرصه ها از جمله ورزش تابع شرایط اقتصادی و مالی است.

دنیا پاداش (۱۳۸۸) در تحقیقی با عنوان «مقایسه و اولویت بندی موانع حقوقی و قانونی و اجتماعی و فرهنگی تأثیر گذار بر خصوصی سازی باشگاه های ورزشی با روش «AHP نشان داد که موانع حقوقی و قانونی از اولویت بالاتری برخوردار است و هادی خلیلی (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان «بررسی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر اجرای ماده ۸۸ قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت»، عوامل فرهنگی را در رتبه آخر معرفی کرد که با یافته های این پژوهش مغایرت دارد. همچنین با یافته های حسنعلی آقاجانی (۱۳۹۱) که در تحقیق خود با عنوان «تبیین عوامل مؤثر بر فرایند کارآفرینی مستقل باشگاه های ورزشی خصوصی استان مازندران» که نتیجه گرفت بیشترین اثرگذاری مستقیم مربوط به عوامل مدیریتی و پس از آن حمایت های محیطی، روان شناختی و در رتبه آخر عوامل فرهنگی است، مغایر است. نتایج تحقیق حاکی از این بود که عوامل ساختاری در رتبه پنجم اهمیت قرار دارند. این نتیجه با یافته های هادی خلیلی (۱۳۹۱) که در تحقیق خود با عنوان «بررسی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر اجرای ماده ۸۸ قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت» عوامل نهادی و سازمانی را در رتبه اول اهمیت معرفی کرد و نتایج باروس (۲۰۰۶) که مالکیت غیر انتفاعی باشگاه های فوتبال پرتغال را

از موانع توسعه اقتصادی آن‌ها معرفی کرد (احسانی، ۱۳۸۲) و استفان مورو^۱ (۲۰۰۴) که ساختارهای مالکیت فوق العاده متمرکز باشگاه‌های فوتبال اسکاتلند را از مهم‌ترین موانع توسعه فوتبال این کشور بیان کرد، همسو می‌باشد؛ زیرا در تحقیق حاضر نیز ساختار غیر تجاری ورزش به عنوان مهم‌ترین عامل بازدارنده ساختاری مشارکت بخش خارجی در ورزش معرفی شد. نتایج تحقیق نشان داد که عوامل حقوقی و قانونی در رتبه چهارم قرار دارند. این نتایج با یافته‌های کرد زنگنه (۱۳۸۶) که بیان کرده است عوامل قانونی می‌تواند به عنوان عامل پیش برنده یا بازدارنده مشارکت بخش غیر دولتی در نظر گرفته شود، هماهنگی دارد؛ ولی با نتایج طالب نیا و محمدزاده (۱۳۸۴) که فقدان بسترهای قانونی لازم را به عنوان عامل بازدارنده مشارکت صنعت و بخش خصوصی عنوان کرده‌اند، جودیو و فیلیپ^۲ (۲۰۰۳) که فقدان قوانین اختصاصی برای حق پخش تلویزیونی، حامیان مالی و مدیریت امور مالی را از مهم‌ترین عوامل ناکارآمدی حمایت از باشگاه‌های اسپانیا معرفی کرد (احسانی، و همکاران، ۱۳۸۷) و دنیا پاداش (۱۳۸۸) که عوامل حقوقی و قانونی را در رتبه دوم مهم‌ترین عوامل تأثیر گذار بر خصوصی سازی باشگاه‌های ورزشی بیان کرد، مغایرت دارد. در توجیه این یافته می‌توان گفت با توجه به ماهیت درآمدزا بودن ورزش حرفه‌ای، قوانین و مقررات اختصاصی خصوصی سازی ورزش برای هر یک از رشته‌های مختلف ورزشی اهمیت فراوانی در فراهم سازی بستر و شرایط لازم برای مشارکت بخش خصوصی در آن حوزه دارد، اما از آنجا که ورزش همگانی ماهیت تجاری و درآمدزایی ندارد و بیشتر هدف تندرستی و سلامتی را دنبال می‌کند، تدوین قوانین اختصاصی برای مشارکت و حمایت بخش خصوصی به ویژه صنایع اهمیت زیادی ندارد. با این حال، شکی نیست که بدون توسعه حقوقی و قانونی لازم، پیشرفت در عرصه ورزش همگانی مقدور نیست. یکی از نتایج جالب این تحقیق این بود که برخلاف پیش فرض‌ها و پیش بینی‌های محقق، عوامل مدیریتی در رتبه دوم قرار گرفت. این یافته با نتایج تحقیقات بسیاری از جمله الهی (۱۳۸۸) و دنیا پاداش (۱۳۸۸) که عوامل مدیریتی را مهم تلقی کردند، مغایرت دارد. همچنان نتایج این تحقیق با یافته‌های حسنعلی آقاجانی (۱۳۹۱) که در تحقیق خود با عنوان «تبیین عوامل مؤثر بر فرایند کارآفرینی مستقل باشگاه‌های ورزشی خصوصی استان مازندران» که نتیجه گرفت بیشترین اثرگذاری مستقیم مربوط به عوامل مدیریتی است و پس از آن حمایت‌های محیطی، روان شناختی و فرهنگی قرار دارند مغایرت دارد که لزوم بررسی و اجرای تحقیق ویژه تر را می‌طلبد. بررسی و تحلیل نتایج تحقیق حاضر در حوزه مدیریتی و مقایسه آن با تحقیقات دیگر نشان داد که نتایج ما با یافته‌های تحقیقات هودا الخواجه (ضعف تخصصی مدیران ورزشی و نبود تخصص در نزد مدیر عاملان تیم‌ها)، هلموت دیتل، آگون فرانک (ناتوانی مدیریتی به عنوان عامل اصلی ناتوانی باشگاه‌ها)، الموعز (فقدان اطلاعات مالی شفاف در نزد مدیران ورزشی) همخوانی دارد.

پیشنهادها

- با توجه به اتفاق نظر مشارکت کنندگان پیرامون ضرورت سرمایه‌گذاری بخش‌های خصوصی در ورزش،

1. Stephen Morrow

2. Jodidio, Philip

مدیران عالی ورزش کشور و مدیران اجرایی باید اقدامات مقتضی را جهت اجرایی نمودن خصوصی سازی عملی گردانند.

- یافته‌های تحقیق حاضر، عوامل مؤثر بر جذب سرمایه بخش خصوصی را در ۵ عامل اقتصادی، قانونی، فرهنگی، مدیریتی و ساختاری خلاصه کرد. لذا پیشنهاد می‌شود مدیران و عوامل اجرایی و برنامه ریز به این عوامل توجه ویژه مبذول نمایند.
- با در نظر گرفتن رابطه مثبت شرایط اقتصادی با جذب سرمایه‌گذاری در رویدادهای ورزشی پیشنهاد می‌شود از بخش خصوصی در ورزش جهت ایجاد درآمد ناخالص ملی حمایت شود.
- با توجه به عوامل فرهنگی و عدم درک صحیح از واژه خصوصی سازی و جذب سرمایه، ضرورت ایجاد بخش بازاریابی ورزشی در درون حوزه طرح و برنامه تربیت بدنی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و به تبع آن در درون دانشگاه‌ها، اجتناب نا پذیر است- این بخش حتی در سطح معاونت در بسیاری از دانشگاه‌های دنیا وجود دارد. لذا پیشنهاد می‌شود بخش بازاریابی ورزشی در وزارت، سازمان‌ها و ادارات تربیت بدنی ایجاد کنند.
- با توجه به تأثیر عوامل قانونی در روند جذب سرمایه پیشنهاد می‌شود اصلاح قوانین و مقررات در جهت خصوصی سازی ورزش کشور در راس کار دستگاه‌های قانونی و اجرایی ورزشی به ویژه وزارت ورزش و جوانان قرار گیرد.
- پیشنهاد می‌شود با استفاده از تبلیغات رسانه‌های جمعی و اطلاع رسانی از فوائد و مزایای سرمایه گذاری، فرهنگ سازی و زمینه پذیرش و مقبولیت فرهنگ سرمایه گذاری در اجتماع فراهم آورده شود.

منابع

- آقازاده، سید احسان. (۱۳۸۷) «بررسی جذب سرمایه‌گذاری در ورزش حرفه‌ای ایران». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته تربیت بدنی، دانشگاه اصفهان.
- اتقیا، ناهید. (۱۳۸۴). «تعامل بازاریابی و مدیریت ورزشی». نشریه پژوهش. سال اول، پیش شماره ۱.
- احسانی، محمد. (۱۳۸۷). مدیریت معاصر در ورزش. چاپ اول، تهران: دفتر نشر آثار علمی دانشگاه تربیت مدرس
- الهی، علی رضا؛ سجادی، سید نصراله؛ خبیری، محمد و ابریشمی، حمید. (۱۳۸۷). «موانع توسعه جذب درآمد حاصل از حمایت مالی در صنعت فوتبال جمهوری اسلامی ایران».
- پاداش، دنیا؛ سلطان حسینی، محمد؛ فتحی، سعید و خبیری، محمد. (۱۳۸۸). «تعیین و اولویت بندی عوامل مدیریتی و اجرایی مؤثر بر خصوصی سازی باشگاه‌های ورزشی با روش AHP».
- جماعت، خاطره و احسانی، محمد. (۱۳۸۸). «اهداف مستقیم و غیر مستقیم حمایت مالی از ورزش در ایران».
- جمالی قره‌خانلو، علی. (۱۳۸۴). «بررسی میزان بهره‌برداری از تأسیسات و اماکن ورزشی استان آذربایجان شرقی». نشریه دانشگاه پیام نور تهران.
- رضوی، محمد حسین. (۱۳۸۴). «خصوصی سازی و اصلاح ساختار ورزش قهرمانی در کشور». حرکت. شماره ۲۷.
- رضوی، سید محمد حسین. (۱۳۸۳). «خصوصی سازی در ورزش با تأکید بر ورزش قهرمانی». فصلنامه المپیک. پیاپی ۲۸، صص ۶۸-۷۵.
- رضوی، سید محمد حسین. (۱۳۸۳). «افزایش کارایی با سیاست خصوصی سازی در ورزش». حرکت. شماره ۲۳.
- رضوی، سید محمد حسین. (۱۳۸۳). تحلیل سیاست خصوصی سازی در ورزش کشور با تأکید بر ورزش قهرمانی. تهران: دانشگاه تهران
- رهام، مهدیه؛ صابونچی، رضا و سلیمانی، مجید. (۱۳۹۰). «عوامل اقتصادی-سیاسی تعیین کننده جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در صنعت ورزش کشور». ششمین همایش ملی دانشجویان تربیت بدنی و علوم ورزشی ایران.
- سجادی، سید نصراله؛ امید، علیرضا و زارع، قاسم. (۱۳۸۶). «رابطه بین استفاده از تصاویر ورزشی در تبلیغات و رفتار مصرفی تماشاچیان مسابقات ورزشی». نشریه حرکت. شماره ۳۴، صص ۸۳-۹۳.
- طیبی، بهنام. (۱۳۸۸). «بررسی عوامل بازدارنده حضور بخش خصوصی در تأسیس اماکن ورزشی». پایان‌نامه دوره کارشناسی ارشد، رشته تربیت بدنی، دانشگاه مازندران.
- عارفیان، یدالله. (۱۳۸۴). «بررسی سیاست خصوصی سازی و موانع و مشکلات آن در تربیت بدنی از دیدگاه مدیران ورزشی استان مازندران». نشریه دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه مازندران.
- عسکرزاده، مریم. (۱۳۸۸). «بررسی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذاری در ورزش استان خوزستان از دیدگاه مسئولان ادارات تربیت بدنی». پایان‌نامه مقطع کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید چمران اهواز.
- علیزاده، محمد حسین و تجاری، فرشاد. (۱۳۸۵). «بررسی شیوه‌های افزایش بهره‌وری اماکن و تجهیزات

ورزشی». پژوهش در علوم ورزشی، شماره ۱۱، صص ۲۹-۴۳.

- قره خانی، حسن؛ احسانی، محمد؛ کوزه چیان، هاشم؛ خیبری، محمد؛ امیری، مجتبی و فولادی حیدرلو، سودابه. (۱۳۸۸). «رتبه بندی مهم ترین موانع خصوصی سازی باشگاه های فوتبال ایران».
- قیامی راد، امیر و محرم زاده، مهرداد. (۱۳۸۸). «بررسی راهکارهای بازاریابی برای ترویج و توسعه رشته های ورزشی در ایران». نشریه حرکت. شماره ۳۹.
- کارگر، غلامعلی؛ ظریفی، مجتبی و عزیززاده، نورالله. (۱۳۹۰). «مشارکت بخش خصوصی در توسعه باشگاه ها و تفریحات ورزشی با تاکید بر اشتغال زایی». مجموعه مقالات همایش ملی تفریحات ورزشی.
- کاشف، محمد؛ جعفری، علی محمد و احمدی، اژدر. (۱۳۸۶). «بررسی موانع و مشکلات موجود در رابطه با اصل ۴۴ قانون اساسی در ورزش از دیدگاه صاحبان باشگاه های خصوصی شهرستان اصفهان».
- کریمیان، جهانگیر و تند نویس، فریدون. (۱۳۸۳). «روابط بین نیروی انسانی، بودجه هزینه شده، مساحت اماکن و تأسیسات بر افزایش فعالیت های فوق برنامه ورزشی دانشگاه». نشریه علوم حرکتی و ورزش. جلد اول، شماره ۳، صص ۶-۷۹.
- کلانتری، خلیل. (۱۳۸۷). پردازش و تحلیل داده ها در تحقیقات اجتماعی اقتصادی. تهران: انتشارات فرهنگ صبا
- کیانی، فاطمه و فاضلیان، محسن. (۱۳۸۸). «ابزارها و نهادهای مالی در خصوصی سازی بنگاه ها و باشگاه های ورزشی». چکیده مقالات هفتمین همایش بین المللی تربیت بدنی و علوم ورزشی.
- متوسلی، محمود. (۱۳۷۳). خصوصی سازی یا ترکیب مطلوب دولت و بازار در توسعه اقتصادی. تهران: انتشارات مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
- محرم زاده، مهرداد. (۲۰۰۶). «بررسی شیوه های بازاریابی ورزشی دانشگاهی». فرصت مطالعاتی، گروه تربیت بدنی، دانشگاه ارومیه.
- محرم زاده، مهرداد. (۱۳۸۵). مدیریت بازاریابی ورزشی. ارومیه: جهاد دانشگاهی ارومیه
- مرادی چالشتری، جواد؛ مرادی چالشتری، محمدرضا؛ صابونچی، رضا و فروغی پور، حمید. (۱۳۹۰). «بررسی موانع حقوقی - قانونی اثرگذار بر جذب سرمایه گذاری های خارجی در صنعت فوتبال جمهوری اسلامی ایران». مجموعه مقالات دومین همایش ملی تخصصی مدیریت ورزشی.
- مرادی چالشتری، جواد و مرادی چالشتری، محمد رضا. (۱۳۹۰). «بررسی موانع ساختاری اثرگذار بر جذب سرمایه گذارهای خارجی در صنعت فوتبال جمهوری اسلامی ایران». ششمین همایش ملی دانشجویان تربیت بدنی و علوم ورزشی ایران.
- مهدوی عادل، محمدحسین و رافعی، حسین. (۱۳۸۵). «بررسی جریان خصوصی سازی و تأثیر آن بر تقویت کارآفرینی در ایران». مجله دانش و توسعه. شماره ۱۸، صص ۳۲-۵۴.
- نیری، شهرزاد؛ امیری، مجتبی و صفاری، مرجان. (۱۳۹۰). «بررسی تجارب، اقدامات، الزامات و ملاحظات کشورهای منتخب در زمینه خصوصی سازی و توسعه مشارکت بخش خصوصی در حوزه ورزش». ششمین همایش ملی دانشجویان تربیت بدنی و علوم ورزشی.
- یزدانی، علی اصغر؛ ریحانی، محمد؛ اسماعیلی، محسن؛ شبانی، محمد و داورزنی، ابولقاسم. (۱۳۹۰). «تحلیل

عاملی موانع حمایت ورزشی شرکت‌ها (خصوصی و دولتی) در استان خراسان شمالی». ششمین همایش ملی دانشجویان تربیت بدنی و علوم ورزشی ایران.

● یوسفی، بهرام؛ طاهری، حمیدرضا و شجاعی، وحید. (۱۳۸۶). «بررسی وضعیت بازاریابی ورزشی از طریق اینترنت در ایران با تأکید بر عناصر P۴». نشریه پژوهش.

- Almoez, W. N. W., Baharumshah, A. Z., & Law, S. H. (2010). **“Foreign direct investment, economic freedom and economic growth: International evidence”**. *Economic Modelling*, 27(5), 1079-1089.
- Aseidu, kofi fred & at all. (). **“Does privatization impact job satisfaction? the case of ghana”**. *world dev*, vol. 35, No 10.
- Bai, chong-en, lu, jiangyong, and tao, zhiang. (2009). **“How does rivatization work in china?”**. *Jornal of comparative economic*, volume 37, Issue 3, p 453-470.
- Benoit, seguin. (2007). **“sponsorship in the trenches: case study evidence of its legitimate place in the promotional mix”**. *sport journal*, vol(10), No. 1.
- Biscaia, M. (2014). **“Evaluation of privatization in sports with the approach of assessing the strengths and weaknesses”**. *European Journal of Experimental Biology*, 3(1):631-6
- Cialdini, R. B. Borden, R. J. Thomas, Walker, M. P & Freeman. (2000). **“Basking in reflected glory: Three field studies”**. *Journal of personality and social psychology*, p. 366- 375.
- Clark, John, M. Cornwell. Bet na. Prui. Stephen, W. (2008). **“The impact of title event. Sponsorship announcements on shareholder wealth”**. *Market let*, doi:10/1007/s11002-008-9004 –z.
- Davis, chuk. (2000). **“privatization: common themes, similar outcome”**. available at umn. edu.
- Funk, Daniel. & Tennille J. Bruun. (2006). **“The role of socio-psychological an culture – education motive in marketing international sport Tourism: A cross – cultural perspective, Tourism management”**. Article in press.
- Garland. Ron, Charbonneau. Jan, Macpherson. Terry. (2008). **“Measuring sport sponsorship effectiveness: links to existing behavior”**. *Innovative Marketing, Managing Leisure*, 19(4): 263-282.
- Gibbon, honry. (2001). **“Guide bar directing government owned enterprises”**. available at privatization. org.
- Hamakos. A. (2004). **“Sport business in the next decide: A general over view of expectd trends”**. *Journal of Sport management*, 15. 275-206.
- Jones, C.P. (2007). **Investments: analysis and management**. John Wiley & Sons

- Kang, chao-chung. (2009). **“privatization and production efficiency in taiwan’s telecommunication industry”**. science direct.
- Liu. M. T, Huang. Y. Y, Minghua. J. (2007). **“Relations among attractiveness of endorsers , match-up , and purchase intention in sport marketing in china”**. Journal of consumer marketing, 24. 6,358-365, Emerald Group Publishing Limited.
- Mason, K. (2006). **“How corporate sport sponsorship impacts consumer behaviour”**. Journal of American Academy of Business, Cambridge, 7, 1, ABI/INFORM Golbal,pg 32-35.
- Mathur, ike & et al. (). **“the effects of privatization on the performance of newly privatized firms in emerging markets, emerging markets review”**. The international journal of the history of sport, 24(7): 921-953.
- Narayan, Baek T, Whitehill King, K. (2016). **“Exploring the consequences of brand credibility in services”**. Journal of Services Marketing. International Journal of Advertising, 17(1): 29-49.
- Okten, cagla & peren arin, k. (2006). **“The effect of privatization on efficiency: how does privatization work?”**. world development, vol 24(7): 921-953.
- Oriani, Raffaele. (2001). **“The import of privatization on the economic returns to r&d activities, emperical evidence forma sample of european firms”**. Available at tm. tue. nl.
- Philipsen, Stotlar D.K. (2018). **Privatization of water sports and recreational fishing facilities.**
- Philipsen, J. F. B. ; Bakker, J. G. (2011). **“Privatization of water sports and leisure fishing facilities: a study of processes and effects”**.
- Puppy B, Green M. (2015). **Comparitive Elite Sport Development. Systems, structures and public policy.** Amsterdam et al.: Butterworth-Heinemann
- Roger Bennett , Rehnuma, Ali-Choudhury and Wendy, Mousley. (2007). **“Television viewers’ motivatons to follow the 2005 Ashes Test series:implications for the rebranding of English Cricket”**. Journal of product & brand management, 10/1(2007) , 23-37.
- Roy, Donald. (2000). **“manager use of sponsorship in building brands: service and product firm contrasted”**. International journal of sport marketing & sponsorship The Asian journal on quality, 9(1): 103.114.
- Salimi, Mahdi, Soltanhosseini, Mohammad, Padash, Donia, Khalili, Ebrahim. (2012). **“Prioritization of the Factors Effecting Privatization in Sport Clubs: With AHP & TOPSIS Methods - Emphasis in Football”**. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences.

- Skriber, J.L. (2015). **“Proximate development: an alternate justification for public investment in major sport facilities?”**. *Managing Leisure*. 19(4):263-82.
- Schwarz, Eric C., Stacy A. Hall and Simon, Shibli. (2010). **“financing sport facilities”**. *sport facility operation management*, p 31-49.
- Stotlar D. K. (2001). **“Developing successful sport sponsorship plans”**. *Sport marketing quarterly*, No. 4, PP:15-21.
- Strelize, Benadie. (2005). **“Relationships in Sport Sponsorship: a Marketing Perspective”**. unpublished doctoral degree dissertation, Faculty of Management, University of Johannesburg.
- Thomas, Hickman, Ward, Lawrence & James. (2005). **“A social identities perspective on the effect of corporate sport sponsorship on employees”**. *sport marketing quarterly*, vol(12), No. 3.
- Van Herden M. (2015). **“Olympic glory or grassroots development? Sport policy priorities in Australia, Canada and the United Kingdom, 1960–2006”**. *The international journal of the history of sport*. 24(7):921-53.
- Yotahino G, Hatch ME. (2019). **“Market reactions to sport support leaflets”**. *Urban Affairs Review*. *Nov Economic Modelling*, 27(5): 1079-1089
- Wilson, B, Stavros, C, Westberg, K. (2008). **“Player transgressions and the management of the sport sponsor relationship”**. *Public Relations Review*. 34. 99-107.

طراحی و تبیین چارچوب تعیین شایستگی کانونی شغلی در ورزشکاران حرفه ای

الهام شکرانی^۱

محمد رضا برومند^۲

عباس خدایاری^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۱۰/۹

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۱۱/۲۶

هدف تحقیق حاضر، تعیین و ارزیابی مؤلفه های شایستگی کانونی شغلی ورزشکاران حرفه ای می باشد. پژوهش حاضر از نوع توصیفی - پیمایشی با هدف کاربردی است. جامعه پژوهش شامل تمامی افراد آگاه به موضوع پژوهش شامل مدیران، اساتید، مربیان و مشاوران شغلی حوزه ورزش حرفه ای کشور بود. برآورد نمونه بر حسب تعداد قابل کفایت برای تحلیل در نرم افزار SmartPLS تعیین گردید (۳۵ نفر) و به صورت هدفمند (قضاوتی) نمونه گیری شد. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه محقق ساخته «شایستگی های کانونی شغلی ورزشکاران حرفه ای» که شامل ۱۶ مولفه اصلی و ۸۴ گویه بود بعد از تایید روایی و پایایی استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نسخه سوم نرم افزار SmartPLS انجام شد.

یافته ها نشان داد که ۱۶ شایستگی کانونی شغلی شناسایی شده برای ورزشکاران به ترتیب میزان اثر شامل سبک زندگی، شایستگی های موردی، دستیابی به شغل، انتخاب شغل، سلامت، محیط زیستی، حفظ شغل، استراتژیک، کسب و کار، روانشناسی، تاثیرگذاری، بین المللی، نرم افزاری، رهبری، سیاسی و مدیریت ورزشی است و تمامی این ابعاد به طور معنی داری تبیین کننده سازه شایستگی های کانونی شغلی ورزشکاران حرفه ای بودند. براساس نتایج پژوهش می توان گفت که شایستگی های کانونی شغلی ورزشکاران حرفه ای دارای تنوع و دامنه وسیعی از شایستگی های مختلف می باشد. از این رو مسیر شغلی ورزشکاران دارای پویایی و پیچیدگی مهارتی است.

واژگان کلیدی: شایستگی کانونی، آمادگی شغلی، آینده شغلی، اشتغال ورزشکاران و ورزش حرفه ای

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران

۲. استادیار، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

۳. دانشیار، گروه تربیت بدنی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران

مقدمه

اگر چه ورزش در کشورهای توسعه یافته به عنوان یک شغل و حرفه مطرح شده است، اما در ایران هنوز گام‌های اولیه خود را برای حرفه‌ای شدن طی می‌کند. ورزشکاران حرفه‌ای در تمام رشته‌های ورزشی در طول دوره ورزشی‌شان با تغییرات متفاوتی رو به رو می‌شوند. بنابراین داشتن سازماندهی و برنامه‌ریزی برای هر مرحله مورد نیاز است و پرداختن به این موضوع باعث از بین رفتن بسیاری از مشکلات ورزشکاران حرفه‌ای می‌شود (چری^۱، ۲۰۰۶). ورزشکار حرفه‌ای علاوه بر اینکه ورزش را به عنوان شغل و حرفه خود انتخاب کرده است، باید نکات مربوط به حرفه‌ای بودن را رعایت کند و خود را برای هر مرحله از این فرآیند آماده نماید (آبت^۲، ۲۰۰۶). چالشی که بسیاری از ورزشکاران حرفه‌ای و تراز اول با آن رو به رو هستند، مسئله آینده شغلی آنهاست و به نظر می‌رسد رهنمون‌ها و هدایت‌های لازم جهت ورود به بازار کار برای ورزشکاران وجود ندارد و ورزشکاران در این زمینه نیاز به راهنمایی‌های ویژه دارند تا با عوامل مهم تاثیرگذار در آینده شغلی‌شان بیشتر آشنا شوند.

اشتغال و کارایی در ورزش مانند صنعت‌های دیگر با مشکلاتی مواجه است؛ با این تفاوت که افراد در ورزش با علاقه‌های کاری که تبدیل به کار ورزشی می‌شود، صنعت ورزش را با کیفیت نموده و باعث رشد کلیه شاخه‌ها به خصوص مدیریت ورزشی شده‌اند. از این رو، به نظر می‌رسد با به کارگیری و هدایت درست ورزشکاران و افراد حرفه‌ای در ورزش می‌توان به نتایج شغلی مناسبی در آینده دست یافت (هاچینسون^۳، ۲۰۰۸). یکی از وظایف بسیار اساسی و مهم در نظام مدیریتی، فراهم کردن شرایطی است که در آن افراد بتوانند از مهارت‌ها، توانایی‌ها و قابلیت‌های کلیدی و متناسب با نیازها و شرایط دنیای صنعت و مشاغل برخوردار شوند (صالحی عمران و رحمانی قهدریجانی، ۱۳۹۱). در این راستا ارائه مفهوم شایستگی‌های کانونی^۴ شغلی به عنوان یک راهبرد جدید از اهمیت خاصی برخوردار می‌گردد؛ چراکه ورود به بازار کار و حتی بقای یک فرد در بازار کار، بستگی به میزان و نوع دانش‌ها، نگرش‌ها و مهارت‌های هر فرد دارد (صالحی عمران، ۱۳۹۳).

شایستگی‌ها را می‌توان دانش، بینش، نگرش‌ها و مهارت‌هایی دانست که موجب پویایی افراد در روابط با دیگران، دست‌یابی به شغل مناسب، انتقال موفق از شغلی به شغل دیگر، حضور موثر در فعالیت گروهی و نوآوری در حل مسائل اجتماعی می‌شود. این شایستگی‌ها آنقدر اهمیت دارند که ادبیات مختلف از آنها با عنوان «شایستگی‌های عام» یاد نموده است. این شایستگی‌ها موجب قابلیت تحرک شغلی بیشتر نیروی کار می‌شود و افراد با این صلاحیت‌ها بهتر می‌توانند نسبت به تحولات شغلی آینده واکنش نشان دهند (سازمان جهانی کار، ۲۰۰۸). با نگاهی به ادبیات رایج در توسعه منابع انسانی، الگوی شایستگی شغلی برای مشاغل و حرفه‌های مختلف دیده می‌شود؛ برای مثال، الگوی شایستگی شغلی مدیران، الگوی شایستگی شغلی پزشکان، الگوی شایستگی شغلی مهندسان و الگوی شایستگی شغلی دانش‌آموختگان علوم ورزشی.

1. Cherry
2. Abbott
3. Hutchinson
4. Core Competencies

در بین انواع شایستگی های شغلی، مفهوم جدیدی با عنوان شایستگی های کانونی مطرح شده است. شایستگی های کانونی، مجموعه ای از شایستگی های اساسی و مورد نیاز برای شناخت وظایف شغلی مهم در سطحی رضایت بخش و یا ممتاز تعریف شده است. به عبارت دیگر، شایستگی های کانونی، مستقیماً با وظایف کلیدی شغلی و خوشه های شایستگی های عمومی و شایستگی خاص هر حوزه در ارتباط هستند (سامیان و همکاران، ۱۳۹۶). اصطلاح شایستگی کانونی ضرورتاً بر دانش و مهارتی تاکید دارد که شامل مجموعه ای از ویژگی های شخصیتی و مرتبط به هم است و می تواند تعداد متغیرهایی را که عملکرد شغلی را تبیین و پیش بینی می کنند، افزایش دهد (کلاردی، ۲۰۰۸). بُنک^۱ (۱۹۹۴) اشاره می کند کسی که دارای شایستگی شغلی است، ضمن اینکه دانش، مهارت و توانایی لازم برای انجام یک حرفه را دارد، قادر به حل مشکلات شغلی به شیوه ای مستقل و متغیر است.

۲۹۵

چالش های شایستگی در مسیر ورزشی - شغلی ورزشکاران تاکنون توسط برخی تحقیقات مورد بررسی قرار گرفته است. جانعلیزاده و همکاران (۱۳۹۱) نیز در تحقیقی به این نتیجه رسیدند که شایستگی های کانونی دانشجویان دانشگاه مازندران رضایت بخش نیست. هاشمی افوس و همکاران (۱۳۹۴) در تحقیق خود نشان دادند مشکلات مرتبط با شغل، مهمترین مشکلاتی بودند که ورزشکاران بازنشسته پس از دوران ورزش حرفه ای خود با آن مواجه اند. عیدانی (۱۳۹۵) نشان داد شایستگی های کانونی شغلی دانشجویان تربیت بدنی دانشگاه های تهران در وضعیت مطلوبی قرار ندارد.

در تحقیقات خارجی نیز کنهون و همکاران (۲۰۰۳) مشخص نموده اند که بدون داشتن شایستگی، مراحل حرفه ای بودن شخص کامل نمی شود. کسب شایستگی لازم بین حرفه ای شدن و تمایلات فرد ارتباط برقرار می کند. شایستگی نباید یک راه ساده و یک طرفه به شمار بیاید، بلکه باید پیچیدگی های آن به درستی شناسایی شود و به صورت اجرایی و کاربردی مورد استفاده قرار بگیرد. مک کنا^۲ و همکاران (۲۰۱۱) شایستگی های کانونی را ابزارهای بسیار مفیدی می دانند که می تواند باعث یادگیری تجربی و نظری به طور همزمان شوند. آن ها یازده شایستگی کانونی شامل حرفه ای، ارزشی، اخلاقی، نیازسنجی، برنامه ریزی، کاربرد، ارزشیابی، ارتباطات سیاسی - راهبردی، سازمانی - مدیریتی، کارگروهي و فناوری را مطرح کرده اند. کوئینگ و همکاران^۳ (۲۰۱۳) در بررسی مؤلفه های شایستگی کانونی برای دانشجویان رشته پزشکی ۹ نوع شایستگی جهت موفقیت در شغل آتی شناسایی کردند: ۱- مسئولیت اخلاقی؛ ۲- قابلیت اعتماد و اطمینان؛ ۳- مهارت های اجتماعی؛ ۴- انعطاف پذیری و سازگاری؛ ۵- شایستگی فرهنگی؛ ۶- ارتباط شفاهی؛ ۷- کار گروهی؛ ۸- مهارت های جهت دهی و رهبری؛ ۹- قابلیت های رشد و پیشرفت سریع.

مرور تحقیقات نشان داد که تاکنون شایستگی های کانونی شغلی در ورزشکاران کشور به صورت تخصصی مورد توجه قرار نگرفته است، این در حالی است که یکی از معیارهای استاندارد برای تعیین صلاحیت شغلی

1. Bunk

2. Mc Kenna

3. Koenig at al.

ورزشکاران برای دوره پس از قهرمانی، شایستگی‌های کانونی شغلی هستند. از این رو، تحقیق حاضر با شناسایی مؤلفه‌های شایستگی کانونی شغلی ورزشکاران حرفه‌ای، تلاش دارد مدلی بدون به منظور تقویت این شایستگی‌ها و آمادگی شغلی بیشتر برای ورزشکاران حرفه‌ای ارائه نماید.

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع نظری- کاربردی است که به صورت پیمایشی انجام شد. جامعه پژوهش شامل صاحب نظران حوزه ورزش حرفه‌ای بودند. بدین منظور ۳۵ نفر (۱۵ زن و ۲۰ مرد) از مدیران، اساتید، مربیان و مشاوران حوزه ورزش حرفه‌ای کشور به صورت هدفمند انتخاب و در تحقیق شرکت نمودند. متغیرهای پرسشنامه از طریق بررسی منابع معتبر علمی خارجی و منابع داخلی در زمینه شایستگی کانونی جمع‌آوری شد و در نهایت پس از بررسی و غربالگری، متغیرهایی که بیشترین تکرار و تأکید را در مصاحبه‌ها و مقالات داشتند به عنوان متغیرهای اصلی انتخاب شدند. پرسشنامه نهایی پژوهش مشتمل بر ۸۴ گویه بود که در ۱۶ مؤلفه شایستگی کانونی دسته‌بندی شدند. پرسش‌نامه تحقیق از نوع پاسخ بسته و مقیاس اندازه‌گیری سوالات لیکرت می‌باشد. سوالات ۷ گزینه‌ای و شامل گزینه‌های کاملاً مخالف، مخالف، کمی مخالف، بدون نظر، کمی موافق، موافق، کاملاً موافق با روش امتیازگذاری به ترتیب ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷ است. پرسش‌نامه‌ها به صورت حضوری بین نمونه‌ها توزیع و جمع‌آوری شد. در این پژوهش از مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) و روش حداقل مربعات جزئی (PLS) جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها و بررسی برازش مدل استفاده شده است. برای این منظور از نسخه سوم نرم‌افزار SmartPLS استفاده گردید.

یافته‌های پژوهش

در ابتدا روایی و پایایی سازه پژوهش طبق جدول ۱ مورد بررسی قرار گرفت.

جدول ۱: نتایج مربوط به تحلیل‌های روایی و پایایی متغیرهای پژوهش

مؤلفه	آلفای کرونباخ	Rho	پایایی مرکب	میانگین واریانس	وضعیت
استراتژیک	۰/۹۳۳	۰/۹۴۳	۰/۹۴۷	۰/۷۱۹	تایید
انتخاب شغل	۰/۹۰۰	۰/۹۰۵	۰/۹۳۱	۰/۷۷۲	تایید
بین‌المللی	۰/۹۲۲	۰/۹۲۸	۰/۹۴۲	۰/۷۶۵	تایید
تاثیرگذاری و تاثیرپذیری	۰/۹۱۰	۰/۹۱۴	۰/۹۳۷	۰/۷۸۹	تایید
حفظ شغل	۰/۹۵۳	۰/۹۵۹	۰/۹۶۲	۰/۸۰۹	تایید
دستیابی به شغل	۰/۹۱۱	۰/۹۱۵	۰/۹۳۳	۰/۷۳۷	تایید
رهبری و پیشرفت فردی	۰/۸۱۳	۰/۸۲۷	۰/۸۸۸	۰/۷۲۷	تایید
روانشناسی	۰/۹۳۹	۰/۹۴۳	۰/۹۵۳	۰/۸۰۴	تایید
سبک زندگی	۰/۹۳۹	۰/۹۴۱	۰/۹۵۲	۰/۷۶۸	تایید
سلامت	۰/۹۳۲	۰/۹۳۵	۰/۹۴۸	۰/۷۸۶	تایید
سیاسی	۰/۹۶۸	۰/۹۷۶	۰/۹۷۴	۰/۸۶۲	تایید
محیط زیستی	۰/۸۵۶	۰/۸۶۵	۰/۸۹۷	۰/۶۳۸	تایید
مدیریت ورزشی	۰/۹۳۳	۰/۹۳۵	۰/۹۴۹	۰/۷۹۰	تایید
موردی	۰/۹۴۷	۰/۹۵۰	۰/۹۵۶	۰/۷۳۱	تایید
نرم افزاری	۰/۹۲۴	۰/۹۳۰	۰/۹۴۳	۰/۷۶۸	تایید
کسب و کار	۰/۸۷۸	۰/۸۸۲	۰/۹۱۲	۰/۶۷۴	تایید

بررسی جدول فوق نشان می‌دهد که شاخص‌های مورد نظر در پژوهش حاضر از اعتبار مناسبی برخوردار هستند؛ بدین صورت که آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۷، شاخص Rho بالاتر از ۰/۷، پایایی مرکب بالاتر از ۰/۷ و میانگین واریانس بیشتر از ۰/۵ می‌باشد.

با توجه به تایید روایی و پایایی ابزار تحقیق با اطمینان می‌توان به گزارش نتایج مربوط به مدل نهایی پژوهش پرداخت. برای شناسایی همگرایی گویه‌ها با سازه خود، مقدار تی و بار عاملی آنان در جدول ۲ گزارش شده است.

جدول ۲: نتایج مربوط به تأیید گویه‌های شایستگی کانونی شغلی ورزشکاران حرفه‌ای

نتیجه	بار عاملی	مقدار t	سوالات	متغیر
تایید	۰/۹۲۷	۳۶/۴۶۶	توانایی هدف گذاری بلند مدت	شایستگی های استراتژیک
تایید	۰/۹۱۷	۲۹/۵۰۱	توانایی مشخص نمودن اهداف اصلی و اهداف فرعی	
تایید	۰/۹۲۹	۴۴/۰۲۹	توانایی آینده نگری و تحلیل مسائل آتی پیش رو مرتبط با شغل	
تایید	۰/۹۱۶	۳۱/۵۸۷	توانایی ارتقا و تمایل به یادگیری و یاددهی مادام العمر	
تایید	۰/۹۲۴	۳۵/۸۱۱	توانایی برنامه ریزی شغلی	
تایید	۰/۸۶۱	۱۲/۵۱۳	توانایی سازماندهی شغلی	
تایید	۰/۷۵۹	۸/۱۰۵	توانایی کنترل شغلی	
تایید	۰/۸۶۷	۱۷/۲۰۲	توانایی تشخیص نوع شخصیت	شایستگی های روانشناسی
تایید	۰/۹۳۱	۳۷/۵۷۷	توانایی ارتباط نوع شخصیت با شغل مورد نظر	
تایید	۰/۷۹۶	۷/۸۳۵	توانایی آشنایی با انواع انگیزش	
تایید	۰/۸۹۱	۲۷/۰۶۰	توانایی ارائه انگیزه با توجه به شخصیت افراد	
تایید	۰/۷۹۴	۱۳/۴۳۱	توانایی و تسلط به زبان بدن و استفاده به موقع از آن	
تایید	۰/۹۰۶	۳۲/۲۹۶	توانایی به روز رسانی اطلاعات سیاسی	شایستگی های سیاسی
تایید	۰/۹۴۸	۷۴/۳۰۹	توانایی جلب حمایت دیگران در جهت ارتقای شغلی	
تایید	۰/۹۶۵	۹۶/۶۷۰	توانایی ارتقای تفکر سیاسی بین همکاران و افراد زیر مجموعه	
تایید	۰/۹۳۶	۵۴/۶۵۹	توانایی استخراج مسائل موثر در ورزش	
تایید	۰/۸۶۴	۱۸/۹۲۹	توانایی تحلیل ورزشی از نظر رفتارهای سیاسی	
تایید	۰/۹۳۳	۴۶/۵۹۶	توانایی برقراری ارتباط میان رفتار سیاسی و شغل	
تایید	۰/۸۷۹	۲۳/۶۵۷	توانایی استخراج اطلاعات مرتبط با کسب و کارهای ورزشی	
تایید	۰/۸۰۹	۱۳/۶۳۱	توانایی به کارگیری فنون تجارت	شایستگی های کسب و کار
تایید	۰/۸۷۳	۱۹/۱۰۲	توانایی جذب کمک های فکری شرکت های دولتی و غیردولتی موفق در کسب و کار	
تایید	۰/۸۶۵	۲۰/۳۸۰	توانایی برقراری ارتباط با شرکت های برند در حیطه کسب و کار	
تایید	۰/۸۹۶	۳۸/۴۴۱	توانایی جذب اسپانسر (حمایت های مالی)	
تایید	۰/۸۸۰	۱۴/۸۲۳	توانایی حفظ سلامت جسمانی	
تایید	۰/۹۲۰	۲۸/۸۷۲	توانایی انتقال اطلاعات مرتبط با سلامتی	
تایید	۰/۹۶۰	۶۸/۸۳۸	توانایی به روز نگه داشتن اطلاعات مرتبط با سلامتی	
تایید	۰/۸۹۴	۲۳/۸۷۱	توانایی استفاده از روش های نوین ارتقای سلامت جسمانی	
تایید	۰/۸۴۶	۱۲/۶۴۶	توانایی استفاده از ظرفیت های ارگان های فعال در حیطه سلامت	

متغیر	سوالات	مقدار t	بار عاملی	نتیجه
شاخصی های مدیریتی ورزشی	توانایی مدیریت تیم ورزشی	۱۰/۹۵۱	۰/۹۵۰	تایید
	توانایی مدیریت سازمان ورزشی	۹/۶۸۴	۰/۸۸۲	تایید
	توانایی مدیریت رویدادهای ورزشی	۹/۶۵۵	۰/۹۳۰	تایید
	توانایی مدیریت اماکن ورزشی	۱۰/۴۴۲	۰/۸۷۲	تایید
	توانایی مدیریت و برنامه ریزی کلی	۵/۶۰۸	۰/۷۳۳	تایید
شاخصی های سبک زندگی	توانایی تدوین سبک زندگی فعال، سالم و به روز	۴/۱۵۱	۰/۵۹۸	تایید
	توانایی تحلیل و استفاده از انواع سبک های زندگی شغلی افراد موفق	۶/۳۴۷	۰/۷۱۸	تایید
	توانایی تحلیل و استفاده از انواع سبک های زندگی شغلی افراد برتر ورزشی	۸/۴۴۳	۰/۷۵۶	تایید
	توانایی به کارگیری برترین سبک زندگی شغلی در حیطه شغلی	۱۱/۸۹۳	۰/۹۲۱	تایید
	توانایی القای سبک زندگی شغلی بهینه به دیگران	۱۰/۵۰۷	۰/۸۸۸	تایید
شاخصی های نرم افزاری	توانایی برقراری ارتباط بین سبک زندگی با آینده شغلی	۱۰/۲۸۸	۰/۸۷۵	تایید
	توانایی تسلط به امور رایانه ای	۸/۳۸۱	۰/۸۲۰	تایید
	توانایی به کارگیری نرم افزارهای به روز در حیطه شغل ورزشی	۱۰/۷۶۱	۰/۹۲۸	تایید
	توانایی رفع مشکلات نرم افزاری	۱۰/۳۴۲	۰/۸۹۵	تایید
	توانایی رفع مشکلات سخت افزاری	۹/۵۲۵	۰/۸۶۵	تایید
شاخصی های تأثیرگذاری و تأثیرپذیری	توانایی استفاده حرفه ای از اینترنت و شبکه های بین المللی در جهت ارتقای شغل	۱۰/۲۲۵	۰/۸۹۰	تایید
	توانایی کنترل میزان تأثیرپذیری از سایر افراد و گروه ها	۹/۸۰۶	۰/۸۹۵	تایید
	توانایی تأثیرگذاری در روند رسانه ای مرتبط با شغل	۱۰/۷۱۱	۹۴۱	تایید
	توانایی تأثیرگذاری بر روی گروه های مرجع	۱۰/۳۴۸	۰/۹۳۲	تایید
شاخصی های بین المللی	توانایی تشخیص میزان تأثیرپذیری از اطلاعات دریافتی و بررسی درست بودن آنها	۱۰/۹۶۳	۰/۹۵۵	تایید
	توانایی استفاده از تجارب بین المللی	۱۰/۷۳۸	۰/۹۱۹	تایید
	توانایی برقراری ارتباط با افراد و سازمان های معتبر بین المللی	۹/۰۹۹	۰/۸۵۸	تایید
	توانایی تسلط به زبان بین المللی	۶/۴۶۶	۰/۷۰۰	تایید
	توانایی افزایش کیفیت شغلی از لحاظ بین المللی	۱۱/۱۴۶	۰/۹۳۴	تایید
شاخصی های محیط زیستی	توانایی رعایت اخلاق و احترام به دیگران در ارتباطات بین المللی	۹/۷۲۷	۰/۸۵۰	تایید
	توانایی استفاده از روش های نوین حفظ محیط زیست در حیطه شغلی	۹/۲۳۹	۰/۸۲۵	تایید
	توانایی جذب ارگان های فعال در زمینه محیط زیست	۱۰/۴۹۷	۰/۸۵۱	تایید
	توانایی ارتقای کیفیت شغلی در زمینه رعایت استانداردهای محیط زیستی	۱۰/۰۷۵	۰/۸۶۶	تایید
	توانایی تدوین چارچوب های زیست محیطی براساس استانداردهای جهانی	۵/۲۵۶	۰/۶۸۲	تایید
توانایی حمایت از برنامه های ارائه شده زیست محیطی	۵/۲۳۶	۰/۶۹۴	تایید	

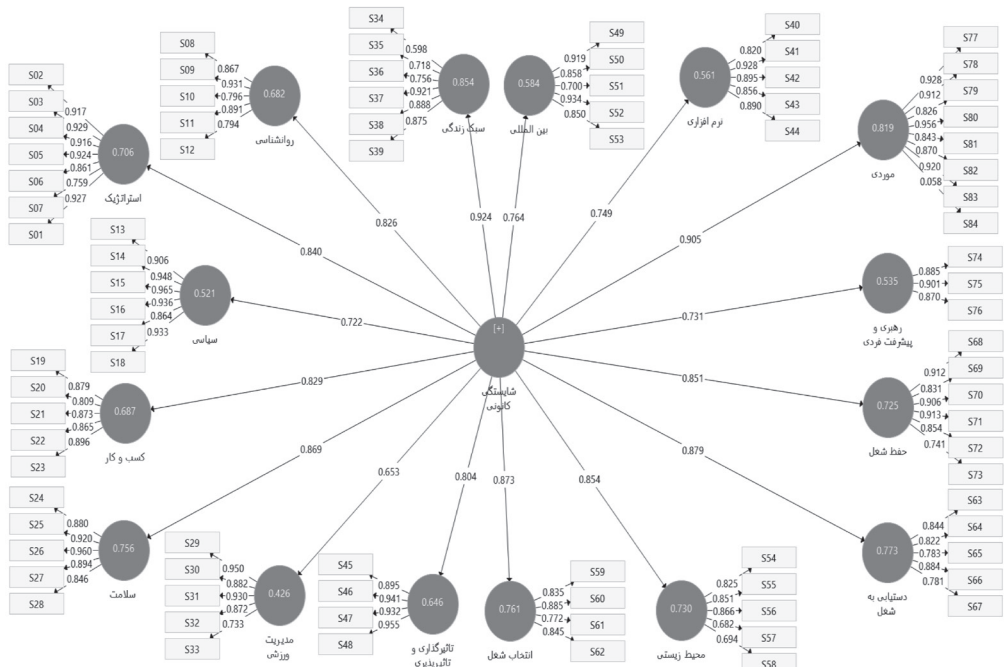
نتیجه	بار عاملی	مقدار t	سوالات	متغیر
تایید	۰/۸۳۵	۱۲/۳۳۳	توانایی شناسایی علائق، قابلیت ها و توانایی های شغل خود	شایستگی های انتخابی شغل
تایید	۰/۸۸۵	۱۲/۷۰۲	توانایی مرتبط ساختن علائق، قابلیت ها و توانایی ها با مشاغل مناسب	
تایید	۰/۷۷۲	۹/۸۴۰	توانایی انتخاب یک هدف شغلی مناسب	
تایید	۰/۸۴۵	۱۸/۳۰۱	توانایی تدوین یک مسیر شغلی مناسب	
تایید	۰/۸۴۴	۱۲/۶۸۴	توانایی تدوین یک رزومه شغلی	شایستگی های دستیابی به شغل
تایید	۰/۸۲۲	۹/۱۲۷	توانایی انجام یک پژوهش شغلی	
تایید	۰/۷۸۳	۸/۰۵۶	توانایی تهیه یک نامه درخواست شغلی	
تایید	۰/۸۸۴	۲۴/۲۰۵	توانایی در فن بیان	
تایید	۰/۷۸۱	۱۰/۷۱۲	توانایی به کارگیری فنون مصاحبه شغلی	
تایید	۰/۹۱۲	۱۴/۳۵۴	سر وقت بودن	شایستگی های حفظ شغل
تایید	۰/۸۳۱	۷/۸۴۴	توانایی ایجاد روابط انسانی مؤثر با دیگران	
تایید	۰/۹۰۶	۲۰/۷۶۷	مدیریت زمان	
تایید	۰/۹۱۳	۱۶/۵۳۳	دلسوزی	
تایید	۰/۸۵۴	۱۰/۸۳۲	توانایی جلوگیری از بروز مشکل	
تایید	۰/۷۴۱	۵/۲۹۷	احترام به دیدگاه های مخالف دیگران	
تایید	۰/۸۸۵	۲۷/۶۹۵	توانایی عضویت در گروه	
تایید	۰/۹۰۱	۱۳/۷۳۹	توانایی انجام سخنرانی برای یک گروه	شایستگی های رهبری و پیروان‌داری
تایید	۰/۸۷۰	۹/۶۳۰	توانایی رقابت موفق با هم‌متایان	
تایید	۰/۹۲۸	۱۷/۰۰۶	وفاداری	
تایید	۰/۹۱۲	۱۸/۱۶۶	نگرش مثبت	شایستگی های موردی
تایید	۰/۸۲۶	۸/۴۶۸	شوخ طبعی	
تایید	۰/۹۵۶	۲۲/۲۳۶	قاطعیت	
تایید	۰/۸۴۳	۱۲/۲۳۲	روحیه خدمتگزاری	
تایید	۰/۸۷۰	۱۲/۳۳۳	ریسک پذیری بالا	
تایید	۰/۹۲۰	۱۳/۲۳۴	انجام کار خوب بدون نظارت دیگران	
تایید	۰/۰۵۸	۰/۴۱۲	روحیه خیرخواهی	

نتایج نشان داد تمام گویه ها به غیر از گویه ۸۴ مورد تایید است. همچنین در جدول ۲، مقادیر ضریب مسیر ابعاد نیز تعیین گردید که نتایج نشان داد تمامی ضرایب مسیر معنی دار هستند و تمامی ابعاد به خوبی شایستگی کانونی را تبیین می کنند.

جدول ۳: مقادیر ضریب مسیر ابعاد شایستگی کانونی شغلی

بُعد - متغیر	ضریب مسیر	نتیجه	بُعد - متغیر	ضریب مسیر	نتیجه
استراتژیک ← شایستگی کانونی	۰/۸۴۰	تایید	نرم افزاری ← شایستگی کانونی	۰/۷۴۹	تایید
روانشناسی ← شایستگی کانونی	۰/۸۲۶	تایید	تاثیرگذاری ← شایستگی کانونی	۰/۸۰۴	تایید
سیاسی ← شایستگی کانونی	۰/۷۲۲	تایید	بین المللی ← شایستگی کانونی	۰/۷۶۴	تایید
کسب و کار ← شایستگی کانونی	۰/۸۲۹	تایید	محیط زیستی ← شایستگی کانونی	۰/۸۵۴	تایید
سلامت ← شایستگی کانونی	۰/۸۶۹	تایید	انتخاب شغل ← شایستگی کانونی	۰/۸۷۳	تایید
مدیریت ورزشی ← شایستگی کانونی	۰/۶۵۳	تایید	دستیابی به شغل ← شایستگی کانونی	۰/۸۷۹	تایید
سبک زندگی ← شایستگی کانونی	۰/۰۹۲۴	تایید	حفظ شغل ← شایستگی کانونی	۰/۸۵۱	تایید
موردی ← شایستگی کانونی	۰/۹۰۵	تایید	رهبری ← شایستگی کانونی	۰/۷۳۱	تایید

براساس نتایج مدل، ابعاد سبک زندگی (۰/۹۲۴)، موردی (۰/۹۰۵)، دستیابی به شغل (۰/۸۷۹)، انتخاب شغل (۰/۸۷۳)، سلامت (۰/۸۶۹)، محیط زیستی (۰/۸۵۴)، حفظ شغل (۰/۸۵۱)، استراتژیک (۰/۸۴۰)، کسب و کار (۰/۸۲۹)، روانشناسی (۰/۸۲۶)، تاثیرگذاری (۰/۸۰۴)، بین المللی (۰/۷۶۴)، نرم افزاری (۰/۷۴۹)، رهبری (۰/۷۳۱)، سیاسی (۰/۷۲۲) و مدیریت ورزشی (۰/۶۵۳) به ترتیب میزان اثر به صورت معنی داری شایستگی کانونی را تبیین می کنند.



شکل ۱: مدل تایید شده شایستگی های کانونی شغلی ورزشکاران حرفه ای

بحث و نتیجه گیری

هدف تحقیق حاضر، تعیین و ارزیابی مؤلفه‌های شایستگی کانونی شغلی ورزشکاران حرفه‌ای می‌باشد. یافته‌های مدل پژوهش نشان داد که تمامی ابعاد شایستگی کانونی ورزشکاران حرفه‌ای مورد مطالعه به صورت معنی‌داری تبیین‌کننده آن بودند و به ترتیب میزان اثر شامل سبک زندگی، موردی، دستیابی به شغل، انتخاب شغل، سلامت، محیط زیستی، حفظ شغل، استراتژیک، کسب و کار، روانشناسی، تاثیرگذاری، بین‌المللی، نرم‌افزاری، رهبری، سیاسی و مدیریت ورزشی هستند.

در تفسیر معنی‌داری نقش اثر ابعاد مذکور در تبیین مقوله شایستگی‌های کانونی ورزشکاران می‌توان گفت از آنجا که ورزشکاران مهم‌ترین سرمایه انسانی و دارای نقش عملکردی در حوزه ورزش هستند و دوره ورزشکاری به عنوان یک دوره پایه در مسیر ورزشی - شغلی است - چنان‌که خیلی از افراد در حوزه ورزش بعد از دوره ورزشکاری حرفه و شغل انتخاب می‌کنند - بنابراین شایستگی‌های شغلی و کارآفرینی برای آن‌ها دامنه و تنوع بیشتری دارد. علاوه بر این، ورزش حرفه‌ای از دو منظر الف) پیشرفته و فنی بودن و ب) تجاری و شغلی بودن با مولفه‌های مختلفی از این شایستگی‌ها سروکار دارد. همچنین به دلیل شرایط اقتصادی کشور و پیچیده شدن فرایند اشتغال ورزشکاران می‌توان گفت که آن‌ها به شایستگی‌های بیشتری نیاز دارند تا آمادگی شغلی برای مشاغل بیشتری داشته باشند.

در تفسیر اولویت شایستگی‌های سبک زندگی و موردی نسبت به سایر شایستگی‌ها نیز می‌توان گفت از آنجا که دوره ورزشکاری به دلیل نیاز به حفظ قابلیت‌های ورزشی در مسابقات نیازمند یک سبک زندگی (رفاهی، تغذیه‌ای، فراغتی، و...) می‌باشد و همچنین منش ورزشکاری با مولفه‌های ویژه‌ای در جامعه شناخته می‌شود، لذا این دو مولفه نقش محوری در موفقیت ورزشی و شغلی آن‌ها ایفا می‌کنند و می‌توانند نسبت به سایر مولفه‌ها اولویت داشته باشند. بیشتر تحقیقات گزارش کرده‌اند که شایستگی کانونی ضرورتاً بر دانش و مهارتی تأکید دارد که شامل ویژگی‌های مرتبط به هم است و می‌تواند تعداد متغیرهایی را که عملکرد شغلی را تبیین و پیش‌بینی می‌کنند، افزایش دهد (کلاردی، ۲۰۰۸). به صورت کاربردی تر می‌تواند گفت که ورزشکاران حرفه‌ای با بهبود سبک زندگی و ارتقای مولفه‌های موردی خود بهتر می‌توانند مسیر اشتغال خود را برنامه‌ریزی و پیگیری نمایند.

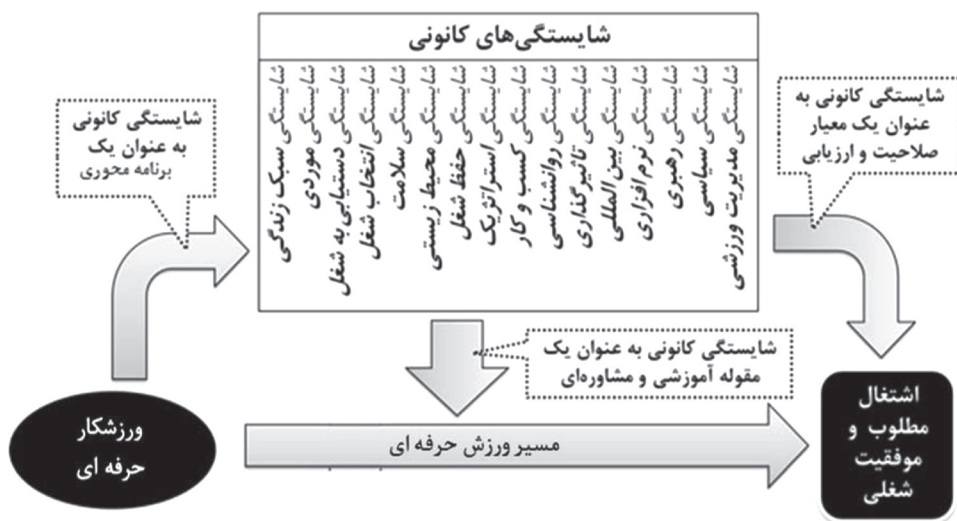
در همین راستا شایستگی‌های مدیریتی و سیاسی از کمترین اولویت برخوردار بود که می‌تواند بیانگر کارکرد این دو شایستگی در حرفه ورزشکاری باشد، زیرا حرفه ورزشکاری از جنبه‌های بسیاری منحصر به فرد و قائل به یک سازوکار ورزشی - اجتماعی - تجاری می‌باشد و شایستگی‌های مدیریتی و سیاسی نقش کمتر مشهودی در موفقیت آنها دارد.

نکته دیگری که در ارتباط با تبیین اولویت ابعاد شایستگی کانونی تحلیل شده در این پژوهش می‌توان گفت این است که آن چه موجب تفاوت یک شایستگی کانونی بین اعضای یک مجموعه می‌شود، نوع شایستگی نیست، بلکه سطوح شایستگی است - ورزش حرفه‌ای نیز بالاترین سطح ورزش از لحاظ مهارتی و فنی است. شایستگی‌های کانونی و سطوح آن از یک فرد به فرد دیگر تفاوت دارد و لزوماً نمی‌توان مجموعه شایستگی‌هایی

که به فرض در یک حرفه خاص تعریف شده است و مورد استفاده قرار می‌گیرد را به سایر حرفه‌ها تعمیم داد. بنابراین ابعاد مختلف شایستگی هر کدام در شرایط مرتبط با خود دارای اهمیت هستند. ابعاد شناسایی شده در تحقیقات داخلی مانند خروشی و همکاران (۱۳۹۶)، صالحی عمران و همکاران (۱۳۹۵)، ایرجی راد و ارداغان (۱۳۹۵)، تنو (۱۳۹۴) و گل‌باز و یعقوبی (۱۳۹۴) و تحقیقات خارجی مانند تانلوت و تامسوک (۲۰۱۱)، کوئینگ و همکاران (۲۰۱۳) و براون و همکاران (۲۰۱۶) با بسیاری از ابعاد این پژوهش از لحاظ نوع و اولویت تشابه دارند، اما به دلیل تفاوت در جامعه آماری برخی موارد در این پژوهش متفاوت است. در تحقیقات داخلی حوزه ورزش، قلی‌پور (۱۳۹۵)، عیدانی (۱۳۹۵) و میرقاسمی (۱۳۹۴) نیز در بررسی شایستگی‌های شغلی دانشجویان تربیت بدنی مولفه‌های مرتبط با شغل را در اولویت بالاتری گزارش کرده‌اند.

۳۰۳

در نهایت چارچوب و نتایج پژوهش را می‌توان به صورت کاربردی و سیستمی مانند شکل زیر مورد بررسی قرار داد. براساس شکل می‌توان گفت در مسیر ورزش حرفه‌ای، شایستگی‌های کانونی می‌توانند به عنوان یک برنامه محوری ورودی سیستم، همینطور در قالب یک فعالیت آموزشی و مشاوره‌ای در فرایند و به عنوان یک معیار صلاحیت و ارزیابی در فرایند خروجی که موجب اشتغال مطلوب و موفقیت شغلی گردد مورد توجه قرار بگیرد.



شکل ۲: مدل تفسیری پژوهش

به صورت کلی براساس یافته‌های پژوهش می‌توان گفت شایستگی‌های کانونی به عنوان یک توانمندی و نگرش به آینده شغلی و نیز تفکر پیش‌بیننده، علاوه بر اینکه ارتباط قوی و پویایی با هم دارند می‌توانند در اشتغال و کارآفرینی ورزشکاران حرفه‌ای بسیار تعیین کننده باشند. از این رو، توجه مدیران و خود ورزشکاران به شایستگی‌های کانونی می‌تواند سبب افزایش اهمیت آن در جامعه ورزشکاران شود و به ارتقای آمادگی شغلی

در ورزشکاران بینجامد.

در نهایت براساس یافته‌های پژوهش پیشنهادهای زیر جهت ارتقای سیستم مدیریت خدمات شغلی ورزشکاران کشور ارائه می‌گردد:

- ابعاد و مولفه‌های شناسایی شده در این پژوهش به عنوان یک چارچوب ارزیابی صلاحیت حرفه‌ای برای ورزشکاران مورد ارزیابی قرار گیرد.
- برنامه‌های آموزش و توانمندسازی شغلی ورزشکاران برای دوران پس از قهرمانی بر این ابعاد شایستگی متمرکز شوند.
- در اعطای فرصت‌های شغلی و تسهیلات حمایتی کارآفرینی برای اشتغال ورزشکاران به شایستگی‌های بحث شده در این پژوهش توجه شود.

منابع

- ایرجی راد، ارسلان و ارداغیان، زهره. (۱۳۹۵). «تحلیل عاملی مؤلفه‌های شایستگی‌های کانونی در برنامه آموزشی». فصلنامه اندازه‌گیری تربیتی (دانشگاه علامه طباطبائی). دوره هفتم، شماره ۲۶، صص ۷۷ - ۱۰۰.
- تنو، زهره. (۱۳۹۳). «تدوین الگوی شایستگی کانونی تخصصی و سنجش آن در میان دانشجویان دوره کارشناسی علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه‌های تهران، شهید چمران اهواز، شیراز و فردوسی مشهد». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه چمران اهواز.
- جانعلی زاده چوب‌بستی، حیدر؛ خاکزاد، سیده زینب و مرادی، فاطمه. (۱۳۹۲). «شایستگی‌های کانونی دانشجویان دانشگاه مازندران؛ ارتقا یافت؟». مطالعات برنامه‌ریزی آموزشی. دوره ۱، شماره ۲، صص ۶۱-۱۱۲.
- روابط عمومی کمیته ملی المپیک. (۲۰۱۲). کنفرانس لس آنجلس. لس آنجلس، کمیته ملی المپیک
- سازمان جهانی کار. (۲۰۰۸). جوانان و کار. تهران: انتشارات سازمان ملی جوانان
- شعبانی، عباس. (۱۳۸۸). «مطالعه سیاست‌ها و راهبردهای ورزش همگانی نظام جامع توسعه ورزش کشور». پایان‌نامه.
- شهبازی، رحیم؛ فهیم‌نیا، فاطمه و حکیم‌زاده، رضوان. (۱۳۹۴). «تحلیل عاملی اکتشافی پرسشنامه تدوین مدل شایستگی آموزش علم اطلاعات و دانش‌شناسی مبتنی بر فناوری اطلاعات براساس تحلیل سرفصل‌ها و نیازهای بازار کار». فصلنامه پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات. دوره ۳۱، شماره ۲، صص ۵۱۱-۴۸۳.
- عیدانی، علی. (۱۳۹۵). «بررسی شایستگی‌های کانونی شغلی دانشجویان ورودی و خروجی رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه‌های دولتی شهر تهران». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.
- صالحی‌عمران، ابراهیم و حسن‌زاده بارانی کرد، سودابه. (۱۳۹۳). «آموزش شایستگی‌های کانونی در برنامه درسی به‌عنوان رویکرد جدید برای ایجاد ارتباط در مطالعات میان‌رشته‌ای». دو فصلنامه مطالعات برنامه درسی آموزش عالی. سال ۵، شماره ۱۰، صص ۴۵-۶۲.
- فیض، مهدی و بهادری‌نژاد، مهدی. (۱۳۸۹). «الگوی شایستگی؛ حرف‌های دانش‌آموختگان دانشکده‌های مهندسی نظام آموزش عالی ایران (مورد پژوهشی: دانش‌آموختگان دانشگاه صنعتی شریف)». آموزش مهندسی ایران. ۱۲(۴۶)، صص ۳۷-۶۸.
- قلی‌پور، علی. (۱۳۹۶). «تأثیر شایستگی‌های کانونی بر امید به اشتغال دانشجویان تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه‌های دولتی شهر تهران». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.
- گرابی، احسان و حیدری، غلامرضا. (۱۳۹۴). «نظریه شایستگی‌های کانونی، الگویی برای برنامه‌ریزی آموزش علم اطلاعات و دانش‌شناسی». تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی. دوره ۲۱، شماره ۳، صص ۴۶۷-۴۹۰.
- هاشمی‌افوس، محمود؛ همتی‌نژاد طولی، مهر علی؛ بنار، نوشین؛ مومنی‌پیری، سجاد و نوروزی، سعید. (۱۳۹۴). پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. شماره ۲۶، صص ۵۷ - ۶۹.
- Abbott, A. (2006). "Talent Identification and Development in Sport". A thesis submitted in partial fulfilment of the requirement of Edinburgh University for the degree of Doctor of Philosophy
- Brown, L. (2010). "Towards Defining Interprofessional Competences for Global

Health Education: Drawing on Educational Frameworks and the Experience of the UW-Madison Global Health Institute". Global Health Governance, 10(2).

- Bunk, G. P. (1994). "La transmisión de las competencias en la formación y perfeccionamiento profesionales en la RFA in Revista". CEDEFOP No.1.
- Cardwell, P., & Corkin, D. (2007). "Mentorship: The art and science". Paediatric Nursing, 19(4), 31 – 32.
- Cherry, M. (2006). "Planning for the After Life: AFL footballers' perception of career development programs". 4th National Honours Colloquium University of New South Wales.
- Clardy, A. (2008). "Human Resource Development and the Resource-Based Model of Core Competencies: Methods for Diagnosis and Assessment". Human Resource Development Review, Vol 7(4), pp:387-407.
- Deacon, K., Baldwin, A., Donnelly, K., Freeman, P., Himsworth, A., Kinoulty, S., Kynaston, M., Platten, J., Price, A. M., Rumsby, N. and Witton, N. (2017). "The National Competency Framework for Registered Nurses in Adult Critical Care: an overview". Journal of the Intensive Care Society, ISSN 1751-1437.
- Free, K. (2012). "Toward an understanding of elite female athletes career choices postcompetition". A dissertation submitted to the faculty of The University of Utah in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy.
- Hutchinson, M. (). "Early Career Development in the Spot Industry: Factors Affecting Employment". Submitted to the Office of Graduate Studies of Texas A&M University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Science.
- Koenig, T. W., Parrish, S. K., Terregino, C. A., Williams, J. P., Dunleavy, D. M., & Volsch, J. M. (2013). "Core personal competencies important to entering students' success in medical school: what are they and how could they be assessed early in the admission process?". Academic Medicine, 88(5): 613-603.
- Kouwenhoven, W. Howie, S. Plomp, T. (2003). "The role of needs assessments in developing competence-based education in Mozambican higher education". Perspectives in Education, Volume 21(1),
- Leedy, P. D., & Ormrod, J. E. (2013). Practical research: Planning and design. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education Inc.
- McKenna, V. & Connolly, C. & Hodgins, M. (2011). "Usefulness of a competency-based reflective portfolio for student learning on a Masters Health Promotion programme". Health Education Journal, 77(0), pp. 170-.571
- Nuntamanop, P, Kauranen, I, & Igel, B. (2013). "A new model of strategic thinking competency". Journal of Strategy and Management, 6(3), 242- 264

- Oregon Survey Reserch Laboratory. (2008). **Thinking about Your Future Jobs and Career: A Questionnaire.**
- Stormer, E. et al. (2014). **The Future of Work: Jobs and skills in 2030.** pp 10-12
- Takeda, Y. (2010). **Questionnaire Survey on Career Choice.**
- Tanloet, P. & Tuamsuk, K. (2011). **“Core com petencies for information professionals of That academic libraries in the next decade (A.D. 2010-2019)”**. The International Information & Library Review, 43, pp. 122-129
- Van, M. (2016). **IT CORE COMPETENCIES AND EMPLOYEE’S JOB PERFORMANCE: A DESCRIPTIVE CORRELATION STUDY IN SELECTED ORGANIZATIONS IN DAVAO CITY.**
- Vinzi, V., Trinchera, L., & Amato, S. (2010). **“PLS Path Modeling: From Foundations to Recent Developments and Open Issues for Model Assessment and Improvement”**. In V. Esposito Vinzi, W. W. Chin, J. Henseler & H. Wang (Eds.). Handbook of Partial Least Squares (pp. 47-82): Springer Berlin Heidelberg.

طراحی مدل مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه فرهنگی ورزشی استقلال تهران

شایان شهسواری نیک^۱

سید صلاح الدین نقشبندی^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۶/۱۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۹/۱۱

تلاش برای برقراری مسئولیت اجتماعی به باشگاه‌های ورزشی کمک می‌کند تا تأثیری مثبت بر پیشرفت، کار و جامعه داشته باشند. هدف این تحقیق، طراحی مدل مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه فرهنگی ورزشی استقلال تهران بود. این تحقیق با ماهیت اکتشافی و با هدف بسط دانش و شناخت موجود در مورد پدیده مسئولیت‌پذیری باشگاه استقلال انجام شد. همچنین این تحقیق بر مبنای جستجوی داده‌ها، دارای ماهیت کیفی است. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه صاحب‌نظران (مدیران و دست‌اندرکاران باشگاه فرهنگی ورزشی استقلال و اعضای هیئت علمی دانشگاه) بود. جهت نمونه‌گیری برای انجام مصاحبه‌های عمیق از روش نمونه‌گیری هدفمند و تکنیک نمونه‌گیری گلوله‌برفی استفاده شد. در مجموع ۱۱ مصاحبه با صاحب‌نظران انجام شد. نمونه‌گیری تا جایی تداوم یافت (۱۱ مصاحبه) که پژوهش به اشباع نظری رسید. پس از مطالعه و بررسی مبانی نظری، داده‌های خام به صورت استقرایی از مصاحبه‌های عمیق با نخبگان و متخصصان به دست آمد و به صورت هم‌زمان با اجرای مصاحبه‌ها و براساس رویکرد نظریه داده‌بنیاد با رویکرد گلیزری تجزیه و تحلیل شد. برای تعیین موثق بودن داده‌ها- که در تحقیقات کیفی معادل پایایی و روایی در تحقیقات کمی است- از دو روش بازکدگذاری توسط یک پژوهشگر دیگر و روش بازبینی اعضا استفاده شد.

۱. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Shayanshahsavarinik@gmail.com

۲. استادیار، مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

نتایج نشان داد که اصلی‌ترین حوزه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه استقلال شامل مسئولیت‌پذیری‌های اقتصادی، شفافیت، فرهنگی، اخلاقی، قانونی، خیرخواهانه، محیطی و دانشی است. چالش‌های باشگاه استقلال در حوزه مسئولیت‌پذیری اجتماعی موانع ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای است. همچنین راهبردهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه استقلال در دو سطح راهبردهای اساسی یا کلان و راهبردهای عملیاتی قرار داشت. سرانجام مشخص گردید که اصلی‌ترین پیامدهای ایفای نقش مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه استقلال شامل پیامدهای تجاری و پیامدهای رفتاری است.

براین اساس می‌توان گفت که باشگاه‌های ورزشی با تمرکز بر مسئولیت اجتماعی می‌توانند پیش‌برنده سود و منفعت اجتماعی فراتر از منافع باشگاه و آن چیزی که قانون بایسته می‌دارد، باشند.

واژگان کلیدی: باشگاه‌های ورزشی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، چالش‌ها، راهبردها و پیامدها

مقدمه

امروزه در محیط بازار رقابتی، سازمان‌هایی می‌توانند در پیدا کردن راه‌های جدید برای بقا و ماندن موفق باشند که قبل از رقابت به مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان تمرکز کنند (باکوس^۱، ۲۰۱۴). مفهوم مسئولیت اجتماعی^۲ سازمانی که از اواسط دهه پنجاه میلادی و در پی توسعه کسب و کار و نیاز جوامع مطرح شده است، مسائل محیطی و فراسازمانی را مورد توجه قرار داده و در جستجوی راهکارهای بهینه در فعالیت‌های سازمان می‌باشد. در صورتی که مسئولیت در قبال جامعه پیرامونی را تعهد سازمان در زمینه پیامدهای فعالیت‌های اقتصادی تعریف کنیم، این موضوع از جهان باستان تا دنیای مدرن امروزی وجود داشته و قابل استناد می‌باشد (عباسی، ۲۰۱۵). مفهوم مسئولیت اجتماعی سازمان شامل موضوعاتی مرتبط با رفتار سازمان در محیط اجتماعی بوده و فراتر از قلمروهای صرفاً اقتصادی است که سازمان‌ها به طور سنتی با آن‌ها در ارتباط هستند. وقتی زمینه‌ای را در نظر می‌گیریم که به طور خاص اقتصادی نیست، کسب و کارها با مجموعه‌ای از حقوق و مسئولیت‌های مرتبط با جامعه‌ای که آن‌ها را در بر گرفته است، رو به رو می‌شوند که به آن‌ها اجازه نمی‌دهد تا تنها بروی مدیریت اقتصادی به منظور دستیابی به اهداف خود تمرکز نمایند (عقیقه و آسان^۳، ۲۰۱۵). با این حال، پیچیدگی عناصر مورد مطالعه در پدیده‌های اجتماعی و برداشت‌های متفاوت دانشمندان از این پدیده‌ها، ارائه تعاریف واحد از آن‌ها را دشوار نموده است. با وجود فقدان تعریف واحد از مسئولیت اجتماعی، بیشتر آن‌ها به طریقی از تجارت و نیز خلق ارزش‌های اجتماعی نام برده‌اند و پاسخگویی سازمانی فراتر از الزامات قانونی را از ارکان آن دانسته‌اند. گروهی از پژوهشگران معتقد هستند که مسئولیت سازمان‌ها نسبت به جامعه و عامه مردم فراتر از ارائه خدمت و تهیه کالا می‌باشد و سازمان‌ها باید این مسئولیت را احساس کنند و نسبت به حل و فصل آنها همت گمارند، زیرا مشکلات جامعه بخشی از مشکلات آن‌ها محسوب می‌شود (بلمروت، دیسوردس و بودین^۴، ۲۰۱۳).

اگر قبول کنیم که پدیده ورزش به عنوان یک رکن تأثیرگذار در جامعه مدرن امروزی مطرح است، لازم است که کارکردهای آن را نیز مورد توجه قرار دهیم. ورزش دارای کارکردهای آشکار و پنهان مختلفی است که از مهم‌ترین آنها کارکرد اجتماعی می‌باشد (دولینگا، روبینسونوب و واشینگتون^۵، ۲۰۱۳). کوکلی^۶ (۲۰۰۹) اعتقاد دارد که ورزش یکی از فعالیت‌های بارز اجتماعی است که گاه به عنوان بنیاد هویت اجتماعی شخص به شمار می‌آید. از این رو، ورزش به عنوان یک آیین اجتماعی، ابعاد و نفوذی باور نکردنی دارد. همچنین، ورزش از نظر جامعه‌شناسی، پدیده‌ای اجتماعی تلقی می‌شود که دارای حیات و حرکتی مخصوص به خود می‌باشد و برای شناخت حقیقت آن باید علل و عوامل به وجود آورنده آن را شناخت. مبرهن است که پدیده اجتماعی ورزش تحت تأثیر شرایط فرهنگی و اقتصادی و فراز و نشیب‌های گوناگونی قرار دارد. از کارکردهای

1. Bakos
2. corporate social responsibility
3. Afifah & Asnan
4. Blumrodt,, Desbordes & Bodin
5. Dowlinga, Robinsonb & Washington
6. Coakly

پنهان اجتماعی ورزش می‌توان به ارتباط متقابل و آمیختگی تنگاتنگ آن با نهادهای اصلی و فرعی دیگر اقتصاد، سیاست، خانواده، آموزش و پرورش و مذهب اشاره کرد که این ارتباط در شرایط اجتماعی مطلوب و فرهنگ سالم موجب بروز کارکردهای مثبت و سودمند می‌شود و در شرایط اجتماعی نامطلوب و فرهنگ غلط سبب بروز کارکردهای منفی و زیانبار می‌گردد. در این راستا، باشگاه‌های ورزشی مراکز تصمیم‌سازی و فرهنگ پراکنی ورزش به شمار می‌روند و در این بین فوتبال به عنوان پرتعدادترین ورزش جهان نقش به‌سزایی را در آن ایفا می‌کند (هوآنگ، جین و کاو، ۲۰۱۵). اگرچه، انجام مسئولیت اجتماعی در ورزش از ابتدای ورزش و به انحای گوناگون وجود داشته و در بازی‌های المپیک باستان نیز این امر در قالب‌های گوناگون مانند کمک به ورزشکاران فقیر جهت شرکت در مسابقات صورت می‌گرفته، اما طی سال‌های گذشته نیز پروژه‌ای در جهت توسعه و حمایت ورزش حرفه‌ای در ارتقای جوامع سالم صورت گرفته است؛ چنان که فقط در کشور کانادا و آمریکا حدود ۴۰۰ طرح در زمینه لیگ‌های پایه، طرح‌های خیریه و نوع‌دوستی به انجام رسیده است (جانکالوآ، ۲۰۱۴). می‌بینیم که مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی مسئله‌ای است که خود دارای شاخص‌ها و مشخصه‌های مختلفی است. از جمله آن‌ها می‌توان به فراگیر بودن ورزش اشاره کرد که منجر به ارتقای سازمان‌های ورزشی به عنوان عنصری اثرگذار بر جامعه، از یک سو و تبدیل شدن به یک تجارت بزرگ، از سوی دیگر می‌شود (جانکالوآ، ۲۰۱۴). همچنین سازمان‌های ورزشی با مصرف‌کنندگان زیادی روبه‌رو هستند که کاملاً از جنبه‌های اجتماعی سیاست‌های سازمان آگاه هستند. به علت جایگاه ویژه باشگاه‌های فوتبال، پیوندی قوی میان باشگاه فوتبال و اجتماع به وجود آمده است. به دلیل تمایلات طرفداران، باشگاه باید به طرفدارانش چیزی بیشتر از یک بازی فوتبال ارائه دهد. باشگاه فوتبال هم مثل شهروندان، عضو و نیروی بانفوذی از جامعه است. یک باشگاه فوتبال نه تنها در زمین بازی، بلکه در فعالیت‌های خارجی مانند مسئولیت اجتماعی باعث پیشرفت جامعه می‌شود (لوکنهورست^۱، ۲۰۰۴).

اهمیت مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای سازمان‌ها و شرکت‌ها و به طور خاص باشگاه‌های ورزشی سبب شده است محققان به چرایی و چگونگی تحقق مسئولیت‌پذیری اجتماعی و پیامدهای آن در سازمان‌های مذکور گرایش پیدا کنند. در ادامه دستاوردهای حاصل از این تحقیق‌ها بیان می‌گردد.

یکی از این تحقیق‌ها که توسط هورنگ، هستو و تسائی^۲ (۲۰۱۹) انجام گرفت، نشان داد که برای پی‌ریزی مسئولیت‌پذیری اجتماعی در مدارس باید الگوی برنامه درسی برای دانش‌آموزان طرح‌ریزی شود. در تحقیقی دیگر فرانکوسیک و همکاران^۳ (۲۰۱۹) گزارش کردند که ورزش فوتبال نسبت به ورزش راگبی چشم‌انداز بین‌المللی تری دارد. لذا بحث مسئولیت‌پذیری اجتماعی در این حوزه بیشتر نمود پیدا می‌کند و ضرورت آن نیز به مراتب بیشتر است. آن‌ها اشاره کردند برجسته کردن ارزش‌های ورزشی، یکی از راه‌ها و زمینه‌های

1. Huang, Jin & Kao
2. Luetkenhorst
3. Horng, Hsu & Tsai
4. François et al.

تحقق مسئولیت پذیری اجتماعی نزد باشگاه‌های ورزشی است. در همین راستا زیمرس و همکاران (۲۰۱۹) نشان دادند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای باشگاه‌های ورزشی یک فرایند مهم و چندسطحی می‌باشد و اجرای موفق آن مستلزم تعبیه روش‌های مختلف مسئولیت‌پذیری است. منتظری و همکاران (۱۳۹۸) به این نتیجه رسیدند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی در فوتبال بر نگرش هواداران اثر مثبت و مؤثری دارد. به علاوه، اثر غیرمستقیم مسئولیت‌پذیری اجتماعی در فوتبال بر نگرش هواداران معنادار بوده و در این بین تصویر تیم و هویت تیمی نقش متغیر میانجی داشتند. همچنین حاتمی (۱۳۹۶) به این نتیجه رسید که بین اخلاق حرفه‌ای و مؤلفه‌های آن با سرمایه اجتماعی، مسئولیت اجتماعی و رفتار شهروندی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد و مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای قادر به پیش‌بینی این سه متغیر هستند. افزون بر این گزارش شد که رابطه مسئولیت اجتماعی و مؤلفه‌های آن با رفتار شهروندی نیز معنادار است و مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی قدرت پیش‌بینی رفتار شهروندی هواداران را دارا هستند. در ادامه براناکولستاپولوس، بایرز و شیلبری^۲ (۲۰۱۴) در پژوهشی که هدف از آن بررسی وضعیت تصمیم‌گیری در تیم‌های فوتبال انگلیس در رابطه با انجام مسئولیت اجتماعی بود، به این نتیجه رسیدند که تصمیم‌گیری مدیران بنیادهای خیریه باشگاه‌های فوتبال انگلستان متشکل از چهار فرایند اجتماعی (به طورهمزمان) هماهنگی، حفظ، توسعه و رقابت می‌باشد که این چهار مولفه به صورت همزمان باعث تعالی و پیشرفت خواهد شد.

بررسی مطالعات انجام شده در حوزه مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه‌های ورزشی نشان می‌دهد اصول مسئولیت اجتماعی بر این واقعیت تأکید می‌کنند که باشگاه‌های فوتبال باید متوجه تأثیر خود بر جامعه و در برابر جامعه مسئولیت‌پذیر باشند. کوکلی (۲۰۰۹) در همین زمینه بر این باور است که مسئولیت اجتماعی، به توصیف رابطه سازمان با مردم و ذی‌نفعان آن سازمان می‌پردازد. با انجام فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی، باشگاه فوتبال ارتباطش را با شهروندان اجتماع قوی‌تر می‌کند و در نتیجه، رضایت هواداران از باشگاه بیشتر می‌شود. یکی از مهم‌ترین ارجاعات مسئولیت اجتماعی برای باشگاه فوتبال، همین رضایت افزایش یافته هواداران است که باشگاه می‌تواند از طریق فروش بیشتر و بهتر، درآمد بیشتری کسب کند (رابرتسون و همکاران^۳، ۲۰۱۹). در این بین، در کشور ما باشگاه فرهنگی ورزشی استقلال تهران به عنوان یکی از پرافتخارترین تیم فوتبال باشگاهی در ایران دارای ویژگی‌ها و مزیت‌هایی است که آن را از درجه اهمیت بیشتری برخوردار می‌سازد. این باشگاه به واسطه برخورداری از میلیون‌ها طرفدار در داخل و خارج از کشور دارای ذخیره عظیم اجتماعی است که در صورت پردازش درست این نیروی اجتماعی می‌تواند دارای کارکردهای مفید اجتماعی باشد؛ اما متأسفانه، به پدیده مسئولیت‌پذیری اجتماعی در این باشگاه توجه نشده و مدلی برای اینکه چگونه مسئولیت‌پذیری اجتماعی در این باشگاه باید رشد و توسعه پیدا کند، وجود ندارد. بنابراین این پژوهش درصدد است مدلی را برای پدیده مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه فرهنگی ورزشی استقلال تهران ارائه نماید.

1. Zeimers et al.
2. Anagnostopoulos, Byers & Shilbury
3. Robertson et al.

روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق با ماهیت اکتشافی و با هدف بسط دانش و شناخت موجود در مورد راهبردهای مسئولیت‌پذیری باشگاه استقلال انجام شد. هدف از تحقیقات اکتشافی، روش‌نگری مفاهیم، جمع‌آوری تعاریف، کسب بینش و تصحیح مسائل و ایده‌هاست. همچنین این تحقیق بر مبنای جستجوی داده‌ها، دارای ماهیت کیفی است. در این تحقیق از راهبرد نظریه داده-بنیاد رویکرد گلیر استفاده شد. با استفاده از این راهبرد پژوهشگر می‌تواند از میان حجم انبوهی از داده‌ها، به شکلی سیستماتیک و جوه اشتراک را استخراج کند. این راهبرد از نوعی رویکرد استقرایی بهره می‌گیرد. هدف عمده این راهبرد، تبیین یک پدیده از طریق مشخص کردن عناصر کلیدی (مفاهیم، مقوله‌ها و قضیه‌ها) آن پدیده و سپس طبقه‌بندی روابط این عناصر درون بستر و فرایند آن پدیده است. تولید و خلق مفاهیم، مقوله‌ها و قضیه‌ها نیز فرایندی از چرخ‌های تکراری است. در این روش سؤالات پژوهش به جای آنکه به شکل فرضیه‌هایی خاص مطرح شوند، باید باز و کلی باشند. به منظور ارائه یک مدل شماییک از یافته‌های برخاسته از داده‌های کدگذاری شده، سه فرایند همپوش کدگذاری اولیه، کدبندی محوری و کدبندی گزینشی انجام شد. در اجرای تحقیق، جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها به طور آگاهانه هم‌زمان انجام شد و گردآوری داده‌های اولیه به منظور شکل‌گیری روند جمع‌آوری مداوم داده‌ها صورت گرفت. با این کار برای پژوهشگر فرصتی فراهم شد تا میزان کفایت مقوله‌های مناسب را افزایش دهد. از آنجا که فرایند این تحقیق دارای لایه‌های مختلفی است، خلاصه پیازه (لایه‌های) فرایند پژوهش به شرح زیر است:

جامعه آماری در این تحقیق شامل صاحب‌نظران (مدیران و دست‌اندرکاران باشگاه فرهنگی ورزشی استقلال و اعضای هیأت علمی دانشگاه) بودند. جهت نمونه‌گیری برای انجام مصاحبه‌های عمیق، از روش نمونه‌گیری هدفمند و تکنیک نمونه‌گیری گلوله‌برفی استفاده شد. برای اجرای نمونه‌گیری ابتدا فهرستی از خبرگان و متخصصان شامل استادان دانشگاه و مدیران و دست‌اندرکاران باشگاه فرهنگی ورزشی استقلال -براساس اینکه این افراد آشنای با مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشند و در زمینه مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارای تجربه کاری، کتاب و یا مقاله علمی - پژوهشی تألیف شده باشند- تهیه و سپس با آنها مصاحبه عمیق و گروه‌های کانونی برگزار شد. پس از اتمام هر مصاحبه از هر یک از افراد مورد مصاحبه خواسته شد تا سایر خبرگان را به محقق معرفی نمایند. این کار تا زمانی ادامه یافت که با تمام افراد معرفی شده از سوی خبرگان مصاحبه انجام شد. در مجموع ۱۱ مصاحبه با صاحب‌نظران انجام شد. در واقع، نمونه‌گیری تا جایی تداوم یافت (۱۱ مصاحبه) که پژوهش به اشباع نظری و کفایت رسید. پس از مطالعه و بررسی مبانی نظری، داده‌های خام به صورت استقرایی از مصاحبه‌های عمیق با نخبگان و متخصصان به دست آمدند و به صورت هم‌زمان با اجرای مصاحبه‌ها و براساس رویکرد نظریه داده-بنیاد تجزیه و تحلیل شدند. برای تعیین موثق بودن داده‌ها- که در تحقیقات کیفی معادل پایایی و روایی در تحقیقات کمی است- از دو روش بازکدگذاری توسط یک پژوهشگر دیگر و روش بازبینی اعضا براساس محاسبه ضریب کاپا استفاده شد. نتایج این آزمون به شرح جدول زیر است:

جدول ۱: محاسبه ضریب کاپا

ردیف	شماره مصاحبه	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	تعداد عدم توافقات	پایایی
۱	P3	۹	۴	۲	۰/۸۸۸
۲	P7	۱۲	۵	۴	۰/۸۳۳
۳	P9	۷	۳	۱	۰/۸۵۷
۲	P11	۱۱	۴	۲	۰/۷۲۷
	جمع	۳۹	۱۶	۹	۰/۸۲۰

لازم به ذکر است کلیه تحلیل‌های آماری با کمک نرم‌افزار Maxqda نسخه ۱۲ انجام شد.

۳۱۵

یافته‌های پژوهش

روند تجزیه و تحلیل داده‌ها براساس رویکرد نظریه داده-بنیاد در سه مرحله کدبندی باز، کدبندی محوری و کدبندی گزینشی (انتخابی) انجام شده است. در انتهای مراحل کدگذاری، لایه‌های مدل نهایی تحقیق به صورت تک تک و شماتیک ارائه گردیده است. در نهایت، مدل نهایی تحقیق با ترکیب کردن این لایه‌ها ارائه شده است:

کدبندی باز

نخستین مرحله در تحلیل نظریه داده-بنیاد، انجام کدبندی باز است. کدبندی باز از نظر واحد تحلیل به صورت سطر به سطر، عبارت به عبارت، بند به بند یا به صورت صفحه جداگانه انجام می‌شود. چنانچه واحد کدبندی، سطر باشد به هر یک از سطرها یا جمله‌ها، مفهوم یا کدی الصاق می‌شود. این کدها یا مفاهیم باید بتواند حداکثر فضای مفهومی و معنای آن را اشباع کنند. در این مرحله تمام اطلاعات کدبندی می‌شود (کریوگر و نیومن^۱، ۲۰۰۶). مرحله کدبندی باز دارای دو زیر مجموعه کدبندی اولیه^۲ یا سطح اول و کدبندی متمرکز^۳ یا سطح دوم است (محمدپور، ۱۳۹۲). در این قسمت به جای ارائه تمامی صفحات نگارش شده از مصاحبه‌ها و گروه‌های کانونی، فقط نکات کلیدی مصاحبه‌ها براساس حاشیه‌نویسی بر متون مصاحبه تعیین و ارائه شده است. به هر یک از این نکات کلیدی ارائه شده، یک کد اولیه داده شده است. شیوه کدگذاری اولیه به شرح جدول ۲ است.

1. Kreuger & Neuman
2. Level 1 coding
3. Focused coding

جدول ۲: نمونه‌ای از نکات کلیدی مصاحبه‌ها و گروه‌های کانونی به همراه کدگذاری باز

نشانگر	متن مصاحبه (نکات کلیدی)	گزاره‌های منطقی (کدهای باز)
P1	فقدان انرژی کافی برای دستیابی به مسئولیت‌پذیری اجتماعی از سوی باشگاه	فقدان انرژی کافی برای دستیابی به مسئولیت‌پذیری اجتماعی
P2	ضعف در زیرساخت‌های باشگاه‌ها یکی از موانع است	ضعف در زیرساخت‌ها
P3	فرهنگ جامعه-محوری در درون ارکان باشگاه نهادینه شود	فرهنگ جامعه-محوری
P4	باشگاه‌های دارای مسئولیت اجتماعی بالا به سرمایه‌هایی دست می‌یابند که دستیابی دیگران به آن سرمایه‌ها ممکن نیست	کسب درآمد بیشتر
P5	مشکلات قانونی و حقوقی در داخل کشور در زمینه مسئولیت‌پذیری اجتماعی وجود دارد	مشکلات قانونی و حقوقی
P6	فرهنگ سازمانی مناسبی در زمینه مسئولیت‌پذیری اجتماعی وجود ندارد	فقدان فرهنگ سازمانی مرتبط با مسئولیت‌پذیری اجتماعی
P7	وجود بسترهای لازم مانند نداشتن ورزشگاه اختصاصی	نداشتن ورزشگاه اختصاصی
P8	نبود بیش‌تعریف شده مرتبط با مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه‌ها	نبود بیش‌تعریف شده مرتبط با مسئولیت‌پذیری
P9	لزوم تولید MIS آمار تولید شده از حوزه‌های که نیاز به مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارد	لزوم تولید MIS
P10	خصوصی‌سازی و رعایت اصل ۴۴ قانون اساسی	رعایت اصل ۴۴ قانون اساسی

کدبندی محوری

مرحله دوم کدبندی داده‌ها در تحلیل نظریه داده-بنیاد، کدبندی محوری است. در این مرحله، مقوله‌ها به صورت یک شبکه با هم در ارتباط قرار می‌گیرند. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود در ضمن انجام تجزیه و تحلیل، پژوهش‌گر به کدهای اولیه متعددی دست یافته است. نکته مهم در این میان این است که این کدها باید مبنایی باشند؛ یعنی باید پدیده‌های مشابه با همدیگر طبقه‌بندی شوند، در غیراین صورت بین تعدادی زیادی مفاهیم گرفتار می‌شویم که نمی‌دانیم با آن‌ها چه کنیم. وقتی در داده‌ها پدیده خاصی را مشخص کردیم، آنگاه می‌توانیم مفاهیم را بر محور آن‌ها گروه‌بندی کنیم. این کار تعداد واحدهایی را که باید با آن‌ها کار کنیم، کاهش می‌دهد. روند طبقه‌بندی مفاهیم که به نظر می‌رسد به پدیده‌های مشابه ربط پیدا می‌کند، «مقوله‌پردازی» نامیده می‌شود. آنگاه به مقوله‌ای که پدیده‌ای را شامل می‌شود، یک اسم مفهومی می‌دهیم. باید توجه داشت که این اسم باید انتزاعی‌تر از اسامی مفهومی باشد (چارمز، ۲۰۰۶).

جدول ۳: نمونه‌ای از کدهای اولیه، کدبندی متمرکز و کدبندی محوری

کدبندی محوری	کد متمرکز شده	کد اولیه	نشانه‌گر
موانع ساختاری	آگاهی پایین مردم نسبت به مسئولیت پذیری اجتماعی	فقدان بینش تعریف شده مرتبط با مسئولیت پذیری	P1, P2, P6, P8
		آگاهی اندک افراد در مورد مسئولیت‌پذیری اجتماعی	P8, P2, P4, P7, P6
		ادراك پایین مصرف‌کنندگان	P4, P9, P4
		فقدان درک کافی از مسئولیت‌پذیری اجتماعی	P1, P8, P4
		نیروی انسانی با تفکر غیرمسئولیت‌پذیری اجتماعی	P3
	آگاهی پایین مدیران و دست‌اندرکاران نسبت به مسئولیت‌پذیری اجتماعی	موانع دانشی و نگرشی	P2
		نبود نگاه مسئولیت‌پذیری در مسئولین	P1, P8
		عدم آگاهی مدیران	P1, P5, P7, P8, P10
		عدم آشنایی با مسائل مسئولیت‌پذیری اجتماعی از سوی دست‌اندرکاران	P3, P4, P5, P6, P8
	موانع رفتاری	نبود عزم راسخ در اجرای مسئولیت‌پذیری اجتماعی	فقدان انرژی کافی برای دستیابی به مسئولیت‌پذیری
ضعف مدیریت در اجرا			P1
عدم تمایل به اجرای مسئولیت‌پذیری اجتماعی			P6
منابع انسانی غیرمتخصص و ناکارآمد		مدیریت ناکارآمد	P2, P3
		نبود نیروی انسانی متخصص	P3, P4

کدبندی گزینشی

کدبندی گزینشی عبارت است از: چینش کدهای محوری در کنار هم براساس منطق و ارتباط دادن آن با سایر کدها؛ اعتبار بخشیدن به روابط و پر کردن جاهای خالی با کدهای است که نیاز به اصلاح و گسترش بیشتر دارند (چارمز، ۲۰۰۶). در واقع این مرحله انتزاعی‌ترین سطح کدگذاری است که از طریق آن روابط بین کدهای ایجاد شده تشریح می‌شود. برای رسیدن به یکپارچگی مورد نظر در این مرحله لازم است محقق پدیده اصلی را تنظیم و خود را به آن متعهد کند.

جدول ۴: ساخت مقولات اصلی

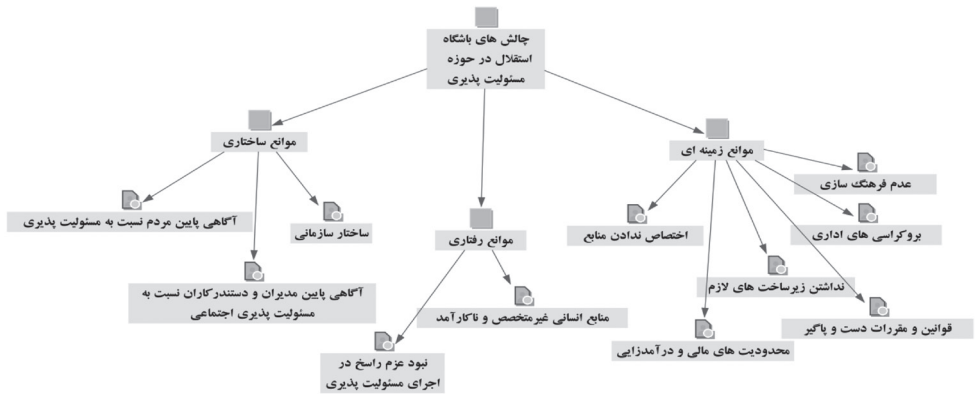
کدبندی گزینشی	کدبندی محوری	نشانیگر
چالش‌های باشگاه استقلال در حوزه مسئولیت‌پذیری اجتماعی	موانع ساختاری	P1, P2, P6, P8, P9, P7, P3, P10, P5, P4
	موانع رفتاری	P1, P6, P2, P3, P4
	موانع زمینه‌ای	P4, P8, P9, P5, P6, P3, P1, P7, P10, P11, P2
اصلی‌ترین حوزه‌های مسئولیت‌پذیری	مسئولیت‌پذیری اقتصادی	P1, P4, P8
	مسئولیت‌پذیری شفافیت	P1, P2, P3
	مسئولیت‌پذیری فرهنگی	P3, P6, P11, P4, P7
	مسئولیت‌پذیری اخلاقی	P4, P10, P6, P11
	مسئولیت‌پذیری قانونی	P4, P8
	مسئولیت‌پذیری خیرخواهانه	P4, P5, P7, P8, P11
	مسئولیت‌پذیری محیطی	P9, P10, P11
	مسئولیت‌پذیری دانشی	P9, P4, P7, P6, P2, P5
اصلی‌ترین پیامدهای ایفای نقش مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه استقلال	پیامدهای تجاری	P3, P9, P4, P1, P10, P7, P6, P5, P8
	پیامدهای رفتاری	P3, P9, P2, P7, P6, P11, P10, P8
راهبردهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه استقلال	راهبردهای اساسی	P1, P9, P5, P4
	راهبردهای عملیاتی	P8, P10, P11, P2, P6, P1, P4

ارائه شماتیک کدهای نظری

در این تحقیق برای نمایش کدهای نظری و قابل فهم بودن آن‌ها، لایه‌های تفکیک شده‌ای ارائه می‌شود و در نهایت براساس قرار گرفتن لایه‌ها در کنار هم، مدل نهایی تحقیق ارائه می‌شود.

چالش‌های باشگاه استقلال در حوزه مسئولیت‌پذیری اجتماعی

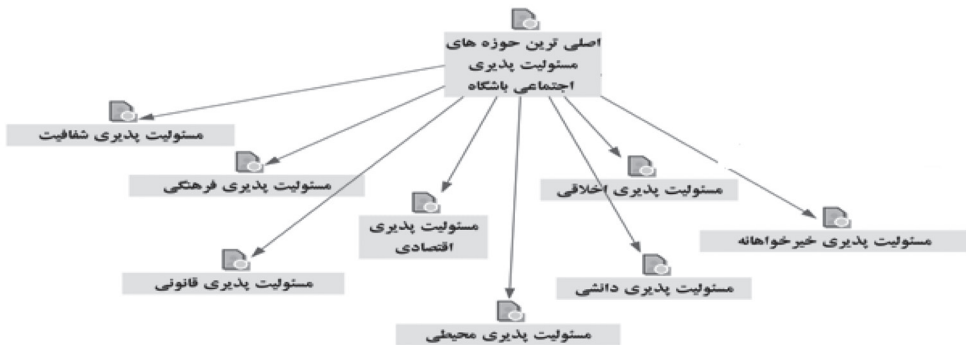
منظور از چالش، مؤلفه‌های است که مانع اجرای مسئولیت‌پذیری اجتماعی به شکل صحیح و بهینه در باشگاه می‌شود. چالش‌های باشگاه استقلال در حوزه مسئولیت‌پذیری اجتماعی در سه بعد ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای دسته‌بندی شده است.



شکل ۱: چالش‌های باشگاه استقلال در حوزه مسئولیت‌پذیری اجتماعی

حوزه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه استقلال

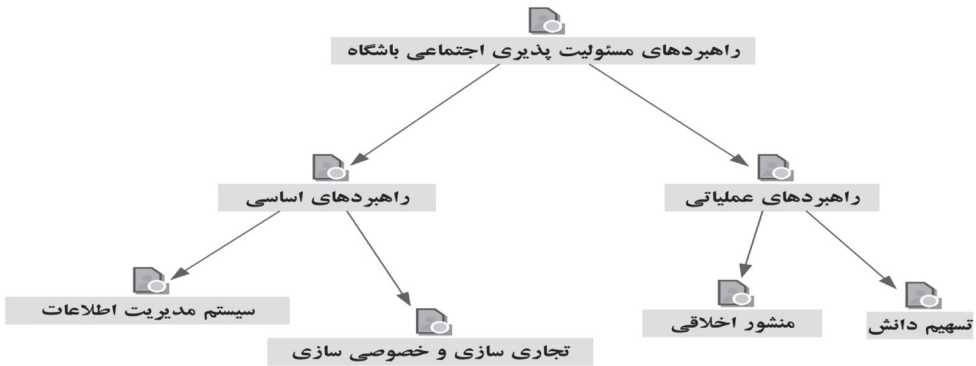
در این تحقیق حوزه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه استقلال شامل مؤلفه‌های مسئولیت‌پذیری دانشی، محیطی، خیرخواهانه، قانونی، اخلاقی، فرهنگی، شفافیت و اقتصادی است.



شکل ۲: حوزه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه استقلال

راهبردهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه استقلال

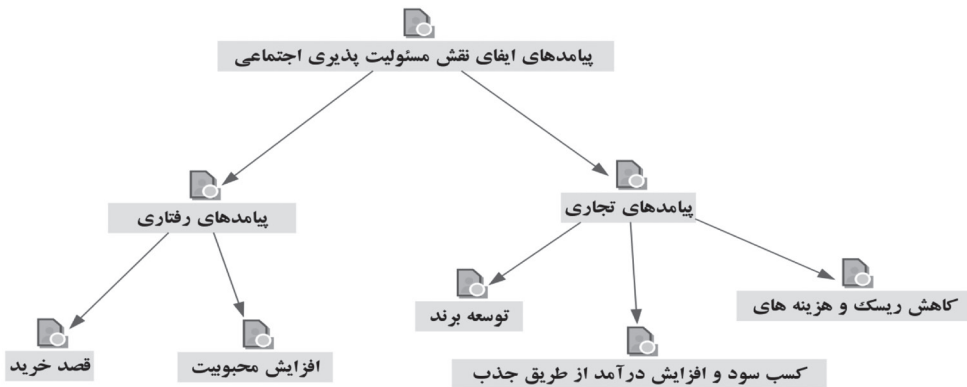
راهبردها، کنش‌ها یا برهم‌کنش‌های خاصی است که از پدیده محوری منتج می‌شود. در این تحقیق راهبردها به دو بخش راهبردهای اساسی و عملیاتی دسته‌بندی می‌شوند.



شکل ۳: راهبردهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی

پیامدهای ایفای نقش مسئولیت‌پذیری اجتماعی

پیامدها، برابندی است که حاصل به کارگیری مسئولیت‌پذیری اجتماعی در باشگاه استقلال می‌باشد و در این تحقیق به دو بخش پیامدهای رفتاری و تجاری دسته‌بندی می‌شود.



شکل ۴: پیامدهای ایفای نقش مسئولیت‌پذیری اجتماعی

بحث و نتیجه‌گیری

هدف این تحقیق، طراحی مدل مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه فرهنگی ورزشی استقلال تهران بود. نتایج نشان داد که مسئولیت اجتماعی باشگاه فرهنگی ورزشی استقلال تهران به ترتیب شامل ۸ بعد «مسئولیت‌پذیری دانشی»، «مسئولیت‌پذیری محیطی»، «مسئولیت‌پذیری قانونی»، «مسئولیت‌پذیری اخلاقی»، «مسئولیت‌پذیری فرهنگی»، «مسئولیت‌پذیری اقتصادی»، «مسئولیت‌پذیری شفافیت» و «مسئولیت‌پذیری خیرخواهانه» است. این یافته با نتایج مطالعه نیازی تبار (۱۳۹۷) همخوان است، چرا که در بسیاری از جهات مؤلفه‌های برآمده از

داده‌های این تحقیق با مؤلفه‌های برخاسته از نتایج تحقیق مذکور همسان است. از جمله دلایلی که این همسانی و همخوانی را می‌توان با آن ربط داد این است که در هر دو مطالعه، قلمرو مکانی منتصب به باشگاه‌های فوتبال بوده است با این تفاوت که قلمرو مکانی مطالعه حاضر نسبت به مطالعه نیازی تباری محدودتر و به طور خاص یکی از باشگاه‌های مطرح لیگ برتر بوده است. علاوه بر این، بررسی تعداد استنادهای انجام شده در زمینه مؤلفه‌های مذکور نشان می‌دهد که مسئولیت‌پذیری دانشی، مسئولیت‌پذیری خیرخواهانه و مسئولیت‌پذیری فرهنگی به ترتیب بیشترین نقش را در توضیح متغیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه فرهنگی ورزشی استقلال تهران دارند. این یافته با نتایج مطالعه نیازی تبار (۱۳۹۷) ناهمخوان است؛ چرا که در مطالعه مذکور مشخص گردید مسئولیت اخلاقی، قانونی و شفافیت بیشترین نقش را توضیح مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه‌های ورزشی دارد. مسئولیت‌پذیری اخلاقی به عنوان انتظارات جامعه از باشگاه مبنی بر آن است که ارزش‌ها و هنجارهای جامعه را مدنظر داشته باشد و به آن‌ها احترام بگذارد. این مسئولیت همچنین پایبندی به اصول اخلاقی، انجام‌های کارهای درست، عدالت، انصاف و احترام به حقوق مردم را در برمی‌گیرد. مسئولیت قانونی از باشگاه انتظار دارد که مأموریت‌های اقتصادی خود را در چهارچوب قانون پی‌گیری کند. این مسئولیت به عنوان لایه دوم از هرم مسئولیت‌پذیری اجتماعی مطرح شده است. علاوه بر این، در مسئولیت‌پذیری خیرخواهانه، باشگاه‌ها به طور داوطلبانه در طرح‌های اجتماعی از قبیل سازمان‌های خیریه و انسان دوستی سرمایه‌گذاری می‌کند. این مسئولیت‌پذیری به باشگاه اجازه می‌دهد هویت خود را براساس انتظارات ذی‌نفعان سازماندهی کند.

نتایج نشان داد چالش‌های باشگاه استقلال در حوزه مسئولیت‌پذیری اجتماعی شامل سه مانع ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای است. این یافته با نتایج مطالعات الهی و همکاران (۱۳۸۸) و رضانی (۱۳۸۶) ناهمخوان است، چرا که در مطالعات مذکور عدم استفاده از تبلیغات و تراز منفی و نبود درآمدهای روز مسابقه، همگی بر عدم بهره‌بردن از مسئولیت‌های اجتماعی اثرگذار بود. بررسی تعداد استنادهای انجام شده در زمینه مؤلفه‌های مذکور نشان می‌دهد مانع زمینه‌ای، مهم‌ترین مانع در سر راه اجرای مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای باشگاه مذکور می‌باشد. موانع زمینه‌ای، شرایط و عوامل محیطی برون‌سازمانی است که محیط باشگاه را احاطه کرده، با باشگاه تأثیر متقابل دارند و خارج از کنترل باشگاه هستند. علت اینکه این مانع بیشترین استناد را در بین موانع تحقق و اجرای مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای باشگاه استقلال دارد این است که هر باشگاهی همواره با نظام‌های محیطی در کنش و واکنش دائمی است. از این‌رو، همه علل و عواملی که امکان برقراری، تنظیم و واکنش به موقع و مناسب باشگاه نسبت به سایر نظام‌ها را فراهم می‌آورند، زمینه هستند. نشانگرهای موانع زمینه‌ای در این تحقیق مشمول عدم فرهنگ‌سازی، بروکراسی‌های اداری، اختصاص ندادن منابع، نداشتن زیرساخت‌های لازم، قوانین و مقررات دست و پاگیر و محدودیت‌های مالی و درآمدزایی است. در مقابل، موانع ساختاری ترکیبی از منابع مادی، مالی، اطلاعاتی و فنی است که در بدنه کلی ساختار باشگاه جاری می‌شوند. نشانگرهای موانع ساختاری در این تحقیق شامل ساختار سازمانی، آگاهی پایین مردم نسبت به مسئولیت‌پذیری، آگاهی پایین مدیران و دست‌اندرکاران نسبت به مسئولیت‌پذیری اجتماعی است. همچنین

عوامل رفتاری نیز شامل عوامل و روابط انسانی در باشگاه است که هنجارهای رفتاری، ارتباط غیررسمی و الگوهای ویژه به هم پیوسته و محتوای اصلی سازمان را تشکیل می‌دهند. در این تحقیق مشخص گردید که منابع انسانی غیرمتخصص و ناکارآمد و نبود عزم راسخ در اجرای مسئولیت‌پذیری اجتماعی توضیح دهنده مانع رفتاری است.

نتایج نشان داد برای مرتفع ساختن موانع اجرای مسئولیت‌پذیری اجتماعی در باشگاه استقلال باید راهبردهای عملیاتی و راهبردهای اساسی اتخاذ گردد. نشانگرهای راهبردهای اساسی یا کلان شامل تجاری سازی و خصوصی سازی باشگاه‌های فوتبال و سیستم مدیریت اطلاعات است. نشانگرهای راهبردهای عملیاتی نیز که مکمل راهبردهای اساسی هستند و به نوعی در راستای راهبردهای اساسی و کلان تعریف می‌شوند، مشمول تسهیم دانش و منشور اخلاقی می‌باشد. نتایج مطالعات لو و همکاران^۱ (۲۰۰۹)، دروبتز و همکاران^۲ (۲۰۱۴) و یوان و همکاران^۳ (۲۰۱۷) بر مبنای تئوری اقتضایی نشان می‌دهند که عمل به مسئولیت‌پذیری اجتماعی لزوماً منافع یکسانی برای همه شرکت‌ها با هر نوع راهبرد تجاری ندارد. تئوری اقتضایی این پدیده را تبیین می‌کند که مزایای مسئولیت اجتماعی با مطلوبیت در محیط داخلی و خارجی شرکت از طریق اتخاذ راهبردهای متنوع امکان‌پذیر است و هر اندازه تنوع راهبردها بیشتر باشد و بتوان بین راهبردهای اساسی و خرد تفاوت قائل شد، این مهم بهتر تحقق پیدا می‌کند.

سرانجام نتایج نشان داد در صورتی که راهبردهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی در باشگاه استقلال طرح‌ریزی و به اجرا درآید، پیامدهای رفتاری و تجاری برای این باشگاه حاصل می‌شود. پیامدهای رفتاری شامل افزایش محبوبیت و قصد خرید و پیامدهای تجاری نیز شامل کاهش ریسک و هزینه‌ها، توسعه برند، کسب سود و افزایش درآمد از طریق جذب است. این یافته با نتایج مطالعه روسکا^۴ (۲۰۱۱) همخوان است. به موجب یافته‌های پژوهش‌های مذکور، مسئولیت اجتماعی هر سازمان و باشگاه فوتبال می‌تواند مزایای نیز برای خود آن سازمان داشته باشد. از آنجا که باشگاه‌های فوتبال توانایی انجام مسئولیت‌های اجتماعی متعددی را دارند، بنابراین آن‌ها از این طریق می‌توانند با بخشی از جامعه ارتباط برقرار نمایند که خود منجر به افزایش هواداران خواهد شد. با افزایش تعداد هواداران که از پیامدهای انجام پروتکل مسئولیت اجتماعی باشگاه است، ذی‌نفعان از سود اقتصادی بیشتری بهره‌مند خواهند شد. مسئولیت اجتماعی همچنین می‌تواند بخشی از اخلاق حرفه‌ای یک باشگاه فوتبال را تشکیل دهد. باشگاه فوتبال می‌تواند در حالی که با فعالیت‌های اجتماعی موجب ارتباط قوی‌تر با جامعه می‌گردد، هدف والاتری مانند ایجاد رفاه بیشتر جامعه در داخل ورزشگاه و یا خارج از آن باشد. در این صورت باشگاه‌ها موقعیت‌های مناسبی برای گسترش و توسعه منفعت‌های ناشی از مسئولیت‌های اجتماعی دارند- البته این در صورتی است که بتوانند حسن نیت خود را در اجرای مسئولیت اجتماعی به نمایش گذارند.

1. Lu et al.
2. Drobetz et al.
3. Yuen et al.
4. Rosca

به طور کلی مسئولیت اجتماعی باشگاه اشاره به نقش باشگاه در سود رسانی به جامعه دارد. اصول مسئولیت پذیری اجتماعی بر این واقعیت تأکید می‌کند که کسب و کار و تیم‌های فوتبال باید درک کنند که آن‌ها بر جامعه تأثیرگذار هستند و باید در مقابل آن مسئول باشند. در صورتی که باشگاه‌ها این اصول را به درستی رعایت کنند، باشگاه‌های ورزشی می‌توانند با تمرکز بر مسئولیت اجتماعی پیش برنده سود و منفعت اجتماعی فراتر از منافع باشگاه و آن چیزی که قانون بایسته می‌دارد، باشند.

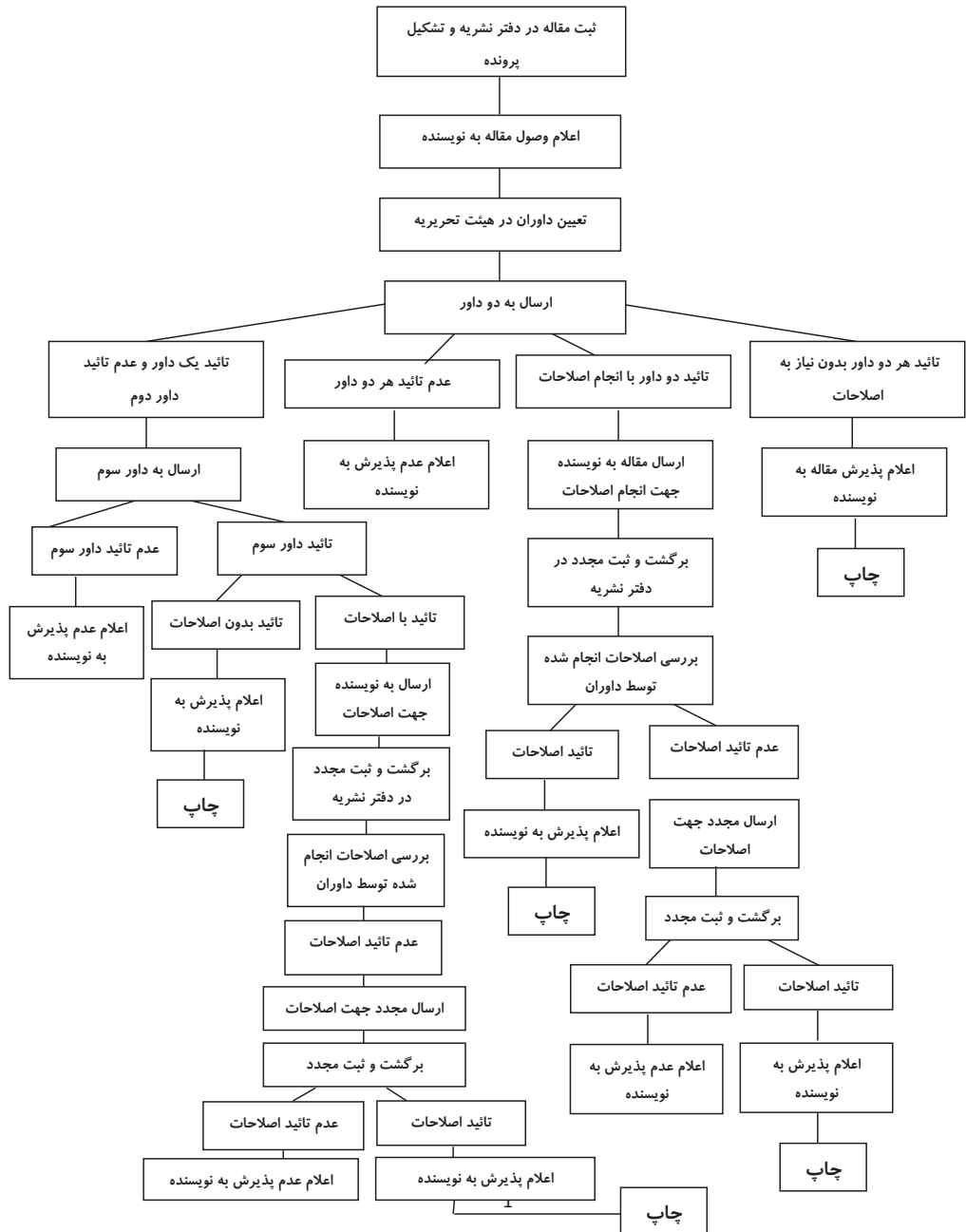
منابع

- حاتمی، سعید؛ آقایی، نجف؛ پورسلطانی زرنندی، حسین و اکبری یزدی، حسین. (۱۳۹۷). «نقش میانجی مسئولیت اجتماعی در رابطه اخلاق حرفه‌ای مدیران با رفتار شهروندی هواداران باشگاه‌های فوتبال». مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش. دوره ۵، شماره ۱، صص: ۸۹-۹۸.
- دانایی‌فرد، حسن و امامی، مجتبی. (۱۳۸۶). «تأملی بر نظریه‌پردازی داده بنیاد». اندیشه مدیریت. سال اول، شماره ۲، صص: ۶۹-۹۷.
- رمضانی‌نژاد، رضا. (۱۳۸۶). «پژوهش اقتصاد و سرمایه‌گذاری ورزش: مورد کاوی فوتبال». گزارش طرح پژوهشی، سازمان تربیت بدنی، دفتر ملی مدیریتی و توسعه ورزش کشور. صص: ۳۴-۳۵.
- فلیک، رافائل. (۱۳۸۱). «برنامه‌ریزی برای بهبود وضعیت زندگی: از استاندارد زندگی تا کیفیت زندگی». محمد تقی‌زاده مطلق. جستارهای شهرسازی. شماره ۱، صص: ۱۷-۲۶.
- محمدپور، احمد. (۱۳۹۲). روش تحقیق کیفی ضد روش ۱ مراحل و رویه‌های علمی در روش‌شناسی کیفی. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان
- منتظری، امیر؛ طالب‌پور، مهدی؛ اندام، رضا و کاظم‌نژاد، انوشیروان. (۱۳۹۸). «نقش مسئولیت‌های اجتماعی در نگرش هواداران فوتبال ایران». مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۵۳، صص: ۱۵۷-۱۸۰.
- نیازی‌تبار، مریم. (۱۳۹۷). «طراحی مدل مسئولیت اجتماعی فوتبال در ایران با رویکرد نگاشت شناختی». رساله دکتری، رشته تربیت بدنی، گرایش مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه صنعتی شاهرود. صص: ۱-۳.
- الهی، علیرضا. (۱۳۸۸). «موانع و راهکارهای توسعه اقتصادی صنعت فوتبال». رساله دکتری، رشته تربیت بدنی، گرایش مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران.
- Abassi, M. H. (2015). "Foundation charity football players". Spectators News Magazine, 183. 11-16. (Persian).
- Afifah, N., & Asnan, A. (2015). "The impact of corporate social responsibility, service experience and intercultural competence on customer company identification, customer satisfaction and customer loyalty (case study: PDAM Tirta Khatulistiwa Pontianak West Kalimantan)". Procedia-Social and Behavioral Sciences, 211, 277-284.
- Bakos, L. (2014). "Decision-making and managerial behaviour regarding corporate social responsibility in the case of small and middle-sized companies". Procedia-social and behavioral Sciences, 124, 246-254.
- Anagnostopoulos, C., Byers, T., & Shilbury, D. (2014). "Corporate social responsibility in professional team sport organisations: Towards a theory of decision-making". European Sport Management Quarterly, 14(3), 259-281.

- Blumrod, J., Desbordes, M., & Bodin, D. (2013). **“Professional football clubs and corporate social responsibility”**. Sport, business and management: an international journal, 3(3), 205-225.
- Charmaz, K. (2006). **Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative analysis**. Sage
- Coakley, J. (2009). **Sport in society: Issues and Controversies**. (10th ed). New York: Mcgraw-Hill
- Dowling, M., Robinson, L., & Washington, M. (2013). **“Taking advantage of the London 2012 Olympic Games: Corporate social responsibility through sport partnerships”**. European Sport Management Quarterly, 13(3), 269-292.
- Drobotz, W., Merikas, A., Merika, A., & Tsionas, M. G. (2014). **“Corporate social responsibility disclosure: The case of international shipping”**. Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review, 71, 18-44.
- François, A., Bayle, E., & Gond, J. P. (2019). **“A multilevel analysis of implicit and explicit CSR in French and UK professional sport”**. European Sport Management Quarterly, 19(1), 15-37.
- Horng, J. S., Hsu, H., & Tsai, C. Y. (2019). **“Learning corporate ethics and social responsibility: Developing an influential curriculum for undergraduate tourism and hospitality students”**. Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education, 24, 100-109.
- Huang, F. H., Ye, Y. J., & Kao, C. H. (2015). **“Developing a novel Intuitionistic Fuzzy Importance–performance Analysis for evaluating corporate social responsibility in sport tourism event”**. Expert Systems with Applications, 42(19), 6530-6538.
- Jankolova, M. (2016). **“Approaches to the evaluation of corporate social responsibility. 3rd Global Conference on Business, Economics, Management and Tourism”**. Procedia Economics and Finance, 580–7.
- Kreuger, L., & Neuman, W. L. (2006). **“Social work research methods: qualitative and quantitative approaches: with Research Navigator”**. Pearson/Allyn and Bacon
- Lu, C. S., Lin, C. C., & Tu, C. J. (2009). **“Corporate social responsibility and organisational performance in container shipping”**. International Journal of Logistics: Research and Applications, 12(2), 119-132.

- Luetkenhorst, W. (2004). **“Corporate social responsibility and the development agenda”**. *Intereconomics*, 39(3), 157-166.
- Mehr Ayen, M. R. (2015). **Sociological theories and sports**. Published by Sociologists. Tehran. First Edition.
- Michie, J., Oughton, C., & Walters, G. (2006). **“The state of the game: the corporate governance of football clubs”**. Birbeck University of London, Football Governance Research Centre, 1-189.
- Rosca, V. (2011). **“Corporate social responsibility in English football: history and present”**. *Management & Marketing*, 6(2), 327.
- Robertson, J., Eime, R., & Westerbeek, H. (2019). **“Community sports clubs: are they only about playing sport, or do they have broader health promotion and social responsibilities?”**. *Annals of Leisure Research*, 22(2), 215-232.
- Walker, M., & Parent, M. M. (2010). **“Toward an integrated framework of corporate social responsibility, responsiveness, and citizenship in sport”**. *Sport Management Review*, 13(3), 198-213.
- Yuen, K. F., Thai, V. V., & Wong, Y. D. (2017). **“Corporate social responsibility and classical competitive strategies of maritime transport firms: A contingency-fit perspective”**. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 98, 1-13.
- Zeimers, G., Anagnostopoulos, C., Zintz, T., & Willem, A. (2019). **“Organisational learning for corporate social responsibility in sport organisations”**. *European Sport Management Quarterly*, 19(1), 80-101.

فرآیند چاپ مقاله در فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان



A Model of Social Responsibility for Tehran's Esteghlal Sport-Cultural Club

Shayan Shahsavari Nik

Master Degree in Sport Management, Physical Education and Sport Sciences Department, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Seyyed Salahedin Naghsh Bandi

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Physical Education and Sport Sciences Department, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Received: 2 Sep. 2019

Accepted: 2 Dec. 2019

25

Striving for social responsibility helps sports clubs have a positive impact on progress, work, and society. The study is to design a model of social responsibility for Tehran's Esteghlal sport club. This research was conducted with the aim of expanding the knowledge and understanding of the phenomenon of responsibility of the Independence Club. This research is also of qualitative nature based on the data search. The statistical population of the study included experts (managers and practitioners of Esteghlal Sport and Cultural Club and faculty members). Purposeful sampling and snowball sampling techniques were used for in-depth interviews. A total of 11 interviews were conducted with experts. In fact, the sampling continued to the point (11 interviews) until the theoretical saturation was sufficient. After studying the theoretical foundations, the raw data were obtained from in-depth interviews with elites and experts and analyzed simultaneously with the interviews and based on the qualitative content analysis approach with the inductive approach. To determine the reliability of the data (which is equivalent to reliability and validity in quantitative research), two transcoding methods used by other researchers and members of the review.

The results showed that the main areas of social responsibility of Esteghlal Club included economic, transparency, cultural, ethical, legal, benevolent, environmental and scientific responsibilities. The challenges of the Esteghlal Club in the area of social responsibility are structural, behavioral and contextual barriers. Social responsibility strategies for Esteghlal were in two basic strategies or with macro level and operational strategies. Eventually, the main implications for the role of the Independent Club's social responsibility include the business consequences and the behavioral consequences. On this basis, it can be said that sports clubs focusing on social responsibility can promote social benefits beyond the interests of the club and what the law requires.

Key Words: Sports Clubs, Social Responsibility, Challenges, Strategies and Outcomes

A Framework for Determining the Focal Job Competence of Professional Athletes

Elham Shokrani

Ph. D. Student in Sport Management, Physical Education Department, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran

Mohammad Reza Boroumand

Ph. D., Associate Professor, Physical Education and Sport Sciences Department, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

Abbass Khoda Yari

Ph. D., Associate Professor, Physical Education Department, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran

Received:30 Dec. 2019

Accepted:15 Feb. 2020

The study is to determine and explain the components of focal job competence of professional athletes. The study is an applied descriptive-survey. The research population was included aware people of the research subject, managers, professors, coaches and career counselors in the field of professional sports in the country. The sample estimate was determined in terms of sufficient number for analysis in Smart PLS software (35 people) and was sampled purposefully. To collect the data, a researcher-made questionnaire of focal job competence of professional athletes was used which consisted of 16 main components and 84 items after validation and reliability. Data analysis was performed using the third version of Smart PLS software.

The results showed 16 focal job competencies identified for athletes were lifestyle, case competencies, job attainment, job selection, health, environment, job retention, strategic, business, psychology, impact, International, software, leadership, political and sports management. All of these dimensions were significantly explained the structure of the professional competencies of professional athletes.

Based on the research results, it can be said that the focal job competencies of professional athletes have a wide variety of different competencies. Therefore, the career path of athletes is of a dynamic and complexity skill.

Key Words: Focal Job Competence, Job Preparation, Career Future, Employment of Athletes and Professional Sports

(0/0193) affect private equity investment and participation in national and international sporting events. Providing economic, managerial, and cultural solutions as the most important components can stimulate private investment and participation in the Iranian sports industry.

Key Words: Prioritization, Investment, Private Sector and Sporting Events

A Model of Private Sector Investment Factors with Emphasis on National and International Sporting Events

Mostafa Ali Yari

Ph.D. in Sport Management, Sport Management Department, Qeshm Branch, Islamic Azad University, Qeshm, Iran

Mehdi Savadi

Ph.D., Assistant Professor, Sport Management Department, Qeshm Branch, Islamic Azad University, Qeshm, Iran

Hamid Reza Saybani

Ph.D., Assistant Professor, Sport Management Department, Qeshm Branch, Islamic Azad University, Qeshm, Iran

Received: 9 Dec. 2019
Accepted: 17 Mar. 2020

Given the importance of private sector investment in the sports industry, the research is to develop a model of private sector investment factors with emphasis on national and international sporting events.

The present study is applied in terms of purpose and is descriptive-analytical in terms of data collection. In the qualitative part of the research, 30 individuals were targeted and in the quantitative part based on the Cochran formula, 200 persons consisting of former and current heads of sport federations, managers of private and public sport clubs, managers of sponsored companies, former and current officials of Physical Education Organization and the Ministry of Sport and Youth, young people, some economists and lawyers familiar with the subject of sport economics, physical education professors and other experts, and all members of the Iranian Ministry of Sport and Youth' think tank were selected as the case study.

To achieve the goals, a researcher-made questionnaire of 53 questions was used. The face and content validity of the questionnaire was confirmed by 15 experts and the construct validity of the questionnaire was confirmed by confirmatory factor analysis. Cronbach's alpha was higher than 0/07 for all constructs and the whole questionnaire. Delphi method in three stages was used for data analysis in qualitative part. Descriptive and inferential statistical methods such as Kolmogorov-Smirnov, confirmatory factor analysis and path analysis were used in the quantitative section with SPSS 22 software.

The results showed that economic factors as the most important and the first category (0/0325), management factors (0/0278) in the second place, cultural factors (0/0267) in the third rank, legal and legal factors (0/0213) in the rank Fourth, and structural factors

A Model for Sport Tourism Development with Emphasis on Natural Resources (Case Study: Lorestan Province)

Pouria Baharan

Ph.D. Student in Sport Management, Department of Physical Education, Borujerd Branch, Islamic Azad University, Borujerd, Iran

Hamid Foroughi Pour

Ph.D., Assistant Professor, Department of Physical Education, Borujerd Branch, Islamic Azad University, Borujerd, Iran

Najaf Aghaei

Ph.D., Associate Professor, Department of Physical Education, Kharazmi University, Tehran, Iran

Received: 15 Jan. 2020

Accepted: 10 Feb. 2020

The research is to design a model for developing sports tourism with emphasis on natural factors in Lorestan Province. The research method was a descriptive- survey based on structural equation modeling and in terms of purpose was applied research that was conducted in the field. In this study, after determining the research model, all tourists in Lorestan Province were selected as the population and according to the Cochran formula and cluster sampling, method 384 people were selected as the research samples. Data collection tools in this study were based on experts' opinions including 4 dimensions. The natural factors studied in this study include infrastructure, natural attractions, ecology and proper sport activity with the nature of Lorestan Province. In terms of formal validity and content validity, professors and experts approved the questionnaires. Using Cronbach's alpha coefficient the reliability, the construction dimensions was 0/96, natural attractions were 0/95, ecology was 0/90 and sports activity was 0/95

To analyze the data, table of descriptive statistics, chart, mean and standard deviation and inferential statistics, skewness and kurtosis, and Swara and structural equation model were used.

The results obtained from T-test showed that the natural factors investigated in this study were respectively infrastructure (23/862), natural attractions (20/928), ecology (27/907), and appropriate sport activity with the nature of Lorestan Province (22/374) Which are of a significant effect on the development of sport tourism in Lorestan Province. In conclusion, authorities must draw their attention to all of the natural factors' variables in order to design developing tourism model.

Key Words: Sport Tourism Development, Natural Factors, Natural Resources, Infrastructure and Ecology

Assessing the Level of Organizational Strategic Intelligence In the Ministry of Sport and Youth

Mehran Tishehgaran

Ph.D. Student in Sport Management, Department of Physical Education and Sport Sciences, Sanandaj Branch, Islamic Azad University, Sanandaj, Iran

Mozafar Yektayar

Ph.D., Associate Professor, Department of Physical Education and Sport Sciences, Sanandaj Branch, Islamic Azad University, Sanandaj, Iran

Mozhgan Khodamoradpour

Ph.D., Assistant Professor, Department of Physical Education and Sport Sciences, Sanandaj Branch, Islamic Azad University, Sanandaj, Iran

Seyyed Salahedin Naghsh Bandi

Ph.D., Assistant Professor, Department of Physical Education and Sport Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Received: 13 Feb. 2020

Accepted: 11 Mar. 2020

The study is to assess the level of organizational strategic intelligence in the Ministry of Sport and Youth. The purpose was practical and based on the data collection method, it was a descriptive survey. The research population was the staff of the Ministry of Sport and Youth (about 800 people). Using the Morgan table, the sample size was 260. In addition, available or contingent non-probability sampling was used to collect the data. In this study, according to the approach and type of research variables, Hosseini et al (2012) questionnaire was used for data collection. The questionnaire was designed by the authors based on previous research on the concept of strategic intelligence. The reliability of the questionnaire was 0/847 and its content and construct validity were confirmed.

The findings showed that the level of strategic intelligence in the Ministry of Sport and Youth was above average. It was also found that the level of extracurricular and intra-organizational intelligence and their components in the Ministry of Sport and Youth were above average.

Accordingly, it is suggested that the Ministry of Sports and Youth implement this program, i.e. Strategic Intelligence in other affiliated organizations, identify and strengthen its strengths and weaknesses in the field of strategic intelligence in order to analyze and improve its information analytics and increase its efficiency and effectiveness.

Key Words: Intelligence, Strategic Intelligence and Ministry of Sport and Youth

Role of Modern Olympic Sports Approaches in the Development of International Peace and Friendship

Key Kavooos Saeidi

Ph.D. Student in Sport Sociology, Sociology and Social Sciences Department, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Bahram Ghadimi

Ph.D., Associate Professor, Sociology and Social Sciences Department, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Kaveh Khabiri

Ph.D., Assistant Professor in Sport Physiology, Researches and Sciences Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Mohammad Ali Aslan Khani

Ph.D., Full Professor, Motor Behavior Department, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

Received: 14 Sep. 2019

Accepted: 25 Dec. 2019

Today, sport is of wide range. Sport is a symbol of peace and coexistence, tolerance and mutual acceptance, the basis and organizer of ethnic relations around the world, under the umbrella of peace and security. The study is a sociological analysis of new approaches to Olympic sports in the development of international peace and friendship. The method of the study within quantitative and qualitative formats and in terms of applied purpose and data collection, was descriptive. By reviewing the literature related to this field and conducting qualitative interviews (content analysis) with 12 experts in the field of Olympics, the elements and items of the development of international peace and friendship in Olympic sports were identified. The statistical population included 37 senior sports directors of the Olympic field, and the statistical sample of the interviewees ranged from snowball technique to theoretical saturation. After coding and analyzing the interviews, a questionnaire was then developed. In the quantitative part, descriptive statistics, exploratory and confirmatory factor analysis and t-test were used to analyze the data to determine the appropriateness of the model. The SPSS-22 and LISREL were the softwares used in the study. In exploratory factor analysis, the analysis of 41 items of the initial questionnaire used the method of analysis of the main elements with vertical rotation and Varimax technique and the value of the reliability index based on Cronbach's alpha coefficient was equal to 0/799. Also, four components were identified as key factors in the new Olympic approach to peace and friendship, with a total impact of 56/823%.

Key Words: Sport, Friendship, International Friendship and Peace

Cultural and Social Barriers to Participation of Old Women in Tehran in Public Sport Programs

Hamideh Sadeghi

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

Seyyed Saeid Aghaei

Ph.D., Assistant Professor, Social Sciences Department, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Bahram Ghadimi

Ph.D., Associate Professor, Sociology and Social Sciences Department, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Received: 15 Jan. 2020

Accepted: 26 Feb. 2020

The study is to investigate the cultural and social barriers of old women participation in public sport, using the theoretical framework of the Parsons Model Variables of Variation of Participation Goals, Lifestyle, Social Base, Social Relationship Network, Gender, Socialization and Disability. Individual interests were extracted. The research was conducted through survey method and a researcher-made questionnaire was used to collect the data. The statistical population consisted of the elderly women in Tehran. Using Cochran formula, the sample was 286 persons. After approving the validity of the questionnaire, the sampling was performed by multi-stage cluster sampling method and data were collected.

The results showed that lifestyle that is based on low mobility and the consequence of urban life is one of the barriers to participation in public sport. Individuals with limited social relationships, due to a lack of social awareness, reduce participation in public sport. Disability in the two dimensions of aging and gender that emerges from a cultural perspective is seen as a root cause for sport participation. On the other hand, the more goals people have for participating in public sports, the more they participate and the lack of diversity in goals reduces the motivation for participation. Alongside these factors, individual interest in sport facilitates sport participation in the female elderly relation between social status of old women and public sport. However, there was no significant correlation between gender socialization with the dependent variable at 95% confidence level.

Key Words: Social Sport, Life Style, Disability, Social Relations Network, Gender Socialization and Old Women

Measuring the Role of Sport in Constructing of the Identity-Oriented Attitudes

Seyyed Mohammad Taghi Raeissadat

Ph.D. in Political Geography, Kharazmi University, Tehran, Iran

Afshin Mottaghi

Ph.D., Associate Professor in Political Geography, Kharazmi University, Tehran, Iran

Seyyed Nasrollah Sadjadi

Ph.D., Full Professor, Physical Education Department, University of Tehran, Tehran, Iran

Hossein Rabiei

Ph.D., Assistant Professor in Political Geography, Kharazmi University, Tehran, Iran

17

Received: 24 Dec. 2019

Accepted: 31 May 2020

Sport as a reality and social behavior can be a space for manifestation and representation of identity-seeking behaviors and actions. This is especially true in today's world of communication and information and the growing popularity of several sports. Identity-seeking is one of the mainstreams of nationalism. At present time, states indulge in globalization, and meantime nationalism and identity issues are still in favor of nations and states. The research is to study the role of sport in constructing identity orientations by surveying. A questionnaire was developed to evaluate the opinion of 120 faculty members and doctoral students in sport management and political geography about the impact of sport on the identity indicators (including national identity, nationality, and nationalism, and nation-state).

The results showed that sport has an impact on the formation of identity orientations. Sport can be a place to express and strengthen national identity, such as winning 60 gold medals from Iranian athletes at the 2012 London Olympics. Nationality and nationalism can also manifest in sports competitions and exert their political and geopolitical influence, such as Qatar's 2019 Asian Cup win, which became a means of displaying Saudi Arabia's imposed geopolitics. Sport can also affect the nation-state building process.

Therefore, it is recommended that the managers, authorities, and politicians pay attention to the role of sport in identity and nationalism issues as a principal strategy in Iran's national macro policies.

Key Words: Sport, Identity, Nationality, Nationalism and Nation- State

Identification of Strategies and Implications of Women's Presence in Football Stadiums as the Spectators

Akram Farahani

Master Degree in Sport Management, Department of Physical Education, Arak Branch, Islamic Azad University, Arak, Iran

Ezatollah Shah Mansoori

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Department of Physical Education, Arak Branch, Islamic Azad University, Arak, Iran

Zeinab Mondalizadeh

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Department of Sport Management, Arak University, Arak, Iran

Received: 25 Sep. 2019

Accepted: 18 Dec. 2019

The research is to identify the strategies and implications of the presence of women in sports complexes as spectators. The research method was descriptive-analytic with qualitative approach and Delphi method was used for this purpose. The participants were the academic elite of sport management across the country, clerics and law enforcement personnel. The first-round participants were 23, and the second and third round participants were 16. Three rounds of Delphi were used in this regard. The Delphi questionnaire in the third round consisted of 6 components in the strategies section and 4 components in the outcomes section.

Based on an agreement among experts, removing political, security, cultural-social, infrastructure, economic, management and planning barriers beside providing infrastructures were some solutions to dispel doubts. These included important strategies for women to be present. The consequences of women's presence were political, security, economic, and socio-cultural. Promoting political and democratic status in the region and the world, reducing the gap between the government and the will of the people, reducing political pressure on human rights violations are important consequences of women's participation in sports complexes.

Key Words: Strategy, Implication, Female Spectators and Football Stadiums

Effect of Intellectual Capital on the Organizational Innovation of the Employees in the Ministry of Sport and Youth

Shahram Nazari

Ph.D., Assistant Professor in Physical Education, Farhangian University, Shahid Chamran Campus, Tehran, Iran

Mohsen Ahmadi

Master Degree in Physical Education, Non-Governmental and Non-Profit University of Eyvanekey, Semnan, Iran

Kamran Eidi Pour

Ph.D. in Physical Education, Razi University of Kermanshah, Kermanshah, Iran

Received: 15 Oct. 2018

Accepted: 28 Jan. 2019

The research is to assess the influence of intellectual capital (human capital, structural capital, and communication capital) on the innovation of staffs in the Ministry of Sport and Youth of Iran. The research methodology is applied descriptively. The population included all of the staffs of Ministry of Sport and Youth (772 people). According to Morgan's table, 260 people were selected through method of stratified random sampling. The research tools included standard questionnaire of intellectual capital (Bontis et al., 2000) and questionnaire of organizational innovation (Sa'atchi et al., 1389). Their reliability was determined as 89/9 and 0/093, and the content validity was confirmed by the professors of sports management. To assess the relationship between variables, Pearson's correlation coefficient, and to evaluate the causal link between variables, the model of structural equations by Spss and Lisrel software was used.

The results showed that human capital, structural capital and communication capital are of positive significant influence on organizational innovation in Ministry of Sport and Youth. According to values of factor loads, it has been observed that human capital is of largest influence on organizational innovation. Finally, it can be mentioned that the organizations which have high levels of intellectual capital accelerate organizational innovation through inspired new knowledge and ideas and increased cognition abilities and using them. This type of intellectual capital will create major innovations in new services and processes by creating new competitive opportunities, as well as the use of new knowledge and technologies.

Key Words: Intellectual Capital, Human Capital, Structural Capital and Innovation

Effect of Leadership Styles on Job Excitement by Mediating Women's Glass Cliff in Islamic Republic of Iran's Sport

Ramisa Jalesiyan

Ph.D. Student in Sport Management, Department of Physical Education and Sport Sciences, Faculty of Humanities, Islamic Azad University, Shahrood Branch, Shahrood, Iran

Ali Fahimi Nejad

Ph.D., Assistant Professor, Department of Physical Education and Sport Sciences, Faculty of Humanities, Islamic Azad University, Shahrood Branch, Shahrood, Iran

Baqer Morsal

Ph.D., Assistant Professor, Department of Physical Education and Sport Sciences, Faculty of Humanities, Islamic Azad University, Shahrood Branch, Shahrood, Iran

14 Seyyed Mostafa Tayebi Sani

Ph.D., Assistant Professor, Department of Physical Education and Sport Sciences, Faculty of Humanities, Islamic Azad University, Shahrood Branch, Shahrood, Iran

Received: 15 Feb. 2020

Accepted: 13 Jun. 2020

The study is to identify the effect of leadership styles on job enthusiasm with the mediating role of their glass cliff phenomenon in female managers of sports organizations of Iran. The methodology of this research is applied in terms of purpose and data collection was descriptive-correlation that was done as a survey. The statistical population was all female managers working in sports organizations throughout the country. The statistical sample of this study was selected according to the unlimited population using the random cluster sampling method ($n=400$). The research tools were Chalusstari Transformational-Interactive Leadership Styles Questionnaire (2010), Lab Service Server Leadership (1999), Shaofli and Salanova's Job Enthusiasm (2007) and Nasiri Cliff Glass (2015). The validity of the questionnaires was confirmed by sports experts. The reliability of the questionnaires was calculated through Cronbach's alpha of 0/87, 0/89, 0/90 and 0/87, respectively. Data analysis using descriptive and inferential statistics and with the help of SPSS & PLS softwares occurred. The results showed that there is a negative and significant effect between the leadership styles of managers and the phenomenon of glass cliff and between the phenomenon of glass cliff on women's job desire. Leadership styles also affect managers' job enthusiasm. Finally, the positive and significant effect of managers' leadership style on job enthusiasm was confirmed through the mediating role of glass cliff. Overall, based on the findings of the study, it can be stated that given today's changes, especially in the environment where women are managers, managers can be effective in increasing women's job aspirations by using leadership styles and dimensions.

Key Words: Leadership Styles, Career Craving, Glass Cliff and Sport

Codification of Effective Strategies and Consequences of Sport for All Sponsorship in Iran

Somayeh Rahbari

Ph.D. in Sport Management, Physical Education and Sport Sciences Department, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Abbass Khodayari

Ph. D., Associate Professor, Physical Education Department, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran

Habib Honari

Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Physical Education and Sport Sciences Department, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Ali Mohammad Amirtash

Ph.D., Full Professor, Physical Education and Sport Sciences Department, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Received: 16 Jan. 2019

Accepted: 5 Mar. 2019

The study is to codify the effective strategies and consequences of sport for all sponsorship in Iran. Regarding the exploratory nature of the subject, qualitative research method was used. Theoretical saturation was achieved after 21 deep and semi-structured interviews with experts and managers of sport for all and sponsorship fields. Categories were identified after completing the process of coding and data abstraction. Purposive and snowball sampling was done until theoretical saturation. The data analysis was done in three steps: open, axial and selective coding by using MAXQDA software.

The open coding results indicated that 45 codes could affect the financial support of Iran's public sport. Then, in axial coding, the codes classified in 6 concepts contains development of attracting sponsors, infrastructure to attract sponsors, improving rules for sponsors, benefit from Expert Persons, interacting with the media and granting funds to sponsors. Two concepts classified for consequences contain the benefits of financial support for federation and benefits of financial support for sponsoring companies. According to the results, effective steps can be taken using the proposed strategies for the development of Sport for all.

Key Words: Sport for All, Sponsorship, Strategy and Iran

($\lambda=0/651$), and Participation and Democracy ($\lambda= 0/613$). The present results may help the national sport system to find the priorities of International Relations based upon the G.G factors to prevent the loss of tangible and intangible assets in this area.

Key Words: International Relations, Good Governance, Sport and Iran

Good Governance Elements in Sport International Relations of Iran

Mandana Rasouli

Ph.D. in Sport Management, Sport Sciences Research Institute of Iran, Tehran, Iran

Seyyed Nasrollah Sadjadi

Ph.D., Full Professor, Physical Education Department, University of Tehran, Tehran, Iran

Nasrin Mosaffa

Ph.D., Full Professor, International Relations Department, Faculty of Law and Political Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran

Nazanin Rasekh

Ph.D., Associate Professor, Sport Sciences Research Institute of Iran, Tehran, Iran

Received: 18 Nov. 2019

Accepted: 7 Jan. 2020

The study is to identify the factors that influence on the sport international relations in Iran, in view of Good Governance principles. The data collection method in this research was descriptive which was conducted as a field work in major domain of the two main national sport governing system, namely the Ministry of Sport and Youth (as the public sector) and Iranian National Olympic Committee (as the non-governmental sector). In addition, the present study was an applied cross-sectional survey in terms of time and nature of research method. The research method was mixed, using Delphi technique and confirmatory factor analysis "CFA". The statistical population consisted of the Ministry of Sport and Youth, as the public governmental sector and Iranian National Olympic Committee as the non-governmental sector. Sampling was done in both sections in total, and finally 150 correct, full-completed questionnaires were analyzed. The research tools included review of documents, semi-structured interviews, and a researcher-made questionnaire based on the "Global Basic Principles of Good Governance in the Olympics and Sports Organizations" provided by the IOC (2008). The validity and reliability of the questionnaire was confirmed through the related tests (Lawshe method, Cronbach's Alpha) by experts. After data collection, they were analyzed using descriptive and inferential statistical methods by SPSS21 and PLS version 3 statistical packages.

The results showed the model fit indices have acceptable and desirable value and the research model is confirmed (RMSEA=0/069 and CFI=0/918). The highest factor loadings were related to "integrity and independency" ($\lambda=0/866$), then Transparency ($\lambda=0/850$), responsibility ($\lambda=0/793$), Discipline ($\lambda=0/781$), Accountability ($\lambda=0/709$), Rule of law

Effect of Virtual Social Networks on Religious Orientation, Ethics, Academic Achievement and Leisure among the Youth in Hamedan Province

Hassan Qarabaghi

Ph.D., Assistant Professor, Educational Sciences Department, Malayer University, Malayer, Iran

Vahid Salehi

Ph.D., Assistant Professor, Educational Sciences Department, Sayyed Jamaledin Asadabadi University, Asadabad, Iran

Kazem Delrouz

Ph.D., Assistant Professor, Psychology and Educational Sciences Department, Yasuj University, Yasuj, Iran

Received: 22 Sep. 2020

Accepted: 31 Jan. 2021

10

Social networks are the new media that are built based on public participation. Today, users especially young people spend a considerable amount of time in cyberspace daily. So, these networks have become an influential factor in many components of people's lives. The study is to identify the goals, extent and manner of use of virtual social networks by the youth in Hamedan province and also the effect of these networks on four variables of youth religious orientation, ethics, academic achievement and leisure. The statistical population consisted of all people aged 18 to 35 years in Hamedan province. The statistical sample size of the study included 412 people which was calculated using Cochran's formula. The research measurement tool was a researcher-made questionnaire with a Likert scale that its face and content validity was confirmed by experts. Also, 0/79 reliability using Cronbach's alpha value was acceptable.

The findings indicated the negative effect of these networks on religious orientation and morals of young people, its positive effect on academic activities and academic achievement, and the lack of significance regarding the effect of social networks on youth leisure.

The results showed that most young people spend 1-2 hours a day using social networks. Also, the social networks of Telegram, WhatsApp, Instagram, Eitaa, and Soroush Plus are at the top of the most popular foreign and domestic social networks, and chatting and searching on Instagram are the most frequent behaviors of young people in these networks.

Key Words: Youth, Social Network, Religious Orientation, Ethics, Academic Achievement and Leisure

Structural Factors Underlying Pornography Consumption among Youth in Tehran: A Qualitative Study

Farideh Khalajabadi Farahani

Ph.D. in Population Studies, Associate Professor, Population and Health Department, National Population Studies and Comprehensive Management Institute, Tehran, Iran

Received: 12 Sep. 2020

Accepted: 9 Nov. 2020

Widespread and increasing access to the internet among young people and their inevitable exposure to unconventional sexual content from an earlier age has raised great concerns because of its adverse cognitive, psychological, behavioral and social influences on youth. The study is to explore structural factors in viewpoint of adolescents which underlie pornography consumption in internet and cyberspace among youth. Hence, a qualitative study with interpretive approach and content analysis method was conducted and in-depth interviews was performed with 54 adolescent's males and females aged 15-18 years in Tehran in 2016 employing a purposeful sampling method. Emerging structural factors in the macro and medium level underlie pornography consumption among adolescents comprised of: 1. Paradoxical sexual values in the society, 2. Inconsistency between the soft cultural attack and the efforts of national mass media in enhancing media literacy, 3. A purposeful and smart structure of cyberspace and internet for absorbing audiences to access to sexually explicit materials in internet and cyberspace and finally, 4. Inefficiency of school system in enabling youth in media and media literacy particularly in the field of sexual vulnerability.

Therefore, policymakers and authorities of youth affairs need to be aware of value changes and its role in youth vulnerability in exposure to sexually explicit material in internet and cyberspace and some appropriate intervention in media and schools needs to be introduced consistent with such changes, particularly against social and sexual harms in cyber space.

Key Words: Youth, Pornography, Structural Factors, Cyberspace and Media Literacy

Young People and Barriers to Marriage

Seyyed Mohsen Banijamali

Head of Department of Management Studies, Strategic Studies and Research Center, Ministry of Sport and Youth, Tehran, Iran (Ph.D. in Sociology, University of Tehran, Tehran, Iran)

Soheyla Sadeghi Fasaee

Ph.D., Associate Professor in Sociology, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran

Received: 12 Sep. 2020

Accepted: 19 Dec. 2020

8

This study seeks to find how young people express barriers to their marriage by using the qualitative method. Information obtained from 25 semi-structured interviews. The outcome shows that an important issue in preventing young people from getting married is unemployment, which reduces the confidence in running a post-marriage life. Uncertain fate is another obstacle that arises due to the unpredictability of life trajectories. Meanwhile, the family's inability to support their young people's marriages is another obstacle that increases the severity of the problem. Another significant obstacle to marriage is the prolongation of the transitional period that we analyze as "the transitional trap". The rush hour of life is another factor that prevents young people from getting married. An essential issue that women suggest is the fear of not being elected. The anxiety of restricting young people's freedom is another issue that participants propose. These circumstances create a situation in which young people prefer making relationships outside the marriage. This matter in the marriage atmosphere arouses mistrust to opposite sexes and develops the fear of getting married. In some cases, participants suggested unfamiliarity with marriage and married life as another obstacle to marriage. Finally, some participants stated that marriage became an unreachable task.

Key Words: Youth, Young Pople, Transition to Adulthood, Marriage and Barriers to Marriage

Professor in Sport Physiology, Reseaches and Sciences Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Mohammad Ali Aslan Khani:** Ph.D., Full Professor, Motor Behavior Department, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran **19**

Assessing the Level of Organizational Strategic Intelligence In the Ministry of Sport and Youth

Mehran Tishehgaran: Ph.D. Student in Sport Management, Department of Physical Education and Sport Sciences, Sanandaj Branch, Islamic Azad University, Sanandaj, Iran / **Mozafar**

Yektayar: Ph.D., Associate Professor, Department of Physical Education and Sport Sciences, Sanandaj Branch, Islamic Azad University, Sanandaj, Iran / **Mozhgan Khodamoradpour:** Ph.D., Assistant Professor, Department of Physical Education and Sport Sciences, Sanandaj Branch, Islamic Azad University, Sanandaj, Iran / **Seyyed Salahedin Naghsh Bandi:** Ph.D., Assistant Professor, Department of Physical Education and Sport Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran **20**

A Model for Sport Tourism Development with Emphasis on Natural Resources (Case Study: Lorestan Province)

Pouria Baharan: Ph.D. Student in Sport Management, Department of Physical Education, Borujerd Branch, Islamic Azad University, Borujerd, Iran / **Hamid Foroughi Pour:** Ph.D., Assistant Professor, Department of Physical Education, Borujerd Branch, Islamic Azad University, Borujerd, Iran / **Najaf Aghaei:** Ph.D., Associate Professor, Department of Physical Education, Kharazmi University, Tehran, Iran **21**

A Model of Private Sector Investment Factors with Emphasis on National and International Sporting Events

Mostafa Ali Yari: Ph.D. in Sport Management, Sport Management Department, Qeshm Branch, Islamic Azad University, Qeshm, Iran / **Mehdi Savadi:** Ph.D., Assistant Professor, Sport Management Department, Qeshm Branch, Islamic Azad University, Qeshm, Iran / **Hamid Reza Saybani:** Ph.D., Assistant Professor, Sport Management Department, Qeshm Branch, Islamic Azad University, Qeshm, Iran **22**

A Framework for Determining the Focal Job Competence of Professional Athletes

Elham Shokrani: Ph. D. Student in Sport Management, Physical Education Department, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran / **Mohammad Reza Boroumand:** Ph. D., Associate Professor, Physical Education and Sport Sciences Department, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran / **Abbass Khoda Yari:** Ph. D., Associate Professor, Physical Education Department, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran **24**

A Model of Social Responsibility for Tehran's Esteghlal Sport-Cultural Club

Shayan Shahsavari Nik: Master Degree in Sport Management, Physical Education and Sport Sciences Department, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Seyyed Salahedin Naghsh Bandi:** Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Physical Education and Sport Sciences Department, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran **25**

Sport Sciences, Faculty of Humanities, Islamic Azad University, Shahrood Branch, Shahrood, Iran / **Ali Fahimi Nejad**: Ph.D., Assistant Professor, Department of Physical Education and Sport Sciences, Faculty of Humanities, Islamic Azad University, Shahrood Branch, Shahrood, Iran / **Baqer Morsal**: Ph.D., Assistant Professor, Department of Physical Education and Sport Sciences, Faculty of Humanities, Islamic Azad University, Shahrood Branch, Shahrood, Iran / **Seyyed Mostafa Tayebi Sani**: Ph.D., Assistant Professor, Department of Physical Education and Sport Sciences, Faculty of Humanities, Islamic Azad University, Shahrood Branch, Shahrood, Iran **14**

Effect of Intellectual Capital on the Organizational Innovation of the Employees in the Ministry of Sport and Youth

Shahram Nazari: Ph.D., Assistant Professor in Physical Education, Farhangian University, Shahid Chamran Campus, Tehran, Iran / **Mohsen Ahmadi**: Master Degree in Physical Education, Non-Governmental and Non-Profit University of Eyvanekey, Semnan, Iran / **Kamran Eidi Pour**: Ph.D. in Physical Education, Razi University of Kermanshah, Kermanshah, Iran **15**

Identification of Strategies and Implications of Women's Presence in Football Stadiums as the Spectators

Akram Farahani: Master Degree in Sport Management, Department of Physical Education, Arak Branch, Islamic Azad University, Arak, Iran / **Ezatollah Shah Mansoori**: Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Department of Physical Education, Arak Branch, Islamic Azad University, Arak, Iran / **Zeinab Mondalizadeh**: Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Department of Sport Management, Arak University, Arak, Iran **16**

Measuring the Role of Sport in Constructing of the Identity-Oriented Attitudes

Seyyed Mohammad Taghi Raeissadat: Ph.D. in Political Geography, Kharazmi University, Tehran, Iran / **Afshin Mottaghi**: Ph.D., Associate Professor in Political Geography, Kharazmi University, Tehran, Iran / **Seyyed Nasrollah Sadjadi**: Ph.D., Full Professor, Physical Education Department, University of Tehran, Tehran, Iran / **Hossein Rabieci**: Ph.D., Assistant Professor in Political Geography, Kharazmi University, Tehran, Iran **17**

Cultural and Social Barriers to Participation of Old Women in Tehran in Public Sport Programs

Hamideh Sadeghi: Ph.D. Student in Sport Sociology, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Seyyed Saeid Aghaei**: Ph.D., Assistant Professor, Social Sciences Department, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Bahram Ghadimi**: Ph.D., Associate Professor, Sociology and Social Sciences Department, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran **18**

Role of Modern Olympic Sports Approaches in the Development of International Peace and Friendship

Key Kavoods Saeidi: Ph.D. Student in Sport Sociology, Sociology and Social Sciences Department, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Bahram Ghadimi**: Ph.D., Associate Professor, Sociology and Social Sciences Department, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Kaveh Khabiri**: Ph.D., Assistant

CONTENTS

Young People and Barriers to Marriage

Seyyed Mohsen Banijamali: Head of Department of Management Studies, Strategic Studies and Research Center, Ministry of Sport and Youth, Tehran, Iran (Ph.D. in Sociology, University of Tehran, Tehran, Iran) / **Soheyla Sadeghi Fasaee:** Ph.D., Associate Professor in Sociology, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran **8**

Structural Factors Underlying Pornography Consumption among Youth in Tehran: A Qualitative Study

Farideh Khalajabadi Farahani: Ph.D. in Population Studies, Associate Professor, Population and Health Department, National Population Studies and Comprehensive Management Institute, Tehran, Iran **9**

Effect of Virtual Social Networks on Religious Orientation, Ethics, Academic Achievement and Leisure among the Youth in Hamedan Province

Hassan Qarabaghi: Ph.D., Assistant Professor, Educational Sciences Department, Malayer University, Malayer, Iran / **Vahid Salehi:** Ph.D., Assistant Professor, Educational Sciences Department, Sayyed Jamaledin Asadabadi University, Asadabad, Iran / **Kazem Delrouz:** Ph.D., Assistant Professor, Psychology and Educational Sciences Department, Yasuj University, Yasuj, Iran **10**

Good Governance Elements in Sport International Relations of Iran

Mandana Rasouli: Ph.D. in Sport Management, Sport Sciences Research Institute of Iran, Tehran, Iran / **Seyyed Nasrollah Sadjadi:** Ph.D., Full Professor, Physical Education Department, University of Tehran, Tehran, Iran / **Nasrin Mosaffa:** Ph.D., Full Professor, International Relations Department, Faculty of Law and Political Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran / **Nazanin Rasekh:** Ph.D., Associate Professor, Sport Sciences Research Institute of Iran, Tehran, Iran **11**

Codification of Effective Strategies and Consequences of Sport for All Sponsorship in Iran

Somayeh Rahbari: Ph.D. in Sport Management, Physical Education and Sport Sciences Department, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Abbass Khodayari:** Ph. D., Associate Professor, Physical Education Department, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran / **Habib Honari:** Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Physical Education and Sport Sciences Department, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran / **Ali Mohammad Amirtash:** Ph.D., Full Professor, Physical Education and Sport Sciences Department, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran **13**

Effect of Leadership Styles on Job Excitement by Mediating Women's Glass Gulf in Islamic Republic of Iran's Sport

Ramisa Jalesiyan: Ph.D. Student in Sport Management, Department of Physical Education and

Editorial Board:

Seyyed Abdol Hamid Ahmadi

Associate Professor in Physical Education (Sport Physiology) Academic Center for Education, Culture and Research (ACECR)

Mohammad Javadipour

Associate Professor in Educational Planning Curriculum Development & Instruction Methods Department Faculty of Psychology and Educational Sciences University of Tehran

Seyyed Nasrollah Sajjadi

Full Professor in Physical Education (Management and Planning) Sport Management Department Faculty of Physical Education and Sport Sciences University of Tehran

Gholam Reza Shabani Bahar

Full Professor in Physical Education (Management and Planning) Management and Planning in Physical Education Department Physical Education and Sport Sciences Department Allameh Tabatabai University

Rasoul Sadeghi

Associate Professor in Sociology Demography Department Faculty of Social Sciences University of Tehran

Farzad Ghafouri

Associate Professor in Physical Education (Management and Planning) Management and Planning in Physical Education Department Faculty of Physical Education and Sport Sciences Allameh Tabatabai University

Kourosh Fathi Vajargah

Full Professor in Educational Planning Higher Education Department Faculty of Education and Psychology Shahid Beheshti University

Reza Gharakhanlou

Full Professor in Physical Education (Sport Physiology) Physical Education Department Faculty of Humanities Tarbiat Modares University

Shahla Kazemipour

Associate Professor in Sociology Demography Department Faculty of Social Sciences University of Tehran

Abbass Ali Gaeini

Full Professor in Physical Education (Sport Physiology) Sport Physiology Department Faculty of Physical Education and Sport Sciences University of Tehran

QUARTERLY OF STRATEGIC STUDIES ON YOUTH AND SPORTS

● **No.50** ● **Spring 2021** ●

● **Concessionaire:** Ministry Of Sports and Youth ●

● **Director:** Mohammad Reza Fazli Zanjani ●

● **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*